

Streszczenie pracy „*Cukier krzepi*”. *Propaganda spożycia cukru w latach 1925–1932*

Celem pracy było wyjaśnienie fenomenu, jaki stanowiła kampania propagandowa i jej najbardziej znane hasło „cukier krzepi”. Pytanie, które postawiono to m.in. - dlaczego została zorganizowana, do kogo i jak miała trafić jaki, odniosła skutek. Kolejnym celem było umieszczenie opisywanej akcji reklamowej w kontekście gospodarczym, politycznym i społecznym w II Rzeczypospolitej.

Rozprawa rozpoczyna się od scharakteryzowania zmieniającej się roli cukru oraz poziomu jego produkcji i konsumpcji na ziemiach polskich, a potem w II RP. Zwrócono uwagę na kartelizację tej gałęzi przemysłu i na jego znaczenie dla skarbu państwa. Propagandowe działania kartelu zostały przedstawione na kilku płaszczyznach. Omówione zostały gospodarcze przyczyny wprowadzenia kampanii, przeanalizowano typy użytych mediów oraz ich potencjalny zasięg oraz szczegółowo scharakteryzowano hasła reklamowe, w kontekście ich docelowych odbiorców. Następnie omówiona została reakcja społeczna na kampanię cukrowników. Pracę kończy analiza danych statystycznych dotyczących produkcji, konsumpcji i cen cukru w latach 30. Szczególną uwagę zwrócono na kontekst gospodarczy, jakim był Wielki Kryzys.

Kampania niosła ze sobą hasła charakterystyczne dla epoki – odwoływała się do zdrowia, sportu, patriotyzmu. Chociaż miała trafić do wszystkich grup społecznych, to poprzez zastosowane środki przekazu kierowana była w dużej mierze do osób polskojęzycznych, wykształconych, zamieszkujących miasta. Działalność kartelu aż do zakończenia Wielkiego Kryzysu była wspierana przez rząd, a ceny cukru pozostawały wysokie. Praca zwraca uwagę na rolę jaką mogła odegrać kampania w przemianie cukru z produktu luksusowego w produkt pierwszej potrzeby.