

## **Трансформация образа Польши в большевистской пропаганде времен Гражданской войны**

Гражданская война стала одним из самых трагических и при этом важных событий в истории нашей страны, она положила начало государству, основанному на абсолютно новых принципах. Большевики, которые и вышли победителями из данного конфликта, безусловно, полагались не только на грубую силу, но также и на пропаганду. В целом, когда в бывшем государстве образовалось такое количество центров силы, представляющих разные идеи, политическая пропаганда стала мощным и неотъемлемым оружием каждой из сторон.

Так, одним из самых грозных противников советской власти, без сомнения, являлась молодая Польская Республика, которая вступила в открытое противостояние с большевистской стороной в 1919 г. Война продолжалась вплоть до марта 1921 г., поэтому за столь объемный промежуток времени можно четко проследить трансформацию, которую переживал облик Польской Республики в большевистской пропаганде. Захватывая полный период Гражданской войны, можно увидеть, как Польша из рядовой страны, «пособника западных капиталистов», превращается в действительно опасного противника. Такое изменение было связано с положением на фронте [1, с. 7]. Например, в наиболее тяжелое время, а именно к 1920 г., на Западный фронт политическое управление Реввоенсовета отправляло до 30 % издаваемой литературы [2, с. 49].

Необходимо уделить внимание тому, чем являлась пропагандистская система большевиков, осветить проблемы, которые возникали в то тяжелое время. Это проблемы экономического характера, логистические, административные [3, с. 55], а также проблемы, связанные с грамотностью населения [4, с. 776].

Вдобавок к вышесказанному можно упомянуть о влиянии визуальной пропаганды и агитации, которая была в первую очередь представлена разного рода плакатами [1]. Именно перечисленные выше причины обуславливают широкое ее применение.

Однако если говорить об изменении образа Польши, то следует обратиться к более ранним материалам. Польша представлена в них как временное формирование, появившееся лишь благодаря странам капиталистического Запада. Следом, вместе с началом войны, постепенно происходит трансформация уже сформированного образа. В пропаганде появляются материалы, раскрывающие причины войны, показывающие неправоту польских территориальных притязаний и указывающие на несправедливость строя, устоявшегося во враждебном государстве, а к концу войны возникают даже призывы к национальному единению.

Основными темами большевистской пропаганды в этом отношении можно назвать «панское правительство» Польши, оборонительный характер войны, национальный состав территорий, на которые претендует польская сторона.

В целом образ Польской Республики был хорошо продуман и четко сформулирован в средствах пропаганды, несмотря на его вариативность на разных этапах Гражданской войны.

### **Библиографические ссылки**

1. *Кузьмин Р. Я.* Печатные средства пропаганды и агитации во время Советско-польской войны 1919–1920 гг. // Вестник Московского государственного областного университета. 2013. № 3. С. 1–15.
2. *Кучерова Г. Э.* Большевистская печатная пропаганда в войсках и тылу противника, 1917–1920. Ростов н/Д, 1989. 135 с.
3. *Страшикова П. А.* Формирование системы советских органов и учреждений партийно-государственной пропаганды и агитации в начале 20-х гг. // Вестник социально-педагогического института. 2013. № 1 (6). С. 55–59.
4. *Лебедева Л. В.* Проблемы ликвидации неграмотности крестьян в первое десятилетие советской власти // Известия Пензенского государственного педагогического университета имени В. Г. Белинского. Гуманитарные науки. 2012. № 27. С. 776–778.