

Adam Rafał Kaczyński

Muzeum Historyczne w Legionowie

ORCID: 0000-0001-8120-9719

Na Warszawę! Rola Włodzimierza Majakowskiego w wojnie propagandowej przeciwko „pańskiej Polsce” w 1920 roku

Słowa kluczowe

Włodzimierz Majakowski, „Okna Satyry ROSTA”, plakat propagandowy, wojna polsko-bolszewicka, wojna propagandowa

Streszczenie

Artykuł prezentuje rolę słynnego sowieckiego poety Włodzimierza Majakowskiego, który w latach 1919–1921 był autorem większości plakatów propagandowych skierowanych przeciwko Polsce. Dzięki wykorzystaniu systemu „Okien Satyry ROSTA”, proste w formie plakaty, uzupełnione krótkimi rymowanymi tekstami, w niezwykle szybkim tempie docierały do większości miast ówczesnej bolszewickiej Rosji, odgrywając ogromną rolę propagandową, zwłaszcza w kluczowym okresie walk w wojnie polsko-bolszewickiej latem 1920 r.

Tematyka wojny propagandowej pomiędzy odrodzoną Rzeczpospolitą a sowiecką Rosją do dziś wzbudza duże zainteresowanie zarówno wśród kolejnych pokoleń historyków, jak też specjalistów od propagandy. Nowatorskie metody tworzenia, masowość wykorzystania oraz doskonałe opracowanie artystyczne plakatów propagandowych z 1920 roku, zarówno polskich, jak i bolszewickich, sprawiają, iż do dziś stanowią one wdzięczny obiekt badań i są bardzo chętnie wykorzystywane jako materiał ilustracyjny do wszelakich opracowań historycznych, poświęconych wojnie polsko-bolszewickiej. W powszechnej świadomości odbiorców funkcjonują jednak same obrazy, niepowiązane z konkretnymi twórcami. Przykładem bezpośrednio związanym z sowiecką wyprawą na Warszawę może tu być postać i działalność znanego rosyjskiego poety Włodzimierza Majakowskiego, który w latach 1919–1921 odegrał kluczową rolę w tworzeniu systemu sowieckiej propagandy – w tym słynnych „Okien Satyry ROSTA”¹. To właśnie Majakowski był twórcą najbardziej zjadliwych antypolskich plakatów i wpadających w ucho kąśliwych wierszyków, wymierzonych w „pańską Polskę”.

Temat udziału wybitnego poety i rysownika w tworzeniu sowieckiej maszyny propagandowej był wielokrotnie poruszany w literaturze przedmiotu, jednakże w praktyce nie przebił się do szerokiej świadomości odbiorców. O udziale Majakowskiego w wojnie propagandowej przeciwko Polsce pisano jeszcze w okresie międzywojennym. Na szczególną uwagę zasługuje tu wydana w 1938 roku monografia Tadeusza Teslara pt. *Propaganda bolszewicka podczas wojny polsko-rosyjskiej 1920 r.*² W okresie PRL-u, z wiadomych względów, tematyka dotycząca wojny polsko-bolszewickiej była przemilczana lub przedstawiana w zafałszowany sposób. Niektóre wątki, dotyczące udziału Majakowskiego w wojnie propagandowej przeciwko „Białopolakom”, znalazły się co prawda w wydanej w 1965 roku biografii poety autorstwa Wiktora Woroszył-

¹ Okna Satyry ROSTA (Okna Satyry Rosyjskiej Agencji Telegraficznej) – aktualizowane każdego dnia gazety ścienne prezentowane w witrynach opuszczonych po rewolucji sklepów. Każde „okno” składało się z krótkich tekstów informacyjnych i propagandowych oraz dużej ilości plakatów i historyjek obrazkowych, ilustrujących główny temat dnia. Treść „okien” była rozpowszechniana na terenie całej Rosji przy pomocy trafaretów, dzięki czemu jednocześnie, nawet w oddalonych miejscowościach, można było prezentować te same informacje i grafiki.

² T. Teslar, *Propaganda bolszewicka podczas wojny polsko-rosyjskiej 1920 r.*, Warszawa 1938.

skiego³, jednakże pełne zbadanie tematu stało się możliwe dopiero po 1989 roku. Na szczególną uwagę zasługują tutaj fundamentalne prace Aleksandry Leiwand, która oprócz znakomitych monografii *Czerwonym młotem w orla białego*⁴ i *Sztuka w służbie utopii*⁵, opublikowała również szereg specjalistycznych artykułów, poświęconych metodom i roli sowieckiej propagandy z lat 1917–1922⁶.

O udziale W. Majakowskiego w tworzeniu bolszewickiej propagandy pisano za to znacznie bardziej otwarcie w literaturze sowieckiej. Większość opracowań skupiała się co prawda głównie na twórczości poety i analizowała jego dokonania raczej z punktu widzenia historii sztuki niż propagandy. Sporą ilość informacji, dotyczących udziału poety w tworzeniu plakatów i tekstów na potrzeby „Okien Satyry ROSTA”, można znaleźć w licznych tekstach samego Majakowskiego. Bardzo pomocne są w tym przypadku wydania dzieł zebranych, ukazujące się drukiem od 1939 roku. Edycja pierwszego, 12-tomowego wydania została przerwana przez wybuch wojny – wydawanie zakończono dopiero w 1949 roku. Kolejne wznowienia ukazywały się w 13-tomowej serii w latach 1955–1961 i w 12 tomach w 1978 roku⁷. Najbardziej szczegółowo sam proces tworzenia „Okien Satyry ROSTA” oraz rolę Włodzimierza Majakowskiego w ich powstawaniu opisał Wiktor Duwakin, opracowanie którego wielokrotnie wznawiano w kolejnych, pełnych wydaniach utworów⁸. Na stronę plastyczną twórczości Majakowskiego zwracał z kolei

³ W. Woroszyński, *Życie Majakowskiego*, Warszawa 1965.

⁴ A. Leiwand, *Czerwonym młotem w orla białego. Propaganda sowiecka w wojnie z Polską 1919–1920*, Warszawa 1998.

⁵ Eadem, *Sztuka w służbie utopii. O funkcjach politycznych i propagandowych sztuk plastycznych w Rosji Radzieckiej lat 1917–1922*, Warszawa 1998.

⁶ Eadem, *Bolszewicki plakat propagandowy w okresie wojny polsko-sowieckiej 1920 r.*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej” 1992, t. 27; eadem *Z dziejów eksportu propagandy. Komintern w wojnie z Polską w 1920 r.*, „Kwartalnik Historyczny” 2004, r. 111, nr 4; eadem, *Soviet propaganda and the independent Polish state*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej” 2019, t. 54.

⁷ W.W. Majakowskij, *Połnoje sobranie soczyniejij w 12 tomach*, Moskwa 1939–1949; idem, *Połnoje sobranie soczyniejij w 13 tomach*, Moskwa 1955–1961; idem, *Sobranie soczynienij w 12 tomach*, Moskwa 1978.

⁸ W. Duwakin, *Okna Rosta W.W. Majakowskiego*, [w:] W.W. Majakowski, *Połnoje sobranije soczynienij w 12 tomach*, t. 4, Moskwa 1949, s. 29–57.

uwagę w swoim opracowaniu, poświęconym sowieckim plakatom z czasów wojny domowej z lat 1918–1921, B. Butnik-Siewierskij⁹.

Znaczący wzrost zainteresowania twórczością Włodzimierza Majakowskiego, zwłaszcza jego plakatami i ciętymi komentarzami, nastąpił w ostatnich dwudziestu latach. W znacznej mierze jest on związany z upowszechnianiem w internecie wielu znakomitych grafik artysty, w tym także tych *stricte* propagandowych, pochodzących z „Okien Satyry ROSTA”. Dzięki internetowi plakaty Majakowskiego po niemal stu latach od powstania ponownie trafiły do masowego odbiorcy. Na nowej fali zainteresowania twórczością poety w ostatnich latach w Rosji ukażało się kilka nowych pozycji poświęconych Majakowskiemu. Od 2013 roku w Moskwie sukcesywnie wychodzi 20-tomowy, pełny zbiór twórczości poety¹⁰. Wśród nowych opracowań i biografii warto wymienić wydany w Sankt Petersburgu dwutomowy zbiór *W.W. Majakowski. Pro et contra* pod red. Dmitrija Burlaki¹¹ oraz poświęcone życiu i twórczości poety prace Benedykta Sarnowa¹² czy też przetłumaczoną na język polski biografię autorstwa szwedzkiego literaturoznawcy Bengta Jangfeldta¹³. Na uznanie zasługują również publikacje internetowe, w tym udostępnienie pełnego zbioru twórczości literackiej Majakowskiego na portalu Fundamenta Elektronnaja Biblioteka¹⁴ oraz niezwykle interesująca rozmowa Wiktora Duwakina i Mikołaja Winogradowa, opublikowana na portalu oralhistory.ru¹⁵.

⁹ B. Butnik-Siewierskij, *Sowietskij plakat wriemion graždanskoj wojny 1918–1921 gg*, Moskwa 1960.

¹⁰ W.W. Majakowskij, *Polnoje sobranie soczinenij w 20 tomach*, Moskwa 2013.

¹¹ *W.W. Majakowskij. Pro et contra. Licznost i tworczestwo Władymita Majakowskogo w ocenkie sowriemiennikow i issledowatieliej*, red. D. Burlaka, Sankt Petersburg, 2013.

¹² B. Sarnow, *Majakowski – Samoubijstwo*, Moskwa 2006; idem, *Putiewoditelj po Majakowskiemu*, Moskwa 2012.

¹³ B. Jangfeldt, *Majakowski. Stawką było życie*, Warszawa 2010.

¹⁴ <http://feb-web.ru/feb/mayakovsky/default.asp?feb/mayakovsky/texts/ms0/ms0.html>, [dostęp: 10.04.2020].

¹⁵ W. Duwakin, M. Winogradow, zapis rozmowy z dnia 31 sierpnia 1975; opublikowana 20 października 2017, <http://oralhistory.ru/talks/orh-499> [dostęp: 10.04.2020].

„Okna Satyry ROSTA” i ich rola w sowieckiej propagandzie

Bolszewicy, po przejęciu władzy i opanowaniu głównych miast centralnej Rosji, stanęli przed poważnym problemem zorganizowania sprawnie działającej maszyny propagandowej, docierającej do szerokich mas ludności. Klasyczna prasa była mało przydatna, zarówno ze względu na problemy techniczne, wynikające ze zniszczeń wojennych i deficytu papieru, jak i też z powodu analfabetyzmu znacznej części społeczeństwa. Rozwiązaniem okazały się ilustrowane gazetki ścienne oraz plakaty propagandowe, które dzięki wykorzystaniu przekazu graficznego, trafiły do szerokiego grona odbiorców. Wadą klasycznie drukowanych plakatów był jednak ich długi czas przygotowywania, wynikający z ówczesnej technologii druku. W praktyce uniemożliwiało to szybkie i jednocześnie masowe rozprzestrzenianie informacji. Alternatywą było ręczne tworzenie plakatów, które z kolei skutecznie ograniczało nakład i, co za tym idzie, zasięg przygotowywanych w ten sposób publikacji. Złoty środek pomiędzy szybkością i masowością gazetek ściennych odnaleziono dopiero w drugiej połowie 1919 roku, kiedy to w Moskwie utworzono pierwsze „okno”. Zgodnie z wytycznymi partii bolszewickiej, prezentowana w nim gazetka ścienna miała w lekkiej i okraszanej humorem formie przekazywać najnowsze informacje oraz w należytym świetle przedstawiać tematy polityczne, wojenne i gospodarcze. Realizację zadania powierzono Rosyjskiej Agencji Telegraficznej (w skrócie ROSTA)¹⁶. Pierwsze „okno” powstało w końcu sierpnia lub na początku września 1919 w witrynie byłego sklepu cukierniczego Abrikosowa, na rogu Twerskiej i Bolszogo Czernuszewskiego Pierieułka. Jak wspominał M. Winogradow, autorem koncepcji był Czeremych, który wpadł na pomysł wykorzystania pustych witryn sklepów odebranych „burżujom” do rozmieszczania w nich atrakcyjnych graficznie humorystycznych gazetek ściennych¹⁷. Pod tytułem *Okno Satyry nr 1* dodano w nawiasach *Tekst i rysunki zmieniają się każdego dnia*. Duża popularność pierwszego „okna” zachęciła bolszewików do rozpowszechnienia tego sposobu przekazywania informacji na całą Moskwę, następnie zaś na prowincję. Kolejne „Okna Satyry ROSTA” lokalizowano nie tylko w opuszczonych sklepach, ale przede wszystkim w specjalnie ustawianych witrynach,

¹⁶ W. Duwakin, op. cit., s. 29.

¹⁷ W. Duwakin, M. Winogradow, op. cit.

w miejscach zapewniających duży przepływ ludności, takich jak rynki czy dworce kolejowe¹⁸.

Włodzimierz Majakowski trafił do pracy w ROSTA na początku października 1919 roku – w niespełna miesiąc po debiucie tej formy rozpowszechniania propagandy. Pierwsze rysunki i rymowanki jego autorstwa trafiły do „okna” oznaczonego nr 5. Ze względu na wrodzony talent oraz zadziwiająco współpracowników zdolność błyskawicznego tworzenia zwarteo i atrakcyjnie brzmiącego przekazu, Majakowski bardzo szybko przejął wiodącą rolę w całej redakcji „Okien Satyry ROSTA”. Szefem formalnie pozostał M. Czeremnych, który jako jedyny był zatrudniony na etacie w strukturach ROSTA. Będąc kierownikiem, zajmował się sprawami organizacyjnymi i formalnie odpowiadał za całość publikacji, jednakże wszyscy pracownicy za faktycznego szefa uważali Włodzimierza Majakowskiego, który kierował pracami literacko-artystycznymi, czyli tak naprawdę decydował o treści poszczególnych „okien”¹⁹.

Praca w redakcji przebiegała według ustalonych schematów. Jako pierwszy powstawał tekst, zawierający główny przekaz dnia. Dopiero po jego opracowaniu przystępowano do projektowania plakatów bądź miniserii komiksowych złożonych z kilku – kilkunastu rysunków tworzących spójną opowieść. Historyjki komiksowe zazwyczaj kończyły się zwycięstwem nad wrogiem – burżujem, białogwardzistą, interwentem lub polskim panem. Jedną z ulubionych polskich postaci, prezentowanych w komiksach ROSTA, był Józef Piłsudski, który ze względu na charakterystyczny wąs był dość łatwy do narysowania. O ile nad szatą graficzną pracowano zespołowo, to większość podpisów i haseł osobiście opracowywał Majakowski. Według późniejszych szacunków tylko 10% napisów pochodziło od innych autorów²⁰.

Ze względu na konieczność szybkiego, ręcznego powielania praktycznie wszystkie rysunki i plakaty miały niezwykle prostą, czasami wręcz prymitywną formę. Dla zwrócenia uwagi przechodniów bardzo chętnie wykorzystywano jaskrawe kolory oraz wyraźne i krzykliwe hasła. Pomimo swojej prostoty tworzone przez Majakowskiego i jego współpracowników plakaty były czytelne i przypadły do gustu szerokim rzeszom odbiorców. Ich najważniejszą cechą była jednak nieosiągalna nigdzie indziej aktualność. Jak wspominali sami ich twórcy, ogromną zaletą ręcz-

¹⁸ Cytat za: W. Duwakin, op. cit., s. 31.

¹⁹ W. Duwakin, op. cit., s. 33.

²⁰ Ibidem, s. 30–31.

nego malowania plakatów była szybkość reakcji na bieżące wydarzenia. Rysownicy w kilka godzin byli w stanie zapewnić kolportaż najnowszych informacji w całej Moskwie. Jak pisał sam Majakowski: „Żądano od nas prędkości maszyn. Bywało, że wiadomość telegraficzna o zwycięstwie na froncie i za 40 minut, góra godzinę już wisiała na ulicy w formie ładnego plakatu”²¹. Doskonała organizacja pracy sprawiała, iż kilk osobowa grupa rysowników, wspierana przez kilkunastu kopistów, była w stanie zapewnić bolszewikom bardzo szybką obsługę propagandową na wysokim poziomie. Jak pisał sam Majakowski: „Okna ROSTA – fantastyczna rzecz. Garść artystów obsługuje ręcznie 150-milionowy naród”²².

Redakcja „okien” większość informacji czerpała z gazet, takich jak „Prawda”, „Izwestia” i „Gazeta ścienna ROSTa”. Cennym źródłem najnowszych informacji były również streszczenia najważniejszych wiadomości telegraficznych z danego dnia, które rozsyłano poszczególnym redakcjom prasowym. W przypadku planowanych kampanii propagandowych, redaktorzy otrzymywali ich założenia bezpośrednio od władz partyjnych – oczywiście z odpowiednim wyprzedzeniem, pozwalającym na szczegółowe opracowanie tematu. Typowa struktura „Okna Satyry ROSTA” składała się z wiodącego tekstu oraz od 2 do 14 rysunków ułożonych w logicznym porządku. W początkowym okresie do każdego z „okien” przygotowywano oddzielne plakaty, później wraz ze wzrostem „nakładu” przystąpiono do ujednociania zawartości wszystkich „okien”. W tym celu stworzony przez rysownika plakat odbijano przez kalkę lub też przygotowywano specjalne tekturowe trafarety, na podstawie których można było wykonywać dokładnie kopie. Praca nad przygotowaniem konkretnego plakatu zazwyczaj zajmowała kilka dni, przy czym przy tworzeniu całego nakładu pracowało do kilkunastu osób. Każdy z rysowników w dzień robił do 25 egzemplarzy, przy czym dla przyspieszenia tempa bardzo często do pomocy angażowano rodziny plastików. Średni nakład poszczególnych plakatów dochodził w ten sposób do 300 sztuk. Pierwsze skopiowane egzemplarze wysyłało niemalże natychmiast pocztą do oddalonych regionów, ostatnie zaś trafiały do Moskwy i okolic. Teksty przesyłano za pomocą telegrafu. Za jego pomocą koordynowano też daty publikacji poszczególnych materiałów. Przyjęty system był niezwykle prosty, ale dzięki temu skuteczny. Wraz

²¹ Cytat za: *ibidem*, s. 30.

²² *Ibidem*, s. 29.

z rozwojem sieci „Okien Satyry ROSTA” na prowincję wysyłano również gotowe trafarety, a zatrudnieni na miejscu plastycy na ich podstawie tworzyli własne kopie, które rozpowszechniali we własnym zakresie. Zaletą takiego systemu była nie tylko sprawna organizacja pracy, ale także szybkość tworzenia plakatów, która znacznie przewyższała ówczesne możliwości techniczne maszyn drukarskich²³. Jak wspominał sam Majakowski:

Wojna i zniszczenia szły razem. Maszyna drukarska nie dawała rady z zapotrzebowaniem na plakat. Nawet jeśli dawało się radę, to [proces] beznadziejnie się przeciągał, tracąc wartość agitacyjną. Na przykład zdano do druku plakat „Ostatnia Godzina” dotyczący antypańskiej wojny. W czasie druku temat polski spadł na dalszy plan. Wylazł Wrangler, trzeba było wycofywać plakat z litografii, i dorobić baronowi głowę i tylko po rozgromieniu Warangla plakat trafił na ściany Piotrogradzie. Drukować można było tylko plakaty propagandowe mające długofalowe znaczenie²⁴.

Największe natężenie pracy redakcji „Okien Satyry ROSTA” przypadło na okres wojny z Polską. Ze względu na narzucone przez władze partyjne tempo i rozmach działań propagandowych, oprócz zwykłych codziennych okien przygotowywano także całe serie plakatów propagandowych. Z powodu pośpiechu powstające wówczas rysunki były znacznie uproszczone, a hasła bardziej zwięzłe²⁵. Znaczna część twórczości Majakowskiego była poświęcona mobilizacji ludności na „wyprawę polską”. Plakaty oraz propagandowe hasła dotyczyły zarówno zgłaszania się w szeregi Armii Czerwonej, jak i też mobilizowania do ofiarnej pracy w zakładach produkujących na potrzeby frontu. Co ciekawe, nieustannie podkreślano, iż jest to już ostatni wysiłek, a po pokonaniu „pańskiej Polski” zapanuje nowy, szczęśliwy ład. Dezawuowano przy tym państwo polskie, pokazując jego słabość w porównaniu z bolszewicką Rosją, tak jak na słynnym plakacie Majakowskiego *Słoń i meszka*. Na większości plakatów Polaków przedstawiano jednak w sposób karykaturalny, podkreślając wszystkie cechy wyglądu wyimaginowanego szlachcica: tłuste brzuchy, sumiaste wąsy, przytroczone przy pasie szable oraz oczywiście przesadnych rozmiarów czapki rogatywki, zwane na wschodzie konfederatkami²⁶.

²³ Ibidem, s. 30.

²⁴ W. Majakowski – cytata za: ibidem, s. 31.

²⁵ Ibidem, s. 54.

²⁶ A. Leiwand, *Bolszewicki...*, op. cit., s. 77.

Warto podkreślić, iż uprawiana przez Majakowskiego propaganda stale ewoluowała i dostosowywała się do konkretnego odbiorcy. Na zmiennej ton całej antypolskiej propagandy zwracała uwagę A. Leiwand, która zauważyła że wraz ze zbliżaniem się do terenów etnicznie polskich przesuwano główne akcenty z różnic narodowościowych na różnice klasowe. O ile na ziemiach z przewagą Ukraińców i Białorusinów bezpośrednio atakowano „polskich krwiopijców” (przykładem może tu być słynny plakat autorstwa Majakowskiego *U Ukraińców i Ruskich klicz odin. Da nie budiet pan nad roboczym gospodin*²⁷), to po wkroczeniu na ziemie polskie skupiono się na „družbie narodów”, podkreślaniu wspólnego interesu klasowego rosyjskiego i polskiego proletariatu oraz nawoływaniach do zwalczania burżujów (przykładem może tu być plakat z lipca 1920 r. *My wojujem s pańskim rodom, a nie s trudowym narodom*)²⁸.

Cechą charakterystyczną sowieckiej propagandy, w tym także twórczości Majakowskiego, było tworzenie wyimaginowanych zwycięstw i skupianie się na przedstawianiu planów wspaniałej bolszewickiej „przyszłości” podbitych terenów. Trend ten stał się szczególnie widoczny latem 1920 roku, w trakcie sowieckiej ofensywy. Głównym celem bolszewików – także propagandowym – stała się Warszawa. Stolicę polski zdobywano nieustannie – bądź w marzeniach, bądź w pogroźkach. Jak pisała A. Leiwand, Warszawa była dla bolszewików symbolem szlacheckiej Polski²⁹. W jednym z chyba najbardziej charakterystycznych dla twórczości Majakowskiego plakatów przedstawiał on wizję wjazdu rozpędzonego sowieckiego parowozu do Warszawy, symbolizowanej przez kolumnę Zygmunta. Całości dopełniał króciutki wiersz „My wiorsty riels niedawno rżawych, sotriom milionami kolios, szto b wichriem w krasnuju Warszawu wlietieł sowietskij parowoz!”

Kłęska bolszewików pod Warszawą stała się dla sowieckich propagandystów ogromnym wyzwaniem. Głównym celem stało się nie tyle skrycie samego faktu porażki, co raczej ostudzenie niesamowicie rozgrzanych przez wcześniejszą propagandę emocji i oczekiwań. Po kolejnej porażce w bitwie nad Niemnem przyjęto linię głoszącą, iż w sumie nic się nie stało, a główne cele wojny zostały osiągnięte w postaci neutra-

²⁷ *Russkij plakat – izbrannoje*, red. A. Snopkow, P. Snopkow, A Szklaruk, Moskwa 2014, s. 45.

²⁸ A. Leiwand, *Bolszewicki...*, op. cit., s. 77.

²⁹ *Ibidem*, s. 83.

lizacji „polskiego zagrożenia”. Co ciekawe Majakowski przyznał się do klęski, dorabiając w listopadzie 1920 roku do jednego z plakatów podpis „Przetrzepali nas pod Warszawą”. Porażkę osładzano jednak narracją, że z Polską można się dogadać, bo to zabezpieczy interesy tworzącego się państwa Sowieców, a skupić się trzeba na dobieciu wroga wewnętrznego, znacznie groźniejszego od osłabionych wojną Polaków, którym skutecznie wybito z głowy próby atakowania państwa Sowieców.

Po zakończeniu działań wojennych z Polską kolejne wydania „Okien Satyry ROSTA” co raz częściej skupiały się na sprawach gospodarczych, związanych z odbudową kraju ze zniszczeń. W związku z postępującą normalizacją i otwieraniem coraz większej liczby upaństwowionych już sklepów, ilość „Okien Satyry ROSTA” w dużych miastach systematycznie spadała. Zwiększano za to zasięg sieci propagandowej na prowincji. Spadała również częstotliwość wydań. W 1921 roku prowadzenie „okien” przejął Główny Zarząd Instytucji Polityczno-Oświatowych Instytucji (Główny Zarząd Instytucji Polityczno-Oświatowych Instytucji (Główny Zarząd Instytucji Polityczno-Oświatowych Instytucji (Główny Zarząd Instytucji Polityczno-Oświatowych Instytucji), który w przeciągu roku wypuścił 453 edycje „okien”, czyli prawie dwa razy mniej niż zrobiono ich w 1920. Ostatnie „Okno Główny Zarząd Instytucji Polityczno-Oświatowych Instytucji” (bez numeru) ukazało się w styczniu 1922 roku. Odbudowa sieci drukarni i kolportażu prasy sprawiła, iż „okna” straciły swoje znaczenie. Według różnych szacunków w latach 1919–1921 przygotowano łącznie od 1 550 do 1 600 numerów „okien”. Średni nakład każdego wynosił 150 sztuk. Ręcznie skopiowano blisko 2 mln plakatów³⁰. Wkład Włodzimierza Majakowskiego w tworzenie „okien” był ogromny. Na podstawie analizy zachowanych materiałów i wspomnień członków redakcji stwierdzono, iż osobiście w całości wykonał od 450 do 500 numerów oraz stworzył prawie 4 tys. oddzielnych plakatów i rysunków³¹.

Większość „Okien Satyry ROSTA” nie zachowała się do naszych czasów. Deficytowy papier był używany do celów gospodarczych. Nieliczne ocalałe egzemplarze zostały po prostu wyniesione przez twórców je artystów do domu. Część rysunków zachował również sam Majakowski, który w 1930 roku, w ramach przygotowań do wystawy z okazji 20-lecia pracy twórczej, przekazał do zbiorów muzealnych sześć kompletnych „Okien Satyry ROSTA” oraz dwa albumy z 300 fotografiami, dokumentującymi efekty pracy redakcji³².

³⁰ W. Duwakin, op. cit., s. 32.

³¹ Ibidem, s. 33.

³² Ibidem, s. 33.

W ocenie literaturoznawców „Okna Satyry ROSTA” były gigantycznym laboratorium dla poety nowatora. Nie wszystkie wiersze i plakaty należały do udanych, ale znalazły się wśród nich prawdziwe perełki, które na trwałe wpisały się w dzieje rosyjskiej literatury. Oceniając okres pracy Majakowskiego dla ROSTA, W. Duwakin podkreślał, iż rozwinął się on wówczas zarówno jako poeta, ale także jako satyryk. Majakowski intensywnie pracował nad językiem oraz techniką rysunku. Początkowo „okna” jego autorstwa były różnorodne, później stał się widoczny jego charakterystyczny styl³³. Zdołane umiejętności wykorzystywał w przyszłości w pracy dla redakcji „Prawdy”³⁴.

Oceniając warstwę propagandową twórczości Majakowskiego, musimy docenić jego niezwykły talent i umiejętność łączenia prostego przekazu graficznego z doskonałą grą słów. W ocenie badaczy „Okna Satyry ROSTA” okazały się bardzo skutecznym narzędziem propagandowym. W warunkach wojennych zniszczeń i pauperyzacji ludności były powszechnie dostępne dla szerokich mas. Atrakcyjne i zrozumiałe rysunki doskonale trafiały do licznych analfabetów oraz ludzi „małopiśmiennych”, którzy nie byli w stanie odczytywać długich tekstów, za to doskonale przyswajali krótki przekaz słowny, okraszony sugestywną grafiką. Satyryczny charakter większości materiałów doskonale przyciągał uwagę przechodniów, dostarczając im bezpłatnej rozrywki. Właśnie dzięki umiejętnemu przykryciu treści propagandowych humorem i zabawnymi tekstami, uzyskiwano znakomity efekt realnego oddziaływania na widza. Z perspektywy dzisiejszych doświadczeń, możemy stwierdzić, iż Majakowski był na swój sposób prekursorem współczesnych „memów”, łączących w sobie satyryczny rysunek z krótkim i kąśliwym komentarzem. Metody pozostały niezmiennie, zmienił się jedynie nośnik informacji.

Adam Rafał Kaczyński

³³ Ibidem, s. 52–53.

³⁴ Ibidem., s. 55–56.

Bibliografia

Butnik-Siwierskij B., *Sowietskij plakat wriemion graždanskoj wojny 1918–1921 gg*, Moskwa 1960.

Duwakin W., *Okna Rosta W.W. Majakowskiego*, [w:] *Majakowski W.W. Połnoje sobranije soczynienij w 12 tomach*, t. 4, Moskwa 1949.

Duwakin W., Winogradow M., Zapis rozmowy z dnia 31 sierpnia 1975; opublikowano 20 października 2017, <http://oralhistory.ru/talks/orh-499> [dostęp: 10.04.2020].

Jangfeldt B., *Majakowski. Stawką było życie*, Warszawa 2010.

Leiwand A., *Bolszewicki plakat propagandowy w okresie wojny polsko-sowieckiej 1920 r.*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej” 1992, t. 27.

Leiwand A., *Czerwonym młotem w orła białego. Propaganda sowiecka w wojnie z Polską 1919–1920*, Warszawa 1998.

Leiwand A., *Soviet propaganda and the independent Polish state*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej” 2019, t. 54.

Leiwand A., *Sztuka w służbie utopii. O funkcjach politycznych i propagandowych sztuk plastycznych w Rosji Radzieckiej lat 1917–1922*, Warszawa 1998.

Leiwand A., *Z dziejów eksportu propagandy. Komintern w wojnie z Polską w 1920 r.*, „Kwartalnik Historyczny” 2004, r. 111, nr 4.

Majakowskij W., *Połnoje sobranie soczyniejij w 12 tomach*, Moskwa 1939–1949.

Majakowskij W., *Połnoje sobranie soczyniejij w 13 tomach*, Moskwa 1955–1961.

Majakowskij W., *Sobranie soczynienij w 12 tomach*, Moskwa 1978.

Majakowskij W.W., *Połnoje sobranie soczinienij w 20 tomach*, Moskwa 2013.

Russkij plakat – izbrannoje, red. A. Snopkow, P. Snopkow, A Szklaruk, Moskwa 2014.

Sarnow B., *Majakowski – Samoubijstwo*, Moskwa 2006,

Sarnow B., *Putiewoditelj po Majakowskiemu*, Moskwa 2012.

Teslar T., *Propaganda bolszewicka podczas wojny polsko-rosyjskiej 1920 r.*, Warszawa 1938.

Woroszyłski W., *Życie Majakowskiego*, Warszawa 1965.

W.W. Majakowskij. Pro et contra. Licznost i tworczestwo Władymira Majakowskiego w ocenie sowriemiennikow i issledowatieliej, red. D. Burlaka, Sankt Petersburg 2013.

To Warsaw! The role of Vladimir Mayakovsky during a propaganda war against the “land of Polish lords” of 1920

Keywords

Vladimir Mayakovsky, “satirical ROSTA windows”, propaganda poster, Polish-Soviet War, propaganda war

Summary

The article describes the role of a famous Soviet poet, Vladimir Mayakovsky, who was the author of the majority of the anti-Polish propaganda posters from 1919 to 1921. Using the system of “satirical ROSTA windows”, these simple posters featuring short rhymes very quickly reached most towns and cities of the then Bolshevik Russia, playing a huge part in spreading propaganda, particularly during the most important period of the Polish-Soviet War fights of the summer of 1920.

Auf Warschau! Die Rolle von Włodzimierz Majakowski im Propaganda-Krieg gegen das „herrschaftliche Polen” im Jahr 1920

Schlüsselwörter

Włodzimierz Majakowski, Satire-Fenster der ROSTA, Propagandaplakat, Polnisch-Sowjetischer Krieg, Propagandakrieg

Zusammenfassung

Der Artikel stellt die Rolle eines berühmten sowjetischen Dichters Włodzimierz Majakowski dar, der in Jahren 1919–1921 die meisten Propagandaplakate schuf, die gegen Polen gerichtet wurden. Dank der Anwendung von Satire-Fenster von ROSTA konnten Posters mit einfachen, durch kurze Reime ergänzten Texte, rasant die meisten Städte des damaligen sowjetischen Russlands erreichen. Dort spielten sie eine riesige Propaganda-Rolle, insbesondere während der wichtigsten Periode der Kämpfe im Polnisch-Sowjetischen Krieg im Sommer 1920.

На Варшаву! Роль Владимира Маяковского в пропагандистской войне против «панской Польши» в 1920 году

Ключевые слова

Владимир Маяковский, «Окна сатиры РОСТА», пропагандистский плакат, польско-советская война, пропагандистская война

Резюме

В настоящей статье описывается роль видного советского поэта, Владимира Маяковского, которому принадлежит авторство большинства антипольских пропагандистских плакатов, созданных в 1919–1921 гг. Простые плакаты с кратким стихотворным текстом распространялись по системе «Окон сатиры РОСТА», молниеносно достигая большинства городов тогдашней Советской России, играя значительную пропагандистскую роль, особенно во время решающих сражений советско-польской войны 1920 г.