

Михал Цеглярек

Ягеллонский университет

Факультет польской филологии

ul. Gołębia 24, 31–007 Kraków, Polska

E-mail: michal1939@op.pl

Область научных интересов автора: польско-советская война, польская и русская литература, пропаганда

ВЛАДИМИР МАЯКОВСКИЙ И ДЕМЬЯН БЕДНЫЙ: ЛИТЕРАТУРА НА СЛУЖБЕ БОЛЬШЕВИСТСКОЙ ПРОПАГАНДЫ ПЕРИОДА СОВЕТСКО-ПОЛЬСКОЙ ВОЙНЫ 1920 ГОДА

Основное направление работы связано с пропагандой в литературных произведениях во время польско-советской войны. Война между Советской Россией и возрождающимся польским государством велась также при помощи формирования идеологической и пропагандистской действительности. Пропагандистское оружие было так же опасно, как военные средства. Советская пропаганда периода войны 1920 года носила решительно антипольский характер.

Политические лидеры, как, например, Ленин, верили, что, засыпав Польшу агитационной литературой, они смогут переломить ход военных событий. В работу советской пропагандистской машины были вовлечены как выдающиеся, так и посредственные деятели искусства (писатели, художники, актеры), которые выполняли поручения высших партийных лиц. Ключевую роль в этом деле должны были играть российские писатели и литература, создаваемая ими. Наиболее востребованные в этот период литературные деятели, как Владимир Маяковский и Демьян Бедный, отдали свои творческие таланты на службу антипольской пропаганде. Их творчество стало инструментом, используемым российскими коммунистами для борьбы с идеологическими врагами, которые выступали против распространения интернационализма – высшей формы советского империализма.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: польско-советская война, пропаганда, Владимир Маяковский, Демьян Бедный.

Советская пропаганда и деятельность пропагандистов

В основе революции в России, которая уничтожила царизм, лежало убеждение, что свержение капитализма в этой стране будет нести пламя революции в другие страны и, следовательно, обеспечит победу коммунистической идеи в Европе. Новый коммунистический режим должен был гарантировать построение лучшего мира, без угнетения и эксплуатации людей. Управляемой большевиками России нужно было идеологическое и пропагандистское обоснование глобальных планов мирового марша

революции. Независимая и суверенная Польша, которая отделяла красную Россию от находящейся в состоянии кипения Германии, была препятствием для этого «марша революции». Начавшаяся в феврале 1919 года война между Советской Россией и возрождающимся польским государством велась не только в милитаристской плоскости, но также в политической, дипломатической, идеологической и пропагандистской сферах. Противостояние двух совершенно разных систем и мировоззрений определило характер этой войны. Среди вышеупомянутых областей, в которых велась борьба против врага, находился также аппарат агитации и пропаганды. В работу советской пропагандистской машины также были вовлечены как выдающиеся, так и посредственные деятели искусства (писатели, художники, актеры), которые выполняли поручения высших партийных лиц. Ключевую роль в этом деле должны были играть российские писатели и литература, создаваемая ими. Карл Радек, входящий в состав органа, ответственного за пропаганду Коминтерна во время войны с Польшей, рекомендовал использовать писателей, «которые своими стихами намного лучше разожгут ненависть против польских панов, чем мы своими статьями» (Костюшко 1994: 72–73). Еще один влиятельный партийный деятель Лев Троцкий, рекомендовал, в свою очередь: «Нужно вовлечь в пропагандистскую работу поэтов – потому что, как он говорил – до сих пор почти не было стихов, посвященных войне с Польшей. Далее – продолжал Троцкий – нужно вовлечь композиторов, заказать им музыкальную победу интернационала над мелодией польского шовинизма. Я считаю, что сначала нужно созвать небольшой «специальный совет» поэтов, драматургов, композиторов, художников, кинематографистов, а затем разработать специальную программу, организовать митинг художественной интеллигенции и пролеткульта под девизом «мобилизация искусства против польских панов» (Волкоганов 1994: 279). Таким образом, чтобы создать «Советский Союз Европы», или, как стремился Тухачевский, «объять пламенем весь европейский материк, нужно было сначала пройти через труп версальского выроodka, то есть ясновельможной Польши, этого последнего пса Антанты» (De Lazari, Riabow 2008: 24). Для достижения этих целей на практике особое внимание намеревались сосредоточить на культурно-просветительной работе среди солдат Красной Армии. Содействие и развитие революционной идеологии, однако, не должно было ограничиваться только красноармейцами, но также распространяться на рабочих и крестьян завоеванных земель. В организуемых батальонных, полковых и гарнизонных клубах (в конце 1920 года их было создано ок. 2430), в библиотеках (ок. 10 тыс.), в театрах (прибл. 1000), музыкальных кружках (ок. 1500) проводили революционную агитацию, а в изданиях, таких как «Красноармеец» или «Российское телеграфное агентство РОСТА» издевались и высмеивали буржуазию с Запада и лижущих ее сапоги «польских панов». Художественный уровень большевистской пропаганды иногда был очень высок. К механизму ленинского прозелитизма также присоединились российские творцы культуры. Среди известных и наиболее вовлеченных в идеологическую и пропагандистскую войну с Польшей советских деятелей искусства следует упомянуть

писателей: Демьян Бедный (Ефим Алексеевич Придворов), Владимир Владимирович Маяковский, Исаак Эммануилович Бабель (Кирилл Васильевич Люттов), художники: Дмитрий Стахивевич Орлов (Дмитрий Моор) и Виктор Николаевич Дени (Денисов), или художники-карикатуристы, такие как Михаил Михайлович Черемных. Их творчество стало инструментом используемым российскими коммунистами для борьбы с идеологическими врагами, которые выступали против распространения интернационализма – высшей формы советского империализма.

Чтобы хорошо проиллюстрировать идею агитационной войны, проводимой большевистским руководством, стоит процитировать телеграмму от 19 августа 1920 года, которую В. И. Ленин написал в Москве и отправил на Западный фронт: «Мы должны приложить все свои силы, чтобы белорусские рабочие и крестьяне, пусть даже в лаптях и исподнем, но немедленно и в революционном темпе обеспечили вам пополнение в трехкратном и четырехкратном размере. Затем нужно, с помощью аэропланов, в десять раз усилить агитацию среди польских рабочих и крестьян, акцентируя, что их капиталисты саботируют мир и обрекают их на бессмысленное кровопролитие» (Lenin 1958: 483). Пропагандистское оружие было так же опасно, как военные средства. Ленин верил, что, засыпав Польшу агитационной литературой, переломит ход военных событий. Численные показатели проводимой советским аппаратом «разрушительной» работы в польской армии пугают: только на Западном фронте и Юго-Западном фронте было распространено около 10 миллионов копий пропагандистской и агитационной литературы на польском языке. Руководство партии также считало, что недостаточно была использована авиация для разбрасывания листовок и так называемых агитационных снарядов (в агитационных целях их было изготовлено 612, а запущено примерно треть) (Суслов 1930: 106–107). Результаты пропагандистской деятельности лучше всего иллюстрируют статистические данные. В докладе, который касается XV армии Западного фронта за август 1920 года, содержится информация о том, что было распределено свыше 200 тыс. экземпляров *Бедноты* и по 64 тыс. *Правды* и *Известий ВЦИК*. Вышеупомянутые издания имели характер центральных газет. На фронт также поступали военные газеты, например, *Красная Звезда*, местные *Петроградская Правда* и национальные (эстонские, латышские, мусульманские, еврейские, белорусские и польские). Существовали также журналы, к которым принадлежал, в частности, *Коммунистический Интернационал*. Столь же тщательно распространяли прокламации и брошюры (соответственно 108 тыс. и 4 тыс.). Советская литература, к которой причислялись книги, брошюры и листовки, достигала тиражей от 100 до 300 тыс. экземпляров. В свою очередь агитационные плакаты печатались тиражом даже до 100 тыс. (Leinwald 2008: 61).

Характеру и механизмам польско-советской пропаганды посвящены труды: Т. Тэслара (1938), П. Суслова (1930), А. Ю. Лаинванд (2008), А. де Лазари и О. Рябова (2008). Тем не менее, мало исследований посвящено роли самой литературы в российской пропаганде. Кроме работ уже упомянутых авторов, трудно найти в

одном месте всестороннее изучение наиболее важных произведений пропаганды В. Маяковского и Д. Бедного. Настоящий текст представляет собой попытку собрать в одном месте основные произведения пропаганды, которые возникли во время польско-советской войны.

Два Поэта

Владимир Маяковский

В этой связи ниже представим тех, кто отдал свои творческие таланты на службу антипольской пропаганде. Одним из них был Владимир Маяковский (1893–1930), работавший с 1919 года для Российского телеграфного агентства (РОСТА). Автор создавал «Левый марш» по политическому заказу. Его литературное творчество стало одним из многих инструментов в борьбе против идеологических врагов. Ворошильский, взявший на себя написание биографии Маяковского, писал: «Маяковский делает дальнейшие шаги по идентификации себя с массами: отказывается от лирики в пользу рисунков и агитационных текстов для РОСТА» (Woroszyński 1984: 313). Российское телеграфное агентство с 1919 года издавало агитационные плакаты – знаменитые «окна сатиры», которые были феноменом этого периода. Их породили технические трудности, которые состояли в критическом состоянии типографий и отсутствии бумаги. Со временем они получили статус автономного жанра агитационного искусства. Размещаемые в окнах магазинов, они играли роль газеты, журнала и информационного бюллетеня одновременно. Кроме того, они представляли собой вид развлечения для зрителей. Их изготавливали вручную, сначала в единичных экземплярах. Вскоре их начали воспроизводить примитивным способом. Используя технику трафарета (шаблона), получали тираж до 300 экземпляров. Упомянутые «окна» РОСТА характеризовались лаконичным, выразительным рисунком. Их уникальный стиль образовали краткая, упрощенная трактовка лиц и предметов и гармонирующий с иллюстрацией текст. Некоторые из своих плакатов Маяковский изготовил в сотрудничестве с вышеупомянутым художником-карикатуристом Михаилом Черемных (1890–1962) (Leinwand 2008: 49). Революционный пропагандист, создатель поэзии, называемой Лениным хулиганской, он писал сатирические тексты и рисовал иллюстрации. Лаконичность, точность и ясность, а также способность выразить динамизм и напряженность лучше всего отражают характер произведений Маяковского. Часто героем его текстов и рисунков был Юзеф Пилсудский. В стихотворении «Мчит Пилсудский» он угрожает польскому маршалу, что «разобьется глупым лбом о Коммуну», а польские паны в белых жупанах не смогут поработить советский народ (Kochańczyk 2014: 174). На примере Маяковского отчетливо видна некоторая закономерность также других большевистских пропагандистов. А именно, в агитационной литературе и плакатах они намного чаще изображали врагов (Пилсудский, режиссер Падеревский, Дмовский или Скульский), чем героев, таких, как, например, Буденный. Интересно, что рево-

люционные стихи Маяковского часто помещали на агитационных вагонах, которые вместе с Красной Армией следовали в Польшу. Написанные большими буквами лозунги, адресованные польским рабочим и крестьянам, призывали их учиться у коммунистов с Востока борьбе за свободу: «Встаньте, крестьяне, свобода идет! Идет вам на помощь винтовка красноармейца» (Kochańczyk 2014: 174).

Демьян Бедный

Вторым, наряду с Маяковским, поэтом, пропагандирующим идеи большевистской революции, был Демьян Бедный (1883–1945). По сравнению с автором «150 000 000» Бедный считается одним из самых важных художников, работающих по заказу партии большевиков, который сыграл исключительную роль в пропагандистской войне с Польшей. Он считался первым пролетарским поэтом, а также российским национальным поэтом, потому что, как выразился критик того времени, «приобрел многомиллионного читателя – в лаптях, в рабочем фартуке, часто едва умеющего читать, голодного и чумазого» (Leinwand 2004: 549). Бедный, в дополнение к поэзии, занимался также ведением агитационно-пропагандистской деятельности: он писал прокламации, фельетоны и стихи по политическому заказу. Это творчество, агитационного и сатирического характера, несложное по форме, иногда очень примитивное, благодаря своей простоте приходящееся по вкусу массам, ловко использовалась для пропаганды идей революции и интересов советской республики. Лица, принимающие решения в Политбюро ЦК РКП(б), весной и летом 1920 года настаивали, чтобы Бедный как можно быстрее оказался в районе боевых действий на советско-польском фронте. В этом контексте стоит процитировать одно из произведений этого автора, которое вышло 1 июля 1920 года в издательстве политотдела Западного фронта. Читая стихотворение с необычным названием «На фронте. Донесения Демьяна Бедного, Мужика Вредного, товарищу Троцкому по месту нахождения» можно подумать, что оно стилизовано под рифмованные донесения с поля боя. Бедный в своем произведении описывает предполагаемую ситуацию на упомянутом фронте. Докладная часть стихотворения содержит только положительные известия, а именно: железная дорога работает хорошо, фронт укреплен, а солдаты сражаются героически. Бедный также излагает видение будущего: «вскоре панам будет не до смеха (...) мы выбьем панскую сволочь (...)», а когда это произойдет, «расскажу всему русскому народу о нашей бесстрашной пехоте и ее военной работе, расскажу о коннице и артиллерии, как выбывали из поляков фанаберию». В конце стихотворения автор заверяет: «никогда и ни перед кем не согнется покорно рабочая Советская Русь», тем самым выражая соединение националистического содержания с революционным, находящимся в соответствии с руководящими принципами большевистской партии (Leinwand 2008: 138–139).

Бедный в своем творчестве представлял Польшу советской республикой. В стихотворении «К окопам» с июля 1920 года он писал, обращаясь к красноармейцам: «Добейте панов, которые напали на нас и дайте мир – Советской Польше» (Бедный

1920: 2). Бедный также выступал в качестве мнимого защитника польских крестьян и их семей. В стихотворении «Бросайте, крестьяне, панские окопы» он сожалеет, якобы в Польше плачут вдовы, плачут малолетние дети, а все крестьяне согнаны в окопы, где их ждет смерть. Прогнозируя, что «в Польше вскоре будут одни трупы», обращается с призывом к крестьянам «Спасайте Польшу милую, чтобы не стала могилою». Счастье их и страны возможно только без помещиков и буржуазии и с новой красной властью: «Не шляхетской, а советской, Вашей, крестьяне, властью» (Бедный 1926: 230–231).

Демьян Бедный, как и Маяковский, в своем творчестве использовал фигуры врагов России. Героем стихотворения «Два жупана» является не кто иной, как сам Юзеф Пилсудский. Бедный предупреждает, чтобы крестьяне не связывались с паном [Пилсудским], потому что, хотя «пан в драном жупане, по-прежнему остается паном, так что не связывайтесь, мужики, с таким шарлатаном» (Бедный 1919: 2). Использование Бедным описания одежды послужило ему для определения классовой принадлежности героя. Жупан был явным атрибутом пана, того, кто был противником большевистской свободы и равенства и считался контрреволюционером. Ссылки на иконографические мотивы в творчестве Бедного выказывают аналогии с французской революцией, на которую большевики часто ссылались.

Демьян Бедный был довольно плодовитым писателем. В 1918–1921 годах было опубликовано более 40 сборников его поэзии. Его произведения были напечатаны в миллионах экземпляров, и он пользовался привилегиями советской власти: жил в Кремле, дружил с советскими вождями, был «обласкан» властью. Лев Троцкий был в состоянии оценить и заметить заряд ненависти, содержащийся в стихотворениях Бедного, а также факт, что поэт мог, в случае необходимости (и по заказу партии большевиков), даже ежедневно поставлять злободневные агитационные материалы. Будучи воспевателем революции и Красной Армии, Бедный был также рьяным исполнителем партийных заданий. Его дополнительным преимуществом также стало знание польского языка. Все эти качества сделали его незаменимой фигурой в аппарате пропагандистской войны с Польшей. Присутствие его в форме красноармейца на фронте, конечно, было на руку лицам, принимающим решения в партии. Творчество барда революции характеризовалось обилием, кроме того, являло собой ясную и выразительную передачу пропагандистского содержания на линии власть-общество. Его стихотворные частушки, стилизованные под народные песни и сказки, играли свою роль как в глубинке, так и на фронте. Солдаты Красной Армии охотно его читали и слушали, так что поэт мог повлиять на их мировоззрение, возможно не настолько, как много лет спустя описывали апологеты, но, несомненно, влияние «почетного красноармейца» было значительным. В дополнение к поездкам на фронт, которые составляли источник тем для его произведений, вдохновение ему обеспечивала также Всероссийская Чрезвычайная Комиссия Совета Народных Комиссаров по борьбе с контрреволюцией и саботажем (ВЧК), в виде «достоверных источников».

Этот пример ясно показывает, кто покровительствовал искусству «для масс» и кто вдохновлял на создание конкретных произведений. Не без причины Бедный, будучи партийным поэтом, заслужил название «чекистского» поэта (Leinwand 2008: 44–46).

Представители культуры

Наряду с Маяковским и Бедным, которых можно назвать мастерами пропаганды, в польско-русской войне участвовало много других деятелей, занимающихся не только созданием литературных произведений. Уже упомянутые Мур и Дени – были карикатуристами и создателями плакатов. Многие из последних Дени выполнил в сотрудничестве с Демьяном Бедным, который сочинял для них рифмованные тексты. Народный комиссар просвещения Анатолий Луначарский выставил им необыкновенно лестную оценку: «Дени и Демьян – мастера. У Демьяна чистейший русский язык, а у Дени чистейший классический штрих. Они оба – реалисты-психологи» (Leinwand 2008: 50).

Последствия пропаганды

Советская пропаганда периода войны 1919–1921 годов носила решительно антипольский характер. Ее суть очень точно выразил сам маршал Ю. Пилсудский: «Таким образом, мы являемся у господина Тухачевского белополяками, может быть это у каких-то из его читателей вызовет радостное биение сердца, меня это определение не сердит. Ведь на гербе нашей страны изображен орел не иного, но белого цвета, и когда он, как и все орлы, с изогнутым клювом и острыми когтями, развернул свои крылья в кампании г-на Тухачевского в 1920 году, он был в состоянии противостоять двуглавному чудищу, хотя оно и окрасилось красным цветом. Давайте оставаться белополяками, поскольку наш орел белый, с одной, естественной, головой, а когти у него достаточно острые, чтобы побеждать чудищ и защищать свое гнездо. Правда, мы также являемся «панской Польшей». Как же ярко мне это напоминает времена детства, когда я в Вильнюсе с ужасом и отвращением отбросил книги таких хорошо известных в российских школах авторов, как Иловайский. Там также учили детей, как великие московские цари одаривали благодеяниями «панскую Польшу», насколько велики их заслуги перед Богом, человечеством, и, таким образом, перед Польшей, а она, мятежная, в каждом поколении весну своей жизни кровавым восстанием празднует – «панская Польша»! Вся фразеология г-на Тухачевского мне хорошо известна. Так много лет своей жизни я провел в работе для социалистического движения (...) Она заимствована из работ великого ученого и мыслителя – Карла Маркса. И хотя никогда в жизни я не был сторонником того, что называют материалистическим пониманием истории, и что всегда возводили в основу марксистской фразеологии, я всегда мог отличить величие работ самого Маркса от вульгаризации его глубоких мыслей. С другой стороны, когда я вижу г-на Тухачевского, идущего следом князя варшавского Паскевича, как он стучит в ворота Варшавы, повторяя заклинания, взятые из Маркса,

я не могу не ответить ему названием известной у нас в Польше брошюры еще одного великого теоретика социализма, Либкнехта – «Soll Europa kosakisch werde?» Должна ли Европа стать казацкой?» (Piłsudski 1937: 148, 151).

Выводы

Владимир Маяковский и Демьян Бедный – их многочисленные, насыщенные боевым духом стихотворения, а также сатирические рисунки последнего воодушевляли на борьбу с белополяками как никакие другие тексты. Попытки советизации Польши, обработки сознания поляков и приспособления польской ментальности к коммунистическим моделям понесли поражение ввиду военной победы в 1920 году, которая была возможна только благодаря объединению польского общества. Вследствие польской победы литературное участие Маяковского, Бедного и других не дало желаемого эффекта. Тем не менее, трудно оценить реальные процессы, происходящие в сознании людей и обществ и степень усвоения пропагандистского содержания. Однако нет никаких сомнений, что польско-российская война 1919–1921 годов была своеобразным полигоном для советских пропагандистов. Опыт, который они приобрели в этой войне, они умело использовали в течение следующих десятилетий. Можно даже позволить себе утверждение, что некоторые виды содержания, используемые стереотипы и методы действия функционируют и по сей день. Оценивая, в свою очередь, позицию представителей российской литературы – активистов пропагандистской машины 1919–1921 годов – трудно однозначно решить, было ли их участие вызвано идеализмом, желанием изменить мир, осуществление которого они видели в коммунизме, или же их идейность была продиктована цинизмом, глупостью и ренегатством.

Литература

DE LAZARI, A., RIABOW, O., 2008. *Polacy i Rosjanie we wzajemnej karykaturze*. Warszawa: Polski Instytut Spraw Międzynarodowych.

KOCHAŃCZYK, J., 2014. *Polska-Rosja: czas wojny, czas pokoju*. Chorzów: Videograf.

LEINWAND, A. J., 1998. *Sztuka w służbie utopii. O funkcjach politycznych i propagandowych sztuk plastycznych w Rosji Radzieckiej lat 1917–1922*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Historii PAN.

LEINWAND, A. J., 2004. Mistrzowie propagandy w wojnie z Polską 1920 roku: Włodzimierz Majakowski i Demian Biedny. In: Red. A. Koryn, P. Łossowski. *Europa Środkowa i Wschodnia w XX wieku. Studia ofiarowane Wiesławowi Balcerakowi w siedemdziesiątą rocznicę urodzin*. Warszawa, Łowicz: Wydawnictwo Instytutu Historii PAN, 539–554.

LEINWAND, A. J., 2008. *Czerwonym młotem w Orle Białego. Propaganda sowiecka w wojnie z Polską 1919–1920*. Warszawa: DiG.

LENIN, W. I., 1958. *Korespondencja wojenna 1917–1920*. Warszawa: Wydawnictwo Ministerstwa Obrony Narodowej.

PIŁSUDSKI, J., 1937. Rok 1920. In: J. Piłsudski. *Pisma zbiorowe*. T. 7. Warszawa: Instytut Józefa Piłsudskiego.

TESLAR, T., 1938. *Propaganda bolszewicka podczas wojny polsko-rosyjskiej 1920 roku*. Warszawa: Wojskowy Instytut Naukowo-Oświatowy.

WOROSZYLSKI, W., 1984. *Życie Majakowskiego*. Warszawa: Czytelnik.

БЕДНЫЙ, Д., 1926. *Полное собрание сочинений*. Т. 4: *Интервенция. Дипломатика. Чисто буржуазное. Политика. В Шейдеманни. Желтые вообще. Самостийники. Белая Польша. Выметенный мусор*. Москва-Ленинград: ГИЗ.

БЕДНЫЙ, Д., 1919. Два жупана. *Правда*, 7.

БЕДНЫЙ, Д., 1920. К окопам. *Правда*, 158.

ВОЛКОГАНОВ, Д., 1994. *Троцкий: Политический портрет*. Москва: Новости.

КОСТЮШКО, И. И., 1994. *Польско-советская война 1919–1920: ранее не опубликованные документы и материалы*. Ред. И. И. Костюшко. Ч. 1. Москва: Институт славяноведения и балканистики.

СУСЛОВ, П., 1930. *Политическое обеспечение советско-польской кампании 1920 г.* Ленинград: Госиздат. Отд. воен. лит.

Michał Ceglarek

Jagiellonian University in Kraków, Poland

Research interests: polish-soviet war of 1919–1921, propaganda, Polish and Russian literature

VLADIMIR MAYAKOVSKI AND DEMIAN BIEDNY: LITERATURE AS AN INSTRUMENT OF PROPAGANDA ON THE EXAMPLE OF POLISH-SOVIET WAR 1919–1921

Summary

The year 1920 saw the shaping and crystallisation of stylistic and literary-ideological canon regarding the dispute about Bolshevik Russia's place in European civilisation. The sides of the Polish-Soviet conflict are in possession of a large arsenal of tropes and rhetorical figures, routinely used in printed sources, occasional publications, posters, caricatures, postcards and all kinds of gadgets. Particular attention was dedicated to the creation of massive weapon of “war on paper and canvas”, i.e. to propaganda and ideological proselytism. A propaganda war was imposed upon Poland prior to the armed conflict. The political weapons deployed by the Russia of Lenin and Trotsky – violent agitation and propaganda aimed against the “White Poles” and favouring “Soviet Poland” – significantly supported military efforts and political-diplomatic campaign. The numerous activists and artists engaged in the anti-Polish propaganda of the period included the especially noteworthy Vladimir Mayakovsky, Demian Biedny, Viktor Deni and Izaak Babel. Their bellicose poems and, in the case of the latter, satirical drawings incomparably kindled the will to struggle against the “White Poland”. Soviet propagandists regarded the Polish-Soviet war as a testing ground, with the experiments proving useful for planning future undertakings.

KEY WORDS: propaganda, Polish-Soviet war, Vladimir Mayakovsky, Demian Biedny.

Pateikta / Submitted 2016 11 16

Priimta / Accepted 2017 02 09