

Przemysław Kot

Uniwersytet Ignatianum w Krakowie
<https://orcid.org/0000-0002-8603-3182>

NIEMIECKA PROPAGANDA GOSPODARCZA WOBEC POLAKÓW W GENERALNYM GUBERNATORSTWIE 1939–1945

Streszczenie: Propaganda jest elementem działań wojennych i była stosowana od początków istnienia państwowości i prowadzenia wojen przez człowieka. W niniejszym artykule będzie poruszony temat propagandy niemieckiej na terenie Generalnego Gubernatorstwa kierowanej do społeczeństwa polskiego przez cały okres wojny. Pod względem tematycznym będą analizowane tylko i wyłącznie kwestie propagandy związane z tematami gospodarczymi. W pierwszej części niniejszego artykułu zostaną przedstawione, w sposób skrótowy, teorie na temat propagandy. W drugiej części zostanie scharakteryzowany system propa-

gandowy utworzony przez okupanta niemieckiego na terenie Generalnego Gubernatorstwa. W trzeciej, głównej części, zostanie scharakteryzowana propaganda niemiecka skierowana do Polaków związana z tematami gospodarczymi. Podstawą źródłową pracę będą dwa dzienniki „Nowy Kurier Warszawski” oraz „Goniec Krakowski”, które ukazywały się na terenie całego gubernatorstwa. Zostanie wykorzystywana metoda analizy treści oraz krytycznej analizy źródeł.

Słowa kluczowe: propaganda, II wojna światowa, gospodarka w czasie wojny

Wstęp

Propaganda jest nieodłącznym elementem działań wojennych, była stosowana już w starożytności. Można ją różnie klasyfikować, jednym z kryteriów podziału może być odbiorca, do którego jest kierowana. W przypadku propagandy niemieckiej z okresem II wojny światowej można wskazać na trzech głównych adresatów: etnicznych Niemców, ludy, społeczeństwa będące pod okupacją nazistowską oraz propaganda kierowana do państw oraz ludności będących poza granicami terenów zarządzanych przez Niemcy. W niniejszym artykule zostanie poruszony problem propagandy niemieckiej na terenie Generalnego Gubernatorstwa, kierowanej do społeczeństwa polskiego przez cały okres wojny. Pod względem tematycznym będą analizowane tylko i wyłącznie kwestie propagandy związane z tematami gospodarczymi. Teza pracy brzmi – głównym celem propagandy niemieckiej na tematy gospodarcze kierowanej do ludności Generalnego Gubernatorstwa było maksymalne wykorzystanie ekonomiczne tejże ludności na rzecz wsparcia wysiłku zbrojnego III Rzeszy. Postawiono dwa główne pytania badawcze. Po pierwsze, do podjęcia jakich działań, na polu gospodarczym, chciały skłonić niemieckie władze okupacyjne ludność generalnego gubernatorstwa za pomocą propagandy? Po drugie, do rozpowszechniania jakich przekonań społeczno-politycznych propaganda niemiecka wykorzystywała tematy gospodarcze?

W pierwszej części niniejszego artykułu zostaną przedstawione, w sposób skrótowy, teorie na temat propagandy. W drugiej części

zostanie scharakteryzowany system propagandowy utworzony przez okupanta niemieckiego na terenie Generalnego Gubernatorstwa. W trzeciej, głównej części, zostanie scharakteryzowana propaganda niemiecka skierowana do Polaków związana z tematami gospodarczymi. Podstawą źródłową pracy będą dwa dzienniki „Nowy Kurier Warszawski” oraz „Goniec Krakowski”, które ukazywały się na terenie całego gubernatorstwa. Zostały wybrane dwie powyższe gazety, ponieważ były to jedne z trzech ogólnogubernialnych dzienników. Trzecim był „Kurier Częstochowski”, jednak był on przez Niemców traktowany jako gazeta mająca udawać czasopismo katolickie dla Polaków, a nie zwykłą prasę społeczno-polityczną. W związku z powyższym w mniejszej analizie to czasopismo nie zostało wzięte pod uwagę.

Propaganda – przegląd definicji, stan badań

Działania propagandowe towarzyszyły ludziom właściwie od początku zaistnienia struktur władzy, jednak dopiero w pierwszej połowie XX w. zaczęto się nią zajmować w sposób naukowy. Narodziła się wówczas nowa dziedzina nauki – teoria propagandy politycznej i opinii publicznej. Za datę powstania nowej dyscypliny przyjmuje się rok 1931 i publikację artykułu *A Psychological Definition of Propaganda* autorstwa amerykańskiego badacza Williama W. Bidellea¹. Samo słowo propaganda oznacza rozpowszechnianie, szerzenie, wyjaśnianie i pochodzi od łacińskiego *propagatio* – rozkrzewianie². Słowo *propagatio*

¹ B. Dobek-Ostrowska, *Propaganda jako forma komunikowania*, [w:] B. Dobek Ostrowska, B. Ociepka, J. Fras, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999, s. 19.

² W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Warszawa 2000, s. 410.

w starożytności oznaczało dbanie o rozwój roślin i przyspieszenie ich krzewienia³. Bardzo wielu badaczy zajmuje się propagandą, tutaj warto wspomnieć o Edwardzie Bernaysie, ponieważ z jego dokonań korzystali naziści⁴. Amerykański uczone uważał, że propagandę wykorzystują przedstawiciele właściwie wszystkich dziedziny życia społecznego, nie tylko polityki, ale także przedstawiciele świata biznesu i kultury. Sama propaganda to konsekwentne i stałe dążenie na rzecz stworzenia wydarzenia wpływającego na postawę społeczeństwa do konkretnego przedsięwzięcia, idei, osoby lub grupy osób⁵. Garth S. Jowett i Victoria Donnell od niemal 30 lat zajmują się propagandą i stworzyli jej konkretną definicję – propaganda to rozważne oraz ciągłe dążenie do wpływania na percepcję, manipulowania myślami i bezpośrednimi zachowaniami, tak by osiągnąć wynik w postaci reakcji odbiorcy jak najbardziej zgodny z intencjami propagandysty. Działania propagandowe muszą mieć określony cel i być podjęte przez daną grupę w sposób starannie zaplanowany i oparty na przemyślanej strategii. Celem propagandy jest skłonienie konkretnej grupy osób do określonego zachowania. Jej skuteczność można mierzyć poprzez jakość otrzymanej

odpowiedzi od odbiorców, co najczęściej oznacza podjęcie przez nich konkretnych działań lub przyjęcie danych poglądów za własne⁶.

Istnieje również wiele innych tytułów, które podejmują problematykę o pracę wydawanych przez Niemców w okresie okupacji. Można tutaj wskazać zarówno na ujęcia syntetyczne, jak i prace poświęcone poszczególnym tytułom lub wybranym zagadnieniom z ich publicystyki. Warto wymienić opracowania Lucjana Dobroszyckiego⁷, Krzysztofa Woźniakowskiego⁸, Władysława Wójcika⁹, Moniki Napory¹⁰ czy Piotra Kołtunowskiego¹¹. Nieco bliżej można przedstawić trzy pozycje. Bardzo istotną pracą poruszającą problem z czym dokładnie nazistowska propaganda docierała do społeczeństwa polskiego jest publikacja Tomasza Głowińskiego. Autor skupił się głównie na zagadnieniach politycznych prezentowanych w prasie gadzinowej. W analizie wykorzystał dzienniki ukazujące się na terenie całego Generalnego Gubernatorstwa, głównie „Nowy Kurier Warszawski”, „Goniec Krakowski”, „Kurier Częstochowski” oraz „Gazetę Lwowską”¹². Podobny zakres tematyczny obejmuje praca Sebastiana Piątkowskiego, ale jest ograniczona pod względem terytorialnym. Autor skupił się na analizowaniu wiarygod-

³ H.M. Kula, *Propaganda współczesna. Istota – właściwości*, Toruń 2005, s. 8.

⁴ Zob. M. Lakomy, *Doktryna Bernaysa. Między demokracją a public relations*, Kraków 2019.

⁵ E.K. Bernays, *Proganada*, New York 1928, s. 25.

⁶ G.S. Jowett, V. O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, Los Angeles–London–Washington 2012, s. 37.

⁷ L. Dobroszycki, *Die legale polnische Presse im Generalgouvernement 1939–1945*, München 1977.

⁸ K. Woźniakowski, *W kręgu jawnego piśmiennictwa literackiego Generalnego Gubernatorska 1939–1945*, Kraków 1997.

⁹ W. Wójcik, *Prasa gadzinowa Generalnego Gubernatorstwa 1939–1945*, Kraków 1988.

¹⁰ M. Napora, *Gadzinowe narracje. Mechanizmy i strategie kreowania propagandowego obrazu świata w Dzienniku Radomskim 1940–1945*, Warszawa 2017.

¹¹ P. Kołtunowski, *Strategia propagandy hitlerowskiej w Generalnej Guberni na podstawie Krakauer Zeitung. Studium historyczno-filologiczne*, Lublin 1990.

¹² T. Głowiński, *O nowy porządek europejski. Ewolucja hitlerowskiej propagandy politycznej wobec Polaków w Generalnym Gubernatorstwie w latach 1939–1945*, Wrocław 2002.

ności wypowiedzi prasowych, porównując artykuły zamieszczone w prasie gadzinowej z materiałem archiwalnym. Swoje zainteresowania ograniczył do dystryktu radomskiego¹³. Ostatnią pozycją jest praca doktorska Joanny Czerkies¹⁴. Publikacja ta skupia się na zrekonstruowaniu oraz opisie językowych mechanizmów kreowania świata w niemieckiej propagandzie przedstawionej na łamach prasy skierowanej do polskiego czytelnika. Autorka korzystała z trzech gazet – „Gazety Lwowskiej”, „Gońca Krakowskiego” oraz „Ilustrowanego Kurjera Polskiego” z całego okresu wojny. Autorka skupiła się na charakterystyce leksykalnej oraz frazeologicznej zawartości artykułów, a także zwracała uwagę na właściwości gramatyczne języka, składnię i strukturę tekstu, a także semantykę w trzech głównych zagadnieniach tematycznych – to jest wojny, polityki oraz życia codziennego. Autorka korzysta z innego korpusu źródeł niż wykorzystana w niniejszej pracy¹⁵. Zagadnienia gospodarcze w prezentowanym artykule także są w niewielkim zakresie poruszane i głównie odnoszą się do trudów życia codziennego związanego z brakiem towarów codziennego użytku. Główne wyszczególnione przez autorkę mechanizmy wykorzystywane przez niemiecką propagandę to ośmieszenie, deprecjonowanie przez ironię, negatywne wartościowanie, stereotypizacja, budowanie opozycji my–oni, powoływanie się na liczby

oraz argumentacja z autorytetu. Należy również wspomnieć o pracach poruszających sytuację gospodarczą Generalnego Gubernatorstwa. W tym przypadku najważniejsze są dwie, co prawda stosunkowo stare, ale nadal aktualne prace autorstwa Czesława Madajczyka¹⁶ oraz Czesława Łuczaka¹⁷.

Niemiecki system propagandowy w Generalnym Gubernatorstwie

Polska była pierwszym państwem zagarniętym przez Niemcy w wyniku agresji zbrojnej. Austria została połączona z Niemcami drogą pokojową. Natomiast Czechy zostały zajęte w dwóch etapach, ale bez oporu, w związku z czym Niemcy nie zlikwidowali czeskiej prasy i radia, które istniały do końca wojny. Polska znajdowała się w innej sytuacji, została zajęta przy pomocy siły i była zamieszkiwana w większości przez ludność zdecydowanie wrogą w stosunku do okupanta. Propaganda w takiej sytuacji, według Niemców, miała odgrywać bardzo istotną rolę. Hitlerowcy planowali zlikwidować fizycznie warstwy przywódcze narodu polskiego, a reszta ludności miała być poddana tresurze za pomocą propagandy¹⁸.

Początkowo za działania propagandowe odpowiadały specjalne jednostki działające przy oddziałach Wehrmachtu. Już 1 kwiet-

¹³ S. Piątkowski, *Okupacja i propaganda. Dystrykt Radomski Generalnego Gubernatorstwa w publicystyce polskojęzycznej prasy niemieckiej 1939–1945*, Lublin–Radom 2013.

¹⁴ J. Czerkies, *Językowe mechanizmy kreowania świata postulowanego. Analiza polskojęzycznej prasy nazistowskiej 1939–1945 ze zbiorów muzealnych Rzeszowa i Przemyśla*, Rzeszów 2021, <https://repozytorium.ur.edu.pl/items/c793e12c-6beb-485e-a8b1-0ccf7a7f68a4> (dostęp: 14.06.2024).

¹⁵ Brakuje „Nowego Kuriera Warszawskiego”, został natomiast wykorzystany „Goniec Krakowski”.

¹⁶ C. Madajczyk, *Polityka III Rzeszy w okupowanej Polsce*, t. 1–2, Warszawa 1970.

¹⁷ C. Łuczak, *Polska i Polacy w II wojnie światowej*, Poznań 1993.

¹⁸ R.G. Reuth, *Goebbels*, Warszawa 1996, s. 308.

nia 1939 r. utworzono Wydział Propagandy przy Naczelnym Dowództwie Sił Zbrojnych, a przy każdym dowództwie armii, które miało wkroczyć na teren Polski powołano specjalne jednostki propagandowe – kompanie propagandowe (*Propagandkampanien*). Już w połowie września 1939 r. rozpoczęto wydawanie pierwszych gazet dla żołnierzy niemieckich na terenie Polski. We wrześniu 1939 r. na polecenie Josepha Goebbelsa przy szefach zarządu cywilnego powstały także samodzielne Wydziały Propagandowe w Poznaniu, Łodzi, Krakowie oraz oddziały zamiejscowe w Warszawie, Radomiu i Lublinie. Niemcy od razu zlikwidowali niemal wszystkie 2600 polskich pism, które ukazywały się przed wojną, zdelegalizowano także organizacje zawodowe i stowarzyszenia dziennikarzy i wydawców.

Joseph Goebbels, minister propagandy i oświecenia publicznego, nakazał Hansowi Frankowi, głównemu gubernatorowi terenów okupowanych, likwidację całego systemu medialnego przedwojennej Polski i wprowadzenie całkiem nowego porządku. W rozmowie 31 października nakazał całkowicie odciąć Polaków od systemu informacyjnego innego niż niemiecki, który miał być kierowany do Polaków głównie za pomocą gazet oraz w mniejszym zakresie za pomocą głośników umieszczonych w większych miastach w miejscach publicznych¹⁹.

Początkowo działania ograniczały się głównie do drukowania gazet oraz ulotek, które były rozpowszechniane wśród polskiego społeczeństwa i miały na celu podważyć chęć oporu zbrojnego. 26 października 1939 r. utworzono oddzielny twór administracyjny

mający w rzeczywistości charakter terytorium zagranicznego Rzeszy Niemieckiej o nazwie Generalne Gubernatorstwo. Organizm ten posiadał własną administrację, w której znajdował się Oddział Oświecenia Narodowego i Propagandy (*Fachabteilung für Volksaufklärung und Propaganda* – dalej: FAVuP). Było to swego rodzaju pseudoministerstwo propagandy. Na poziomie dystryktu znajdowały się cztery Wydziały Propagandy (*Abteilung Propaganda*) z siedzibami w Krakowie, Warszawie, Radomiu i Lublinie i piąte od 1941 r. z siedzibą we Lwowie. Trzeci najniższy stopień administracji stanowiły powiatowe okręgowe jednostki propagandowe (*Kreispropagandadienst*). FAVuP latem 1941 r. został przemianowany na Wydział Główny Propagandy (*Hauptabteilung Propaganda* – dalej: HaP).

Wydział Prasowy HaP miał następującą strukturę:

1. Kierownik Wydziału Prasy.
2. Prasa niemiecka:
 - dzienniki,
 - czasopisma,
 - korespondencja.
3. Prasa polska:
 - dzienniki,
 - czasopisma,
 - korespondencji,
 - lektorat.
4. Prasa mniejszości narodowych:
 - prasa ukraińska,
 - prasa żydowska,
 - prasa rosyjska,
 - lektorat rosyjski, ukraiński.
5. Prasa III Rzeszy i zagraniczna:
 - Rzesza,

¹⁹ S. Piotrowski, *Dziennik Hansa Franka*, Warszawa 1957, s. 36–38; *Okupacja i ruch oporu w dzienniku Hansa Franka 1939–1945*, t. 1: 1939–1942, wyb. i oprac. S. Płoski, L. Dobroszycki i in., Warszawa 1970, s. 81–82; L. Jockheck, *Propaganda im Generalgouvernement die NS Besatzungspresse für Deutsche und Polen 1939–1945*, Osnabruck 2006, s. 84.

- Rosja,
 - Polska prasa konspiracyjna i emigracyjna,
 - Lektoraty.
6. Archiwum.
 7. Specjalny referent do spraw wydawnictw periodycznych.

Istniał także oddzielny Urząd Szefa Prasy, który bezpośrednio podlegał szefowi rządu Generalnego Gubernatorstwa, ale jego kierownikiem został kierownik Wydziału Prasowego HaP, by uniknąć problemów ze współdziałaniem obu jednostek. Zadaniem tego urzędu było głównie opracowanie informacji, które miały być opublikowane w prasie.

Łącznie ukazywało się dziewięć dzienników: „Nowy Kurier Warszawski”, wychodzący w dawnej stolicy Polski i osiągający największy nakład, „Goniec Krakowski”, wydawany w Krakowie, „Gazeta Lwowska”, „Kurier Częstochowski”, kreowany przez Niemców na organ katolików polskich, „Nowy Głos Lubelski”, „Dziennik Radomski”, „Kurier Kielecki”, „Nowy Czas”, „Dziennik Poranny”. Dostępne na terenie całego Generalnego Gubernatorstwa były: „Nowy Kurier Warszawski”, „Goniec Krakowski” i „Kurier Częstochowski”. Największy nakład miał „Nowy Kurier Warszawski” każdy numer był drukowany w liczbie od 200 do 300 tys. egzemplarzy, pozostałych dzienników drukowano mniej „Gońca Krakowskiego” i „Gazety Lwowskiej” odpowiednio 60 i 50 tys. egzemplarzy, nakład pozostałych tytułów wahał się w granicach 20–30 tys. egzemplarzy²⁰. Prasa gadzinowa była wydawana już od września 1939 r. do ostatniego momentu istnienia administracji Generalnego Gubernatorstwa, jeszcze

w styczniu 1945 r. ukazywały się niektóre dzienniki. Czasopisma były łatwo dostępne w wielu punktach sprzedaży, można je było także zamówić w prenumeracie bezpośrednio do domu. Ceny były bardzo niskie, kilkukrotnie niższe od cen podobnych gazet w okresie przedwojennym²¹. Wydawano także cztery ogólnopolskie miesięczniki. „Ilustrowany Kurier Polski” oraz „7 Dni” były to magazyny dostarczające informacje na temat aktualnych wydarzeń, bogato ilustrowane z dużą liczbą zdjęć. Znajdowały się w nich głównie streszczenia informacji podawanych przez dzienniki. „Fala” oraz „Co Miesiąc Opowieść”, które miały pełnić rolę czasopism literackich²². Do mieszkańców wsi były przeznaczone dwa tygodniki: „Rolnik” oraz „Siew”, które wychodziły w około 50 tys. nakładzie, oraz dwutygodnik „Nowiny” wydawany w formie gazetki ściennej od 1940 do 1943 r. Ich głównym zadaniem było podnoszenie wiedzy rolniczej mieszkańców wsi co miało skutkować większą produkcją rolą. Wydawano także 19 tytułów fachowych, takich jak: „Biuletyn Grupy Głównej Gospodarki i Ruchu”, „Gospodarka Wyżywienia”, „Twórczość Gospodarcza”, „Las i Drewno”, „Wzorowa Gospodarka”, „Zdrowie i Życie”, „Pszczelarz Kielecki”, „Rzemiosło”. Przeznaczano również kilka gazet dla dzieci: „Ster”, „Mały Ster”, „Zawód i Życie”. Największe nakład miał „Ster”, który wydawano nawet w liczbie 600 tys. egzemplarzy.

Nakład łączny wszystkich tytułów w 1940 r. wynosił około 350 tys. egzemplarzy, a w 1942 r. osiągnął już prawie półtora miliona. Nakłady dzienników wzrosły od 88 tys. w 1930 r. do 700 tys. w 1944 r. Przed wojną wydawano około 230 samych dzienników, a ich łączny nakład

²⁰ W. Wójcik, dz.cyt., s. 198–201.

²¹ T. Głowiński, dz.cyt., s. 47.

²² Tamże, s. 57.

osiągał 2 mln egzemplarzy, jednak dotyczy to większego terenu, niż wynosiło Generalne Gubernatorstwo²³.

Nemiecka propaganda gospodarcza wobec Polaków

W niniejszej części artykułu zostanie scharakteryzowana niemiecka propaganda gospodarcza na łamach „Nowego Kuriera Warszawskiego” i „Gońca Krakowskiego”. Na początku zostanie wykorzystana metoda analizy zawartości prasy, a w drugiej części zostanie dokonany opis zawartości artykułów. Pierwsza wymieniona metoda została wprowadzona do świata nauki w połowie XX w. przez amerykańskiego socjologa Bernarda Berelsona, który określił ją jako technikę badawczą mającą na celu obiektywny, systematyczny i ilościowy opis jawnej treści informacji²⁴. Na początek należy dobrać próbę badawczą. Wybrano do analizy jedno wydanie, każdej z dwóch gazet, z każdego tygodnia przez cały okres wojny. Obie gazety ukazywały się sześć razy w tygodniu. W pierwszym tygodniu ukazywania się gazety wybrano numer z poniedziałku, w drugim tygodniu numer z wtorku, w trzecim tygodniu numer z środy i tak po kolei. Łącznie zbadano 260 numerów „Nowego Kuriera Warszawskiego” i 262 „Gońca Krakowskiego”. Następnie wybrano klucz kategoryzacyjny – jego stworzenie oznacza przypisanie każdego artykułu na tematy gospodarcze do oddzielnej katego-

rii. Tworząc taki klucz, należy przestrzegać wymogów jednoznaczności oraz rozłączności, czyli każdy artykuł jest dopasowywany do jednej kategorii²⁵. Klucz został stworzony po przeprowadzeniu wstępnego przeglądu materiałów źródłowych, czyli gazet.

W uwzględnionej w artykule tabeli znajduje się 12 kategorii, które wyszczególniono oraz liczba artykułów jaką do danej kategorii przypisano w określonym roku.

Analiza wskazuje, że Niemcy największą wagę przywiązywali do dwóch głównych kwestii. Po pierwsze, rozpowszechniania nowych technik uprawy i hodowli oraz do promocji wykształcenia fachowego wśród ludności polskiej. Te dwie kwestie dla propagandy niemieckiej miały kluczowe znaczenie. Zapewne można wiązać to z wymogami niemieckiej gospodarki, która w okresie wojny potrzebowała rzemieślników oraz fachowców z racji produkcji wojennej oraz dostaw żywności. Niemcy nie były samowystarczalne, jeśli chodzi o produkcję żywności, co w okresie I wojny światowej przyczyniło się do śmierci kilkuset tysięcy obywateli Niemiec z głodu. Mniejszą wagę propaganda przywiązywała do rozpowszechniania informacji na temat możliwości podjęcia pracy w Niemczech oraz wykorzystywania tematów gospodarczych do atakowania ludności żydowskiej. Te dwa tematy były rzadziej podejmowane od dwóch wcześniejszych, ale jednak wyraźnie częściej od pozostałych. Pozostałe wyszczególnione kategorie były wspomniane stosunkowo dość podobnie – od czterech do siedmiu razy

²³ L. Dobroszycki, *Założenia i organizacja prasy niemieckiej w języku polskim w tak zwanej Generalnej Guberni w latach 1939–1945 w świetle dokumentów*, „Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego” 6 (1967), s. 261.

²⁴ P. Szostak, *Współczesna prasa samorządowa w województwie śląskim. Analiza prasoznawczo-politologiczna wybranych tytułów*, Katowice 2009, s. 158.

²⁵ W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983, s. 45.

Tabela 1. Tematyka publikacji gospodarczych na łamach „Gońca Krakowskiego” i „Nowego Kuriera Warszawskiego”

	1939	1940	1941	1942	1943	1944	1945	Suma
Wykształcenie fachowe	-	3	5	9	6	1	-	24
Roboty w Niemczech	1	4	3	4	2	-	-	14
Roboty w kraju	1	2	-	-	1	-	-	4
Odbudowa kraju	2	1	-	-	-	1	-	4
Inwestycje lokalne	-	-	-	-	1	-	-	1
Oszczędzanie materiałów	-	-	-	3	3	1	-	7
Obowiązkowe dostawy	-	1	-	2	1	-	-	4
Nowe techniki uprawy i hodowli	-	6	-	6	5	8	-	25
Atakowanie władz II RP	-	4	-	-	-	-	-	4
Wykazywanie wyższości Niemiec	2	3	-	-	-	-	-	5
Atakowanie Żydów	4	3	1	3	-	2	-	13
Problemy przeciwników Niemiec	2	2	1	-	-	1	-	6
Suma	12	29	10	27	19	14	-	111

Źródło: opracowanie własne.

w ciągu badanego okresu. Najmniej informacji poświęcono, bo tylko jeden artykuł, na temat inwestycji lokalnych prowadzonych przez okupanta niemieckiego.

Powyżej przedstawiono ilościową zawartość artykułów na temat propagandy gospodarczej w dwóch analizowanych gazetach. Następnie zostanie scharakteryzowana dokładna zawartość artykułów. Zachęcanie ludności polskiej, zwłaszcza młodzieży, do wybrania kariery zawodowej na drodze kształcenia się w szkolnictwie zawodowym było jednym z głównych celów propagandy niemieckiej w tematyce gospodarczej na obszarze Gene-

ralnego Gubernatorstwa. Wiązało się to oczywiście z polityką okupanta niemieckiego, która miała na celu sprowadzenia ludności Polski do roli robotników mających zadanie wykonywania najprostszych czynności i pozbawienia jej elit kulturalnych i intelektualnych. Starano się zachęcić odbiorców gazet do wybrania tej formy kształcenia poprzez pisanie relacji z wizyty w zakładach pracy, chwając warunki tam panujące, zapewniając o łatwym dostępie do tej pracy oraz wysokich zarobkach²⁶. Wielokrotnie podkreślano, że osoba z wyuczonym zawodem, określona mianem fachowca, była podstawą funkcjo-

²⁶ „Goniec Krakowski”, *Przegląd pracy szkoły krawieckiej w Krakowie*, 301 (23 XII 1941), s. 3; „Goniec Krakowski” *1500 zakładów przemysłowych w okręgu krakowskim*, 10 (14 I 1941), s. 4.

nowania każdego przedsiębiorstwa zarówno w przemyśle, jak i rolnictwie. Dzięki czemu taka osoba więcej zarabia od zwykłego robotnika, co wiązało się z osobistymi korzyściami. Zwracano uwagę jednak także na korzyści bardziej ogólne, zwiększenie liczby fachowców na ziemiach okupowanych miało, według propagandy, przyczynić się do szybszej odbudowy kraju oraz polepszyć ogólną sytuację materialną całej ludności²⁷. Propaganda podkreślała, że jednym z celów niemieckich władz okupacyjnych jest rozwój szkolnictwa fachowego, które działa na bardzo wysokim poziomie i jest wzorowane na podobnych szkołach istniejących na terenie Niemiec. Sieć szkół ma objąć cały kraj, w tym małe miasta²⁸. Zapewniano o dbałości o dobre warunki pracy uczniów i twierdzono, że są oni objęci pełną ochroną prawną, a odpowiednie urzędy pilnują respektowania przepisów przez nauczycieli, jak i właścicieli zakładów przemysłowych, w których odbywa się nauka i praca²⁹. Podkreślono łatwość otrzymania pracy po ukończeniu odpowiednich kursów z racji braku fachowców, w szczególności w małych miejscowościach³⁰.

Bardzo ważnym tematem, na co wskazuje liczba opublikowanych artykułów, było zachęcenie Polaków do wyjazdu do pracy w Niemczech. Artykuły o tej tematyce ukazywały się przez cały okres okupacji, nawet

dwa o tym samym problemie publikowano w jednym wydaniu gazety. Oprócz zwykłych artykułów, bez autora, publikowano także listy od rzekomych Polaków pracujących w Niemczech lub też sprawozdania z podróży polskich urzędników do Niemiec, którzy weryfikowali tam warunki pracy Polaków. Większość artykułów dotyczyła dwóch głównych zagadnień. Po pierwsze, zarobków, po drugie, warunków pracy i zakwaterowania. W pierwszym przypadku podkreślano, że Polacy będą mogli zarobić pieniądze większe na terytorium Rzeszy niż na terenie Generalnego Gubernatorstwa. Zaznaczono, że wynagrodzenie Polaków niczym nie różni się od wynagrodzenia obywateli Niemiec na takim samym stanowisku. Wielokrotnie podkreślano także fakt, że ludność polska nie będzie miała żadnych problemów z przesyłaniem pieniędzy do swojej rodziny na terenie okupowanej Polski. W drugim przypadku podkreślano bardzo dobre warunki zamieszkania oraz warunki panujące w miejscu pracy przewidziane dla robotników z Polski. Informowano o wyższym poziomie kwater niż w Polsce, co najczęściej oznaczało dostęp do bieżącej wody oraz murowane ściany. Każdy robotnik otrzymywał pięć posiłków dziennie, natomiast na terenie zakładów pracy przestrzegano wszelkich reguł przewidzianych dla robotników niemieckich. Prezentowano dane statystyczne, które miały

²⁷ „Goniec Krakowski”, *Szkolnictwo zawodowe w Gen. Gubernatorstwie*, 61 (14 III 1942), s. 3; „Goniec Krakowski”, *Kurs maszynowy dla rzemieślników z branży drzewnej*, 118 (22 V 1942), s. 3; „Goniec Krakowski”, *Rzemiosło fachowe czasopismo rzemieślnicze*, 170 (24 VII 1942), s. 3.

²⁸ „Goniec Krakowski”, *Gęsta sieć placówek szkolących fachowców*, 207 (5 IX 1942), s. 2.

²⁹ „Goniec Krakowski”, *Nowe przepisy o kształceniu uczniów rzemieślniczych*, 2 (5 I 1943), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *Wykształcony rzemieślnik podniesie poziom pracy i wytwórczości*, 126 (31 V 1940), s. 3.

³⁰ „Nowy Kurier Warszawski”, *Brak fachowców na prowincji*, 81 (5–6 IV 1941), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *Jak najwięcej fachowców dla odbudowy i rozbudowy kraju*, 231 (30 IX 1942), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *Przez rozwój rzemiosła ku lepszej przyszłości. Setki fachowców kształcą się na kursach*, 251 (23 X 1942), s. 3.

potwierdzać wyżej wspomniane informacje. Na przykład 98% badanych robotników miało podkreślić, że bardzo dobrze żyje im się na terenie Niemiec, a 30% nie planuje powrotu na teren okupowanej Polski, tylko chce osiedlić się w Niemczech na stałe³¹. Twierdzono nawet, że polscy robotnicy dostają więcej żywności od Niemców, co jednak wynikało z wykonywania nieco trudniejszych prac³². Każdy robotnik otrzymywał umowę o pracę, a jego stanowisko było dostosowane do jego wieku oraz możliwości fizycznych. Podkreślano także fakt, że całe rodziny mogą wyjechać do pracy w Niemczech. Informowano, że polscy robotnicy mogą otrzymywać urlopy oraz przerwy świąteczne i bez problemu przyjechać na święta do kraju³³.

W prasie gadzinowej ukazało się kilka artykułów na temat obowiązku pracy przymusowej dla społeczeństwa polskiego na terenie Generalnego Gubernatorstwa. Starano się przekonać czytelnika, że tego typu działalność będzie korzystna dla całego społeczeństwa polskiego. Po pierwsze, dzięki pracy przymusowej zwiększy się liczba inwestycji publicznych realizowanych na terenie kraju,

dzięki czemu poprawi się jakość infrastruktury. Po drugie, przekonywano, że tego typu praktyka będzie korzystna dla osób zaangażowanych w pracę przymusową, ponieważ praca uczy systematyczności, moralności oraz szacunku dla innych ludzi. W związku z czym młodzież, zaangażowana w tego typu przedsięwzięcie, będzie w przyszłości lepszymi obywatelami. Praca przymusowa uczy także karności i obowiązku oraz poprawia stan fizyczny ludzi³⁴.

Wydano także kilka artykułów na temat odbudowy kraju ze zniszczeń wojennych oraz inwestycji realizowanych przez Niemcy. Podkreślono w nich rzekomą troskę okupanta na temat sytuacji ludności polskiej i chęć poprawy jej stanu materialnego przez władze niemieckie³⁵. Propaganda wzywała także do mniejszego zużycia materiałów, które były wykorzystywane w przemyśle. Mowa tu głównie o węglu, w kontekście ogrzewania nim domów w czasie zimy, oraz o zużyciu opon do samochodów oraz przedmiotów żelaznych codziennego użytku. Chciano przekonać odbiorcę, że oszczędzanie tego typu produktów będzie z korzyścią dla całego społeczeństwa,

³¹ „Goniec Krakowski”, *Co pisze polski burmistrz o swojej podróży do Niemiec*, 159 (12 VII 1940), s. 4; „Goniec Krakowski”, *List polskiego robotnika rolnego zatrudnionego w Niemczech*, 159 (12 VII 1940), s. 4.

³² „Goniec Krakowski”, *Polscy robotnicy w Niemczech*, 231 (4 X 1940), s. 4.

³³ „Goniec Krakowski”, *Warunki pracy dla robotników rolnych w Rzeszy*, 84 (13 IV 1942), s. 2; „Nowy Kurier Warszawski”, *Już wkrótce rozpocznie się akcja werbunkowa polskiego robotnika do pracy w przemyśle i na roli w Rzeszy*, 27 (1–2 II 1941), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *Przyjechali z rzeczy do kraju... polscy robotnicy na urlopie świątecznym wśród swoich*, 293 (11 XII 1941), s. 3.

³⁴ „Goniec Krakowski”, *Przymus przyjmowania do pracy inwalidów wojennych i osób poszkodowanych wojną*, 230 (3 X 1940), s. 4; „Goniec Krakowski”, *Polska służba budowlana przy pracy*, 202 (31 VIII 1940), s. 4; „Goniec Krakowski”, *Służba budowlana w GG szkołą dla młodzieży*, 44 (23 II 1944), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *W służbie dobra powszechnego polska służba budowlana przy pracy*, 26 (2 IX 1940), s. 3.

³⁵ „Goniec Krakowski”, *Odbudowa gospodarki drogowej na terenie Generalnego Gubernatorstwa postępuje planowo naprzód*, 34 (12 II 1940), s. 1; „Goniec Krakowski”, *Regulacja rzek okręgu Galicja*, 15 (20 I 1943), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *Odbudowa Warszawy*, 1 (11 X 1939), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *Warszawa wczoraj i dziś*, 43 (29 XI 1939), s. 1.

ponieważ przyczyni się to do mniejszej ich ceny oraz większej dostępności na rynku tego typu materiałów³⁶. Większość tego typu artykułów była krótkimi notkami informacyjnymi, ale zdarzały się także nieco obszerniejsze, składające się z dokładnych instrukcji wyjaśniających jak należy postępować, aby zmniejszyć zużycie materiału.

W przypadku rolnictwa tematyka gospodarcza była wykorzystywana do dwóch głównych kwestii. Po pierwsze, do przekonania ludności polskiej o konieczności wywiązywania się z obowiązkowych kontyngentów nakładanych na chłopów, czyli z dostarczania żywności. Po drugie, zachęcaniu do stosowania nowych technik uprawy roli, które miały zwiększyć wydajność rolnictwa i na rozpowszechnianiu nowych roślin oraz zwierząt hodowlanych wśród ludności polskiej. Wszystkie wyżej wspomniane działania były przedstawione przez propagandę jako mające służyć poprawie bytu ludności polskiej. Unikano mówienia, że sytuacja żywnościowa Niemiec nie jest zbyt dobra i że te działania, propagowane przez prasę godzinową, mają w rzeczywistości służyć okupantowi. Wskazywano, że wywiązywanie się z dostaw płodów rolnych jest koniecznością i w rzeczywistości pozytywnie wpływa na status materialny ludności polskiej. Po pierwsze, zmniejsza ceny produktów roślinnych na rynku. Po drugie,

jest konieczne dla ludności miejskiej, która w przeciwnym razie cierpiałaby głód z racji niedostatku żywności. Po trzecie, starano się przekonać, że konieczność nałożenia dostaw przez władze niemieckie wynika nie z wojny bądź celowej polityki okupanta, ale z czynników niezależnych, takich jak pogoda, klęski żywiołowe, które spowodowały spadek upraw³⁷. Dużą liczbę artykułów poświęcano pokazom maszyn rolniczych oraz spotkaniu organizowanym przez władze okupacyjne mającym służyć rozpowszechnianiu nowych metod uprawy ziemi. W wielu miastach, zarówno dużych, takich jak Kraków, jak i lokalnych, organizowano wystawy, na które przybywały osoby zarówno z Niemiec, jak i z terenów Generalnego Gubernatorstwa. Prezentowano na nich nowe maszyny rolnicze, opisywano nowe metody upraw oraz stosowania nawozów. Po każdym takim pokazie w prasie godzinowej pojawiały się artykuły, które opisywały to wydarzenie³⁸. Propagowano także rozbudowę ruchu spółdzielczego, wskazywano, że umożliwi to zwiększenie plonów dzięki wykorzystywaniu wspólnych narzędzi i magazynów oraz ułatwi korzystanie z kredytów³⁹. Bardzo wiele artykułów zostało poświęconych rozpowszechnianiu hodowli królików. Wskazywano, że to zwierzę jest łatwe w hodowli i bardzo szybko się rozmnaża. Podkreślano, że jego rozpowszechnienie jest

³⁶ „Goniec Krakowski”, *Nowe przepisy w celu zaoszczędzenia opon samochodowych*, 268 (15–16 XI 1942), s. 3; „Goniec Krakowski”, *Oszczędzać węgla*, 83 (9 IV 1943), s. 3; „Goniec Krakowski”, *Zakaz produkcji wyrobów z żelaza*, 186 (12 VIII 1942), s. 3.

³⁷ „Goniec Krakowski”, *Dostawy powodów rolnych podstawą wyżywienia*, 60 (13 III 1942), s. 3; „Goniec Krakowski”, *Nowy sposób przechowywania ziemniaków w Generalnym Gubernatorstwie*, 271 (22 IX 1943), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *Zaopatrzenie GG w nawozy sztuczne*, 258 (30–31 X 1943), s. 3.

³⁸ „Goniec Krakowski”, *Ujęcie i wykorzystanie maszyn w Generalnym Gubernatorstwie*, 40 (18 II 1943), s. 3; „Goniec Krakowski”, *Pierwszy pokaz maszyn rolniczych w Krakowie*, 275 (26 XI 1940), s. 4; „Goniec Krakowski”, *Zjazdy rolnicze w okręgu radomskim*, 117 (20 V 1945), s. 3.

³⁹ „Goniec Krakowski”, *Rozbudowa ruchu spółdzielczego*, 172 (27 VII 1940), s. 4.

w stanie rozwiązać problemy żywnościowe mieszkańców Polski⁴⁰.

Tematy związane z gospodarką służyły także do atakowania władz II Rzeczypospolitej oraz wykazania ich nieudolności oraz braku troski w stosunku do zwykłych obywateli. Wskazywano na brak kompetencji elit Polski międzywojennej, który uniemożliwił rozwój bardziej złożonego przemysłu, takiego jak przemysł wydobywczy czy przemysł przetwórczy, chociażby w postaci niemożności dostarczenia lepszych nawozów dla polskiego rolnictwa. Z jednej strony wiązało się to z brakiem odpowiedniej wiedzy wśród polskich elit, ale z drugiej strony niechęcią do podjęcia tego typu działań, która miała być celowym zabiegiem w celu utrzymania swojej władzy oraz uniemożliwienia polskiemu społeczeństwu wzbogacenia się, co mogłoby utrudnić rządzenie tym społeczeństwem⁴¹.

Tematy związane z gospodarką służyły także propagandzie do rozpowszechnienia przekonania co do wyższego poziomu rozwoju gospodarczego oraz technicznego państwa niemieckiego w stosunku do innych państw. Informowano, że pomimo wybuchu wojny sytuacja Niemiec jest lepsza od ich przeciwników pod dwoma względami. Po pierwsze, sytuacja ekonomiczna przeciętnego człowieka nie pogorszyła się, bezrobocie było na niskim poziomie, koszt życia nie zwiększył się. Po drugie, ogólna sytuacja gospodarcza Niemiec, związana z wynikami całej gospodarki,

także znajduje się na lepszym poziomie niż jej przeciwników. Wynikać to miało z wyższego poziomu technologicznego niemieckiej gospodarki oraz mniejszego uzależnienia jej od handlu zagranicznego⁴². Należy podkreślić, że tego typu zagadnienia pojawiały się tylko i wyłącznie w pierwszym okresie wojny, głównie w 1939 i 1940 r. W drugiej części wojny tego typu artykuły już nie pojawiały się w prasie gadzinowej.

Tematy gospodarcze wykorzystywano także do atakowania ludności żydowskiej oraz przekonania ludności etnicznie polskiej, że eliminacja społeczności żydowskiej z terenów Generalnego Gubernatorstwa będzie korzystna pod względem ekonomicznym dla tejże ludności. W pierwszej kolejności chciano oskarżyć Żydów o wywołanie wojny. W tym celu rozpowszechniano dość ogólne twierdzenie, że to Żydzi posiadają większość kapitału w państwach kapitalistycznych oraz kierując większością dużych firm, wykorzystując te możliwości wpływali na rządy państw zachodnich w celu przyspieszenia wybuchu wojny, ponieważ byli przekonani co do tego, że na tej wojnie zarobią. Do rozpowszechniania tego typu informacji wykorzystywano głównie słowa samych Żydów. Przywoływano różne postacie, które wówczas krytykowały swoich pobratymców i oskarżali ich o celowe zaostrenie konfliktu z chrześcijanami. Jedną z takich postaci był Żyd z USA Emanuel Giusburg⁴³. W dalszej kolejności

⁴⁰ „Goniec Krakowski”, *Praktycznie gospodarze*, 21 (30 VIII 1940), s. 4.

⁴¹ „Nowy Kurier Warszawski”, *Nie o taką polską walczyliśmy*, 58 (9–10 III 1940), s. 2; „Nowy Kurier Warszawski”, *Zaopatrzenie GG w nawozy sztuczne*, 58 (30–31 X 1934), s. 3.

⁴² „Goniec Krakowski”, *Państwowy Instytut Badań Technicznych w Krakowie*, 149 (30 VI 1943), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *Pomimo wojny nie ma bezrobocia w Niemczech*, 16 (28 XI 1939), s. 1; „Nowy Kurier Warszawski”, *Sytuacja Niemiec widziana przez szkła neutralnego obserwatora*, 25 (5 XI 1939), s. 1.

⁴³ „Nowy Kurier Warszawski”, *Żydzi o Żydach*, 66 (28 XII 1939), s. 2.

społeczność żydowska była oskarżona właściwie o wszystkie możliwe przewiny. Propaganda posuwała się nawet do twierdzeń, że Żydzi krakowscy w XIX w. i na początku XX w. celowo sprzedawali ubrania do Afryki zakażone bakteriami, aby rozpowszechnić wśród ludności tego kontynentu choroby⁴⁴. Następnie propaganda chciała przekonać odbiorców, że pozbycie się Żydów przyczyni się do polepszenia sytuacji ludności polskiej. Przekonywano, że Żydzi dominowali w II Rzeczypospolitej pod względem ekonomicznym, to oni byli posiadaczami w większości firm o dużym kapitale, a także niemal w całości zawładnęli drobnym i średnim handlem⁴⁵. Przekonywano, że polityka władz niemieckich ma na celu ochronę ludności chrześcijańskiej przed wyzyskiem ze strony Żydów⁴⁶. Starano się wywołać wrażenie, że usunięcie Żydów z polskich miast rozwiąże problemy przeludnienia oraz braku lokali dla ludności i równocześnie obniży koszty życia i poprawi status materialny ludności polskiej⁴⁷. Wojnę przedstawiano jako starcie dwóch światów – Żydów i reszty ludności. Zwycięstwo Żydów miało oznaczać problemy ekonomiczne dla chrześcijan w postaci niskich zarobków, złych warunków pracy oraz wysokiego bezrobocia⁴⁸. Podsumowując, do 1942 r. Żydzi pojawiali się na łamach prasy w kontekście gospodarczym w dwóch głównych formach. Po pierwsze,

jako sprawcy wojny, ponieważ na tej wojnie jako jedyni zarobią; po drugie, jako przyczyna biedy ludności etnicznej polskiej, w związku z czym ich eliminacja miała poprawić status materialny tejże ludności. Od 1942 r. Żydzi właściwie nie pojawiają się na łamach prasy, dopiero w 1944 r., z racji zbliżania się Armii Czerwonej do granic przedwojennej Polski, znów zaczęto dotykać tematyki żydowskiej. Wówczas powszechnie zaczęto łączyć bolszewizm i komunizm z Żydami jako twórcami tejże ideologii. Wprowadzenie komunizmu w Polsce miało ponownie sprowadzić biedę na ludność Polski⁴⁹.

Tematy związane z gospodarką wykorzystywano także do ukazania złej sytuacji wewnętrznej, jaka rzekomo miała panować w państwach będących przeciwnikami Niemiec w wojnie. Starano się przekonać czytelnika, że w wyniku rozpoczęcia działań zbrojnych Anglia została odcięta od importu, co wywołało niedobory wielu produktów na terenie Wysp Brytyjskich, takich jak brak drzewa na opał, co skutkowało znacznym podniesieniem kosztów życia. Wskazywano, że gospodarka brytyjska jest w znacznym stopniu uzależniona od importu i bardzo łatwo można, przez blokadę morską, ją znacznie osłabić⁵⁰. W drugim okresie wojny propaganda chciała ukazać złą sytuację gospodarczą terenów wyzwolonych przez aliantów zachodnich.

⁴⁴ „Goniec Krakowski”, *Żydzi w Krakowie 100 lat temu*, 12 (10 XI 1939), s. 3.

⁴⁵ „Nowy Kurier Warszawski”, *Żydzi sabotowali zbrojenia*, 75 (30–31 III 1940), s. 2.

⁴⁶ „Nowy Kurier Warszawski”, *Nowa placówka chrześcijańska dla walki z wyzyskiem*, 231 (1 X 1941), s. 3.

⁴⁷ „Nowy Kurier Warszawski”, *Nowe sklepy w dzielnicy po żydowskiej*, 3 VII 1942, nr 155, s. 3.

⁴⁸ „Goniec Krakowski”, *Potentaci finansowi i żydzi nienawidzą narodowych socjalistów*, 11 (9 XI 1939), s. 1.

⁴⁹ „Goniec Krakowski”, *Ludność Generalnego Gubernatorstwa o bolszewizmie*, 54 (5–6 III 1944), s. 3; „Nowy Kurier Warszawski”, *Bolszewizm toruje drogę żydom*, 80 (3 IV 1944), s. 2.

⁵⁰ „Nowy Kurier Warszawski”, *Dotkliwy brak drzewa w Anglii*, 3 (14 X 1939), s. 1; „Nowy Kurier Warszawski”, *Za wszystko płaci szary człowiek w Anglii*, 66 (28 XII 1939), s. 1.

W wyniku działań wojsk sprzymierzonych oraz ich rabunkowej polityki tereny, które odpadły od władzy Niemiec miały być w bardzo złej sytuacji gospodarczej⁵¹.

Zakończenie

Propaganda gospodarcza nie miała kluczowego znaczenia w całokształcie propagandy Niemiec skierowanej do ludności Polski na terenie Generalnego Gubernatorstwa. W sposób zdecydowany dominowała propaganda polityczna odnosząca się głównie do wydarzeń wojennych oraz przebiegu działań zbrojnych. Kwestie gospodarcze podnoszone przez propagandę służyły głównie dwóm celom. Po pierwsze, władze niemieckie chciały skłonić ludność polską do podejmowania takich działań, które będą korzystne z punktu widzenia wysiłku wojennego państwa niemieckiego. W związku z czym prasa promowała wyjazdy na roboty do Niemiec, zachęcała do wyboru ścieżki kariery zawodowej związanej z pracą rzemieślniczą w przemyśle lub z pracą na roli, zachęcała do poprawy wydajności rolnictwa w celu zwiększenia ilości pożywienia oraz do oszczędniejszego korzystania z materiałów i surowców. Z drugiej strony, tematy gospodarcze były wykorzystywane do działań politycznych. W tym przypadku można wskazać na atakowanie władz przedwojennej Polski, wskazywanie na wyższość gospodarczą oraz technologiczną Niemiec w porównaniu do innych państw oraz chęć wykazania problemów wewnętrznych, jakie miały istnieć w państwach będących przeciwnikami Niemiec w czasie wojny. Tematy gospodarcze były także często

używane w kontekście propagandy antyżydowskiej. Tematem mniejszego artykułu nie była ocena skuteczności czy też oddziaływania propagandy na ludność Polską. Ten temat badawczy jest bardzo ciężko uchwytny z racji braku źródeł. Można jedynie stwierdzić, że z racji ciągłego powtarzania tych samych kwestii, takich jak zachęcanie do wyjazdu na roboty do Niemiec oraz kształcenia się w szkolnictwie typowo zawodowym, można uznać, że wyniki działań propagandowych nie satysfakcjonowały władzy okupacyjnej, skoro je ciągle ponawiała.

Bibliografia

- Bernays E.K., *Propaganda*, New York 1928.
- Czerkies J., *Językowe mechanizmy kreowania świata postulowanego. Analiza polskojęzycznej prasy nazistowskiej 1939–1945 ze zbiorów muzealnych Rzeszowa i Przemysła*, Rzeszów 2021, <https://repozytorium.ur.edu.pl/items/c793e12c-6beb-485e-a8b1-0ccf7a7f68a4> (dostęp: 14.06.2024).
- Dobek-Ostrowska B., *Propaganda jako forma komunikowania*, [w:] B. Dobek Ostrowska B. Ociepka J. Fras, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999.
- Dobroszycki Ł., *Die legale polnische Presse im Generalgouvernement 1939–1945*, München 1977.
- Dobroszycki L., *Założenia i organizacja prasy niemieckiej w języku polskim w tak zwanej Generalnej Guberni w latach 1939–1945 w świetle dokumentów*, „Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego” 6 (1967).
- Głowiński T., *O nowy porządek europejski. Ewolucja hitlerowskiej propagandy politycznej wobec Polaków w Generalnym Gubernatorstwie 1939–1945*, Wrocław 2000.

⁵¹ „Goniec Krakowski”, *Katastrofalna sytuacja przemysłu południowo-włoskiego*, 63 (16 III 1944), s. 2.

- Jockheck L., *Propaganda im Generalgouvernement die NS Besatzungspresse für Deutsche und Polen 1939–1945*, Osnabruck 2006.
- Jowett G.S., O'Donnell V., *Propaganda and Persuasion*, Los Angeles–London–Washington 2012.
- Kołtunowski P., *Strategia propagandy hitlerowskiej w Generalnej Guberni na podstawie Krakauer Zeitung. Studium historyczno-filologiczne*, Lublin 1990.
- Kopaliński W., *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Warszawa 2000.
- Kula H.M., *Propaganda współczesna: istota, właściwości*, Toruń 2005.
- Lakomy M., *Doktryna Bernaysa. Między demokracją a public relations*, Kraków 2019.
- Łuczak C., *Polska i Polacy w II wojnie światowej*, Poznań 1993.
- Madajczyk C., *Polityka III Rzeszy w okupowanej Polsce*, t. 1–2, Warszawa 1970.
- Napora M., *Gadzinowe narracje. Mechanizmy i strategie kreowania propagandowego obrazu świata w Dzienniku Radomskim 1940–1945*, Warszawa 2017.
- Okupacja i ruch oporu w dzienniku Hansa Franka 1939–1945*, t. 1: 1939–1942, wyb. i oprac. S. Płowski, L. Dobroszycki i in., Warszawa 1970.
- Piątkowski S., *Okupacja i propaganda. Dystrykt Radomski Generalnego Gubernatorstwa w publicystyce polskojęzycznej prasy niemieckiej 1939–1945*, Lublin–Radom 2013.
- Piotrowski S., *Dziennik Hansa Franka*, Warszawa 1957.
- Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983.
- Reuth R.G., *Goebbels*, Warszawa 1996.
- Szostak P., *Współczesna prasa samorządowa w województwie śląskim. Analiza prasoznaw-*

czo-politologiczna wybranych tytułów, Katowice 2009.

Woźniakowski K., *W kręgu jawnego piśmiennictwa literackiego Generalnego Gubernatorska 1939–1945*, Kraków 1997.

Wójcik W., *Prasa gadzinowa Generalnego Gubernatorstwa 1939–1945*, Kraków 1988.

German economic propaganda against the Poles in the General Government 1939–1945

Abstract: Propaganda is an inherent element of wartime activities and has been used since the inception of statehood and the conduct of wars by mankind. This article will focus on German propaganda in the General Government directed at the Polish society throughout the war. Thematically, only issues related to economic propaganda will be analyzed. The first part of this article will provide a brief overview of theories on propaganda. The second part will characterize the propaganda system established by the German occupiers in the General Government. In the third and main part, German propaganda aimed at Poles related to economic topics will be characterized. The primary sources for this work will be two newspapers, „Nowy Kurier Warszawski” and „Goniec Krakowski”, which were published throughout the governorate. Content analysis and critical source analysis methods will be utilized.

Keywords: propaganda, World War II, wartime economy