

WOJCIECH MAZUR¹

„PAPIEROWA WOJNA” – CZYLI O MNIEJ ZNANYCH ASPEKTACH PEWNEJ ZNANEJ KLĘSKI WOJENNEJ PROPAGANDY

Słowa kluczowe: wojna, propaganda, dezinformacja, dyskurs

Rozpoczęta w lutym 2022 roku agresja rosyjska przeciw Ukrainie i zapoczątkowana przez nią wojna po raz kolejny dowiodły, jak ważna dla prowadzenia działań zbrojnych jest propaganda. Może ona umacniać wolę oporu własnego społeczeństwa, mobilizować światową opinię do potępienia agresora i pomocy zaatakowanym, może też oddziaływać na siły zbrojne i całość społeczeństwa przeciwnika, osłabiając bojowego ducha i sprzyjając antywojennym nastrojom.

Rzecz jasna powyższe konstatacje nie pojawiły się dopiero w ostatnich latach. Propagandę jako użytecznym podczas konfliktów zbrojnych orężem posługiwano się od wieków. Oczywiście formy oraz techniczne możliwości realizacji działań propagandowych z biegiem czasu ulegały wzbogaceniu. Swoisty sprawdzian skuteczności tych działań w skali masowej stanowiła I wojna światowa. Efektywność propagandowej akcji podjętej przez państwa ententy w trakcie tego konfliktu z goryczą po jego zakończeniu odnotowywali pokonani Niemcy – nie wyłączając tu znajdującego się wówczas na wstępnym etapie późniejszej zbrodniczej kariery Adolfa Hitlera (Taylor 1981, 31; Biskupski 2008, 176; Ingram 2016, 16)².

¹ Uniwersytet Jagielloński, ORCID: 0000-0002-3524-4094, woj.mazur@uj.edu.pl.

² Literatura dotycząca alianckiej propagandy z okresu I wojny światowej jest bardzo obszerna – nawet w najbardziej nas tu interesującym przypadku propagandy brytyjskiej (ob. np.: Taylor 1980, 875–898; Taylor, Sanders 1982).

Można było przypuszczać, że doświadczenia z okresu Wielkiej Wojny, odpowiednio wykorzystane, pozwolą na zwiększenie siły propagandowego oddziaływania w ewentualnym kolejnym konflikcie. A jednak tak się nie stało. W każdym zaś razie – nie stało od razu. Alianckie poczynania propagandowe z pierwszych miesięcy II wojny światowej okazały się zaskakująco nieporadne i mało skuteczne. Niektóre z nich po dziś dzień uznawane bywają wręcz za symbol nieefektywnych działań podejmowanych przez Brytyjczyków czy Francuzów w tym właśnie okresie. Tendencja do podobnych ocen, choć rozpowszechniona, szczególnie silna jest w Polsce, stanowiąc część mitu o „zdradzie Zachodu”. Ten ostatni, jak utrzymują rzecznicy owego mitu, miał śpieszyć z pomocą, „bronit Polski... ulotkami” (Osuch 2010)³.

Z mitem polemizować przychodziło historykom, w tym i autorowi niniejszego tekstu (Mazur 2012, 43–73; 2017a, 699–731; 2017b; 2018). Sama ocena akcji polegającej na zasypywaniu terytorium Rzeszy milionami rozrzuconych przez brytyjskie samoloty bombowe propagandowych ulotek wydaje się jednak trudna do podważenia. Zarazem jednak zauważyć trzeba, że ocena ta ma charakter powierzchowny, nieomal intuicyjny. Wspomniana akcja nie była bowiem dotychczas przedmiotem poważniejszych naukowych analiz, a w literaturze kwitowano ją z reguły kilkudziesięcioma wzmiankami, odnoszącymi się niemal wyłącznie do jej aspektów wojskowych. Tymczasem przedsięwzięcie owo miało znacznie bardziej złożony charakter, a o jego ostatecznym fiasku przesądziła, jak się wydaje, przede wszystkim, prócz okoliczności polityczno-militarnych, niedostateczna znajomość psychologii i kultury odbiorców przekazu – obywateli totalitarnej Rzeszy Niemieckiej. Swoista kulturowa ignorancja i poczucie wyższości najpierw bowiem przyczyniły się do przyjęcia błędnych założeń co do formy i treści propagandowego przekazu, a następnie, mimo napływających licznie informacji o nieskuteczności podjętej akcji, nie powstrzymały brytyjskich władz od jej kontynuacji w niemal niezmienionej formie.

Podkreślić przy tym należy, że ulotkowa kampania nie była bynajmniej operacją podjętą *ad hoc*, w obliczu nagle zaistniałej, zaskakującej sytuacji. Przeciwnie – stanowiła efekt trwających dłużej czas przemyśleń, dyskusji i profesjonalnych, jak można było sądzić, przygotowań. Jej genezy

³ Warto podkreślić, że opatrzone takim tytułem tekst miał w zamyśle charakter popularnonaukowy, jego autor oparł się zaś w znacznej części na materiale źródłowym z brytyjskich archiwów. W tekstach o charakterze publicystycznym czy polemicznym wspomniane oceny wyrażane bywają często jeszcze ostrzej.

upatrywać należy w doświadczeniach I wojny światowej oraz konstatacji, że ówczesna brytyjska propaganda, choć, jak już wspomniano, w ostatecznym rozrachunku skuteczna, zbyt późno ujęta została w spójne organizacyjne ramy niezależnego Ministry of Information. A choć przestało ono funkcjonować krótko po zakończeniu wspomnianego konfliktu, w styczniu 1919 roku, to już w połowie lat 30., wobec coraz wyraźniejszego rozwiewania się pokojowych iluzji, powrócono do prac nad jego restytucją w nowej odsłonie. Rozwiązania z okresu minionej wojny wzbogacone miały teraz zostać o możliwości oferowane przez nowe technologie. Niebawem jednak okazało się, że dokumentacja sprzed kilkunastu lat została zniszczona lub zaginęła, ustalenie spójnej wizji projektu stanowi problem, istniejące już struktury niechętnie są wyzbywaniu się kompetencji, a potencjalnie i pracowników, nad wszystkim zaś dominuje obawa, że „Ministry of Information essentially meant war” – stąd przygotowania należy utrzymywać w tajemnicy zarówno wobec krajowej opinii, jak i potencjalnego przeciwnika (Taylor 1981, 35–39).

Próba uruchomienia w praktyce znajdującego się wciąż w fazie uzgodnień i przygotowań projektu, podjęta w finalnej fazie „kryzysu sudeckiego”, na przełomie września i października 1938 roku, unaoczniała, jak wiele jeszcze pozostało do zrobienia. Równocześnie jednak kryzys ów stał się katalizatorem prac nad wykorzystaniem w momencie poważnego zagrożenia wojną, lub, raczej natychmiast po jej wybuchu, samolotów Royal Air Force do akcji propagandowej.

Jak się wydaje, zamiysł ten kiełkował już od pewnego czasu. Teraz jednak, pod wpływem wydarzeń, z poziomu ogólnych dywagacji przesuwając się zaczął ku sferze realnej, formułowany niemal równocześnie przez przedstawicieli zainteresowanych różnych środowisk.

...a moment might arrive when the whole situation might be saved by an immediate and nation-wide appeal to the German people. If we are involved in a war, a shower of pamphlets over Germany should precede a shower of bombs over the Ruhr (I hope we've got the bombers,

pisał 5 września 1938 roku do koordynującego prace nad restytucją Ministry of Information Stephena Tallentsa pisarz, publicysta i były officer Royal Navy Stephen King-Hall.

I wonder whether any steps are being taken for the production of suitable leaflets for dropping in hostile territory in the event of war. In my opinion, it may well prove that skillfully dropped propaganda, distributed by aircraft, may prove a more potent weapon than bombs

– zauważał niewiele ponad tydzień później dowódca Bomber Command Air Chief-Marshal Edgar Ludlow-Hewitt (Taylor 1981)⁴.

Niebawem, pod presją okoliczności, podjęto przygotowania do realizacji ewentualnej akcji propagandowej, w pośpiechu przygotowując teksty ulotek, które miałyby zostać użyte w jej trakcie. Powstawały one, a następnie były konsultowane w stosunkowo wąskim kręgu osób z wyższych szczebli hierarchii Foreign Office⁵ (były ambasador w Chinach Hughe Knatchbull-Hugessen, stały podsekretarz Stanu w FO Alexander Cadogan), Air Ministry (z-ca szefa Directorate of Plans Wing Commander John Slessor) czy znajdującego się wciąż *in statu nascendi* Ministry of Information (S. Tallents. A.P. [Patrick] Ryan). Część uczestników tej pośpiesznej wymiany zdań dostrzegająca, że powinni wziąć w niej udział także eksperci „on propaganda or on the working of the German mind”, ale, choć przynajmniej Tallents miał takich do dyspozycji i ich propozycje rekomendował, najpewniej zabrakło czasu (a być może i chęci), by zasięgnąć ich opinii. Foreign Office ostatecznie zaaprobowало krótki tekst zredagowany w duchu appeasementu, proponując jego powielenie w 10 mln egzemplarzy. Ludność Niemiec miała zostać poinformowana, że mocarstwa zachodnie gotowe są do ustępstw, pragną pokoju, a problem stanowi tylko nadmierny apetyt Hitlera, który jest gotów wciągnąć swój naród do wojny, choć „he could have had what he wanted without shedding a drop of German blood”⁶. Odwoływano się więc do narracji

⁴ The National Archives, Kew [dalej – TNA], AIR 2/4478, list Ludlow-Hewitta do zastępcy szefa Air Staff Air Vice-Marshala Richard Peirse’a (w dokumencie błędnie: Pierse). Podobne poglądy formułowały wówczas różnorodne środowiska. Jeden z zawierających je tekstów przekazał Air Ministry datowanym 28 IX 1938 r. listem... arcybiskup Canterbury. Przekazał w ten sposób „suggestion from several influential people”. Wyrazili oni sugestię, że w razie wojny Niemcy winny zostać zasypane przez samoloty RAF milionami ulotek z informacją, że choć równie dobrze mogłyby spaść bomby, to Brytyjczycy wolą dostarczyć Niemcom prawdę. Autorzy sugestii wyrażali przekonanie, że „the immediate effect on the psychology of the German people would be far greater than that of many battles”, samą propozycję uważając za swoisty akt chrześcijańskiego sumienia (TNA, AIR 2/4478).

⁵ 26 września Gabinet poinformowany przez ministra spraw zagranicznych lorda Halifaxa o wątpliwościach związanych z przygotowaniem do ulotkowej akcji właśnie jemu powierzył koordynację poświęconej tej tematyce dyskusji szefów resortów (TNA, CAB 23/95/9, Conclusions of a Meeting of the Cabinet [...], 26 September, 1938).

⁶ TNA, AIR 2/4478, kopie notatek Knatchbull-Hugessena i Cadogana, przesłane przez Knatchbull-Hugessena do Tallentsa 27 IX 1939 r. i inne dokumenty; P. M. Taylor, *“If War Should Come”...*, s. 39–40; Cole 1982, 63–64.

sprawdzonej już podczas poprzedniej wojny – przeciwstawiając spragniony pokoju i dobrobytu naród ignorującym owe pragnienia przywódcom. Zarazem jednak przekaz propagandowy kształtowany był nie tyle pod kątem skuteczności oddziaływania na niemieckich odbiorców, ile w zgodzie z bieżącą linią polityczną Gabinetu – co niekoniecznie stanowiło dobry prognostyk. Sytuacja wciąż zresztą była labilna: Board of Education oraz niechętny podejmowaniu akcji ulotkowej przed wybuchem wojny Air Staff proponowały tu odmienne redakcje, a decyzje co do ostatecznego brzmienia przeznaczonego do rozrzucenia nad Niemcami tekstu zmieniały się niemal z godziny na godzinę. Najpewniej więc do czasu stanowiącej przesilenie konfliktu konferencji monachijskiej wiążących rozstrzygnięć przyjąć nie zdołano⁷.

Historycy skłonni są spierać się, czy premier Neville Chamberlain szczerze wierzył w przywieziony do Londynu z Monachium „pokój dla naszych czasów”. Jednak instytucje zaangażowane w konstruowanie zasad brytyjskiej propagandy wojennej i jej „ulotkowego” segmentu pozostawały tu co najmniej wysoce sceptyczne, kontynuując podjęte przygotowania. Zarazem jednak czyniono to nie dość energicznie. Tempo prac hamowały spory zawodnych o swe kompetencje struktur, brak spójnej koncepcji (Tallents, który takową proponował, został kozłem ofiarnym dyskusji na temat „okolonachijskiego” braku przygotowania – pozbawiono go dotychczasowej funkcji) i bez jednoznacznego politycznego wsparcia. Gabinet, który w grudniu 1938 roku dwukrotnie zajął się sprawami ukierunkowanej na Niemcy propagandy, ograniczył się do debaty nad bieżącym jej kształtem, a szczególnie radiowej akcji o informacyjnym głównie charakterze. Jak stwierdził szef resortu spraw zagranicznych, lord Halifax „„propaganda» [...] not mean attacks on the other people, but a method of making the British point of view...”. Stanowisko to było tym bardziej istotne, że w tymże czasie potwierdzono, że to właśnie Foreign Office odpowiedzialne jest za zagraniczną propagandę czasu pokoju. Równocześnie sprawami propagandy zajmowały się także i inne gremia, w tym specjalny podkomitet po przewodnictwem Kanadyjczyka Campbella Stuarta, w okresie minionej wojny zasłużonego na stanowisku Deputy Director of Propaganda in Enemy Countries. W pierwszych miesiącach 1939 roku Stuart zaczął kompletować

⁷ Podobne przypuszczenie: Cole 1982, 62. Tamże interesujące informacje o tle przygotowań do powołania Ministry of Information i roli odgrywanej w tych przygotowaniach przez Tallentsa. Na tenże temat: Scott 2012, 141–146 (podrozdział “Stephen Tallents and the shadow Ministry of Information”).

spośród pracowników administracji rządowej niewielki zespół współpracowników dla potrzeb przyszłej propagandy wojennej, podejmowane i zamierzone kroki często konsultując m.in. z Air Ministry⁸.

Dopiero jednak u progu wiosny przygotowania te doznały pewnego przyspieszenia. Wkroczenie wojsk niemieckich do Pragi i brytyjska reakcja na to jawne złamanie porozumień z Monachium znacząco zwiększyły prawdopodobieństwo rychłego wybuchu wojny. Premier Chamberlain, jeszcze w grudniu 1938 roku, niezbyt chętny wobec działań na rzecz wzmocnienia brytyjskiej akcji propagandowej, złożył teraz odpowiedzialność za prace nad powołaniem Ministry of Information w ręce sprawującego funkcję ministra spraw wewnętrznych (Home Secretary) Samuela Hoare’a. Ten zaś w datowanym 31 marca 1939 roku memorandum podniósł uznaną przezeń za szczególnie ważną kwestię wykorzystania „in the very early stages of hostilities” rozrzuconych nad terytorium Niemiec ulotek, wywodząc, że właściwie dobrany przekaz „...is of value as likely to deter the enemy Government from going on with war”. Podkreślał, że aby „ulotkowa” odpowiedź na poczynania nieprzyjaciela mogła być natychmiastowa, a tym samym efektywna, niezbędne jest przygotowanie zawczasu „to the last detail” odpowiednich druków. To zaś z kolei, uważał, wymaga współpracy co najmniej kilku ministerstw, w tym szczególnie Air Ministry, które winno zapewnić środki do dystrybucji ulotek na(d) terytorium nieprzyjaciela⁹.

Tydzień później 6 kwietnia memorandum Hoare’a oraz stanowiąca jego uzupełnienie nota Air Staff rozpatrywane były przez powołany w ramach Committee of Imperial Defense Strategical Appericiation Sub-Committee. Po dyskusji zdecydowano się wówczas powołać dla prac nad „ulotkową” propagandą na czas wojny specjalny komitet, złożony z szefów resortów spraw wewnętrznych spraw zagranicznych i koordynacji obrony – z incydentalnym udziałem innych ministrów w razie potrzeby. Gremium to miało m.in. pod przewodnictwem premiera zaakceptować projekty ulotek. Decyzję o rozpoczęciu ich dystrybucji w czasie wojny złożono w ręce przyszłego War Cabinet. Wszelkie przygotowania do odpowiednich operacji, w tym opracowanie kilku wariantów ulotek (w zależności od przewidywanej sytuacji) oraz ich dostarczenie do baz RAF, miały być zakończone przed

⁸ TNA, CAB 23/96/11, Conclusions of a Meeting of the Cabinet [...], 14th December, 1938...; Taylor 1981, 43–46.

⁹ TNA, CAB 16/209, memorandum S.A.C.12 S. Hoare’a „Propaganda in Enemy Countries in Time of War” z 31 III 1939 r.

wybuchem wojny. Realizację związanych z tym zadań przeprowadzić miał Stuart Campbell pod kierownictwem Hoare'a¹⁰.

Te, na pozór dość oczywiste, rozstrzygnięcia kryły w sobie dwie niebezpieczne tendencje. Po pierwsze – zarówno treść ulotek, jak i całość akcji związanej z ich rozpowszechnieniem uznane zostały za zagadnienie *stricte* polityczne i podporządkowane politycznym decyzjom. Obawiać się więc było można, że w ostatecznej kwalifikacji projektów decydować będzie nie dostosowana do umysłowości i wrażliwości niemieckich odbiorców siła propagandowego przekazu, ale przekonania i wyobrażenia brytyjskiej klasy politycznej, czy też jej skupionej wokół premiera Chamberlaina części. Ta zaś bardzo wyraźnie egzaminu ze znajomości Niemiec i Niemców w ostatnich miesiącach nie zdała. Po drugie – odpowiedzialność za praktyczne przygotowania akcji powierzono jej realizatorowi z okresu poprzedniej wojny, który wyraźnie starał się teraz powielać znane sobie i sprawdzone schematy sprzed ponad dwudziestu lat. Jednak schematy te znane były także i kierownictwu Trzeciej Rzeszy, które zawczasu aplikowało swym obywatelom szpiegostwo. W przemówieniu wygłoszonym 24 czerwca 1939 roku nazistowski minister propagandy Joseph Goebbels stwierdził m.in.:

Today the English newspapers openly write that the task of English propaganda is to drive a wedge between the German people and its leadership. But we hear that as clearly as they do, and the German people draws the proper conclusion. That is the goal of English propaganda! They want to split Hitler and the nation. Naturally they find hypocritical and smooth-sounding arguments, just as they did during the Kaiser's day. They say that Germany must return to the camp of the civilized nations. Oh? To the circle of civilized nations that we have come to know during the past 25 years? Those civilized nations that even after the end of the war allowed millions of mothers and children to starve, that sent Negroes to bring culture to the Rhine, that shot Schlageter, stole our colonies, exploited Germany, and coldly and cynically broke their most solemn promises to us, the promises the German people had been deceived by?¹¹

¹⁰ TNA, CAB 16/209, Committee of Imperial Defense Strategical Appericiation Sub-Committee, Minutes of the 4th Meeting held on 6th April, 1939.

¹¹ Tłumaczenie na język angielski przemówienia Goebbelsa z 24 VI 1939 r. – <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/goeb27.htm> – 19 I 2023 r. Wersja oryginalna: „Wenn beispielsweise heute englische Zeitungen ganz offen und unverblümt zugeben, daß es die Aufgabe der englischen Propaganda sei, einen Keil zwischen das deutsche Volk und seine Führung zu treiben, so hört das nicht nur England, sondern auch das deutsche Volk; und das deutsche Volk hört das nicht nur, sondern es zieht daraus

Żywiąc w Londynie przekonanie, że w propagandowej rozgrywce z tym samym wrogiem trzeba sięgnąć po te same środki było więc sporym uproszczeniem, jeśli nie wręcz ułudą. Wróg bowiem był ten sam, ale zdecydowanie już nie taki sam. Brytyjczy „generałowie” przygotowywali się tu do minionej wojny¹².

W tle jednak, niezależnie od ostrożnych działań polityków, trwały przygotowania do realizacji ulotkowego projektu. „Przedmonachijska” mobilizacja, choć zasadniczo nieudana, (czy raczej – właśnie z racji niepowodzenia) skłaniała do ponownego przemyślenia związanych z problematyką zagadnień. Uczyniono to m.in. w Air Ministry już 10 października 1938 roku w obszernym memorandum, stwierdzając:

propaganda [...] is a proved and valuable weapon of war and, as such, should be employed in accordance with the principles of war. [...] The kind of airborne propaganda which is of particular interest to the Air Staff is the dropping of notices to the civil population in connection with air action. [...] The object in such a case might be two-fold: to minimize loss of civil life and to increase the difficulties of the enemy in maintaining discipline among civil workers. Pamphlets could also be used to threaten retaliation for enemy air attacks upon our own population...¹³.

auch seine Folgerungen. Das also ist Sinn, Ziel und Zweck dieses englischen Propagandakampfes! Man möchte die Nation von Hitler trennen. Man begründet das selbstverständlich wieder mit heuchlerischen und gleisnerischen Argumenten, genau so wie man die Trennung des deutschen Volkes vom kaiserlichen Regime in der schwersten Schicksalsstunde der deutschen Nation mit ähnlichen Phrasen begründet hat. Man erklärt heute, Deutschland müsse wieder in den Kreis der gesitteten Nationen zurückkehren. Wer hustet da?”. Joseph Goebbels, *Die Zeit ohne Beispiel*, Munich 1941, s. 184; <https://archive.org/details/goebbels-joseph-die-zeit-ohne-beispiel-1941852-s.-text/page/n101/mode/2up> – 19 I 2023 r.

¹² Czynie to zresztą powściągliwie. W połowie czerwca 1939 r. Gabinet po długich dyskusjach powołanie Ministerstwa Informacji uznał za krok przedwczesny, obawiając się reakcji krajowej opinii i drażnienia Niemiec. W zamian sięgnięto po zaproponowane przez Hoare’a półśrodki w postaci rozbudowy i poszerzenia kompetencji wchodzącego w skład Foreign Office News Department oraz kontynuację przygotowań do powołania nowego resortu (TNA, CAB 23/99/11, Conclusions of a Meeting of the Cabinet [...], 14th June, 1939).

¹³ TNA, AIR 2/4478, “Memorandum of the use of the Royal Air Force for dropping propaganda leaflets in enemy territory” Air Ministry z 10 X 1939 r.

W następnych miesiącach przedstawiciele tego resortu nadal byli w tej sferze aktywni. Nierzadko wychodzili często poza przypisane im role organizacyjno-techniczne, zwracając np. uwagę na konieczność zapewnienia tłumaczy języka niemieckiego, współpracowników spośród antynazistowsko nastawionych Niemców, czy rekomendując oficerów wywiadu posiadających wiedzę na temat Niemiec¹⁴.

Wszystko to jednak odbywało się w stanie swoistej decyzyjnej próżni. Stan ten uległ zmianie dopiero w kwietniu 1939 roku, kiedy po dyskusjach na forum Strategical Appericiation Sub-Committee międzyministerialny zespół pod przewodnictwem Hoare'a zajął się ulotkową problematyką, uzgadniając, że natychmiast po wybuchu wojny nad terytorium przeciwnika winny być jak najszerzej, szczególnie w rejonach o najgęstszym zaludnieniu, rozrzucone propagandowe druki – przy czym należy to czynić bez nadmiernego ryzyka strat własnych. Poinformowany o tych decyzjach Air Staff przyjął je oczywiście do wiadomości – i wykonania, wstępne zapotrzebowanie na dystrybuowane w przewidzianym zakresie ulotki określając na 8 milionów egzemplarzy. Air Vice-Marshal Peirse sformułował także na marginesie otrzymanych decyzji kilka istotnych uwag, wskazując m.in. potrzebę różnicowania treści ulotek w zależności od rejonu ich dystrybucji („a wording that would be suitable for Hamburg might be quite unsuitable for Ruhr or Baden or Berlin” – podkreślał), jednak idea ta została następnie uznana za niepraktyczną. Przyjęto natomiast koncepcję, by ulotki rozrzucać w nocy – tak dla bezpieczeństwa załóg, jak i zwiększenia prawdopodobieństwa, że propagandowe druki dotrą do rąk niemieckich „adresatów”, a nie zostaną natychmiast uprzątnięte przez służby bezpieczeństwa, co rzecz jasna łatwiejsze by było za dnia. Decyzji o nocnych lotach sprzyjał też brak konieczności dokładnej nawigacji: ulotki należało rozrzucać po prostu na obszarach o możliwie gęstym zaludnieniu¹⁵. „Propaganda Headquarters” (tj. najpewniej Stuart Campbell i jego współpracownicy) zajęła się jednak określeniem, w których „ulotkowa” propaganda miałyby być potencjalnie najbardziej efektywna. Wskazano tu dwa główne rejonu:

¹⁴ TNA, AIR 2/4478, notatka Directorate od Plans dla zastępcy szefa Air Staff z 19 I 1939 r. i in. dok.

¹⁵ TNA, AIR 2/4478, pismo sekretarza Gabinetu Edwarda E. Bridgesa do z-cy szefa Air Staff Air Vice-Marshala Peirse'a z 20 IV 1939 r.; pismo Peirse'a do Bridgesa z 21 IV 1939 r. i in. dok.

- I. a) Zagłębie Ruhry (Krefeld – Duisburg – Mulheim – Bochum – Dortmund – Barmen [obecnie – dzielnica Wuppertal] – Elberfeld [obecnie – dzielnica Wuppertal] – Düsseldorf – Kolonia – Gladbach)
- b) Frankfurt nad Menem
- c) Monachium
- II. d) Berlin („głównie dla efektu moralnego, stąd „liczba” ma tu drugorzędne znaczenie” – precyzowano)
- e) Hamburg
- f) Brema

i dodano, że pierwszy z nich ma wyższy priorytet, a w obrębie poszczególnych obszarów kolejność określa przypisywane znaczenie. Air Staff zaproponował, by w przypadku większych ośrodków miejskich pas ich okolic o szerokości 20 mil uznać za przedmieścia, a tym samym cel ulotkowych operacji. Sprzeciwił się natomiast łączeniu zrzutu ulotek z bombardowaniem, twierdząc, że w takim przypadku dojść by mogło do koncentracji znacznej liczby ulotek w jednym miejscu, w efekcie zaś – do ich marnotrawienia. Oznaczało to także wydzielenie do zrzutu ulotek odrębnej jednostki lub jednostek¹⁶.

Opracowaniem treści ulotek zajął się zespół Stuarta Campbella, od swej pierwotnej londyńskiej siedziby określany niekiedy mianem Electra House. Stąd też kolejne jego projekty określano literami EH oraz dodatkowym trzycyfrowym kodem. Air Ministry sugerowało, że przynajmniej początkowo liczba dostarczonych do dystrybucji wersji druków winna być niewielka, obejmując jeden lub dwa ich warianty – w praktyce jednak na tym nie po przestano. Latem 1939 roku ulotki stopniowo dostarczane były do Air Ministry, a następnie przekazywane do wybranych baz lotniczych. Nie wszystkie teksty przyjmowano bez zastrzeżeń. Te ostatnie dotyczyły np. wersji EH 284, w której propagandowa narracja kreślona była na poziomie jednostek (nie zaś Brytyjczyków i Niemców), a treści godziły w poszczególne osobistości nazistowskiego reżimu. Koordynujący propagandowe działania Air Ministry Wing Commander Douglas Leslie (D.L.) Blackford wyraził obawę, że choć rozrzucanie podczas wojny ulotek propagandowych z samolotów

¹⁶ TNA, AIR 14/602, niesygnowana nota „Propaganda in Enemy Countries. Priority of targets for the dissemination of leaflets by the RAF over Germany in the opening stages of war” z 20 V 1939 r.; niedatowana (VI 1939 r.?) “Air Staff Note on propaganda for use in connection with drafting of operation instructions”.

nie jest w zasadzie sprzeczne z prawem międzynarodowym, to druki o podobnej formie mogą zostać uznane przez Niemców za nielegalne – i stać się przyczyną represji wobec ewentualnie schwytanych uczestników takich lotów¹⁷.

Ostateczne obszerne instrukcje dotyczące propagandowych lotów z ładunkiem ulotek, oznaczone numerami 9 (dla dywizjonów specjalnie wyznaczonych do tych zadań) i 10 (dla dywizjonów wykonujących standardowe loty bombowe) wydane zostały przez Bomber Command w ostatnich dniach pokoju – 29 sierpnia 1939 roku. Przewidywały one rozpowszechnianie ulotek w aż sześciu rejonach, uporządkowanych wedle hierarchii ważności – od Ruhry i zachodniego brzegu Renu, przez Berlin, północne wybrzeża (Hamburg, Bremę), Saksonię (od Magdeburga po Drezno i Miśnię), po wschodnie Niemcy – Szczecin, Frankfurt nad Odrą czy Wrocław. W nieszyfrowanej korespondencji i rozmowach telefonicznych ulotki miały być odtąd określane słowem kodowym „NICKELS”¹⁸.

Instrukcje przewidywały, że loty z ładunkiem ulotek podjęte zostaną natychmiast po wybuchu wojny. Ta rozpoczęta została niemieckim atakiem na Polskę o świcie 1 września. Już po południu tego dnia na lotnisku Linton-on-Ouse (na płn.-zach. od Yorku) w gotowości do lotu oczekiwało więc na rozkaz startu 12 samolotów bombowych Armstrong Whitworth Whitley – każdy z ładunkiem 1800 funtów (816 kg) ulotek. Rozkaz jednak nie nadszedł ani tego dnia, ani w dniu następnym. Wielka Brytania w stanie wojny z Niemcami znalazła się dopiero 3 września o godzinie 11.00. Wtedy to między godziną 20.45 a 22.22 do lotu nad Rzeszę wystartowało z baz Leconfield (na płn. od Kingston upon Hull) i Linton 10 whitley’ów. Nad Hamburgiem i Bremą część z nich rozrzuciła po 1,08 mln ulotek. Nad Zagłębie Ruhry każdy ze skierowanych tam sześciu bombowców zabrał po 540 tys. propagandowych druków. Trzy z powracających maszyn zmuszone zostały

¹⁷ TNA, AIR 14/602, kopia pisma Blackforda do płk. R. D. M. Brooksa (łącznika Air Ministry z Electra House i innymi strukturami aparatu propagandy na czas wojny) z 8 VIII 1939 r. „It could be said, I think, that the pilot may be regarded as within the law so long as the matter dropped is on a plane appropriate to his de facto position as a messenger of H.M. Government. It follows that even if the material dropped is simple in nature and designed to be intelligible to the illiterate it would be proper to frame it in language approximating more to communication from H.M. Government to an enemy people than to message from one private individual to another”, precyzował swe obawy Blackford. Dodał też, że jego pogląd otrzymał w tym wypadku oficjalną aprobatę Air Ministry.

¹⁸ TNA, AIR 14/2822.

w trakcie powrotu do przymusowych lądowań we Francji ze względu na wyczerpanie paliwa lub awarię silnika. Jedna z nich została przy tej okazji rozbita. Oporu ze strony przeciwnika nie napotkano. W trakcie kolejnej operacji, podjętej następnego dnia, cztery whitley'e (z siedmiu pierwotnie planowanych) rozrzuciły 1,548 mln ulotek w trakcie lotu nad Moguncją, Frankfurtem nad Menem i Mannheim¹⁹.

Był to początek wielomiesięcznych działań. Ich przebieg, skądinąd ciekawy, nie jest jednak przedmiotem niniejszego szkicu. Bardziej interesują nas motywacje, zasady formułowania treści rozpowszechnianych druków i efekty propagandowego przekazu.

O podjęciu ulotkowych lotów zadecydowano na kilka godzin przed ich rozpoczęciem – na odbytym późnym popołudniem 3 września posiedzeniu War Cabinet. Jak wówczas argumentowano:

...these leaflets would have an important effect on German public opinion. Moreover the Germans would realize that British aircraft were flying over their country. The dropping of leaflets might well have in maximum effect in the first few hours of war²⁰.

W istocie oczekiwania te były nadmierne, jeśli nie w ogóle – złudne. Nie uzasadniała ich ani skala podjętej akcji (o której ogromna większość Niemców nie miała się okazji dowiedzieć), ani jakość propagandowego przekazu wykorzystanych w pierwszych dniach wojny ulotek EH 273, EH 276 i EH 280 (określanych też wówczas po prostu jako „leaflet No 1”, No 2 i No 3). W drukach tych w dość podniosłych słowach (trzeci z nich był zresztą zapisem radiowego przemówienia premiera Chamberlaina do Niemców, które wygłoszone zostało 3 września 1939 roku) oskarżano władze Rzeszy o bezzasadne wciągnięcie kraju do wojny, podczas gdy „every German ambition – just to others – might have been satisfied through friendly negotiation” (EH 273). Przypominano złamane obietnice i traktaty

¹⁹ TNA, AIR 27/491/1 i AIR 27/491/2 – No. 51 Squadron. Operations Record Book; AIR 543/1 i AIR 543/2 – 58 Squadron. Operations Record Book; AIR 22/1, Air Ministry War Room. Periodical Summary No 2, compiled from information received up to 23.00 hours, 4th September, 1939 i nast. dok. Rozkazy dla operacji z 4/5 września przewidywały jednak rozrzucenie ulotek nad Zagłębiem Ruhry. Być może Air Ministry otrzymało w tym wypadku błędne informacje lub rozkazy skorygowano (TNA, AIR 20/254, depesza szyfrowa No 2591 X.15 Air Ministry do dowódcy Bomber Command z 4 IX 1939 r., godz. 13.40).

²⁰ CAB 65/1/1, Conclusions of a Meeting of the War Cabinet, [...], September 3, 1939.

czy cyniczny, wymierzony we „front pokoju”, alians z bolszewizmem. Nie bez pewnej wyższości uważano się nad Niemcami, których cenzura oraz „unbelievable system of spies and tell-tales” pozbawiły dostępu do prawdy (EH 276). Grożono, że Anglia, nie mając innego wyjścia, będzie „walczyć do końca”, korzystając ze swych nieporównanie większych od niemieckich „niezmierzonych” rezerw. „We are too strong to break by blows, and we could wear you down inexorably” – zapowiadano²¹.

Trudno sądzić, by podobne treści znacząco zmieniły zapatrywania mieszkańców Rzeszy. Przywołane fakty były im w większości znane, a nazi-stowska propaganda niezwykle sprawnie dbała o odpowiednie ich naświetlenie. Groźby, których, ku pewnemu zaskoczeniu Niemców nie poparto siłą, szybko uznane zostały za puste. Reszty dokonywały wieści o błyskawicznych sukcesach na polskim froncie. Nastroje, początkowo niepozbawione zaniepokojenia, szybko wracały do równowagi. Przebywający w tych dniach w Berlinie amerykański korespondent William L. Shirer zanotował w dzienniku 10 września: „Ale czy to naprawdę [...] wojna? – pytają. Brytyjczycy wysłali około dwudziestu pięciu samolotów do zbombardowania Wilhelmshaven [4 września – dop. W. M.]. Ale jeśli to jest wojna, to dlaczego tylko dwadzieścia pięć? I jeśli to jest wojna, dlaczego zrzucono tylko trochę ulotek nad Nadrenią? Przemysłowe serce Niemiec bije nad Renem. [...] Mimo to nawet jedna bomba nie spadła na nadreńskie fabryki. [...] Smutne twarze, jakie widziałem tydzień temu, nie są już tak smutne...” (Shirer 2007, 160).

To, co uspakajało Niemców, równocześnie wzbudzało krytykę ulotkowej akcji. Wieści z różnych kierunków, spotykając się często nie tylko ze zrozumieniem, ale i z aprobatą. Wyższy urzędnik Foreign Office Oliver Harvey 11 września zapisał w swoim dzienniku:

More paper-dropping by R.A.F. over Germany. There is increasing criticism of the latter activity in America, among neutrals, in France and at home, while the Germans are said also to be laughing at it. I am sure it is a mistake to continue this business, which is becoming ludicrous, while the Poles are being bombed to pieces. Either we should drop bombs or not fly over at all. But Campbell Stuart backs the idea as if it was going to win the war (Olivier 1970, 318)²².

²¹ Teksty wspomnianych ulotek w wersji angielskiej: TNA. AIR 24/214. Faksymile tekstów EH 273 i EH 280 oraz ich treść w języku angielskim dostępne są także w Internecie na stronie <https://nfknowledge.org/contributions/propaganda-leaflets/> – 21 I 2023 r.

²² Informacje o reakcjach opinii państw neutralnych, ale także skuteczności niemieckiej kontrpropagandy docierały wówczas wprost do Foreign Office. Tak np. w datowanej

Harvey nie był tu zresztą bynajmniej osamotniony. Co więcej – bardzo podobne opinie od kilku dni formułowano także na posiedzeniach Gabinetu Wojennego. Tam jednak spotykały się one z poglądem przeciwnym, którego rzecznicy wyrażali przekonanie, że „papierowa” propaganda budzi poważne obawy władz Rzeszy, a informacja o krążących nad nią nocami bombowymi samolotami RAF destrukcyjnie wpływa na morale Niemców²³. Samą sprawę początkowo zamierzano zostawić do świeżo powołanemu wreszcie do życia Ministerstwu Informacji, zalecając kontynuację ulotkowej akcji „od czasu do czasu”. Jednak 11 września, wobec przedstawienia przez lorda Halifaxa kolejnych informacji o nieefektywności propagandowych lotów nad Rzeszą, powierzono ministrowi informacji, lordowi Macmillanowi, sporządzenie raportu z podsumowaniem dotyczących tej kwestii danych.

Memorandum, ukończone 15 września, okazało się dokumentem dość dziwnym: dostarczone najwyraźniej przez Foreign Office informacje o negatywnym z reguły odbiorze „ulotkowych” lotniczych rajdów przez opinię państw neutralnych zestawiono z doniesieniami o lekceważących wypowiedziach niemieckiej propagandy (z dość czytelną sugestią, że taka reakcja oznaczała w istocie skrywane obawy), wyrażonym przez Air Staff poglądem, że nocne loty nad Rzeszą mają znaczną wartość operacyjną z punktu widzenia treningu załóg oraz rozpoznawania środków obrony przeciwlotniczej oraz kolejny już raz wyrażonym przez Stuarta Campbella (teraz – szefa sekcji Propaganda in Enemy Countries w Ministry of Information) przekonaniem, że przerwanie czy redukcja rozmiarów prowadzonej kampanii byłoby błędem.

Podczas dyskusji podjętej nad tym dokumentem na posiedzeniu Gabinetu Wojennego 16 września lord Macmillan silniej jeszcze podkreślał spowodowaną przez ulotki irytację niemieckich władz – wprost stwierdzając, że świadczyć to winno o skuteczności podjętych działań. Wyraził też opinię, że odcięci przez cenzurę od wiedzy o wydarzeniach Niemcy oczekują rzetelnych informacji, te zaś pochodzące ze źródeł brytyjskich mają być przez

10 IX 1939 r. depeszy z Belgradu podawano: „Germans here are making successful play with repeated dropping of leaflet by British Air Force. I przestrzegano wprost: “If further raids of this kind are made it would seem impolitic from the point of view of neutral opinion to feature them in our broadcast” (TNA, AIR 2/4478). Oczywiście informacje o gorzkich komentarzach napływały także z brytyjskiej ambasady w Polsce (zob. np. ibidem, depesza amb. Howarda Williama Kennarda do FO z 11 IX 1939 r.).

²³ TNA, CAB/65/1/8, Conclusions of a Meeting of the War Cabinet, [...], September 8, 1939.

nich szczególnie cenione. Stąd też, stwierdził, w ulotkowej akcji należy kłaść nacisk właśnie na informacje, nie slogany.

Z punktu widzenia podjętej przez nas problematyki znacznie bardziej interesująca była tu jednak powściągliwa ocena lorda Halifaxa. Iście dyplomatycznie stwierdził on, że trudno nie doceniać propagandowych wysiłków z pierwszych dni wojny. Jednak, jak dodał, „it would be unwise to underrate the volume of adverse neutral opinion, which might be expected to understand German mentality better than we did” [podkr. W.M.]. Także i on proponował jednak kontynuację akcji, przy skupieniu się na jej informacyjnym aspekcie. Zarazem trzeźwo wyraził wątpliwość, czy wobec wykorzystywania przez niemiecką propagandę wojennych sukcesów w Polsce akcja ta zdoła osiągnąć sukces. Ostatecznie jednak przeważało zdanie premiera Chamberlaina, który poparł stanowisko sformułowane przez Macmillana²⁴.

Akcję przeto kontynuowano, z większym nawet zaangażowaniem ze strony polityków – w tym i samego premiera. Ten ostatni polecił m.in. podjąć w ramach ulotkowej akcji personalny atak na nazistowskich przywódców jako opływających w dostatki posiadaczy ogromnych sum zgromadzonych na zagranicznych kontach, cieszących się przywilejami niedostępnymi dla przeciętnych obywateli. Chamberlain następnie osobiście aprobował odpowiedni projekt, przygotowany przez amerykańskiego dziennikarza Roberta Renfro Knickerbockera, i ostatecznie oznaczony jako EH 158. Liczył zapewne, że tak skonstruowany przekaz nie będzie razit zarzucanym wcześniejszym ulotkom „oksfordzkim akcentem”, a tym samym stanie się bliższy umysłowości przeciętnego Niemca, przedstawiciela „klasy pracującej”. Nietrudno zauważyć, że zarówno on, jak i inne dążące do sterowania propagandową akcją osobistości z jego kręgu ukształtowane zostały w ramach uznającej za aksjomat podmiotowość jednostek i ich nominalną równość anglosaskiej demokracji parlamentarnej. Stąd z trudnością przychodziła im próba formułowania przekazu przeznaczonego do mieszkańców totalitarnego państwa, w którym do rangi naczelnej zasady podniesiona została *Führerprinzip*.

Sam jednak fakt „ręcznego sterowania” przez szefa rządu treścią propagandowych druków wydaje się znamieny. Najwyraźniej był on tak bardzo przeświadczony o własnych kompetencjach oraz moralnej, a bodaj

²⁴ TNA, CAB 67/1/9, memorandum „Efficacy od present propaganda Campaign undertaken in Germany through the agency of the Royal Air Force” z 15 IX 1939; CAB/65/1/17, Conclusions of a Meeting of the War Cabinet, [...], September 16, 1939.

i kulturowej wyższości nad owym „przeciętnym Niemcem”, że głębszą refleksję nad naturą tego ostatniego uznał za niezbyt istotną. Ulotkową kampanię uznano najwyraźniej za wartość samą w sobie, uparcie ją kontynuując wbrew licznym sygnałom niepowodzenia. Stąd, nieco paradoksalnie, niewiele uwagi poświęcano sprecyzowaniu wymogów dotyczących dostosowania treści przekazu do mentalności i kultury jego odbiorców. Zaistniałą w efekcie sytuację plastycznie zobrazował W/Cdr Blackford, charakteryzując warunki pracy R.J.H. Shawa, szefa grupy opracowującej projekty ulotek:

I found Mr. Shaw to be a very reasonable and intelligent individual who controlled a large staff of professional writers, but neither he nor his staff appeared to be very clear either as to their aim or as to the principles which should be observed in the production of material for Nickels²⁵.

Wobec braku dyrektyw sięgano po znane pierwszowojenne wzorce. Tak sformułowane treści niemiecka kontrpropaganda już dawno jednak nauczyła się neutralizować. Teraz więc czyniła to bez większego wysiłku, w ramach swoistej prewencji. Równocześnie podkreślała, że „papierowe naloty”, śmieszne już same w sobie, są dowodem bezsilności słabnącego imperium, niezdolnego do przeciwstawienia się niemieckiej witalności. Te z kolei rutynowe działania część brytyjskich polityków usilnie starała się poczytywać za dowód skuteczności podjętych działań.

Wszystko to nie oznaczało jednak, że strona brytyjska nie dostrzegała popełnionych błędów, i nie starała się ich eliminować. O konstatacjach dotyczących owych błędów, jak i postulowanych środkach zaradczych świadczy treść podsumowującego propagandową aktywność z ostatnich dni września 1939 roku raportu Campbella Stuarta dla Gabinetu Wojennego. Z jednej strony nadal podkreślano w nim słuszność wykorzystania zasad „well tested in the last war”, z drugiej – po raz pierwszy względnie klarownie formułowano pryncypia propagandowej akcji, uwzględniając wśród nich także elementy dotychczas nieobecne lub nie dość obecne. Zawarte w dokumencie wskazówki już w pierwszym punkcie zawierały nakaz: „leaflets should be conceived in German and addressed to German mentality”, oraz

²⁵ TNA, AIR 14/602, pismo S.46650 Blackforda do Air Commodore R. H. Bottomleya z Kwatery Głównej Bomber Command z 29 IX 1939 r.; CAB/65/1/25, Conclusions of a Meeting of the War Cabinet, [...], September 24, 1939; R. Barron, http://barronmaps.com/flying-visit-of-truth-to-berlin-1939/?doing_wp_cron=1672923613.1587979793548583984375 – 31 I 2023 r.

wyjaśnienie, że zdaniem wielu krytyków dotychczas rozpowszechniane nad Niemcami druki stanowiły tłumaczenia z języka angielskiego i odpowiadały angielskim standardom. Inne zalecenia dotyczyły ekstremalnej prostoty przekazu, który miał stać się zrozumiały dla niemieckiej klasy robotniczej, unikania stylu wypowiedzi podejrzliwie traktowanego w Rzeszy Goebbelsa, powstrzymywania się od personalnych ataków na Hitlera („every German soldier has [...] taken an oath of loyalty for him” – wyjaśniano) – choć niekoniecznie już na jego partyjnych towarzyszy, częstego sięgania po fakty dotychczas nieznanymi niemieckim czytelnikom ulotek czy wspierania się cytataми z uznanych tytułów prasy państwa neutralnych.

Appeals to Western standards or morality or to democratic idealism carry little weight with the Nazi-minded population of Germany. Many Germans dulled by incessant propaganda have almost lost the Western power of judging issues,

podkreślano, najwyraźniej ze świadomością, że konstatacja ta nie w pełni została uwzględniona w pierwszych tygodniach ulotkowej akcji. I dodawano z przekonaniem: “Hard, facts are, therefore, a more formidable weapon”²⁶.

Wszystko to nie oznaczało jeszcze przetomu, ale tylko początek stopniowej i bardzo powolnej modyfikacji i racjonalizacji brytyjskiej akcji propagandowej. Ulotki rozrzucone przez samoloty RAF nadal miały być w jej trakcie stosowane, a War Cabinet jeszcze przez wiele tygodni zajmować się miał rozpatrywaniem efektywności działań tego typu. Tym niemniej – sprawa wyraźnie traciła przypisywane jej uprzednio priorytetowe znaczenie, nawet jeśli oficjalnie utrzymywano inaczej. Coraz częściej loty z ładunkiem ulotek łączyć zaczęto z wykonywaniem innych zadań. W końcu października 1939 roku rozczarowani krytycznym nastawieniem opinii realizatorów akcji zdecydowali, by przestać upubliczniać związane z nią informacje. „These operations are normally referred to as «Reconnaissance»”, nakazało Air Ministry²⁷.

²⁶ TNA, CAB 68/1/24, raport Campbella Stuarta „Propaganda in Enemy Countries” z 29 IX 1939 r. Doświadczenia kolejnych lat wojny skłoniły specjalistów od wojennej propagandy do przynajmniej częściowej rewizji tezy o wyjątkowej użyteczności faktów w konstruowanym przez nich przekazie. Okazało się bowiem, że niekiedy odbiorcy fakty te skłonni byli uznawać za zbyt piękne, by mogły być prawdziwe. Zob. Herz 1949, 471–472.

²⁷ TNA, AIR 14/602, telefonogram Ops/543 Kwatery Głównej Bomber Command z 28 X 1939 r., godz. 15.05.

Pełniący w latach 1942–1945 funkcję dowódcy Bomber Command Marshal of the Royal Air Force Arthur Harris krótko po zakończeniu wojny wyraził opinię, że głównym osiągnięciem ulotkowej lotniczej kampanii „było zaspokojenie popytu Kontynentu na papier toaletowy” – i ta zgryźliwa fraza jest po dziś dzień chętnie przypominana przez komentatorów (Harris 2008, 48). Oczywiście, jak większość podobnych bon motów, stanowi ona poważne uproszczenie. Podjęta we wrześniu 1939 roku akcja została przez Niemców dostrzeżona, a źródła z epoki wskazują, że na niektórych z nich wywarła pewien wpływ. Był on jednak krótkotrwały i dla dalszego biegu wydarzeń bez znaczenia. Pierwsza faza „papierowej wojny” z pewnością dla strony brytyjskiej skończyła się niepowodzeniem.

BIBLIOGRAFIA

I. Archiwa

The National Archives (Kew)

AIR 2: Air Ministry and Ministry of Defence: Registered Files

AIR 14: Air Ministry: Bomber Command: Registered Files

AIR 24: War Cabinet and Cabinet: Memoranda (GT, CP and G War Series)

AIR 27: War Cabinet and Cabinet: Miscellaneous Committees: Records (General Series)

CAB 16: Committee of Imperial Defence, Ad Hoc Sub-Committees: Minutes, Memoranda and Reports

CAB 23: War Cabinet and Cabinet: Minutes

CAB 65: War Cabinet and Cabinet: Minutes (WM and CM Series)

CAB 67: War Cabinet: Memoranda (WP(G) Series)

CAB 68: War Cabinet: Memoranda (WP(R) Series)

II. Dzienniki, pamiętniki, opracowania

Barron, R. 2017. “Flying Visit of Truth to Berlin in the form of an RAF leaflet raid...”: Rex Whistler’s Satirical Map Commemorating the First RAF Flight over Wartime Berlin, October 1939, *Barron Maps Blog*, http://barronmaps.com/flying-visit-of-truth-to-berlin-1939/?doing_wp_cron=1672923613.1587979793548583984375 – 31 I 2023.

Biskupski, Ł. 2008. Miki i Donald na froncie (wewnętrznym) Disney Studios podczas II wojny światowej, *Panoptikum*, 7, 176–190.

Cole, C. R. 1982. The Conflict within: Sir Stephen Tallents and Planning Propaganda Overseas before the Second World War, *Albion: A Quarterly Journal Concerned with British Studies*, 14(1), 50–71, <https://doi.org/10.2307/4048485>.

Harris, A. 2000. *Ofensywa bombowa*, Warszawa.

Harvey, O. 1970. *The Diplomatic Diaries of Oliver Harvey, 1937–1940*, J. Harvey (ed.), London.

Herz, M. F. 1949. Some Psychological Lessons from Leaflet Propaganda in World War II, *The Public Opinion Quarterly*, 13(3), 471–486, <https://doi.org/10.1086/266096>.

- Ingram Haroro, J. 2016. A Brief History of Propaganda During Conflict: Lessons for Counter Terrorism Strategic Communications, *The Hague*, <https://icct.nl/app/uploads/2016/06/ICCT-Haroro-Ingram-Brief-History-Propaganda-June-2016-3.pdf> – 12 I 2023.
- Mazur, W. 2012. „Zdraycy z Londynu”. Armia brytyjska a koncepcje wojskowej pomocy dla Polski we wrześniu 1939 roku, *Przegląd Historyczno-Wojskowy*, 2, 43–73.
- Mazur, W. 2017a. „Offensive pour la Pologne”? Wojskowe aspekty polityki mocarstw zachodnich wobec Polski a konferencja w Abbeville (wiosna–lato 1939 roku), *Kwartalnik Historyczny*, 4, 699–731, <https://doi.org/10.12775/KH.2017.124.4.03>.
- Mazur, W. 2017b. *Lot ku burzy. Polska w przygotowaniach mocarstw Zachodu do wojny powietrznej, marzec–sierpień 1939 roku*, Kraków, <https://doi.org/10.12797/9788376388533>.
- Mazur, W. 2018. *Niebo rozwianych nadziei. Zachodni sojusznicy wobec wojny powietrznej w Polsce we wrześniu 1939 roku*, Kraków, <https://doi.org/10.12797/9788376389288>.
- Osuch, T. 2010. II wojna światowa. Alianci bronili Polski... ulotkami, *Nasze Miasto*, <https://naszemiesto.pl/ii-wojna-swiatowa-alianci-bronili-polski-ulotkami/ar/c1-4452616> – 12 I 2023.
- Scott, A. 2012. *Public Relations and the Making of Modern Britain: Stephen Tallents and the Birth of a Progressive Media Profession*, Manchester, <https://doi.org/10.2307/j.ctv6p52v>.
- Shirer, W. L. 2007. *Dziennik berliński. Zapiski korespondenta zagranicznego 1934–1941*, Warszawa.
- Taylor, P. M. 1980. The Foreign Office and British Propaganda during the First World War, *The Historical Journal*, 23(4), 875–898, <https://doi.org/10.1017/S0018246X00025115>.
- Taylor, P. M. 1981. “If War Should Come”: Preparing the Fifth Arm for Total War 1935–1939, *Journal of Contemporary History*, 16, 27–51, <https://doi.org/10.1177/002200948101600103>.
- Taylor, P. M., Sanders, L. M. 1982. *British Propaganda during the First World War, 1914–18*, London and Basingstoke, <https://doi.org/10.1007/978-1-349-05544-9>.

‘PAPER WAR’ – OR THE LESSER-KNOWN ASPECTS OF A CERTAIN WELL-KNOWN FAILURE OF WARTIME PROPAGANDA

Abstract: The article presents examples of the construction of a war narrative aimed not so much at accurately informing the public about key decisions for the state, but at ways of constructing messages to achieve strategic objectives, which do not necessarily prove to be effective.

Keywords: war, propaganda, disinformation, discourse