
Potężną bronią w wojnie polsko-bolszewickiej 1919-1920 była szeroko rozumiana propaganda. Po stronie bolszewickiej realizowana była m.in. przez Agitpunkty.

Przybierała ona zróżnicowane formy, uwzględniające takie uwarunkowania jak stopień analfabetyzmu, czy dostęp do informacji. Propaganda miała za zadanie podnosić morale wojsk własnych oraz osłabiać postawę przeciwnika. Jej adresatem była również ludność cywilna, od postaw której zależały ważne kwestie uzupełniania szeregów armii i wspierania jej zaopatrzeniem materiałowym.

Agitacyjny punkt – Agitpunkt – to w realiach sowieckiej Rosji element systemu aktywnego uprawiania propagandy. Na wyposażeniu takiego wyspecjalizowanego punktu agitacyjnego znajdowały się różnego typu materiały propagandowe, a jego zakres działania obejmował w znacznej mierze żołnierzy Armii Czerwonej. Pierwsze takie punkty powstały w 1918 r., zaś od maja 1919 r. zorganizowano je w jednolite struktury dowodzenia. Kierownictwa Agitpunktów miały swoje przedstawicielstwa przy dowództwach frontów i armii. O wadze ich działalności świadczyło przydzielenie im specjalnych pociągów agitacyjnych (agitpojezdów), czy nawet statków agitacyjnych (agitparochody) – dobrze zaopatrzonych w literaturę i wszelkiego rodzaju materiały propagandowe. Stacjonarne punkty rozmieszczano m.in. wzdłuż linii kolejowych. A w ramach ich działalności prowadzono projekcje filmów i głośne czytanie pracy (ponieważ ok. 90% czerwonoarmistów było analfabetami). O intensywności pracy agitpunktów wszelkiego rodzaju świadczą dane z czerwca 1920 r., kiedy to rozkolportowały one ponad 200 tys. gazet oraz 150 tys. ulotek.