Dzieje Najnowsze, Rocznik LIII – 2021, 4
PL ISSN 0419–8824

Małgorzata Misiak
https://orcid.org/0000-0002-2577-9319
Biuro Badań Historycznych Instytutu Pamięci Narodowej w Warszawie
Uniwersytet Wrocławski

Językowo-wizualny obraz wroga i swojego – wojna plakatowa 1920 roku

Abstrakt: Artykuł został poświęcony propagandowym zmaganiom polsko-bolszewickim w 1920 r. Ich niezwykle istotnym fragmentem były plakaty tworzone często przez wybitnych i uznanych plastyków, których sylwetki przedstawiono. Analizie zostały poddane plakaty tak polskie, jak i bolszewickie, zarówno w warstwie wizualnej, jak i językowej.

Słowa kluczowe: wojna 1920 roku, propaganda, plakat propagandowy, przestrzeń językowo-wizualna.

Abstract: The article is devoted to the Polish-Bolshevik propagada war of 1920. A crucial part of this struggle were posters, often created by outstanding and recognised artists. The author analyses Polish and Bolshevik posters, both in visual and linguistic terms.

Keywords: 1920 War, propaganda, propagandist poster, linguistic-visual space.

Wojna polsko-bolszewicka 1919–1920 była nie tylko wojną militarną, lecz również propagandową. Wojną o fizyczne trwanie Polski na mapie, ale także rozgrywającą się w sferze mentalnej, w jakimś sensie wojną o dusze, o umysły. Polska, można powiedzieć, prowadziła ją na dwóch równoległych frontach, obu realnych, rzeczywistych: wojennym i propagandowym.

Rosję bolszewicką nazywa się państwem propagandy. Jak pisze Norman Davies, bolszewicy byli „pionierami «totalnej propagandy» i sztuki «wielkiego

http://dx.doi.org/10.12775/DN.2021.4.03

http://rcin.org.pl

kłamstwa»"[1]. Twór państwowy powstały w 1917 r., w wyniku rewolucji październikowej, w bardzo krótkim czasie stworzył sprawny system agitacyjno-propagandowy. Agitprop, czyli sowiecki wydział propagandy i agitacji, obok m.in. Armii Czerwonej, zajmował się prowadzeniem działań propagandowych zarówno wśród własnej ludności, jak i wśród „wrogów".

Rosjanie zaangażowali ogromne siły, ludzkie i finansowe, w propagandę. Juliusz Kaden-Bandrowski, adiutant Józefa Piłsudskiego i żołnierz I Brygady, w reportażu historycznym zatytułowanym *Trzy wyprawy* tak opisywał biuro propagandy bolszewickiej w Lidzie:

> Wstąpiłem na jednej z ulic [Lidy] do biura propagandy bolszewickiej. Poprostu przypuścić trudno, że w tak małej mieścicie zgromadzić można było tyle „wybuchowego" papieru. W dawnej szkole (czy też był to gmach Rady Powiatowej) piętrzyły się całe złomy, całe czworogranne zwały prasowanych numerów „Młota", białe, czerwone, zielone filary odezw. Dalej przekłady Dickensa, klasyków, pstre grzędy historyj sztuk, kultur, prześliczne wydawnictwa najmłodszych malarzy rosyjskich.
>
> Obok za oknami tego składu cuchnie gnojówka. Podłoga schlapana atramentem. Na ścianach zgniłe plamy wilgoci.
>
> Doświadcza się potwornego wrażenia, patrząc na te olbrzymie zapasy zadrukowanego papieru, zgromadzone tu dla ludzi nie umiejących czytać. Jakby ktoś niesłychanie przewrotny rozpocząć miał złośliwą zabawę, obliczoną na to, że ludzie zamiast chleba zaczną jeść papier[2].

Podobną relację znajdziemy w powieści *Lewa wolna* Józefa Mackiewicza:

> Dlatego chłopskie furmanki, pędzone przymusowo z dalekich krajów, a zastępujące wozy taborów, wyładowane były mniej żywnością, której brakło, a bardziej strawą duchową. Na front rewolucyjny ciągnęły z wojskiem biblioteki armii, biblioteki dywizyjne i pułkowe. Zawierały nie tylko druki propagandowe i bibułę agitacyjną, ale też literaturę, książki ze skonfiskowanych i zrabowanych księgarń całej Rosji. Między innymi wielu klasyków XIX-go wieku. […] Nikt tego na froncie nie czytał i zresztą gdyby chciał nawet, czytać by nie miał czasu. Zdarzało się, że któryś z czerwonoarmistów wypożyczył przy okazji książkę na skrętki do tytoniu[3].

Z przytoczonymi polskimi opisami koresponduje bolszewicki plakat propagandowy przedstawiający mężczyznę w czerwonej koszuli i czerwonym kaszkiecie, rozrzucającego stosy książek, zatytułowany: *Dzień sowieckiej propagandy. Nauka dla wszystkich!* Oto tłum robotników spragnionych wiedzy wyciąga ręce w stronę mężczyzny. Sądząc po tytułach rozrzucanych

---

[1] *Kto tak naprawdę ją wymyślił? Krótka historia propagandy według Normana Daviesa*, https://twojahistoria.pl/2019/06/28/kto-tak-naprawde-ja-wymyslil-krotka-historia-propagandy-wedlug-normana-daviesa/ (dostęp: 5 X 2020). Artykuł jest fragmentem książki: N. Davies, *Europa. Rozprawa historyka z historią,* tłum. E. Tabakowska, Kraków 2002.

[2] J. Kaden-Bandrowski, *Trzy wyprawy. Wyprawa do Polski. Wyprawa Wileńska. Wyprawa na Kijów*, Lwów 1930, s. 79–80.

[3] J. Mackiewicz, *Lewa wolna*, Londyn 1987, s. 311.

http://rcin.org.pl

książek (*Znani uczeni*, *Historia religii*, *Muzyka*, *Geologia*, *Sztuka*, *Podstawy ekonomii*, *Walka klas*, *Kapitał* itd.), wszystko, cała wiedza, było propagandą.

Propaganda bolszewicka szczególnie silnie była widoczna na terenach wschodnich – dzisiejsza Białoruś, Litwa i Wołyń. W czasie wojny polsko-bolszewickiej była ona skierowana w stronę miejscowej ludności wiejskiej, ale pojawiały się również plakaty, których adresatami mieli być polscy żołnierze. W ten sposób próbowano ich zwerbować w szeregi sowieckich oddziałów. Taki był np. plakat zatytułowany *Do szeregów Armii Czerwonej* Borysa Wasiliewicza Siłkina. Przedstawia on żołnierza bolszewickiego trzymającego za uzdę białego konia zrywającego się do galopu[4]. Współgra z nim inny plakat – tym razem sowiecki bojec pędzi na białym koniu. Ważna jest w tym ujęciu symbolika białego rumaka. Kolor ten symbolizuje m.in. uczciwość i prawdę[5]. Obraz białego konia przywodzi na myśl rozdział 6 Apokalipsy św. Jana (Ap 6,1–8). W tej części, która poprzedza scenę Sądu Ostatecznego, pojawia się wizja walki Dobra ze Złem. Oto ukazują się czterej tajemniczy jeźdźcy Apokalipsy. Tylko ostatni z nich został zidentyfikowany. Nosił on imię Śmierć. Ciekawa jest postać pierwszego jeźdźca, który dosiadał białego konia. Według tradycji katolickiej symbolizował on Dobro, a więc samego Chrystusa. Według zaś interpretacji protestanckich pierwszy jeździec to Antychryst. W ludowej natomiast interpretacji postrzegany był on jako sprawca chorób i zarazy. Miałby je roznosić za pomocą łuku i zatrutych strzał[6]. Być może w symbolice sowieckiego plakatu ukryty został obraz własny wroga Polaków – bolszewicy czuli się zwycięzcami.

Na prowadzone przez bolszewików działania propagandowe zareagował jako jeden z pierwszych Komitet Obrony Kresów Wschodnich, a następnie Straż Kresowa[7]. W odpowiedzi pojawiły się polskie druki propagandowe.

Plakaty były jednym z wykorzystywanych w okresie wojny polsko-bolszewickiej narzędzi propagandy, obok ulotek, broszur, druków ulotnych, pocztówek czy kalendarzy.

Plakat to tekst logowizualny, a więc składający się z dwóch komplementarnych elementów: napisu i obrazu, przy czym jeden i drugi element jest jednocześnie tekstem i obrazem. Słowo (napis) stanowi element towarzyszący obrazowi, który zdecydowanie dominuje w przestrzeni plakatu. Składniki te tworzą spójną semantycznie i funkcjonalnie całość, uporządkowaną i zwartą strukturę znaków, których zadaniem jest w sposób werbalno-wizualny oddziaływać na odbiorcę.

W przypadku plakatu, a szczególnie propagandowego, można mówić o ekonomizacji percepcji. Chodzi o przyswojenie w krótkim czasie informacji

---

[4] *Bitwa o Polskę w sierpniu 1920 roku*, przystanekhistoria.pl/pa2/tematy/wojna-polsko-bolszewick/72318,Bitwa-o-Polske-wsierpniu-1920-roku.html (dostęp: 4 X 2020).

[5] W. Kopaliński, *Słownik mitów i tradycji kultury*, Warszawa 1988, s. 95.

[6] Ibidem, s. 186.

[7] A. Leinwand, *Polski plakat propagandowy w okresie wojny polsko-sowieckiej (1919–1920)*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej" 1993, t. XXVIII, s. 58.

http://rcin.org.pl

podanej na ograniczonej fizycznie powierzchni. Dobry plakat propagandowy to taki, którego odbiorca potrafi błyskawicznie zrozumieć zawarty w nim przekaz.

Analiza przestrzeni językowo-wizualnej pozwala uchwycić relacje, jakie zachodzą między tekstem a obrazem w plakatach propagandowych z okresu wojny polsko-bolszewickiej. Relacje te charakteryzują swoiste strategie komunikacyjne. Pokazują, w jaki sposób teksty logowizualne zostały zaangażowane w odważną walkę z bolszewickim naporem, w jaki sposób obnażały skalę zagrożenia zewnętrznego.

Niniejsze rozważania wpisują się w obecne we współczesnym nurcie badań nad tekstem badania multimodalne[8].

Wśród twórców bolszewickich plakatów propagandowych wymienić należy: Siłkina, Stiepana Mucharskiego, Petrasa Kiselisa (1890–1940), Nikołaja Kogouta (1891–1959), Dmitrija Moora (właśc. Orłow) (1883–1946), Borysa Jefimowa (1900–2008), Wiktora Deni (właśc. Denisow) (1893–1946), P. Abramowa, Iwana Maliutina (1891–1932) i Włodzimierza Majakowskiego (1893–1930).

Byli oni ludźmi stosunkowo młodymi – przychodzili na świat w ostatnich dwóch dekadach XIX stulecia. Ci nieco starsi, tacy jak Kiselis czy Orłow (Moor), związali się z bolszewikami jeszcze przed wybuchem I wojny światowej, inni (np. Jefimow i Denisow) – już po bolszewickim puczu. Wszyscy byli uznanymi grafikami i karykaturzystami, z reguły z artystycznym wykształceniem, przy czym ich satyryczna twórczość nabrała rozmachu w latach dwudziestych. Jedyny, który dożył wieku matuzalemowego, białostocki Żyd Jefimow, czyli Friedland (zmarł mając 108 lat), jeszcze w latach dwudziestych wprowadził do propagandowego obiegu wizerunek „wuja Sama", swoistą personifikację kapitalistycznej Ameryki, choć zasłynął również karykaturami Adolfa Hitlera[9]. W gruncie rzeczy to znakomici fachowcy, oddani proletariackiej ojczyźnie, ale bez szczególnych aspiracji politycznych. Znamiennym wyjątkiem był spośród nich, wywodzący się z kresów I Rzeczypospolitej, spod Kowna, Litwin Kiselis, który swe losy związał z Lwem Trockim. Podczas wojny polsko-bolszewickiej towarzyszył twórcy Armii Czerwonej, w znajdującym się w dyspozycji Trockiego pociągu specjalnym, w jego wyprawach na front w roli agitatora. Po wojnie został inspektorem Ludowego Komisariatu ds. Organizacji Artystycznych, doszedł nawet do godności dziekana Wydziału Malarstwa Wyższego Instytutu Artystyczno-Technicznego w Leningradzie. Jako zwolennika Trockiego represjonowano go w latach trzydziestych – w 1937 r. został aresztowany i zesłany do łagru w Madaganie, gdzie w 1940 r. zmarł[10]. Tuż po II wojnie światowej, w 1946 r., zmarli natomiast Moor i Deni, zapewne nie bez wpływu

[8] Zob. M. Poprawa, *Przestrzenie słowno-obrazowe w propagandowych drukach ulotnych lat 1918–1939. Próba analizy w świetle lingwistyki tekstowej i teorii wizualności*, „Sztuka Edycji. Studia Tekstologiczne i Edytorskie" 2020, nr 1, s. 203–230.

[9] Zob. https://thestrip.ru/pl/holiday/boris-efimov-bolshoi-hudozhnik-i-umnyi-politik-starshe-veka/ (dostęp: 4 X 2020).

[10] Zob. https://1920.gov.pl/27-sierpnia-1920/ (dostęp: 4 X 2020).

http://rcin.org.pl

trudnych warunków bytowych. Dopowiedzmy na koniec, że najmocniej w politykę wśród autorów plakatów zaangażował się Majakowski, z tragicznym, jak wiadomo, dla siebie skutkiem.

Autorami polskich plakatów, obok wielu anonimowych twórców, byli: Edmund Bartłomiejczyk (1885–1950), Michał Boruciński (1885–1976), Stanisław Bohusz-Siestrzeńcewicz (1869–1927), Piotr Danya, Zygmunt Grabowski (1891–1939), Tadeusz Gronowski (1894–1990), Edmund John (1894–1984), Zygmunt Kamiński (1888–1969), Felicjan Szczęsny Kowarski (1890–1948), Wojciech Kossak (1856–1942), Kamil Mackiewicz (1886–1931), Manon, Józef Mehoffer (1869–1946), Bogdan Nowakowski (1887–1945), Antoni Romanowicz (1895–1963), Stanisław Sawiczewski (1866–1943), Władysław Skoczylas (1883–1934), Kajetan Stefanowicz (1886–1920), Artur Szyk (1894–1951).

W gronie twórców polskiego plakatu propagandowego znajdują się reprezentanci kilku pokoleń i wszystkich dzielnic przedrozbiorowej Rzeczypospolitej. Obok artystów uznanych, a zarazem najstarszych, by wymienić tu Józefa Mehoffera i Wojciecha Kossaka (rocznik 1856), zdecydowana większość spośród nich przyszła na świat – podobnie jak w przypadku propagandzistów bolszewickich – w dwu ostatnich dekadach XIX w. Rodzili się w rodzinach ówczesnej inteligencji, często o korzeniach szlacheckich – nadzwyczaj rzadko spotyka się tu kogoś, kto jak Kowarski pochodził ze środowiska robotniczego. Właściwie wszyscy legitymowali się znakomitym wykształceniem artystycznym, uzupełnianym za granicą, w Monachium czy Paryżu. Przykładowo Sawiczewski studiował pod kierunkiem Jana Matejki, Szyk u Teodora Axentowicza, a Kamiński u Ferdynanda Ruszczyca. Ich zainteresowania zawodowe, poza malarstwem, obejmowały oczywiście grafikę, ale również ilustracje książkowe, tworzenie znaków reklamowych czy komiksów. Wśród nich był autor pierwszego polskiego komiksu, pt. *Przygody szalonego Grzesia*, Kamil Mackiewicz. Niektórzy z nich mieli za sobą przeszłość legionową (jak Grabowski), ale walczyli też na froncie w wojnie z bolszewikami (*casus* beliniaka Stefanowicza, który zginął we wrześniu 1920 r. pod Rohaczewem, czy Johna, żołnierza Armii Ochotniczej). Odnosili również spektakularne sukcesy międzynarodowe, by wymienić tylko olimpijski medal przyznany Skoczylasowi w 1928 r. Zdecydowana większość spośród nich, w uznaniu zasług, spoczywa na warszawskich Powązkach.

Plakaty propagandowe z okresu wojny polsko-bolszewickiej koncentrują się na przedstawieniu obrazu wroga i zagrożenia, jakie on niósł, ale jednocześnie zawarty został w nich wizerunek własnej strony, swoich. W 1920 r. Moor stworzył plakat, który miał być reakcją na poczynania ostatniego białego generała, Piotra Wrangla. Centralną postacią na plakacie jest żołnierz sowiecki. Trzyma on w uniesionych nad głową rękach miecz, którym zamierza odrąbać wyciągniętą w kierunku Zagłębia Donieckiego rękę gen. Wrangla. Obok niego leżą trupy jego poprzedników: Aleksandra Kołczaka, Antona Denikina i Nikołaja Judenicza. Dominuje czerwień. W tym kolorze

http://rcin.org.pl

jest zarówno tło plakatu, jak i postać bolszewika. Ma on masywną sylwetkę i potężne ramiona, stoi w rozkroku – postawa ta tchnie swoistą buńczucznością. Jednak to nie ten żołnierz, mimo że to postać centralna, znajduje się na pierwszym planie plakatu. Wzrok widza przykuwa karykaturalnie przerysowana wyciągnięta ręka Wrangla, która uruchamia wyobrażenie tego, co za chwilę się stanie. To scena egzekucji: wyraźnie wskazani są kat i ofiara, choć w przesłaniu twórcy plakatu kat ma wymierzać sprawiedliwą karę, a ofiara jest winowajcą. Trzeci plan stanowi czerwone tło symbolizujące to, z czego wyłania się bolszewik i co po sobie zostawia. Plakat zwraca uwagę niezwykłym dynamizmem w przedstawieniu bolszewika. Widać to w schemacie jego postaci: układ uniesionych ponad głową rąk, nogi w rozkroku, pochylona ku przodowi postać. Układ linii charakteryzujących bolszewika jest niezborny, a tym samym sprawia wrażenie nasyconego i kipiącego agresją. Charakterystyczne, że polscy twórcy plakatów propagandowych postrzegali bolszewika w podobny sposób – tyle że to, co dla np. Moora było pozytywne, dla nich stawało się przerażające i upiorne.

Dla kontrastu przyjrzyjmy się polskiemu plakatowi, również z 1920 r., *Wstępujcie w szeregi*. Jego autor, Stefanowicz przedstawił posągową postać polskiego żołnierza. Stoi on nieruchomo, trzymając w prawej ręce chorągiew z hasłem werbunkowym „Za wolność", a w lewej karabin z lufą skierowaną ku ziemi. W jego wyprostowanej postawie dominują spokój i godność. W zestawieniu z agresywnym bolszewikiem z plakatu Moora samą postawą reprezentuje on świat innych wartości.

Na tym plakacie również widnieje ślad wroga – jest on zaznaczony jako tło (trzeci plan): obraz pożogi, płomieni, które widać za szarymi, majestatycznie zarysowanymi budynkami pewnie śpiącego miasta. Przesłanie trzeciego planu brzmi: wróg nadchodzi. Niebo na plakacie jest nasycone czerwienią. Czerwień to kolor wroga bolszewika i czasami jedynie jej obecność na plakatach jest symbolem nieprzyjaciela. Tak jak na plakacie np. Kamila Mackiewicza, o tytule będącym nawiązaniem literackim do wiersza Marii Konopnickiej *Rota – Nam twierdzą będzie każdy próg*, gdzie przedstawiciele różnych stanów stoją wzdłuż linii okopu/obrony ze strzelbami wymierzonymi przed siebie w czerwoną przestrzeń w oczekiwaniu na wroga. Czerwień jest zawsze barwą agresywną, bez względu na swój odcień. Polska odpowiedź na czerwoną nawałnicę jest jednoznaczna i stanowcza – jak ów cytat z powszechnie znanego utworu, wyostrzony dodatkowo kolorem użytej czcionki, jest to również odcień czerwieni. Siła polskiego oporu przed bolszewikiem znajduje się, zdaje się sugerować miejsce usytuowania tytułu na plakacie, poza główną linią frontu/obrony, na zapleczu, w polskich domach – to one przeciwstawiają się agresorom. Napis i czerwona przestrzeń sytuują się naprzeciwko siebie.

W przedstawieniach ikonograficznych bolszewicy mają czerwone koszule, na ich czapkach widnieją czerwone gwiazdy, czerwone są karykaturalne przedstawienia ich ciał, w rękach trzymają czerwone flagi, czasem z gwiazdą

http://rcin.org.pl

Dawida. Kolor czerwony dominuje również w przedstawieniu bolszewika na bolszewickich plakatach propagandowych. Tak jest choćby na plakacie Maliutina, *Jeśli nie chcecie powrotu do tego co było. Karabin w dłonie! Na polski front!*, przedstawiającym masywną postać bolszewika robotnika, który jeszcze nie zdjął roboczego fartucha, ale już w lewej uniesionej ręce dzierży karabin. Równoważniki o charakterze dyrektywnym: „Karabin w dłonie! Na polski front!" mają postać rozkazu. Jak przestroga (czy zapowiedź konsekwencji) dla tych, którzy nie wykonają hasła plakatowego, wygląda zarysowujący się na drugim planie budynek więzienia. Umieszczenie napisu na tym gmachu podkreśla jednoznaczność przekazu. Również na plakacie podpisanym inicjałami M.W., pt. *Wielmożni pogromcy. Nie żałuj, towarzyszu, sił, bez wahania bij bandytów*, czerwona postać bolszewika karabinem zamierza się na leżącego szlachcica. Dla bolszewika z plakatu bandytą jest każdy, kto nie jest bolszewikiem. Na agresję słowną hasła składa się użycie trybu rozkazującego („Nie żałuj"), wyrażenie przyimkowe zaś „bez wahania" stanowi element słownej presji/wymuszenia skierowanego na odbiorcę.

Czerwona postać bolszewicka zdominowała również przestrzeń innego plakatu: *Bohaterowie, na Warszawę!* Dobrze zbudowany osobnik w dużej spracowanej robotniczej dłoni lewej ręki trzyma mocno karabin, a prawą wskazuje kierunek ataku. Napis nie pozostawia wątpliwości, kim jest ten mężczyzna ani gdzie znajduje się jego wróg.

Ciekawe, co często występuje na plakatach sowieckich, że integralną część składową postaci bolszewika stanowi jego broń – nie jest to już więc tylko jego atrybut. W przedstawieniu wpisana została ona w tę postać kolorem czerwonym. Najważniejszy jest zatem on – bohater. Umieszczony pod obrazem na plakacie napis to dalszy fragment (część pierwsza zawarta jest w tytule plakatu) nagłówka rozkazu przewodniczącego Rewolucyjnej Rady Wojennej Trockiego, skierowanego do Wojsk Frontu Zachodniego z 14 VIII 1920 r. Napis ten jest już tylko dodatkiem, pełniącym wyraźną rolę perswazyjną – ma usprawiedliwić podejmowanie działań wojennych i zagrzewać żołnierzy do walki, a brzmi on: „Na Warszawę bohaterowie! Obecnie, tak jak pierwszego dnia wojny, chcemy pokoju. Lecz właśnie dlatego chcemy oduczyć polskich bankrutów zabaw w ciuciubabkę z nami. Czerwone wojska, naprzód! Na Warszawę, bohaterowie!"[11].

Na czerwono ubrani są na plakacie Kogouta, skierowanym do Tatarów krymskich, pt. *Proletariusze wszystkich krajów, łączcie się!*, bolszewik i muzułmański żołnierz, który opowiedział się po jego stronie i wystąpił przeciwko

[11] Pełny cytat brzmi: „Na Warszawę bohaterowie! Zadaliście białej Polsce, która nas zaatakowała, druzgocący cios. Obecnie, tak jak pierwszego dnia wojny, chcemy pokoju. Lecz właśnie dlatego chcemy oduczyć polskich bankrutów zabaw w ciuciubabkę z nami. Czerwone wojska, naprzód! Na Warszawę, bohaterowie!". Cyt. za: L. Dubel, *Lew Dawidowicz Trocki o wojnie polsko-bolszewickiej 1919–1920*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Lublin-Polonia. Sectio G" 2019, t. LXVI, nr 2, s. 48.

http://rcin.org.pl

staremu porządkowi uosobionemu przez Wrangla, burżuja i upersonifikowaną Ententę. Scena plakatowa jest wręcz ilustracją tytułu zaczerpniętego z Manifestu komunistycznego Karola Marksa i Fryderyka Engelsa. W drugiej scence tego plakatu, po akcie „nawrócenia" muzułmanina, kolor czerwony zdecydowanie zaczyna dominować. Postaciom odzianym na czerwono, które znajdują się w centralnej części plakatu, towarzyszy rozpostarty sztandar z tytułowym hasłem. Powiewa on swobodnie ponad głowami bohaterów, jak na sztandar zwycięstwa przystało. Uwagę zwracają przedstawienia wizerunków wroga: Wrangel, burżuj i postać Ententy leżą powaleni na ziemię, podobnie jak Kołczak, Denikin i Judenicz z plakatu Moora (*Wrangel jeszcze żyje*). Leżący wróg to wróg pokonany albo wróg, którego można i trzeba pokonać. Zachowania krasnych bojców są agresywne: oto karabinem zabijają leżących bezbronnych (pojawia się gest zasłaniania rękoma twarzy) wrogów. Wydaje się, że cechą dominującą w przedstawieniu bolszewików, zarówno na polskich, jak i sowieckich plakatach propagandowych, jest agresja. Na plakatach rosyjskich jest ona motywowana prymitywną potrzebą odwetu, zemsty. Na plakatach polskich stanowi cechę przyrodzoną natury bolszewickiej. Nie można zapominać, że kolor czerwony, obok pozytywnych skojarzeń (życie, miłość), symbolizuje również właśnie agresję, jest kolorem krwi, ognia, ale również władzy i rewolucji[12]. Taka symbolika czerwieni sięga czasów rewolucji francuskiej. Czerwień rewolucyjna konotuje dwa sprzeczne systemy wartości: walkę o sprawiedliwość, ale również terror, przelanie krwi.

Jak pisze Cat w „Dzienniku Poznańskim" z września 1920 r.: „[bolszewicki] Plakat barwą krzyczący i rysunek ma tu zastąpić słowo, którego wielu żołnierzy by nie czytało. Plakaty są bardzo duże, malowane barwami demonicznemi, czerwoną i czarną itp. I mimo, że są przeznaczone na odbiorców naiwnych nie brak tu sporej dozy artyzmu"[13].

Czerwoną barwą krzyczy rubaszka sowieckiego chłopa na plakacie *Kosi w czasie*. Z uśmiechem, zamaszystym ruchem umięśnionych rąk kosą ścina głowy wrogów: polskiego pana i Wrangla. Poprzez nawiązanie do typowych czynności rolnika „koszenie" wrogów, które jest ich zabijaniem, staje się czymś zwyczajnym. Czymś tak naturalnym, jak sianokosy. Zestawienie przerażającego obrazu okrutnej egzekucji z nazwą zwyczajnej, powszechnej czynności chłopskiej stanowi swoisty sposób oswojenia, zbanalizowania aktu morderstwa.

Kolor czerwony stał się więc metonimią bolszewików. Samo słowo, jak pisze Irena Kamińska-Szmaj, powstało w 1903 r., kiedy to na kongresie w Londynie doszło do rozłamu w Socjaldemokratycznej Partii Robotniczej Rosji. Większość

[12] B. Lisowska, *Leksem „czerwony" jako komponent związków frazeologicznych w języku polskim*, „Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis. Folia 51. Studia Linguistica III" 2008, s. 198–208.

[13] Cat., *U bolszewików*, „Dziennik Poznański" R. LXII, 10 IX 1920, nr 208, s. 1, cyt. za: M. Myślicka, M. Witkowski, *„W sowdepji o Polsce". Propaganda bolszewicka w okresie wojny polsko-bolszewickiej*, https://1920.gov.pl/27-lipca-1920/#8 (dostęp: 6 X 2020).

http://rcin.org.pl

zdobyli wówczas radykalni działacze, na których czele stał Włodzimierz Lenin. Słowo to pojawiało się w języku polskim już na początku XX w., w tekstach propagandowych polskich socjaldemokratów, po raz pierwszy w artykule Henryka Waleckiego (właśc. Henryk Horwitz), *Ze spraw wewnętrznych socyalnej demokracyi rosyjskiej*, który ukazał się w 1905 r. w „Przedświcie"[14]. Teksty te miały jednak mały zasięg i nie wpłynęły na szerszą znajomość wyrazu. Dopiero wydarzenia wojenne lat 1919–1920 „spopularyzowały" go, nadając mu nową treść znaczeniową[15].

Kiedy Armia Czerwona w lipcu 1920 r. przekroczyła Bug, a tym samym zagrożenie ze strony Rosji bolszewickiej stało się realne, w prasie polskiej zaczęły ukazywać się teksty wzywające mieszkańców Rzeczypospolitej do obrony przed „nawałą bolszewicką", przed „zarazą, która z potężnej Rosji zrobiła piekło". Nawet na łamach socjalistycznego „Robotnika" przestrzegano polską ludność przed „hordami, które za pomocą gwałtu, rabunku i pożogi wprowadzać zaczęły na ziemiach polskich rosyjski komunizm"[16].

Pod wpływem retoryki propagandy tamtego okresu, jak i doświadczeń wojennych ludności polskiej ukształtował się stereotyp bolszewika[17]. Był on przedstawiany jako „człowiek dziki, pierwotny, niecywilizowany, okrutny, nieznający kultury europejskiej, wróg kościoła"[18]. W przedstawieniu ikonograficznym ukazywano go jako postać małpy (*Wróg nadchodzi. Patrz, co niesie!* Piotr Danya), wielogłowej hydry ziejącej ogniem, dwugłowego konia (głowy Trockiego i Lenina), zombie (*Na pomoc! Wszystko dla frontu! Wszyscy na front!* Edmund Bartłomiejczyk).

Atrybutami bolszewika na polskich plakatach propagandowych (poza kolorem czerwonym) są: karabin, budionówka, czerwona gwiazda, gwiazda Dawida, flaga, nóż. Pojawiają się ludzkie czaszki. Obecność gwiazdy Dawida łączy się z powszechną wówczas opinią, mówiącą, że rewolucję bolszewicką przeprowadzili Żydzi. Postać bolszewika-Żyda jest stałym obrazem jego stereotypu. Dość charakterystyczny element stanowi również nóż, niespotykany

[14] „[…] Komitet Centralny, zależnie od składu osobowego przechodził od «większości» do «mniejszości» i z powrotem. Dezorganizacja nie ograniczała się bynajmniej do «wyższych» sfer partyjnych […]. Dotarła ta dezorganizacja i dalej, d okrańców organizacyi partyjnej do tak zw. Peryferyj, wśród których «mieńszewicy» (zwolennicy mniejszości) zdobywali sobie zwolenników, zaznaczając «bolszewikam» (większość), że lekceważą w partyi robotników". H. Walecki, *Ze spraw wewnętrznych socyalnej demokracyi rosyjskiej*, „Przedświt. Miesięcznik polityczno-społeczny, organ Polskiej Partyi Socyalistycznej" R. XXV, VI–VIII 1905, nr 6–8, s. 270. Artykuł jest sprawozdaniem z przebiegu obrad III Zjazdu SDPRP. Zob. https://bcul.lib.uni.lodz.pl/dlibra/publication/64328/edition/56631/content?ref=desc (dostęp: 6 X 2020).

[15] Pierwotnie słowo „bolszewik" oznaczało „rewolucjonistę rosyjskiego", którego charakteryzowano za pomocą pozytywnych cech. Zob. I. Kamińska-Szmaj, *Narodziny stereotypu bolszewika*, „Poradnik Językowy" 1993, z. 3, s. 3–17.

[16] „Robotnik", 1 IX 1920, cyt. za: I. Kamińska-Szmaj, *Narodziny*…, s. 10.

[17] Zob. I. Kamińska-Szmaj, *Narodziny*…, passim.

[18] Ibidem, s. 207.

http://rcin.org.pl

raczej na bolszewickich plakatach propagandowych w przedstawieniu bolszewika (występują tam bagnet na karabinie i miecz)[19].

Nóż to jedno z najstarszych, podstawowych narzędzi człowieka. Był symbolem władzy i prawa[20]. Ale nóż to również narzędzie zbrodni, tym bardziej zakrwawiony, a z takim są przedstawiani bolszewicy. Na plakatach pojawiają się wizerunki wroga z dwoma nożami i z nożem w zębach. To ostatnie połączenie w okresie międzywojennym charakteryzowało właśnie bolszewików. Publicysta Kazimierz Zakrzewski w tekście *Rewolucja Lenina i państwo Stalina*, opublikowanym w 1935 r. na łamach czasopisma „Droga", użył takiego sformułowania, opisując rozmyślania zwykłego Francuza na temat Rosji:

> Pan Durand-Dubois, przeciętny mieszczuch francuski z parasolem i w złotych binoklach, decydujący w ustroju liberalnej demokracji o losach swego kraju, wścieka się, że nie może zrozumieć dziejów współczesnej Rosji. Dawniej był car, był walec rosyjski toczący się na Berlin i były pożyczki, które diabli wzięli. Potem przyszedł bolszewizm, „człowiek z nożem w zębach", mordujący burżujów i opłacany przy tym przez Niemcy[21].

W internetowym *Wielkim słowniku języka polskiego* wyrażenie „nóż w zębach" posiada potoczną kwalifikację stylistyczną i definiowane jest jako „wojowniczy i agresywny". Tematycznie odnosi się do usposobienia człowieka i oznacza „cechy charakteru, temperamentu, zdolności i umiejętności". Jako egzemplifikacje *Słownik* podaje połączenia: „bolszewik, komunista z nożem w zębach"[22]. Wykorzystanie obrazu postaci z nożem w zębach na plakatach jest elementem wzmacniającym uczucie przerażenia, strachu i grozy u odbiorcy, symbolizuje ona bowiem niewyobrażalne barbarzyństwo i okrucieństwo obce zachodnioeuropejskiemu kręgowi kulturowemu. Zza wizerunku bolszewika wyziera Azja – branie noża w zęby to tatarski zwyczaj – nóż w zęby brali Sienkiewiczowscy Tatarzy. Przypomnijmy również, że Ruś niemal dwa wieki znajdowała się pod tatarskim jarzmem. Taka postać bardziej podobna jest do potwora niż do człowieka; mord to jej żywioł. Nóż w zębach odczłowiecza wizerunek bolszewika. Jak piszą Małgorzata Myślicka i Michał Witkowski:

> W czasie wojny polsko-bolszewickiej w latach 1919–1920 polska twórczość w dziedzinie propagandy, w zestawieniu z powodzią agitacyjnej literatury przeciwnika, nie mogła wyglądać równie imponująco i nigdy nie nabrała charakteru masowego, rozwinęła się bowiem dużo później i powstawała w znacznie mniejszych nakładach. Mimo to, skierowana przede wszystkim do własnych obywateli i żołnierzy, była skuteczną bronią przeciwko bolszewickiej agitacji[23].

---

[19] Na plakacie sowieckim *Złodzieje precz z szerokiego toru!* postacie bandytów trzymają w rękach zakrwawione noże. Szable pojawiają się w przedstawieniu polskiej szlachty.

[20] W. Kopaliński, op. cit., s. 766.

[21] K. Zakrzewski, *Rewolucja Lenina i państwo Stalina*, „Droga" 1935, nr 12, s. 1005–1017.

[22] *Wielki słownik języka polskiego*, https://www.wsjp.pl/ (dostęp: 6 X 2020).

[23] Zob. https://1920.gov.pl/27-lipca-1920/#artykuly (dostęp: 6 X 2020).

http://rcin.org.pl

Polsko-bolszewicka wojna plakatowa toczyła się przez cały okres trwania konfliktu zbrojnego, choć wyraźnie zintensyfikowała się podczas wyprawy kijowskiej i bolszewickiego marszu za Wisłę. Obydwie strony zaangażowały do walki propagandowej uznanych, a zarazem wybitnych artystów. Ich talenty zostały dobrze wykorzystane, przy czym, idąc tropem sugestii Aleksandry Leinwand[24], należy zgodzić się z tezą, że w obu wypadkach realizowali oni nie swoje pomysły, co jest oczywistością w przypadku bolszewików, lecz wypracowany wcześniej zamysł.

Streszczenie

Wojna polsko-bolszewicka toczyła się nie tylko na froncie. Jej niezwykle istotnym elementem stały się również zmagania propagandowe, w których po obu stronach uczestniczyli wybitni artyści. Dotyczyło to również plastyków – bolszewicy wykorzystywali talenty Borysa Wasiliewicza Siłkina, Stiepana Mucharskiego, Petrasa Kiselisa czy Dmitrija Moora (Orłowa). Natomiast ze strony polskiej warto wymienić zarówno artystów reprezentujących starsze pokolenie, takich jak Józef Mehoffer czy Wojciech Kossak, ale też dużą grupę urodzoną na przełomie stuleci (przykładowo Zygmunt Grabowski, Tadeusz Gronowski, Edmund John, Felicjan Szczęsny Kowarski czy Artur Szyk). Z analizy treści plakatów wyłaniają się obraz agresywnego przekazu bolszewickiego, zawarty choćby w wykorzystywanym nagminnie kolorze czerwonym, i przeciwstawne mu polskie ujęcie, gdzie z postawy żołnierza przebijają siła oraz godność, a obrońcy Ojczyzny (chłop, robotnik, polska kobieta) zapewniają, że bronić Jej będzie każdy polski dom.

The Linguistic and Visual Image of the Enemy and One's Own – the 1920 Poster War

The Polish-Bolshevik war was fought not only at the front. Its crucial element was also the propaganda struggle, in which outstanding artists participated on both sides. The Bolsheviks used the talents of Boris Vasilevich Silkin, Stiepan Mucharski, Petras Kiselis or Dmitry Moor (Orlov). On the Polish side, it is worth mentioning both artists representing the older generation, such as Józef Mehoffer or Wojciech Kossak, but also a large group born at the turn of the twentieth century (for example, Zygmunt Grabowski, Tadeusz Gronowski, Edmund John, Felicjan Szczęsny Kowarski or Artur Szyk). An analysis of the content of the posters reveals an aggressive Bolshevik message, rendered by, for example, the red colour, abundantly used. This is contrasted with a Polish image, with the soldier's attitude showing strength and dignity, and the defenders of the Homeland (a peasant, a worker, a Polish woman) assure that It would be defended by every Polish home.

Bibliografia

Davies N., *Europa. Rozprawa historyka z historią*, tłum. E. Tabakowska, Kraków 2002.

Dubel L., *Lew Dawidowicz Trocki o wojnie polsko-bolszewickiej 1919–1920*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Lublin-Polonia. Sectio G" 2019, t. LXVI, nr 2, s. 41–60.

Kamińska-Szmaj I., *Narodziny stereotypu bolszewika*, „Poradnik Językowy" 1993, z. 3, s. 3–17.

[24] A. Leinwand, op. cit., s. 60.

http://rcin.org.pl

Kopaliński W., *Słownik mitów i tradycji kultury*, Warszawa 1988.
Leinwand A., *Polski plakat propagandowy w okresie wojny polsko-bolszewickiej (1919–1920)*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej" 1993, t. XXVIII, s. 57–67.
Lisowska B., *Leksem „czerwony" jako komponent związków frazeologicznych w języku polskim*, „Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis. Folia 51. Studia Linguistica III" 2008, s. 198–208.
Poprawa M., *Przestrzenie słowno-obrazowe w propagandowych drukach ulotnych lat 1918–1939. Próba analizy w świetle lingwistyki tekstowej i teorii wizualności*, „Sztuka Edycji. Studia Tekstologiczne i Edytorskie" 2020, nr 1, s. 203–230.

Małgorzata Misiak – dr hab.; adiunkt w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego, pracownik Biura Badań Historycznych Instytutu Pamięci Narodowej. Zainteresowania badawcze obejmują socjolingwistyczne uwarunkowania sytuacji języków mniejszości etnicznych, kontakty i wzajemne oddziaływania między językami, językoznawstwo kognitywne oraz portrety językowe wybitnych Polaków. E-m a i l: malgorzata.misiak@uwr.edu.pl.

Małgorzata Misiak – PhD with habilitation, assistant professor at the Institute of Polish Philology of the University of Wrocław, employee of the Historical Research Office of the Institute of National Remembrance. Her research interests include sociolinguistic conditions of ethnic minority languages, contacts and mutual interactions between languages, cognitive linguistics and linguistic portraits of eminent Poles. E-m a i l: malgorzata.misiak@uwr.edu.pl.

http://rcin.org.pl