

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
VĒSTURES UN FILOZOFIJAS FAKULTĀTE
LATVIJAS UN AUSTRUMEIROPAS JAUNO UN JAUNĀKO LAIKU VĒSTURES
KATEDRA

Vēstures bakalaura studiju programmas

3.kursa students

Anrijs **Gailis**

(Stud. apl. nr. ag08242)

**Latvijā ražoto preču propaganda iekšzemē un ārvalstīs
(1930. - 1934.)**

Bakalaura darbs

Darba zinātniskais vadītājs

Dr. Hist., docents

Jānis Ķeruss

RĪGA 2011

Anotācija

Bakalaura darbā „Latvijā ražoto preču propaganda iekšzemē un ārvalstīs (1930. - 1934.)“ apskatīti Latvijā ražotās produkcijas propagandēšanas pasākumi Latvijā un ārvalstīs pasaules ekonomiskās krīzes periodā 30. gadu sākumā.

Galvenajās darba nodaļās autors ir atainojis un analizējis Latvijā ražotās produkcijas propagandēšanas pasākumus iekšzemē, kā Latvijas produkcijas patēriņa nepieciešamības propagandēšanu sabiedriskajā telpā un Latvijas ražojumu saimniecības izstāžu rīkošanu. Darbā ir apskatīti arī Latvijas ražojumu propagandas pasākumi ārvalstīs, kā Latvijas ārzemju pārstāvniecībās rīkotās Latvijas ražojumu izstādes un Latvijas dalība ārvalstu saimnieciskajās izstādēs. Bakalaura darba secinājumi seko darba beigās. Bakalaura darbs sastāv no 55 lapām. Izstrādātā darba avotu un literatūras bāze sastāv no 55 vienībām.

Annotation

In the bachelor paper „Propaganda of Latvian Produced Goods at Home Market and Foreign Countries (1930. – 1934.)“ has been researched the main aspects of Latvian produced goods propagation at home market and in foreign countries during the great economic depression in the early thirties.

In the main chapters of the paper the author has reflected and analyzed efforts of Latvian produced goods propaganda at home market, such as Latvian produced goods propagation in public domain and with domestic production exhibitions. Bachelor paper also provides a view on Latvian produced goods propagation efforts in foreign countries, such as exhibitions of Latvian produced goods in Latvian consulates and Latvian participation in international foreign production exhibitions. Conclusions are codified in the end. The volume of the bachelor paper is 55 pages. The volume of sources and literature consists of 55units.

Saturs

Anotācija.....	2
Annotation.....	3
Ievads.....	5
Avotu un literatūras apskats.....	8
1. Vispārējs Latvijas saimnieciskā stāvokļa raksturojums 1930. – 1934. gadā.....	12
2. Latvijas ražojumu propaganda iekšzemē.....	16
2.1. Latvijas ražojumu propagandas komiteja.....	16
2.2. Latvijas ražojumu propaganda sabiedriskajā telpā.....	19
2.3. Latvijas ražojumu iekšzemes izstādes.....	29
3. Latvijas ražojumu propaganda ārvalstīs.....	37
3.1. Latvijas vēstniecību loma Latvijas ražojumu propagandēšanā.....	37
3.2. Latvijas dalība ārvalstu saimnieciskajās izstādēs.....	44
Secinājumi.....	51
Avotu un literatūras saraksts.....	53

Ievads

1930. gadu sākumā pasauli piemeklēja lielākā ekonomiskā recesija kopš Pirmā pasaules kara izraisītajiem satricinājumiem. Ekonomiskās krīzes radītie sarežģījumi aptvēra visas saimnieciskās dzīves jomas, par ko liecināja katastrofāls lauksaimniecības un rūpniecības ražojumu cenu kritums pasaules tirgū, bezdarba pieaugums, uzņēmumu bankroti, ārējās un iekšējās tirdzniecības samazināšanās un daudzi citi apstākļi. Visai īsā mirklī ekonomiskās krīzes skarto valstu agrāko pasaules saimniecisko konstrukciju, kas bija balstītas uz bīvtirdzniecības pamatiem, vietā nāca autarķiskās saimniecības idejas un lozungi „Iztiksim ar pašu ražojumiem“ trīsdesmito gadu sākumā ieņēma stabilu vietu Eiropas un arī pārējo valstu ekonomiskajā attīstībā.

Bakalaura darba tematiskā izvēle izdarīta pamatojoties uz faktu, ka Latvijas historiogrāfijā šādai tēmai, kā Latvijā ražoto preču propagandai iekšzemē un ārvalstīs laika posmā no 1930. līdz 1934. gadam, nav veltīta praktiski nekāda uzmanība. Lai arī ievērojams darbs ir paveikts Latvijas trīsdesmito gadu saimnieciskās attīstības pētniecībā, tomēr Latvijā ražoto preču propagandas jautājumam vēl nav bijusi pievērsta pietiekoša uzmanība. Šim jautājumam nedaudz ir pieskāries A. Zalts savā darbā „Nacionālā saimniecība 20 Gados: centieni un sasniegumi”, kurš iznāca 1938. gadā un A. Aizsilnieks savā 1968. gadā iznākušajā darbā „Latvijas saimniecības vēsture 1914.- 1945”.

Latvijā ražoto preču propagandas jautājumam veltītā niecīgā uzmanība Latvijas historiogrāfijā arī pamato izstrādātā darba aktualitāti.

Bakalaura darbā ir pētīta Latvijā ražoto preču propaganda iekšzemē un ārvalstīs laika posmā no 1930. līdz 1934. gadam. Apskatāmā laika hronoloģiskie ietvari ir izvēlēti pamatojoties uz apsvērumu, ka šajā laika posmā Latvijas tautsaimniecībā visspēcīgāk izpaudās pasaules ekonomiskā krīze, kuras ietekmē Latvijas ražotāju aizsardzībai un pabalstīšanai bija jāmeklē aizvien jauni risinājumi un viens no tiem bija pastiprināta Latvijas ražojumu propagandas izvēršana.

Pievēršoties bakalaura darbā lietotajam Latvijā ražoto preču propagandas jēdzienam, jāsaka, ka 1930. gadu sākumā Latvijas sabiedriskajā telpā jēdziens propaganda tika lietots līdztekus reklāmas un popularizēšanas jēdzieniem. Jāsecina, ka šajā laikā robeža starp propagandas, reklāmas un popularizēšanas jēdzieniem bija tik ļoti izplūdusi, ka tie praktiski tika lietoti kā sinonīmi. Jāsaka, ka arī mūsdienās ir visai sarežģīti nošķirt šos jēdzienus. Mūsdienu zinātniskā literatūra piedāvā neskaitāmas propagandas definīcijas, kas padara tās definēšanu visai sarežģītu. Par propagandu ir pieņemts uzskatīt jebkādu mērķtiecīgu pārliecināšanas tehniku vai izpausmi, kuras mērķis ir iespaidot kādas mērķauditorijas

viedokli, emocijas, nostāju, vai uzvedību, no kā propagandists gūst kādu tiešu vai netiešu labumu.¹ Propagandas pauztā ideja var būt gan patiesa un objektīva, gan arī selektīva un maldinoša.

Apskatot ražojumu reklamēšanas priekšvēsturi, jāsaprot, ka par pirmo moderno preču mārketinga aizsācēju tiek uzskatīts Brēmenes uzņēmējs, bezkofeīna kafijas izgudrotājs 20. gadsimta sākumā, "Kafee HAG" īpašnieks Ludvigs Rozeliuss. Viņš pirmais sāka apzināties reklāmas stratēģijas nozīmīgumu produkcijas realizēšanā tirgū. Pie šīs stratēģijas piederēja gan sava preču dizaina izstrāde, gan arī pārdošanas stratēģija.² Pirmskara periodā Rozeliusa uzņēmums kafijas reklamēšanā izmantoja taras formu, tās apzīmējumus un plakātus. Reklāmas vajadzībām viņš radīja arī speciālas kafijas servīzes un traukus.³ Vēlāk dažus Rozeliusa ieviestos preču reklāmas principus izmantoja arī nacionālsociālisti politiskās propagandas stratēģijas izstrādē.

Atgriežoties pie propagandas jēdziena lietošanas trīsdesmitajos gados, jāsecina, ka Latvijas valdības, diplomātisko un saimniecisko darbinieku leksikā, runājot par Latvijas ražojumu popularizēšanu, biežāk ir lietots jēdziens „Latvijas ražojumu propaganda“, ievērojami mazāk lietojot jēdzienu „reklāma“ vai „popularizēšana.“⁴ To pašu var attiecināt uz rakstiem Latvijas periodikā. Tādēļ arī darba tematiskajā izvēlē ir nolemts turēties pie Latvijas ražojumu propagandas jēdziena.

Izstrādātā darba mērķis ir izpētīt Latvijā ražoto preču propagandēšanu un propagandismehānismus iekšzemē un ārvalstīs laika posmā no 1930. līdz 1934. gadam. Bakalaura darba uzdevumi ir sekojoši: 1) Atainot Latvijas saimniecības vispārējo saimniecisko situāciju un ekonomiskās krīzes radītās problēmas, kas lika pievērsties pastiprinātai Latvijā ražoto preču propagandēšanai; 2) atspoguļot Latvijas ražojumu propagandas veidus iekšzemē; 3) apskatīt Latvijā ražotās produkcijas propagandas centienus ārvalstīs.

Darba struktūra ir veidota, sadalot to 3 pamatnodaļās. Pirmajā nodaļā ir atainota Latvijas vispārējā saimnieciskā situācija un tās galvenās problēmas pasaules ekonomiskās recesijas laikā. Darba otrajā nodaļā ir apskatītas galvenās Latvijas ražojumu propagandēšanas izpausmes Latvijā iekšienē, kā iekšzemē ražotās produkcijas propagandēšana sabiedriskajā telpā un Latvijas ražojumu izstāžu rīkošana. Otrajā nodaļā ir atainots arī Latvijas ražojumu propagandēšanas nolūkam speciāli izveidotās Latvijas ražojumu propagandas komitejas

¹ Conserva, H. Propaganda: A Question and Answer Approach. Bloomington: Authorhouse, 2009. P. 2

² Die Reportage. Kaffee, Kunst, Kommerz. Aus dem Leben des Ludwig Roselius, Pieejams: <http://213.71.18.104/fernsehen/reportage/roselius100.html> [skatīts 17.05.2011]

³ S. Jonathan Wiesen. Creating the Nazi Marketplace: Commerce and Consumption in the Third Reich. New York: Cambridge University Press, 2011. P. 105

⁴ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 52. lpp.

jautājums. Savukārt darba trešā nodaļa ir veltīta Latvijā ražotās produkcijas propagandēšanas centieniem ārvalstīs, kā Latvijas ražojumu izstāžu rīkošana tās ārzemju pārstāvniecību telpās un Latvijas aktīva dalība ārvalstu saimnieciskajās izstādēs.

Avotu un literatūras apskats

Avoti

Bakalaura darba izstrādes procesā galvenokārt izmantoti Latvijas Valsts Vēstures arhīva materiāli un no 1930. līdz 1934. gadam iznākušie Latvijas Republikas periodiskie izdevumi. Kā galvenie arhīva avoti bakalaura darba izstrādei ir izmantoti Latvijas Ārlietu ministrijas politiskā departamenta, Latvijas sūtniecības Londonā, Latvijas Ārlietu ministrijas administratīvā departamenta un Tirdzniecības un rūpniecības biedrības fondu materiāli.

Īpaši jāizceļ ir 2574. fonda „Latvijas Ārlietu ministrijas politiskā departamenta“ arhīva materiāls, kas sniedz plašu informācijas bāzi par Latvijā ražoto preču propagandas darbu ārvalstīs. Fonda 3. apraksta „Baltijas valstu nodaļas“ lietas piedāvā Latvijas pārstāvniecību darbinieku Baltijas valstīs viedokli par Latvijas ražojumu propagandas darbu ārvalstīs, kā Latvijas ražojumu dalību Ārvalstu saimnieciskajās izstādēs, šo izstāžu norises un organizatoriskajiem jautājumiem. Baltijas valstu nodaļas lietas sniedz ieskatu arī Latvijas preču propagandas izvērsšanās iekšzemē, kā Latvijas ražojumu izstāžu organizatoriskajos un informatīvajos jautājumos. Savukārt Ārlietu ministrijas politiskā departamenta fonda 4. apraksta „Rietumu nodaļas“ lietas piedāvā padziļinātu ieskatu Latvijas pārstāvniecību ieguldījumā Latvijas ražojumu propagandēšanā ārvalstīs, Latvijas dalību ārvalstu saimniecības izstādēs Francijā, Vācijā, Nīderlandē un citviet. Rietumu nodaļas arhīva materiālā ir iespējams arī iepazīties ar Latvijas pārstāvniecību darbinieku nostāju par Latvijas ražojumu propagandēšanas centieniem ārvalstīs.

Nozīmīgs darbā izmantoto avotu materiāls ir atrodams arī 2570. fonda „Ārlietu ministrijas administratīvā departamenta“ 12. apraksta „Ārzemju tirdznieciskie sakari“ lietu krājumā. Fonda materiāli piedāvā padziļinātu ieskatu Latvijā ražotās produkcijas propagandēšanas tehniskajā un organizatoriskajā apsektā, kā Latvijas ražojumu izstāžu plānošanā, finansēšanā un informatīvajā darbībā. Ārlietu ministrijas administratīvā departamenta lietas atspoguļo arī Latvijas Finanšu un Ārlietu ministrijas pārstāvju atzinumus par Latvijas ražojumu propagandas darbu.

Tēmas pētniecībā izmantoti arī 295. fonda „Latvijas sūtniecība Londonā“ materiāli, kas atspoguļo Latvijas pārstāvniecību darbinieku lomu Latvijas preču propagandēšanā ārvalstīs. Fonda lietas sniedz ieskatu Latvijas ražojumu izstāžu organizēšanā pārstāvniecību telpās, izstāžu norisē, ārzemju preses un saimniecības pārstāvju viedoklī par Latvijas pārstāvniecībās noturētajām izstādēm.

Visbeidzot jāatzīmē arī 2435. fonda „Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības biedrības“ materiāli, kas sniedz plašu informāciju par Latvijā ražotās produkcijas propagandēšanu

Latvijas sabiedriskajā telpā ar dažādu saimniecības izstāžu organizēšanu, propagandas materiāla (brošūru, uzsaukumu, plakātu, filmu u.c.) izstrādāšanu un izplatīšanu un dažādu sarīkojumu un priekšlasījumu vakaru noturēšanu. Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības biedrības materiāli sniedz ieskatu arī Latvijas ražojumu propagandas komitejas jautājumā.

Kā nozīmīgs avots bakalaura darba tapšanā ir izmantota arī Latvijas ražojumu propagandas komitejas grāmata „Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa“, kas iznāca 1931. gadā. Šī grāmata tika iespiesta Armijas spiestuvē, tika izdota 100 000 eksemplāros un tika izdalīta bez makas valsts resoriem, Latvijas pārstāvniecībām ārvalstīs, Latvijas uzņēmumiem un citām ieinteresētajām organizācijām un personām. Latvijas ražojumu propagandas komitejas grāmata ietver sevī nozīmīgu informāciju par svarīgākajām Latvijas ražošanas nozarēm un uzņēmumiem, praktiskus padomus Latvijas ražotājiem savas produkcijas propagandēšanā un labākā novietošanā ārzemju un iekšzemes tirgū, kā arī ārvalstu pieredzi savas produkcijas propagandēšanā. Izdevums ietver sevī arī nozīmīgu informāciju par Latvijā ražoto preču propagandas materiāliem, kā plakātiem un uzsaukumiem. Jāpiebilst, ka par šo izdevumu sīkāk vēl tiks runāts tālākajās darba nodaļās.

Bakalaura darba tapšanā ir plaši izmantoti arī attiecīgā laika posma Latvijas periodiskie izdevumi, kas sniedz visai plašu ieskatu Latvijā ražotās produkcijas propagandēšanā iekšzemē un ārvalstīs. Lai arī bakalaura darba tapšanā ir izmantoti vairāki Latvijas periodiskie izdevumi, kā „Economists”, „Latvijas Tirgotājs”, „Latvijas Kareivis”, „Valdības Vēstnesis”, „Jaunākās Ziņas”, „Sociāldemokrāts”, „Kurzemes Vārds”, „Radio Abonaments” un citi izdevumi, tomēr no tiem būtu īpaši jāizceļ divi izdevumi, kas sniedz visplašāko ieskatu Latvijā ražotās produkcijas propagandēšanā. Kā pirmais ir jāmin finansu, tirdzniecības, rūpniecības, lauksaimniecības, apgādības un kooperācijas žurnāls „Economists”. Žurnāls tika izdots no 1920. gada 15. marta līdz 1940. gada 30. decembrim. Izdevums aplūkojamajā laika periodā tika izdots un iespiests Rīgā, Valsts papīru paraugspiestuvē un tā izdevējs bija Finanšu ministrija. „Economists” iznāca divas reizes mēnesī apjomā ap 80 lpp. Par žurnāla galveno redaktoru pētāmajā laika posmā strādāja A. Kārklīšs.

Žurnāls ir pārsvarā tendēts uz ekonomiska rakstura problēmu atspoguļošanu, nedaudz apskatot arī jaunākos zinātnes un tehnikas sfēras sasniegumus. Žurnālu izdeva valsts Finanšu ministrija, tāpēc arī ekonomisko procesu statistika ir visai droša, jo jaunākās un precīzākās informācijas iegūšanai tika atvēlēti visai lieli resursi. Žurnāls sniedz neaizvietojamu informāciju par tādiem Latvijas ražojumu propagandēšanas pasākumiem iekšzemē, kā Latvijas ražojumu izstādes un dažādu Latvijas ražojumu propagandējošu brošūru, uzsaukumu un filmu materiāla izplatīšanu sabiedriskajā telpā. Analizējot rakstus „Economistā”, jāsecina,

ka rakstu autoriem piemīt iela pieredzes un informācijas bāze, jo raksti ir pasniegti profesionāli, balstoties uz precīzu Latvijas un ārvalstu tirdzniecības statistiku, kā arī analizējot dažādu Latvijas un pasaules tautsaimnieku un politiķu domu. Izdevumā vairākus rakstus šai problēmai veltīja arī saimnieciskie darbinieki, kam bija tieša saistība ar Latvijas ražojumu propagandas darbu, kā Alberts Zalts un Pauls Kalnozols, kas bija arī Latvijas ražojumu propagandas komitejas locekļi.

Nozīmīgs periodiskais izdevums šīs tēmas pētniecībā ir arī lielākais attiecīgā laika perioda Latvijas dienas laikraksts „Jaunākās Ziņas.” Laikraksts iznāca sešas reizes nedēļā no 1920. – 1940. gadam. Aplūkojamā laika periodā laikraksts izdots un iespiests „Jaunāko Ziņu” spiestuvē, Rīgā. Galvenais redaktors bija A. Benjamiņš, bet par redakciju atbildīgais: E. Runcis – Arnis. Izdevējs: E. Benjamiņa.

Laikraksts sniedz visai plašu ieskatu par Latvijas ražojumu propagandas darbu gan iekšzemē, gan ārvalstīs, kā arī atspoguļo tā vērtējumu Latvijas sabiedrībā. „Jaunākās Ziņas” bija viens no lielākajiem un ietekmīgākajiem Latvijas laikrakstiem, tāpēc tam bija iespēja ārvalstīs nosūtīt savus korespondentus. Šie korespondenti bija klāt gan Latvijas ārzemju pārstāvniecībās noturētajās ražojumu izstādēs, gan arī gadījumos, kad Latvijas produkcija tika pārstāvēta plašākās ārvalstu saimnieciskajās izstādēs, tādēļ laikrakstam bieži bija pieejama aculiecinieka informācija un vērtējums, kas ir visai nozīmīgs faktors bakalaura darba tapšanā.

Zinātniskā literatūra

Kā jau tika minēts darba ievadā, tad Latvijas historiogrāfijā šim tematam ir veltīta pārāk maza uzmanība, labākajā gadījumā darbā pētāmajai tēmai vien nedaudz pieskaroties un veltot tai pāris teikumus. No zinātniskās literatūras būtu jāizceļ ievērojamā trīsdesmito gadu tautsaimnieka un Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta vicedirektora Alberta Zalta darbs „Nacionālā saimniecība 20 gados: centieni un sasniegumi”, kurš iznāca 1938. gadā. Lai arī autors pats bija Latvijas propagandas komitejas loceklis, šajā un arī citos savos darbos Zalts ir atstājis salīdzinoši skopu informāciju par Latvijas ražojumu propagandas darbību. Tomēr no autora darba var iegūt informāciju par vispārējo Latvijas saimniecisko situāciju un tās problēmām ekonomiskās krīzes laikā, kas lika pievērsties pie pastiprinātas Latvijā ražoto preču patēriņa propagandas. Darbā autors ir devis arī savu vērtējumu par Latvijas ražojumu preču propagandas darbību. Zalta darbu par nozīmīgu padara arī fakts, ka autors pats bija attiecīgā perioda laikabiedrs, tekoši pārzināja Latvijas un arī pasaules saimnieciskos jautājumus, kā arī ieņēma augstu amatu Finanšu ministrijā, kas arī bija atbildīga par Latvijas ražojumu propagandēšanu.

Latvijas ražojumu propagandas jautājumam nedaudz ir pieskāries A. Aizsilnieks savā 1968. gadā iznākušajā darbā „Latvijas saimniecības vēsture 1914.- 1945”. Lai arī Aizsilnieks savā fundamentālajā darbā par Latvijas tautsaimniecības vēsturi ir devis nenovērtējamu ieguldījumu Latvijas saimniecības vēstures un ar to saistīto procesu pētniecībā, Latvijas ražojumu propagandas jautājumam autors ir veltījis vien atsevišķu rindkopu, kurā Aizsilnieks tikai norāda, ka Latvijas ražojumu propaganda attiecīgajā laikā ir notikusi un šim nolūkam ir tikusi izveidota speciāla Latvijas ražojumu propagandas komiteja. Tomēr jāsaprot, ka autors sniedz plašu ieskatu Latvijas saimniecības vispārējā stāvoklī, kas ļauj labāk izprast Latvijas ražojumu propagandas pastiprināto izvēršanu. Iepazīstoties ar šo darbu, var secināt, ka autors ir bijis visai kompetents savā jomā, par ko liecina gan Aizsilnieka pieredze Latvijas tautsaimniecības jautājumos, kā arī apjomīgā darbā izmantotā avotu un literatūras bāze un Latvijas tautsaimnieku, Latvijas bankas darbinieku un vēsturnieku sniegtā informācija.

1. Vispārējs Latvijas saimnieciskā stāvokļa raksturojums

1930. – 1934. gadā

Lai runātu par Latvijas ražojumu propagandu iekšzemē un ārvalstīs no 1930. līdz 1934. gadam, vispirms ir jāpievēršas vispārīgam attiecīgā laika posma saimnieciskā stāvokļa raksturojumam. Zināms, ka Latvijai, kā arī lielākajai daļai pasaules, 1930. gadu sākums iesākās ekonomiskās krīzes zīmē un jautājums, kā izkļūt no ekonomiskās recesijas radītajām problēmām, uz valdības darba galda atradās līdz pat trīsdesmito gadu otrajai pusei.

Par pasaules ekonomiskās krīzes uzliesmojuma sākumu ir pieņemts uzskatīt 1929. gada rudenī, precīzāk, 28. un 29. oktobri, jeb tā saukto „melno ceturtdienu“ un „melno piektdienu“, kad beidzot pārplīsa mākslīgi uzpūstais ASV akciju tirgus burbulis un šajās 2 dienās tika pārdots gandrīz 29 miljonu akciju.⁵ Akciju tirgus sabrukumam sekoja dziļa saimnieciska depresija, kas pamazām pārsviedās arī uz Eiropas valstīm. Lai arī uzreiz jāpiebilst, ka atsevišķi pasaules ekonomiskās krīzes aizmetņi, kā lielā ražojumu pārprodukcija un cenu kritums bija manāmi jau labu laiku pirms 1929. gada oktobra Volstrītas biržas krīzes.

Lai arī Pasaules ekonomiskā recesija iesākās 1929. gada beigās, tomēr, kā savā darbā „Latvijas saimniecības vēsture 1914.- 1945“ norāda ievērojamais ekonomikas vēsturnieks A. Aizsilnieks, tad Latviju pirmie krīzes satricinājumi piemeklēja 1930. gada otrajā pusē, tātad salīdzinoši vēlāk, kā Rietumeiropu.⁶ Tas savā ziņā ir skaidrojams ar to, ka Latvija nebija tik ļoti atkarīga no ASV kapitāla plūsmas, kā pārējās Rietumeiropas valstis, kas bija ASV parādā apjomīgas reparāciju summas, tajā pašā laikā saņemot investīcijas no amerikāņu privātā kapitāla, kas savukārt tika izmantotas šo reparāciju nomaksai. Līdz ar to katrs smalkākais satricinājums ASV ekonomikā vistiešākajā mērā atsaucās arī uz Rietumeiropas valstu ekonomiku. Tādējādi arī Latvija uzreiz neizjuta tik smagus satricinājumus pēc ASV krīzes sākuma un bija jāpaiet noteiktam laikam, lai ekonomiskā krīze caur Rietumeiropu dotu triecienu arī Latvijas saimniecībai.

Kā jau tika minēts, tad ekonomiskā recesija Latvijā iestājās 1930. gada otrajā pusē un pirmie krīzes priekšvēstneši Latvijas ekonomikā bija sarežģītumu rašanās tās ārējās tirdzniecības attīstībā, kuru pamatā bija cenu kritums Latvijas svarīgākajām eksportprecēm: sviestam, kokmateriāliem, liniem, kā arī ctiem ražojumiem. Pievēršoties Latvijas ārējai tirdzniecībai, jāsecina, ka tās eksports bija lielā mērā atkarīgs no 2 galvenajām šīs produkcijas noņēmējām – Lielbritānijas un Vācijas, lai arī jāpiebilst, ka arī pārējām Eiropas valstīm bija noteikta loma Latvijās ārējā tirdzniecībā. Uz Vāciju vien 1930. gadā no Latvijas tika

⁵ Leibners, E. Krīzes gads Vācijā. *Latvis*, 1930, 16. augusts, 4. lpp.

⁶ Aizsilnieks, A. *Latvijas saimniecības vēsture 1914.- 1945*. Sunbiberga: Daugava, 1968. 440.lpp.

eksportēta produkcija 66 milj. Ls apmērā, kas sastādīja 27% no visa Latvijas eksporta kopapjoma, bet 1933. gadā tas sastādīja 21,1 milj. Ls, jeb 26% no Latvijas eksporta kopapjoma.⁷ Savukārt Latvijas produkcija uz Angliju 1930. gadā tika eksportēta 70,4 milj. Ls apmērā, kas attiecīgi veidoja 28%, bet 1933. gadā 34,6 milj. Ls, jeb 42% no Latvijas eksporta kopējā apjoma.⁸ Tādējādi katri sarežģījumi šo un arī pārējo Rietumeiropas valstu ekonomikā, noveda pie satricinājumiem arī Latvijas saimnieciskajā attīstībā.

30. gadu sākumā Eiropas valstu, to skaitā arī Latvijas, ekonomikās bija vērojama tendence, kad valstis pakāpeniski atteicās no gadu desmitiem praktizētajiem brīvās tirdzniecības principiem un pievērsās pastiprinātam sava iekšējā tirgus protekcioņismam, ierobežojot ārvalstu importa produkciju, ieviešot tai papildus ievadmitu un kontingentu sistēmu, kā arī aktīvi pabalstot vietējos ražotājus. Šādai tendencei bija vairāki iemesli, no kuriem īpaši ir jāizceļ katastrofālais cenu kritums pasaules tirgū, ko bija radījusi ražojumu pārprodukcija. Jāpiezīmē, ka lauksaimniecības un rūpniecības ražojumu cenas pasaules tirgū bija kritušās par 20 – 30%.⁹ Paralēli Eiropas lielvalstis arī sāka nodarbināt bezdarbs un citas sociālās problēmas. Lielbritānija ārzemju importa ierobežošanu uzsāka jau 1931. gada oktobrī, apliekot ar 100% ievadmitu atsevišķas importa preces, vēlāk šos importa ierobežojumus papildinot arī 1932. gada martā, apliekot ar 10% ievadmitu gandrīz visas Anglijā ievadamās preces.¹⁰ Līdzīgus importa ierobežojumus ieviesa arī citas Eiropas valstis. Līdz ar Eiropas valstu norobežošanas aiz augstajiem muitas vaļņiem un importa ierobežojumiem, ievērojami tika apgrūtinātas Latvijas ražojumu pozīcijas Eiropas tirgū, kas savukārt noveda pie tālākiem sarežģījumiem arī Latvijas iekšējā saimnieciskajā attīstībā.

Jāatzīst, ka ievērojamus sarežģījumus saviem ražotājiem radīja arī Latvijas valdības nelokāmā nostāja par lata piesaisti zelta kursam, kamēr daudzas valstis devalvēja savu valūtu. Līdz ar to šo valstu produkcija varēja labāk konkurēt ārvalstu tirgos, kā arī ievērojami tika samazināta importa plūsma šajās valstīs. Anglija devalvēja savu mārciņu 1931. gada septembrī par 40%, kas bija smags trieciens Latvijas eksportnozarēm. Kā darbā „Nacionālā saimniecība 20 gados: centieni un sasniegumi” norāda Alberts Zalts, tad Latvija 1931. gadā bija izvēles priekšā: devalvēt savu valūtu, pieskaņojot to ārvalstu valūtu kursam, tādējādi stimulējot savu eksportu vai ieviest importa ierobežojumu sistēmu un stingru valdības lata balstīšanas politiku. Pēc Zalta vārdiem Latvija izvēlējās otro variantu, kas Latvijas

⁷ Aizsilnieks, A. *Latvijas saimniecības vēsture 1914. - 1945.* Sunbiberga: Daugava, 1968. 554.lpp.

⁸ Turpat, 554.lpp.

⁹ LVVA, 2574. f., 4. apr., 4331. l. 26. lpp.

¹⁰ Zunda, A. *Latvijas un Lielbritānijas attiecības 1930 – 1940: Realitāte un ilūzijas.* Rīga: LU žurnāla „Latvijas Vēsture” fonds, 1998. 128.lpp.

tautsaimniecībai izmaksāja krietni dārgāk.¹¹ Pie līdzīga uzskata nonāca arī A. Aizsilnieks 30 gadus vēlāk.¹²

Pievēršoties svarīgākajām Latvijas saimniecības nozarēm, jasecina, ka ievērojami iedragāts tika Latvijas lauksaimniecības stāvoklis. Kviešu, rudzu, miežu, auzu, bekona, sviesta un linu cenas pasaules tirgū bija kritušās par 30 līdz 50%, tajā pašā laikā ražošanas izmaksām saglabājoties relatīvi nemainīgām.¹³ Piensaimnieku stāvokli, bez katastrofālā cenu krituma pasaules tirgū ievērojami apgrūtināja jau minētā Anglijas atteikšanās no zelta standarta, kā arī tās un citu valstu ieviestie importa kontingenti un ievaduitas. 1933. gadā, salīdzinot ar 1930. gadu, ienākumi no sviesta eksporta bija samazinājušies no 57,7 milj. Ls uz 21 milj. Ls un eksportētā sviesta daudzums samazinājies attiecīgi no 18430t līdz 15646t.¹⁴ Lai arī eksportētā sviesta daudzums nebija samazinājies tik drastiski, tomēr iegūto līdzekļu daudzums gan. Situācija bija tik neapmierinoša, ka valdībai nācās garantēt piemaksas piensaimniekiem, kas ražoja eksportsviestu, ko tā sāka imzaksāt 1930.gadā.¹⁵

Arī Latvijas bekona eksportierus nodarbināja tādas pašas problēmas un eksportētā bekona ieņēmumi 1932. gadā, salīdzinot ar 1931. gadu, kritās no 2,8 milj. Ls un 0,7 milj. Ls.¹⁶ Arī šai saimniecības nozarei valdība bija spiesta sniegt atbalstu un laika posmā no 1930. Līdz 1932. gadam tas sastādīja 500 – 700 tūkstošuslatu gadā, bet, sākot ar 1932/33. saimniecības gadu šīs nozares lauksaimnieku pabalstiem tika atvēlēti vidēji 2 – 2,5 milj. Ls gadā.¹⁷

Pievēršoties Latvijas rūpniecības nozarēm, jāsecina, ka situācija nebija sevišķi labāka. Ekonomiskās krīzes radītās sekas īpaši smagi izjuta Latvijas kokrūpnieki. Kā darbā „Latvijas un Lielbritānijas attiecības 1930 – 1940: Realitāte un ilūzijas” norāda A. Zunda, tad īpaši smagi cieta tie Latvijas kokmateriālu eksportieri, kas savu produkciju realizēja Anglijas tirgū un ar angļu uzpircējiem bija noslēguši tirdznieciskos līgumus, kad mārčiņa vēl atradās uz zelta bāzes.¹⁸ Lielākā daļa Latvijas kokrūpnieku noslēgtajos līgumos ar angļu uzpircējiem savus kokmateriālus pārdeva angļu valūtā, bet saistības Latvijā kārtoja latos. Līdz ar mārčiņas kursa krišanos, par 35 - 40% attiecīgi arī latviešu kokmateriālu eksportētāju ienākumi

¹¹ Zalts, A. Nacionālā saimniecība 20 Gados: centieni un sasniegumi. Rīga: izdevniecība „Pagalms”, 1938. 112. lpp.

¹² Aizsilnieks, A. *Latvijas saimniecības vēsture 1914.- 1945.* Sunbiberga: Daugava, 1968. 454.lpp.

¹³ Turpat, 497.lpp.

¹⁴ Dzērve, P. 1929. – 1933.g ekonomiskā krīze buržuāziskajā Latvijā un tās īpatnības. Rīga: Latvijas valsts izdevniecība, 1953. 176. lpp.

¹⁵ Ceihners, A. Lauksaimniecība un zemnieki – Latvijas pamats. Rīga: P/S „Zemnieka domas”. 1937. 291.lpp.

¹⁶ Aizsilnieks, A. *Latvijas saimniecības vēsture 1914.- 1945.* Sunbiberga: Daugava, 1968. 552.lpp.

¹⁷ Ceihners, A. Lauksaimniecība un zemnieki – Latvijas pamats. Rīga: P/S „Zemnieka domas”. 1937. 297.lpp.

¹⁸ Zunda, A. *Latvijas un Lielbritānijas attiecības 1930 – 1940: Realitāte un ilūzijas.* Rīga: LU žurnāla „Latvijas Vēsture” fonds, 1998. 129.lpp.

samazinājās tādā pat apjomā.¹⁹ Līdzīgus sarežģījumus piedzīvoja arī citas svarīgākās Latvijas ražošanas nozares, kā linu rūpniecība un ķīmiskā rūpniecība.

Visas augstāk minētās Latvijas saimniecības problēmas lika pārskatīt līdzšinējos valdības un saimniecisko aprindu pārstāvju uzskatus brīvās tirdzniecības jautājumā. Ekonomiskās krīzes laikā arvien lielāka vērība tika pievērsta iekšējā tirgus izkopšanā, liekot uzsvāru uz vietējo ražojumu tirgus pozīciju nostiprināšanu un paplašināšanu. Uz šo problēmu norādīja arī Alberts Zalts, minot, ka pirms ekonomiskās krīzes Latvijas saimniecība bieži vien bija pārāk tendēta uz savu ražojumu pozīciju nostiprināšanu ārējos tirgos, iekšējo tirgu atstājot novārtā.²⁰ Normālos ekonomiskās attīstības apstākļos lielāka uzsvāra likšana uz eksporta palielināšanu arī ir saprotama un normāla, taču ekonomiskās krīzes laiku par tādu nosaukt nevar. Pasaulē ekonomiskā recesija lika pārvērtēt līdzšinējo Latvijas un arī pārējo valstu tirdzniecības uzskatus, jo ārvalstu tirgus ar valdību aktīvi piekopto protekcioņa politiku bija tiktāl sašaurinājies, ka daudz sasniežamāks mērķis bija vietējā tirgus paplašināšana iekšzemes ražojumiem. Pie šāda uzskata bija nonākuši arī liela daļa Latvijas saimniecisko darbinieku. Kā norāda Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta direktors Pauls Kalnozols, tad, ja vairs nav iespējams noturēt ārvalstu tirgos iegūtās pozīcijas, tad Latvijas ražotājiem ir jāfokusējas uz iekšzemes tirgu.²¹ Valdības un saimnieciskie darbinieki nonāca pie secinājuma, ka vietējās produkcijas pozīcijas iekšzemes un arī ārvalstu tirgos ir veiksmīgi iespējams nostiprināt ar aktīvu Latvijas ražojumu propagandas izvēršanu. Tas nebūt nebija galvenais vai galējais vietējo ražotāju aizsardzības solis pret ekonomiskās krīzes radītajām problēmām, taču viens no salīdzinoši vienkāršākajiem.

¹⁹ Zunda, A. *Latvijas un Lielbritānijas attiecības 1930 – 1940: Realitāte un ilūzijas*. Rīga: LU žurnāla „Latvijas Vēsture” fonds, 1998. 129.lpp.

²⁰ Zalts, A. Izeja no krīzes: Konjunktūras politikas galvenās problēmas. Rīga: Zelta grauds, 1932, 108. lpp.

²¹ Latvijas propagandas komiteja. *Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa*. Rīga: Armijas spiestuve: 1931, 4. lpp.

2. Latvijas ražojumu propaganda iekšzemē

2.1 Latvijas ražojumu propagandas komiteja

Lai arī jau divdesmitajos gados Latvijas preču propagandai laiku pa laikam tikai pievērsta atsevišķa uzmanība, tomēr, sākoties pasaules ekonomiskajai recesijai, Latvijas ražojumu propagandēšana piedzīvoja vēl nebijušu vērienu. 1930. gada sākumā Latvijas valdība ražojumu propagandu jau uzskatīja par pietiekami svarīgu tautsaimniecības atbalstīšanas mehānismu, lai Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta paspārnē izveidotu speciālu Latvijas ražojumu propagandas komiteju. Tādēļ, lai runātu par Latvijas ražojumu propagandu, vispirms būtu jāpievēršas propagandas komitejas jautājumam.

Ideja par speciālas Latvijas ražojumu propagandas komitejas izveides nepieciešamību tika izvirzīta jau 1929. gada sākumā, kad februārī Finanšu ministrijas apspriedē par propagandas nedēļas rīkošanu tikās Finanšu ministrijas, Iekšlietu ministrijas un dažādu valsts un sabiedrisko organizāciju pārstāvji. Kā apspriedē norādīja Valsts saimniecības departamenta vicedirektors A. Kacens: „Vispirms jāiekaro pašu tirgus, kādēļ šodien būtu organizējama komiteja, kura šo lietu vadītu. [...] Būtu ievēlama īpaša komiteja, kurai jāizstrādā propagandas programma visos sīkumos.”²² Tāpēc arī nevarētu viennozīmīgi apgalvot, ka propagandas komiteja bija izteikts krīzes laika produkts, jo tajā laikā pasaules saimnieciskā attīstība vēl nebija tik jūtami iedragāta, lai arī, kā jau tika minēts darba pirmajā nodaļā, atsevišķas norādes uz tuvojošajām grūtībām jau bija manāmas.

Latvijas ražojumu propagandas komitejas dibināšanas mērķis, kā minēts valdības oficiālajā laikrakstā „Valdības Vēstnesis”, bija vienkāršs – Latvijas ražojumu propaganda un iekšzemē ražoto preču patēriņa veicināšana.²³ Izvēršot aktīvu Latvijas ražojumu propagandu valdība centās pasargāt vietējos ražotājus, uzņēmējus un tirgotājus no ārzemju konkurences, bezdarba palielināšanās, kā arī veicināt valsts vispārējā saimnieciskā stāvokļa uzlabošanos. Kā jau tika minēts, tad Latvijas ražojumu propaganda nebija galvenais un galīgais valdības instruments vispārējā saimnieciskā stāvokļa uzlabošanā ekonomiskās krīzes skartajā Latvijā, jo tādiem mehānismiem, kā ārzemju importa kontingentu un ierobežojumu sistēma, savu ražotāju subsidēšana, stingra valūtas politika u.c. tika atvēlēta daudz lielāka loma, tomēr tas bija salīdzinoši lēts, vienkāršs un efektīvs mehānisms, kā veicināt saimnieciskā stāvokļa uzlabošanos. Kā darbā „Nacionālā saimniecība 20. gados: centieni un sasniegumi” norāda ievērojamais 30. gadu Latvijas tautsaimnieks un Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta vicedirektors Alberts Zalts, tad, paralēli stingrajiem un

²² LVVA, 2435 f., 1. apr., 136. l., 3. lpp.

²³ b.a. Noteikumi par Latvijas ražojumu propagandas komiteju. *Valdības vēstnesis*, 1933, 14. oktobris, 2. lpp.

nevienprātīgi vērtētajiem importa ierobežojumiem, Latvijas ražojumu propaganda ievadīja ievērojami pozitīvākus iekšējā tirgus saglabāšanas un paplašināšanas centienus.²⁴ Latvijas ražojumu propagandēšana, lai arī izpelnījās savu daļu kritikas, tomēr neizsauca tik asas diskusijas sabiedrībā, kā citi valdības īstenotie soļi valsts saimnieciskā stāvokļa uzlabošanā, kā pretrunīgi vērtētā valdības zelta standarta politika, konsekventi turoties pie zelta bāzes Latvijas latam, kamēr pārējās valstis no tādas prakses atteicās.

Propagandas komitejas sastāvā ietilpa visai daudzpusīga dažādāko valsts un privātā sektora nozaru speciālistu pārstāvniecība: Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta Tirdzniecības daļas priekšnieks Pauls Kalnozols, kas ieņēma komitejas priekšsēdētāja amatu, Tirdzniecības daļas revidents Hugo Bergs pildīja propagandas biroja vadītāja pienākumus, 2 Zemkopības ministrijas pārstāvji - Zvejniecības un zivkopības nodaļas vadītājs V. Miezis un Lauksaimniecības pārvaldes agronoms J. Krizbergs, Rīgas pilsētas valdes pārstāvis - Uzņēmumu nodaļas vadītājs, inženieris J. Viklandts, Pilsētu savienības pārstāvis N. Sudmals. Komitejā ietilpa arī dažādu saimniecisko organizāciju pārstāvji: Rīgas biržas komitejas pārstāvis J. Eikerts, kas pildīja propagandas komitejas kasiera pienākumus, Latvijas rūpnieku un amatnieku savienības pārstāvis P. Grandovskis, kas ieņēma kasiera biedra posteni, Latvijas tirgotāju savienības pārstāvis E. Rozītis, kas pildīja propagandas komitejas priekšsēdētāja padomnieka funkcijas, lauksaimniecības centrālbiedrības deliģētais agronoms V. Skubiņš, Latvijas patērētāju biedrību savienības deliģētais pārstāvis J. Prūsis un Latvijas zvejas biedrību savienības pārstāvis R. Nicmanis.²⁵ Propagandas komitejai pastāvēja arī sava redakcijas komisija, kuras vadību kopā ar tās priekšsēdētāju Paulu Kalnozolu uzņēmās ievērojamais tautsaimnieks un Tirdzniecības un rūpniecības departamenta vicedirektors Alberts Zalts.

Jāpiebilst, ka 1929. gada februārī, iepriekš minētajā, Finanšu ministrijas apspriedē bija manāmas arī pretrunas un dzīva diskusija par šīs komitejas sastāvu. Galvenās domstarpības radās jautājumā, vai propagandas komitejā būtu jāiekļauj arī lauksaimniecības pārstāvji. Atsevišķi apspriedes dalībnieki, kā Pilsētu savienības pārstāvis N. Sudmals, norādīja, ka lauksaimnieku pārstāvji šajā komitejā nemaz neesot nepieciešami, jo lauksaimniecības produkcijai iekšzemē praktiski neesot konkurences.²⁶ Savukārt Latvijas piensaimnieku centrālās apvienības pārstāvis Bricis uz to atbildēja, ka lauksaimnieki ir tādi paši ražotāji, kā

²⁴ Zalts, A. Nacionālā saimniecība 20. Gados: centieni un sasniegumi. Rīga: izdevniecība „Pagalms”, 1938. 70. lpp.

²⁵ LVVA, 2435 f., 1. apr., 136. l., 14. lpp.

²⁶ Turpat, 4. lpp.

rūpnieki, tādēļ viņus nevajadzētu atbīdīt malā. Līdzīgās domās bija arī lielākā daļa apspriedes dalībnieku un lauksaimniecības pārstāvji tomēr tika iekļauti šīs komitejas sastāvā.²⁷

Finansu ministra kompetencē ietilpa propagandas komitejas priekšsēdētāja iecelšana, kā arī to organizāciju saraksta apstiprināšana, kurām bija tiesības deleģēt komitejai savu pārstāvi. Jāatzīmē, ka sākotnēji par propagandas komitejas vadītāju bija iecerēts virzīt pašu Finanšu ministru.²⁸ Uzreiz jāpiebilst, ka par darbību Latvijas ražojumu propagandas komitejā, komitejas locekļi atalgojumu nesaņēma, jo tas bija goda amats, par ko atsevišķs atalgojums nepienācās.²⁹

Komitejas sēdes Tirdzniecības un rūpniecības departamenta Tirdzniecības nodaļas telpās Noliktavas ielā Inetika sasauktas regulāri, bet gan pēc nepieciešamības principa. Komitejas sēdes skaitījās pilntiesīgas, ja sēdi bija apmeklējusi vismaz puse komitejas locekļu un komitejas priekšsēdētājs vai viņa biedrs.³⁰ Komitejas lēmumi tika pieņemti, balstoties uz vienkārša balsu vairākuma principa.

Latvijas ražojumu propagandas komitejas darbības lauks bija visai plašs: sabiedrības informēšana un aicināšana pirmā kārtā patērēt Latvijas ražojumus ar dažādu plakātu, brošūru un propagandas filmu palīdzību, Latvijas ražojumu izstāžu rīkošana, kā arī Latvijas ražojumu dalības nodrošināšana dažādās starptautiskās ārvalstu saimniecības izstādēs, dažādu Latvijas ražojumu propagandējošu pasākumu rīkošana, tautsaimniecību uzlabojošu priekšlikumu izteikšana u.c. Katrs no šiem komitejas darbības aspektiem sīkāk tiks atspoguļots darba gaitā.

Pievēršoties komitejas finansēšanas jautājumam, jāsaka, ka primārais finansējuma avots bija valsts budžetā atvēlētās summas. Šie līdzekļi ietilpa saimniecības nozaru uzraudzības un veicināšanas izdevumos, kas tika atvēlēti no ārkārtējo izdevumu fonda.³¹ Lielu daļu propagandas komisijas līdzekļu sastādīja arī ienākumi, kas tika iegūti no dažādu propagandas sarīkojumu rīkošanas, propagandas materiālu, brošūru, skrejlapu, plakātu un grāmatu izdošanas, kā arī no dažādu personu un organizāciju ziedojumiem.³² Propagandas darba izmaksu jautājums tiks apskatīts nākamajās darba nodaļās.

²⁷ LVVA, 2435 f., 1. apr., 136. l., 4. lpp.

²⁸ Turpat, 4. lpp.

²⁹ b.a. Noteikumi par Latvijas ražojumu propagandas komiteju. *Valdības vēstnesis*, 1933, 14. oktobris, 2. lpp.

³⁰ LVVA, 2435 f., 1. apr., 212. l., 24. lpp.

³¹ Jurevics, J., Salnais, V. Valsts statistiskā pārvalde. *Latvijas valsts finanses 1918./1920. – 1931./1932.* Rīga: Valtera un Rapas akc. sab. grāmatspiestuve. 1937. 136. lpp.

³² LVVA, 2435 f., 1. apr., 136. l., 14. lpp.

2.2 Latvijas ražojumu propaganda sabiedriskajā telpā

Kā 1929. gadā savā ziņojumā Finanšu ministram Ansim Petrevicam uzsvēra Tirdzniecības un rūpniecības departamenta vicedirektors Alberts Zalts, tad ar Latvijas presi bija nepieciešams uzturēt draudzīgas attiecības, kas savukārt pavērs iespējas to izmantot, kā primāro propagandas ieroci Latvijas ražojumu popularizēšanā.³³ Sprotams, ka šāda atziņa nebija nekas jauns, jo līdzīgu praksi ar aktīvu preses iesaistīšanu savu ražojumu propagandēšanā piekopa arī citviet Eiropā.

Šim norādījumam Latvijas ražojumu propagandas komiteja arī sekoja, periodiski ievietojot Latvijas laikrakstos rakstus, kas rosināja Latvijas sabiedrību uz plašāku iekšzemes ražojumu patērēšanu. Īpaši bieži savas publikācijas par šo tēmu presē veltīja propagandas komitejas priekšsēdētājs Pauls Kalnozols, kurš nepārtraukti uzsvēra, ka, pērkot Latvijas ražojumus, ieguvēji būs visi sabiedrības slāņi un Latvijas tautsaimniecība kopumā.³⁴ Šāda veida raksti parasti neaprobežojās tikai ar klajiem saukļiem par savu ražojumu patēriņa celšanas nepieciešamību, bet gan piedāvāja arī visai spēcīgu argumentāciju. Galvenais arguments pirkt latviešu ražojumus bija pasīvā ārējās tirdzniecības bilance, kas 1930. gadā sastādīja 48,5 milj. Ls, bet 1931. gadā 13, 3. Milj. Ls.³⁵ Vēl neapmierinošāku ainu rādīja Finanšu ministrijas aprēķini, kas norādīja, ka 1929. gadā 38% no Latvijā patērētajām ārzemju importa precēm bija iespējams aizstāt ar Latvijā ražotu produkciju. Rakstos tiek norādīts arī uz augošajām bezdarba un bankrota grūtībām, kas draud latviešu uzņēmējiem, amatniekiem un tirgotājiem, ja tādos pat apmēros tiks patērēta ārzemju produkcija.

Latvijas ražojumu propagandas komiteja nebija vienīgā organizācija, kas Latvijas presē iestājās par vietējo ražojumu patērēšanas nepieciešamību. Par Latvijas ražojumu lielāku patēriņu un propagandu iestājās arī augsta ranga Latvijas amatpersonas. Kā zem pseidonīma „Argus” laikrakstā „Jaunākās Ziņas” norādīja Latvijas Ārlietu ministrijas Rietumu nodaļas vadītājs L. Ēķis, tad izeja no saimnieciskās krīzes pirmā kārtā ir meklējama veselīgā saimnieciskā nacionālismā, vispirms stādot priekšā Latvijas ražojumus un nepabalstot ārzemnieku, no kura palīdzību gaidīt esot velti.³⁶ Ēķis arī uzsvēra, ka Latvijā pārāk lielā mērā tiek patērēti ārzemju produkti, kas nebūt neliecina par šī „veselīgā nacionālisma” principa realizēšanos praksē, lai arī Latvijā par nacionālismu tiekot runāts visai daudz.³⁷

³³ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 52. lpp.

³⁴ Kalnozols, P. Latvijas ražojumu propaganda. *Radio Abonaments*, 1932, septembris, 5. – 6. lpp.

³⁵ Aizsilnieks, A. *Latvijas saimniecības vēsture 1914.- 1945.* Sunbiberga: Daugava, 1968. 550.lpp.

³⁶ Argus. Vienīgā izeja – paļaušanās uz pašu spēkiem. *Jaunākās Ziņas*, 1931, 19. marts, 1. lpp.

³⁷ Turpat, 2. lpp.

Līdztekus vietējo ražojumu propagandai Latvijas presē tika izvēsta arī ārzemju ražojumu kontrpropaganda un vēršanās pret plašo ārvalstu izstrādājumu reklāmu Latvijas sabiedriskajā telpā. Dažviet presē un citviet publiskajā telpā parādījās pat klaji noraidoša attieksme pret ārvalstu ražojumiem, nosaucot tos par zemākas kvalitātes produktiem. Tā, piemēram, Latvijas ražojumu propagandas komitejas uzsaukumā Daugavpilī pircēji tika aicināti neiegādāties ārzemju apavus, jo tie esot sliktākas kvalitātes nekā Latvijā ražotie. Šajā gadījumā tika lietoti arī konkrēti ārzemju firmu nosaukumi, kā apavu firma „Bat” kuras ražojumus komiteja aicināja nekādā gadījumā neiegādāties.³⁸ Šādi paziņojumi vietām jau mijās ar neslavas celšanu ārvalstu ražotājiem, tomēr tajā laikā tik skrupulozi uz šādiem izteikumiem neviens neskatījās, īpaši, ja tie kalpoja valsts saimnieciskā stāvokļa uzlabošanai.

Apskatot trīsdesmito gadu sākuma periodiku, jāsecina, ka Latvijas presē aicinājumi patērēt vietējo produkciju ir sastopami periodiski, bet īpaša vietējo ražojumu propagandēšanas aktivitāte ir novērojama, tuvojoties dažādiem svētku pasākumiem un Latvijas ražojumu izstādēm. Tuvojoties kādai Latvijas mēroga ražojumu izstādei, jau vairākas dienas iepriekš un arī visu izstādes norisināšanās laiku galveno Latvijas laikrakstu pirmajās lappusēs tika atvēlēta vieta arī uzaicinājumiem apmeklēt attiecīgo Latvijas ražojumu izstādi. Tā, piemēram, sakarā ar 1931. gada 5. – 14. decembra Latvijas ražojumu izstādi „Jaunāko Ziņu” 1931. gada 4. decembra numura titullapu rotā uzraksts: „Kādēļ esam palikuši nabagi? – Tādēļ, ka pērkam ārzemju ražojumus un izdodam par tiem naudu, bet savas valsts iedzīvotājiem atņemam darbu un maizi. Latvijas ražojumu izstādē būs redzams, ko mēs paši varam savā zemē saražot.”³⁹ Jāpiebilst, ka Latvijas ražojumu izstāžu norise un ar tām saistītie jautājumi tiks aplūkoti tālākajā darba gaitā.

Propagandas komiteja arī aktualizēja jautājumu par pareizu ražojumu pasniegšanas un reklamēšanas problēmu sabiedriskajā telpā. Latvijas ražotājam bija visai grūti konkurēt ar ārzemju firmu intensīvo un labi izstrādāto ražojumu reklāmu, ērtajiem maksāšanas noteikumiem un atvieglotajiem preču izplatīšanas apstākļiem, kurus atbalstīja arī daudzi iekšzemes veikali. Saprotams, ka latviešu uzņēmējs bieži vien nevarēja savai reklāmai atvēlēt lielus līdzekļus, tomēr arī esošos līdzekļus bija iespējams izlietot daudz racionālāk. Uz Latvijas ražotāju kļūdām savas produkcijas novietošanā iekšzemes un ārvalstu tirgos norādīja arī propagandas komiteja. Tās priekšsēdētājs Pauls Kalnozols veltīja kritiku Latvijas uzņēmējiem, minot, ka mūsu valstī reklāma vēl atrodas tikai bērna autiņos un ieteica ņemt piemēru no Rietumeiropas valstu prakses.⁴⁰ Vairums Latvijas uzņēmumu reklāmu vienkārši

³⁸LVVA, 2435f., 1. apr., 138. l., 12. lpp.

³⁹b.a. Kādēļ esam palikuši nabagi? *Jaunākās Ziņas*, 1931, 4. decembris, 1. lpp.

⁴⁰Latvijas propagandas komiteja. *Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa*. Rīga: Armijas spiestuve: 1931, 17. lpp.

neuzrunāja pircēju. Pārsvarā Latvijas firmu reklāmas rotāja apjomīgs firmas nosaukums, bet tikai pēc tam krietni mazākā drukā bija rakstīts, ko tad attiecīgā firma vispār piedāvā. Savukārt liela daļa reklāmu ilustrāciju un zīmējumu bija ārzemnieku reklāmu atdarinājumi. Ārzemju ražojumu reklāma jau izsenis arī bija iekarojusi stabilu vietu latviešu pircēja apziņā, kamēr vietējo ražotāju reklāmas tehnika vēl tikai attīstījās. Uz šo negatīvo parādību norādīja arī padomju vēsturnieks A. Leits, minot, ka lielā un labi organizētā ārzemju preču reklāma nereti mudināja arī vietējos Latvijas uzņēmumus dēvēt savu produkciju par importētu, tai uzliekot uzrakstus vācu vai angļu valodās, tādējādi maldinot pie ārzemju reklāmām pieradušo pircēju.⁴¹ Tādi uzņēmumi, piemēram, bija Judiloviča apavu fabrika, „Brāļu Svetlanu veļa” un „Eska” zeķes. Uz šo problēmu 1930. gadā direktīvajā vēstulē biržas komitejām norādīja arī Alberts Zalts: „Nav ne saprotams, ka tie, kas ieinteresēti tirgus paplašināšanā vietējai produkcijai un kas no savas puses propagandē Latvijas preces, mēģina savus izstrādājumus pasniegt tā, lai pircējam rastos iespaids, ka viņam ir darīšana ar ārzemju precēm.”⁴²

Kā norādīja propagandas komitejas priekšsēdētājs Kalnozols, tad Latvijas precēm neesot neviena savējā īpatnējā preces ieteikšanas veida vai „rokkraksta”.⁴³ Par veiksmīgu preču pasniegšanas piemēru, Kalnozols min kādu velosipēdu reklāmu ASV, kur galvenais uzsvars netika likts uz lielu firmas uzrakstu, bet gan uz laimīgiem braucējiem – meiteni un zēnu un tekstu: „Dosimies uz skolu ātrā un atsvaidzinošā braucienā ar velosipēdu!”⁴⁴ Kā norāda Kalnozols, tad „Šādu reklāmu apskatot, nevilšus rodas skaudība par viņu braukšanas prieku un steidzīgi rodas vēlme doties uz veikalu iegādāties velosipēdu.”⁴⁵

Latvijas ražojumu propagandas komitejas pārstāvji norādīja, ka, lai dotu pretsparu ārzemnieku reklāmai, arī Latvijas ražotājam ir jāiemācās reklāmas un savu produktu pasniegšanas kultūra, valstij ir jāgādā par attiecīgajām mākslas klasēm, kā tas tiek darīts ārzemēs un ir jāiepazīstina ar modernās reklāmas paņēmieniem plašākas rūpnieku un tirgotāju aprindas.⁴⁶

Iekšzemes produkcijas patēriņa veicināšanā, bez Latvijas laikrakstu starpniecības izmantošanas, tika lietots arī Latvijas radiofons. Lai arī uzreiz ir jāpiebilst, ka Latvijas ražojumu propagandēšana, izmantojot radiofonu, bija ievērojami pieticīgāka, neskatoties uz radiofona darbinieku un speciālistu vairākkārtējiem atgādinājumiem par šī medija plašajām, bet neizmantotajām iespējām šajā jomā. Kā radiofona klausītāju žurnālā „Radio Abonaments”

⁴¹ Leits, A. *Buržuāziskās Latvijas ekonomiskie un saimnieciskie sakari*. Rīga: Latvijas valsts izdevniecība, 1958. 141. lpp.

⁴² Turpat, 141. lpp.

⁴³ Latvijas propagandas komiteja. *Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa*. Rīga: Armijas spiestuve: 1931, 17. lpp.

⁴⁴ Turpat, 18. lpp.

⁴⁵ Turpat, 18. lpp.

⁴⁶ Turpat, 19. lpp.

1933. gadā norādīja žurnāla galvenais redaktors Alberts Trelle, tad Latvijā netiek pilnībā novērtētas radio sniegtās propagandas iespējas savu ražojumu reklamēšanā, nemaz nerunājot par Latvijas popularizēšanu ārvalstīs. Kā uzsvēra Trelle: „Citas valstis pārraida raidījumus un sveiciens klausītājiem vairākās valodās. Kāpēc mēs nesekojam Eiropas jau izstrādātajam paraugam, ja pašiem nav savas idejas? Pat Vācija, viena no mūsu tuvākajām kaimiņvalstīm, ir tik „labi” informēta, ka viņas radiožurnālos ziņo, ka Madona atrodas Vācijā.”⁴⁷

Lai arī ārzemēs Latvijas preču propaganda nevedās, tad iekšzemē ar radiofona palīdzību tika reklamētas lielākās Latvijas ražojumu izstādes, kā arī izteikti aicinājumi attiecīgās izstādes noteikti apmeklēt. Tā, piemēram, 1933. gadā Latvijas iedzīvotāji, tika aicināti apmeklēt jūnijā notiekošo ceļojošo izstādi, kas ar dzelzceļa vagoniem apbraukāja lielākās Latvijas pilsētas.⁴⁸ Radiofona nepietiekamo izmantošanu iekšzemes ražojumu patēriņa veicināšanā varētu skaidrot ar salīdzinoši mazo radiofona abonementu skaitu, kas, pēc statistikas pārvaldes datiem, 1930. gadā sastādīja 33 146 abonentu.⁴⁹

Ievērojams bija Latvijas ražojumu propagandas komitejas darbs dažādu Latvijas ražojumu propagandējošu materiālu – plakātu, brošūru, uzsaukumu un citu aicinājumu patērēt vietējo produkciju izplatīšanā. Pēc propagandas komitejas aprēķiniem, 1931. gadā vien visā Latvijā zem saukļa „Pērc Latvijas ražojumus savā labā!” tika izplatīti plakāti un brošūras vairāk, kā 200 000 eksemplāru apmērā ar atgādinājumu pirkt Latvijas ražojumus.⁵⁰

Visai kolorīti bija propagandas komitejas veidotie plakāti, kuri vēstīja sabiedrībai, ka Latvijas ražojumi kvalitatīvi neatšķiras no dārgākajiem ārzemju ražojumiem. Plakātu ilustrācijas un teksti tika veidoti visai asprātīgi un uzrunājoši. Tā, piemēram, kāds propagandas komitejas izdots iekšzemes lauksaimniecības patēriņa propagandas plakāts vēstīja: „Tā pati govys dod pienu ārzemju un Latvijas sieram. Tikai ārzemju sieram lielāka reklāma, dažām šķirnēm arī lielāki caurumi un tas dārgāks. Kamdēļ pārmaksāt par ārzemju sieru?”⁵¹ Savukārt kāds cits Latvijas zivju patēriņu propagandējošs plakāts ar attēlotu bēdīga paskata lasi vēsta: „Latvijas zivis protestē pret ārzemju zivju patēriņu! Latvijas ūdeņos mīt vērtīgas zivis, kuras visā pasaulē skaitās par retu gardumu. Vai mēs šo gardumu neprotam cienīt?”⁵²

Latvijas pārtikas produktu propagandas plakātu saukļus papildināja arī veselīga uztura fakti, kam vajadzēja uzrunāt patērētāju. Kā vēsta kāds Latvijas zivju patēriņa veicināšanas

⁴⁷ A. Trelle. Steidzoši izšķirami jautājumi. *Radio Abonaments*, 1933, februāris, 4. lpp.

⁴⁸ LVVA, 2435f., 1. apr., 212. l., 6. lpp.

⁴⁹ Jurevics, J., Salnais, V. Valsts statistiskā pārvalde. Latvijas valsts finanses 1918./1920. – 1931./1932. Rīga: Valtera un Rapas akc. sab. grāmatspiestuve. 1937. 178. lpp.

⁵⁰ Latvijas propagandas komiteja. *Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa*. Rīga: Armijas spiestuve: 1931, 25. lpp.

⁵¹ Turpat, 27. lpp.

⁵² Turpat, 144. lpp.

plakāts: „Zivju gaļa ir veselīga, viegli sagremojama. Pie daudzām zivju sugām tā satur proporcionāli daudz vairāk olbaltuma un taukvielu nekā vidēji liesa vērša, jēra, u.c. lopu gaļa. Viņa tā tad barojošāka.”⁵³ Līdzīgi tika pamatota arī Latvijas piena lietošanas nepieciešamība, norādot, ka tas satur ne vien barības vielas, bet arī vitamīnus, kas nepieciešami kā jaunam, tā vecam.

Propagandas plakātos netika paustas vien klaji populistiskas domas, bet iekšzemes ražojumu patēriņa celšanas nepieciešamība bieži tika pamatota arī ar konkrētu Latvijas saimniecības statistiku. Tā, piemēram, šajos plakātos tika apspēlēta Latvijas pasīvās ārējās tirdzniecības bilances tematika. Kā vēsta kāds 1931. gada propagandas plakāts ar nosaukumu „Taisi caurumu ciet!”, tad „Pagājušā gadā vien izdots par importprecēm 296 milj. Ls t.i. gandrīz otrtik, kā viss pagājušā gada valsts budžets un par 48 milj. latu vairāk, nekā no Latvijas eksportēts. Ko mēs ieņemam un ietaupām, iet kā caurā traukā. Cik ilgi tā saimniekosim? Aizbāzīsim caurumu mūsu naudas lādei! Neizdosim naudu par tādām precēm, kuras varam ražot pie sevis Latvijā!”⁵⁴

Latvijas ražojumus propagandējoši plakāti un uzsaukumi tika izkarināti gandrīz visos dzelzceļa vagonos, valsts un sabiedriskās iestādēs un citās publiskās vietās.⁵⁵

Visai aktīvi propagandas komiteja darbojās arī uzsaukumu un skrejlapu izplatīšanā. Īpaša uzsaukumu izplatīšanas aktivitāte bija manāma dažādu valsts svētku un citu sabiedrisku pasākumu laikā, kad vienkopus pulcējās lielas cilvēku masas. Tā, piemēram, uz 1930. gada dziesmu svētkiem tika izdalīti vairāki desmiti tūkstoši uzsaukumu un kartiņu ar prezidenta Kvieša un propagandas komitejas aicinājumu pirkt Latvijas preces un atbalstīt vietējos ražotājus.⁵⁶ 1930. gada dziesmu svētku norises laikā Esplanādē tika novietoti apjomīgi koka plakāti, Rīgas un Jūrmalas dzelzceļa dambi rotāja liels skārda plakāts ar uzrakstu – „Apzinīgs pilsonis patērē tikai Latvijas ražojumus!” Latvijas ražojumu propagandas komitejas skrejlapas un plakāti tika izdalīti arī zemnieku gājienā un zāļu vakarā 22. jūnijā. Skrejlapas un brošūras ar aicinājumiem pirmā kārtā izvēlēties Latvijas produkciju tika izplatītas arī dažādās sporta sacīkstēs, grāmatu un dzīvokļu izstādēs, lauksaimniecības nedēļā, kas norisinājās 1931. gada 23. – 26. februārī.⁵⁷ Kā norāda Latvijas ražojumu propagandas komitejas priekšsēdētājs Kalnozols, tad propagandas komiteja nelaida garām nevienu daudz maz nozīmīgu pasākumu, lai to izmantotu iekšzemes ražojumu patēriņa propagandas nolūkiem.⁵⁸

⁵³ Latvijas propagandas komiteja. *Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa*. Rīga: Armijas spiestuve: 1931, 144. lpp.

⁵⁴ Turpat, 26. lpp.

⁵⁵ Turpat, 26. lpp.

⁵⁶ Kalnozols, P. Eksporta veicināšana un savu ražojumu propaganda. *Ekonomists*, 1931, 15. augusts, 515. lpp.

⁵⁷ Turpat, 515. lpp.

⁵⁸ Turpat, 515. lpp.

Speciāli Latvijas ražojumu propagandēšanas nolūkiem tika uzņemtas arī propagandas filmas. Tā, piemēram, 1931. gadā tika izdota 1000 metru gara propagandas filma ar nosaukumu „Ko darīt?”, kuru bija paredzēts izrādīt Ziemassvētkos, tomēr, tehnisku apsvērumu dēļ, to izdevās demonstrēt februārī.⁵⁹ Filma, kopā ar dažādiem priekšlasījumiem tika demonstrēta lielākajās Latvijas pilsētās. Tika gatavotas arī speciāli ārzemju auditorijai paredzētas filmas, kā filma par Latvijas linkopību un ražošanas metodēm, kuru demonstrēja Latvijas ražojumu standā Antverpenes saimniecības izstādē Beļģijā.⁶⁰

Iekšzemes ražojumu popularizēšanas nolūkā tika noturēti arī speciāli priekšlasījumi un zinātniskie vakari. Tā, piemēram, 1930. gada novembrī Rīgas amatnieku biedrības zālē ar saviem priekšlasījumiem uzstājās finansu ministrs Petrevics, zemkopības ministrs Gulbis un citas augsta ranga Latvijas amatpersonas. Šajos priekšlasījumu vakaros tika iesaistītas arī studentu korporācijas.⁶¹ Šādi priekšlasījumu vakari tika rīkoti visai regulāri, īpaši uz Latvijas ražojumu izstāžu laiku. 1931. gada 5. – 14. decembrī notiekošās izstādes laikā Rīgā, Antonijas ielā 19 norisinājās plaša lauksaimnieku un rūpnieku apspriede ar priekšlasījumiem. Tajā uzstājās saimnieciskie darbinieki, kā rūpnieks E. Fogeļs ar savu priekšlasījumu „Pēc kā mūsu rūpniecība cenšas”, Finanšu ministrijas pārstāvis A. Ozols uzstājās ar lasījumu „Mūsu rūpniecība” un inženieris Balzars ar savu priekšlasījumu „Izmēģinātās lauksaimniecības mašīnas un darba rīki.”⁶² Šiem priekšlasījumu vakariem parasti sekoja arī jautājumi un debates par Latvijas tautsaimniecībai svarīgiem jautājumiem.

Visai oriģinālā veidā Latvijas ražojumi tika popularizēti ar propagandas komitejas rīkoto veikalu skatlogu dekorēšanas konkursu palīdzību. Pirmais šāda veida konkurss tika sarīkots 1930. gada jūlijā.⁶³ Konkursa dalības galvenais kritērijs bija veikala skatloga izrotāšana latviskā stilā ar norādēm, ka šis veikals atbalsta Latvijas ražotājus un aicina iegādāties Latvijā ražoto produkciju. Veikalu skatlogus rotāja Latvijas karogi, vimpeli, ozollapu vainagi, dažādi saukļi, kā „3 vārdi: Pērc Latvijas ražojumus!”⁶⁴ Visai uzskatāmu piemēru savu skatlogu izgreznošanā rādīja Kara ministrijas armijas ekonomiskais veikals Rīgā, Audēju ielā 16.⁶⁵ Veikalu skatlogos priekšplānā tika izvietota arī Latvijā ražotā produkcija: siera rituļi, sviesta mucas, konservi un citas preces. Veikalu skatlogus vērtēja speciāli izveidota komisija, un labākajiem veikalu skatlogu īpašniekiem tika piešķirtas

⁵⁹Kalnozols, P. Eksporta veicināšana un savu ražojumu propaganda. *Ekonomists*, 1931, 15. augusts, 514. lpp.

⁶⁰Rāčenis, H. Godalgošanas komisijas darbība Antverpenes 1930. g. pasaules izstādē. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 21. lpp.

⁶¹Kalnozols, P. Eksporta veicināšana un savu ražojumu propaganda. *Ekonomists*, 1931, 15. augusts, 514. lpp.

⁶²LVVA, 2435f., 1. apr., 136. l., 38. lpp.

⁶³Turpat, 20. lpp.

⁶⁴b.a. Kara ministrijas armijas ekonomiskais veikals. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 31. lpp.

⁶⁵Turpat, 31. lpp.

godalgas 100 Ls apmērā.⁶⁶ Skatlogu konkurss guva plašu atsaucību ne vien Rīgā, bet arī Tukumā, Liepājā un citās Latvijas pilsētās. Bieži vien, arī pēc sacensību beigām šāds skatloga noformējums netika noņemts un kļuva par veikala pastāvīgo dekorējumu.

Pie Latvijas ražotāju propagandēšanas sabiedriskajā telpā ir īpaši jāizceļ propagandas komitejas 1931. gadā izdotā grāmata „Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa”. Kā jau tika minēts, tad Latvijas ražotājs bieži vien nespēja konkurēt ar ārzemju ražojumu reklāmas apjomu un organizētību, tāpēc bieži vien radās tāda situācija, ka daudzi Latvijas uzņēmumi un arī valsts iestādes bija neziņā, vai attiecīgo precī vispār Latvijā ražo.⁶⁷ Šim nolūkam Latvijas ražojumu propagandas komiteja izdeva speciālu uzziņu materiālu grāmatu, kas sniegtu informāciju par Latvijas ražotājiem un firmām, to kontaktinformāciju, darbību, ražoto produkciju un šķirtnēm. Grāmata tika sadalīta pa atsevišķām nodaļām, kas reprezentēja atsevišķas Latvijas saimniecības nozares, kā, piemēram, ķīmiskā rūpniecība, kokrūpniecība, pārtikas un garšvielu rūpniecība utml. Katrā nodaļā pēc atbilstības kādai konkrētai nozarei arī tika ievietots attiecīgais uzņēmums.

Propagandas komisijas pārstāvji arī aktīvi nodarbojās ar uzņēmumu uzziņu ievākšanu. Ieinteresētie uzņēmumi savas ziņas varēja sākt piesūtīt 1930. gadā, bet ziņu ievākšanas beigu datums un rediģēšanas sākums tika nolikts ne vēlāk par 1931. gada 1. februāri.⁶⁸ Šajā grāmatā publicēt sava uzņēmuma darbības aprakstu bija aicināts ikviens Latvijas uzņēmējs, ražotājs vai tirgotājs. Par 100 Ls maksu bija iespējams atvēlēt grāmatā lappusi sava uzņēmuma aprakstam, bet par 60 Ls varēja rezervēt pusi no lappuses.⁶⁹ Kā norādīja propagandas komitejas pārstāvji, tad grāmata netika veidota peļņas nolūkos, jo iegūtā nauda tika izlietota grāmatas izdošanai. Grāmata kopumā tika tiražēta 100 000 eksemplāros un izdalīta bez maksas, pat sedzot piegādes izdevumus.⁷⁰ Grāmatas nonāca galvenokārt katra pilsētu un lauku tirgotāja un ražotāja rokās, valsts resoru iepirkšanas nodaļās un Latvijas pārstāvniecībās un konsulātos ārvalstīs. Sprotams, ka ne visi Latvijas ražotāji iesniedza propagandas komitejai sava uzņēmuma datus. Ne visi mazie ražotāji, amatnieki arī spēja atļauties samaksāt tos pašus 100 vai 60 Ls propagandas komitejai par sava uzņēmuma iekļaušanu grāmatā, savukārt cits uzņēmējs to neizdarīja vienkārši nolaidības dēļ. Tomēr jāpiebilst, ka grāmatas uzņēmumu saraksts ir visai plašs. Šīs grāmatas izplatīšana pārstāvniecībām ārzemēs, uzņēmumiem un ieinteresētajām personām sniedza ražotājiem nesalīdzināmi labāku reklāmu nekā jebkuri citi sīkie sludinājumi Latvijas laikrakstos.

⁶⁶LVVA, 2435f., 1. apr., 136. l., 20. lpp.

⁶⁷ „Kurzemes Vārds” korespondents. Latvijas ražojumu parāde. *Kurzemes Vārds*, 1932, 13. Septembris, 2. lpp.

⁶⁸ LVVA, 2435f., 1. apr., 136. l., 13. lpp.

⁶⁹Turpat, 5. lpp.

⁷⁰Turpat, 13. lpp.

Šī grāmata ne tikai sniedza uzziņu materiālu par Latvijas ražotājiem un uzņēmējiem, bet arī sniedza praktiskus padomus Latvijas ražojumu pasniegšanā un reprezentēšanā, norādīja uz pieļautajām ražotāju un valsts saimniecības kļūmēm savu ražojumu propagandā.⁷¹ Grāmata arī sniedz ieskatu citu Eiropas valstu praksē savu ražojumu propagandēšanas darbā, kā arī tirdzniecisko apstākļu pētīšanā un savu ražojumu eksporta veicināšanā.

„*Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa*” ietver sevī vēl vienu tautsaimniecībai svarīgu jautājumu, ko bija aktualizējusi propagandas komiteja – nacionālo preču zīmju ieviešanu, kā Latvijas ražojumu propagandēšanas līdzekli.⁷² Lai arī savas preču kvalitātes un atpazīstamības zīmes saviem ražojumiem vairāki Latvijas uzņēmumi bija ieviesuši jau iepriekš, tomēr vienotas Latvijas ražojumu preču zīmes sabiedriskajā telpā ieviešanas nepieciešamību aktualizēja tieši ražojumu propagandas komitejas locekļi. Kā norādīja Kalnozols, tad šāda preču zīmes ieviešana izceltu Latvijas ražojumus no lielā ārvalstu ieviedumu klāsta un pircējam būtu vieglāk izpildīt savu pilsoņa pienākumu pret valsti.⁷³ Latvijas ražojumu atpazīšanas zīme ievērojami samazinātu tādas situācijas, kad pircējs nezina, kur prece ir ražota, vai arī pārdevējs mēģina tam notirgot ārzemju preci, nodēvējot to par Latvijas ražojumu. Preču zīmei bija paredzēts kalpot arī par sava veida kvalitātes mērauklu, jo tā būtu piešķirama tikai pie noteiktas kvalitātes standartu izpildīšanas. Tādā veidā arī tiktu spodrināts Latvijas ražojumu kvalitātes tēls, jo ražotāji daudz rūpīgāk piedomātu pie savas produkcijas kvalitātes.

Lai arī par vienotas Latvijas ražojumu preču zīmes ieviešanas nepieciešamību propagandas komiteja iestājās jau 1931. gadā, tikai 1934. gada rudenī Finanšu ministrija šo ieteikumam piekrita un izstrādāja attiecīgu likumprojektu „Likums par Latvijas ražojumu marku.”⁷⁴ Jāpiebilst, ka šajā likumprojektā par valsts preču zīmi netika sekots kādas konkrētas valsts piemēram, lai arī tādu bija daudz, kā angļi ar savu „Produce of England and Wales” vai norvēģi ar savu „Norsk Fabrikat” preču zīmes koncepciju. Latvijas preču zīmju likumprojekts aizņēmās pa druskai no vairāku valstu preču zīmju likumprojektiem, tos pielāgojot savām vajadzībām. Likumprojekts paredzēja: „Latvijas ražojumu marka ir nodibināma Latvijas ražojumu propagandai, aizsardzībai, pazīšanas atvieglināšanai, kvalitātes nodrošināšanai un pacelšanai un patēriņa veicināšanai iekšzemē un ārzemēs.”⁷⁵ Šajā sakarā arī tika izveidota speciāla Latvijas markas ražojumu komiteja, kuras sastāvā bija 3 Finanšu ministrijas un 2

⁷¹ Latvijas propagandas komiteja. *Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa*. Rīga: Armijas spiestuve: 1931, 18. lpp.

⁷² Turpat, 29. lpp.

⁷³ Turpat, 29. lpp.

⁷⁴ Zāgars, V. Nacionālās preču zīmes. *Ekonomists*, 1934, 31. oktobris, 709. lpp.

⁷⁵ Turpat, 710. lpp.

saimniecisko organizāciju pārstāvji.⁷⁶ Ražotājiem, kas vēlējās iegūt Latvijas ražojumu marku, nācās vērsties pie šīs komitejas ar rakstisku iesniegumu un komiteja tālāk lēma par zīmes piešķiršanu vai nepiešķiršanu ražotājam. Komitejas kompetencē ietilpa arī ražotāja iesniegto ziņu patiesuma pārbaude un ražojumu kvalitātes pārbaude un par pārkāpumiem marku varēja arī atņemt. Markas piešķiršanas izmaksas, kas nebija lielas, sedza pretendents no saviem līdzekļiem. Tā, kā markas komitejā bija vien 5 cilvēki, tad, lai tiem nerastos neizpildāms noslogojums, komitejai tika izveidotas vairākas atsevišķām saimniecības nozarēm, kurās ietilpa šo attiecīgo nozaru profesionāļi.⁷⁷

Par nepatiesu ziņu sniegšanu Latvijas markas ražojumu komitejai uzņēmējam draudēja tāds pats soda mērs, kāds pienākas par nepatiesu ziņu sniegšanu valsts ierēdnim - cietumsods.⁷⁸ Ja ražotājs pats uz savu roku pievienoja saviem ražojumiem Latvijas marku, bez komitejas atzinuma, par to pienācās 5000 Ls naudas sods.

Latvijas ražojumu markas ieguve ražotājam nebija obligāta, bet to iegūt bija vistiešākajās ražotāja interesēs, jo Latvijā izvērstā preču propaganda labvēlīgi ietekmēja tieši markas produktus. Blakus markai varēja atrasties arī paša uzņēmuma personīgā preču zīme.

Ar markas ieviešanu, savā ziņā tika ieviesta arī patērētāja uzraudzība pār ražotāju, jo tas par nekvalitatīvu markas preci varēja ziņot Latvijas ražojumu markas komitejai un tā ražotājam varēja preču zīmi atņemt. Papildus marka kalpoja kā kolektīvās propagandas ierocis gan iekšzemē, gan arī ārvalstīs.

Kas attiecas uz nosaukumu „Latvijas ražojumu marka”, tad to esot bijis visai grūti izvēlēties, bet no daudzajiem variantiem tas esot šķitis vispiemērotākais, turklāt, šo nosaukumu lasot, arī ārzemniekam, kas latviešu valodu neprata, radās pazīstamas asociācijas.⁷⁹

Lai arī kopumā Latvijas ražojumu propagandas idejas sabiedriskajā telpā guva atsaucību un pilsoniski noskaņoti iedzīvotāji iespēju robežās arī centās tai sekot, tomēr propagandas komitejai nācās saskarties arī ar savu daļu kritikas. Kritiku propagandas komisijai veltīja atsevišķi Latvijas minoritāšu pārstāvji, kas atsevišķos gadījumos Latvijas ražojumu propagandēšanu uztvēra, kā tikai latviešu ražotāju interešu aizstāvēšanu un popularizēšanu.⁸⁰ Lai arī jāpiebilst, ka propagandas komiteja savos uzsaukumos un aicinājumos konsekventi lietoja terminu „Latvijas ražojumi”, nevis tikai „latviešu ražojumi”, tomēr tas līdz galam tā arī nenovērsa domstarpību rašanos šajā jautājumā. Šos pārmetumus

⁷⁶ Zāgars, V. Nacionālās preču zīmes. *Ekonomists*, 1934, 31. oktobris, 711. lpp.

⁷⁷ Turpat, 711. lpp.

⁷⁸ Turpat, 711. lpp.

⁷⁹ Turpat, 711. lpp.

⁸⁰ Kalnozols, P. Latvijas ražojumu propaganda. *Radio Abonaments*, 1932, septembris, 5. – 6. lpp.

Latvijas ražojumu propagandas komitejas priekšsēdētājs Kalnozols radio žurnālā „Radio Abonaments” arī centās atspēkot: „Daudzi atkal šādus uzaicinājumus iztulko nacionālā garā: mēs, lūk, neesam latvieši un tādēļ mūs nevar piespiest pirkt šīs zemes ražojumus. [...] Ikvienu pilsoņa pienākums gan būtu ievērot, ka Latvijas ražojumu propaganda neaizstāv atsevišķu grupu intereses, ka tā norit visas valsts mērogā un tās mērķis ir gūt panākumus pašu pilsoņu labā.”⁸¹

Daļa sabiedrības Latvijas ražojumu propagandas komitejas darbā saskatīja vien pakalpojumu noteiktām saimniekotāju grupām – tirgotājiem un rūpniekiem. Šāds uzskats savā ziņā balstījās uz faktu, ka propagandas komisija atradās zem Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta un Latvijas ražojumu propagandas komitejas vadītājs Kalnozols ieņēma šī departamenta direktora amatu. Komitejā darbojās arī citi Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta pārstāvji, kā Alberts Zalts un Hugo Bergs. Tomēr šādus pārmetumus propagandas komitejai, ka tā darbotos tikai atsevišķu grupu interesēs, nevar uzskatīt par pamatotiem, jo komitejā amatus ieņēma arī vairāki pārstāvji no Zemkopības ministrijas, Latvijas patērētāju biedrību savienības, Pilsētu savienības, Rīgas biržas un citām valstiskām un privātām organizācijām. Arī propagandas komitejas uzsaukumos, plakātos un citos propagandas materiālos sabiedrība galvenokārt tika aicināta patērēt Latvijas ražojumus, nevis tikai kādas atsevišķas nozares produkciju.

Savukārt atsevišķa sabiedrības daļa šajā iekšzemes preču patēriņa veicināšanas darbā saskatīja arī vienkārši modernus veikalnieciskus paņēmienus, nosaucot to par spēlēšanu uz nacionālajām un patriotiskajām jūtām, lai papildus piesaistītu arī naivākos noņēmējus savām precēm.⁸² Nevar arī apgalvot, ka Latvijas ražotāji šādu situāciju neizmantoja savām interesēm un saukļi „Pērciet Latvijas ražojumus!” bieži vien kļuva par uzņēmumu produkcijas reklāmu sastāvdaļu presē un citviet sabiedriskajā telpā. Šādi saukļi, piemēram, nāca klāt pie V. Ķuzes saldumu fabrikas produkcijas reklāmām.⁸³

⁸¹ Kalnozols, P. Latvijas ražojumu propaganda. *Radio Abonaments*, 1932, septembris, 5. – 6. lpp.

⁸² Turpat, 5. – 6. lpp.

⁸³ b.a. V. Ķuzes saldumu fabrikas reklāma. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 38. lpp.

2.3 Latvijas ražojumu iekšzemes izstādes

Īpaši nozīmīgu vietu Latvijas ražojumu propagandēšanā ieņem Latvijas ražojumu izstādes, kas trīsdesmito gadu sākumā tika rīkotas ar vēl nebijušu vērienu. Šajās izstādēs arī tika atspoguļotas Latvijas tautsaimniecības reālās iespējas.

Saprotams, ka ražojumu izstādes nerīkoja vienīgi, lai paustu nepieciešamību lietot Latvijā ražoto produkciju. Izstāžu ideja izsenis ir tikusi balstīta arī uz vienkāršiem, saimnieciskiem apsvērumiem. Ražotājam izstāde paver iespēju nodibināt kontaktus ar savas produkcijas noņēmēju, iepazīties ar saviem konkurentiem un viņu sasniegumiem. Savukārt apmeklētājs varēja iepazīties ar jaunākajiem sasniegumiem attiecīgās preces ražošanas tehnikā, novērtēt Latvijas tautsaimniecības iespējas, kā arī vienkārši kvalitatīvi pavadīt laiku. Tomēr, atgriežoties pie iekšzemes ražojumu patēriņa propagandas jautājuma, jāsecina, ka Latvijas tautsaimniecības izstādes šajā sfērā bija neizstājamas. Šo izstāžu uzdevumu propagandas laukā īsumā varētu raksturot šādi: kļiedēt atsevišķā sabiedrības daļā radušās šaubas un skepsi par Latvijas ražošanas iespējām, atspēkot pārmetumus par Latvijas ražojumu sliktu kvalitāti, kā arī dot pretsparu kritikai, kas norādīja, ka, valdības ieviesto importa ierobežojumu dēļ, daudzi ražojumi Latvijā vairs nav pieejami. Par katru no minētajiem uzdevumiem tiks runāts darba nodaļas gaitā.

Vispirms būtu jāpievēršas Latvijas ražojumu izstāžu norises jautājumam. Kā jau tika minēts, tad 1930. gadu sākumā Latvijas ražojumu izstādēm sāka veltīt īpašu vērtību un tām gatavojās jau vairākas nedēļas iepriekš, attiecīgi jau iepriekš par to plaši ziņojot presē, radiofonā un citviet sabiedriskajā telpā. Vislatvijas mēroga ražojumu izstādes tika rīkotas katru gadu, tomēr no tām visuzskatāmāko piemēru Latvijas ražojumu popularizēšanā sniedz grandiozā 1932. gada izstāde Esplanādē, kas norisinājās no 10. līdz 27. septembrim. Šī izstāde arī darbā tiks ņemta par galveno piemēru Latvijas propagandas izstāžu rīkošanai. Kā jau tika minēts, tad šo izstāžu propaganda Latvijā presē bija visnotaļ apjomīga. Jau vairākas dienas pirms izstādes atklāšanas un arī visas izstādes norises gaitā lielākajos Latvijas laikrakstos, kā „Jaunākās Ziņas”, „Centra Balss”, „Kurzemes Vārds”, „Latvijas Kareivis”, kā arī vietējo laikrakstu pirmajās lapās tika publicēti aicinājumi noteikti apmeklēt Latvijas ražojumu izstādi un iepazīties ar Latvijas darba sasniegumiem.⁸⁴

Speciāli Latvijas ražojumu izstādēm tika sasauktas izstāžu rīkošanas komitejas, kuras pa lielākajai daļai sastāvēja no tiem pašiem Latvijas ražojumu propagandas komitejas locekļiem.⁸⁵ Pauls Kalnozols ieņēma izstādes rīcības komitejas priekšsēdētāja amatu, tāpat arī

⁸⁴ b.a. Apmeklējiet Latvijas ražojumu izstādi. Centra Balss, 1932, 16. Septembris, 1.lpp.

⁸⁵ Kukurs, A., J. Mūsu darba parāde. *Latvijas Tirtotājs*, 1932, septembris, 6. lpp.

citi propagandas komitejas locekļi, kā Hugo Bergs, Alberts Zalts, bija izstāžu organizētāju vidū. Esplanādes izstādes galvenais organizators bija Oskars Steinbergs. Jāpiebilst, ka Esplanādes izstādes rīkošanas ideja arī piederēja Latvijas ražojumu propagandas komitejas pārstāvjiem.

Kas attiecas uz tik liela apmēra izstādes finansēšanu, kas iekļāva sevī paviljonu projektēšanu un izbūvi, propagandas materiāla (brošūru, uzsaukumu, plakātu, resoru diagrammu u.c.) izstrādāšanu, izstādes apkalpojošā personāla algošanu, reprezentīvos un citus izdevumus, tad to segšanu uzņēmas Finanšu Ministrija.⁸⁶ Izstādīties gribošajam ražotājam bija jāsedz tikai savu ražojumu transportēšanas izdevumi un sava stenda dekoratīvo un informatīvo materiālu izdevumi.

Izstāžu atklāšana parasti notika visai svinīgi un grandiozi un tajās piedalījās svarīgākās valsts amatpersonas. Latvijas ražojumu propagandas izstādē Esplanādē kā goda viesi tika pieaicināti Finanšu, Zemkopības, Satiksmes un citu ministriju pārstāvji, valsts prezidents Kviešis, Saeimas priekšsēdētājs Kalniņš un citi. Izstādes laikā Esplanādi un citas Rīgas vietas rotāja Latvijas karogi, bet par muzikālo pavadījumu atklāšanas un arī visas izstādes garumā rūpējās Vidzemes divīziju kara orķestri.⁸⁷ Prezidents Kviešis, kam bija piešķirts reprezentatīvais izstādes goda protektorāta tituls, 10. septembrī atklāja izstādi ar vārdiem: „Kas pēdējās dienās gāja gar Esplanādi, tie redzēja, cik strauji ritēja darbi. Laukumā pacēlās aizvien jaunas, skaistas celtnes pašu zemes ražojumu paraugu novietošanai. [...] Vietējo ražojumu propaganda jau laidusi dziļas saknes. Citādi ražotāji, ja tie nebūtu pārliecināti par patērētāju atbalstu, arī neuzdrošinātos šādu pasākumu realizēt. Ir vajadzīga liela drosme, lai patreizējā krīzes laikā sarīkotu tik lielu izstādi. Tomēr, ja šāda drosme ir radusies, tad tas arī rāda, ka krīze nav nopietni skārusi mūsu saimnieciskās dzīves nervu, mūsu ražotāju enerģiju un izturību un viņu gribu cīnīties līdz galam, kamēr pienāks labāki laiki.”⁸⁸ Savā ziņā viens no šīs izstādes propagandas uzdevumiem arī ietvēra prezidenta Kvieša sacīto – parādīt sabiedrībai, ka Latvijas saimnieciskie pamati nav satricināti un arī krīzes apstākļos ir iespējama saimnieciskā darbība un attīstība.

Latvijas ražojumu izstāde aptvēra visas Latvijas rūpniecības, amatniecības un lauksaimniecības nozares un tika gādāts, lai šajās izstādēs tiktu demonstrēti visi Latvijas ražojumu sasniegumi bez izņēmuma. 1932. gada septembra izstādē Esplanādē piedalījās vairāk, kā 500 Latvijas uzņēmumu no dažādām ražošanas nozarēm – tekstilrūpniecība, pārtikas rūpniecība, kokrūpniecība, ķīmiskā rūpniecība, mēbeļu ražošana, radiotehnikas

⁸⁶ Kukurs, A., J. Mūsu darba parāde. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 7. lpp.

⁸⁷ U. Latvijas ražojumu izstāde vēl paplašināsies. *Latvijas Kareivis*; 1932, 14. septembris, 1. lpp.

⁸⁸ b.a. Ko rāda Latvijas ražojumu izstāde. *Latvijas Kareivis*, 1932, 11. septembris, 1. lpp.

rūpniecība, ķīmiskā rūpniecība, ādu rūpniecība un daudzas citas ražošanas nozares. Izstādē plaši pārstāvēti bija arī valsts uzņēmumi, kā Jelgavas cukurfabrika, Liepājas kara ostas darbnīcas, Latvijas biškopības centrālbiedrība, eksportsviestu kontrole, meliorācijas departaments, Latvijas lauks, Priekuļu selekcijas stacija, Zemgales lauksaimniecisko organizāciju savienība, Zemkopības ministrijas zvejniecības nodaļa, mežu departaments, Valsts elektrotehniskā fabrika un daudzi citi uzņēmumi.⁸⁹ Kopumā izstādīties gribētāju bija tik daudz, ka izstrādātie Esplanādes paviljonu apbūves plāni bija jāpārgroza pat vairākas reizes.⁹⁰ Paviljonu apbūves plānojums tika grozīts arī izstādes laikā, kad 15. septembrī papildus tika atvērta arī vesela putnkopības nodaļa ar 36 izstādītājiem.

Sakarā ar apjomīgo paviljonu būvi Esplanādē, valdībai nācās arī uzklaut pārmetumus, kas bija saistīti ar būvmateriālu izšķērdēšanu paviljonu celtniecībai, jo pēc tam tāpat tos nāksies nojaukt.⁹¹ Šos pārmetumus Kalnozols atspēkoja, norādīdams, ka paviljonu celtniecībā izmantotos materiālus varēs izmantot arī tālāk. Arī pēc izstādes noslēgšanās paviljoni un stendi netika nojaukti uzreiz, jo 7. – 10. oktobrī tur norisinājās apjomīga Latvijas dārzkopības izstāde, tāpēc pārmetumiem par nelietderīgo materiālu izlietojumu nebija sevišķa pamatojuma.⁹²

Jāpiebilst, ka bez apjomīgām Latvijas ražojumu izstādēm kā, 1932. gada izstāde Esplanādē, tika rīkotas arī mazākas, taču izdomā ne pieticīgākas izstādes, kā ceļojošā izstāde 1933. gada jūnijā speciāli izstādes vajadzībām norīkotā vilcienā ar vairāk, kā 35 dzelzceļa vagoniem.⁹³ Šīs izstādes iniciatīva šoreiz nenāca no Latvijas ražojumu propagandas komitejas, bet gan no Latvijas Dzelzceļa aizsargu pulka, kas saskaņoja šo ideju ar Finanšu, Iekšlietu un Satiksmes ministrijām. Ceļojošā izstāde pieturēja visos svarīgākajos Latvijas dzelzceļa punktos: Siguldā, Cēsīs, Valmierā, Valkā, Piebalgā, Gulbenē, Jaunlatgalē, Rēzeknē, Daugavpilī, Līvānos, Krustpilī, Pļaviņās, Madonā, Cesvainē, Ogrē, Tukumā, Stendē, Ventspilī, Jelgavā, Dobelē, Saldū, Skrundā un Liepājā.

Izstādīties gribētājiem bija jāmaksā 50 Ls par vagona kvadrātmetru, kas, kā norādīja dzelzceļa aizsargu pulka komandieris, bija uzskatāma par ļoti zemu maksu, ņemot vērā izstādes mērogu un ilgumu.⁹⁴ Arī apmeklēšanas maksa tika noteikta zema, lai izstādi redzētu pēc iespējas lielāka sabiedrības daļa. Pieaugušajiem bija jāmaksā 40 santīmu, savukārt skolniekiem, pensionāriem un ekskursijām maksa tika noteikta vēl zemāka. Iegūtie ienākumi tika piešķirti Latvijas aizsardzībai.

⁸⁹ b.a. Ko rāda Latvijas ražojumu izstāde. *Latvijas Kareivis*, 1932, 11. septembris, 1. lpp.

⁹⁰ Kukurs, A., J. Mūsu darba parāde. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 7. lpp.

⁹¹ b.a. Ko rāda Latvijas ražojumu izstāde. *Latvijas Kareivis*, 1932, 11. septembris, 1. lpp.

⁹² U. Latvijas ražojumu izstāde vēl paplašināsies. *Latvijas Kareivis*; 1932, 14. septembris, 1. lpp.

⁹³ LVVA, 2435f., 1. apr., 212. l., 6. lpp.

⁹⁴ Turpat, 6. lpp.

Esplanādes izstādes apmeklējums, pateicoties vērienīgajai propagandai Latvijas laikrakstos, radiofonā, uzsaukumos un citviet sabiedriskajā telpā, bija ļoti augsts. Pēc laikrakstu aplēsēm, 1932. gada septembra izstādi Esplanādē ikdienas apmeklēja vairāk, kā 10 000 interesentu, savukārt brīvdienās apmeklētāju skaits pieauga līdz pat 15 000 apmeklētājiem dienā.⁹⁵ Arī ieejas maksa bija salīdzinoši lēta – tā variējās no 50 santīmiem līdz 1 latam, tāpēc arī šo izstādi varēja apmeklēt visai liela sabiedrības daļa. Izstādes lielā apmeklētāju skaita dēļ, to vairākas reizes nācās pagarināt pat līdz 27. septembrim. Apmeklētāju čaloņa, kas pavadīja Esplanādi lielāko daļu septembra, rima tikai vēlu vakaros uz slēgšanas laiku. Izstādi apmeklēja arī aptuveni 1000 viesi no ārvalstīm – Lietuvas, Igaunijas, Polijas, Vācijas un Lielbritānijas. Visai interesantu piezīmi par izstādē redzēto izteica kāds angļu rūpnieku pārstāvis, kas kopā ar kolēģiem ar tvaikoni bija ieradies apmeklēt Latvijas ražojumu izstādi. Kungs ar bažām atzina, ka iepriekš viņš ir tikai aptuveni nojautis, kur tā Latvija atrodas un nekādā ziņā neesot bijis visai augstās domās par to, taču tagad, pēc izstādes apmeklēšanas, viņam ir nācies secināt, ka Latvija rūpniecībā ir ļoti strauji progresējusi un gandrīz var sevi pilnībā apgādāt pati un ja tā attīstīsies arī citas valstis, tad angļu rūpniecībai neatlikšot nekas cits, kā sabrukt.⁹⁶

Ja iekšzemē izstādes propagandēšanu var uzskatīt par veiksmīgu, tad ārzemju interesentu piesaistē tika pieļautas arī kļūdas, kuras bija iespējams vienkārši novērst. Savu daļu kritikas Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamentam, kura pārstāvji atradās izstādes rīcības komitejā, veltīja Latvijas konsulārā spārna darbinieki. Kā norāda Latvijas konsulāta darbinieki Kauņā, tad 20 izstādes goda kartes, kas bija paredzētas augstām Lietuvas amatpersonām, konsulāts saņēma tikai 10. septembra vakarā, kad izstāde jau bija atklāta, līdz ar to tās izdalīt Lietuvas viesiem esot bijis neērti.⁹⁷ Tāpat kritika Finanšu Ministrijai nāca arī no Klaipēdas konsulāta pagaidu vadītāja Ramana, kurš norādīja, ka izstādes prospektus saņēmis 7. septembrī, taču tie neko vairāk bez glītā noformējuma un teicamā „verģē” papīra nesaturot.⁹⁸ Tur esot daudz kā aprakstoša par Latviju, kā tūrisma zemi, tās ērto satiksmi un skaistajiem dabasskatiem, taču par Latvijas ražotāju nozarēm, kas būtu bijis gavenais šī prospekta uzdevums, lai piesaistītu nopietnus uzņēmējus, prospekts pastāstīt nespēj. Jāpiebilst, ka Latvijas valdība arī bija paredzējusi Lietuvas pilsoņiem, kas apmeklēs izstādi, 25% transporta atlaidi ceļojot ar vilcienu, tomēr Lietuvas vēstniecību pārstāvji

⁹⁵R. Latvijas ražojumu izstādei liela piekrišana. *Latvijas Kareivis*, 1932, 15. septembris, 1. lpp.

⁹⁶Turpat, 1. lpp.

⁹⁷LVVA, 2574f., 3. apr., 1002. l., 2. lpp.

⁹⁸ Turpat, 4. lpp.

informāciju par šādas atlaides eksistenci saņēma novēloti, tādējādi arī apmeklētāju skaits būtu varējis būt vēl lielāks.⁹⁹

Arī Latvijas sūtnis Skandināvijas valstīs ziņoja Latvijas ražojumu propagandas komitejai, ka Stokholmas sūtniecībai piegādātās 20 goda kartes pienāca tikai 8. septembrī, kas bija par daudz par vēlu, lai viesiem tās izdalītu un tie paspētu ierasties uz izstādes atklāšanu 10. septembrī.¹⁰⁰ Sūtnis arī norādīja, ka tā arī vēl nav saņēmis izstādes prospektus skandināvu valodās un vairs no to piesūtīšanas nebūtu lielas praktiskas jēgas. Ja nebūtu šādu sīku un tehnisku kļūmju, kuras bija iespējams novērst jau laikus, Latvijas ražojumu izstādi būtu apmeklējis ievērojami lielāks ārzemju interesentu skaits.

Pievēršoties izstādes vērtējumam Latvijas sabiedriskajā telpā, jāsecina, ka izstāde Latvijas ražojumu propagandas laukā savu mērķi bija izpildījusi veiksmīgi. Lielākajos Latvijas laikrakstos bija sastopamas pozitīvas atsauksmes. Kā norāda laikraksts „Centra Balss”, tad izstādes panākumi esot bijuši pat lielāki, nekā cerēts.¹⁰¹ Latvijas prese nekautrējās veltīt izstādei komplimentus, pat norādot, ka tā ir izdevusies pat labāka par tajā laikā tik populāro starptautisko ražojumu mesī Kēnigsbergā, Prūsijā.¹⁰² Kā norāda „Latvijas Kareivis”, tad izdaudzinātā Kēnigsbergas mese, salīdzinot ar Latvijas ražojumu izstādi Esplanādē, vairāk līdzinājusies Ziemassvētku tirdziņam.¹⁰³ Tika slavēti arī izstādes galvenie organizētāji, īpaši Oskars Šteinbergs, kas, izpelnījās apbrīnu, jo, neskatoties uz savu „pasmago augumu”, ar nepieredzētu veiklību un izturību, pusaizsmacis rāvās visu izstādes gatavošanās un norises laiku.¹⁰⁴ Līdzīgās domās bija arī citi lielākie laikraksti, atskaitot vienu izdevumu, kuru nekādi nevarēja atrunāt no izstādes kritizēšanas – „Sociāldemokrātu.” Lai arī laikraksts norādīja, ka izstādes propagandas panākumi ir apsveicami, tomēr izstādei esot piedēvējams vairāk „parādes raksturs”. Laikraksts minēja, ka vispārējā optimismā un eiforijā, kāds esot valdījis izstādē, kā arī pilsoniskajās preses pozitīvajos rakstos par šo izstādi, visi it kā esot piemirsuši, ka apkārt vēl joprojām plosās ekonomiskā krīze un bezdarbs.¹⁰⁵ Kā norāda Sociāldemokrāts: „Tāpēc pāragsr šķiet tas optimisms, ar kādu pilsoniskā prese apsveic šo rūpniecības parādi, kurā tā ir parādīta tikai no labākās puses, bet kurā maz redz viņas īstenību.”¹⁰⁶ Laikraksts arī uzsvēra, ka izstādē praktiski neesot redzama strādnieka un lauksaimnieka loma šajā ražošanas

⁹⁹ Turpat, 12. lpp.

¹⁰⁰ LVVA, 2574f., 3. apr., 1002. l., 6. lpp.

¹⁰¹ b.a. Latvijas ražojumu izstādes apskate. *CentraBalss*, 1932, 23. septembris, 4. lpp.

¹⁰² Turpat, 1. lpp.

¹⁰³ R. Latvijas ražojumu izstādei liela piekrišana. *Latvijas Kareivis*, 1932, 15. septembris, 1. lpp.

¹⁰⁴ Kukurs, A., J. Mūsu darba parāde. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 7. lpp.

¹⁰⁵ R., B. Latvijas rūpniecības parāde. *Sociāldemokrāts*, 1932, 23. septembris, 1. lpp.

¹⁰⁶ Turpat, 1. lpp.

procesā, jo tiekot propagandēti tikai gatavie ražojumi, mazāku uzmanību veltot darba organizācijas un tehnikas nozīmei.¹⁰⁷

Tomēr, neskatoties uz „Sociāldemokrāta” visai kritisko nostāju ražojumu izstāžu rīkošanā, jāsecina, ka Latvijas ražojumu propagandas laukā izstāde darbojās visai veiksmīgi un sekmīgi tika galā ar vienu no tās uzdevumiem – cīņu ar „mūžīgajiem” Latvijas ražojumu skeptiķiem. Latvijas ražojumu izstāde tik tiešām pārsteidza apmeklētājus ar Latvijas saimnieciskajām iespējām un daudziem nācās mainīt savu viedokli par Latvijas ražojumiem. Kā norāda laikraksts „Kurzemes Vārds”, tad daudziem apmeklētājiem izstādē redzētais sagādāja tik patīkamu pārsteigumu par Latvijas saimnieciskajām spējām, ka pat lielākie skeptiķi palika ar vaļā mutēm.¹⁰⁸

Vēl viena problēma, ko savā ziņā šāda veida izstādes risināja, bija sabiedrības bieži pārmetumi valdībai, ka, importa ierobežojumu dēļ, vairākas preces Latvijā vairs nav nopērkamas, vai ir apgrūtināta to iegāde. Uz šo problēmu norādīja tirdzniecības un rūpniecības žurnāls „Latvijas Tirgotājs”: „Šie ierobežojumi nu sacēla veselu pretrunu vētru ne vien mūsu tirgotājos, bet arī patērētājos. Mūsu dāmas vairs nevarēja iztikt bez „Coti” pūderiem un smaržu ūdeņiem, viens otrs kungs bez ārzemju bukstiņiem un bārzdas dzenampastām u.t.t. Nu būs pavisam traki! dzirdēja izsaucamies, nebūs ne apelsīnu, ne ārzemju tintes. Šie īsredzīgie vaidētāji nemaz nevarēja saprast, ka pērkot visus tos neskatāmos niekus un dažādos ražojumus, tie izposta mūsu valsts saimniecību.”¹⁰⁹ Latvijas ražojumu izstādes savā ziņā palīdzēja kļūdēt šāda veida pārmetumus, parādot pircējam, ka lielu daļu no ārzemēs ražotā ir iespējams aizvietot arī ar Latvijā ražoto produkciju, kas arī savā kvalitātē nebija sliktāka par ārzemju ražojumiem.

Kas attiecas uz pārmetumiem par Latvijas ražojumu zemo kvalitāti, tad arī šajā aspektā Latvijas ražojumu izstāde visnotaļ sekmīgi kļūdēja atsevišķā sabiedrības daļā radušos maldīgo priekšstatu. Kā min laikraksts „Latvijas Kareivis”: „Plašā izstādes tekstilrūpniecības nodaļa visai pārliecinoši apliecina, ka ārzemju audumu ievadums pie mums palicis par vienkāršu aizspriedumu, kurš iespējami tuvākā laikā jāizskauž. No tā necietīs pat lutināto dāmu gaume.”¹¹⁰ Jāpiebilst, ka šie aizspriedumi par vietējo tekstilrūpniecību Latvijas ārējās tirdzniecības bilancei izmaksāja dārgi, jo, piemēram, 1930. gadā Latvijā importēto kokvilnas audumu un pārējo tekstilrūpniecības izstrādājumu kopējā vērtība sastādīja 52, 4 miljonus latu, kas veidoja 21,1% no visas Latvijas importa kopsummas. Savukārt 1933. gadā šī summa

¹⁰⁷Cielavs. Jāceļ ražojumu kvalitāte! *Sociāldemokrāts*, 1932, 15. septembris, 1. lpp.

¹⁰⁸ „Kurzemes Vārda” korespondents. Latvijas ražojumu parāde. *Kurzemes Vārds*, 1932, 13. Septembris, 2. lpp.

¹⁰⁹Kukurs, A., J. Mūsu darba parāde. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 7. lpp.

¹¹⁰b.a. Ko rāda Latvijas ražojumu izstāde. *Latvijas Kareivis*, 1932, 11. septembris, 1. lpp.

sastādīja 12.2 miljonus latu, kas veidoja 13,4% no visa Latvijas importa.¹¹¹ Kā redzams no šiem skaitļiem, tad Latvijas tautsaimniecībai bija svarīgi, lai patērētājs apzinātos iekšzemes ražojumu patēriņa nepieciešamību.

Latvijas ražojumu kvalitātes jautājumā tika attīstīta arī doma, par ražotāja pastiprinātu atbildību pircēja priekšā. Lai attaisnotu uz sevi liktās cerības, Latvijas ražojumam bija jābūt kvalitatīvam un lētam. Kā uzsvēra laikraksts „Jaunākās Ziņas”, tad, ja Latvijas ražojums būs sliktas kvalitātes, vai arī nesamērīgi dārgs, tad visi Latvijas ražojumu propagandas pūliņi būs veltīgi.¹¹² Ražotāju atbildību patērētāja priekšā savā ziņā palīdzēja risināt, jau pieminētās, „Latvijas ražojumu markas” ieviešana iekšzemes ražojumiem 1934. gadā, līdz ar ko ražotājam nācās izturēt noteiktus ražošanas kvalitātes kritērijus, lai iegūtu tiesības savu ražojumu attiecīgi apzīmēt. Kā norāda tautsaimnieks Alberts Zalts, tad Latvijas ražojumu propagandā viens no galvenajiem ieročiem bija vietējo ražojumu augstā kvalitāte.¹¹³

Rezumējot par Latvijas ražojumu propagandu iekšzemē, jāsecina, ka, pastiprinoties ekonomiskajai recesijai Latvijas saimniecībā, vietējo ražojumu propagandai tika pievērsta pastiprināta uzmanība. Latvijas ražotājiem aizvien grūtāk bija saglabāt savus noieta tirgus ārvalstīs, kas noveda pie pastiprinātas koncentrēšanās uz iekšzemes patērētāju. Lai arī jāpiebilst, ka Latvijā iekšzemes patēriņa propaganda nekad nerasniedza tādus apmērus, kā Lielbritānijā vai pārējās lielvalstīs, kas savu ražojumu propagandēšanai piešķīra ievērojami lielākus līdzekļus, tomēr arī ar ierobežotajiem līdzekļiem iekšzemes ražojumu patēriņa propagandēšanā Latvijas sabiedriskajā telpā tika paveikts visai daudz. Propagandas darbā tika iesaistīti visi lielākie Latvijas laikraksti un žurnāli, lai arī radiofona iespējas propagandas darbam netika līdz galam izmantotas.

Visai veiksmīgi Latvijas ražojumu propagandēšanai tikai izmantoti dažādi sabiedriskie pasākumi un valsts svētki, kad vienkopus pulcējās lieli cilvēku pūļi, kuriem tika dalītas brošūras un uzsaukumi ar aicinājumiem atbalstīt vietējo saimniecību.

Iekšzemes ražojumu patēriņa veicināšanu visai kvalitatīvi propagandēja arī Latvijas ražojumu izstādes, kas arī sekmīgi pārliecināja skeptiķus par Latvijas ražošanas iespējām, kā arī atspēkoja pārmetumus par Latvijas ražojumu sliktu kvalitāti.

Latvijas ražojumu propaganda iekšzemē aktualizēja arī vairākus svarīgus tautsaimniecības jautājumus. Viens no šādiem jautājumiem bija Latvijas ražotāju kļūdas savu ražojumu pasniegšanā un novietošanā iekšzemes tirgū. Praktiski pastāvēja situācija, kad bieži

¹¹¹ Aizsilnieks, A. *Latvijas saimniecības vēsture 1914.- 1945.* Sunbiberga: Daugava, 1968. 552.lpp.

¹¹² Ceihners, A. Latvijas ražojumu propagandas panākumi ir atkarīgi no rūpnieku pienākuma apziņas. *Jaunākās Ziņas*, 4. decembris, 4. lpp.

¹¹³ Zalts, A. *Nacionālā saimniecība 20. Gados: centieni un sasniegumi.* Rīga: izdevniecība „Pagalms”, 1938. 70. lpp.

vien pat atbildīgās valsts amatpersonas, nemaz nerunājot par pircēju, nezināja, ka lielu daļu no importētās produkcijas ražoja arī Latvijā. Tādējādi no valsts par importa produkciju, ko bija iespējams ražot Latvijā, katru gadu aizplūda ievērojamas naudas summas. Šim nolūkam Latvijas ražojumu propagandas komiteja izdeva speciālu grāmatu „*Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa*”, kas arī palīdzēja kļūst par patērētāju, gan uzņēmēju neziņu par Latvijas ražošanas patiesajām iespējām. Vēl viens no šādiem jautājumiem bija arī stingrākas kvalitātes prasību izvirzīšana pret Latvijas ražotāju. Latvijas ražojumam bija jābūt kvalitatīvam un samērīgam cenā, savādāk tam nebija iespējams sacensties ar daudz organizētāko ārzemju importa preču stāvokli Latvijā tirgū. Šo problēmu palīdzēja risināt „Latvijas ražojumu markas” ieviešana Latvijā ražotajai produkcijai, jo markas pretendentiem bija jāiztur noteikti kvalitātes kritēriji, lai ar Latvijas preču zīmi apzīmētu savus ražojumus.

3. Latvijas ražojumu propaganda ārvalstīs

3.1 Latvijas vēstniecību loma Latvijas ražojumu propagandēšanā

Ne mazāk nozīmīga par iekšzemes ražojumu patēriņa veicināšanu bija arī Latvijas ražojumu popularizēšana ārzemēs, īpaši galvenajās Latvijas eksporta noņēmēju valstīs.

Pievēršoties Latvijas ražojumu propagandai ārvalstīs, ir īpaši jāizceļ Latvijas pārstāvniecību ārzemēs dotais ieguldījums. Latvijas vēstniecību pārstāvji bieži vien arī bija vienīgie Latvijas ražotāju pārstāvji, jo savus aģentus ārzemēs varēja atļauties algot tikai lielākās Latvijas firmas. Nozīmīgākais vēstniecību darbs Latvijas ražojumu propagandēšanā bija Latvijas ražojumu izstāžu organizēšana vēstniecību telpās.

Parasti ar šādu izstāžu rīkošanas iniciatīvu vēstniecību un konsulātu telpās nāca klajā paši vēstniecības darbinieki. Latvijas ražojumu izstādes vēstniecību telpās tika rīkotas līdzekļu taupīšanas nolūkiem, jo Latvijas ražojumu propagandēšanas līdzekļiem atvēlētās summas nebija lielas. Kā norāda Latvijas konsuls Londonā Sēja, tad šādu izstāžu rīkošana bija viens no lētākajiem un tajā pašā laikā atsaucīgākajiem Latvijas ražojumu propagandas līdzekļiem ārzemēs.¹¹⁴

Latvijas ražojumu izstāžu rīkošanas prakse konsulātu telpās iesākās divdesmito gadu beigās. Par pirmo šāda veida izstādi ir uzskatāma 1928. gada februārī Londonas ģenerālkonsulāta telpās rīkotā izstāde.¹¹⁵ Jāpiebilst gan, ka šī izstāde eksponātu skaita, vēriena un apmeklētības ziņā bija salīdzinoši pieticīgāka, nekā 1930. gadu sākumā rīkotās izstādes, tomēr šajā izstādē iegūtā pieredze palīdzēja nākošās izstādes rīkot jau daudz nopietnāk un organizētāk.

Pievēršoties Latvijas ražojumu izstāžu jautājumam, vispirms būtu jāapskata šādu izstāžu rīkošanas ierastie mehānismi un kārtība. Kā jau tika minēts, tad ar šo izstāžu rīkošanas iniciatīvu parasti nāca klajā paši vēstniecību pārstāvji. Tālāk konsulāta pārstāvji par savām iecerēm informēja gan Ārlietu, gan Finanšu ministrijas pārstāvjus un šis jautājums tika risināts tālāk. Uzreiz jāpiezīmē, ka vēstniecību izstāžu un vispārējās Latvijas ražojumu propagandēšanas un novietošanas jautājumos ārvalstīs pastāvēja izteikts paralēlisms Latvijas valsts iestāžu starpā. Lai arī Latvijas konsulārais loks bija pakļauts vienīgi Ārlietu ministrijai, ar eksporta jautājumiem nodarbojās Finanšu ministrija, Ārlietu ministrija, Satiksmes ministrija, Latvijas Banka, Valsts Zemes banka, Valsts Hipotēku banka, Tautas labklājības ministrija, kā arī dažādas privātās organizācijas un šīs iestādes lielākoties darbojās patstāvīgi,

¹¹⁴LVVA, 2574f., 4. apr., 4850. l., 2. lpp.

¹¹⁵LVVA, 295f., 1. apr., 950. l., 23. lpp.

tikai pa reizei sanākot arī uz kopējām apspriedēm.¹¹⁶ Uz šādas vienotas iestādes, jeb Ārējās tirdzniecības ministrijas nepieciešamību savā 1933. gada runā „Kas jādara un kā” uzsvēra arī Kārlis Ulmanis, norādot, ka šīs ministrijas kompetencē ietilptu arī eksporta propagandēšana un eksportieru informēšana, tirgu pētīšana un atrašana Latvijas ražojumiem.¹¹⁷ Uz šādu paralēlismu Latvijas ražojumu novietošanā un propagandēšanā ārvalstīs norādīja arī Kalnozols, īpaši uzsvērot uz funkciju un pilnvaru pārklāšanos starp Finanšu un Ārlietu ministrijām, kas kavēja šo jautājumu efektīvu risināšanu.¹¹⁸

1930. gadu sākumā šāda vienota iestāde netika nodibināta un ar Latvijas ražojumu propagandas jautājumiem ārzemēs pa lielākajai daļai nodarbojās Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta tirdzniecības daļa. Kā jau tika minēts, tad liela daļa no šī departamenta pārstāvjiem bija arī Latvijas ražojumu propagandas komitejas locekļi.

Atgriežoties pie ārzemju vēstniecībās rīkoto izstāžu kārtības, jānorāda, ka šīs izstādes tad arī tika rīkotas ciešā saziņā starp ārvalstu vēstniecību un Tirdzniecības un rūpniecības departamenta pārstāvjiem, lai arī bieži vien izstāžu rīkošanā iesaistījās arī citu ministriju un organizāciju pārstāvji. Tirdzniecības un rūpniecības departamenta pārstāvji no savas puses atbildēja par Latvijas ražotāju informēšanu par attiecīgās izstādes tuvošanos un iespēju tajā piedalīties.¹¹⁹ Jānorāda, ka departaments par izstādēm Latvijas uzņēmumus uzņēmas informēt gan pats, gan arī uzdeva to darīt Tirdzniecības un rūpniecības biedrībai. Tālāk departaments nodarbojās ar izstādītājiem gribušo firmu saraksta sastādīšanu un tālāku piesūtīšanu attiecīgajam konsulātam vai vēstniecībai.¹²⁰ Departamenta tirdzniecības daļa sekoja līdzī arī eksponātu savākšanai, nosūtīšanai un ar eksponātu pārvešanu saistīto formalitāšu nokārtošanai attiecīgajās ārvalstīs. Parasti eksponātus sūtīja caur kopēju speditoru, lai vēstniecības izstādāmo produkciju saņemtu pēc iespējas organizētāk, tomēr bija gadījumi, kad Latvijas ražotāji savus preču paraugus konsulātiem piesūtīja arī paši.¹²¹

Savukārt Latvijas konsulātu pārstāvji pēc sūtījumu saņemšanas izstāžu rīkošanas tālāko norisi pārņēma savās rokās. Jāpiebilst, ka visu sagatavošanas, izstādīšanas un informēšanas darbu veica konsulāta pārstāvji paši un šim nolūkam speciāli darbinieki netika algoti ierobežoto līdzekļu dēļ. Pirms izstādes atklāšanas svarīgs konsulātu locekļu darbības aspekts ietvēra sevī informatīvo darbību par gaidāmo izstādi konsulāta telpās. Tā, piemēram, uz 1932. gada 22. – 23. martā notikušo izstādi Latvijas ģenerālkonsulātā Londonā tika pieaicināti britu preses pārstāvji, angļu Tirdzniecības un rūpniecības kameras pārstāvji,

¹¹⁶ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 5. lpp.

¹¹⁷ Turpat, 6. lpp.

¹¹⁸ Kalnozols, P. Eksporta veicināšana un savu ražojumu propaganda. *Ekonomists*, 1931, 15. augusts, 514. lpp.

¹¹⁹ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 63. lpp.

¹²⁰ LVVA, 2574 f., 4. apr., 5312. l., 10. lpp.

¹²¹ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 63. lpp.

Pārtikas biržas pārstāvji un citi saimniecisko organizāciju pārstāvji, ražojumu importieri, kā arī citas ieinteresētās personas.¹²² Konsulātu pārstāvji, saziņā ar ārvalstu presi, arī ievietoja ārzemju avīzēs aicinājumus attiecīgo izstādi apmeklēt. Tā, piemēram, aicinājumi apmeklēt Latvijas konsulātā Amsterdamā 1932. gada 10. – 17. janvārī notiekošo izstādi tika publicēti Nīderlandes laikrakstos „De Telegraf”, „Algemeen Handelsblad”, „De Tijd”; un „De Standaard”.¹²³ Jāpiebilst, ka Latvijas pārstāvniecību darbinieki ārvalstu laikrakstos aicinājumus apmeklēt konsulātos rīkotās izstādes izvietoja tikai tajos gadījumos, ja tas neprasīja nekādus materiālos līdzekļus. Ārlietu ministrija šajā jautājumā pauda visai skaidru nostāju, principiāli nepiekrītot tādai sistēmai, kad ārvalstu laikrakstos tiek ievietoti raksti par Latviju apmaiņā pret naudas čekiem laikrakstu izdevniecībām.¹²⁴

Neizpalika arī attiecīgo informatīvo materiālu (brošūru, plakātu, resoru diagrammu) sagāde izstādes vajadzībām, kuru nodrošināja gan Tirdzniecības un rūpniecības departaments un konsulātu pārstāvji, gan arī Latvijas uzņēmumi. Tā, piemēram, izstādes vajadzībām Amsterdamas konsulātā Finanšu ministrija piesūtīja 100 bukletus „Letlands Export und Exportfirmen”, kuri tika izdalīti izstādes apmeklētājiem.¹²⁵

Tā kā vēstniecību ēkās visas telpas tika izmantotas intensīvi un speciālu istabu izstādēm nebija, tad eksponāti parasti tika izstādīti vēstniecību pārstāvju darbistabās. Tā paša iemesla dēļ Berlīnes konsulāta telpās šādas izstādes bija iespējamās tikai sākot ar 1931. gada novembri, kad konsulāta ēkā atbrīvojās dzīvoklis, kura istabas Latvijas ģenerālkonsuls Berlīnē Edgars Krieviņš nekavējoties ierosināja izmantot izstādes rīkošanas vajadzībām.¹²⁶ Izstāžu laikā konsulāta darbinieku rakstāmgaldi tika pārklāti ar papīru un audeklu, bet uz tiem lepni gozējās sviesta mucīņas, šķiņķi, saldumi, liķieri un citi Latvijas ražojumi.¹²⁷ Visai amizanta aina pavērsās Latvijas ģenerālkonsulāta telpās Londonā, kur, vēstnieku ofisā, blakus svarīgu dokumentu skapjiem, pie sienas karājās arī pilna auguma žāvētu bekona cūku paraugi.¹²⁸ Savukārt citas sienas rotāja Latvijas kartes, karogi, dažādi statistikas dati, ražošanas nozaru shēmas un diagrammas.

Pievēršoties Latvijas ražotāju pārstāvniecībai šajās izstādēs, jāsecina, ka tā bija visai plaša. Šajās izstādēs piedalījās gandrīz visi lielākie Latvijas ražotāji. No pārtikas rūpniecības jāatzīmē Latvijas bekona eksportētāju savienība „Konzums” ar saviem bekona izstrādājumiem, „Valmieras Eksportkautuve” ar bekonu un minerālūdeni, sabiedrība „Augļu

¹²²LVVA, 2574 f., 4. apr., 4850. l., 6. lpp.

¹²³LVVA, 2574 f., 4. apr., 5312. l., 24. lpp.

¹²⁴LVVA, 295 f., 1. apr., 1018. l., 18. lpp.

¹²⁵LVVA, 2574 f., 4. apr., 5312. l., 2. lpp.

¹²⁶LVVA, 2574 f., 4. apr., 4857. l., 1. lpp.

¹²⁷„Jaunāko Ziņu” korespondents Londonā. Kādēļ angļi nekā nezina par Latvijas sviestu? *Jaunākās Ziņas*, 1931. 4. Marts, 6. lpp.

¹²⁸LVVA, 2574 f., 4. apr., 4850. l., 7. lpp.

eksports” ar augļu sulu un ekstraktiem, „Laimas”, V. Ķuzes un W. Geoggingera saldumu fabrikas produkcija, „Askov” un Volfšmita degvīni un liķieri, kas, protams, apmeklētāju vidū izraisīja sevišķu piekrišanu, Mežita kafija, „Rigakonserv” konservi, Latvijas piensaimniecības centrālās apvienības sviests un kazeins, kā arī daudzi citi pārtikas produkti.¹²⁹ No vēstniecībās izstādītās ķīmiskās rūpniecības produkcijas jāmin Jelgavas firmas „Grebner” mākslīgās ādas paraugi un vaska drānas, gumijas fabrikas „Quadrat” – gumijas galošas un botes, Liepājas Linoleja fabrikas produkcija. No kokapstrādes uzņēmumiem jāmin sabiedrības „Daugava” finieri, Jansona un citu kokapstrādes fabriku koka izstrādājumi (darbarīku kāti, tapas, veļas žāvējamie ruļļi). Tika pārstāvētas arī citas Latvijas ražošanas nozares, kā Ziemeļ-vakaru metalurģiskā rūpnīca un mašīnbūvētava ar atsperēm, naglām, skrūvēm. Izstādēs savus darinājumus piedāvāja arī Latvijas Nacionālā Sieviešu Līga (tepiķi, gobelēni, galda drānas, tautiski cimdi un uzvalki).¹³⁰ Būtībā šajās izstādēs tika pārstāvēts gandrīz viss Latvijas ražošanas potenciāls sākot ar saldumiem un Rīgas balzāmu, līdz pat cementam. Neliels izņēmums bija Latvijas baļķi, dēļi un papīrmalka, kurus, saprotamu iemeslu dēļ, konsulāta telpās izstādīt nebija iespējams, tāpēc iztika ar iepriekš uzņemtām produkcijas fotogrāfijām.¹³¹

Izstādes gaitā konsulāta darbinieki arī nodarbojās ar paskaidrojošo darbu veikšanu interesentiem. Lai arī jānorāda, ka pārstāvniecību propagandas un informatīvais darbs varēja būt vēl sekmīgāks, jo konsulātu darbinieki ne vienmēr pārzināja visas ar Latvijas ražojumiem saistīto jautājumu tehniskās detaļas. Uz šo trūkumu norādīja arī Finanšu ministrijas pārstāvji, kā Alberts Zalts, minot, ka Latvijas vēstniecībām neesot pārstāvji, kas tekoši pārzinātu izstādītās produkcijas jautājumus un spētu sniegt visus paskaidrojumus interesentiem.¹³² Šo trūkumu vēstniecību propagandas darbā uzsvēra arī Kalnozols, norādot, ka konsulātos būtu jādarbojas arī saimnieciskajiem darbiniekiem, kas labāk izprastu ekonomiskās dabas jautājumus, lai tirdznieciskās izziņas gribētājiem tiktu sniegtas maksimāli izsmeļošas atbildes.¹³³ Lai arī Latvijas vēstniecību pārstāvji bija iespēju robežās par Latvijas produkciju informēti un centās uz interesentu jautājumiem pēc labākās sirdsapziņas atbildēt, tomēr grūti iedomāties, ka, piemēram, Latvijas ģenerālkonsuls Londonā A. Sēja varēja smalkāk orientēties Latvijas finiera fizikālo īpašību jautājumos vai pārzināt katru liķiera tapšanas etapu. Ja arī atsevišķos gadījumos lielākās Latvijas firmas varēja atļauties uz izstādēm nosūtīt arī savas produkcijas pārstāvi, kā, piemēram, uz izstādi Londonas ģenerālkonsulātā 1932. gadā bija atbraucis „Latbrit” kokapstrādes uzņēmuma direktors Tetermanis un „Laimas”

¹²⁹ LVVA, 295f., 1. apr., 950. l., 24. lpp.

¹³⁰ Turpat, 24. lpp.

¹³¹ LVVA, 2574 f., 4. apr., 4850. l., 18. lpp.

¹³² LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 66. lpp.

¹³³ Kalnozols, P. Eksporta veicināšana un savu ražojumu propaganda. *Ekonomists*, 1931, 15. augusts, 514. lpp

pārstāvis, tomēr lielākoties, līdzekļu trūkuma dēļ, konsulātu darbiniekiem nācās iztikt vien ar uzņēmumu piesūtītajām brošūrām un pašu spējām.¹³⁴ Tāpat arī plašāku propagandas darbu Latvijas vēstniecību pārstāvjiem neļāva arī to statuss, jo viņi arī nestrādāja reklāmas aģenta specializācijā.

Pievēršoties izmaksu jautājumam, jānorāda, ka tās bija minimālas: no 400 līdz 1000 Ls par katru atsevišķu izstādi. Jāpiebilst, ka arī 400 un vairāk latu izstādes izmaksāja tikai tāpēc, ka konsulāti Latvijas ražojumu izstādīšanai iegādājās speciālas vitrīnas un skapjus un tie bija tikai vienreizēji izdevumi, jo iegādāto tehniku pēc tam varēja izmantot arī nākamajās izstādēs.¹³⁵ Tā, piemēram, Latvijas ražojumu izstāde Latvijas ģenerālkonsulātā 1932. gadā Latvijas budžetam izmaksāja vien 200 Ls.¹³⁶ Izstāžu praksē bija gadījumi, kad arī pašas Latvijas firmas sponsorēja galdu un vitrīnu ierīkošanu konsulātā, kā, piemēram, tos Berlīnes konsulātam sagādāja gumijas izstrādājumu fabriku „Kvadrāts” un „Kontinents” pārstāvji Vācijā.¹³⁷ Latvijas ražotājiem, kas vēlējās izstādīt savus eksponātus vēstniecību izstādēs, no savas puses bija jāsedz tikai savu ražojumu transportēšanas un ievadmitu izdevumi. Jāpiebilst, ka iegādātajās vitrīnās Latvijas ražojumus, kas nebojājās, tika nolemts turēt pastāvīgi, lai ikviens, kam būtu kādas darīšanas konsulātā, varētu Latvijas ražojumus aplūkot cauru gadu.¹³⁸ Tādējādi konsulāti savā būtībā ar Latvijas ražojumu propagandēšanu nodarbojās nepārtraukti.

Pievēršoties izstādes apmeklētībai, jānorāda, ka lielākā daļa interesentu nāca no saimnieciskajām aprindām vai arī bija lielā mērā saistīta ar to, mazāk bija vienkārši interesenti. Lielākajai apmeklētāju daļai bija personīga interese Latvijas ražojumos. Izstādes Londonas ģenerālkonsulātā apmeklēja angļu Tirdzniecības un rūpniecības kameras, Pārtikas biržas pārstāvji, britu parlamenta pārstāvji, kā Bossoms, arī armijas pārstāvji, kā ģenerālis Berts.¹³⁹ Arī ārzemju preses korespondenti uz Latvijas pārstāvniecībām ieradās visai plašā skaitā. Tā, piemēram, Latvijas ģenerālkonsulātā Londonā viesojās korespondenti no tādiem laikrakstiem kā „Times”, ziņu aģentūras „Reuters”, kā dažādu saimniecisko aprindu žurnāliem.¹⁴⁰ Latvijas konsulātu Lielbritānijā šajā sakarā apmeklēja arī Anglijas sūtnis, Zviedrijas, Vācijas, Holandes, Igaunijas, un citu valstu diplomātiskie pārstāvji, tomēr Latvijas ražojumu noietam visnozīmīgākie apmeklētāji bija ārvalstu eksporta firmu pārstāvji, kuri bija ieinteresēti Latvijas ražojumu importēšanā savās valstīs. Tieši šo pārstāvju ieinteresētība

¹³⁴ LVVA, 2574 f., 4. apr., 4850. l., 13. lpp.

¹³⁵ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 66. lpp.

¹³⁶ LVVA, 2574 f., 4. apr., 4850. l., 6. lpp.

¹³⁷ LVVA, 2574 f., 4. apr., 4857. l., 1. lpp.

¹³⁸ LVVA, 295f., 1. apr., 950. l., 29. lpp.

¹³⁹ LVVA, 2574 f., 4. apr., 4850. l., 13. lpp.

¹⁴⁰ L.L. Latvijas ražojumu apskate Londonā. *Economists*, 1930, 15. aprīlis, 351. lpp.

Latvijas ražojumos arī ir uzskatāma par konsulātu rīkoto Latvijas ražojumu izstāžu panākumu mērauklu. Kā norāda Latvijas ģenerālkonsuls Londonā L. Sēja, tad, pateicoties šīm izstādēm, daudzi Latvijas ražotāji varēja nodibināt savas pārstāvniecības un paplašināt savus tirdznieciskos sakarus ar šo valsti, kā arī nodibināt šajās valstīs savas pārstāvniecības.¹⁴¹ Tā, piemēram, pēc 1932. gada marta izstādes Latvijas ģenerālkonsulāta telpās Londonā par Latvijas kokrūpniecības produkcijas importēšanu interesējās 18 britu importa firmas, savukārt Latvijas sviests ieinteresēja vēl vairāk angļu importieru.¹⁴² Vairākas firmas no Bredfordšīras un Līdsas izteica piedāvājumu importēt arī Latvijas bekonu.¹⁴³ Importierus ieinteresēja arī citi Latvijas ražojumi.

Apskatot konsulātos rīkoto izstāžu atsauksmes, jāsaprot, ka ārvalstu laikraksti par notiekošajām izstādēm izteicās pozitīvi. To uzsvēra arī Sēja, norādot, ka, neskatoties uz britu konservatīvo politiku plaši izvērsto iekšzemes ražojumu propagandas kampaņu, Anglijas laikrakstos negatīvas ziņas par konsulāta rīkotajām izstādēm nav parādījušās.¹⁴⁴

Kas attiecas uz izstādes apmeklētāju atsauksmēm, tad arī tajās ir konstatējama visnotaļ pozitīva reakcija. Atzinību publikā izraisīja Latvijas pārtikas rūpniecības produkti, kā „Laimas” un V. Ņuzes saldumi un to noformējums, izķerti tika Volfšmita liķieru paraugi, kā arī atzinību izpelnījās Latvijas sviests, kurš pat tika pielīdzināts augstvērtīgajam Dānijas sviestam.¹⁴⁵ Jāpiezīmē, ka izstādēs apmeklētājiem tika dalītas arī Latvijas 400g iepakojuma sviesta paciņas. Izstādes apmeklēja arī ārzemju eksperti, kas par Latvijas ražojumiem izteicās visnotaļ pozitīvi. Tā, piemēram, uz Latvijas ģenerālkonsulāta Amsterdamā 1932. gada janvāra izstādi bija ieradies arī Amsterdamas pārtikas vielu kontroles iestādes ierēdnis, kurš atzina Latvijas saldumus un liķierus un to iepakojumus par pirmklasīgiem.¹⁴⁶ Īpašu interesi izstāžu apmeklētājos izsauca arī Latvijas centrālo kooperatīvu darbība, kā Centralizētās intereses kopmoderniecības, savienības „Konzums”, kas apvienoja vairāk kā 400 organizāciju, Krājaizdevu sabiedrības, Ugunsapdrošināšanas un citu organizāciju darbība.¹⁴⁷ Vienīgie aizrādījumi no apmeklētājiem nāca sakarā ar atsevišķu Latvijas ražojumu dārdzību, kā ar atsevišķiem „Laimas” izstrādājumiem.¹⁴⁸

Pievēršoties vēstniecībās noturēto izstāžu atspoguļojumam Latvijas presē, jāsecina, ka tas bija visnotaļ pozitīvs. Kā norāda laikraksts „Jaunākās Ziņas”, kura speciālkorespondents Londonā bija ieradies uz izstādes atklāšanu, tad: „Izstāde izdevusies apmierinoši –

¹⁴¹ LVVA, 2574. f., 4. apr., 4669. l., 32.lpp

¹⁴² LVVA, 2574 f., 4. apr., 4850. l., 3. lpp.

¹⁴³ LVVA, 2574. f., 4. apr., 4903. l., 33.lpp

¹⁴⁴ LVVA, 2574 f., 4. apr., 4850. l., 13. lpp.

¹⁴⁵ LVVA, 295f., 1. apr., 950. l., 24. lpp.

¹⁴⁶ LVVA, 2574 f., 4. apr., 5312. l., 24. lpp.

¹⁴⁷ LVVA, 295f., 1. apr., 950. l., 37. lpp.

¹⁴⁸ LVVA, 2574 f., 4. apr., 4850. l., 4. lpp.

rūpniekiem, kuru materiālie apstākļi neļauj plašāk reklamēties, mūsu vēstniecība ir sniegusi ievērojamu palīdzību, piedāvājot gan savas telpas, gan enerģiju.”¹⁴⁹ Laikraksts uzteica arī ģenerālkonsulāta ierēdņus, kas ar savu brīvo laiku neesot skopējušies. Prese norādīja arī, ka, pat ja noslēgtie darījumi beigās neizrādīsies nekādi lielie, tad tik un tā tas ir visai lēts Latvijas ražojumu propagandēšanas līdzeklis.¹⁵⁰

Pievēršoties pārstāvniecību rīkoto izstāžu atsauksmēm no Latvijas valdības un saimniecisko aprindu pārstāvju puses, jāsecina, ka šajā gadījumā vērtējums nebija tik viennozīmīgs. Ārlietu ministrijas pārstāvji uzteica Latvijas pārstāvniecībās rīkotās izstādes, kā labu piemēru, kā par salīdzinoši niecīgiem līdzekļiem var sekmīgi reklamēt Latvijas ražojumus ārzemēs.¹⁵¹ Savukārt Finanšu ministrijas pārstāvji par šo izstāžu rezultātiem bija kritiskāki, uzsverot, ka Latvijas pārstāvniecību darbība Latvijas ražojumu propagandēšanā varēja būt vēl efektīvāka, ja konsulātu rīcībā būtu arī pārstāvji, kas plašāk orientētos saimnieciskās dabas jautājumos.¹⁵² Finanšu ministrijas pārstāvji arī atsevišķos gadījumos izteica aizrādījumu pārstāvniecību darbiniekiem par paviršību izstāžu organizēšanā. Šādu aizrādījumu izpelnījās Latvijas ģenerālkonsuls Amsterdamā F. Van Monšjū par to, ka konsulāts nespēja noteiktajā datumā, 1932. gada 24. – 27. novembrī, sarīkot Latvijas ražojumu izstādi.¹⁵³ Konsulāta darbinieki bija paziņojuši par izstādes norisi Nīderlandes valdības pārstāvjiem, taču sagatavošanas darbus bija sākuši ar novēlošanos un Latvijas ražotāji nespēja laikā piesūtīt konsulātam savu produkciju, tāpēc izstādi nācās pārcelt uz vēlāku datumu. Kā norādīja Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta direktors Kalnozols, tad izstādi nācās pārcelt, savādāk tā holandiešiem par Latvijas ražojumiem rādītu visai bēdīgu ainu.¹⁵⁴ Tomēr, neskatoties uz šiem atsevišķiem aizrādījumiem, Latvijas pārstāvniecības par tām atvēlētajiem līdzekļiem Latvijas ražojumu propagandas darbu veica visai apmierinoši.

¹⁴⁹ „Jaunāko Ziņu” korespondents Londonā. Kādēļ angļi nekā nezina par Latvijas sviestu? *Jaunākās Ziņas*, 1931. 4. Marts, 6. lpp.

¹⁵⁰ „Jaunāko Ziņu” korespondents Londonā. Kādēļ angļi nekā nezina par Latvijas sviestu? *Jaunākās Ziņas*, 1931. 4. Marts, 6. lpp.

¹⁵¹ LVVA, 2574. f., 4. apr., 4669. l., 32. lpp.

¹⁵² LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 66. lpp.

¹⁵³ LVVA, 2574 f., 4. apr., 5312. l., 12. lpp.

¹⁵⁴ Turpat, 12. lpp.

3.2 Latvijas dalība ārvalstu saimnieciskajās izstādēs

Paralēli Latvijas konsulātu darbībai Latvijas ražojumu propagandēšanā, tika organizēta arī aktīva Latvijas dalība dažādās ārvalstu saimnieciskajās izstādēs. Ja Latvijas konsulātos rīkotās izstādes pārsvarā pulcēja tikai saimniecisko aprindu pārstāvjus, tad starptautiskajās ražojumu izstādes ar Latvijas ražojumiem varēja iepazīties jau plašāka ārvalstu sabiedrības daļa.

Apskatot Latvijas ražojumu propagandu ārvalstu starptautiskajās izstādēs, vispirms ir jāpievēršas izstāžu norises un organizatoriskajiem jautājumiem. Latvijas ražotāju dalību starptautiskajās saimniecības izstādēs pārraudzīja Finanšu ministrijas Tirdzniecības un rūpniecības departamenta tirdzniecības nodaļas pārstāvji. Vispirms departamenta pārstāvji nodarbojās ar ienākušo priekšlikumu par dalību izstādēs apkopošanu un izvērtēšanu. Ar šiem priekšlikumiem parasti nāca klajā dažādu saimniecības nozaru pārstāvji un Tirdzniecības un rūpniecības biedrības biedri.¹⁵⁵ Starptautisko izstāžu jautājumos Finanšu Ministrija periodiski sadarbojās arī ar Ārlietu ministriju, caur tās pārstāvjiem saņemot oficiālus ārvalstu uzaicinājumus piedalīties izstādēs. Atsevišķos gadījumos arī Latvijas pārstāvniecību ārzemēs darbinieki izteica priekšlikums piedalīties šāda veida saimnieciskajās izstādēs.¹⁵⁶ Nodaļas pārstāvji izvērtēja izstādē iegūstamos panākumus aptauju un statistisko datu vākšanas un apkopošanas ceļā, ņemot vērā vairākus faktorus, kā Latvijas eksporta apjomu un tā nākotnes perspektīvas attiecīgajā valstī, izstādes mērogu, kā arī Latvijas ražotāju izteikto vēlmi izstādē piedalīties.¹⁵⁷ Izstāžu praksē bija arī gadījumi, kad izstādīties gribētājiem Finanšu ministrija dalību atteica, ja tās pārstāvji nesaskatīja nopietnu ieguvumu no Latvijas dalības attiecīgajā izstādē. Viens no šādiem gadījumiem bija Latvijas linu rūpnieku izteiktā vēlme piedalīties Viļņas linkopības izstādē 1933. gadā, kuru Tirdzniecības un rūpniecības departaments noraidīja.¹⁵⁸ Kā norādīja departamenta direktors Kalnozols, tad „Tirdzniecības un rūpniecības departaments atrod, ka Latvijas dalība tur nav vēlama, jo tā nedos nekādu praktisku labumu.”¹⁵⁹ Tā, kā Finanšu ministrijas līdzekļi šādiem mērķiem bija ierobežoti, tad bija nepieciešams rūpīgi izvērtēt katras izstādes doto praktisko labumu. Latvijas dalības noraidīšana atsevišķos gadījumos nesaistījās vien ar finansējuma ierobežotību, bet arī ar sava veida kvalitātes kritēriju noteikšanu. Tā, piemēram, priekšlikums par Latvijas dalību vienotā Baltijas valstu izstādē Kopenhāgenā 1933. gada jūlijā tika noraidīts, lai arī Latvijas dalība šajā

¹⁵⁵ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 65. lpp.

¹⁵⁶ LVVA, 2574. f., 4. apr., 4903. l., 24. lpp.

¹⁵⁷ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 65. lpp.

¹⁵⁸ LVVA, 2574f., 3. apr., 1245. l., 10. lpp.

¹⁵⁹ Turpat, 10. lpp.

izstādē izmaksātu vien 200 līdz 250 latu.¹⁶⁰ Šajā gadījumā atraidījums bija balstīts vairāk uz kvalitatīva rakstura apsvērumiem, jo departamenta pārstāvjus nepārlicināja izstāžu rīkotāju spējas pienācīgi izstādi noorganizēt.¹⁶¹ Tomēr stingrās prasības savā ziņā kalpoja arī par sava veida atlasē un kvalitātes kritēriju, jo tādā veidā bija iespējams izvairīties no situācijām, kad gatavošanās izstādēm noritētu pavirši, ražojumi izstādē netiktu atspoguļoti pilnvērtīgi, vai kā savādāk būtu iedragāts Latvijas ražojumu tēls ārzemēs.

Ja izstādes dalības projekts bija guvis atzinību, tad Tirdzniecības un rūpniecības departamenta pārstāvji izstrādāja konkrētus priekšlikumus par veidiem, kādos Latvijas ražotāji piedalīsies attiecīgajā izstādē. Atkarībā no izstādes nozīmīguma, Latvijas ražojumiem tika piešķirti stendi vai arī veseli paviljoni. Departamenta pārstāvji arī nodarbojās ar Latvijas piedalīšanās izmaksu aprēķiniem un paviljonu būvniecības gadījumā bija atbildīgi arī par paviljonu būvplānu izstrādāšanu.¹⁶² Kad dalības projekts un tā kopējo izmaksu aprēķins tika sagatavots, departamenta pārstāvji iesniedza projektu Ministru kabinetam ar lūgumu atvēlēt izstādes dalībai nepieciešamās summas. Ja attiecīgais izstādes dalības projekts ieguva atbalstu Ministru kabinetā, tad departamenta pārstāvji nodibināja kontaktu ar dažādām saimnieciskajām organizācijām, kā Tirdzniecības un rūpniecības biedrību, kā arī atsevišķiem Latvijas uzņēmumiem, lai apzinātu izstādīties gribošo firmu sarakstu, pieņemtu to pieteikšanos, kā arī vienotos uzņēmumu vietu sadali stendos vai paviljonos.¹⁶³

Pievēršoties Latvijas dalības izmaksu jautājumam, jāsaka, ka vidējās izmaksas valsts kasei svārstījās no 1500 līdz 4000 Ls par katru atsevišķu izstādi. Atsevišķos gadījumos izmaksas bija arī augstākas, kā dalība Telavivā, kas izmaksāja 7500 Ls, bet Stokholmā 12 000 Ls.¹⁶⁴ Jāpiebilst, ka pašas firmas parasti sedza tikai eksponātu transportēšanas izdevumus. Paviljonu un stendu izgatavošanas, laukumu īres, propagandas materiālu, prezentāciju un citas izmaksas tika segtas no valsts kases, ieskaitot arī komandējuma naudas nodaļas pārstāvjiem uz vietas.¹⁶⁵

Nozīmīgs nodaļas uzdevums bija ar Latvijas ražojumu savākšana, nosūtīšana un ar sūtīšanu saistīto formalitāšu kārtošana ārvalstīs. Visbiežāk eksponātus vienkopus sūtīja caur vienotu transporta firmu, uzticot produkcijas saņemšanu arī kādai konkrētai ārzemju firmai.¹⁶⁶ Tas tika darīts ar nolūku, lai novērstu iespējamo jucekli un sūtīšanas process būtu

¹⁶⁰ LVVA, 2574. f., 3. apr., 1242. l., 1.lpp.

¹⁶¹ Turpat, 1.lpp.

¹⁶² LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 65. lpp.

¹⁶³ Turpat, 65. lpp.

¹⁶⁴ Turpat, 66. lpp.

¹⁶⁵ Turpat, 66. lpp.

¹⁶⁶ Turpat, 65. lpp.

caurskatāmāks un vieglāk kontrolējams. Pēc izstādes beigām departamenta pārstāvji bija arī atbildīgi par eksponātu nosūtīšanu atpakaļ ražotājiem.

Paralēli šim procesam Tirdzniecības un rūpniecības departamenta pārstāvji arī nodarbojās ar propagandas materiālu nodrošināšanu, kas sevī ietvēra Latvijas saimniecisko resoru diagrammas, statistiku, pārskatus, zīmējumus, fotogrāfijas, nacionālos elementus un citus materiālus, kuri tika izstādīti Latvijas ražojumu stendos un paviljonos. Tika izmantoti arī Ārlietu ministrijas preses nodaļas propagandas materiāli.¹⁶⁷

Nākošais gatavošanās posms Latvijas dalībai ārvalstu saimnieciskajās izstādēs jau norisinājās ārpus Latvijas robežām. Pirms izstādes atklāšanas uz izstādi devās līdzī arī viens departamenta pārstāvis. Pārsvārā izstāžu norisē uz vietas darbojās departamenta tirdzniecības daļas revidents Hugo Bergs, taču dažkārt uz ārvalstu izstādēm ieradās arī departamenta direktors Kalnozols.¹⁶⁸ Departamenta pārstāvis uz vietas atradās visu izstādes norises laiku un pildīja sava veida „sakaru virsniņa” pienākumus starp Latvijas firmām un attiecīgajām ārzemju iestādēm, kā arī tieši pārzinot vispārējo Latvijas propagandas darbu. Propagandas jomā līdzī aizbraukušais departamenta pārstāvis sniedza vajadzīgos paskaidrojumus interesentiem, pārzināja propagandas materiālu izdalīšanu, korespondenci ar ārvalstu presi un citus uzdevumus.¹⁶⁹

Pievēršoties Latvijas dalībai ārvalstu saimniecības izstādēs, jāsecina, ka Latvijas ražojumi starptautiskajās izstādēs 30. gadu sākumā tika pārstāvēti visai plaši. Latvija ņēma aktīvu dalību Tallinas, Kēnigsbergas, Stokholmas, Frankfurtes, Breslavas, Essenes, Milānas, Barī, Parīzes, Dižonē, Lionas, Antverpenes, Telavivas un citu valstu izstādēs. Šajās izstādēs piedalījās gandrīz visu lielāko Latvijas ražošanas nozaru produkcijas pārstāvji. Izstādēs aktīvu dalību ņēma A/S „Laima” produkcija, V. Ūuzes un V. Geoginger saldumu fabrikas, Latvijas Finieru rūpnieku savienība, Linu monopols, Valmieras eksportkautuve, „Augļu eksports”, „Latvijas māls”, gumijas fabrikas „Varonis”, „Kvadrāts”, „Kontinents” daudzi citi uzņēmumi.¹⁷⁰ Izstādē sevi pieteica arī dažādas Latvijas valsts un privātās saimnieciskās organizācijas kā Zemkopības departaments, Centrālā savienība „Konzums”, Latvijas piensaimnieku centrālā savienība, Jūrniecības departaments, Zemkopības ministrijas dārzkopības un zvejniecības nodaļas, Sviesta kontrole, Latvijas Sieviešu Nacionālā Līga un daudzas citas organizācijas.¹⁷¹ Jāpiebilst, ka nereti Latvija šajās izstādēs reklamēja sevi arī, kā tūrisma zemi un mākslas zemi, izstādēs reklamējot arī Latvijas tūrisma objektus, kā Jūrmalu

¹⁶⁷ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 65. lpp.

¹⁶⁸ LVVA, 2435f., 1. apr., 136. l., 14. lpp.

¹⁶⁹ LVVA, 2570 f., 12. apr., 7. l., 65. lpp.

¹⁷⁰ Rācenis, H. Godalgošanas komisijas darbība Antverpenes 1930. g. pasaules izstādē. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 21. lpp.

¹⁷¹ Turpat, 21. lpp.

un Ķemeru sanatoriju, kā arī izstādot latviešu gleznotāju un grafiķu darbus, kā tas tika darīts Kēnigsbergas mesē.¹⁷²

Parasti Latvijas ražojumiem ārvalstu izstādēs tika piešķirts atsevišķs stands, retāk vesels paviljons. Produkcijas standu ierīkošanu un eksponātu izstādīšanu pārzināja Tirdzniecības un rūpniecības departamenta pārstāvis, bet uzstādīšanas darbu veica izstādes organizētāji, līdz atbraukušie Latvijas uzņēmumu pārstāvji un dažkārt arī Latvijas pērstāvniecību darbinieki, ja attiecīgajā pilsētā vai tās tuvumā atradās Latvijas pērstāvniecība.¹⁷³ Latvijas stendi tika dekorēti ar latviskiem motīviem, kā ozola vainagiem, Lielvārdes jostas motīviem un citiem tautiskiem elementiem.¹⁷⁴ Atsevišķās izstādēs blakus gatavajai produkcijai tika rādītas arī speciālas filmas par Latvijas ražošanas nozarēm un to attīstību. Tā, piemēram, 1930. gadā Beļģijas saimnieciskajās izstādēs Antverpenē un Kurtrē tika demonstrēta filmapar Latvijas linkopību un ražošanas metodēm, kas ieguva plašu izstādes apmeklētāju atsaucību.¹⁷⁵

Apskatot Latvijas ražojumu sasniegumus ārvalstu izstādēs, jāsecina, ka tie izpelnījās visai augstu atzinību gan no ārvalstu žūrijas, gan no apmeklētājiem. Vairākkārt godalgoti tika A/S „Laima”, V. Ķuzes un V. Geoggingera saldumi, Latvijas finiera un citi kokmateriālu izstrādājumi, Latvijas Sieviešu Nacionālās Līgas rokdarbi, Latvijas sviests un bekons, konservi un liķieri.¹⁷⁶ Latvijas produkcijas galvenais trumpis bija tās augstā kvalitāte, par ko bija pārsteigti arī izstāžu apmeklētāju un žūriju komisijas locekļi. Uz to norādīja arī tautsaimnieks Alberts Zalts, minot, ka kopumā Latvijas ražojumiem nevarēja iedomāties labāku propagandas līdzekli, kā to augsto kvalitāti.¹⁷⁷ Īpašu atzinību izpelnījās arī Latvijas produkcijas iepakojums, kā, piemēram, „Laimas” saldumu iepakojums vai līnrūpniecības produkcija ar tās gaumīgajiem linu maisiem un kvalitatīvo līnšķiedru.¹⁷⁸ Bieži vien izstādēs izstādīto Latvijas produkciju gan žūrijas komisiju locekļi, gan arī izstāžu apmeklētāji izpirka jau pirmajā dienā, kā tas bija ar uzņēmuma „Latvijas māls” ražotajiem traukiem un Latvijas Sieviešu Nacionālās Līgas rokdarbiem Antverpenes izstādē.¹⁷⁹

¹⁷² LVVA, 2574. f., 3. apr., 1006. l., 5. lpp.

¹⁷³ Turpat, 5. lpp.

¹⁷⁴ Ducmanis, K. Starptautiskā paraugtirgus izstāde prāgā un Latvijas piedalīšanās tajā. *Ekonomists*, 1931, 1. novembris, 730. lpp.

¹⁷⁵ Rāčenis, H. Godalgošanas komisijas darbība Antverpenes 1930. g. pasaules izstādē. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 21. lpp.

¹⁷⁶ Turpat, 21. lpp.

¹⁷⁷ Zalts, A. Nacionālā saimniecība 20 Gados: centieni un sasniegumi. Rīga: izdevniecība „Pagalms”, 1938. 70. lpp.

¹⁷⁸ Rāčenis, H. Godalgošanas komisijas darbība Antverpenes 1930. g. pasaules izstādē. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 21. lpp.

¹⁷⁹ Turpat, 21. lpp.

Savukārt Latvijas preses viedoklis par valsts dalību ārvalstu saimnieciskajās izstādēs un tajās izvērsto Latvijas ražojumu propagandas darbu bija visai neviennozīmīgs. Saprotams, ka katra izstāde presē tika vērtēta atsevišķi, tomēr ir pēc vairāku izstāžu vērtējuma apkopošanas ir iespējams atspoguļot arī preses viedokļa kopainu šajā jautājumā. Daļa Latvijas periodisko izdevumu norādīja, ka Latvijas ražojumi sevi ir parādījuši no labākās puses un ieguvuši vai iegūs plašu atsaucību ārvalstu pircēju vidū. Kā norāda saimniecisko aprindu žurnāls „Latvijas Tirgotājs”, tad šajās izstādēs Latvija ir godam izturējusi pārbaudījumu, sacenšoties ar valstīm, kurās ir daudz senākas un izkoptākas ražošanas tradīcijas.¹⁸⁰ Savukārt laikraksts „Kurzemes Vārds” uzsvēra, ka par salīdzinoši mazajiem ieguldījumiem Latvija ir veikusi ievērojamu darbu savu ražojumu propagandēšanā ārvalstīs.¹⁸¹ Tomēr Latvijas ražojumu propaganda ārvalstīs saņēma arī ievērojamu daļu preses kritikas īpaši jautājumā par Latvijas ražotāju pieticību un kautrību savu preču reklamēšanā izstādēs. Jāatzīst, ka kritika bija visai pamatota, jo bija gadījumi, kad Latvijas stendus rotāja vien dažī maza izmēra nosaukumi un norādes, kā arī visai skopi produkcijas apraksti, kuri par Latvijas ražojumiem nesniedza pilnvērtīgu ainu.¹⁸² Tā, piemēram, par Latvijas stenda izskaidrojošo materiālu trūkumu Kēnigsbergas mesē min laikraksts „Sevodņa”.¹⁸³ Par līdzīgu problēmu Latvijas stendos 1931. gadā notikušajā Parīzes starptautiskajā izstādē „Foire de Paris” norādīja arī laikraksts „Jaunākās Ziņas”: „Tikai ar propagandas materiālu izstādēs ir pašvaki. Brošūras ta ir izliktas, bet angļiski – kurš francūzis lasīs tās angļiski? Ja jau rīko Francijā izstādi, tad arī vajadzēja parūpēties par reklāmu.”¹⁸⁴ Prese kritizēja arī Latvijas ražotāju kūtrumu izstādītēs un organizētības trūkumu, laikā nepiesūtot izstādēm savus eksponātus. Kā norāda laikraksts „Jaunākās Ziņas”, tad Latvijas ražotāju mūžīgais trūkums bija nespēja laikā izšķirties par piedalīšanos izstādēs, kā arī eksponātu piesūtīšana laikā.¹⁸⁵ Šī iemesla dēļ izstāžu praksē gadījās arī tādas situācijas, kad Latvijas stends uz izstādes atklāšanu vēl nebija pabeigts. Tāda situācija izveidojās, jau pieminētajā, Parīzes gadskārtējā starptautiskajā izstādē „Foire de Paris”.¹⁸⁶ Uz šo problēmu norādīja arī saimniecisko aprindu žurnāls „Economists”, uzsverot, ka Latvijas ražotāji nepiesūtot savus eksponātus pat pēc vairākkārtēja sūtniecības lūguma, kā Prāgā rīkotajā starptautiskajā izstādē 1931. gada rudenī.¹⁸⁷ Prese arī norādīja, ka Latvija varēja

¹⁸⁰Rācenis, H. Godalgošanas komisijas darbība Antverpenes 1930. g. pasaules izstādē. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 21. lpp.

¹⁸¹D-rs. Latvija Karalaučos. *Kurzemes Vārds*, 1932, 28. augusts, 2. lpp.

¹⁸²б.а. Латвийская скромность в Кенигсбергской выставке. *Сегодня*, 1932, 2. lpp.

¹⁸³Turpat, 2. lpp.

¹⁸⁴„Jaunāko Ziņu” speciālkorespondence. Mēs visur drusku nokavējamies. *Jaunākās Ziņas*, 1931, 27. maijs, 1. lpp.

¹⁸⁵Turpat, 1. lpp.

¹⁸⁶Turpat, 1. lpp.

¹⁸⁷Ducmanis, K. Starptautiskā paraugtirgus izstāde prāgā un Latvijas piedalīšanās tajā. *Economists*, 1931, 1. novembris, 730. lpp.

savus ražojums pasniegt vēl pilnvērtīgāk, ja vien šai iecerei nebūtu pastāvīgi jāatduras pret ierobežoto finansējumu.¹⁸⁸

Pievēršoties Latvijas pārstāvniecību darbinieku gūtajiem iespaidiem un vērtējumam par Latvijas ražojumu propagandu ārvalstu izstādēs, jāsecina, ka tas ir visai pozitīvs, norādot, ka Latvijas ražotāji ir prasmīgi pasnieguši sevi, izstādot augstas kvalitātes produkciju kas ir guvusi plašu atzinību ārvalstīs.¹⁸⁹ Tomēr arī vēstniecību darbinieki norādīja uz Latvijas ražotāju neizdarību eksponātu novēlotajā sagatavošanā un nosūtīšanā uz izstādēm.¹⁹⁰

Rezumējot par Latvijas ražojumu propagandas darbību ārvalstīs, jāsecina, ka tā tika izvērsta 2 galvenajos virzienos: Latvijas pārstāvniecībās noturētajās ražojumu izstādēs un Latvijas aktīvā dalībā ārvalstu starptautiskajās izstādēs. Pārstāvniecībās rīkotās izstādes, līdzekļu ierobežotības dēļ, bija mazāka mēroga un tika noturētas konsulāta telpās. Latvijas ražojumu izstādes pārstāvniecību telpās, salīdzinot ar starptautiskajām ražojumu izstādēm, pulcēja arī ievērojami šaurāku apmeklētāju loku, tomēr šīs izstādes ir uzskatāmas par nozīmīgu ieguvumu Latvijas ražotājiem, jo izstāžu interesenti pārsvarā piederēja pie saimnieciskajām aprindām, kam arī bija tieša saistība ar Latvijas ražojumu importēšanu ārvalstīs. Nereti ārzemju firmu pārstāvji pēc izstādes apmeklēšanas arī izrādīja interesi un vēlmi importēt Latvijas produkciju. Lai arī konsulātos rīkotās izstādes ārvalstu un Latvijas sabiedriskajā telpā pārsvarā guva pozitīvas atsauksmes, tām nācās sastapties arī ar savu daļu kritikas, kā jautājumā par specializētu darbinieku trūkumu, kas labāk veiktu paskaidrojošo darbu izstāžu interesentiem par Latvijas ražojumiem.

Latvijas ražojumu propaganda plašākā mērā tika izvērsta ar aktīvu valsts dalību ārvalstu saimnieciskajās izstādēs. Tā, kā Latvijas dalību ārvalstu izstādēs gandrīz pilnībā finansēja valsts, tad bija nepieciešams izvērtēt, vai piedalīšanās attiecīgajā izstādē dotu praktisku labumu valsts saimniecībai. Bieži vien priekšlikumi par dalību starptautiskajās izstādēs tika noraidīti finansējuma vai priekšlikumu iesniedzēju pieredzes un organizētības trūkuma dēļ. Tas savā ziņā ļāva mazināt gadījumus, kad Latvijas ražojumi ārvalstu sabiedrībai tiktu prezentēti neprofesionāli, lai arī pilnībā no šādiem gadījumiem izvairīties neizdevās. Tam pamatā bija Latvijas ražotāju kūtrums un pieticība savu ražojumu reklamēšanā, kā arī organizētības trūkums, savas produkcijas paraugus izstādēm piesūtot ar novēlošanos vai to neizdarot vispār. Lai arī uz ārvalstu izstādēm līdzī devās arī Finanšu ministrijas pārstāvji, kam bija jāatbild par Latvijas ražojumu propagandēšanu, ne vienmēr tas tika darīts pienācīgi un Latvijas presē par Latvijas dalību atsevišķās ārvalstu izstādēs parādījās arī aizrādījumi par

¹⁸⁸ Rācenis, H. Godalgošanas komisijas darbība Antverpenes 1930. g. pasaules izstādē. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 21. lpp.

¹⁸⁹ LVVA, 2574. f., 3. apr., 1006. l., 6.lpp.

¹⁹⁰ Turpat, 6.lpp.

nepietiekoši noorganizēto izskaidrošanas darbu un propagandas materiālu trūkumu. Tomēr, neskatoties uz šādiem trūkumiem, Latvijas ražojumi ārvalstīs guva panākumus un apmeklētāju atzinību par produkcijas augsto kvalitāti, ko apstiprina arī vairāku godalgu iegūšana prestižās starptautiskās izstādēs.

Secinājumi

Kopumā rezumējot par Latvijas ražojumu propagandu iekšzemē un ārvalstīs no 1930. līdz 1934. gadam, jāsecina, ka, līdz ar ekonomiskās recesijas padziļināšanos, Latvijas ražojumu propagandai tika pievērsta pastiprināta uzmanība. Par to liecina speciālas Latvijas ražojumu propagandas komitejas izveide 1930. gadā. Pasaules ekonomiskās krīzes radītās sekas 1930. gadu sākumā, kā ievērojama ārzemju un iekšzemes tirgu sašaurināšanās un Eiropas un arī citu valstu piekoptā protekcionisma politika ar importa ierobežojumu un kontingentu sistēmu lika pievērst pastiprinātu uzmanību Latvijas iekšējā tirgus izkopšanai un paplašināšanai iekšzemes ražojumiem. Lai arī bez pastiprinātas iekšzemes ražojumu patēriņa propagandas izvēršanas Latvijas valdībai bija arī vēl nozīmīgāki vietējo ražotāju aizsardzības mehānismi, kā importa plūsmas ierobežošana ar kontingentu un restrikciju sistēmu, tomēr šādi valdības soļi nekavējoties izsauca vairāku Latvijas eksportam nozīmīgu valstu, kā Vācijas un Lielbritānijas, neapmierinātību un protestus.¹⁹¹Tādēļ var teikt, ka iekšzemes ražojumu patēriņa propaganda Latvijā bija salīdzinoši „maigāks” importa produkcijas plūsmas apkarošanas un vietējo ražotāju aizsardzības solis, kas neizsauca lielus pārmērumus no svarīgākajām Latvijas eksporta produkcijas noņēmēju valstīm.

Pievēršoties Latvijas ražojumu propagandai iekšzemē, jāsecina, ka tā bija visnotaļ visaptveroša. Aicinājumi vispirms patērēt Latvijas produkciju sabiedriskajā telpā tika aktīvi pausti ar lielāko laikrakstu palīdzību, brošūrām, uzsaukumiem un plakātiem. Jāpiebilst, ka šajā jautājumā tomēr pienācīgi netika izmantotas radiofona sniegtās iespējas. Visai veiksmīga iekšzemes ražojumu propaganda tika izvērsta arī dažādu sabiedrisko pasākumu un svētku laikā, kā dziesmu svētkos un dažādos sporta pasākumos, kad vienkopus pulcējās liels skaits cilvēku. Arī Latvijas sabiedrībā zināmi poliskie, saimnieciskie un sabiedriskie darbinieki aktīvi iestājās par iekšzemes ražojumu patēriņa nepieciešamību.

Lai arī šim mērķim piešķirtie līdzekļi iekšzemes propagandas darbam nebija salīdzināmi ar lielvalstu atvēlēto finansējumu šādiem mērķiem, tomēr arī ierobežota budžeta apstākļos Latvijas ražojumi tika propagandēti visai sekmīgi.

Latvijas ražojumu propagandas darbība sabiedrībā kopumā tika vērtēta visnotaļ pozitīvi, tomēr tā neiztika arī bez zināmas kritikas no atsevišķas sabiedrības daļas, kas Latvijas ražojumu propagandēšanā saskatīja vien atsevišķu sabiedrības daļu interešu aizstāvību. Minoritāšu pārstāvji šajā propagandas darbā vietām saskatīja tikai latviešu ražotāju interešu aizstāvību, bet daļa saimnieciskajā sektorā strādājošo pilsoņu kritizēja šos

¹⁹¹ Zunda, A. *Latvijas un Lielbritānijas attiecības 1930 – 1940: Realitāte un ilūzijas*. Rīga: LU žurnāla „Latvijas Vēsture” fonds, 1998. 130.lpp.

propagandas centienus par noteiktas uzņēmēju daļas – tirgotāju un rūpnieku interešu aizstāvību. Savukārt neliela sabiedrības daļa šai kampaņai pārmeta par savu ražojumu tirgus paplašināšanu uz naivāko indivīdu rēķina, spēlējot uz viņu patriotiskajām jūtām.

Iekšzemes ražojumu propagandas jomā īpaši jāizceļ Latvijā rīkotās ražojumu izstādes, kas arī veiksmīgi pierādīja vietējās produkcijas kritiķiem, ka arī Latvijā ir iespējams ražot augstas kvalitātes un pievienotās vērtības produkciju, kas savā daudzveidībā un kvalitātē varēja sekmīgi konkurēt ar importa produkciju, kā arī bieži vien pat aizstāt to. Šādas izstādes arī sekmīgi parādīja sabiedrībai, ka arī pasaules ekonomisko grūtību apstākļos Latvijas ražošana ir spējīga attīstīties un piedzīvot izaugsmi.

Pievēršoties Latvijas ražojumu propagandai ārvalstīs, jāsaprot, neskatoties uz šim mērķim atvēlētajiem ierobežotajiem līdzekļiem, tika paveikts visai nozīmīgs darbs šī jautājuma risināšanā. Latvijas ražojumu propagandēšanā visnotaļ sekmīgi sevi pieteica Latvijas pārstāvniecību darbinieki, rīkojot konsulātu telpās Latvijas ražojumu izstādes. Lai arī šis Latvijas ražojumu propagandas darbības aspekts kārtējo reizi neiztika bez kritikas, tomēr jāatzīst, ka Latvijas pārstāvniecību darbinieki savu spēju un atvēlēto līdzekļu ietvaros šo uzdevumu paveica godam.

Sekmīgi Latvijas ražojumi tika popularizēti arī ārvalstu saimnieciskajās izstādēs. Latvijas produkcija šajās izstādēs izpelnījās plašu atzinību gan par tās augsto kvalitāti, gan par produkcijas iepakojumu. Tomēr Latvijas ražojumu propagandas panākumi šajās izstādēs varēja būt arī lielāki, ja tiem netraucētu 2 apstākļi – ierobežotais valsts finansējums šādiem mērķiem un Latvijas ražotāju kūtrums un pieticība savu ražojumu reklamēšanā. Valsts atvēlētā finansējuma problēma pat būtu izvirzāma otrajā plānā un galvenais kavēklis Latvijas preču sekmīgākā propagandēšanā bija tieši pašu ražotāju dažviet visai vājā organizētība un reklamēšanās iniciatīvas trūkums. Tomēr, neņemot vērā šādus atsevišķus aizrādījumus, Latvijas ražojumi ārvalstīs tika propagandēti visnotaļ sekmīgi.

Saprotams, ka materiāli izmērīt šādas propagandas ieguvumus ir praktiski neiespējami, tomēr jāatzīst, ka Latvijas ražojumu popularizēšana ir nesusi ieguvumus arī tādā mērā, ka tā ir rosinājusi diskusiju arī par Latvijas ražojumu kvalitātes celšanas jautājumu. Tieši Latvijas preču propagandas ietvaros arī tika aizsākta ideja par vienotas Latvijas ražojumu markas izveidi, kam klāt nāca arī pastiprināta Latvijas ražojumu kvalitātes standartu noteikšana. Šī ideja arī visai labi sasauca ar ievērojamā Latvijas tautsaimnieka Alberta Zalta savulaik izvirzīto domu, ka Latvijas ražojumiem nebija labāka propagandas ieroča, kā to augstā kvalitāte.¹⁹²

¹⁹² Zalts, A. Nacionālā saimniecība 20 Gados: centieni un sasniegumi. Rīga: izdevniecība „Pagalms”, 1938. 70. lpp.

Avotu un literatūras saraksts

1. Avoti

1.1 Npublicētie avoti

1. LVVA, 295. f., 1. apr., 950., 1018. l.
2. LVVA, 2435. f., 1. apr., 136., 138., 212. l.
3. LVVA, 2570. f. 3. apr., 7.l.
4. LVVA, 2574. f. 3. apr., 1002., 1006., 1242., 1245. l.
5. LVVA, 2574. f. 4. apr., 4331., 4669., 4850., 4857., 4903., 5312. l.

1.2 Publicētie avoti

1. Latvijas propagandas komiteja. *Mūsu pienākums: ko Latvija ražo, ko Latvija prasa*. Rīga: Armijas spiestuve: 1931, 4. – 144. lpp.

1.3 Periodika

1. Leibners, E. Krīzes gads Vācijā. *Latvis*, 1930, 16. augusts, 4. lpp.
2. b.a. Noteikumi par Latvijas ražojumu propagandas komiteju. *Valdības vēstnesis*, 1933, 14. oktobris, 2. lpp.
3. Kalnozols, P. Latvijas ražojumu propaganda. *Radio Abonaments*, 1932, septembris, 5. – 6. lpp.
4. Argus. Vienīgā izeja – paļaušanās uz pašu spēkiem. *Jaunākās Ziņas*, 1931, 19. marts, 1. lpp.
5. b.a. Kādēļ esam palikuši nabagi? *Jaunākās Ziņas*, 1931, 4. decembris, 1. lpp.
6. A. Trelle. Steidzoši izšķirami jautājumi. *Radio Abonaments*, 1933, februāris, 4. lpp.
7. Kalnozols, P. Eksporta veicināšana un savu ražojumu propaganda. *Ekonomists*, 1931, 15. augusts, 515. lpp.
8. Rāčenis, H. Godalgošanas komisijas darbība Antverpenes 1930. g. pasaules izstādē. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 21. lpp.
9. b.a. Kara ministrijas armijas ekonomiskais veikals. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 31. lpp.
10. „Kurzemes Vārda” korespondents. Latvijas ražojumu parāde. *Kurzemes Vārds*, 1932, 13. Septembris, 2. lpp.
11. Zāgars, V. Nacionālās preču zīmes. *Ekonomists*, 1934, 31. oktobris, 709. lpp.
12. b.a. V. Ūzes saldumu fabrikas reklāma. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 38. lpp.
13. b.a. Apmeklējiet Latvijas ražojumu izstādi. *Centra Balss*, 1932, 16. Septembris, 1.lpp.
14. Kukurs, A., J. Mūsu darba parāde. *Latvijas Tirgotājs*, 1932, septembris, 6. lpp.

15. U. Latvijas ražojumu izstāde vēl paplašināsies. *Latvijas Kareivis*; 1932, 14. septembris, 1. lpp.
16. b.a. Ko rāda Latvijas ražojumu izstāde. *Latvijas Kareivis*, 1932, 11. septembris, 1. lpp.
17. R. Latvijas ražojumu izstādei liela piekrišana. *Latvijas Kareivis*, 1932, 15. septembris, 1. lpp.
18. b.a. Latvijas ražojumu izstādes apskate. *Centra Balss*, 1932, 23. septembris, 4. lpp.
19. R., B. Latvijas rūpniecības parāde. *Sociāldemokrāts*, 1932, 23. septembris, 1. lpp.
20. Cielavs. Jāceļ ražojumu kvalitāte! *Sociāldemokrāts*, 1932, 15. septembris, 1. lpp.
21. Ceihners, A. Latvijas ražojumu propagandas panākumi ir atkarīgi no rūpnieku pienākuma apziņas. *Jaunākās Ziņas*, 4. decembris, 4. lpp.
22. „Jaunāko Ziņu” korespondents Londonā. Kādēļ angļi nekā nezina par Latvijas sviestu? *Jaunākās Ziņas*, 1931. 4. Marts, 6. lpp.
23. L.L. Latvijas ražojumu apskate Londonā. *Ekonomists*, 1930, 15. aprīlis, 351. lpp.
24. Ducmanis, K. Starptautiskā paraugtirgus izstāde Prāgā un Latvijas piedalīšanās tajā. *Ekonomists*, 1931, 1. novembris, 730. lpp.
25. D-rs. Latvija Karalaučos. *Kurzemes Vārds*, 1932, 28. augusts, 2. lpp.
26. b.a. Латвийская скромность в Кенигсбергской выставке. *Сегодня*, 1932, 2. lpp.
27. „Jaunāko Ziņu” speciālkorespondence. Mēs visur drusku nokavējamies. *Jaunākās Ziņas*, 1931, 27. maijs, 1. lpp.

2. Zinātniskā literatūra

1. Zalts, A. Nacionālā saimniecība 20 Gados: centieni un sasniegumi. Rīga: izdevniecība „Pagalms”, 1938.
2. Aizsilnieks, A. *Latvijas saimniecības vēsture 1914.- 1945.* Sunbiberģa: Daugava, 1968.
3. Zunda, A. *Latvijas un Lielbritānijas attiecības 1930 – 1940: Realitāte un ilūzijas.* Rīga: LU žurnāla „Latvijas Vēsture” fonds, 1998.
4. Zalts, A. Izeja no krīzes: Konjunktūras politikas galvenās problēmas. Rīga: Zelta grauds, 1932.
5. Leits, A. Buržuāziskās Latvijas ekonomiskie un saimnieciskie sakari. Rīga: Latvijas valsts izdevniecība, 1958.
6. Dzērve, P. 1929. – 1933.g ekonomiskā krīze buržuāziskajā Latvijā un tās īpatnības. Rīga: Latvijas valsts izdevniecība, 1953.
7. Ceihners, A. Lauksaimniecība un zemnieki – Latvijas pamats. Rīga: P/S „Zemnieka domas”, 1937.

8. Jurevics, J., Salnais, V. Valsts statistiskā pārvalde. Latvijas valsts finanses 1918./1920. – 1931./1932. Rīga: Valtera un Rapas akc. sab. Grāmatspiestuve, 1937.
9. S. Jonathan Wiesen. Creating the Nazi Marketplace: Commerce and Consumption in the Third Reich. New York: Cambridge University Press, 2011.
10. Conserva, H. Propaganda: A Question and Answer Approach. Bloomington: Authorhouse, 2009.

Interneta resursi

1. Die Reportage. Kaffee, Kunst, Kommerz . Aus dem Leben des Ludwig Roselius, Pieejams: <http://213.71.18.104/fernsehen/reportage/roselius100.html> [skatīts 17.05.2011]

Bakalaura darbs „Latvijā ražotās produkcijas propaganda iekšzemē un ārvalstīs (1930. – 1934.)” izstrādāts LU Vēstures un filozofijas fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: Anrijs Gailis

31.05.2011

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītājs: Dr. hist. docents Jānis Ķeruss

31.05.2011

Recenzents: Dr. hist. docents Raimonds Cerūzis

Darbs iesniegts 31.05.2011.

Metodiķe:

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē
_____. prot. Nr. _____, vērtējums _____

Komisijas sekretārs: