

Grzegorz Joniec  
(Oddział Instytutu Pamięci Narodowej w Lublinie)

### Antypolskie kampanie prasowe w sowieckiej prasie polskojęzycznej w latach 1939-1941

Przedmiotem niniejszej publikacji jest próba rekonstrukcji obrazu II Rzeczypospolitej, który był kreowany w sowieckiej prasie polskojęzycznej wydawanej w latach 1939-1941 na zaanektowanych polskich ziemiach wschodnich. Opis agresji, a następnie aneksji wspomnianych ziem, był przedmiotem badań wielu historyków, wystarczy tutaj wspomnieć prace Jana Tomasza Grossa<sup>1</sup>, Albina Głowackiego<sup>2</sup>, Wojciecha Śleszyńskiego<sup>3</sup> czy Adama Sudola<sup>4</sup>. Nieco skromniej prezentują się badania nad prasą polskojęzyczną wydawaną przez sowieckiego okupanta na wspomnianych ziemiach. Należy tutaj wspomnieć o pracach Agnieszki Cieślikowej<sup>5</sup>, Bogusława Gogola<sup>6</sup>, Joanny Chłosty<sup>7</sup>, Donaty Karolkiewicz<sup>8</sup> czy Bartłomieja Bernackiego<sup>9</sup>. Godne uwagi są także prace odnoszące się do całości prasy sowieckiej, a nie

---

<sup>1</sup> J. T. Gross, *Revolution from Abroad; The soviet Conquest of Poland's Western Ukraine and Western Belorussia*, Princeton 1988; tenże, *Studium zniewolenia. Wybory październikowe 22 X 1939*, Kraków 1999.

<sup>2</sup> A. Głowacki, *Sowieci wobec Polaków na ziemiach wschodnich II Rzeczypospolitej 1939-1941*, Łódź 1998.

<sup>3</sup> W. Śleszyński, *Okupacja sowiecka na Białostoczczyźnie 1939-1941. Propaganda i indoktrynacja*, Białystok 2001.

<sup>4</sup> A. Sudoł, *Początki sowietyzacji Kresów Wschodnich. Jesień 1939*, Bydgoszcz 1996.

<sup>5</sup> A. Cieślikowa, *Prasa okupowanego Lwowa*, Warszawa 1997.

<sup>6</sup> B. Gogol, *Czerwony Sztandar. Rzecz o sowietyzacji ziem Małopolski Wschodniej*, Gdańsk 2000.

<sup>7</sup> J. Chłosta, *Polskie życie literackie we Lwowie w latach 1939-1941 w świetle oficjalnej prasy polskojęzycznej*, Olsztyn 2000.

<sup>8</sup> D. Karolkiewicz, „Wolna Łomża”. *Oblicze radzieckiej polityki i propagandy w Łomżyńskim w okresie 1939-1941*, Łomża 2002.

<sup>9</sup> B. Bernacki, *Wybory do Zgromadzenia Ludowego zachodniej Białorusi 22 października 1939 r. Kampania wyborcza w prasie polskojęzycznej*, „Białoruskie Zeszyty Historyczne” nr 20, s. 152-172; tenże, *Organizacja i funkcjonowanie sowieckiego rynku prasowego na ziemiach północno-wschodnich II RP w latach 1939-1941*, „Białoruskie Zeszyty Historyczne” nr 22, s. 77-112.

tylko polskojęzycznej, wspomnieć tutaj należy Petera Keneza<sup>10</sup> i Matthew E. Lenoe<sup>11</sup> oraz Joannę Korzeniewską-Berczyńską<sup>12</sup>.

Praca niniejsza opiera się na przyjęciu dwóch podstawowych założeń. Po pierwsze, w pełni aprobuję tezę większości badaczy systemu komunistycznego, która głosi, że

„[...] propaganda była niewątpliwie, obok terroru, jednym z dwóch głównych filarów systemu komunistycznego<sup>13</sup>. Po drugie, zgadzam się z tezą Jerzego Bralczyka głoszącą, że język jest środkiem (narzędziem) polityki, więc badanie języka może być jednym ze środków prowadzących do poznania przynajmniej pewnych aspektów polityki”<sup>14</sup>.

W kręgu językoznawców przyjęło się definiować język polityki jako funkcjonalną odmianę języka ogólnego stosowaną w tekstach, które:

1. są wytwarzane przez polityków,
2. są adresowane do wszystkich użytkowników języka ogólnego,
3. dotyczą sfery polityki,
4. odznaczają się dominacją funkcji perswazyjnej<sup>15</sup>.

Większość sowietologów jest zdania, że system komunistyczny był systemem mobilizacyjnym i cecha ta odróżniała go od zwykłej dyktatury. Część badaczy jest skłonna utrzymywać, że ustawiczna i udana mobilizacja społeczeństwa miała potwierdzać legitymizację komunistycznej władzy<sup>16</sup>. Zagrożenie ze strony wrogów - dla propagandy nie było istotne czy zagrożenie to było prawdziwe czy nie - miało mobilizować społeczeństwo dla poparcia nowej władzy<sup>17</sup>. Czołowi teoretycy propagandy komunistycznej wskazywali, że jedna z jej funkcji polega na „mobilizowaniu społeczeństwa do aktywnego współuczestnictwa w życiu społecznym, ekonomicznym i politycznym”<sup>18</sup>. Niepoślednią funkcję w tej mobilizacji pełniła polskojęzyczna prasa, która była wydawana od pierwszych dni sowieckiej agresji na Polskę, a miejsce jej redagowania przenoszono wraz z posuwającą się ku zachodowi Armią Czerwoną. Prasę sowiecką cechowała pewna kampanijność. Jeżeli długofalowym celem tej prasy było wychowanie sowieckiego człowieka, to cele krótkofalowe były różne. Owa kampanijność charakteryzowała się ograniczonym w czasie zmobilizo-

<sup>10</sup> P. Kenez, *The Birth of the Propaganda State. Soviet Methods of Mass Mobilization, 1917–1921*, Cambridge 1985.

<sup>11</sup> M. Lenoe, *Agitation, Propaganda and the „Stalinization” of the Soviet Press, 1922–1930*, Pittsburgh 1998.

<sup>12</sup> J. Korzeniewska-Berczyńska, *Sowietyzacja języka rosyjskiego*, Warszawa 1991.

<sup>13</sup> Ł. Kamiński, *Struktury propagandy w PRL*, [w] *Propaganda w PRL*, red. P. Semków, Gdańsk 2004, s. 10.

<sup>14</sup> J. Bralczyk, *O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych*, Warszawa 2001, s. 15.

<sup>15</sup> B. Walczak, *Co to jest język polityki*, [w] *Język a kultura*, t. 11, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, s. 20.

<sup>16</sup> D. Beetham, *The Legitimation of Power*, Hong Kong 1991; P. Kenez, *The Birth of the Propaganda State. Soviet Methods of Mass Mobilization, 1917–1921*, Cambridge 1985.

<sup>17</sup> M. Zaremba, *Komunizm jako system mobilizacyjny: casus Polski*, [w] *Komunizm. Ideologia, system, ludzie*, red. T. Szarota, Warszawa 2001, s. 116 i n.

<sup>18</sup> *Teoria i praktyka propagandy*, red. A. Kosecki, S. Kuśmierski, Warszawa 1985, s. 29.

waniem sił i środków, które miały służyć realizacji doraźnego celu. W przypadku sowieckiej aneksji polskich ziem wschodnich tym celem była legitymizacja bezprawnego zajęcia i włączenia we własny system państwowy terytoriów prawnie należących do innego państwa. Inkorporacja ta była oparta o trzykrotnie przeprowadzone „wybory” na zajętych ziemiach.

Z chwilą zajęcia Kresów Wschodnich przez Armię Czerwoną powstawały komitety rewolucyjne (rewkomy), które starały się przejąć dotychczasowe kompetencje władz polskich. Komitety te, zakładane z inicjatywy miejscowych komunistów, swoją aktywność ograniczały do witania wkraczających wojsk sowieckich i niekiedy do krwawych porachunków z Polakami. Wkraczająca Armia Czerwona otrzymała wytyczne, które między innymi zobowiązywały dowódców poszczególnych jednostek do powołania zarządów tymczasowych w miastach i komitetów chłopskich na wsiach<sup>19</sup>. W celu tworzenia tych struktur lokalni dowódcy wojskowi „zwoływali” wiece miejscowej ludności, która „spontanicznie akceptowała” kandydatury przygotowane przez wydziały polityczne Armii Czerwonej. W skład zarządów tymczasowych i komitetów chłopskich wchodziłi przedstawiciele wojskowego aparatu politycznego, funkcjonariusze NKWD oraz przedstawiciele partii, a niekiedy komunizujący miejscowy chłop lub robotnik. Struktury te miały stwarzać fikcję sprawowania władzy przez instytucje samorządowe, które jakoby powstały w wyniku spontanicznej rewolucji miejscowej ludności. Jednak powołanie zarządów tymczasowych było jedynie pierwszym krokiem w kierunku inkorporacji Kresów Wschodnich do Związku Radzieckiego.

Biuro Polityczne KC WKP (b) 1 października 1939 r. podjęło decyzję, że należy przeprowadzić na zajętych terenach wybory i powołać tzw. zgromadzenia ludowe, które formalnie wystąpią o „przyjęcie” w skład ZSRR. W dokumencie czytamy, że

„Zgromadzenia Ludowe powinny: 1. Zatwierdzić przekazanie ziemi obszarnej komitetom chłopskim; 2. Rozstrzygnąć kwestię charakteru tworzonej władzy, tzn. czy powinna to być władza radziecka czy burżuazyjna; 3. Rozstrzygnąć kwestię wejścia w skład ZSRR, tzn. o wejściu ukraińskich obwodów w skład USRR i o wejściu białoruskich obwodów w skład BSRR; 4. Rozstrzygnąć kwestie nacjonalizacji banków i wielkiego przemysłu”<sup>20</sup>.

Pomimo że decyzja o powołaniu zgromadzeń ludowych zapadła na Kremlu znacznie wcześniej, to oficjalnie z inicjatywą miały wystąpić zarządy tymczasowe Białegostoku i Lwowa - ciągle utrzymywano fikcję inicjatyw oddolnych.

W tym duchu organizowano tysiące spotkań, na których wyłaniano kandydatów na delegatów do tzw. zgromadzeń ludowych. Prawo wysuwania kandydatów przysługiwało: „komitetom chłopskim, zarządom tymczasowym, zebraniom

<sup>19</sup> A. Głowacki, *Sowieci wobec Polaków...*, s. 44 i n.; W. Śleszyński, *Okupacja sowiecka...*, s. 55–57.

<sup>20</sup> „Zachodnia Białoruś” 17 IX 1939 - 22 VI 1941, red. W. Adamusko, [przekł. z ros.] M. M. Motyl-Blinczyk, t. 1 pt. *Wydarzenia i losy ludzkie. Rok 1939*, Warszawa 1998, dokument 33, s. 155.

gwardii robotniczej, zebraniom inteligencji”<sup>21</sup>. Ten sam dokument precyzuje hasła pod jakimi należy prowadzić kampanię wyborczą, a mianowicie: „ustanowienia władzy radzieckiej na terytorium Zachodniej Ukrainy i Zachodniej Białorusi, wejścia Ukrainy w skład USRR i zachodniej Białorusi w skład BSRR, aprobaty dla konfiskaty ziemi obszarnej, żądania nacjonalizacji banków i wielkiego przemysłu”<sup>22</sup>.

Celem sowieckiej maszyny propagandowej, której znaczącym fragmentem była polskojęzyczna prasa, było zatem zmobilizowanie ludności zajętych po 17 września terenów II RP do wzięcia udziału w farsie wyborczej, która miała legitymizować sowieckie aneksje<sup>23</sup>.

Pierwszą polityczną kampanią prasową była mobilizacja do udziału w głosowaniu 22 października w 1939 roku w fikcyjnych wyborach do tzw. zgromadzeń ludowych. Wyłonione tym sposobem Zgromadzenie Ludowe Zachodniej Białorusi oraz Zgromadzenie Ludowe Zachodniej Ukrainy proklamowało powstanie władzy sowieckiej na omawianych terenach oraz wysłało wiernopoddańcze depeche o włączeniu w obręb ZSRR.

Kolejnym etapem „procedury” aneksyjnej było podjęcie decyzji o przeprowadzeniu wyborów do rad najwyższych ZSRR, BSRR i USRR<sup>24</sup>. Ostatecznie wybory przeprowadzono na zaanektowanych terenach 24 marca 1940 r., a za oficjalny początek kampanii należy uznać 24 stycznia 1940 r. Była to druga wielka polityczna kampania prasowa.

Zdaniem Albina Głowackiego „od strony formalnej przebudowę organów władzy na włączonych do USRR i BSRR ziemiach wschodnich II Rzeczypospolitej zakończyły wybory do rad terenowych”<sup>25</sup>. Datę wyborów wyznaczono na 15 grudnia 1940 r., a początek oficjalnej kampanii na 15 października 1940 r. Mobilizacja do „samorządowych wyborów” była trzecią, a zarazem ostatnią, kampanią polityczną na łamach polskojęzycznej sowieckiej prasy.

Michał Głowiński, pisząc o „Krótkim kursie historii WKP(b)”, wskazuje na quasi religijny charakter tej książki, którą traktuje jako „epopeję walki z heretykami”<sup>26</sup>. Dzieło to zawiera w sobie „swoistą dialektykę diabła”, gdzie rolę diabła pełni przeciwnicy partii, ale „diabeł nie może sobie bezkarnie hasać, ma przeciw sobie partię”<sup>27</sup>. Ten dychotomiczny obraz świata, typowy dla opowieści mitycznych, występuje w nie tylko w *Krótkim kursie*, ale w całej komunistycznej propagandzie. Wspomniana *dialektyka diabła* nakazuje traktować przeciwników komunistycznej partii jako przedstawicieli absolutnego zła, a samą partię jako wcielenie absolutnego dobra. Jak w każdej opowieści mitycznej zwycięstwo należy do przedstawicieli

---

<sup>21</sup> Tamże.

<sup>22</sup> Tamże.

<sup>23</sup> J. T. Gross, *Studium zniewolenia. Wybory październikowe 22 X 1939*, Kraków 1999. Cała ta praca jest poświęcona analizie pierwszych „wyborów”, które przeprowadzono po bezprawnej aneksji Kresów.

<sup>24</sup> A. Głowacki, *Sowieci wobec Polaków...*, s. 91 i n.

<sup>25</sup> Tamże, s. 119.

<sup>26</sup> M. Głowiński, *Rytuał i demagogia. Trzynaście szkiców o sztuce zdegradowanej*, Warszawa 1992, s. 31 i n.

<sup>27</sup> Tamże, s. 36.

świata dobra, a w omawianym przypadku do partii komunistycznej, która „[...] przeznaczona jest jednak do zwycięstw. Przeznaczona wyrokiem Historii”<sup>28</sup>.

Omawiane w niniejszym artykule kampanie prasowe w swojej konstrukcji nawiązują bezpośrednio do owej *dialektyki diabła*. Mirosława Marody, analizując obraz świata kreowanego przez propagandę, wskazuje, że koncepcja wroga zagrażającego państwu i społeczeństwu należy do najważniejszych kategorii tej propagandy<sup>29</sup>. Inną, równie ważną kategorią tej propagandy jest koncepcja państwa i jego władzy jako instytucji nadrzędnych i opiekuńczych w stosunku do obywateli<sup>30</sup>. Walka pomiędzy partią a jej wrogami opisywana jest przy pomocy spiskowej wizji mechanizmów polityki - jest to trzecia kluczowa kategoria świata kreowanego przez propagandę komunistyczną w ujęciu M. Marody. Wszystkie te trzy kategorie występują w *dialektyce diabła*, gdzie komunistyczna partia walczy ze spiskami autorstwa jej wrogów. Michał Głowiński pisze:

„Upodobniony do diabła wróg, traktowany jest nader schematycznie, jeśli odznacza się jakimiś cechami jednostkowymi, to wyłącznie w pomnażaniu zła. Nigdy zresztą nie reprezentuje tylko siebie, zawsze – jak przystało na opowieść, której podstawą jest spiskowa wizja dziejów – ktoś za nim stoi”<sup>31</sup>.

We wszystkich omawianych tutaj trzech kampaniach propagandowych mamy do czynienia z podobnym schematem działania przedstawicieli sowieckiej władzy. Każda kampania jest poprzedzona przez próby mobilizacji społeczeństwa przeciwko zagrożeniu ze strony wroga, który jest przedstawiany w istic diaboliczny sposób. Reżyserowie poszczególnych kampanii kreują koncepcję wroga zagrażającego państwu i społeczeństwu. Kolejnym krokiem w kampanii jest dokonanie wielowymiarowej dyskredytacji wroga. W sowieckich kampaniach politycznych, których głównym celem była legitymizacja podboju wschodniej Polski, takim podstawowym wrogiem była II Rzeczpospolita. Omawiane tutaj kampanie rozpoczynały się od wielowymiarowej dyskredytacji „byłego państwa polskiego”, aby następnie przejść do wychwalania zalet życia w sowieckim *raju*. Akceptacja tezy Jerzego Bralczyka głoszącej, że „język jest środkiem (narzędziem) polityki, więc badanie języka może być jednym ze środków prowadzących do poznania przynajmniej pewnych aspektów polityki”, prowadzi do dyrektywy metodologicznej nakazującej analizę języka komunistycznej propagandy<sup>32</sup>.

Nie wnikając w szczegółowe analizy sowieckiego rynku prasowego należy zaakceptować tezę B. Bernackiego, że prasa była jednym z narzędzi służących sowietyzacji zaanektowanych ziem<sup>33</sup>.

<sup>28</sup> Tamże.

<sup>29</sup> M. Marody, *Język propagandy i typy jego odbioru*, Warszawa 1984. s. 5 i n.

<sup>30</sup> Tamże.

<sup>31</sup> M. Głowiński, *Rytuał i demagogia...*, s. 36.

<sup>32</sup> J. Bralczyk, *O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych*, Warszawa 2001, s. 15.

<sup>33</sup> B. Bernacki, *Organizacja i funkcjonowanie sowieckiego rynku prasowego na ziemiach północno-wschodnich II RP w latach 1939–1941*, „Białoruskie Zeszyty Historyczne” nr 22, s. 77.

Przedmiotem analizy w niniejszym artykule są kampanie propagandowe prowadzone na łamach gazet i czasopism wydawanych przez sowieckiego okupanta w języku polskim. Przedmiotem analizy uczyniłem następujące organy prasowe: 1) „Słowo Żołnierza” (dalej: SŻ) przekształcone w „Czerwony Sztandar” (dalej: CzSz) i na stałe wydawane we Lwowie przez okres 1939–41; 2) „Wyzwolony Białystok”, zastąpiony wkrótce przez „Wolną Pracę” wydawaną w Białymstoku przez okres 1939–41; 3) „Wolna Łomża” (dalej: WŁ) wydawana w Łomży przez cały okres 1939–41; 4) „Sztandar Wolności” wydawany w Mińsku od października 1940 r. do czerwca 1941 r.

Komunistyczne kampanie prasowe cechowała nie tylko mobilizacja sił i środków, ale także użycie emocjonalnego języka w jego perswazyjnej funkcji. W literaturze przedmiotu nowomowa doczekała się wielu definicji i szczegółowych analiz. Większość badaczy definiuje ją poprzez wskazywanie na jej charakterystyczne cechy, do których zdaniem Michała Głowińskiego<sup>34</sup>, należą:

- antykomunikacyjność – wykluczająca jakąkolwiek wymianę informacji. W języku totalitarnym dominuje jego perswazyjna funkcja. Odbiorca w tym dyskursie jest bierny. Ma przyjąć to co mu arbitralnie podaje nadawca, a na dodatek uznać to za swoje przemyślenia,

- konstruowanie „niepodmiotowej koncepcji podmiotu” – utrudniająca, a wręcz uniemożliwiająca jakąkolwiek polemikę lub krytykę. *Demaskować i paraliżować knowania wrogów*<sup>35</sup> oraz inny cytat: *Bezlitośnie demaskować wrogów ojczyzny*<sup>36</sup> - oto przykłady omawianej konstrukcji,

- tworzenie dychotomicznych podziałów „my – oni” – każda władza stara się wmówić rządzonemu, że występuje w ich imieniu. W przekazie propagandowym stara się o to, aby odbiorca w pełni identyfikował się z nadawcą. W nowomowie „my” oznacza zarazem i odbiorcę i nadawcę, a kategorię „oni” prasa sowiecka zastrzega dla osób i instytucji *byłego państwa polskiego*,

- wartościowanie – oznaczające, że w nowomowie nie ma informacji neutralnych. Szeroka gama stosowanych tutaj środków stylistycznych zostanie omówiona w dalszej części artykułu, ale nadmienić należy, że do najczęściej stosowanych należały ironia, metafora, eufemizm czy kakofemizm,

- spiskowa teoria dziejów - omawiany w niniejszym wystąpieniu obraz wroga w swojej konstrukcji nawiązuje bezpośrednio do owej *dialektyki diabła*. M. Marody, analizując obraz świata kreowanego przez propagandę, wskazuje, że koncepcja wroga zagrażającego państwu i społeczeństwu należy do najważniejszych kategorii tej propagandy<sup>37</sup>. Walka pomiędzy partią a jej wrogami opisywana jest przy pomocy spiskowej wizji mechanizmów polityki - jest to trzecia kluczowa kategoria świata kreowanego przez propagandę komunistyczną w ujęciu M. Marody. Wszystkie te

<sup>34</sup> M. Głowiński, *O dyskursie totalitarnym*, [w] *O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny*, red. J. Miodek, Wrocław 1996, s. 241-245.

<sup>35</sup> CzSz, nr 93 z 12.01.40.

<sup>36</sup> WŁ, nr 22 z 5.12.39.

<sup>37</sup> M. Marody, *Język propagandy i typy jego odbioru*, Warszawa 1984. s. 5 i n.

trzy kategorie występują w *dialektyce diabła*, gdzie komunistyczna partia walczy ze spiskami autorstwa jej wrogów. M. Głowiński pisze:

„Upodobniony do diabła wróg, traktowany jest nader schematycznie, jeśli odznacza się jakimiś cechami jednostkowymi, to wyłącznie w pomnażaniu zła. Nigdy zresztą nie reprezentuje tylko siebie, zawsze – jak przystało na opowieść, której podstawą jest spiskowa wizja dziejów – ktoś za nim stoi”<sup>38</sup>.

Dla propagandy nie było istotne, czy zagrożenie ze strony wrogów było prawdziwe czy nie, celem była mobilizacja społeczeństwa dla poparcia władzy<sup>39</sup>. Reżyserowie poszczególnych kampanii propagandowych kreują koncepcję wroga zagrażającego państwu i społeczeństwu. Kolejnym krokiem propagandystów jest dokonanie wielowymiarowej dyskredytacji wroga, między innymi poprzez wskazanie na takie jego cechy jak: bezideowość, niewielką ilość, brak oparcia w społeczeństwie lub narodzie, spiskowanie dla zagranicznego mocodawcy. Obrazowo przedstawił to Igor Borkowski, chociaż odnosił się do propagandy lat 80., pisząc:

„[...] w perswazyjnym obrazie przeciwnika politycznego władz komunistycznych dominowały następujące elementy: niesamodzielność intelektualna i materialna, uzależnienie od zachodnich mocodawców, którzy finansują dywersyjną działalność, niski poziom moralny, dyspozycyjność w stosunku do zachodnich mocodawców, zaprzędanie polskiej racji stanu, pozaracjonalne motywacje postępowania, cynizm”<sup>40</sup>.

Wróg nigdy nie reprezentuje większości, zawsze jest w mniejszości i działa potajemnie - „[...] resztki klas wyzyskujących, jak również pepesowcy, bundowcy i inni burżuazyjni – nacjonalistyczni agenci, będący na służbie imperialistów Londynu i Paryża dołożą wszelkich wysiłków, ażeby zaszkodzić wyborom”, donosił „Czerwony Sztandar”<sup>41</sup>. W innym tekście sugerowano, że „polski oficer szlachcic, obszarnik [...] potajemnie dostał się do Równego w celu przedsięwzięcia aktów dywersyjnych”, miał oczywiście różnego rodzaju substancje trujące celem potajemnego wlewania ich do napotykanych zbiorników wodnych<sup>42</sup>.

Wszystkie wspomniane powyżej cechy nowomowy występują w treściach propagandowych zawartych w prasie polskojęzycznej w latach 1939–41. Oczywiście występują one w różnym natężeniu.

Anna Dąbrowska wyróżniła szereg środków językowo–stylistycznych (leksykalne, morfologiczne, stylistyczne, syntaktyczne), które propaganda komuni-

<sup>38</sup> M. Głowiński, *Rytuał i demagogia...*, s. 36.

<sup>39</sup> M. Zaremba, *Komunizm jako system mobilizacyjny: casus polski*, [w] *Komunizm. Ideologia, system, ludzie*, red. T. Szarota, Warszawa 2001, s. 116 i n.

<sup>40</sup> I. Borkowski, *Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981 – 1995*, Wrocław 2003, s. 97.

<sup>41</sup> CzSz, nr 102 z 1940.

<sup>42</sup> CzSz, nr 14 z 8.10.39.



styczna wykorzystywała w kreowaniu wizerunku wroga<sup>43</sup>. Środki leksykalne to: wyrazy używane zwykle do oznaczania przeciwnika; wyrazy oznaczające ludzi zwykle ocenianych negatywnie; wyrazy i wyrażenia neutralne, których negatywne zabarwienie wynika z kontekstu; wyrazy obce; wielowyrazowe obraźliwe określenia. Środki morfologiczne: zdrobnienia; liczba mnoga nazwisk; 1 osoba liczby mnogiej czasowników; 1 osoba liczby mnogiej zaimków osobowych i dzierżawnych; 3 osoba liczby mnogiej zaimków: „oni” w opozycji do „nas”. Środki stylistyczne: ironia; eufemizm; metafora; synekdocha; kakofemizmy. Środki syntaktyczne: apozycja; konstrukcje szeregowo.

Poniżej kolejno zostaną omówione poszczególne środki językowe i stylistyczne, które zostały użyte w kreowaniu wizerunku wroga, jakim dla sowieckiego okupanta była II Rzeczpospolita.

### Środki leksykalne

Wyrazy używane zwykle do oznaczania przeciwnika

Wyrazem najczęściej używanym przez propagandę komunistyczną do oznaczenia przeciwnika było słowo *wróg* oraz utworzony od niego przymiotnik *wrogi*. Lista określeń oznaczających wroga jest oczywiście znacznie dłuższa, ale na potrzeby niniejszego artykułu ograniczymy się do słowa *wróg*. Oto przykłady:

„Wrogowie ludu będą usiłowali agitować przeciwko tym ludowym kandydatom na deputowanych”<sup>44</sup>.

W odezwie komandarma Siemiona Timoszenko, która w różnych wersjach była publikowana w sowieckiej prasie gadzinowej, możemy przeczytać: „Bronią, kosami, widłami, siekierami bij odwiecznych swoich wrogów – panów polskich”<sup>45</sup>. W innej odezwie czytamy:

„Niech zapamiętają nasi wrogowie, że nie uda się im rozłączyć ludu pracującego Zachodniej Ukrainy sianiem nienawiści narodowościowej. Dobrze wiemy, że naszym wrogiem są obszarnicy i kapitałiści oraz ich najemni siepacze – nacjonałiści”<sup>46</sup>.

W trakcie kampanii propagandowej przed wyborami z 22 października 1939 r. „Wolna Łomża” zamieściła tekst Czesława Rutkowskiego, który nawoływał: *pójdziemy odważnie na szançe swych wrogów*<sup>47</sup>. Podobnie „Słowo Żołnierza” informuje, że

„biedota chłopska, czując zbliżanie oddziałów Armii Czerwonej, sama rozprawia się ze swymi nienawistnymi wrogami - panami i opricznikami, polskimi kolonistami – osadnikami”<sup>48</sup>.

<sup>43</sup> A. Dąbrowska, *Językowy obraz przeciwnika politycznego (na podstawie tekstów prasowych z marca 1968 roku)*, s. 119 i n.

<sup>44</sup> Wolna Praca (dalej WP) nr 19 z 17.02.40, s. 1.

<sup>45</sup> R. Szawłowski, *Wojna polsko – sowiecka 1939*, Warszawa 1995, t. 2, s. 202.

<sup>46</sup> CzSz, nr 17 z 12.10.39, s. 1.

<sup>47</sup> WŁ, nr 5 z 17.10.39, cyt. za: B. Bernacki, *Wybory do Zgromadzenia Ludowego...*, s. 155.



Określanie przeciwników politycznych mianem wrogów należy do najczęściej stosowanych zabiegów przez propagandę komunistyczną przez cały okres funkcjonowania systemu totalitarnego. Określenie to pozwalało jedną kategorią objąć wszystkich przeciwników ustroju komunistycznego.

Wyrazy oznaczające ludzi zwykle ocenianych negatywnie

Słowo *wróg* nie wyczerpywało negatywnych określeń używanych przez komunistyczną propagandę. Kolejnym zabiegiem było używanie nazw oznaczających negatywne zjawiska na zjawiska, które takich cech nigdy nie posiadały. Mamy tutaj do czynienia z klasycznym przypinaniem etykietek. Stefan Sulikowski w lwowskim „Czerwonym Sztandarze” pisze o II RP używając określeń typu: *pańska Polska, zgniła demokracja, władze pańskiej Polski, byłe państwo polskie*<sup>48</sup>. Inne określenia używane w stosunku II RP to: *państwo polskiej szlachty, białopolska okupacja, pańsko-burżuazyjna Polska, tchórzliwy i nienawistny nam wszystkim rząd wyzyskiwaczy, wyzyskiwacze i kolonizatorzy, rządy gumowej pałki, czasy ponure i głuche, faszystowski zabór, cyniczny płód polskiej reakcji, rządy polskiej kliki pułkownikowskiej, zdrajcy własnego narodu wraz ze swym ohydnyim tworem konstytucyjnym, białopolacy, nowo narodzony imperializm polski, Polska kontuszowa, sztucznie stworzone państwo banków, wielkiego przemysłu i obszarnictwa, pańskie jarzmo.*

Wyrazy i wyrażenia neutralne,

których negatywne zabarwienie wynika z kontekstu

Komunistyczna propaganda wyjątkowo często dokonywała semantycznych nadużyć. Nadzwyczaj często używano określeń uogólniających, celowych niedopowiedzeń. Jest to zabieg, który sugeruje odbiorcy określoną wiedzę na temat omawianego zjawiska. Odbiorca i nadawca w rozumieniu komunistycznej propagandy mają doskonale wiedzieć o jakie *określone kręgi* chodzi. *Określone kręgi* wcale jednak nie są określone. Oto przykłady: *powiązani z określonymi ośrodkami na Zachodzie* [posiadacze szwajcarskich paszportów – G. J.], *pewni imperialistyczni mocodawcy, określeni „przyjaciele” z Anglii i Francji, pepesowcy, bundowcy i inni burżuazyjni agenci, wiadomi „przyjaciele” z Zachodu, pewni ludzie Londynu i Paryża.* Strategia ta nie jest zbyt często wykorzystywana przez sowieckich propagandystów.

Wyrazy obce

Wyrażenia obce użyte przez nadawcę mogą być przykładem tzw. manifestacji kompetencji poprzez scjentyfikację języka. Teksty odwołujące się do materializmu dialektycznego i historycznego miały dowodzić „uczoności” sowieckiej władzy. W przypadku używania wyrazów obcych w kontekście wypowiedzi przeciwnika politycznego ma to dowodzić jego powiązania z „określonymi ośrodkami na Zachodzie”. Sowieccy agitatorzy pisząc o II RP powoływali się na obco brzmiące imiona części elit lub krytykowali kontakty z obcymi krajami, przykładowo: *wielki obszarnik hrabia Emeryk Czapski, posiadacze podwójnych, polskich i szwajcarskich paszportów.* Strategia ta nie była zbyt często wykorzystywana przez sowieckich agitatorów.

<sup>48</sup> SŻ, nr 3 z 20.09.39.

<sup>49</sup> S. Sulikowski, *O zgniłej i prawdziwej demokracji*, CzSz, nr 14 z 8.10.39, s.

### Wielowyrzowe obraźliwe określenia

W przypadku używania wielowyrzowych obraźliwych określeń mamy przykład tzw. przyklejania etykietek. Nie jest to technika nazbyt wyszukana, ale za to skuteczna, a zatem używana w komunistycznej *mowie nienawiści*. W jednym zdaniu możliwe było nagromadzenie maksymalnej ilości inwektyw. Oto przykłady: agitator z „Wolnej Łomży” pisze: *ciemnota, zabobon, klerykalizm, nacjonalizm, szowinizm panowały w kraju*<sup>50</sup>, w „Czerwonym Sztandarze” pisano: *nadmierne podatki, niezliczone kary, egzekucje, ciemnota, bezprawie, głód, nędza, wymieranie – oto obraz życia chłopca w Zachodniej Ukrainie*<sup>51</sup>, *burzone miasta, płonące wsie, tysiące umęczonych robotników i włościan – taki oto spadek zostawili polscy panowie*; w jednym zdaniu propagandysta charakteryzuje dwudziestolecie międzywojenne<sup>52</sup>. Sowiecki generał Timoszenko użył wielowyrzowych obraźliwych określeń opisując klęskę wrześniową: *wiemy, że dawny rząd polski – podły, gnuśny i sprzedajny, chroniąc swoją skórę*<sup>53</sup>.

### Środki morfologiczne

#### Zdrobnienia

Zdrobnienia mogą pełnić trojaki funkcje: odnosić się do obiektu rzeczywistości małego, przekazywać dodatnie nastawienie emocjonalne albo przekazywać nastawienie ironiczne. Z ostatnim przypadkiem mamy do czynienia w tekstach zamieszczanych na łamach polskojęzycznej prasy. Zastosowanie zdrobnień do wybranej kategorii zjawisk ma je ośmieszać i deprecjonować, przedstawiać w ironicznym świetle. Oto przykłady: *chętni oficerowie, synkowie pańscy, porzucali swe oddziały i tchórzliwie zmykali do Rumuni*<sup>54</sup>. Jeden z sowieckich dowódców relacjonując walkę z resztkami polskich żołnierzy pogardliwie stwierdza: *Nie oficerkowie, nie umkniecie, będą czekał do rana*<sup>55</sup>. W porównaniu z innymi środkami językowymi zdrobnienia wykorzystywano wyjątkowo rzadko. Często zabieg ten był łączony z używaniem nazwisk w liczbie mnogiej.

#### Liczba mnoga nazwisk

Używanie nazwisk przeciwników politycznych w liczbie mnogiej jest jednym najczęściej stosowanych środków językowych w nowomowie. Cechy jednego człowieka przypisywano całej grupie do której on należał. Oto przykłady:

„W spisach oficjalnych wielu z nich figuruje pod skromnym mianem *rolnik*. Tak określane jest np. stanowisko społeczne *radziwiłów, czapskich i innych książąt i hrabiów*”<sup>56</sup>.

„Duchowieństwo ukraińskie [...] w rzeczywistości byli to agenci *piłsudczyków, Radziwiłów i Sapiechów*”<sup>57</sup>.

<sup>50</sup> WŁ, nr 9 z 1.10.39, s. 2.

<sup>51</sup> CzSz, nr 30 z 27.09.39, s. 1.

<sup>52</sup> WŁ, nr 63 z 11.07.40, s. 3.

<sup>53</sup> *Nakaz rządu radzieckiego wykonano*, CzSz, nr 12 z 6.1.39.

<sup>54</sup> *We dworze obszarniczym*, CzSz, nr 6 z 27.09.39.

<sup>55</sup> Tamże.

<sup>56</sup> WP, nr 19 z 17.02.40, s. 3.

<sup>57</sup> CzSz, nr 343 z 5.11.40, s. 3.

W odezwie pod tytułem „Komu idziemy z pomocą” zamieszczonej w „Słowie Żołnierza” pisze się o „[...] szeroko znanych wieśniakom drapieżnych wyzyskiwaczach jak hrabiowie Skórczewscy, księżciowie Czartoryjscy, Lubomirscy, Potoccy”<sup>58</sup>.

#### Pierwsza osoba liczby mnogiej czasowników

Używanie pierwszej osoby liczby mnogiej czasowników ma sugerować odbiorcy, że nie istnieje podział na nadawcę i odbiorcę. Nadawca działa w interesie odbiorcy, czyli państwo sowieckie reprezentuje społeczeństwo, a społeczeństwo darzy komunistów pełnym zaufaniem. Oto przykłady:

„Wszyscy pamiętamy wybory w pańskiej Polsce [...] Narzucano nam kandydatów [...] Teraz mamy wszystkie możliwości”<sup>59</sup>.

„Szerzej rozwiniemy przygotowania do wyborów do Zgromadzenia Narodowego”<sup>60</sup>.

„Wszyscy będziemy głosować za wejściem Zachodniej Ukrainy w skład Radzieckiej Ukrainy”<sup>61</sup>

Czasowniki w pierwszej osobie liczby mnogiej służą krytyce *byłego państwa polskiego*, a więc: *potępiamy, nie będziemy tolerować, nie dopuścimy, domagamy się, nie pozwolimy, demaskujemy knowania* oraz całkowitej aprobacie wobec rządzącej partii komunistycznej, a więc: *popieramy, wierzymy, stoimy, umacniamy Armię Czerwoną, głosujemy za nowym życiem, wybieramy najlepszych synów ludu, przeniknięci głęboko miłością pokoju*.

#### Pierwsza osoba liczby mnogiej zaimków osobowych i dzierżawnych

Używanie pierwszej osoby liczby mnogiej zaimków osobowych ma sugerować odbiorcy, że nie istnieje linia podziału pomiędzy nadawcą a odbiorcą. Z jednej strony mamy: *naród radziecki, ewentualnie państwo chłopów i robotników, oraz partię bolszewicką*, a z drugiej strony *odwiecznych naszych wrogów – polskich panów*. Używanie określeń typu „nasz” ma skłonić odbiorcę do pełnej identyfikacji z nadawcą, do przyjęcia jego widzenia świata. Oto przykłady:

„Drogie nasze siostry! [...] Nasz kraj Sowiecki jest najbardziej potężnym, najbardziej kulturalnym krajem w świecie”<sup>62</sup>.

„Stalin to twórca i organizator zwycięstw naszej socjalistycznej ojczyzny”<sup>63</sup>.

<sup>58</sup> „Słowo Żołnierza”, nr 5 z 24.09.39, s. 1–2.

<sup>59</sup> WP, nr 19 z 17.02.40, s. 1.

<sup>60</sup> CzSz, nr 20 z 15.10.39, s. 2.

<sup>61</sup> CzSz, nr 20 z 15.10.39, s. 3.

<sup>62</sup> „Wyzwolony Białystok”, nr 3 z 27.10.39, s. 3.

<sup>63</sup> WB, nr 2 z 25.10.39, s.1.

„Na pierwszego kandydata lud wysuwa swojego ojca i nauczyciela, swojego oswobodziciela, swojego kochanego wodza i przyjaciela towarzysza STALINA”<sup>64</sup>.

„Niech żyje nasze słońce, nasza radość i nasza moc”<sup>65</sup>

### Trzecia osoba liczby mnogiej zaimków: „oni” w opozycji do „nas”

Trzeci już z środków morfologicznych, który ma sugerować odbiorcy, że władza sowiecka wypowiada się w imieniu całego społeczeństwa, pomijając *polską szlachtę*, dla której zarezerwowano kategorię „oni”. Zaimki *oni* i *my* są bardzo nieprecyzyjne semantycznie, a fakt ów wykorzystują komunistyczni propagandyści, gdyż ten brak precyzji pozwala na utożsamianie nadawcy z odbiorcą. W komunistycznej *mowie nienawiści* zaimek „oni” jest zawsze nacechowany negatywnymi emocjami. „Oni” zawsze działają przeciwko „nam”, działają w sposób skryty, podły etc.

### Środki stylistyczne

#### Ironia

Ironiczne określenia odnoszące się do II RP sprowadzają się najczęściej do używania w nowomowie tzw. cudzysłowu ironicznego. Zdaniem A. Dąbrowskiej jest to dość subtelny zabieg stylistyczny, który jako zbyt słaby musi ustąpić miejsca środkiem mniej wyrafinowanym, ale bardziej skutecznym<sup>66</sup>.

I tak *agitator* z białostockiej „Wolnej Pracy” pisząc o wyborach, które odbyły się w 1935 roku używa ironicznie określeń typu: „*przeszedł*” wielki obszarznik hrabia Emeryk Czapski, spis wszystkich „wybrańców”, został „wybrany” Jan Hołyński, masy ludowe nienawidziły swoich „przedstawicieli”<sup>67</sup>. Propagandysta z „Czerwonego Sztandaru”, pisząc o wyborach w dawnej Polsce, używa także cudzysłowu ironicznego pisząc, że obywatele mogli „wybierać” kandydatów, a wybory cechowała „bepośredniość”<sup>68</sup>. W kolejnym numerze Wiktor Grosz pisze wprost o „wyborach” do *faszystowskich „parlamentów”*<sup>69</sup>. Inny agitator w artykule „Machinacje wyborcze w pańskiej Polsce” pisze o „wyborach”, *machinacjach „wyborczych”* i „kalendarzyku” *wyborczym*<sup>70</sup>. Podobnie cudzysłowem ironicznym posługuje się redaktor z „Sztandaru Wolności” pisząc *jak dawniej odbywały się „wybory” do „samorządów”*<sup>71</sup>. Minister Mołotow w cytowanym w „Czerwonym Sztandarze” przemówieniu stwierdził, że: *koła rządzące Polski niemato chwaliły się „trwałością” swojego państwa*<sup>72</sup>. Podobnie w „Sztandarze Wolności” często stosowano cudzysłów ironiczny. Walentyna Najdus opisując niedaleką przeszłość stwierdza, że *wielobarwne plakaty*

<sup>64</sup> WP, nr 19 z 17.02.40, s. 1.

<sup>65</sup> CzSz, nr 17 z 12.10.39, s. 1.

<sup>66</sup> A. Dąbrowska, *Językowy obraz przeciwnika...*, s. 137.

<sup>67</sup> WP, nr 19 z 17.02.40, s. 3.

<sup>68</sup> CzSz, nr 109 z 2.02.40, s. 3.

<sup>69</sup> CzSz, nr 112 z 5.02.40, s. 2.

<sup>70</sup> CzSz, nr 343 z 5.11.40, s. 2.

<sup>71</sup> SzW, nr 22 z 22.11.40, s. 3.

<sup>72</sup> O polityce zagranicznej Związku Radzieckiego, CzSz, nr 36 z 3.11.39.

jąc niedaleką przeszłość stwierdza, że *wielobarwne plakaty wzywały obywateli do głosowania na takich „przedstawicieli ludu” jak endecki organizator pogromów*<sup>73</sup>.

#### Eufemizm

Eufemizmy służą w nowomowie do informowania o rzeczach niewygodnych dla władzy. W przypadku kreowania wizerunku wroga nie ma potrzeby posługiwania się eufemizmami. Pojawiają się one jedynie w przypadku opisu działań władzy. Sposoby kreowania pozytywnego wizerunku partii komunistycznej nie wchodzą w zakres niniejszego artykułu, a więc rola eufemizmów w komunistycznej propagandzie nie będzie przedmiotem szerszych rozważań.

#### Metafora

Metafora perswazyjna jest jednym z najczęściej wykorzystywanych w języku propagandy środków stylistycznych. Zadaniem metafory jest uczynienie przekazu bardziej plastycznym, emocjonalnym a zatem łatwiej i bardziej zapamiętywanym.

Oto kilka przykładów z lat 1939–41: ordynacja wyborcza, która obowiązywała w II RP, została określona mianem „porządku”, który *przystrajał się chętnie w pseudodemokratyczne frazesy*, a samo państwo przedstawiono jako *cyniczny płód polskiej reakcji*<sup>74</sup>. W innym artykule II RP określono jako *pokraczny twór traktatu wersalskiego, żyjący z gnębienia narodowości niepolskich*<sup>75</sup>. Sowiecki generał Timoszenko określając polskich oficerów mianem *tałatajstwa*, które potrafi być tylko *bohaterem balów i bankietów oraz ratować swoją skórę ucieczką do Rumuni*<sup>76</sup>. Wspomniany Timoszenko obawia się, że *wrogie względem władzy radzieckiej żywioty[...] starają się zasieć nienawiść*<sup>77</sup>. W odezwie zamieszczonej w „Wolnej Łomży” sowiecki propagandysta opisując stosunki panujące w II RP stwierdza, że *lata cierpienia, nędzy, lata panowania obszarników i kapitalistów minęły bezpowrotnie. Słońce nowego życia opromienia pola, wieś i miasta naszej ojczyzny*<sup>78</sup>. Niemniej uplastycznia tekst inny agitator z tej samej gazety, który stwierdza, że *kapitałiści i obszarnicy, księża i urzędnicy grabili nasz bogaty kraj, wyciągali ostatnie soki z ludu pracującego ogniem i mieczem tłumiąc najmniejszy przejaw protestu*<sup>79</sup>. W „Wolnej Pracy” dowiadujemy się natomiast, że *opromienieni słońcem stalinowskim pracujący Zachodniej Białorusi budują nowe jasne życie*<sup>80</sup>.

#### Synekdocha

Najczęściej stosowanym, a jedynym jaki odnalazłem w prasie *gadzinowej*, przykładem synekdochy jest używanie nazwisk w liczbie mnogiej, co zostało omówione w środkach leksykalnych.

#### Kakofemizmy

Kakofemizm jest odwrotnością eufemizmu. Propaganda sowiecka kreując pozytywny wizerunek partii i państwa korzystała z eufemizmów, w przypadku

<sup>73</sup> W. Najdus, *Z niedalekiej przyszłości*, „Sztandar Wolności”, nr 37 z 15.11.40, s. 4.

<sup>74</sup> K. Rulewicz, *Cyniczny płód polskiej reakcji*, CzSz, nr 109 z 2.02.40.

<sup>75</sup> O polityce zagranicznej Związku Radzieckiego, CzSz, nr 36 z 3.11.39.

<sup>76</sup> Nakaz rządu radzieckiego wykonano, CzSz, nr 12 z 6.1.39.

<sup>77</sup> Do obywateli Zachodniej Ukrainy, CzSz, nr 11 z 5.10.39.

<sup>78</sup> WŁ, nr 4 z 15.10.39.

<sup>79</sup> WŁ, nr 12 z 12.11.39.

<sup>80</sup> WP, nr 19 z 17.02.40, s. 3.

budowania negatywnego obrazu *byłej Polski* wykorzystywano kakofemizmy. Wszystkie określenia, które miały deprecjonować II RP należy uznać za kakofemizmy.

Określenia stosowane do instytucji i osób II RP: *bankruci polityczni, przegrani politykierzy, pańska Polska, zgniła demokracja, władze pańskiej Polski, byłe państwo polskie, państwo polskiej szlachty, białopolska okupacja, pańsko – burżuazyjna Polska, tchórzliwy i nienawistny nam wszystkim rząd wyzyskiwaczy, wyzyskiwacze i kolonizatorzy, pułkownikowska klika rządząca, agenci angielskich i francuskich podżegaczy wojennych, agenci bloku anglo-francuskiego, kreatury pilsudczyzny.*

Nazwy cech stosowane do instytucji i osób z okresu II RP: *antyradziecki, antysocjalistyczny, antypolski, wrogi, prymitywny, antykomunistyczny, napastliwy, podły, gnuśny, sprzedajny, chroniący swoją skórę, tchórzliwy, nienawistny, reakcyjny, rządzący gumową pałką.*

Nazwy działań stosowane do osób i instytucji z okresu II RP: *będący na służbie imperialistów Londynu i Paryża, wysysający soki, palący ogniem i mieczem, etc.*

### Srodki syntaktyczne

#### Apozycja

Apozycja to przydawka, która uzupełnia informację o podmiocie lub też dopełnieniu. W tym wypadku dodatkowe informacje są wartościujące w sensie negatywnym, stosunkowo często mają ironiczny charakter. Oto przykłady:

„Przyjęli generała Sikorskiego sami bogaci bankierzy żydowscy, a na trybunie widniał biały orzeł polski, którego widocznie główny rabin paryski uczynił wpierv „koszernym”, ponieważ jest to ptak, którego religijni żydzi nie jedzą”<sup>81</sup>.

#### Konstrukcje szeregowie

Konstrukcje szeregowie służyły propagandzie komunistycznej do zgromadzenia dużej ilości negatywnych określeń w jednej konstrukcji zdaniowej. Mnożenie jednakowych części zdania jest prostym, ale zarazem skutecznym zabiegiem propagandowym. W sowieckiej prasie *gadzinowej* z lat 1939–1941 należy do najczęściej używanych środków językowo–stylistycznych.

[...] nadmierne podatki, niezliczone kary, egzekucje, ciemnota, bezprawie, głód, nędza, wymieranie – oto obraz życia chłopów w Zachodniej Ukrainie”<sup>82</sup>.

Tego typu konstrukcje szeregowie występowały w każdym kolejnym numerze sowieckich *gadzinówek*.

\*\*\*

Wiemy już jakimi środkami językowo–stylistycznymi w kreowaniu wrogiego wizerunku II Rzeczypospolitej posługiwała się okupacyjna władza sowiecka. Analiza

<sup>81</sup> *Sądny dzień generała Sikorskiego*, CzSz, nr 25 z 21.10.39, s. 4.

<sup>82</sup> CzSz, nr 30 z 27.09.39, s. 1.

tekstów propagandowych z lat 1939-41 zamieszczonych w „Sztandarze Wolności”, „Wolnej Łomży”, „Czerwonym Sztandarze” oraz „Wolnej Pracy” wiele mówi o nadawcy i o mechanizmach funkcjonowania sowieckiej propagandy. Wiemy jakie cele krótko i długofalowe stawiał sobie sowiecki propagandysta. Celem długofalowym, który szczęśliwie nigdy nie został w pełni osiągnięty było stworzenie komunistycznego społeczeństwa. Cele krótkofalowe były zmiennie w czasie. Polskojęzyczna prasa gadzinowa miała za podstawowy cel mobilizowanie społeczeństwa zajętych po 17 września 1939 r. terenów do włączenia się w życie sowieckiego państwa i uznania je za swoje. Taką formą akceptacji było trzykrotne wzięcie udziału w sowieckim rytuale wyborczym, a mianowicie 22 października 1939 r. w wyborach do tzw. zgromadzeń ludowych, następnie w wyborach do rad najwyższych ZSRR, BSRR i USRR przeprowadzonych 24 marca 1940 r. oraz wyborach do rad terenowych z 15 grudnia 1940 r. ZSRR postanowił uzyskać wewnętrzną i częściowo zewnętrzną legitymizację poprzez tzw. procedury demokratyczne, w których zawsze, zdaniem prasy brało ponad 90 % wyborców. Prasa miała zachęcać do brania udziału w fikcyjnym rytuale wyborczym, a równocześnie poprzez relacjonowanie przebiegu tzw. mityngów pokazywać masowe poparcie dla sowieckiej władzy. Od chwili zajęcia Kresów aż do końca marca 1940 r. trwała nieustająca kampania propagandowa, w której głównym wrogiem nowej władzy była II RP. Ponownie powrócono do tej strategii jesienią 1940 roku, ale fakt, że ówczesne wybory miały jedynie lokalny charakter, spowodował nieangażowanie równie wielkich sił i środków, jak uczyniono poprzednio, chociaż „wybory” były komentowane przez kolejny miesiąc od ich zakończenia.

Instytucje, strategie propagandowe i osoby, które współtworzyły sowiecką maszynę propagandową w okresie 1939-41 ponownie wielokrotnie zostały wykorzystane na ziemiach polskich począwszy od 1944 r. a zakończywszy na 1989 r. Idea tzw. referendum ludowego, którą wykorzystano w 1946 r., została wypróbowana przy tzw. wyborach do zgromadzeń ludowych 22 października 1939 r. Ponownie odwołano się do tzw. głosu ludu i ponownie ten głos sfalszowano. Wszystkie te kampanie cechowała określona cenzura czasu i natężenia oraz posługiwanie się nowomową. Komunistyczni decydenci działali wedle zbliżonego scenariusza. Każda kampania była poprzedzona przez próby mobilizacji społeczeństwa przeciwko zagrożeniu ze strony wroga. Reżyserowie poszczególnych kampanii kreowali obraz wroga zagrażającego państwu i społeczeństwu. Kolejnym krokiem w kampanii było dokonanie wielowymiarowej dyskredytacji wroga, m.in. poprzez wskazanie na takie jego cechy jak bezideowość, niewielką ilość, brak oparcia w społeczeństwie lub narodzie, spiskowanie dla zagranicznego mocodawcy.

Następnie przystąpiono do lansowania na łamach prasy koncepcji państwa i partii komunistycznej jako instytucji opiekuńczych w stosunku do obywateli. Dokonywano tego poprzez szereg strategii perswazyjnych, z których dwie najbardziej typowe to manifestacja kompetencji oraz manifestacja mocy. Manifestacja kompetencji przebiegała zgodnie z kilkoma prostymi schematami, które podkreślają przeprowadzenie tzw. reformy rolnej i nacjonalizację przemysłu; eufemizmy te oznaczają zwyczajne pozbawienie własności. Zmiany we własności miały wydobyc miesz-



kańców ZSRR z *mroków średniowiecza* (konstrukcja nazbyt często używana w sowieckiej propagandzie), a po 17 września miano podobnie uszczęśliwiać mieszkańców Kresów. Manifestacja mocy polegała na zastosowaniu kilku strategii typu: reprezentowanie zdania większości, powoływanie się na zdanie osoby szanowanej, czy też strategia „plain folks”. Reprezentowanie zdania większości polegało na manipulacji, która miała pokazywać, że komuniści są popierani przez niemalże całość społeczeństwa, czego miały dowodzić sprawozdania z niezliczonych wieców i masówek (zwanych w sowieckiej nowomowie mityngami), cytaty z podjętych tam rezolucji. Strategia polegająca na powoływaniu się na autorytet szanowanych osób nie była tak częsta, ale zastosowano ją w 1940 i 1941 roku dowodząc, że Adam Mickiewicz był rewolucjonistą gotowym popierać sowieckie porządki. Ukazywanie komunistycznej władzy jako reprezentanta zwykłego ludu (czyli strategia „plain folks”) była stosowana nagminnie. Każdy kandydat na deputowanego był przedstawiany jako najlepszy syn ludu. Wszystkie te strategie stosowano zarówno w latach 1939–41 jak i w okresie Polski Ludowej.

## Summary

**Anti-Polish press campaigns in the Soviet Polish-language press in 1939-1941**

The subject of this publication is an effort to reconstruct the picture of the 2nd Republic of Poland which was created in Soviet Polish-language press issued in 1939-1941 on the annexed Polish eastern territory. The work is based on two principal assumptions: 1) propaganda was, beside terror, one of two main pillars of communist system; 2) language is measure (tool) of politics, so examining the language can be one of the means leading to finding at least certain aspects of politics.

## Резюме

**Антипольские кампании в советской польскоязычной прессе в 1939–1941 гг.**

Предметом данной публикации является попытка реконструировать картину Республики Польша, которая создавалась в советской польскоязычной прессе, выходившей в свет в 1939 – 1941 гг. на захваченных польских восточных землях. Работа опирается на два основных положения: 1). Пропаганда была, наравне с террором, одним из двух главных столпов коммунистического строя, 2). язык является средством (инструментом) политики, поэтому изучение языка может быть одним из средств которые позволяют ознакомиться, по крайней мере, с некоторыми аспектами политики.

