

**Jolanta Załączny**

Akademia Finansów i Biznesu Vistula  
Filia Akademia im. Aleksandra Gieysztora w Pułtusk  
Muzeum Niepodległości w Warszawie  
ORCID 0000-0003-0615-410X

**Plakat Felicjana Szczęsnego Kowarskiego  
przyczynkiem do rozważań o propagandzie  
w 1920 roku<sup>1</sup>**

**Słowa kluczowe**

plakat, propaganda, Bitwa Warszawska, rok 1920

**Streszczenie**

Plakat propagandowy odegrał istotną rolę w kształtowaniu postaw społeczeństwa polskiego w okresie wojny 1920 roku. W sposób sugestywny przemawiał do odbiorcy, kreując z jednej strony wizerunek agresora, a z drugiej odwołując się do patriotyzmu Polaków wzywał ich do wstąpienia do Armii Ochotniczej. Omawiany plakat Kowarskiego *Ludu Polski! Chwyć za broń...* wykorzystuje symbole graficzne oraz siłę przekazu słownego. To nie tylko dzieło artystyczne, bo wszystkie plakaty z czasów wojny polsko-bolszewickiej są też cennym źródłem historycznym.

---

<sup>1</sup> Prezentacją plakatu *Ludu Polski! Chwyć za broń...* autorstwa Felicjana Szczęsnego-Kowarskiego (MN Pl. 2018) w Galerii Jednego Obiektu Muzeum Niepodległości zainicjowało 12 lutego 2020 roku cykl imprez poświęconych 100. rocznicy Bitwy Warszawskiej.

Zgromadzone w Muzeum Niepodległości plakaty są artystycznym dokumentem wydarzeń z 1920 roku. Powstawały w związku z najazdem bolszewickim i stanowią przykład wykorzystania sztuki dla celów propagandowych. Ówczesna propaganda w obliczu zagrożenia stawiała sobie za cel pozyskanie możliwie jak najszerzych mas społeczeństwa do podjęcia wysiłku wojennego.

Plakaty z 1920 roku trafiły do Muzeum Historii Polskiego Ruchu Rewolucyjnego w marcu 1969 roku jako przekaz z Zakładu Historii Partii przy KC PZPR. Zbiory tego Muzeum przeszły na stan następcy, czyli Muzeum Niepodległości.

Jednym z najbardziej sugestywnych przykładów inicjatyw propagandowych były drukowane masowo plakaty werbunkowe wzywające do wstępowania w szeregi Armii Ochotniczej lub zachęcające do finansowego wspierania działań. Ich aspekt perswazyjny polegał na odwoływaniu się do patriotycznego obowiązku Polaków, przy jednoczesnym demonizowaniu wizerunku wroga. Sowieców przedstawiano jak barbarzyńskie hordy, reprezentujące odmienne wartości, sprzeczne z demokracją krajów europejskich. Ukazywano zderzenie tych dwóch cywilizacji, kładąc szczególny nacisk na walkę dobra ze złem. Wrogów prezentowano w sposób karykaturalny. Przypisywano im brak poszanowania elementarnych zasad oraz dążenie do zniszczenia tradycyjnego ładu i zaprowadzenie nowego porządku. Zastanawiano się – przykładem rozważania Władysława Wankie na łamach czasopisma „Świat”:

Czy propaganda powinna bolszewików przedstawiać jako wrogą, olbrzymią potęgę, straszną i groźną, czy też traktować ją lekceważąco, jako bandę łotrów i oszustów. Obydwa kierunki mają swoje uzasadnienie. Groza przeraża i onieśmiela, co jest niepożądane. Ośmieszanie ma znów ten skutek, że wywołuje megalomanię, ale jednocześnie ducha nie przygasza, nie tworzy defetyzmu, do którego jesteśmy pochopni. Wybraliśmy drogę pośrednią i ta jest z pewnością trafna<sup>2</sup>.

Na plakatach – obok grafik – pojawiały się wymowne hasła: „Jak na opiece oprze się Państwo Polskie na pożyczce złotej!”, „Nam twierdzą będzie każdy próg”, „Do broni! Ojczyzna was wzywa!”. Cytowano też słowa Józefa Piłsudskiego „Rzeczą żołnierza jest stworzyć dla Ojczyzny piorun, co błyska, a gdy trzeba – uderzy”.

Wśród autorów nie brakowało wybitnych artystów tej miary co: Władysław Skoczylas, Edmund Bartłomiejczyk, Piotr Danya, Bogdan Nowakowski, Kajetan Stefanowicz, Edmund John, Kamil Mackiewicz, Stanisław Sawiczewski, Felicjan Szczęsny Kowarski. Większość z nich zajmowała się

---

<sup>2</sup> W. Wankie, *Sztuka – Ojczyźnie*, „Świat” 1920, nr 38, s. 6.

także malarstwem, ilustratorstwem, architekturą wnętrz. Artyści po raz kolejny udowodnili, że w sytuacji zagrożenia malarstwem, a przede wszystkim grafiką, oddają „sprawie Marsa ogromne zasługi”<sup>3</sup>.

W czasie kampanii 1920 r. plakat przestrzegał przed zagrożeniem ideologią bolszewicką<sup>4</sup>, mobilizował do czynnego udziału w walce. Obok dzieł o wysokiej kulturze graficznej pojawiły się prace amatorskie, czasem o nieco naiwnej stylistyce, z dominującym monstrualnym wyobrażeniem wroga. Uzupełnieniem dosadnego w wymowie rysunku było jasne w przekazie hasło. Plakaty takie – co zrozumiale – wzniewały nastroje patriotyczne, rozbuźdzały emocje, przestrzegały przed nadciągającą Apokalipsą. A co najważniejsze, obrazem i stylem przemawiały do zbiorowej wyobraźni.

W założeniu plakaty miały docierać do szerokiego grona odbiorców. Ekspozowano je na ulicach, niesiono w pochodach. Jak donosił „Tygodnik Ilustrowany” z 24 lipca 1920 roku:

W dniu Armii Ochotniczej prawdziwą sensacją na ulicach Warszawy wywołały niesione w pochodzie oryginalne i artystycznie wykonane barwne plakaty o motywach związanych z chwilą obecną i z hasłem, które dzisiaj od góry do dołu przenika społeczeństwo nasze: Do broni! Obecnie te plakaty umieszczano na placach i ulicach Warszawy. Stoją one, biją w oczy i wołają. Są jak głos sumienia. (...) Jedne wstrząsają grozą, inne działają na sentyment, inne wreszcie operują humorem i satyrą; wszystkie zaś podniecają wyobraźnię, brzmią jak pobudka i doskonale spełniają swe zadanie<sup>5</sup>.

Wiele z tych plakatów znajduje się współcześnie w zbiorach Muzeum Niepodległości. Stało się tak, jak postulował dziennikarz „Tygodnika”, by plakaty – jako artystyczny dokument tamtej, niewątpliwie wielkiej chwili – znalazły dla siebie miejsce w muzeum, w reprodukcjach zaś rozeszły się po całym świecie.

Zawarte na plakatach artystyczne treści nabierały szczególnej wymowy w sytuacji zagrożenia kraju. Ukazywały postawy społeczeństwa polskiego w obliczu zagrożenia i wzywały do walki w obronie ojczyzny. Jednym z nich jest plakat autorstwa Felicjana Szczęsnego Kowarskiego.

Felicjan Szczęsny Kowarski urodził się 8 września 1890 roku w Starosielcach koło Białegostoku, zmarł 22 września 1948 roku w Konstancinie pod Warszawą. Ponieważ ojciec był kolejjarzem, w związku z jego służ-

---

<sup>3</sup> Ibidem, s. 6.

<sup>4</sup> Zob.: S. Szczotka, *Wizerunek bolszewika w polskich plakatach propagandowych z wojny polsko-rosyjskiej 1919–1920 ze zbiorów Muzeum Niepodległości*, [w:] *Od Bitwy Warszawskiej do Traktatu Ryskiego*, red. T. Skoczek, Warszawa 2014, s. 95–112.

<sup>5</sup> „Tygodnik Ilustrowany” 1920, nr 30, s. 609.

bą rodzina została przeniesiona do Odessy. W latach 1902–1908 Felicjan uczył się w szkole artystycznej Odeskiego Towarzystwa Sztuk Pięknych, następnie studiował malarstwo w Akademii Sztuk Pięknych w Petersburgu (1910–1918). Naukę zakończył w 1918 roku, jego dyplom nr 429 został wystawiony 31 marca<sup>6</sup>. Niezwłocznie opuścił Petersburg, prawdopodobnie ze skierowaniem na studia do Niemiec. Nie ma informacji, czy podjął studia czy od razu w 1918 r. znalazł się w Warszawie. Wiadomo natomiast, że w roku następnym pracował w warszawskim zakładzie litograficznym Władysława Główczewskiego<sup>7</sup>.

Wiosną 1920 r. Kowarski przeniósł się do Torunia. Założył tam (razem z Leonardem Pękalskim, Henrykiem Szczyglińskim i Henrykiem Nowiną-Czernym) Zakład Graficzny Sztuka, który działał do 1923 roku<sup>8</sup>. Kowarski i Pękalski byli członkami toruńskiej Konfraterni Artystów. Zajmowali się projektowaniem i wydawaniem prospektów reklamowych, opakowań, map Torunia, okładek, plansz edukacyjnych oraz plakatów propagandowych i litografii o tematyce religijnej<sup>9</sup>.

Z Torunia Kowarski przeprowadził się do Krakowa, gdzie w latach 1923–1929 był profesorem malarstwa dekoracyjnego i monumentalnego na ASP. Od 1930 był profesorem warszawskiej ASP. Cechą charakterystyczną jego twórczości był monumentalizm formy. Oprócz malarstwa sztalugowego uprawiał malarstwo ścienne, a pod koniec życia zajmował się też rzeźbą. W 1928 uczestniczył w tworzeniu polichromii Rynku Starego Miasta w Warszawie (kamienice Gizów i Dzianotów). Wojnę spędził w Skierniewicach, potem wrócił do Warszawy.

---

<sup>6</sup> M. Pietruszko, *Ludomir Sleńdziński i Felicjan Szczęsny Kowarski – uczniowie Akademii Sztuk Pięknych w Petersburgu*, „Ananke” 2010, nr 1 (60), s. 16–25. O Kowarskim zob.: D. Konstantynów, *Petersburskie lata Ludomira Sleńdzińskiego i Felicjana Szczęsnego Kowarskiego*, [w:] *Między Polską a światem Od średniowiecza po lata II wojny światowej*, red. M. Morka, P. Paszkiewicz, Warszawa 1993, s. 128–137; J. Bogucki, *Kowarski*, Warszawa 1956; *Polscy uczniowie Akademii Sztuk Pięknych w Petersburgu w XIX i na początku XX wieku. Katalog wystawy*, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 1989.

<sup>7</sup> K. Kulpińska, *Wobec wojny, niepodległości i nowej rzeczywistości. Polska grafika artystyczna około 1918 roku*, „Rocznik Historii Sztuki” 2018, t. XLIII, s. 99.

<sup>8</sup> Zdaniem Katarzyny Kulpińskiej Szczygliński wspierał kolegów mieszkając wciąż w Warszawie. Ibidem, s. 99.

<sup>9</sup> J. Jaśkiewicz, *Dlaczego świat o nim zapomniał? Felicjan Szczęsny Kowarski – malarz, rzeźbiarz, pedagog, twórca polskiej szkoły malarstwa monumentalnego*, <https://niezlasztuka.net/o-sztuce/felicjan-szczesny-kowarski-malarz-pedagog-rzezbierz-biografia/> [dostęp: 10.02.2020].

Plakat Kowarskiego *Ludu Polski! Chwyć za broń...*<sup>10</sup> to litografia barwna o wymiarach 70 × 50,6 cm wykonana na papierze. Po lewej stronie, pośrodku zamieszczona została sygnatura: F. S. K./ XX./IV. Plakat powstał w to-ruńskim Zakładzie Poligraficznym Sztuka. Wydawcą było Biuro Propagandy Inspektoratu Generalnego Armii Ochotniczej.

Główną postacią jest umieszczony centralnie, pomiędzy łanami zboża, stojący mężczyzna z odwróconą kosą w dłoni. Postać o atletycznej budowie ciała, przedstawiona została w kontrapoście. Wyprostowana postawa wyraża gotowość do wypełnienia nakazu służby<sup>11</sup>.

Warto przeanalizować przekaz plakatu w warstwie symbolicznej, korzystając z interpretacji, jaką przynosi *Słownik symboli* autorstwa Władysława Kopalińskiego. Zboże symbolizuje dar życia, obfitość, płodność, bogactwo. Żniwa to błogosławieństwo Boże. Symboliczną wymowę ma kosa, jako płodność, nadzieja, pokój jest atrybutem rolnika, bronią w rękach kosyniera, ale też symbolem czasu i śmierci, „równacz nieubłagany wszystkiego, co żyje”<sup>12</sup>.

Obok mężczyzny, po jego lewej stronie, siedzi kobieta karmiąca piersią dziecko. Kobieta-Matka symbolizuje macierzyństwo, cnotę, ale także naród, państwo<sup>13</sup>. Dziecko to skarb, symbol początku, przyszłości. Juliusz Słowacki w *Godzinie myśli* pisał: „Niech blade uczuć dziecko o przyszłości marzy” (w. 32–34)<sup>14</sup>.

W sytuacji zagrożenia bytu państwa i narodu te trzy postaci nabierają szczególnej wymowy. Stają się symbolem wspólnoty, przedstawicielami narodu, który stawia czoło agresorowi. Mężczyzna i kobieta to monumentalne sylwetki, ich figury są brylowate, kojarzące się z rzeźbionymi posągami. W tle za głównymi bohaterami widoczna jest kolumna umundurowanych i uzbrojonych żołnierzy. Mamy więc zestawienie typowe dla ówczesnych prac: bohater jednostkowy na tle zbiorowego bohatera, jakim było wojsko.

Nad całością unosi się dym, symbol krótkotrwałości życia, zniszczenia, zła, wojny, kary gniewu bożego<sup>15</sup>. Jedną trzecią powierzchni zajmuje napis:

LUDU POLSKI!  
CHWYĆ ZA BRONŃ.

---

<sup>10</sup> Muzeum Niepodległości w Warszawie, PL2018.

<sup>11</sup> D. Forstner, *Świat symboliki chrześcijańskiej*, Warszawa 1990, s. 20.

<sup>12</sup> W. Kopaliński, *Słownik symboli*, Warszawa 1990, s. 379.

<sup>13</sup> Ibidem, s. 147.

<sup>14</sup> Ibidem, s. 81.

<sup>15</sup> Ibidem, s. 78–79.

IDZIE POŻOGA I MORD.  
TAM GDZIE PRZEJDZIE  
BOLSZEWIK POZOSTANĄ ZGLISZCZA I GRUZY POLSKIEJ  
WSI. BOLSZEWIK TO WRÓG  
LUDU POLSKIEGO!

Tekst ma wymowny charakter. Przede wszystkim, jak w przypadku większości plakatów, mamy tu czytelne wezwanie do walki i jasno sprecyzowany jej cel – obrona kraju przed agresorem. Znajdziemy w haśle przeciwstawienie sobie dwóch wizji: rodzina to ojczyzna, bezpieczeństwo, a najeźdźca to mord i pożoga, gruzi i zgliszcza. Nie bez powodu zapewne zestawiono jednostkowego bolszewika ze zbiorowością, jaką jest lud polski. W haśle wykorzystano też przywołanie ponurego obrazu ziem polskich po przejściu bolszewików.

Negatywne określenia przypisane bolszewikom: pożoga, mord, zgliszcza – przeciwstawił autor wizerunkowi Polaków. Przedstawił ich jako postacie majestatyczne, szlachetne, ze spokojem na twarzach. Przekaz zawarty w plastycznej warstwie dzieła niósł patriotyczne przesłanie, nawoływał do jedności narodu i wspierania działań zbrojnych.

Takie kontrastowe zestawienia prezentowano też często w prasie. Na łamach pisma „Świat” przytoczono – zamieszczone wcześniej w „Żołnierzu Polskim” – teksty ilustrujące obrazki ukazujące różnice w stosunkach panujących w Polsce i bolszewickiej Rosji<sup>16</sup>.

Należy podkreślić, że plakat spełniał nie tylko w roku 1920 ważną rolę. Przede wszystkim był dziełem łatwo przystępnym, a jego odbiorca nie musiał posiadać żadnych szczególnych kompetencji. Jako artefakt wykonywany był w celu przekazania określonych idei, wartości czy informacji. W jego strukturze plastycznej powinna zawrzeć się określona treść przekazu, więc jego forma musiała być jasna, aby odbiorca mógł odczytać intencje autora.

Cel propagandowy był szczególnie ważny dla podniesienia świadomości społeczeństwa i pobudzenia do działania. Z goryczą pisał Stefan Krzywoszewski: „Trzeba wreszcie wyznać, że nie czuwano w dostatecznej mierze nad utrzymaniem ducha, zapału i wiary w wojsku, że w szeregach młodej armii brakło odpowiednio zmobilizowanej propagandy, która by podtrzymywała jego energię i wytrwałość”<sup>17</sup>. Oddawał jednak sprawiedliwość, pisząc o powołaniu kilku ośrodków. Precyzyjne odtworzenie ich nazw jest niezwykle utrudnione z uwagi na fakt, że używano różnych nieprecyzyjnych często nazw.

---

<sup>16</sup> „Przyjemności bolszewickie”, „Świat” 1920, nr 33, s. 6.

<sup>17</sup> Stef. Krz., *Propaganda polska*, „Świat” 1920, nr 34, s. 9.

Powstał Centralny Komitet Propagandy oraz Biuro Propagandy przy Lidze Obrony Państwa. Na czele Komitetu stał poeta Edward Stroński, wśród aktywnych działaczy byli: Stefan Krzywoszewski, Zenon Przesmycki, Leopold Staff, Andrzej Strug, Zofia Nałkowska, Bronisława Ostrowska, Stanisław Kazuro, Juliusz Osterwa. Na wezwanie Naczelnego Wodza gremialnie odpowiedzieli więc artyści. „Oni to słowem zagrzewającym i rysunkiem barwnym przedostali się do wszystkich warstw i zniewolili wielu opieszających do wzięcia karabinu w swe dłonie. Oni przyczynili się do budowania ducha w wojsku”<sup>18</sup>.

O działaniach artystów skupionych w Centralnym Komitecie Propagandy z uznaniem pisał na łamach pisma „Świat” Władysław Wankie: „To, co się spotyka jako afisz litograficzny barwny i jednokolorowany tak samo, jak plakaty oryginalne malowane ręcznie odpowiadają założeniu, zwracając uwagę przechodnia zaciekawiają i zatrzymując go spełniają swój cel”<sup>19</sup>.

Na czele Oddziału II Informacyjno-Prasowego Inspektoratu Generalnego Armii Ochotniczej stał literat Marian Dienstl-Dąbrowa, który potrafił skupić wokół siebie wybitnych ludzi pióra, pędzla, dłuta i teatru. Wystarczy wymienić tu: Stefana Żeromskiego, Kornela Makuszyńskiego, Adama Grzymałę Siedleckiego, Stanisława Dygata. O prężnej działalności tej instytucji świadczyć mogą następujące liczby: tylko w sierpniu 1920 wydano 1,5 mln egzemplarzy druków, 16 odezw i 9 plakatów<sup>20</sup>. Staraniem Oddziału wydano łącznie 194 270 plakatów oraz 90 350 plakatów-odezw<sup>21</sup>.

Wydziałem Propagandy Oddziału II Sztabu Ministerstwa Spraw Wojskowych kierował Remigiusz Kwiatkowski. Było też Biuro Propagandy Wewnętrznej przy Prezydium Rady Ministrów, działała Sekcja Propagandy Obywatelskiej Komitetu Obrony Państwa.

Sztuka wyrażania treści propagandowych w plakacie nabierała wraz z rozwojem wypadków wojennych głębszego wyrazu. Wankie pisał: „Jeśli porównamy pierwsze nasze plakaty z obecnymi, widywanymi na rogach ulic, widzimy od razu ogromny postęp, ideowy i graficzno-techniczny, za-

---

<sup>18</sup> F., *Artyści i literaci na odsiecz Ojczyźnie*, „Świat” 1920, nr 39, s. 5.

<sup>19</sup> W. Wankie, *Sztuka – Ojczyźnie*, „Świat” 1920, nr 38, s. 6.

<sup>20</sup> F., *Artyści i literaci na odsiecz Ojczyźnie*, „Świat” 1920, nr 39, s. 6.

<sup>21</sup> A.J. Leinwand, *Polski plakat propagandowy w okresie wojny polsko-sowieckiej (1919–1920)*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej” 1993, t. XXVIII, s. 59; *Obrona Państwa w 1920 roku. Księga sprawozdawczo-pamiątkowa Generalnego Inspektoratu Armii Ochotniczej i Obywatelskich Komitetów Obrony Państwa*, red. W. Ścibor-Rylski, Warszawa 1923, s. 77–78.

miast mazaniny pierwszych prób, nastąpiła celowa robota graficzna, której stałym znamieniem jest zwięzłość, dobre wypełnienie ram obrazu”<sup>22</sup>.

Kiedy oglądamy plakaty w roku 1920, dostrzegamy to, na co zwracał uwagę ówczesny obserwator: „Jest w tej całości, mimo dużych niedostatków formy, jakoś złość i zaciekłość, pasja, która siedzi w ramach obrazka – i udziela się widzowi”<sup>23</sup>. Jednocześnie zaczął formować się dostosowany do realiów czasów nowy język artystycznego przekazu wywodzący się z tradycyjnej ilustracji, ale pełniący już inną, znacznie szerszą rolę. Plakat pozostał jednak formą kreacji artystycznej, wyrazem indywidualnej ekspresji twórcy. „Jego artystyczna wola nie dawała się ujarznić i uznana została za jego niezbywalny przywilej. Ta autonomia, którą udawało mu się obronić, dała tej sztuce wolność, a dziełom pozwoliła zachować autentyczność”<sup>24</sup>. Tworzone wówczas plakaty wpisały się w działania propagandowe, które przyniosły niewątpliwie pozytywne skutki.

Dziś plakaty są nie tylko dziełem artystycznym, ale też cennym źródłem historycznym i warto przeanalizować je w kontekście przekazu o wymowie patriotycznej. Plakat nie tylko odzwierciedla historię, jest też jej uczestnikiem, ponieważ sam ją stwarza.

Za podsumowanie niech posłuży stwierdzenie Mariana Kronowskiego, który podkreślił, że zgodnie ze swym przeznaczeniem plakat musi uczestniczyć w życiu, tworząc jego obrazową kronikę.

Tym samym plakat staje się źródłem wiedzy historycznej, zarówno faktograficznej, jak i ikonograficznej. Równocześnie, w sposób nieoczekiwany, sam stwarza swą własną historię, na którą składają się zachowane egzemplarze. Zaświadczają one o jego obecności w Wielkiej Historii. W tym trybie rzeczywistość historyczna przeobraża się w rzeczywistość muzealną<sup>25</sup>.

Plakat, świadek i uczestnik wydarzeń trafia więc do muzealnego magazynu, a stamtąd do współczesnej publikacji<sup>26</sup> lub na wystawę<sup>27</sup>, gdzie informuje, daje dowód, zaświadcza o przeszłości. Dowodzi, jak istotną rolę peł-

---

<sup>22</sup> W. Wankie, *Sztuka – Ojczyźnie*, „Świat” 1920, nr 38, s. 6.

<sup>23</sup> Ibidem, s. 6.

<sup>24</sup> M. Knorowski, *Kolekcja plakatu polskiego XX wieku*, <http://www.postermuseum.pl/kolekcja/kolekcja-plakatu-polskiego/> [dostęp: 10.02.2020].

<sup>25</sup> Ibidem.

<sup>26</sup> Przykładem album *Bitwa Warszawska 1920*, wprowadzenie i redakcja T. Skoczek, Warszawa 2020 wydany w serii „Nasza historia”, a zawierający reprodukcje ze zbiorów Muzeum Niepodległości.

<sup>27</sup> Np. wystawa „Rok 1920. Na przedpolach Warszawy”, Muzeum Niepodległości w Warszawie, 29 lipca – 2 października 2005 r.



niła sztuka w życiu narodu i jak wielkie zasługi oddali artyści sprawie boga wojny. Plakat zajmował w tym działaniu rolę szczególną. Akcentuje to bardzo mocno Aleksandra J. Leinwand, pisząc „o wojnie plakatowej, jaka obok walki na płaszczyźnie politycznej, militarnej i dyplomatycznej”<sup>28</sup> toczyła się między Polską i Rosją.

**Jolanta Załęczny**

## **Bibliografia**

### **Prasa**

- „Świat” 1920, nr 33, 34, 38, 39.  
„Tygodnik Ilustrowany” 1920, nr 30.

### **Opracowania**

- Bitwa Warszawska 1920*, wprowadzenie i redakcja T. Skoczek, Warszawa 2020.
- Bogucki J., *Kowarski*, Warszawa 1956; *Polscy uczniowie Akademii Sztuk Pięknych w Petersburgu w XIX i na początku XX wieku. Katalog wystawy*, Muzeum Narodowe w Warszawie, Warszawa 1989.
- Forstner D., *Świat symboliki chrześcijańskiej*, Warszawa 1990.
- Jaśkiewicz J., *Dlaczego świat o nim zapomniał? Felicjan Szczęsny Kowarski – malarz, rzeźbiarz, pedagog, twórca polskiej szkoły malarstwa monumentalnego*, <https://niezlasztuka.net/o-sztuce/felicjan-szczesny-kowarski-malarz-pedagog-rzezbierz-biografia/> [dostęp: 10.02.2020].
- Knorowski M., *Kolekcja plakatu polskiego XX wieku*, <http://www.postermuseum.pl/kolekcja/kolekcja-plakatu-polskiego/> [dostęp: 10.02.2020].
- Konstantynów D., *Petersburskie lata Ludomira Sleńdzińskiego i Felicjana Szczęsnego Kowarskiego*, [w:] *Między Polską a światem Od średniowiecza po lata II wojny światowej*, red. M. Morka, P. Paszkiewicz, Warszawa 1993.
- Kopaliński W., *Słownik symboli*, Warszawa 1990.
- Kulpińska K., *Wobec wojny, niepodległości i nowej rzeczywistości. Polska grafika artystyczna około 1918 roku*, „Rocznik Historii Sztuki” 2018, t. XLIII.
- Leinwand A.J., *Polski plakat propagandowy w okresie wojny polsko-sowieckiej (1919–1920)*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej” 1993, t. XXVIII.
- Obrona Państwa w 1920 roku. Księga sprawozdawczo-pamiątkowa Generalnego Inspektoratu Armii Ochotniczej i Obywatelskich Komitetów Obrony Państwa*, red. W. Ścibor-Rylski, Warszawa 1923.
- Pietruszko M., *Ludomir Sleńdziński i Felicjan Szczęsny Kowarski – uczniowie Akademii Sztuk Pięknych w Petersburgu*, „Ananke” 2010, nr 1 (60).
- Szczotka S., *Wizerunek bolszewika w polskich plakatach propagandowych z wojny polsko-rosyjskiej 1919–1920 ze zbiorów Muzeum Niepodległości*, [w:] *Od Bitwy Warszawskiej do Traktatu Ryskiego*, red. T. Skoczek, Warszawa 2014.

---

<sup>28</sup> A.J. Leinwand, *Polski plakat propagandowy...* op. cit., s. 57.

## Poster by Felicjan Szczęsny Kowarski as a contribution to the discussion on propaganda in 1920

### Keywords

poster, propaganda, Battle of Warsaw, 1920

### Abstract

The propaganda poster played an important role in forming the attitudes of the Polish society during the war of 1920. In a suggestive way, it spoke to the viewer, on the one hand creating an image of the aggressor and, on the other, appealing to the patriotism of Poles and calling on them to join the Volunteer Army. Kowarski's poster being discussed here – *Ludu Polski! Chwyć za broń...* (*People of Poland! To your weapons...*) – uses graphic symbols and the power of words. It is not only an artistic work, as all posters from the time of the Polish-Soviet War are also a valuable historical source.

## Plakat von Felicjan Szczęsny Kowarski als Beitrag zu Betrachtungen der Propaganda im Jahre 1920

### Schlüsselwörter

Plakat, Propaganda, Schlacht bei Warschau, 1920

### Kurzfassung

Das Propagandaplakat spielte eine wichtige Rolle bei der Schaffung von Haltungen der polnischen Gesellschaft während des Krieges von 1920. Es sprach auf suggestive Weise den Betrachter an, indem es einerseits das Bild des Aggressors schuf und andererseits an den Patriotismus der Polen appellierte und forderte sie auf, sich der Freiwilligenarmee anzuschließen. Dieses Plakat von Kowarski *Ludu Polski! Chwyć za broń...* (*Volk Polens! Greife zur Waffe...*) nutzt grafische Symbole und die Kraft der verbalen Überlieferung. Es ist nicht nur ein künstlerisches Werk, denn alle Plakate aus der Zeit des Polnisch-Bolschewistischen Krieges sind auch eine wertvolle historische Quelle.

## Плакат Фелициана Щенсного Коварского – рассуждения о пропаганде 1920 года

### Ключевые слова

Плакат, пропаганда, Варшавская битва, 1920 год

### Резюме

Пропагандистский плакат играл значительную роль в формировании общественных настроений в Польше во время войны 1920 года. Он во внушительной манере создавал образ врага и одновременно зывал к патриотизму поляков, призывая их вступать в ряды Добровольческой армии. Обсуждаемый плакат Коварского *Ludu Polski! Chwyć za broń...* (Народ Польши! Хватай за оружие...) использует графические символы и мощь слова. Он представляет собой не только лишь произведение искусства, поскольку все плакаты времен советско-польской войны являются также ценными историческими источниками.