

Kostylev, Ūrij S.

Языковые средства создания образа поляка как врага в советской массовой печати периода второй мировой войны

Etnolingwistyka 20, 257-267

2008

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użyciu.

Юрий С. Костылев
(Екатеринбург)

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ПОЛЯКА КАК ВРАГА В СОВЕТСКОЙ МАССОВОЙ ПЕЧАТИ ПЕРИОДА ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

W artykule rozpatrywane są językowe środki propagandy i agitacji na materiałach radzieckiej prasy okresu drugiej wojny światowej kształtujące obraz Polaka jako wroga. Autor analizuje leksykalne, stylistyczne i inne środki językowe wykorzystywane dla charakterystyki przeciwnika; wyodrębnia leksemy i rozbudowane charakterystyki, które najczęściej wykorzystywano dla stworzenia negatywnego obrazu wroga. W wyniku analizy dochodzi do wniosku, że obraz Polaka-wroga w ciągu omawianego okresu podlegał ewolucji, m.in. pod koniec drugiej wojny światowej Polak traci charakterystyki narodowe i społeczne aktualne w początkowym okresie wojny. Jednocześnie autor wskazuje na istnienie trwałych i niezmiennych cech przypisywanych Polakowi, takich jak „intelektualna niewydolność” czy zbrodnicza istota jego działań.

Отношения Советского Союза и Польши в период второй мировой войны были достаточно сложными. С одной стороны, Польша и СССР были вынуждены бороться с одним противником — Германией, с другой, — давние советско-польские разногласия привели к тому, что СССР дважды в течение войны выступал против Польши как суверенного государства (сентябрь 1939 г.) или некоторой части поляков (август-октябрь 1944 г.). Естественно, такое положение дел требовало от советской пропаганды определенных усилий для оправдания совместных с Германией действий против Польши в начале второй мировой войны и создания образа поляка как врага. Языковые средства создания этого образа и стали предметом данной статьи. В качестве источника материала были использованы публикации газеты „Правда”¹, официального печатного органа ЦК ВКП(б), и некоторые плакаты.

¹При паспортизации примеров, взятых из газеты „Правда”, в скобках дается дата публикации, название газеты при этом не указывается.

Для уточнения лексического значения слов, при помощи которых создавался образ поляка, использовался *Толковый словарь русского языка* под редакцией Д. Н. Ушакова² (далее ТСУ). Выбор именно этого словаря связан с тем, что создание его (1935–1940 гг.) относится к периоду локальных военных конфликтов конца 1930-х гг., то есть к тому времени, когда внешняя и внутренняя политика советского государства особенно требовала идеологической мобилизации советского общества и актуализации идеологической сферы культуры (в том числе и в языке), и кодифицированная именно в словаре Д. Н. Ушакова семантика естественно наложила отпечаток на советские пропагандистские тексты, создаваемые вплоть до исчезновения СССР.

Образ поляка в текстах периода советского похода в Западную Белоруссию и Западную Украину

По результатам Рижского мирного договора 1921 г., официально завершившего советско-польскую войну 1919–1921 гг., к Польше отошли некоторые украинские и белорусские территории, и советское правительство искало возможности присвоения утраченных земель. Такая возможность появилась с началом второй мировой войны в сентябре 1939 г. Согласно советско-германскому пакту о ненападении Советский Союз получал право на занятие территорий польского государства до так называемой линии Керзона, установленной еще в период гражданской войны. Существование новой советско-германской границы было подтверждено Договором о дружбе и границах между СССР и Германией.

Этот эпизод советской истории кажется наиболее сомнительным с точки зрения морали, так как Советский Союз здесь предстает соучастником гитлеровской агрессии, получившим территориальные выгоды в ходе совместных советско-германских действий против Польши. Конечно же, такую позицию надо было обосновать средствами пропаганды, что и попыталась сделать советская массовая печать в этот период. Рассмотрим, какие языковые средства она использовала для этого. В качестве материала для исследования в этой части использовались публикации газеты „Правда” за сентябрь–октябрь 1939 г. и тексты некоторых плакатов.

Во время этой войны советская пропаганда частично использовала опыт гражданской войны. Снова, как и в период советско-польской

² *Толковый словарь русского языка*: В 4 т. / Под ред. проф. Д. Н. Ушакова. М., 1935–1940.

войны 1919–1921 гг., Польша в большинстве случаев называется *панской*: *Общезвестно, что панская Польша лишила население Западной Украины и Западной Белоруссии жизненно необходимых продуктов* (4.10.1939); *Правительство панской Польши обанкротилось*. (18.10.1939). Здесь мы снова видим характеристику Польши по социальному признаку, закрепившуюся в период советско-польской войны 1919–1921 гг. и отлично знакомую адресату. Основными наименованиями поляков, против которых ведутся боевые действия, также остаются лексемы, характеризующие врага по социально-классовому признаку: *паны, шляхта, помещики* и их производные: *Никогда уже на нашей земле не будет панов и помещиков* (19.09.1939); *Да здравствует Рабочекрестьянская Красная Армия, освободившая трудящихся Западной Белоруссии от помещиков* (с плаката); *Женщины рассказывают об издевательствах польской шляхты* (20.09.1939); *Поможем братьям сбросить ярмо польской шляхты* (19.09.1939); *Красная Армия принесла мир и порядок в страну, страдавшую от панского произвола* (19.09.1939). Особенностью лексем *пан* и *шляхта* является то, что они двояко характеризуют противника — с национальной и классовой точек зрения. Шляхта — дворянство, классовый враг рабочего и крестьянина, как и паны — господа. (Ср. в ТСУ: „Пан. 1. Польский помещик. *Война с панами. Король и паны за него. (Пушкин)*; Шляхта. Польское мелкопоместное дворянство”). При этом и *шляхта*, и *пан* являются национально специфичными лексемами. Можно предположить, что популярность этих лексем вызвана тем, что они одновременно создают образ и классового, и национального врага, тем самым как бы вдвое усиливая ненависть к противнику. Редко возникает известная также по временам гражданской войны характеристика *ясновельможный*, описывающая врага в том же ключе: *В честь приезда такой ясновельможной особы <...> было созвано собрание местных рабочих* (13.09.1939.)

В пропагандистском плане ситуация осложнялась тем, что война велась за земли, населенные украинцами и белорусами, в отношении которых осознавалась не только классовая и социальная, но и этническая связь с народами Советского Союза, так что советской пропаганде приходилось оперировать еще и идеей национального родства, которая не всегда сочеталась с идеей пролетарского интернационализма.³

³ Неоднозначность подходов к этому вопросу отражена, например, в различных вариантах текста известной песни *Украина золотая, Белоруссия родная: Мы идем за советскую родину // Нашим классовым братьям помочь и: Мы идем за великую родину // нашим братьям и сестрам помочь*, где в первом из приведенных вариантов мы видим актуализацию социальной составляющей образа союзника, а во втором —

Этим можно объяснить то, что для характеристики Польши в этот период совершенно исчезает определение *белая* по отношению к Польше, а квазиэтноним *белополяк* уходит на периферию словоупотребления в текстах, ср.: *От него белополяки поскорей уходят прочь...* (*Вася Теркин на фронте*, приложение к газете „На страже Родины”; этот текст был создан несколько позже, в период советско-финской войны 1939–1940 гг., когда употребление лексемы *белополяк* было поддержано широко используемой лексемой *белофинн*, созданной по тому же образцу). Идея отделения группы поляков по политическому признаку в качестве *белых* казалась несостоятельной с точки зрения пропаганды, так как *пан*, *шляхта* и *помещики* могут угнетать и украинских, и белорусских крестьян, а существование *белополяка* должно подразумевать наличие политически оформленной оппозиции внутри Польши, что снижало бы ценность национального фактора при ведении агитационной работы. В этом факте мы уже видим некий поворот пропагандистской мысли от способов характеристики врага по классовому признаку к включению в агитационный арсенал идеи и этнического отличия от врага. По отношению к другим врагам (финнам, японцам, например) эта тенденция более отчетливо прослеживается только в конце второй мировой войны.

Для обозначения врага появляется лексема, не встречавшаяся в текстах периода гражданской войны, но реализующая ту же идею соединения национального и классового признаков — *магнат* (ср. в ТСУ: „Магнат. 2. в Польше и Венгрии — крупный помещик”): *Во что превратили польские паны, польские магнаты Польшу?* (22.09.1939); *Великая правда о том большом историческом значении, какое значение имеет освобождение одиннадцати миллионов трудящихся, доселе угнетаемых польскими магнатами* (21.09.1939). Появление этой лексемы можно объяснить развитием созданного ранее образа врага с учетом возросшей подготовки адресата, способного теперь воспринять новые средства обозначения противника, используемые в уже известном ключе.

Увеличение веса национальной составляющей в создаваемом образе врага выражается и в использовании лексем *поляк*, *польский*, *Польша* без какого-либо определения, при чем в качестве врага выступает именно *поляк*: *Спасибо товарищу Сталину за освобождение Белоруссии от польского ига* (21.09.1939); *Священная миссия освобождения от польского ига* (22.09.1939); *Ремонтируют автомобили, брошенные поляками при бегстве* (1.10.1939); *Мчались из Польши все незадачливые правители польского государства* (5.10.1939).

сугубо национальную, подчеркивающую кровное родство с освобождаемыми народами.

Сохраняется уже испробованная в годы гражданской войны идея неравенства польского народа польским властям, хотя она и сдает свои позиции: *Сам польский народ не унижен ни в чем, то — панское втоптанно знамя* (18.09.1939); *Население Польши брошено его незадачливыми, несостоятельными правителями на произвол судьбы* (19.09.1939). Во всяком случае, здесь польский народ уже не предстает участником событий, на которого направлены действия Красной Армии, как мы видим это в текстах, относящихся к другим государствам и другим историческим эпизодам, а просто не составляет единого целого со своим правительством.

Исключительно широко представлены способы характеристики сил, противостоящих СССР как несостоятельных, действующих вопреки здравому смыслу. Для развития образа в этом направлении используются лексемы *незадачливый, несостоятельный* (что мы видим и в приведенном выше тексте), *неразумный*; *Ввергнутые благодаря его [польского правительства] неразумию в пучину войны* (19.09.1939); *Огромные военные трофеи захвачены Красной Армией у незадачливых польских вояк* (27.09.1939); *Незадачливые правители панской Польши немало потрудились, чтобы скрыть от населения правду о Советском Союзе* (2.10.1939). Все это представляет врага как слабого, неспособного эффективно противостоять Советскому Союзу.

Очень активно создается «криминальный» сегмент образа. Очень часто враг называется *бандитом, грабителем*, а регулярные (в том числе, сугубо офицерские) части противника — *бандами*: *Осуществить свою угрозу польским бандитам не удалось* (3.10.1939); *Наши танки и танкисты приводят в трепет панские банды* (1.10.1939); *Убедившись, что выхода нет, польская банда сдалась* (о стычке с польскими летчиками, 3.10.1939); *Можно было бы назвать еще немало сталинских комиссаров, самоотверженно дравшихся с польскими бандами* (1.10.1939); *Трудящиеся Западной Украины не раз подымались против панов-грабителей* (1.10.1939). Такие характеристики применяются для указания на агрессивность противника, преступность его действий, но вместе с тем — на его слабую организованность. Даже с учетом достаточно широкого понимания лексемы *бандит* в этот период нельзя признать отражающим реальную действительность применение этой лексемы к данному противнику (Ср. в ТСУ: „*Бандит*. Вооруженный грабитель, разбойник. *Налет бандитов на винный магазин* // пренебр. нов. Участник вражеской контрреволюционной банды. *Расстреляли трех бандитов из шайки Мазно. Банда* // пренебр. нов. Вооруженный вражеский контрреволюционный партизанский отряд. *Белогвардейские банды*.

*Фашистские банды*⁴). Можно увидеть противоречие, вызванное использованием подобных лексем в отношении польских войск и стремлением представить врага одновременно грозным и неорганизованным — именование поляков с одной стороны *офицерами*, т. е. основными членами организованной регулярной структуры — армии, с другой стороны, называние их же *бандой*.

Встретилось употребление лексемы *военщина*, известной адресату по столкновениям с японцами на Хасане и у Халхин-Гола и обращающей внимание адресата на природную, органическую агрессивность (Ср. в ТСУ: „*Военщина*. (разг. пренебр.) 1. Собир. Военные (устар.) // Мировоззрение⁵, не выходящее за пределы узко-военной специальности”): *Какой резкий контраст с отношением к населению польской военщины!* (2.10.1939); *Польская военщина решила воспрепятствовать нашему продвижению и отстоять город* (19.10.1939). Малое распространение этой лексемы во время похода 1939 г. можно объяснить тем, что изначально позиция польских военных представлялась адресату менее активной, чем в случае с Японией, из-за меньшей боеспособности польских войск и меньшей угрозы, которую эта *военщина* несла Советскому Союзу в представлении адресата. Однако и здесь она реализует идею агрессивности противника, оправдывающей нападение на него.

Еще один элемент образа врага, характеризующий его в классовом аспекте, — отношение к крестьянам — выражен в лексеме *поработитель* (в отношении крестьян): *Народы Западной Белоруссии и Западной Украины освободились от ярма польских панов, от ненавистных поработителей* (2.10.1939).

Таким образом, в период похода в Западную Белоруссию и Западную Украину образ врага-поляка в советской массовой печати разрабатывается в следующих направлениях:

— развивается социально-национальный аспект употреблением лексем *пан*, *магнат*, *шляхта* и т. п., причем национальный компонент становится более значимым, чем в период советско-польской войны 1919–

⁴В контекстах, приводимых Д. Н. Ушаковым, мы видим противоречие внутри словарной статьи, поскольку довольно трудно признать партизанскими белогвардейские и тем более фашистские вооруженные формирования. Это свидетельствует о том, что значение, явно созданное советской пропагандой после революции, все же не совсем еще устоялось в языке, хотя лексема и приобрела некое не свойственное ей раньше значение.

⁵Такое определение кажется несколько странным, поскольку речь должна идти, как мы видим из текстов, о группе людей, обладающих определенным складом мышления, а не о самом мышлении как таковом.

1921 гг. за счет употребления лексем *поляк*, *польский* и т. п. без каких-либо определений и социальных характеристик;

— исчезает четкая однозначная связь противника с белым движением внутри России, хорошо известным адресату текста, в том числе и по опыту предыдущей советско-польской войны;

— подчеркивается преступная сущность действий врага, нарушающего не только законы, установленные обществом, но и законы здравого смысла и логики при помощи лексем *неразумный*, *незадачливый* и т. п. с одной стороны, и лексем *банда*, *бандит*, *грабитель* — с другой.

Образ поляка в текстах периода операции «Багратион» и Висло-Одерской операции 1944 г.

Вступив на территорию Польши в 1944 г., Советская Армия столкнулась не только с сопротивлением вооруженных сил стран Оси, но и с активным противодействием некоторой части польского населения. Это было вызвано несогласием некоторых поляков с новым социальным и государственным устройством, которое предполагалось установить в Польше после второй мировой войны по советскому образцу. Вдохновителем такого противодействия стало польское эмигрантское правительство, оказавшееся в Лондоне еще в начале войны по причине занятия территории Польши немецкими и советскими войсками. Основной военной силой, боровшейся с Советской Армией с польской стороны, стали различные военизированные организации — Армия Крайова, Корпус Безопасности и им подобные. В отношении этих поляков советской пропагандой и был создан новый образ врага-поляка.

Учитывая то, что в этот момент велась война с Германией — гораздо более мощным, чем поляки, противником, — неудивительно, что советская пропаганда обращала мало внимания на врагов-поляков. Определенную роль здесь сыграло и то, что боевые действия на польской территории велись под лозунгом освобождения братского польского народа, и концентрация внимания на эпизодах борьбы именно против поляков была нежелательна. Но совсем не обращать внимания на эти эпизоды было невозможно, и центральная пресса вынуждена была освещать события, связанные и с таким противостоянием, создавая образ очередного врага.

В качестве источника материала для этой части использовались публикации „Правды” за август-сентябрь 1944 г.

Следует отметить, что большая часть населения Польши была политически пассивной и не присоединилась ни к Армии Крайовой, ни

к просоветской Первой дивизии имени Костюшко под командованием Зыгмунта Берлинга. Но к Советской Армии, освобождавшей Польшу от немецкой оккупации, население Польши, очевидно, испытывало некоторые симпатии, а потому социальная база польского эмигрантского правительства была достаточно мала. Это не могло не отразиться на образе поляка-врага, и уже знакомая нам идея немногочисленности врага и обреченность его действий на провал реализовалась в текстах этого периода с большим основанием, чем прежде.

При создании образа врага использовались уже знакомые нам средства. Однако на первый план выходит характеристика врага как *авантюриста*, (Ср. в ТСУ: „*Авантюра*. 2. Дело предпринятое неосновательно, без шансов на удачу, рискованное. *Дальневосточная а. Участник авантюры Юденича*⁶; *Авантюрист*. // Человек, склонный к авантюризму; Авантюризм (книжн.) Склонность к рискованным похождениям или неблагоприятным⁷ поступкам, авантюрам”), становясь ведущим и едва ли не единственным способом создания образа: *Пускаясь на авантюру в Варшаве*⁸, *польское эмигрантское правительство преследовало лишь политические цели* (3.09.1944); *Полковник Тарнава*⁹, *касаясь причин, вызвавших разрыв с группой авантюристов из АК (Армии Крайовой), сообщил...* (3.09.1944).

Польское эмигрантское правительство и поддерживающие его поляки называются также *кликой*, а его политика *антинародной*: *Агенты реакционной клики Соснковского усилили свою подрывную провокаторскую работу* (22.09.1944); *Новое доказательство провала антинародной политики польской эмигрантской клики* (3.09.1944); *Обанкротившимся авантюристам из реакционной эмигрантской клики не удастся помешать польскому народу* (28.09.1944). Подобные характеристики реализуют уже знакомую нам идею отделения врагов от собственного народа и его малочисленность, а значит — несостоятельности его деятельности и обреченность ее на провал. При этом широкое использование определения *реакционный* по отношению к эмигрантскому правительству характеризует его действия не только как антинародные, но и как препятствующие прогрессу.

⁶Подобные контексты закрепляют в словаре и политический оттенок данной лексемы — склонность к авантюрам политических и военных противников.

⁷Такое определение уже придает негативный оттенок действиям авантюриста, в роли которого в текстах выступает враг.

⁸Речь идет о восстании в Варшаве в августе 1944 г., начатом под руководством Тадеуша Бур-Коморовского и при поддержке польского эмигрантского правительства.

⁹Тарнава — командир польского Корпуса Безопасности — воензированной антисоветской организации.

Снова активно эксплуатируется идея *безумия* врага, несостоятельности его в интеллектуальном плане, при этом идея безумия в текстах объединяется с идеей *провокационной* деятельности врага, вплоть до того, что авторами текстов создается устойчивое сочетание *безумцы и провокаторы*. Такое объединение призвано усилить пропагандистский эффект уже широко использовавшихся по отдельности лексем, синтезировав идеи интеллектуальной несостоятельности врага и его злонамеренной подстрекательской деятельности, подчеркнуть безуспешность этого подстрекательства и отсутствие реакции на него со стороны создателей и адресатов текстов, в которых враг характеризуется подобным образом: *Только авантюристы, притом до крайности неумные, могут думать, что можно добиться успеха путем восстания плохо вооруженных людей* (19.08.1944); *Это и есть то, что «почти больше, чем безумие». Это — подлая провокация.* (3.09.1944); *Безумцы и провокаторы в Варшаве и Лондоне требуют, чтобы советские летчики доставляли оружие в те дома и на те немногие улицы, на которых еще держатся жертвы провокации* (3.09.1944); *Безумцам и провокаторам не удастся напустить туман «таинственности» вокруг боев за Варшаву* (3.09.1944). Именование участников Варшавского восстания *жертвами провокации* снова реализует мысль о различии интересов польского народа и эмигрантского правительства. При этом деятельность Армии Крайовой воспринимается как выступление, совершаемое не с целью добиться какого-либо позитивного эффекта, но с целью вызвать своих противников на нежелательные для него действия (Ср. в ТСУ: „Провокация. 2. Умышленный вызов, подстрекательство с какой-нибудь целью. *Открытая п. войны фашистами; Провокатор. 2.* перен. Подстрекатель на что-н. запретное, дурное (разг.)”).

Деятельность врага может характеризоваться и как *подлая*, как мы видели в приведенном выше тексте от 3 сентября, ср. также: *Подлыми маневрами стремились агенты Армии Крайовой сорвать съезд крестьянской молодежи* (3.09.1944). Такое обозначение также указывает на слабость врага, неспособного действовать прямо, не прибегая к *подлостям* или *провокациям*.

Интересно употребление определения *фашистский* по отношению к врагу-поляку, крайне редко встречающееся в текстах: *Это прежде всего авторы затеи, принадлежащие к фашистской группе Соснковского* (3.09.1944). Мы видим стремление использовать образ, связанный в сознании адресата со всем самым опасным и страшным, а малую его частотность можно объяснить тем, что адресат, даже будучи включен-

ным в свертхтекст советской пропаганды, понимает несостоятельность подобных характеристик по отношению к полякам.

Итак, в период боевых действий на территории Польши 1944 г. налицо новый поворот образа врага-поляка в советской массовой печати, характеризующийся следующими элементами:

— практически исчезают как классовая, так и национальная составляющие образа врага, известные нам по периодам советско-польской войны 1919–1921 гг. и похода в Западную Белоруссию и Западную Украину 1939 г., что объясняется пафосом освобождения всей Польши независимо от социально-экономической или национальной принадлежности представителей польского народа. Польский народ представляется в целом монолитным, которому противостоит небольшая группа людей, обозначаемых лексемой *клика*, которая ведет *антинародную* политику;

— деятельность этой группы представляется *авантюрной* и *провокационной*; при этом ненавязчиво подчеркивается ее связь с общим врагом при помощи характеристик типа *фашистский*;

— широко эксплуатируется известная ранее идея интеллектуальной несостоятельности врага, что опять же говорит об обреченности его действий на неудачу.

Подводя итоги, отметим, что в течение второй мировой войны образ поляка как врага подвергся изменениям, что вызвано изменением политической обстановки, требующей корректировки отношения к Польше. Образ поляка периода похода в Западную Украину и Западную Белоруссию во многом продолжил традицию времен Гражданской войны и иностранной военной интервенции. Ведущими чертами образа стали социальный и национальный компоненты, синтетически выраженные в лексемах типа *пан*, *шляхта*, *магнат*, но при этом усиливается национальная составляющая образа по сравнению с периодом советско-польской войны 1919–1921 гг. В 1944 г. национально-социальная составляющая образа практически исчезает.

Общей для обоих рассмотренных периодов является идея о том, что Советский Союз борется не со всеми поляками, а только с довольно малочисленной их частью, что дает основания ожидать скорой победы над ней. Эта идея поддерживается также такой чертой, как интеллектуальная несостоятельность врага, обрекающая его действия на неудачу, при этом враг идет против законов не только здравого смысла, но и общепринятых социальных установок, что выражается в использовании лексики криминальной сферы.

В целях идеологической мобилизации адресата в 1944 г. подчеркивается связь поляка-врага с общим противником — фашизмом, но делается

это довольно непоследовательно, поскольку адресат явно может усмотреть несостоятельность указания на такую связь. Таким образом, мы можем видеть постепенное развитие образа поляка-врага как на протяжении всего периода российско-польских отношений, так и на рассмотренном сравнительно коротком хронологическом отрезке.

Список использованной литературы

Вася Теркин на фронте, приложение к газете „На страже Родины”.

„Правда”. Сентябрь-октябрь 1939 г.; август-октябрь 1944 г.

Сайт Коммунистической партии Российской Федерации www.kprf.ru .

Сайт поздравительных открыток и плакатов www.mina.ru.

Сайт пропагандистских плакатов www.posters.genstab.ru.

Сайт советских плакатов www.davno.ru.

Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. проф. Д. Н. Ушакова. М., 1935–1940.

LINGUISTIC PROPAGANDA IN CREATING THE IMAGE OF A POLE AS AN ENEMY IN THE SOVIET PRESS OF WWII

The article is a study of the linguistic means in creating the image of a Pole as an enemy in the Soviet press of WWII. The author investigates the lexical, stylistic and other linguistic means used for a negative characterization of an enemy. He identifies lexemes and expressions most frequently used for the purpose. A conclusion is drawn that the image of a Pole as an enemy evolved in the sense that national and social characteristics were attributed to Poles at the beginning of the war but not towards its end. However, certain stable features were attributed to Polish people throughout the whole period, such as their “intellectual incapacity” or the criminal nature of their actions.