

Kamiński, Artur

Wrocławskie targi i wystawy jako forma hitlerowskiej propagandy regionalnej w latach 1933-1944

Dzieje Najnowsze 30/1, 159-163

1998

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

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Artur Kamiński
Wrocław

Wrocławskie targi i wystawy jako forma hitlerowskiej propagandy regionalnej w latach 1933-1944

Wrocławskie targi i wystawy należy uznać za godne naukowego zainteresowania, miasto bowiem miało wielowiekową tradycję handlowej metropolii¹. W sposób instytucjonalny Targi Wrocławskie pojawiły się już w latach 1742-1749. Od 1864 r. we Wrocławiu odbywały się Targi Maszyn Rolniczych. W 1917 r. Wrocław został włączony do niemieckiego Związku Miast Targowych. Natomiast wrocławskie wystawy sztuki mają dziewiętnastowieczny rodowód.

Państwa totalitarne, w tym również III Rzesza, charakteryzowały się rozbudowanym i wszechogarniającym systemem propagandy. O randze propagandy w systemie politycznym III Rzeszy świadczył fakt, że jednym z pierwszych posunięć Hitlera po dojściu do władzy w 1933 r. było utworzenie Ministerstwa Oświecenia Publicznego i Propagandy (Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda). W rezultacie propaganda wkroczyła w stosunki wewnętrzne hitlerowskiej Rzeszy i odcisnęła swe piętno na funkcjonowaniu państwa oraz polityki zagranicznej.

Rozprawa doktorska przedstawia cele i treści hitlerowskiej propagandy regionalnej, upowszechnianej przez targi i wystawy.

Przyjęta w rozprawie definicja propagandy została oparta na dwóch zasadniczych założeniach. Po pierwsze, przyjęto, że popularyzacja haseł, idei czy doktryn nie jest celem samym w sobie, lecz środkiem służącym do osiągnięcia pewnych szerzej zakrojonych celów i po wtóre, uznano, że propaganda jest zjawiskiem społecznym, a zatem należało w pracy odpowiedzieć na pytanie, kto i dlaczego upowszechniał dany pogląd lub ideę i jaki cel chciał osiągnąć.

Odbywające się we Wrocławiu targi i wystawy służyły miastu i śląskiemu regionowi, realizowały równocześnie założenia ideowopolityczne oraz społeczne III Rzeszy. Ich organizacją zajmowała się aż do 1944 r. powołana w 1917 r. wyspecjalizowana instytucja — Spółka Akcyjna Wrocławskie Targi i Wystawy (Breslauer Messe- und Ausstellungs-Aktiengesel-

¹ Jest to autoreferat rozprawy doktorskiej. Obrona odbyła się 15 X 1997 r. w Instytucie Historii Uniwersytetu Wrocławskiego. Praca napisana została pod kierunkiem naukowym prof. dr hab. Teresy Kulak. Recenzentami byli prof. dr hab. Lech Trzeciakowski z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu i prof. dr hab. Wojciech Wrzesiński z Uniwersytetu Wrocławskiego.

lschaft). Podlegała ona pośrednio Ministerstwu Propagandy przez specjalny urząd — Radę Reklamową Niemieckiej Gospodarki (Der Werberat der deutschen Wirtschaft). Rada Reklamowa powstała 12 IX 1933 r. na mocy ustawy o reklamie gospodarczej i była organem nadrzędnym wszystkich niemieckich spółek zajmujących się organizacją targów i wystaw w III Rzeszy.

Cezurę pracy wyznaczają lata 1933-1944. Jej początek stanowi fakt powierzenia Hitlerowi urzędu kanclerskiego w Niemczech i przejęcie przez członków partii nazistowskiej rządów w skali kraju i w prowincji dolnośląskiej. Oznaczało to również nową obsadę personelu i nowy etap działalności Spółki Akcyjnej Wrocławskie Targi i Wystawy. Datę końcową rozprawy stanowi rok 1944, gdyż wówczas we Wrocławiu odbyła się ostatnia wystawa hitlerowska pt. „Niemieccy artyści i SS”. W tym roku bowiem — wobec zarysowującej się klęski III Rzeszy — ukazało się 31 VIII rozporządzenie ministra oświecenia publicznego i propagandy o zawieszeniu odbywania wystaw i targów w Niemczech. Cezurę wewnętrzną rozprawy stanowi wrzesień 1939 r., ponieważ wybuch II wojny światowej zmienił ilościowo i jakościowo Targi Wrocławskie, wpłynął na liczbę i tematykę wystaw, uwypuklając w nich elementy związane z prowadzoną wojną.

Jak już zaznaczono, targi we Wrocławiu istniały od 1864 r. pod nazwą Targów Maszyn Rolniczych. Po przerwie spowodowanej światowym kryzysem gospodarczym nowe władze reaktywowały je w 1933 r. w celu zaktywizowania dolnośląskiego rolnictwa. Potocznie nazywano je Targami Wrocławskimi. W istocie były to w latach 1933-1934 nadal Targi Maszyn Rolniczych, a w latach 1935-1936 Wystawa Południowo-Wschodnia. Natomiast o Targach Wrocławskich — pomijając I połowę XVIII w. — można mówić dopiero od 1937 r., gdyż wówczas oficjalnie uzyskały taką nazwę.

Temat dysertacji skupia się na dwóch różnych zagadnieniach, a mianowicie na propagandowych walorach targów oraz wystaw. Prezentowana rozprawa jest w zasadzie pierwszą próbą naukowego ujęcia regionalnej działalności propagandowej w okresie Niemiec hitlerowskich, uprawianej za pomocą targów i wystaw.

Podstawę pracy zasadniczo stanowią archiwalia przechowywane w Archiwum Państwowym we Wrocławiu, gazety codzienne Wrocławia („Schlesische Zeitung”, „Schlesische Tageszeitung”, „Breslauer Zeitung”, „Breslauer Neueste Nachrichten”), okolicznościowe wydawnictwa związane z działalnością targową i wystawienniczą, ponadto urzędowy organ władz miejskich — „Breslauer Gemeinde Blatt”, a także wydawana corocznie w czasie targów „Breslauer Messe-Zeitung”. Niezwykle istotne okazały się też roczne sprawozdania z działalności Spółki Akcyjnej Wrocławskie Targi i Wystawy.

Materiał źródłowy drukowany, dotyczący wystaw, stanowią liczne katalogi poświęcone tym imprezom. Znajdują się one przede wszystkim w zbiorach Biblioteki Uniwersyteckiej we Wrocławiu oraz Biblioteki Muzeum Narodowego we Wrocławiu i przeważają wśród nich wydawnictwa dotyczące wystaw sztuki. Raporty konsulatów RP we Wrocławiu i w Opolu oraz polskiej ambasady w Berlinie przechowywane w Archiwum Akt Nowych w Warszawie, a także akta poszczególnych wydziałów Ministerstwa Spraw Zagranicznych w Warszawie pozwoliły na dostrzeżenie wielu propagandowych aspektów targów i wystaw odbywanych we Wrocławiu, o których relacjonowała funkcjonująca w Niemczech polska służba konsularna i dyplomatyczna.

Na uzupełnienie materiałów wrocławskich oraz przedstawienie problemu wrocławskich ekspozycji z punktu widzenia niemieckich władz i instytucji centralnych pozwoliły archiwalia zgromadzone w Archiwum Federalnym w Poczdamie, w tym głównie pomieszczone w zespołach Ministerstwa Oświecenia Publicznego i Propagandy (Reichsministerium für Vol-

ksaufklarung und Propaganda), Kierownika Propagandy Rzeszy NSDAP (Reischpropagandaleiter der NSDAP) i Towarzystwa Radiowego Rzeszy (Reichsrundfunkgesellschaft).

Targi Wrocławskie były imprezą samofinansującą się, przynoszącą obok walorów ideowych przede wszystkim korzyści materialne. Wystawy natomiast były organizowane przeważnie przez miasto przy mniejszej lub większej pomocy finansowej władz centralnych i prowincjonalnych.

Przeprowadzenie corocznie w latach 1933-1944 we Wrocławiu targów oraz organizacja — jak obliczono — 159 wystaw własnych (były bowiem również ogólnoniemieckie wystawy objazdowe) świadczy o ogromnej wadze, jaką przywiązywały władze do częstych i licznych imprez skupiających uwagę na mieście i prowincji. W przypadku targów propagandowe rezultaty wszystkich podejmowanych działań miały być zdyskontowane w liczbie wystawców i zwiedzających oraz w wielkości obrotów handlowych. Miały przyczynić się do zwiększenia wymiany towarowej w zakresie produkcji płodów rolnych, hodowli zwierząt i nasiennictwa oraz poszerzyć rynek zbytu dla śląskiego przemysłu maszyn rolniczych i innych gałęzi produkujących na potrzeby rolnictwa. Targom towarzyszyły wystawy wytwórczości rzemieślniczej. Zgodnie z hasłami hitlerowców, u ich podstawy tkwił postulat odbudowania niemieckiej klasy średniej, a więc także wspierania, reprezentowanej w tym przypadku przez niemieckich rzemieślników i kupców. Agitacja za drobnym handlem i rzemiosłem była skierowana przeciwko posiadaczom wielkich domów towarowych, które w większości należały do Żydów.

Organizacja Targów Maszyn Rolniczych w latach 1933-1934 oraz w latach 1935-1936 Wystawy Południowo-Wschodniej, będącej w istocie asortymentowym rozszerzeniem wchodzących zresztą w jej zakres Targów Maszyn Rolniczych, spowodowała wzrost zainteresowania prowincją dolnośląską i jej ekonomiką. Powodzenie targów umożliwiło władzom ukazanie Śląska jako regionu atrakcyjnego gospodarczo i turystycznie oraz rokowało nadzieje na korzyści z włączenia tego zaniedbywanego w latach dwudziestych przez władze centralne kraju w obieg żywej wymiany towarowej z Rzeszą i Europą wschodnią i południową. W propagandzie regionalnej wielokrotnie podkreślano walory geograficznego położenia Wrocławia i Śląska, jego sieci transportu lądowego i wodnego, sukcesywnie ulepszanego kolejnymi inwestycjami umożliwiającymi szybki przepływ towarów w kierunku wybrzeży Morza Północnego i Bałtyku. Międzynarodowienie Targów Wrocławskich w 1937 r. miało bezpośredni związek z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi, które — z racji swego szerokiego od 1929 r. otwarcia na współpracę z zagranicznymi kontrahentami — stanowiły ogromną konkurencję dla Wrocławia. Rozgłos zatem wokół wrocławskiej imprezy targowej w praktyce służyć miał również w pewnej mierze przechwyceniu handlowych możliwości pobliskiego Poznania.

W 1937 r. Wrocław jako czwarte miasto w Rzeszy, tj. po Kolonii, Lipsku i Królewcu, uzyskał od Rady Reklamowej Niemieckiej Gospodarki prawo używania w odniesieniu do swej dorocznej imprezy handlowej historycznej nazwy „Targi Wrocławskie”. Warto zaznaczyć, że aż do ostatnich targów w 1941 r. notowano stały wzrost ich gospodarczego znaczenia, weryfikowany liczbą wystawców i sumą obrotów. W 1935 r. na Wystawie Południowo-Wschodniej odnotowano obecność 859 wystawców i 120 000 zwiedzających. Rekordową liczbę 1667 wystawców przy 200 000 zwiedzających osiągnęły Targi Wrocławskie w 1939 r. Natomiast w czasie ostatnich targów w 1941 r. towary prezentowało prawie 1400 wystawców, a obejrzało je około 300 000 osób.

Należy podkreślić, że propagandowy wymiar Targów Wrocławskich zmieniał się. Do 1939 r. propaganda polityczna jawnie wymierzona w państwa w nich uczestniczące nie była wskazana. Po wybuchu II wojny światowej do propagandowych zadań Targów Wrocławskich

doszły nowe, związane z gospodarką wojenną i życiem społecznym w czasie działań wojennych. Tracąc dotychczasowych swoich wystawców i kupców z Czechosłowacji i Polski, Targi Wrocławskie zasilono udziałem w nich „nowych państw”, tzn. Protektoratu Czech i Moraw, Generalnego Gubernatorstwa oraz ZSRR. Propagandowy rozmach targów utrzymano, dowodzić miały bowiem ludności Wrocławia i prowincji, że mimo toczącej się wojny życie gospodarcze Śląska i całego państwa przebiega normalnie i bez zakłóceń. Propaganda regionalna w pewnym zakresie zyskała wymiar ogólnopństwowych i międzynarodowych celów zaangażowanej w wojnę III Rzeszy. Wraz z jej agresjami na wschodzie i rolą polityczną na Bałkanach poszerzał się obszar oddziaływania Targów Wrocławskich.

Większy ładunek ideologii nacjonalistycznej niosły ze sobą i różne zadania propagandowe — zależnie od tematycznego profilu — spełniały wrocławskie wystawy. Do najtłumniej zwiedzanych wystaw należała ekspozycja z 1934 r. pt. „Służba pracy”, którą obejrzało ok. 120 000 osób. Dużą frekwencję — prawie 60 000 zwiedzających — miała w 1940 r. wystawa kolonialna, masowo oglądano też ekspozycję pt. „Obrona przeciwlotnicza” w 1938 r. oraz dwie wystawy o tematyce zdrowotnej: „Wieczny naród” z 1938 r. i „Zycie” z 1941 r. Każdą z nich obejrzało ok. 50 000 osób. W tym miejscu należy podkreślić, że odpowiednią frekwencję zapewniało zwiedzanie zorganizowane, w którym często obowiązkowo uczestniczyli uczniowie, wojsko, członkowie SA i innych organizacji. Choć rodowód ekspozycji targowych i wystaw we Wrocławiu jest stary, dopiero w III Rzeszy został on w pełni propagandowo doceniony i wykorzystany w celach socjotechnicznych. System w ten sposób zyskiwał społeczne zainteresowanie i aprobatę, wykorzystywane następnie w sprawach politycznych.

Wśród 159 wrocławskich wystaw należy wyróżnić 2 rodzaje ekspozycji, mianowicie — wystawy ściśle regionalne, na których pierwszoplanowo sytuowano interesy i potrzeby Śląska, oraz wystawy, które obok ważnych problemów prowincji jednocześnie prezentowały zagadnienia ogólnoniemieckie, służące hitlerowskiej Rzeszy. Przyjęta w pracy typologia wystaw wyróżnia 5 grup: wystawy polityczno-propagandowe, sportowe i o tematyce zdrowotnej, przemysłowe i rzemieślnicze, o życiu codziennym i indywidualnych zainteresowaniach oraz o tematyce kulturalnej i sztuce.

Wystawy polityczne ostrze propagandy kierowały w rewizję „dyktatu wersalskiego” i genezę ustalenia „krwawiącej granicy” na wschodzie Niemiec. Najważniejszym obiektem propagandy wrocławskich wystaw była Polska. Szczytowym osiągnięciem antypolskiego ataku była zorganizowana w 1937 r. ekspozycja pt. „Niemieckie rozstrzygnięcia na Wschodzie”.

Za pośrednictwem wystaw politycznych prowadzono walkę przeciw rozbrojeniu Niemiec, popularyzując i dowodząc konieczności posiadania przez Niemcy armii, lotnictwa wojskowego i marynarki wojennej. Wystawy budziły ideę kolonialną. Z kolei ekspozycje sportowe oraz o tematyce zdrowotnej krzewiły kult niemieckiej rasy, wysportowanego ciała i psychologicznie przygotowywały przyszłą wojnę.

Wystawy o tematyce przemysłowej i technicznej, np. radiowe, samochodowe czy osiągnięć budowlanych, popularyzowały nowe zdobycze techniki i technologii. Natomiast wystawy związane z życiem codziennym i zainteresowaniami eksponowały szeroką gamę ułatwień w gospodarstwie domowym oraz oferowały sposoby atrakcyjnego spędzenia wolnego czasu. Miały uświadamiać wielki skok poziomu życia w Trzeciej Rzeszy.

Wystawy o charakterze kulturalnym popularyzowały piękno i kulturalny dorobek Śląska, uzupełniały zatem propagandę gospodarczą i polityczną prowincji. Kształtowały regionalną świadomość jej mieszkańców oraz dumę z kulturalnych osiągnięć Śląska.

Czas wojny, zwłaszcza od połowy 1941 r., spowodował likwidację Targów Wrocławskich i ograniczenie liczby wystaw. Te, które nadal organizowano, np. „Śląsk tworzy dla domu” (1941), „Wielkość Niemiec” (1941), „Marynarka Wojenna” (1941 i 1942), „Nasza armia” (1943), nabrały charakteru doraźnej indoktrynacji. Obejmowały bowiem sprawy gospodarki Rzeszy, polityki wewnętrznej państwa oraz przybliżały społeczeństwu cele wojenne Niemiec.

Wrocławskie targi i wystawy z lat 1933-1944 są szczególnym przykładem wszechogarniającej propagandy totalitarnego państwa i równocześnie zdolności organizacyjnych ówczesnych władz miasta i wrocławian. Sądząc po frekwencji zwiedzających, były one ważną formą propagandy skoncentrowanej na sprawach miasta Wrocławia, prowincji dolnośląskiej i regionu śląskiego. Stanowiły bogate w treści i hasła zjawisko, realizujące zarówno bieżące polityczne potrzeby, jak i dalsze plany hitlerowskich władz prowincjonalnych i państwowych.