

УДК 94(477.84) «1919/1920»

Кузьмин Р.Я.

(г. Киев)

ПЕЧАТНЫЕ СРЕДСТВА ПРОПАГАНДЫ И АГИТАЦИИ
ВО ВРЕМЯ СОВЕТСКО-ПОЛЬСКОЙ ВОЙНЫ 1919–1920 гг.

Аннотация. Предпринят анализ практик печатной пропаганды и агитации во время советско-польского конфликта 1919–1920 гг. Рассмотрено формирование «образа врага» советскими и польскими службами с целью мобилизации собственных граждан и разложения вражеских вооруженных сил. Разработана периодизация средств пропаганды и агитации, применявшихся враждующими сторонами. Дана классификация печатной пропаганды, с описанием наиболее характерных черт присущих отдельным её видам.

Ключевые слова: пропаганда, агитация, советско-польская война, образ врага, средства массовой информации.

R. Kyzmin

(Kyiv)

PRINTED MEDIA PROPAGANDA AND AGITATION
DURING THE SOVIET-POLISH WAR IN 1919–1920

Abstract. The article presents the analysis of printed propaganda and agitation practices during the Soviet-Polish conflict of 1919-1920. The formation of the “enemy image” by Soviet and Polish services is considered, it is stated that it was aimed at mobilizing their citizens and at demoralizing enemy’s armed forces. Periodization of propaganda means used by warring parties is worked out. The classification of printed propaganda is given, the most characteristic features of some kinds of such propaganda being described.

Key words: propaganda, agitation, the Soviet-Polish war, “enemy image”, mass media.

Инструменты влияния на сознание людей с целью формирования их представлений о явлениях и событиях имеют такую же глубокую традицию, как и сам феномен войны. Боевая раскраска лиц, с целью запугать противника, применяемая племенами, использование монголами фальшивых фигур и костров, чтобы создать у оппонента иллюзию численного перевеса, а также летописные упоминания о предупреждении врагов «Иду на вы» князя Святослава, как и другие средства психологических операций (psyops), известны человечеству с древнейших

времён. Развитие техники неминуемо изменяло и способы влияния государств на сознание не только врага, но и собственного населения. В 60-х гг. XX в. Раймон Арон выразил убеждение о влиянии идеологии на характер войн: «Общество, которое ведёт борьбу за престиж, никогда не закончит воевать ... Самые гуманные по своим происхождениям войны бывают нечеловечески жестокими, поскольку не знают пощады» [22, с. 94]. В большой мере это можно отнести и к советско-польской войне 1919–1921 гг.

Целью этой статьи является выделение характерных пропагандистских практик советской и польской сторон в конфликте в сфере «печатного слова» во время боевых действий на территории Правобережной Украины, Восточной Галиции, Белоруссии и Польши в 1919–1920 г. Актуальность темы определяет усиленное использование государствами в конце XX – начале XXI столетий **разнообразных форм коммуникативной пропаганды** в кризисных ситуациях.

Проблематика влияния на сознание рядовых индивидов социума всегда сохраняет свою актуальность, особенно в аспекте практического значения. Предложенная тема стоит особняком от магистральных исследований, но пристальный взгляд историка даёт возможность говорить, что уже в этом конфликте мы находим отличительные черты советской пропаганды времён 40–50-х гг. XX в. С началом XXI в. научные исторические круги постсоветского пространства обратили своё внимание на пропаганду и агитацию во время Великой Отечественной войны, в результате чего появился ряд основательных работ [14; 19]. От своих коллег пытались не отставать украинские и польские учёные [23; 37]. Но на другие исторические периоды их исследовательские взгляды не распространились.

Некоторую научную ценность сохраняют работы советского периода, которые дают возможность посмотреть «изнутри» на логику формирования пропаганды глазами её создателей [1; 3; 7; 9; 11; 15; 26]. После развала СССР изучение проблематики пропаганды и агитации продолжились в условиях отсутствия тотального партийного контроля, что дало новый импульс изучению проблематики. В частности, необходимо выделить работы российского ученого И.Н. Панарина и ряда других исследователей [13; 16–18].

Отдельную группу составляют работы американских и западноевропейских авторов. Необходимо выделить монографии таких исследователей, как Гарольд Д. Лассуел, Энтони Пратканис, Элиот Аранзон, Дэвид Велч, Дэвид Вилкокс, Гарт Джоуэтт и Виктория О’Доннел [30; 31, 33; 34; 36; 37].

Агитация (с лат. agitation – «приводить в движение, побуждать») и понятие *пропаганда* (с лат. propaganda – «та, которая подлежит распро-

странению») определяют комплекс мер, целью которых выступает целенаправленное действие относительно распространения фактов, аргументаций, слухов, сведений непосредственно или через средства коммуникации. Задачей таких действий является влияние на общественное мнение с целью получения позитивных результатов для их авторов. Средства убеждения достигают наиболее эффективного воздействия в тех случаях, когда происходит оперирование наиболее простыми категориями, понятными даже наименее образованному слою общества. Обе стороны противостояния используют стереотипы и старые конфликты, чтобы создать нелицеприятный «облик врага» и одолеть оппонента. И советско-польская война являет собой яркий пример такого рода спекуляций прошлыми этническими эмоциями соседних народов.

Скот Макдональд приводит слова Кросмана, который так охарактеризовал ремесло пропагандиста: «Полная иллюзия считать хорошим пропагандистом профессионального лжеца. Блестящий пропагандист – это человек, который говорит правду или выборочную правду, что является необходимым условием для достижения его целей, и говорит так, чтобы адресат не думал, что это пропаганда ... Искусство пропаганды – не врать, а говорить выборочную правду с добавлением правды, которую хотят услышать» [33, p. 35–36].

«Большая война» 1914–1918 гг. дала немало количество примеров использования пропаганды воюющими сторонами. Первые случаи их «братания», во время которых военнослужащие совершали захоронения боевых товарищей, обменивались газетами, праздновали религиозные праздники, на Восточном фронте были зафиксированы в декабре 1914 г. [2, с. 167–168]. Со временем это явление приобрело широкий масштаб, особенно после революции в Петрограде в феврале 1917 г. Многие методы большевики смогли почерпнуть из способов ведения военной пропаганды Россией, Германией и Австро-Венгрией во время Первой мировой войны [8, с. 183–202; 12, с. 62–77].

Условно можно дать классификацию средств массовой пропаганды и агитации, проявляющих себя как целевым назначением, так и способами распространения. Что касается первого признака, то здесь можно выделить следующие группы: приказы и инструкции правительственных учреждений (в том числе Красной Армии); средства пропаганды среди своих войск; листовки, направленные на разложение войск противника; контрпропагандистские средства; иллюстрированную пропаганду (плакаты, почтовые карточки); пропаганду общего характера (газеты, брошюры, книги). В отношении доставки можно выделить следующие виды: авиационную, транспортную (агитпоезда, агитколонны),

стационарную (политотделы при советских учреждениях), мобильную (пешие агитгруппы из коммунистов и комсомольцев на определенной территории).

Первая мировая война 1914–1918 гг., следствием которой был крах трёх империй (Германской, Австро-Венгерской и Российской), совершивших в конце XVIII столетия раздел Речи Посполитой, закономерно привёл к попытке возрождения польской государственности на основании созданного в 1916 г. государствами Четверного союза Королевства Польского. Восстание польских военных кругов против германского гарнизона в Варшаве и освобождение из тюрьмы одного из лидеров польского национального движения Ю. Пилсудского в ноябре 1918 г. образовало реальные условия для воссоздания польского государства. Реальной проблемой для реализации этих планов было пребывание польских этнических территорий в составе Германии, Австро-Венгрии и России. Если территория прежнего Царства Польского входила в состав созданного германскими оккупационными войсками Обер Оста (Ober Ost) и в соответствии с условиями Антанты должна была быть освобождена от германских войск, то судьба остальных этнических земель, таких, как Мазурия, Познаньщина, Силезия, Западная Галиция, была неопределённой. Кроме того, используя пребывание своих войск, Германия планировала на территории Поморья, Великопольши, Литвы и Курляндии создать лояльное себе Восточное государство (Ost-staat) [32, S. 20]. Возникло много вопросов относительно территорий, на которых польское население не составляло большинства, но высказывалась необходимость их вхождения в состав возрождённой Польши (Силезия, Литва, Белоруссия, Волынь, Восточная Галиция), так как Варшава претендовала на реставрацию государства в пределах границ 1772 г.

Октябрьский переворот и приход к власти в России большевиков, выступавших за прекращение боевых действий на Восточном фронте мировой войны, вызвал противостояние со странами Антанты. Последние призывали придерживаться условий Лондонского договора 1914 г., запрещавшего заключать сепаратные соглашения странами «согласия» с центральными государствами. Политическая линия народного комиссара по иностранным делам Л. Троцкого на обнародование документов «тайной дипломатии» царского правительства и отказ выполнять Лондонский договор привели к изоляции Советской России. Военное поражение Германии и Австро-Венгрии, с начавшейся после этого Парижской мирной конференцией, поставили в повестку дня вопрос, какая политическая сила будет представлять интересы России. Предыдущая политика соратников В.И. Ленина обусловила непризна-

ние их законными представителями и, как следствие, большевистская делегация отказалась участвовать в парижских переговорах. Согласно с этой политикой по отношению к Советской России поступали и представители Польши, которые не признавали советской власти. В связи с этим польское правительство уклонялось от начала официальных мирных переговоров с Москвой.

Вывод германских войск с территории Обер Оста в соответствии с условиями Компьенского перемирия дал возможность Польше и Советской России заявить свои права на эти земли и начать встречное движение войскам [32, S. 44–45]. Согласно идеологическому императиву о «мировой пролетарской революции» большевики торопились воспользоваться отступлением немецких войск и взять под своё влияние страны Восточной Европы. Для непосредственной помощи революционным силам Германии был необходим контроль над польской территорией, которая представляла собой транзитный «коридор» в страны Центральной Европы. Тем не менее, польской власти удалось избежать проникновения на свою территорию войск Красной Армии и нейтрализовать влияние местных коммунистов в конце 1919 – начале 1920-х гг.

Первое столкновение между враждующими сторонами произошло возле города Вильно, где с ноября 1918 г. формировались польские отряды самообороны под руководством Комитета Оборона Восточных Кресов (Komitet Obrony Kresów Wschodnich). Под угрозой наступления войск Красной Армии (РККА) этот комитет 16 ноября 1918 г. обратился к Ю. Пилсудскому с просьбой об оказании военной помощи, федералистическая концепция восстановления Польши которого предусматривала контроль территории Литвы, Белоруссии и Украины с опорой на местные польские силы¹. Для этого формируется Литовско-Белорусская дивизия во главе с генералом Вацлавом Ивашкевичем. В её состав входили военнослужащие польской армии, которые происходили из Ковенской, Гродненской, Виленской, Сувалкской и Минской губерний [28, S. 67]. Начало боям положило противостояние между польским Комитетом Оборона, местными сторонниками социал-демократии Королевства Польского и Литвы (фактически местные большевики) и Государственным советом Литвы, который отстаивал провозглашённую в 1917 г. литовскую независимость. Левые эсдеки надеялись на быструю европейскую революцию, поэтому вопрос восстановления польской государственности считали маргинальным: «В период международной социальной революции, которая уничтожает основы капитализма,

¹ Львовский Областной Государственный Архив (далее – ЛОГА). Ф. 257. Оп. 2. Спр. 196. Л. 53.

польский пролетариат отвергает различные политические лозунги, такие как автономия, самостоятельность или самоопределение, основанные на развитии политических форм капиталистического времени ... Для международного лагеря социальной революции не существует вопроса границ; опираясь на международные интересы рабочего класса, мы исключаем какой-либо гнёт народа и устраняем основы конфликтов на народной и языковой почве на современных территориях, а также в отношении рассеянных, так называемых народных меньшинств» [28, S. 48]. Сторонникам революции удалось взять под свой контроль Вильно лишь с приходом регулярных воинских частей Красной Армии 5 января 1919 г. [4, с. 127]. Полномасштабные военные действия между польскими частями и РККА начались в феврале 1919 г. на территории Белоруссии и Литвы.

В то же время польские войска вели боевые действия в Восточной Галиции с войсками Западноукраинской Народной Республики и на Западной Волыни — с войсками Украинской народной Республики. Военно-материальная помощь Варшаве стран Антанты, в частности транспортирование в апреле 1919 г. из Франции хорошо обученной «Голубой армии» генерала Юзефа Галлера, стратегически предредило судьбу военного противостояния в пользу Польши. Интенсивная гражданская война в западных регионах бывшей Российской империи дала возможность Ю. Пилсудскому занять обширные территории Восточных Крэсов. Но достичь границ в 1772 г. не удалось. Эти планы было решено воплотить в 1920 г., начало которого ознаменовалось активными шагами польской дипломатии в сторону достижения взаимопонимания с противниками советской власти (С. Петлюрой, П. Врангелем, Б. Савинковым). В планы Ю. Пилсудского входило создание пояса буферных государств между Польшей и Россией «от Гельсингфорса до Тифлиса», которые должны были состоять в союзных отношениях с Варшавой [10, с. 15].

Советские лидеры с первых дней прихода к власти в 1917 г. активно использовали пропаганду для усиления собственных позиций и ослабления противника. Пропаганда и агитация были сильными инструментами большевистского движения с Первой мировой войны, следствием чего и стала их победа в борьбе за власть. Получив доступ к государственным средствам, среди которых были многочисленные типографии, телеграф, радио, большевики обрели практически неограниченные возможности реализации собственной политики. Их пропаганда старалась убедить население, что поход Красной Армии на запад возобновит контроль над Польшей, тогда как поляки-коммуни-

сты убеждали своих земляков в том, что красноармейские подразделения несут освобождение рабочим и крестьянам от ига национальной и международной буржуазии.

Стоит отметить, что РКП(б) использовала как «позитивные», так и «негативные» штампы. Обе группы имели чётко эмоционально окрашенные приёмы, вытекающие из партийной политики. В первом случае использовались такие определения, как «рабочие», «пролетариат», «красноармейцы»; во втором – «империалисты», «капиталисты», «буржуи». К концу 1918 г. понятием «империалисты» партийная пропаганда определяла как внутренних, так внешних врагов: «белогвардейцев», партии кадетов и монархистов, правительства Британии, Франции, США, Италии, Японии. С появлением после 1918 г. новых стран в Центрально-Восточной Европе (Mitteleuropa) пропаганда РКП(б) была вынуждена пересмотреть список стратегических врагов и союзников. В частности, возобновлённую Польшу, которая поддерживала тесные взаимоотношения с государствами Антанты, большевики называли «империалистической Польшей», «польским империализмом» или «жандармом европейской контрреволюционной буржуазии». Также использовался ярлык «панская Польша», что отсылало к исторической коллективной памяти украинцев, белорусов, литовцев, в меньшей мере россиян, ко времени Речи Посполитой XIV–XVIII вв., с её шляхетско-королевским строем. Нововведением было использование выражения «белополяки» с намерением отделить сторонников Ю. Пилсудского от поляков-коммунистов, поддерживавших внедрение советской модели государственности под руководством Ю. Мархлевского. Таким образом, с начала 1920 г. большевицкая пропаганда начала использовать применительно к Польше три обозначения: «империалистическая», «панская» и «белая».

Во время подготовки к кампании 1920 г. РКП(б) наряду с военными мероприятиями придавала важность идеологической борьбе, благодаря которой можно было на практике реализовать теоретические постулаты марксизма. Поэтому с переходом в наступление польско-украинских войск 25 апреля 1920 г. ВЦИК РСФСР опубликовал манифест «К польским рабочим, крестьянам и солдатам». В нём обращалось внимание на внезапность этого, а также польскому населению разъяснялись, с позиции РКП(б), подлинные причины войны: «Не верьте вашему правительству, если оно скажет вам, что вы защищаетесь от захватнических планов советского правительства ... Вы идёте проливать кровь за миллиарды, ссуженные русскому царизму французскими банкирами. Вы идёте завоёвывать для польских панов чужие земли ... Вы заклепываете

кандалы у себя на ногах и увековечиваете своё рабство». Манифест заканчивается призывом: «Долой польское правительство помещиков и капиталистов!», что открыто указывает на намерения совершить советизацию Польши [20, с. 158–159]. 30 апреля 1920 г. Л. Троцкий огласил тезисы «Польский фронт и наши задачи», в которых недвусмысленно говорил о победе: «Шляхта и буржуазия Польши будут разгромлены. Польский пролетариат превратит свою страну в социалистическую республику». Для реализации этой цели «все партийные, советские и профессиональные организации должны немедленно развернуть самую широкую и напряжённую агитацию по всей стране, не ограничиваясь городами, а доходя до самых глубоких деревенских низов, с целью разъяснения всему населению России смысла нашей политики в отношении Польши, истории наших попыток добиться мира, задачи польского наступления на нас и исторического смысла нашей войны с белогвардейской Польшей» [21]. Эти мероприятия обусловили подъём пропаганды в центральной и местной печати.

Журнал «Галицкий комуніст» – орган Галицийского Организационного Комитета (Галоргкома) КП(б)У в июле 1920 г. дал следующую характеристику состоянию политической работы накануне боевых действий в апреле того же года: «Увлечение настроениями мирной болтовни вообще очень плохо отразилось на Красной армии и особенно угрожающие негативные последствия дало в красных частях расположенных на противощляхецком фронте». Залог успешных операций Красной Армии летом 1920 г. галицийские коммунисты видели в том, чтобы «Рабоче-крестьянская власть расшатала тыл и крепкой рабоче-крестьянской рукой по-революционному «взяла за чуб» обывателя и заставила его работать на армию» [27, с. 21–22].

Эволюция парадигмы советской пропаганды во время конфликта с Польшей в 1919–1920 гг. была тесно связана с успехами и неудачами на фронтах. Её можно разделить на четыре периода: 1) январь 1919 – март 1920 гг.; 2) апрель–июнь 1920 г.; 3) июль–август 1920 г.; 4) сентябрь–октябрь 1920 г. Характерной чертой первого периода была марксистская пропаганда борьбы классов и неминемости мировой революции, в том числе и в Польше. Во втором периоде подчёркивалась неожиданность польского наступления, но фактически Советская Россия и Польша были в состоянии войны, без официального её провозглашения, с января 1919 г. Поэтому упор делался на подъём патриотических и национальных чувств с целью организации отпора агрессору, иногда доходившего до лозунгов типа «за единую, неделимую Красную Русь» [20, с. 31]. Следующий период был временем активной классовой пропаганды с за-

дачей убедить, в первую очередь польских военнослужащих, в бесцельности сопротивления войскам Рабоче-Крестьянской Красной Армии и необходимости создания «советской пролетарской» Польши, чтобы осуществить социальную трансформацию общества. Заключительный период из-за особенности отступления красноармейских войск отличался полным распадом системы ведения пропаганды. Исследователь П.В. Суслов дал следующую оценку действиям политорганов в условиях польского контрнаступления: «Нашим частям приходилось сталкиваться с качественно иным уже неприятелем: националистический туман застилал перед ним классово-освободительное знамя Красной армии» [20, с. 89]. Отличительными тенденциями этого периода были: усиление воздействия польской пропаганды на красноармейские подразделения и население Белоруссии, Волыни и Восточной Галиции; неудачные попытки получить поддержку местных жителей со стороны Польревкома и Галревкома; появление «оборонческих» настроений среди войск РККА (нежелание вести боевые действия на территории Польши и Галиции); отсутствие чёткой координации действий РКП(б) с КП(б)У и КПП (*Komunistyczna Partia Polski*); **неэффективность взаимодействия** военных политических органов с местной властью в условиях динамической смены ситуации на фронтах.

Советскую пропаганду можно разделить на военную, агитационно-разлагательную и гражданскую. Каждой из них были свойственны свои особенные методы воздействия. Военная пропаганда велась в рядах Красной Армии с целью поднятия боевого духа, стойкости и сопротивляемости вражеской пропаганде. Ответственность за это несли начальники политических отделов армии (Поармы) и дивизий (подивы). Среди польских армейских частей проводилась агитационно-разлагательная пропаганда, задача которой состояла в содействии росту дезертирства польских солдат и переходу их на сторону Красной Армии. Наиболее распространённой была пропаганда среди гражданского населения, которое убеждали в необратимости и неминуемости социалистических преобразований. Результатом должна была стать поддержка советской власти местным населением, особенно прифронтовой полосы.

Мероприятия пропаганды, в зависимости от целевого объекта, условий ведения и способов реализации, условно можно разделить на контактные и бесконтактные. К первой группе правомерно отнести работу политработников в войсках и с местным населением: организация митингов, демонстраций, сборов, встреч, спектаклей, концертов; проведение «субботников» и «воскресников», «недель помощи фронту»; помощь в сборе урожая, восстановление промышленных объектов

и транспортных коммуникаций; борьба с мародёрами и дезертирами, которые повышали криминогенность тыла [26, с. 396–405]². К бесконтактным можно отнести распространение информации через прессу, расклеивание листовок и воззваний³, сбрасывание листовок с аэропланов и радиообращения [5, с. 64–65].

Наибольшее внимание отводилось визуальной пропаганде и агитации, поскольку она быстрее достигала поставленной задачи и давала наилучшие результаты. К ней относятся плакаты, почтовые открытки и марки, обложки книг. Тиражи некоторых из них достигали сотен тысяч экземпляров. Для этого активно использовались возможности военного ведомства, располагавшего всеми необходимыми материалами и возможностями. Авторами советских плакатов были: Дмитрий Моор (Орлов), получивший звание «героя карандаша и кисти», Виктор Дени, Владимир Маяковский, Михаил Черемных, Иван Малютин, Михаил Волков [29]. Антипольская пропаганда достигла высшей точки в 1920 г. Польша «подавалась» как целиком подчинённая Франции и интересам других стран Антанты, ярким примером чего может быть плакат В. Дени «Ясновельможная Польша последняя собака Антанты». Чаще всего на плакатах рисовался облик Ю. Пилсудского, в мундире польского легионера, с длинными усами и большим животом, как олицетворение буржуазии. Изображение «начальника» польского государства было для советской пропаганды тождественным некоммунистической Польше. Об эффективности советской пропаганды говорили и польские оппоненты. Стоит отметить, что Советская Россия вела тотальную войну, охватывающую все стороны общественной жизни.

Польская сторона начала пропагандистские мероприятия практически сразу после восстановления польского государства. Так, в феврале 1919 г. польская власть на территории Львова, находившегося в окружении войск Галицкой Армии, которых поляки именовали «большевиками» и «гайдамаками», распространяла листовки с призывами к местному польскому населению о патриотизме в обороне города⁴. Весной 1919 г. состоялась первая конференция, на которой обсуждалась организация военной антибольшевистской пропаганды. Её результатами стало проведение лекций по основам пропаганды и агитации, выпуск плакатов, листовок, почтовых открыток. Был объявлен конкурс по

² Тернопольский Областной Государственный Архив. Ф.Р-2369. Оп.1. Спр.25. Л. 1, 13, 21, 54, 77, 80, 84, 101, 108.

³ Львовская национальная научная библиотека Украины им. В. Стефанька. Отдел рукописей. Ф. ОН-251. Папка. 1. Л. 4, 5, 9; ЛОГА. Ф. 257. Оп. 2. Спр. 190. Л. арк.47-52.

⁴ ЛОГА. – Ф. 257. Оп. 2. Спр. 196. Л. 8.

написанию пропагандистских материалов. Но общие основы польской агитации не были тщательно разработаны. К этой работе были привлечены многие известные писатели, художники, музыканты, актёры. В частности, Эдмунд Бартоломейчик, Владислав Теодор Бенда, Владислав Скочиляс и многие другие. В то же время многие авторы материалов, разработанных в этот период, остались анонимными [29].

Ведущими идеями польской пропаганды были обращения к национальному самосознанию поляков, призывы к борьбе за воссозданное польское государство, вступление в армию под лозунгом: «К оружию!», «Все на фронт!», «Вступайте в добровольческую армию!», «Победа зависит от нас!». Советскую Россию часто отождествляли с царской Россией в связи с планами захвата польских земель, что было действенным аргументом июля-августа 1920 г., когда части Красной Армии пребывали на этнических польских территориях. Популярна была идеализация польского солдата, которого представляли примером добродетели и отваги. Прославлялись военные успехи Юзефа Пилсудского и Юзефа Галлера. Но польская пропаганда, как правило, не использовала изображения своих лидеров. Интересно, что Ю. Пилсудский значительно чаще появлялся на большевистских плакатах, чем на польских.

Кроме польскоязычных агитационных материалов существовали листовки, плакаты и воззвания на украинском и белорусском языках, а также обращения к гуцулам, которых, как и большевики, через бытовую культуру выделяли в отдельную группу населения [25, с. 78–79]. Довольно часто на листовках и плакатах были антисемитские высказывания: «Снова еврейские руки? Нет, никогда!». Это было свидетельством распространённого среди поляков бытового антисемитизма, чему способствовала внутренняя политика Австро-Венгрии и Российской империи [6, с. 68–72, 131–134]. Так, один из лидеров Польской Национально-Демократической партии Игнаци Дашински, который в конце 1918 г. возглавлял Люблинское Временное народное правительство, ещё накануне Первой мировой войны, в австрийском рейхсрате заявлял, что «не признавал ни еврейской нации, ни её языка и прав на культурную автономию» [6, с. 131]. Частично это также можно объяснить откровенным ожиданием еврейским населением прихода войск Красной Армии. Польские листовки и плакаты на русском языке предназначались для распространения среди красноармейцев: «Арестовывайте красных комиссаров и сопровождайте их на польскую сторону, за что вас ждет свобода и большое денежное вознаграждение». Достаточно распространены были «пропуска через фронт», адресованные красноармейцам⁵.

⁵ЛОГА. Ф. 257. Оп. 2. Спр. 196. Л. 52–53.

Польский агитационный плакат представлял бойцов РККА и коммунистов в виде кровавых существ красного цвета, напоминающих дракона. Рядом изображались сцены уничтожения большевиками польских сел и костёлов, с комментариями: «Враг подходит – смотри что несет!». Всё вместе суммировалось призывами к вступлению в польское войско или к участию в государственной денежной ссуде, с целью избежать апокалиптической реальности. Зачастую воинов-большевиков представляли в виде дикого и жестокого казака с ножом или плёткой в окровавленных руках. Такие персонажи на головных уборах имели пятиконечную звезду красного цвета. Большевистские комиссары чаще всего изображались в виде евреев со звездой Давида. Также использовался аллегорический образ смерти с косой, который должен был напоминать рядовым гражданам о смерти, голоде, разорении, мучениях – о всём том, что, по мнению польских агитаторов, олицетворяло большевистский режим. Чаще всего облик советской власти представляли изображения Троцкого или Ленина.

Вместе с тем поляки подавались как носители добродетелей, спокойствия, порядка, свободы, братства и достатка. В то же время польская пропаганда угрожала всем, кто уклонялся от обороны польского государства или делал попытки остаться в стороне. Используя негативное отношение большевиков к религии, польская пропаганда взяла на вооружение тему борьбы добра и зла. Польские солдаты (как правило, в мундирах формирований легионеров времен Первой мировой войны) изображались защитниками от «слуг Дьявола» с Востока. Римско-католическое духовенство присоединилось к антибольшевистской пропаганде, издавая пастырские воззвания с призывами к защите церкви от коммунистов-атеистов.

Польская пропаганда фактически возникла только в канун решающих битв 1920 г. Этому способствовал политический раскол внутри польской общественности, сделавший невозможной своевременную планомерную подготовку к эффективному противостоянию с таким грозным противником, как Советская Россия. Лишь под угрозой непосредственного военного поражения политические партии Польши смогли консолидировать свои усилия против общего врага. К наиболее эффективным результатам стоит отнести достаточно успешную кампанию по набору добровольцев в войска, решившую судьбу битвы под Варшавой. Главным лозунгом была оборона независимости возрождённой польской государственности, достигшим своей цели и вызвавшим мощный патриотический подъём среди польской общественности.

Подводя итоги, можно констатировать, что общим для обеих противоборствующих сторон было привлечение к пропаганде больших ресурсов, в том числе творческой интеллигенции. Приёмы, которые использовались сторонами, были практически идентичными, что можно объяснить быстрым усвоением технологий противника. Имеются элементы тотального использования всех имеющихся средств для победы, что особенно свойственно гражданским конфликтам.

Советская пропаганда в 1919–1920 гг. в полной мере не достигла ожидаемого результата. Руководитель Галицийского революционного комитета (Галревкома) В. Затонский в телеграмме от 23 сентября 1920 г. на имя В.И. Ленина сделал следующий вывод: «К такому серьёзному делу, как перенос социальной революции и советской власти в Европу, хоть и нищей, мы были плохо готовы...» [24, с. 14]. Локальные успехи, благодаря удачному использованию национальных аспектов советскими политорганами в Белоруссии и Восточной Галиции, не смогли радикально изменить военно-политическую ситуацию в пользу Красной Армии.

Польская модель пропаганды выражалась в стремлении внедрить в общество социально-культурную модель, с упором на возрождение польской государственности, используя идеализацию солдат как шляхты и защитников католицизма, позволив этим резко поднять национальный дух польской нации и отстоять свою независимость.

Советская сторона делала упор на другой образец, который можно определить как психоэмоциональная модель. В центр её был поставлен пролетарий как динамическая составляющая социума революционной эпохи, тип классового пассионария с исторической миссией нанести решающий удар мировой буржуазии и польской модели пропаганды в частности. Успехи и просчеты информационного обеспечения военной кампании 1920 г. были учтены и использованы советской стороной во время занятия западноукраинских и западнобелорусских территорий в 1939 г.

Литература:

1. *Артёмов В.* По тылам психологической войны. – М.: Молодая гвардия, 1973. – 206 с.
2. *Бахурин Ю.А.* О первых братаниях с противником в годы первой мировой войны // Вопросы истории. – 2010. – № 12. – С. 167–168.
3. *Войтасик Л.* Психология политической пропаганды. – М.: Прогрес, 1981. – 278 с.
4. *Грицкевич А.П.* Западный фронт РСФСР 1918–1920. Борьба между Россией и Польшей за Белоруссию. – Минск: Харвест, 2010. – 496 с.

5. **Документы внешней политики СССР (в 24 томах).** – Т. 3. – М.: Госиздат Политической литературы, 1959. – 724 с.
6. *Дубнов С.М.* Евреи в России и Западной Европе в эпоху антисемитской реакции (в трех книгах) // История евреев Западной Европы в эпоху антисемитской реакции (1881–1914). Книга 3. – Москва–Петроград: Издательство Л.Д. Френкель, 1923. – 377 с.
7. *Зазворка Г.* Психологическая война НАТО (Организация, способы и методы ведения психологической войны). – М.: Военное издательство Министерства обороны СССР, 1963. – 312 с.
8. *Звонарёв К.К.* Агентурная разведка: Германская агентурная разведка до и во время войны 1914–1918 гг. (в двух книгах). – Кн. 2. – М.: БДЦ-пресс, 2003. – 224 с.
9. *Живейнов Н.* Операция PW. «Психологическая война» американских империалистов. – М.: Издательство политической литературы, 1966. – 296 с.
10. *Какурин Н., Меликов В.* Гражданская война в России: Война с белополяками. – М.: АСТ; СПб.: Terra Fantastica, 2002. – 730 с.
11. *Лайнбарджер П.* Психологическая война. – М.: Военное издательство Министерства обороны СССР, 1962. – 352 с.
12. *Миронов В.В.* Информационная политика в Австро-Венгрии в годы первой мировой войны // Вопросы истории. – 2010. – № 4. – С. 62–77.
13. *Николаева М.Ф.* Советский плакат (1917–1941): между искусством и медийной технологией // Общество. Среда. Развитие («Terra Humana»). – Санкт-Петербург. – 2012. – № 3 (24). – С. 129–132.
14. *Окороков А.* Особый фронт. Немецкая пропаганда на Восточном фронте в годы Второй мировой войны. – М.: Русский путь, 2007. – 280 с.
15. *Проблемы социальной психологии и пропаганды.* – М.: Издательство политической литературы, 1971. – 183 с.
16. *Панарин И.Н.* Информационная война, PR и мировая политика. – М.: Горячая линия-Телеком, 2006. – 352 с.
17. *Панарин И.Н.* СМИ, пропаганда и информационные войны. – М.: Поколение, 2012. – 336 с.
18. *Панарин И.* Технология информационных войн. – М.: КСП+, 2003. – 320 с.
19. *Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникация убеждения» и мобилизационные механизмы / А.А. Лившин, И.Б. Орлов.* – М.: РОССПЭН, 2007. – 806 с.
20. *Суслов П.В.* Политическое обеспечение советско-польской кампании 1920 года. – М.-Л.: Госиздат Отдел военной литературы, 1930. – 174 с.
21. *Троцкий Л.* Польский фронт и наши задачи [Электронный ресурс] // Троцкий Л. Сочинения. – Т. 17. – Часть 2. – М.-Л., 1926. – URL: <http://www.magister.msk.ru/library/trotsky/trotl778.htm> (дата обращения: 21.05.2013)
22. *Арон Р.* Мир і війна між націями. – Київ: МП “Юніверс”, 2000. – 688 с.
23. *Грідіна І.* Радянська пропаганда та агітація як чинник духовного життя населення України під час Другої Світової війни // Історичні і політологічні

дослідження. Збірник наукових праць. – Донецьк. – 2008. – Випуск 3-4. – С. 97–109.

24. *Деревянко С.* «Галицьке дійство скінчилося...» // Наука і суспільство. – 1989. – № 11. – С. 13–15.

25. До гуцулів і всіх бідняків Прикарпаття // Західня Україна. – Харків. – 1930. – № 9. – С. 78–79.

26. Під прапором Жовтня. Вплив Великої Жовтневої Соціалістичної революції на піднесення революційного руху в Західній Україні (1917–1920 рр.). Документи й матеріали / О.Ю.Карпенко. – Львів: Книжково-Журнальне видавництво, 1957. – 692 с.

27. *Радиша В.* Шляхецька авантюра // Галицький комуніст (Орган Галицького Організаційного Комітету КП(б)У). – Ч. 1. – 1920. – С. 21–22.

28. *Jowett G., O'Donnell W.* Propaganda and Persuasion. – Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE, 2012. – 396 p.

29. *Lasswell H.* The Strategy of Soviet Propaganda // Proceeding of the Academy of Political Science. – 1951. – Vol. 24. – P. 66–78.

30. *Macdonald S.* Propaganda and Information Warfare in the Twenty-First Century. Altered images and deception operations. – London – New-York: Routledge Taylor & Francis Group, 2007. – 204 p.

31. *Welch D.* Germany, Propaganda and Total War, 1914-1918. The Sins of Omission. – New Brunswick-New Jersey: Rutgers University Press, 2000. – 355 p.

32. *Willcox D.* Propaganda, the Press and Conflict. The Gulf War and Kosowo. – London-New York, Routledge, 2005. – 210 p.

33. *Czubiński A.* Walka o granice wschodnie Polski w latach 1918-1921. – Opole: Instytut Śląski w Opolu, 1993. – 315 s.

34. *Jasiukiewicz E.* 1920 rok w propagandzie [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.eswiatowid.pl/Aktualno%C5%9Bci/tabid/158/ItemId/32929/Default.aspx>. (дата обращения: 20.05.2013).

35. *Lukomski G.* Walka Rzeczypospolitej o kresy północno-wschodnie 1918–1920. Polityka i działania militarne. – Poznań-Warszawa: Wydawnictwo Naukowe, 1994. – 182 s.

36. *Pratkanis A., Aronson E.* Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2004. – 347 p.

37. *Śleszyński W.* Okupacja sowiecka na Białostocczyźnie w latach 1939-1941. Propaganda i indoktrynacja. – Białostok: Agencja Wydawnicza Benkowski Białostockie Towarzystwo Naukowe, 2001. – 594 s.