

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM**

2014-2017

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Klára Dundálková**

**Válečná propaganda a její vliv na civilní obyvatelstvo**

Praha 2017

Vedoucí bakalářské práce: PaedDr. Ing. Jan Zelinka

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR COMBINED (PART TIME) STUDIES**

2014-2017

**BACHELOR THESIS**

**Klára Dundálková**

**War Propaganda And Its Influence On Civil Citizens**

Prague 2017

The Bachelor Thesis Work Supervisor: PaedDr. Ing. Jan Zelinka

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů. Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 9. února 2017

Klára Dundálková

## **Poděkování**

Děkuji vedoucímu své práce PaedDr. Ing. Jan Zelinkovi za cenné připomínky a čas, který mi při konzultacích věnoval.

## **Anotace**

Tato bakalářská práce se zabývá dopadem válečné propagandy na cílové objekty, tedy obyvatele zemí ozbrojeného konfliktu. Součástí práce je psychologické pojetí a rozbor aspektů lidské povahy, které vedou k náchylnosti jedinců i celé společnosti k propagandě jako takové. Jsou zde popsány charakteristické znaky a prvky propagandy a její zasazení do historického konceptu války, konkrétněji zejména druhé světové války. Důležitou částí práce je srovnání psychologických tendencí a skutečná reakce při setkání se s propagandou. Je zde popsána schopnost ovlivnitelnosti, záměru a konečného dopadu propagandy.

## **Klíčová slova**

Válečná propaganda, vliv propagandy, psychologické tendence, manipulace, ovlivnitelnost obyvatel, druhá světová válka, totalitní režimy

## **Annotation**

This bachelor thesis deals with an impact of war propaganda on target objects, the citizens of countries of war conflict. First part of this work includes psychologic characterization and analysis of the human nature, same as the analysis of the whole society itself which tends to the proganda. The thesis describes characteristic signs and elements of propaganda and its insertion into the historical war concept, particullary the Worl War II. The main part of this bachelor thesis focuses on comparison of psychological tendencies and its actual reaction while meeting propaganda. It also includes a description of the ability of sugestion, intention and final impact of propaganda.

## **Keywords**

War propaganda, impact of propaganda, psychological tendencies, manipulation, susceptibility of citizens, World War II, totalitarian regimes

ÚVOD .....	8
1 PROPAGANDA A JEJÍ FORMY.....	9
1.1 Pojem propaganda.....	9
1.2 Znaký propagandy.....	10
1.3 Formy propagandy.....	11
1.4 Propaganda v průběhu dějin.....	13
2 POTŘEBY SPOLEČNOSTI .....	16
2.1 Sociální potřeby a chování jedince.....	16
2.2 Postavení ve společnosti.....	17
2.3 Dav a jeho specifikace.....	18
3 PSYCHOLOGIE PROPAGANDY.....	21
3.1 Důležitost autorit .....	21
3.2 Cílená manipulace.....	22
3.3 Role politiky a medií k dosažení cílů propagandy.....	23
4 VÁLEČNÁ PROPAGANDA.....	26
4.1 Účel propagandy za války.....	26
4.2 Propaganda za první světové války.....	27
4.3 Noví vůdci v čele států.....	28
4.4. Ideje bolševismu a nacismu.....	32
4.5 Rysy a průběh propagandy Druhé světové války.....	34
ZÁVĚR.....	44
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	48

## ÚVOD

Kontrola vypuštěných informací k ovlivňování lidského chování je činnost stará jako lidstvo samo. Jak populace narůstala, bylo třeba začít cíleně směřovat chování a veřejné mínění mas. Již první vladaři, kteří shromáždili pod svým vlivem skupiny obyvatel, věděli, že je nutné užívat principy a prostředky, které jim upevní pozici a zajistí podporu a poslušnost svých obyvatel, a to i v dobách války. Formy ovlivňování se měnily, postupem času se stávaly důmyslnějšími a lépe propracovanějšími. Smysl propagandy je pro nás z nadhledu lehce pochopitelný, ale v dobách, kdy jsou jí však lidé její součástí, se nejeví toliko jasná a mocná. To můžeme posoudit až z nezaujatého pohledu, nejlépe tedy jejím pozorování s odstupem času.

Od poloviny 20. století výrazně vzrostl zájem dozvědět se o ovlivnitelnosti a schopnosti reakce lidského chování více a výzkum v této oblasti nabral značně na zájmu a důležitosti. V této práci se zaměřím právě tak na psychologické aspekty lidské povahy, které propagandu umožňují, v jaké míře na nás tyto působí, tak na to, zda lze těmto praktikám vzdorovat. Zda propaganda vyvolaná autoritou má tu sílu, aby ji její občané následovali a pro tuto i bojovali. Válka je nejvyhrocenějším střetem lidských názorů a postojů, lze tedy k této události motivovat a vytvořit si souhlas svých občanů? To je stěžejní důkaz, na jehož získání se zaměřím a má práce bude tímto směrem určena.

Z psychologických výstupů a výzkumů se pokusím aplikovat tyto teze či tvrzení na chování člověka a také na to, do jaké míry tyto vzorce chování zapadají do obrazce konceptu války. Konkrétněji jsem si důkladněji vybrala dva vůbec nejlépe zdokumentované příklady válečné propagandy – nacistický a komunistický režim druhé světové války. Zde je umocněna válečná propaganda silným ideologickým základem, kdy lze naplno hovořit o střetu protikladu, který dodal konfliktu nové rozměry. Pohnutky národní a etnické nenávisti a nadřazenosti tak daly vzniknout nejkrvavější události, která se kdy na evropském kontinentě odehrála.

Nakolik tedy máme sklony měnit své jednání, pokud jsme vhodně ovlivněni druhou osobou? Zaměřím se také na to, jak se liší rozhodnutí jedince s rozhodnutím davu či zda forma podání dokáže skrýt špatný úmysl. Tedy objasnit úspěšnost propagandy. To je zásadní úmysl a cíl zjištění mé bakalářské práce. Tato má strukturu teoretickou.



# 1 PROPAGANDA A JEJÍ FORMY

## 1.1.Pojem propaganda

Termín samotný vychází z latinského slova *propagare* neboli rozšiřovat, rozmnožovat. K pojmu *propaganda* se pojí velké množství definic, nelze tedy vybrat jen jednu určitou a tu označit jako definitivní. Nejobecněji ji můžeme pojmut jako veřejnou činnost, při které dochází k přenosu idejí nebo hodnot od jedné osoby nebo skupiny osob ke druhé. Také ji lze dále popsat jako záměrnou a systematickou snahu o formování vnímání a manipulaci s poznáním za účelem dosáhnutí určité reakce, která podporuje vytoužený záměr propagandisty. Možno také říci, že je to druh komunikace, kdy směrem od propagandisty vzniká informace a ta je šířena publiku, které má vhodně a účelně ovlivnit.<sup>1</sup>

Od propagandy se požaduje, aby publikum přijímalo propagandistické zprávy dobrovolně. Není podmínkou, ač se tomuto termínu dostalo časem negativního smyslu, aby byl považován s určitostí za nevhodný či označen rovnou jako nástroj nepřítel. Poprvé se tohoto termínu dostalo v roce 1622, kdy papež Řehoř XV. založil Svatou kongregaci pro propagandu víry, která měla vést k prosazování zájmů římsko-katolické církve. Ano i zde mluvíme o prvcích propagandy, pokud se zaměříme na náboženskou misijní činnost či šíření víry obecně. Právě v tomto ohledu nemůžeme odsoudit její špatný dopad, pokud je náboženství správně uchopeno, přináší do společnosti víru, morálku i ohled k druhým. V dnešní době, kdy historické použití propagandy evokuje zpravidla součást totalitních režimů, vnímáme ji spíše charakteristickým zkreslováním faktů a předkládání lživých informací. Na pozadí propagandy tedy často stojí ideologie, předpokládaný obraz společnosti a světa, jak by měla vypadat. Propagandou se pak legitimita této ideologie získává a udržuje.

Kdo je tedy konkrétněji autor propagandy a jakými se řídí pravidly? Za tvůrčí subjekt, který se identifikuje s autorstvím, je považována vládnoucí autorita, která se snaží tímto postupem zaujmout své cílové publikum. Autoři propagandy povětšinou proklamují své

---

<sup>1</sup> JOWETT G. S a O'DONNELL V., *Propaganda and persuasion*, 5.th ed., USA 2006: SAGE Publications, Inc., s. 2. ISBN 978-1-4129-7782-1.

autorství a získávají tak povědomí veřejnosti o jejich existenci. Nemůžeme však hovořit o univerzální použitelnosti jednoho konceptu ve všech případech. Při její tvorbě je nutno vzít v potaz období, ve kterém je aplikována a také historický vývoj tamějšího stavu společnosti. Autor propagandy se ale pro zdar svého záměru vždy snaží užít co nejvíce dostupných prostředků. Její aplikací nelze nikdy s určitostí zajistit požadovaných výsledků, lze se o ně jen všemi možnými způsoby pokusit.

## 1.2 Znaky propagandy

Propaganda je komplexní souborová problematika, která má mnoho způsobů aplikace i technik uplatnění. Ať už se však jedná o propagandu politickou, válečnou, ideologickou, ekonomickou, náboženskou apod., jsou zde jednotné znaky, které lze vysledovat. Tedy pravidla, kterými se propaganda řídí.

Propaganda je tím více účinnější, čím více jsme jí zasaženi. Pokud má být dosažení požadovaných cílů co nejprogresivnější, je nutno vystavit celou společnost jejímu co největšímu působení. Jediným cílem úspěšné propagandy je efektivně ovlivnit lidské chování a myšlení. Čeho se propagandista snaží dosáhnout? V nejobecnější rovině jde o přiměnění k akci: přistoupení k boji, připojení se k organizaci, přistoupení na politiku státu, sebeobětování se. Jde mu o změnu lidského chování v jeho prospěch. K vynucení této reakce užívá různé metody. Je to především forma nátlaku, kdy zneužívá zkreslených informací (s tím souvisí i různá interpretace soudobých událostí), popírání původního režimu či propagandy, užívání techniky nálepkování, dehumanizování protivníka a obecným pohrdáním nepřátelskou společností. Snaží se taktéž působit na city a ovlivňovat emoce. Propagandista užívá lákavých všeobecností a mluví o idealistickém obrazu vlastní strany i postoje.<sup>2</sup> Jde pouze o jednostranně založenou komunikaci.

Propaganda ve válečném konfliktu se konkrétněji vyznačuje zejména mobilizací nenávisti proti nepříteli, vykreslením nepřítele v negativních pojmech, ale také identifikací a zveličením hrozeb, které tento protivník představuje. Dává na zřetel, jak moc je nutné udržování přátelství se spojenci – musí být vyzdvihovány společné hodnoty, a naopak

---

<sup>2</sup> PLISKOVÁ K., *Propaganda džihádu*, 1. vyd., Brno 2016: Barrister & Principal, s. 22. ISBN: 978-80-7485-113-1.

definován společný nepřítel. Nepřítele naprosto demoralizuje, vyzdvihuje jeho negativní vlastnosti a podkopává jeho autoritu. Je třeba zajištění spolupráce s neutrální stranou jako podpory vhodné k potřebám mírové spolupráce. Také je běžné a žádoucí šíření pozitivních vlastností o vlastní společnosti. Jak však prohlásil jeden z hlavních tvůrců nacistické propagandy, Joseph Goebbels, propaganda přestává působit v momentě, kdy jsme si ji plně vědomi.<sup>3</sup> Tedy nesmí být nikdy plně průhledná – skrývá buď své zdroje, metody, cíle, zájmy, následky vyplývající pro lid, obsah toho, co šíří nebo kombinaci těchto prvků.

### 1.3. Formy a nástroje propagandy

Propagandista zpravidla využívá všech dostupných forem a technologií té doby. Tyto postupy a nástroje pak slouží k šíření žádoucích informací. V průběhu času se tyto prostředky měnily, vylepšovaly, ale některé až do současnosti považujeme za stálé a stěžejní. Každé nové medium je propagandou vřele vítáno.

V první řadě je důležitý samotný výběr slov. Slova jsou základní složkou lidské komunikace, která tvoří konkrétní význam. Vhodná skladba sdělení, hesel i celých vět, je nesmírně důležitá - má požadovanou informační hodnotu a vzbuzují dané reakce publika. Ať už jde o jejich tištěnou formu nebo řečnický projev, slova musí obecnost oslovovat a budit v těchto lidech emoce. Co se týče důvěryhodnosti sdělení, propaganda používá jen ta tvrzení, která jsou v souladu s jejím záměrem, tudíž v tomto ohledu nemůžeme označit její tvrzení za relevantní. Jedním ze základních znaků propagandy je právě zkreslená práce s fakty. Propaganda předkládá pouze ta fakta, která přinesou podporu a užitek jejímu účelu, korespondují se záměry autora a jsou viditelná pouze její perspektivou,. Snaží se nedávat prostor k utváření vlastního kritického názoru a úsudku, ale učí lidi přemýšlet podle jejích zásad. Manipuluje se symboly a vyvoláváním emocí, tedy metodami, které oslabují lidský rozum.

Symbolika je dalším z důležitých faktorů, který se iniciátorům propagandy osvědčil. Je třeba, aby lidé měli svoji autoritu neustále na očích, aby v nich neustále vzbuzovala sounáležitost, respekt, hrdost a národní identitu občanů. Tuto funkci dobře plní symboly

---

<sup>3</sup> TAYLOR R., *Filmová propaganda; Sovětské Rusko a nacistické Německo*, 1. vyd., Praha 2016: Academia, s. 24. ISBN: 978-80-200-2534-0.

moci ve státě nebo na určitém území ovládané autoritou. Symboly podvědomě utvrzují autoritu. Mezi tyto řadíme architekturu, umění, platící měnu, vlajky, známky, jednotné oděvy, a i třeba specifický pozdrav. Všechny tyto formy mohou znázorňovat či nám evokovat řídicí moc.

Umění dává velký prostor pro šíření povědomí o vládnoucí elitě. V architektuře jde o stavbu památníků, oslavných oblouků, sloupů, stylizace staveb do jednotného stylu nebo jejich zdobení státními symboly. Výtvarné umění vyobrazuje, tedy produkuje vizuální vjem, a to ve formě obrazů, fotografií, soch, plakátů a grafických znaků. Jeho správným umístěním působí na nejcitlivěji ovlivnitelný lidský smysl a tím je lidský zrak. Vizuální vnímání je jedním z klíčových prvků k úspěšnému ovlivňování, už jen proto, že není vyžadována gramotnost ani myšlenkový proces, obraz lidský mozek přijme za své automaticky. Nošení uniformy nebo stejnokroje pak dodává identitu a klasifikaci k jedné pospolitě skupině, vyzdvihuje jednotu.

Další formy umění jsou také v propagandě hojně využívány. Záměr vhodně komponované hudby s přitažlivou melodií lze aplikovat při tvorbě oslavných písní vůdce či pro vzbuzení národní hrdosti. Literatura pak dodává konceptu potřebnou míru normality, kdy se při líčení příběhu knihy lidé s postavami často ztotožňují. Písemný projev lze také dobře využít při popisu a vychvalování šlechtných hrdinských činů a vlastností autority. Noviny jsou konečně médiem, které nabízí „čerstvé a objektivní“ informace. Ve filmografii se pak setkává zvukový vjem s vizuálním a tvoří skvělý nástroj pro vtisknutí záměru nebo myšlenky, často v nenápadné zábavné formě.

Mezi novými technikami, které přinesl až rozvoj technologií ve 20. století, dominuje jednoznačně právě vznik kinematografie. Ten způsobil doslova revoluci, jeho dobrovolným sledováním na sebe nechalo působit miliony diváků. V těsném závěsu při formování lidského chování následuje i poslech rozhlasu. Ten přispěl propagandě obzvláště k šíření formy mluveného slova, např. proslovů, politicky laděných debat. Vznik televizoru pak dopomohl ještě k důraznějšímu ovlivňování veřejnosti, tento nástroj umožňoval působit na jedince každodenně z pohodlí jeho domova. Je nutno zmínit i poslední masové médium současné propagandy, které má aktuálně největší celosvětový záběr. Tím bylo zprovoznění mezinárodní komunikační počítačové sítě – internetu.

### 1.3. Propaganda v průběhu dějin

V mnohých kulturách starověku a středověku lid věřil v pomyslnou nejvyšší autoritu – Boha či více Bohů. Panovník, na základě svého rodu, byl považován za toho, kterého si Bůh „vyvolil“. V případě faraonů byli jednotliví vládci přímo hmotným ztělesněním bohů. V tomto případě tedy bylo vyžádání si poslušnosti svých poddaných poměrně snadné, každý tuto hierarchii a přirozený řád uznával a panovník tak nemusel bojovat ani soupeřit o veřejnou podporu. Války se jednoduše vedly pod ospravedlněním, že to „Bůh chtěl“ nebo že „seslal znamení pro válku“.

Za předpokladu, pokud chtěl jinak zvolený nebo dosazený vůdce dosáhnout opravdu velkého vlivu, prvky propagandy se dobře osvědčily. První systematickou a úspěšnou propagandu realizovali již staří Řekové – vedli dezinformační kampaně proti svým nepřátelům a dobře znali sílu a užití státních symbolů. Opravdu zásadním a skutečným šířitelem, který úspěšně rozšířil své impérium pomocí taktik a manipulace obyvateli, byl však až poté, ve 4. století př.n.l., král Makedonie - Alexandr Veliký. Byl vůbec prvním z těch, co se zajímali o psychologii protivníků. Zkoumal jejich metody boje i zbraně, které používali, a podle toho postupoval. Co jej však dovedlo k obrovské popularitě a slávě byl přístup k jeho poddaným. Ke svým vojákům byl značně štedrý a jako panovník dodržoval sliby. Snažil se v lidech vzbudit rovnost. Dělal velkorysá rozhodnutí a ukazoval milosrdenství. Jeho obliba v očích lidu natolik stoupla, že jej začali uctívat jako Boha. Alexander ještě tuto svoji moc a dobrou pověst dával sám na odív a přižívoval tak svůj vliv. Své spodobnění užíval jako znak říše a nechal se vyobrazit „na každém kroku“ své země. Byl motivem soch, obrazů, vyobrazen na fasádách domů i mincí – v této první souvislosti můžeme hovořit o tzv. kultu osobnosti a jeho schopnosti ovlivňování veřejnosti.

V antickém Římě bylo také vzhledem k velikosti říše impéria nutné uchopit vládu pevnou rukou a centralizovat státní moci. Bylo třeba viditelně označit římský vliv a území symboly Říma - specifickou architekturou, promítáním svého vlivu do umění i literatury, vytvořením jednotné měny i vojenské uniformy. Aby si vláda zařídila oblibenost u svých občanů, poskytovala svým občanům dostatečnou vojenskou ochranu, zajišťovala morálku a množství kultury a zábavy. Bylo dobré císaře respektovat,

i strach byl proto dobrým dílčím prostředkem šíření poslušnosti. Už jen sama pověst Říma ohromovala nepřítele. V dobách, kdy Caesar prohlásil svůj slavný výrok. „Veni, vidi, vici“ Řím jen těžko hledal protivníka. Caesar dobře znal působení propagandy a sám rád přidával své osobnosti na význačnosti – vytvářel o sobě samém hrdinské legendy a ty pak dál šířil. Snažil se všemožně přesvědčit lid o své nadpřirozené moci, která mu byla seslána bohem. To byla taktéž strategie, jak si udržet stát ve své diktatuře a oslabit koncept republikánství.

Stejně tak postupovala i náboženství. Ta, aby dosáhla požadovaného účelu, využívala charismatických postav, silných symbolů, morální filosofie a nabízela teorii smyslu, uchopení života a potřeb veřejnosti. Avšak i náboženství samo o sobě může být skvělým nástrojem propagandy, zejména ve válečných konfliktech. Zabíjení ve jménu Boha a nadřazování jedno náboženství nad druhé lze nalézt v průběhu celé historie. Náboženství je i dnes například silně provázáno s Islamistickým bojovným džihádem nebo Irskou teroristickou organizací PIROU.<sup>4</sup> Výrazným zneužitím náboženské propagandy pak byli v letech 1095-1291 křižácké výpravy nebo středověká inkvizice.

V dějinách se často jednotlivý vůdci nechali inspirovat silnými panovníky z historie. Tuto taktiku zvolil taktéž Napoleon, který se vzhlédl v Caesarovi. Napoleon Bonaparte, francouzský císař v letech 1804-1814, si velmi si zakládal na svém dojmu a pověsti, která jej předcházela. To, co značně přispělo k popularitě jeho jména bylo sepsání válečných zásluh a vychválení jej samotným skvělým dobyvatelem. Napoleon si potrpěl na detaily a pečoval o svůj vzhled. Používal dokonce i svého osobního stylistu, který mu pomáhal s důsledným návrhem oblečení, účesu i vystupování. Rád byl považován za hrdinu národa. V tomto mu lze přisoudit vysoký kredit, pro Francii toho udělal opravdu hodně; založil národní administrativní i bankovní systém, armádní školy i instituce a probudil ve Francouzích značnou národní čest. Věděl, že pro svá válečná tažení je třeba, aby poddaní stáli na jeho straně. Své portréty rozvěsil všude, chtěl být svými lidem neustále na očích. Vybuďoval triumfální oblouky a sloupy inspirované starověkou architekturou, kterou chtěl záměrně ohromovat své občany. Napoleon byl propagandistou bezesporu skvělým. Jako jeden z prvních vůbec zavedl autocenzuru a manipulaci s tiskem.

---

<sup>4</sup> JOWETT G. S A O'DONNELL V., *Propaganda and persuasion*, 5.th ed., USA 2006: SAGE Publications, Inc., s. 60. ISBN 978-1-4129-7782-1.

Pod záštitou v zahraničí vydaných materiálů publikoval cizojazyčné noviny (oficiálně britské nebo německé), které jej oslavovaly i z mezinárodního pohledu. Před invazí na určité území rozdával tamějším lidem propagační letáky, které slibovaly, při nenásilném průběhu podmanění, zaručí svobody a práv jednotlivým občanům. Jeho taktika byla natolik propracovaná, že dokonce pořádal lidová hlasování, referenda, kdy byl ovšem už výsledem jistý dopředu.<sup>5</sup> Například při hlasování z roku 1802, kdy se francouzského lidu ptal na otázku: „Měl by se stát Napoleon Bonaparte konsulem s doživotní platností?“. Výsledkem bylo 3,5 mil. obyvatel pro vyslovení ano a 10 tisíc proti setrvání. To stejné s obdobným výsledkem se událo, když požádal své občany o vyjádření dva roky později. Otázkou tentokrát bylo, zda by se měl stát císařem. Toto falešné hlasování mu mělo zajistit i mezinárodní spravedlivý pohled při svém setrvání v úřadu. Po své smrti roku 1840 se díky této skvělé pověsti a vážnosti stal ještě slavnějším.

S rozšířením knihtisku se, především prostřednictvím novin, dokázal ovlivnit veřejný postoj společnosti daleko více. Zajímavým příkladem je například americká diskreditující novinová kampaň z poloviny 18. století při odůvodňování nezávislosti Severní Ameriky na Britské koruně.<sup>6</sup> Později pak, v letech občanské americké války 1860-1865, bylo zneužito lživé tiskové propagandy zejména k povzbuzení morálky vojáků, kdy noviny tiskly falešné zprávy o výsledcích bitev. Obě, v té době zneprátelené strany, užívaly silná tvrzení o krutosti a bestialnosti strany druhé. V těchto dobách byly totiž noviny jediným dostupným a „spolehlivým“ zdrojem informací. Již v té době byl počet periodických titulů značný - kolem 4500 na celém území USA.<sup>7</sup> Noviny byly velmi oblíbeným každodenním médiem, nesloužili jen jako primární zdroj informací, obzvláště politických a ekonomických, ale také zábavy. Čím více pokrok postupoval, tím více myšlenek a idejí se tiskem neslo, ne však vždy nestranných nebo správných. Již na konci 19.století se začínají objevovat první kritikové propagandistického zneužití tisku.

---

<sup>5</sup> JOWETT G. S A O'DONNELL V., *Propaganda and persuasion*, 5. vyd., USA 2006: SAGE Publications, Inc., s.92. ISBN 978-1-4129-7782-1.

<sup>6</sup> Tamtéž s.79.

<sup>7</sup> Tamtéž s. 95

## 2 POTŘEBY SPOLEČNOSTI

### 2.1 Sociální potřeby a chování jedince

Mnohé z lidského chování ve společnosti mezi sebou navzájem pramení z přesvědčení, že jedinec se musí chovat správně, vhodně. Definice správného však není nikde předem určena ani nemá přesné hranice. Proto se lidé zpravidla chovají tak, jak to považují oni sami za nejpřirozenější – napodobují ostatní. Obecně platí, že pokud postoj nebo čin dělá většina lidí v dané společnosti, je to považováno za správné jednání. Pokud tedy něco určitého dělají všichni lidé v daném prostředí, jedinec to bere jako důkaz vhodnosti. Člověk se na tomto principu „sociálního schválení“ lépe adaptuje do společnosti a ta jej přijme. Tímto začleněním ovšem potlačuje svoji individualitu, která souvisí se strachem z odmítnutí mezi lidmi, kde se pohybuje.

Z lidské podstaty, kdy člověk je společenský tvor, lze pak tento strach plně pochopit. Veškeré jiné názory a úkony mimo schválený rámec s sebou nesou odpovědnost ze možné odloučení od ostatních. Nutno ještě zmínit, že se v životě dostáváme do nejistých situací, které jsou pro nás nové a neočekávané. V ten moment je nám jednání druhých inspirací, kopírujeme jejich reakce. I když to někdy znamená jednat v naprostém kontrastu s naší přirozenou podstatou. Toto lze vysledovat zejména v negativním slova smyslu, kdy, pokud nereagují lidé kolem, jedinec taktéž nemá potřebu „vyčnívat z davu“. S tímto konceptem přišli Bibb Latané a John Darley v roce 1968 na základě naaranžovaných kritických modelových situací ve venkovním prostředí, kdy se tato nezúčastněnost jednotlivců v davu potvrdila. Nazvali jej pluralitní ignorace.<sup>8</sup>

Další taktikou, kterou propaganda často využívá, je působit na jednotlivce tak, že vyobrazuje a předkládá materiály, kde se zaměřuje na „obyčejné“ lidi. Potřeba ztotožnění je velmi důležitá při působení na individuální mysl manipulovaného. Považování sobě za rovného a nasimulovat schopnost vcítění se je ze manipulačního hlediska velmi účinnou metodou. Dává lidem pocit porozumění a pochopení, které tolik potřebují.

---

<sup>8</sup> CIALDINI R.B., *Zbraně vlivu*, 1. vyd., Brno 2012: Jan Melvin Publishing s.r.o., s. 153. ISBN: 978-80-87270-32-5.



## 2.2 Postavení ve společnosti

Ať už se podíváme na lidská společenství dnes či v minulosti, daná povaha uspořádání se mění jen pramálo. Hierarchie vládnoucích elit tu byla vždy a vždy nejspíše také bude, bereme-li v potaz všechny formy státního řízení a dělení moci. Co se týče anarchie, tento koncept existuje v podstatě jen v teoretickém vypracování a jeho plný převod do praxe nebyl nikdy úspěšným. Lidé potřebují mít nastavený rámec, znát své místo ve společenském žebříčku i uznávat autoritu. Vezmeme-li za příklad lidskou společnost nesvázanou přílišnými konvencemi, lidský jedinec, pokud je fyzicky a mentálně zdravý, má v této společnosti možnost rozhodování i růstu.

Lidská mysl je jedinečným souhrnem duševních vlastností, které jsou seskupeny v různorodém uspořádání, tvoří ji rysy jak získané výchovou, tak i ty vrozené. Jednou z těchto vlastností, která má vliv přímo na postup ve společenském žebříčku, jsou lidské ambice a ctižádostivost. Nebo taktéž jejich vyhraněná forma, jak ji popisuje psycholog Alfred Adler tzv. Mocenský komplex.<sup>9</sup> Na základě Adlerova konceptu vychází touha po moci z pocitu méněcennosti jedince, který vychází z ranného dětství a rodinného prostředí. Životní styl mocenského typu člověka charakterizuje nízké sociální cítění, ale zároveň vysoká aktivita a potřeba řízení druhých. Je zaměřen na manipulaci, ovládnutí a plánování života druhých. Tento jedinec pak může být nebezpečný pro svou egocentričnost a agresivitu, kterou si tuto poslušnost u ostatních vynucuje.

Za předpokladu splnění všech základních životních potřeb jedince, naskýtá se mu jeho schopnostmi, předpoklady a úsilím, kterými disponuje, příležitost dosáhnout vysokých vedoucích pozic ve společnosti a uplatnit tak svůj vliv. Pokud se podíváme zpět do historie k feudálním systémům, zde se rovnost šancí povětšinou nepřipouštěla, vládnoucí pozice byla jasně určena. Avšak ne každý panovník byl ve své roli úspěšný a získal si sympatie a podporu svých poddaných.

---

<sup>9</sup> ADLER A., *Superiority and Social Interest*, 1.st ed., USA 1979, WW Norton & Co (Verlag). ISBN 978-0-393-00910-1.

## 2.3 Dav a jeho specifikace

Nejlepší psychologický rozbor chování davů nejspíše předložil francouzský psycholog Gustave Le Bon v jeho knize *Psychologie davu*, která se poté stala předlohou pro další knižní díla a výzkum. *Psychologie davu* vyšla ve Francii v roce 1895, v Německu pak 1908, kde se stala podkladem hitlerovské rétoriky, a mnoho z ní použil diktátor i do své knihy *Mein Kampf*. Le Bon dal taktéž základy freudovské psychologii.<sup>10</sup>

Prvně je nutno specifikovat, co dav, jakožto jev v lidské společnosti, přesně je. Obecnou definicí davu je shromáždění jakýchkoliv jedinců lidské společnosti bez ohledu na věk, rasu, národnost či pohlaví a bez ohledu na důvod, který jej svedl dohromady. Nás však bude více zajímat označení tzv. organizovaný dav, tedy více než jen náhodné shromáždění. Tento má již svůj cíl, událost, která jej spojuje. Navozuje stav myslí jednotlivce, kdy vědomá osobnost mizí a city i myšlenky jsou zaměřeny jedním směrem, vzniká tzv. „kolektivní duše“. Viditelné sociální fenomény se tak zdají být výsledkem ohromné nevědomé činnosti, nejčastěji nedostupné naší analýze. Davy jsou bezpochyby nevědomé, ale tato nevědomost je možná jedním z tajemství jejich síly. Není ani nutno, aby se jedinci nacházeli na tomtéž místě, stačí, aby v daném okamžiku a pod vlivem prudkých dojmů, např. velké národní události.

Kolektivní duše jako taková, je doposud těžce uchopitelným pojmem.<sup>11</sup> Můžeme říci, že shromáždí-li se, i náhodně, jistý počet lidí, pozorujeme, že se z jejich sblížení mohou zrodit ještě nové duševní vlastnosti. Mentální činnost davu vstupuje namísto uvědomělé činnosti jedinců. Vznikají z příčin, že lidský dav je anonymní a nezodpovědný, tudíž základní pudy vyplouvají více na povrch. Přichází euforický pocit moci z množství jedinců pospolu, objevuje se „duševní nákaza“ - člověk obětuje svůj individuální zájem ve prospěch davu.

Je s podivem, že vlivem davové psychózy mají lidé rozdílné inteligence často totožné pudy, city i vášně. V kolektivní duši zanikají intelektuální schopnosti lidí a tím také jejich individualita. Dav touží po vjemech, projevuje se v něm silná sugestibilita, která je podobná hypnóze. To zejména vyvolává ochotu přijmout nová sdělení, kdy nastupuje absence vůle a úsudku. Lidé v davu jsou neschopni soudnosti a kritického myšlení. Mizí

---

<sup>10</sup> LE BON G., *Psychologie davu*, 4. vyd., 2016 Praha: Portál, s. 140. ISBN:987-80-262-1028-3.

<sup>11</sup> Tamtéž s. 20.

zde i pud sebezáchovy. Dav nedisponuje žádnými trvalými myšlenkami, je proměnlivý, impulsivní, mizí pojem nemožnosti a nesnese překážky. Pokud se nějaká objeví, dav na ni reaguje prudce a snaží se tuto ihned odstranit.

Specifikem seskupení velkého množství lidí je také vysoký smysl pro zkreslování, přehánění a zjednodušování. Lidé v takovémto seskupení bez váhání zacházejí do krajností. Panuje buďto absolutní pravda či absolutní omyl. Dav na rozdíl od jedince nesnese diskuzi. Civilizace předpokládá jistá pevná pravidla, kázeň, přechod od pudového k rozumovému, předvídání budoucnosti i vysoký stupeň kultury, což jsou podmínky, které davy, ponechány samy sobě, nedovedou nikdy splnit. Jejich vláda by vždy jen představovala období zmatků a destruktivní moci. Dav rád zaměňuje dobrý úmysl se slabostí.

Vládcí světa byli vždy neuvědomělými psychology a znali instinktivně a často velmi bezpečně duši davů. Dav potřebuje svého vůdce, svého řečníka. Řečník je v přímém důvěrném styku s davem, dovede vyvolávat představy, které dav svádějí. Struktura proslovu před publikem má svá daná pravidla; dav dovede myslit pouze v obrazech a dává na sebe působit pouze jimi. Některé proslovy můžeme shledat jako rozumově velmi slabé, avšak tyto mají ohromný vliv na posluchače - představy, vyvolané v jejich myslích nějakou osobou, událostí nebo náhodou, mají životnost téměř skutečných věcí. Nejlépe zapůsobíme velkým vítězstvím, velkým zločinem, velikým zázrakem nebo velkou nadějí. Řetězec přísně rozumových úvah by byl davům naprosto nepochopitelný, neuvažují, úvaha na ně nemá vliv. Nutné je taktéž bezprostřední zobecnování výjimečných případů. Řečník, který chce svést dav, musí zacházet do krajností a zneužívat silná tvrzení. Přehánět, zdůrazňovat, opakovat a nikdy nepředkládat rozumové důkazy a argumenty. Je nutno zveličování cností a vlastností hrdinů, vůdců.

To, co zpravidla ovládá lid jsou ideje, zvyky a city.<sup>12</sup> Cit davu má základní, prosté charakteristické znaky. Těmi je obzvláště zbožňování předpokládané vyšší bytosti, třeba i stoupence velké myšlenky. To na sebe přirozeně váže bázeň před mocí, která se této bytosti přisuzuje. Taktéž následuje slepé poslouchání jejích rozkazů, touhu tuto šířit a pokládat za nepřítel všechny ty, kdo ji neuznávají. Ať se takovýto cit vztahuje k bohu, hrdinovi nebo k politické myšlence, stává se ve své podstatě náboženským. Náboženskými totiž nejsme jen tehdy, uznáváme-li nějakého boha, ale i za okolností, kdy dáváme

---

<sup>12</sup> LE BON G., *Psychologie davu*, 4. vyd., 2016 Praha: Portál, s. 25. ISBN:987-80-262-1028-3.

všechny síly svého ducha, veškerou oddanost své vůle a všechen žár našeho nadšení do služeb nějaké věci nebo bytosti, která se stává cílem našich myšlenek a činů. Toto zbožňování obvykle provází i nesnášenlivost a fanatismus těch, kteří věří, že našli opravdové štěstí. Většina velkých dobyvatelů davů lidí nemá oltáře, ale mají sochy a vyobrazení a v této formě uctívání, které se příliš neliší od toho náboženského. Vůdce musí být v podstatě jakýmsi bohem pro lidi, na které působí. V totalitních režimech a ideologiích pak hovoříme o termínu kvazi-náboženského charakteru, tedy uctívání vedoucích představitelů.<sup>13</sup>

Nemůžeme však říci, že dav je čistě špatným seskupením. Existuje také něco jako „mravnost davu“ stejně tak jako dav propadá nízkým pudům, může tak i přispět k dobrým vznešeným rozhodnutím a skutkům (oddanost, odříkání, potřeba spravedlnosti). Může být tedy jak zločinný (drancování) i hrdinský (boj za vlast). Davy, jak víme z historie, způsobují zpravidla rozvrat nefungující společnosti nebo politického zřízení.

---

<sup>13</sup> MAIER H., *Politická náboženství; Totalitní režimy a křesťanství*, 1. vyd., Brno 1999: CDK, s. 31.  
ISBN: 80-85959-43-7.

## 3 PSYCHOLOGIE PROPAGANDY

### 3.2 Důležitost autorit

Úcta k autoritě je v nás silně zakořeněna. Lidé mají tendence hledat si své zástupce, své silné vůdce, ke kterým mohou vzhlížet a naslouchat jim. Sigmund Freud vychází z hypotézy, že náš přirozený sklon k autoritám má spojitost s návratem k ranějším vzorcům prožitků a psychickým mechanismům uvnitř užšího sociálního kruhu, tedy konkrétněji rodiny, tzn. že pramení z infantilní zkušenosti.<sup>14</sup> Tyto vůdce máme pak tendence hledat i v dospělosti. Hledáme osobu, do které můžeme promítat svoji potřebu svěřeni odpovědnosti a důvěry. Tu, kterou můžeme přirozeně obdivovat a vzbuzuje v nás sílu a inspiraci.

Vůdce sám bývá zpočátku jedním z vedených, z těch, kteří se upnuli k vzorové ideji a které se následně sám stává hlasatelem a šířitelem. Vůdce nebývají zpravidla muži myšlenky, ale činu. Prozíravost, jak lze odtušit, vede k pochybám a zdrženlivosti, což je vlastností u vůdců nežádoucích. Často se do této role dostane osoba, která je psychicky nestabilní, podrážděná, až hraničící s šílenstvím. Osobní zájem, rodinu, to vše dokáže vůdce pro svoji myšlenku obětovat. Pronásledování či posměch se jej nedotýkají, dokonce jej ještě více popouzí, jdou přeci proti jeho přesvědčení. Disponují neuvěřitelně silnou vírou, které jsou naprosto podmaněni. Lidé přirozeně někoho s takovým silným přesvědčením vyhledávají a vkládají do něj víru svou vlastní. A víra obecně, jak je známo, je jedním z instinktivních, charakteristických postojů každého jedince.<sup>15</sup>

K poznatkům vlivu autorit se věnovala i řada studií, jedna z nejznámějších byla vedena doktorem Stanley Milgramem v roce 1963, kdy jeho nejznámější publikovaný experiment - úmyslného pouštění elektrošoků do těla druhé osoby - ukázal sílu a poslušnost ve vztahu k autoritě. V tomto případě tedy vedoucímu studie, který experimentálnímu

---

<sup>14</sup> LE BON G., *Psychologie davu*, 4. vyd., 2016 Praha: Portál, s. 149, ISBN:987-80-262-1028-3.

<sup>15</sup> JUNG C. G., *Slova duše*, Praha 2001: Vyšehrad, s. 80. ISBN: 80-7021-490-2.

týmu zadal instrukce k úkonům. Milgram, taktéž jako Freud, předpokládá, že jsme přirozeně nastavení k uposlechnutí rozkazů a jejich programovému vykonávání, bez ohledu na emoční a psychickou ujmu poškozených.<sup>16</sup>

Bezmeznou víru v autoritu ukazují opětovně někteří příslušníci náboženských sekt. Jde zejména o nepochopitelné chování skupiny při nesplnění předkládané předpovědi katastrofického konce světa, kterou její vůdce proklamoval. Tato situace byla již několikrát v historii opakována a slouží jako příkladný paradox slepé víry vůči svému náboženskému prorokovi. Scénář těchto situací je často podobný; hlava sekty a jeho přívrženci očekávají zásadní změnu, která se ovšem promění jen v nezrealizovanou iluzi. Jejich spasení, které měli přislíbena vůdcem, se nekoná. Místo zklamání a rozpuštění skupiny naopak ale tito zmanipulovaní lidé ihned uvěří nové teorii, která jim je předložena jejich vůdcem, s vysvětlením, proč se tak nestalo. Navzdory racionálnímu předpokladu dochází u těchto skupin k neočekávanému přizpůsobení. Jejich víra je stále stejně nezlomná, v některých případech dokonce poté ještě pevnější a skupina věřících operuje pod stejným vedením dále.<sup>17</sup>

Všeobecně, pokud nahlédneme do historie, by se dala klasifikovat postava pevné ho vůdce slovy Gustava Le Bona; typem dokonalého hrdiny pro lidstvo bude vždy člověk typu Ceasar. Jeho autorita davu imponuje, vystupování oslňuje a jeho meče se bojí.<sup>18</sup>

### 3.1 Cílená manipulace

Jak již bylo zmíněno, všeobecný názor a chování společnosti může být propagandou zásadně ovlivněno. Sbíhá se tu komplikovaný proces managementu, práce s informacemi (ať už jejich vyzdvihování či zamlčování), systémem šíření ideologie, práce s davem a pak i následně individuálním dopadem vlivu na veřejnost a její zpětná vazba.

V oblasti manipulace je třeba vyzdvihnout jednu zásadní lidskou vlastnost, která manipulaci vůbec umožňuje, a tou je lidská sugestibilita tj. ovlivnitelnost. Sugestibilita je schopnost přijímat zcela nekriticky a automaticky cizí názory za své a přizpůsobovat jim

---

<sup>16</sup> CIALDINI R.B., *Zbraně vlivu*, 1. vyd., Brno 2012: Jan Melvin Publishing s.r.o., s. 234. ISBN: 978-80-87270-32-5.

<sup>17</sup> CIALDINI R.B., *Zbraně vlivu*, 1. vyd., Brno 2012: Jan Melvin Publishing s.r.o., s. 140. ISBN: 978-80-87270-32-5.

<sup>18</sup> LE BON G., *Psychologie davu*, 4. vyd., 2016 Praha: Portál, s. 36. ISBN: 987-80-262-1028-3.

své vlastní chování a prožívání. Osoba vystavená vhodné sugesci pak informaci, kterou získá, považuje za důvěryhodnou a bez výhrad jí věří. Pozadí sugescie může být různé, ať už získání obdivu nebo lásky, ale taktéž na druhé straně vyvolání strachu, skutečného i pomyslného. Obecně je předpokládáno, že lidé s vyšší inteligencí jsou sugescí méně zasažitelní než lidé nižší intelektuální hladiny vědomí. Svoji roli hraje také věk člověka, kdy naše tendence k ovlivnitelnosti mají různé míry. Stejně tak jako působení na člověka v davu či samostatně.

### **3.3 Role politiky a medií k dosažení cílů propagandy**

Jak politika, tak i zprostředkovatelská masová média, jsou považovány za autority, které mají vliv na názor společnosti. Ovlivnitelnost posluchačů může být uskutečněna prostřednictvím zdatných rétorů, povětšinou zastoupena charismatickými jedinci, stejně tak jako jinému vystavení jejich smyslů záměrně vysílaným informacím, zastoupenou médii. Politici stojí v čele své země jako zvolení zástupci, masová média hrají více významnou roli při formování našeho chápání, co je normou.

Samozřejmá je zde i jejich částečná vzájemná provázanost, v případě válečné propagandy značně vysoká. Médii rozumějme prostředky komunikace, tedy sdělovacími nástroji mezi komunikátorem a příjemcem. Fyzicky pak mluvíme o mediu především jako o prostředku poskytující audio/vizuální nebo kombinovaný vjem. Oba tyto zdroje, které tyto informace zprostředkovávají, nemusejí reprezentovat objektivní pravdu. Mohou si být vědomi, že mluví, ale také že nemluví pravdu. Pokud mluvíme o neúmyslných lžích, je to zpravidla dáno vytržením z kontextu, zestručněním či opomenutím souvislostí.

Mnohem častěji se však při sdělení setkáváme se lží úmyslnou. Mezi její specifikace řadíme cenzuru, překroucené informace, kódování, zkreslující a přibarvující fragmenty, úmyslné vymýšlení atd. V manipulaci sdělovacími médii zpravidla hraje zásadní roli výběr slov a vylíčení události. Mysl posluchačů, diváků či čtenářů je vždy již vystavena vyložení události jejím zprostředkovatelem. Jak uvádí autoři G. Burton a J. Jiráček, je až děsivá propast obsahu sdělení, které popíší dva zneprátené tábory, kdy v režii každého

z nich se stejná událost odehrála naprosto jinak.<sup>19</sup> Stejně tak mohou zvolené jazykové prostředky s sebou mohou nést nějakou hluboko zakořeněnou představu, mýtus či předpoklad. Politici a media zpravidla využívají jen ta fakta a předlohy, která se hodí k jejich požadovaným záměrům. K těmto hlavním manipulativním technikám je třeba znát lidskou psychologii a na tu působit. Ve svých záměrech tak šíří stereotypy, zkreslují validitu, podkládají tvrzení podložená vědní metodologií, stejně jako těží z již dosažené prestiže.

Vlivu stereotypizace používají media již od jejich vzniku. Stereotypizace, tedy česky zobecnění, je přesvědčení o určitých attributech, jež jsou přisuzovány určité skupině lidí, a na tomto základě náležení zařazují posuzovaného jedince do tohoto vyššího celku. Toto náležení může být i mylné. Stereotypizace lidskému mozku pomáhá v rozřídění faktů k dané realitě, její zjednodušení, uspíšení jejího vnímání a jako potvrzení daných hodnot a postojů společnosti. Nejčastější stereotypizace jsou ve společnosti ve formě silně zafixovaných stereotypizací - xenofobní, rasistické, sexistické, vlastenecké atd. Z tohoto konceptu principiálně plynou předsudky a předpojatost k určité věci či osobě (Britové – konzervatismus, přistěhovalec – potencionální nebezpečí, žena - péče o domácnost).

Dalším z faktorů, který již je sám o sobě velmi mocným, je dosažená prestiž neboli dobrá pověst subjektu. Pokud se daný jedinec těší dobře prestiži, jeho vliv samovolně stoupá. Tato strategie je velmi mocná zejména v politice jednotlivých vůdců.

Neméně účinnou formou manipulace, jak působit na veřejnost, je pomocí empiristických faktů, tj. potřeba legitimizace položená vědou - potřeba určit tezi jako fakt a nevyhnutelnost. Tato technika se stala s rozvojem vědních disciplín velmi vlivnou.

Rozvoj medií i psychologická propracovanost postupů s důrazem na co největší účinek a zacílení se postupem času neustále vylepšovala. Velkým milníkem pro tiskové šíření informací byl vynález knihtisku v polovině 15. století, a tedy možnost využít masové reprodukce. Po první světové válce rovněž nastupuje éra filmu, nejprve němého a pak i zvukového. Média jsou najednou schopna zprostředkovat plně „reálný“ zážitek, který diváky zcela vtáhne a pohltí. Příchodem tohoto audio-vizuálního stimulu publikum mediální sdělení konzumuje bez větších výhrad a v podstatě takovým způsobem, jakým je jim sdělení předkládáno. Nelze opominout však názor oponentů, například známého amerického

---

<sup>19</sup> VYBÍRAL Z., *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, 3. vyd., 2015 Praha: Portál, s. 111. ISBN: 978-80-262-0869-3.



žurnalisty George Gerbnera, kteří naopak upozorňují na obrácené hledisko pohledu. Teorie ovlivňování se sice zaměřují na tok informací k divákovi, ale zapomínají na to, že je to obvykle právě jednotlivý člen publika, který z nabídky vybírá, čemu bude věnovat pozornost, jak sdělení vyloží a jak s ním naloží, tedy i ve smyslu k opačné kauzalitě.<sup>20</sup> Tento názor však lze uplatnit již jen v „osvícené“ společnosti, kdy mají její obyvatelé přístup ke vzdělání a mají informace o technikách manipulace, která se jim, obzvláště v moderní společnosti, předkládá.

Stejně tak jako je známá situace chování společnosti, kdy se jedná o tzn. „Lži ve vzájemné provázanosti občanů k politikům“ tedy, že občané nesouhlasí s vládnoucí mocí, avšak ze strachu tuto trpí. Nesouhlas s politikou se tak stává „veřejným tajemstvím“.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> GERBNER G., *Model masmediální komunikace* [online]. © 2017 [cit. 2017-01-18]. Dostupné z: <http://communicationtheory.org/gerbners-general-model/>

<sup>21</sup> VYBÍRAL Z., *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, 3. vyd., 2015 Praha: Portál, s. 110. ISBN: 978-80-262-0869-3.

## 4 VÁLEČNÁ PROPAGANDA 20. STOLETÍ

### 4.1 Účel propagandy ve válce

Do obou světových válek, té první (1914-1918) i druhé (1939-1945) bylo značnou měrou zapojeno i nebojové civilní obyvatelstvo zemí konfliktu. Nebyla to tedy vždy jen přímá podpora v militantní podobě a potřeba motivace dospělých bojeschopných mužů k narukování, ale i podpora na úrovni souhlasu se státní politikou. Bylo nutností své občany přesvědčit, že právě jejich země se účastní bojů pro dobrý účel, pro který bylo hodně z jistot a komfortu obyčejných obyvatel na úkor války obětováno. Každá válka znamená pro civilní obyvatele časy strádání, jak finanční a materiální, tak psychické. Ač nikdo nemohl přesně předem tušit konečné bilance války se všemi jejími útrapami a mizérií, její vůdcové a agresori konfliktu si byli vědomi, zejména ve druhé světové válce, kolik velkého úsilí i prostředků bude třeba na boje vynaložit. Bylo třeba mít obyvatele na své straně, na straně plně oddané státu. Propaganda měla občany přesvědčit, že je to právě jejich země, která má všechna privilegia a legalitu svoji moc šířit dál, že právě ona je tou, pro kterou musí padnout oběti v rámci zachování a protlačování státních zájmů.

Propagandisté druhé světové války měli situaci ztíženou o to více, že první světová válka byla ještě v dohledu a její hrůzy byli v myslích obyvatel stále čerstvé. Avšak co jim značně hrálo do karet, byla nestabilní politická a hospodářská atmosféra takřka v celé Evropě. Poválečná „normalita“ byla poznamenána politickým násilím, pokusy o převrat, atentáty a obecně veřejným zmatkem nepevného systému vlády. Toto klima napomohlo vzestupu nových politických stran, často radikálních – levicových i pravicových. Fanatictí diktátoři a idealisté měli v podstatě nejlepší situaci se v této době prosadit. Bylo třeba použít těch nejúčinnějších prostředků dostat veřejnost na svou stranu. Museli použít všechny způsoby, které měli k dispozici a které doba poskytovala. Masová media ještě nikdy předtím nebyla užita v takovémto rozsahu na poli propagace.

První světová válka se ještě vyznačovala nadšením pro věc, kdy mladí muži nastupovali do armády se zanícením v očekávání dobrodružství a prokázání patriotismu, ovšem toto nadšení se stoupajícím počtem obětí rychle vymizelo. Druhou světovou válku můžeme popsat už spíše jako psychologickou strategii, kdy by rozhodně praktiky a lákadla propagandy první světové války nevyvolaly požadovanou reakci. Bylo třeba získat ve-

řejné mínění obyvatel jinak, předložením ideologie, která se stane jejich normou i životním postojem. Válečnou propagandu můžeme také pojmut jako strategii morální a psychické podpory vojáků na bitevním poli, kde bezesporu hrála taktéž velmi důležitou roli.

## 4.2 Propaganda za první světové války

Již po první válce byli učenci překvapeni, jakou moc měla propaganda a média na průběh celého konfliktu. A to zde zatím popisujeme pouze media tisková, především tedy formu reklamy a vliv tisku.

První, kdo vůbec zformoval profesionálnější verzi válečné propagandy byla v roce 1914 Velká Británie, kdy založila Centrální komisy pro národní vlastenecké sdružení. Komise organizovala přednášky, patriotická sdružení, cesty po městech i menších obcích a šířila myšlenku nutnosti ochránit Spojené království ve jménu krále. Britové vedli taktéž úspěšnou taktiku při distribuci a rozšiřování tiskových materiálů v prospěch státu v neutrálních zemích jako Holandsko nebo Švýcarsko. Stejný postup vedla i při podpoře bojujících vojáků na frontách – plakáty, dostatečně malé, aby se dali shazovat letadly nad zákopy nebo vložit do dopisu, opatřovala vlasteneckými hesly nebo úryvky poezie britských básníků, Shakespeara i Bacona, stejně tak jako citáty z Bible.<sup>22</sup>

Německo naopak vedlo v první světové válce při získání zahraničních sympatií jen nekoordinovanou a neúčinnou kampaň, kdy za jeho neúspěchem stály i slabé argumenty na svoji obranu pro pádný důvod napadení Belgie.

V této válce mělo obecně největší sílu očerňování nepřítele a poukazování na násilnosti, většinou smyšlená, která páchá. Vycházely stovky knih, brožur i novinových článků, které poukazovali na ohavnosti, které se v rámci války dějí. V těchto bylo podrobné líčení všech zvěrstev, včetně grafických detailů, kterých se nepřítel dopouští. Šlo o zmrzačování, masakrování, mučení nebo týrání hlady. Toto mělo u obyvatel vyvolat kromě znechucení obzvláště strach z nepřítele, mobilizovat jejich sentiment a nutnost co nejlépe ochraňovat svoji zemi.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> TAYLOR R., *Filmová propaganda; Sovětské Rusko a nacistické Německo*, 1. vyd., Praha 2016: Academia, s. 22. ISBN: 978-80-200-2534-0.

<sup>23</sup> JOWETT G. S A O'DONNELL V., *Propaganda and persuasion*, 5. vyd., USA 2006: SAGE Publications, Inc., s. 225. ISBN 978-1-4129-7782-1.

### 4.3 Noví vůdci v čele států

Období po první světové válce se nese v duchu velkých osobností. K moci se dostali vůdci, kteří nad svým lidem drželi „pevnou ruku“ a měli své vlastní představy, jakými společnost řídit. Jedním z iniciátorů a zástupců velkých vizí, který chtěl obnovit zašlou slávu Říma, byl roku 1922 při nástupu k moci italský vůdce Benito Mussolini. Jednalo se o inteligentního ambiciózního muže, který již od mladých let inklinoval k levicovým názorům a tyto pak ve své politice, do všech krajností, aplikoval. Během prvních dvou let své vlády eliminoval veškerou opozici a získal diktátorské pravomoci. Pro své fašistické zapálení se stal spolustraníkem Španělska, kdy roku 1936 pomáhal Francovým oddílům při zvládnutí občanské války. Později, roku 1940 stál pak ve válce po boku Německa. Byl to on, kdo zavedl pojem „totalitní stát“. Ačkoliv sám diktátor užíval tradiční diktátorské praktiky i propagandu, lid byl sám o sobě ohromen výsledky růstu státu. Pod Mussoliniho vedením se italská ekonomika stabilizovala, nezaměstnanost klesala, rostl průmysl a země prosperovala.

Ve Španělsku dosáhl moci taktéž diktátor, Francisko Franco. Svého vítězství dosáhl po násilných bojích konečně až v roce 1936 a od této doby prosazoval striktní nacionalistickou politiku jedné strany. Franco, stejně tak jako Mussolini, disponoval vojenskou minulostí, a tedy silnou morálkou při nastavování pravidel řízení státu. Co jej odlišovalo od ostatních diktátorů byla silná víra v Boha spíše než v jakoukoliv ideologii a taktéž snaha se vyhnout válce, kterou považoval pouze za poslední řešení či úkon k převzetí moci. Byla to zejména náboženská oddanost, která mu vysloužila respekt svého silně věřícího lidu. Prvky propagandy používal stejně jako ostatní vůdci, své úspěchy zveličoval a své slabé stránky vlády odsouval do pozadí.

V sovětském svazu se taktéž odehrály nepokoje, které vedly k vytvoření zcela nového vedení státu. Zde na scénu přichází zakladatel bolševismu, Vladimír Iljiče Lenina. Lenin se dostal k moci svojí přesvědčivou rétorikou, přicházel jako „spasitel utlačovaných mas.“ Neujal se své vlády agresí, ale nahrála mu všeobecná nespokojenost ruského obyvatelstva s otřesnými válečnými ztrátami, nedostatkem potravin a vysokými cenami. Počátkem roku 1917 docházelo k mnohým stávkám a násilným demonstracím, které car Mikuláš II. už nezvládl ustát a přijal nevyhnutelné, v březnu roku 1917 abdikoval. Do čela Ruska se tak dostal Lenin, strůjce Velké říjnové revoluce, kterou zorganizoval po svém návratu ze švýcarského exilu v čele Ruska stál až do své smrti roku 1924.

Pokud je Lenin jako vůdce Ruska zvelebován jako moudrý muž s dobrými úmysly, který chtěl pro své obyvatele jen to nejlepší, tato teorie je chybná. Je sice zakladatelem komunismu, ideologie rovnosti mezi občany, ale byl též zastáncem koncentračních táborů a násilnému postupu proti nesouhlasné opozici. Neuznával plnou svobodu a možnosti práv svých občanů, ba přímo se vymezil pro jejich omezení. Krutost jeho vlády, jak se dozvídáme z ruských archivů se o mnoho nelišila od jeho nástupce Stalina. Avšak díky nedlouhé době vlády a desetiletími zvelebování jeho obrazu Stalinem, si na něj většinové povědomí občanů zanechalo pozitivní náhled.<sup>24</sup>

Leninova „skutečná svoboda“ obyvatel byla podle jeho vzoru ihned po revoluci naplnována; ihned podepsal dekret o cenzuře tisku. Každé noviny, které se neshodovaly s režimem či byť jen vydali nesouhlasný článek, mohly býti ihned zakázány. Stejně tak byly postaveny mimo zákon i další politické strany. Byl legálně zaveden trest smrti. Ve státě „šťastných“ pracujících, kde nemohl existovat trest smrti, bylo jediným „logickým“ ospravedlněným použitím to, že se vztahuje pouze na zrádce režimu, tedy obranu společnosti. Nepřátelského stigma opozice mohlo býti však dosaženo i pouhým nešťastným narozením do buržoazní rodiny. K likvidaci odporu používal jak Čeku, tajnou policii, tak Rudou armádu. Zřídil novou ústavu, která dala moc centrálním úřadům na úkor lokálních. Omezil volební práva na základě sociálního původu a politického smýšlení. Každý odpor se okamžitě umlčovat násilným terorem.

Stalin, nástupce Lenina, se rád považoval za ukázkového žáka a stoupence Lenina. Právě na této strategii si vybudoval svůj obraz kompetentnosti a důvěryhodnosti. V podstatě každý svůj krok dával do souvislosti s Leninovou vůlí. Tito dva představitelé se znali ještě dlouho před vypuknutím revoluce. Lenin si považoval Stalinovo zapálení pro věc a po revoluci jej obsadil do funkce Komisaře pro národnostní záležitosti. Ale nelze však říci, že by jej Lenin, na konci svého života jako svého nástupce, podporoval. Stalin je jím *de facto* sám jmenoval.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> GELLATELY R., *Lenin, Stalin and Hitler; věk sociální katastrofy*, Praha 2012: VOX GLOBATOR, s. 15. ISBN: 978-80-7511-012-1.

<sup>25</sup> SERVICE R., *Stalin: Biography*, 1st ed., USA 2005: Harvard University Press, s. 5. ISBN: 978-0674022584.

Před ujmoutím vlády s ním jakožto vedoucí postavou takřka nikdo nepočítal. Vyčítali mu slabou schopnost řečnění, nedostatkem znalostí cizích řečí a vědomostmi dostačujícími možná tak na administrativního pracovníka. Taktéž se mu nepřisuzovalo velké osobní charisma a ani gruzínský původ neoslňoval. Ruštinu se naučil až jako druhý jazyk v průběhu dospívání. Stalin byl ovšem skvělý vypočítavý taktik a začal progresivně pracovat na své reputaci. Veškeré své odpůrce lstí nebo násilím odstavil a začal vytvářet svůj obraz dokonalého vůdce proletariátu. Již v roce 1924 požádal svého asistenta, Ivana Tovstukha, o náčrt jeho první biografie. Zde se vylíčil je v tom nejlepším možném světle, kdy dával najevo svoji politickou dychtivost a nadšení pro ruskou zemi. S každou další biografií svůj obraz neustále zlepšoval a zveličoval, až se v roce 1938 neskromně označil za genia rovného Leninovi, světového vůdce a jedinečného obhájce Marxistické teorie. To, co Stalinovu vládu definuje, je také neuvěřitelná krutost, kterou svými rozkazy uplatňoval. Místo, aby své vězně pouze uvěznil nebo zabil, užíval sofistikovaných metod mučení a ponižování svých obětí, lidí, kteří nebyli v souladu s jeho vůlí. Rád kolem sebe šířil strach a tuto atmosféru udržoval i v okruhu svých nejbližších spolupracovníků. Rusko ovládal až do své smrti v roce 1954.

V průběhu Stalinovi vlády se v Německu dostal k moci Adolf Hitler. Tento, na první pohled obyčejný muž, byl stěžejní postavou převzetí nacismu v zemi a hlavním agresorem vypuknutí Druhé světové války. Lze vyslovit domněnku, že bez Adolfa Hitlera by zřejmě nacismus nikdy nedosáhl takových výšin. Proč se stal právě Hitler tak respektovaným a následováníhodným vůdcem? Právě vhod mu nahrála historicky příhodná situace, kdy dokázal transformovat hněv a kulturně-politický zmatek lidí té doby, kdy mocnosti světa „oloupily“ Německo Versailleskou smlouvou o jeho platné právo být jednou z nich.

A také šlo bezesporu o Hitlerův skvělý přirozený talent sebeprosazení. Ač nedokončil ani střední školu, byl skvělým intuitivním znalcem lidské psychologie. U ostatních lidí uměl vzbudit inspiraci, dodat jim odvahy, sebehodnoty a vzbuzoval v nich budovatelské nadšení. Jeho řečnický talent byl výjimečný. Toto prokázal již při nezdařilém Mnichovském puči roku 1923, kdy se pokusil napadnout a svrhnout bavorské vedení. Ten se však nezdařil a Hitler byl zajat a odsouzen k vězení. Ovšem jeho pětiletý trest byl až směšně malý vzhledem ke klasifikace činu vlastizrady. Běžně by jiný občas za tuto akci dostal minimálně 15 let odnětí svobody, trest smrti nebo vypovězení z Německa. Ne však Hitler.

Ten předvedl před porotou soudu tak skvělou květnatou řeč, kdy se vlastně postavil jen do role oběti nevinného vlastence znechuceného demokracií, která zklamala jeho německou čest.<sup>26</sup> Jeho charisma mu zajistilo vůdčí pozici v NSDAP a později roku 1933 také zvolení Německým kancléřem.

Hitlerova taktika byla důmyslná. Především se rád stavěl do role skromného, obyčejného německého občana a tento obraz si celou dobu své vlády pečlivě udržoval. Sám sebe popisoval jako ideál německých ctností, příkladného moralistu, obětavého, vstřícného člověka se skromným původem. Také vlastence, který by se pro svou zemi vzdal čehokoliv. Hitler se velmi rád nechal zvětšovat na fotografiích při běžných činnostech jako je čtení novin, hra se psy nebo pobytu v přírodě. Všechny fotografie, kterých publikoval nespočet, se zpravidla vyznačovaly naaranžovanou neformálností a všedností. Vzbuzoval v lidech dojem, že je jedním z nich.

Kolem 30. let, ještě před svým zvolením, stále vedl pouze umírněnou rétoriku, spíše zaměřenou na vlasteneckou politiku a filosofování než na radikální změny ve společnosti. Opakoval, že nedělá za honorář, ale za blaho německého lidu. Neustále napadal Versaillenskou mírovou smlouvu, která podle něj byla pro Německo nespravedlivá. Stejně tak ostře vystupovat proti stalinistické hrozbě moci a marxismu obecně. Své antisemitské ani protikřesťanské názory nedával příliš často na zřetel, jistě ne ve svých proslovech, ale každý, kdo četl jeho knihu *Mein Kampf* o jeho rasistických záměrech nepochyboval. Raději tuto exekutivu přenechával na některém se svých podřízených, plamenná zaujatost proti židům nezapadala do jeho vizáže před publikem. Když v dubnu roku 1933 vydal prohlášení o bojkotu židovstva, sám se pod něj ani nepodepsal, ale tuto agendu delegoval na Josepha Goebbelse, říšského ministra propagandy. Hitler v podstatě až do roku 1935, kdy vyšly Norimberské zákony, veřejně rasovou otázku nekomentoval.<sup>27</sup>

Hitler dobře věděl o svých přesvědčovacích schopnostech a rozhodnutí, která dělal, byla vždy dobře promyšlená. Stejně tak dobře měl promyšlenou i strategii svého vystupování na veřejnosti. Soustředil se na pečlivý výběr slov i vizuální stránku svého vzhledu. Jeho zevnějšek měl vzbuzovat vždy umírněnost a řád. Své pózy si však pečlivě nacvičoval před zrcadlem. Jeho mluva měla pak evokovat zápal pro budování skvělého Německa,

---

<sup>26</sup> KOOZOVÁ K., *Svědomy nacismu*, 1. vyd., Český Těšín 2009: Columbus, spol s.r.o., s 33, ISBN: 978-80-7249-233-6.

<sup>27</sup> Tamtéž s.125.

kdy je vlastně on sám jen figurkou, která pracuje pro lid a pomůže mu v uskutečnění tohoto velkolepého plánu. Bylo třeba, aby při řečnickém projevu vypadal odhodlaně, divoká gestikulace a přehnaná mimika, kterou používal, toho byla součástí. Pokud stál před publikem a hovořil, rád užíval metafor a rozvinutých větných skladem. Věděl dobře, jak užít tónu hlasu ke zvýraznění svých důležitých poselství. Neustále vyzdvihoval ideál dobra, apeloval na svědomí každého Němce a německou hrdost. Po svém zvolení do čela státu dokonce vydával i publikace, kde se prezentoval jako zarputilý antimilitarista, aby uklidnil lid. Jeho proslovy o nestranné spravedlnosti a míru dokázali rozehnat všechny domněnky a obavy, že by snad Německo chtělo ještě někdy vstoupit do války. A byl to právě on, kdo svojí taktikou utlačovaných Němců v Polsku a vykonstruovaném napadení německé vysílačky rozpoutal Druhou světovou válku.

#### **4.4. Ideje bolševismu a nacismu**

Oba totalitní režimy, jak komunistický, tak i nacistický, vycházely ze své ideologie. Ačkoliv byly protichůdně proti sobě na opačné straně politického spektra, oba měly mnohé společné.

Carské impérium Velkou říjnovou revolucí roku 1917 padlo a k moci se dostal V. I. Lenin, který inicioval státní převrat v naprosto nové a do té doby neznámé zřízení vlády. Lenin však nebyl ten, u koho původní náhled na potřebu spravedlivé a rovné společnosti vznikl. Tato myšlenka vycházela z učení Karla Marxe a Friedricha Engelse. Jejich teorie pojetí společnosti byly takové, že je třeba svrhnout vládnoucí elitu a nastolit rovnost všech občanů i spravedlivé rozdělení všeho majetku, resp. utvořit společné vlastnictví. Tuto ideologii nazval komunismem a Sovětský svaz tuto doktrínu prosazoval až do roku 1989 do svého pádu.

Na Lenina navázal po jeho smrti jeho nástupce J. V. Stalin, který koncept oficiální politiky přejmenoval na Marxismus-leninismus. Na rozdíl od nacismu, který stavěl na přirozené rasové nadřazenosti, koncept marxismu-leninismu se zakládá na podložené vědecké analýze konfliktu ekonomických tříd v historii lidstva, zastoupenou filosofií Marxe. Pokud nacismus hledal svého nepřítele vně německé společnosti, nebyl jim tedy „opravdový árijec“, bolševismus má svého potencionálního nepřítele uvnitř lidu. Tedy



konkrétně toho, kdo staví své blaho nad blaho dělnictva a jednotné společenské třídy. Režim měl přinést konec nerovností a nastolit skutečnou sociální spravedlnost. Pozadí ctnostné myšlenky však bylo v praxi pod vedením SSSR převedeno v krutou diktaturu vlády jedné strany. Mluvíme-li o kompletním převzetí vlády, komunisté neušetřili ani křesťanskou víru, ta pod označením narušitele pořádku musela být naprosto zavrhnuta. Sovětská komunistická propaganda byla obecně nejdelší v celé moderní historii.

Doba Hitlerovy vlády byla, vedle té Stalinové, bezesporu jednou z nejkrutějších v novodobé historii. Ačkoliv rasový motiv čistek je všem dobře znám, stále se, alespoň v jeho začátcích vlády, jednalo o zákrok vůči lidem z vlastní země. Separoval obyvatelstvo Německa na ty „správné Němce“ a na „ty špatné“ a podle tohoto rozdělení s nimi i zacházel. Velkou absurditou celého takto rasově založeného rozdělování je fakt, že přestože se nacističtí vědci snažili dlouhé roky najít genetické odlišnosti mezi „čistým Němcem“ a židem, žádný biologický důkaz neobjevili.<sup>28</sup> Celá politika nadřazenosti byla tak založena na „zkaženosti židovské povahy“ a nutnosti jejího vymýcení. Nutno uvést ten fakt, že se nejednalo pouze o židy, ale také Romy a všechny ty obyvatele, kteří nezapadali do idealistického pojetí Třetí říše, jako byli osoby s postižením, stejně tak jako duševně choří. Hlavními myšlenkami nacismu bylo tak očistit německý národ od slabých jedinců, jak byli nazváni, a začít budovat velké silné Německo s rasově čistými, silnými občany a tímto zajistit blahobyť komunitě etnických Němců. Vše toto se konalo pod záštitou vědy a přírodních zákonitostí, jak tuto teorii Hitler sám proklamovat. Koncept nacismu byl tedy založen na přirozené nadřazenosti jednoho etnika a národnosti nad druhým, germánské hrdosti a ctnostné morálce „opravdového Němce“. Právě tyto vlastnosti se snažil režim probudit u svých občanů, nepředkládal jim čistý rasový a dobytelský motiv své vlády, ty velmi často právě zamlčoval. Nacismus tedy neopovrhoval pouze jinými etniky, ale také národnostmi, například Slovany na východě řadit taktéž k podřadnější rase, ta, která se má přizpůsobit velkému Německu. Nacistický režim se prezentoval jako dokonalé státní uspořádání, kde občané žijí rádi plní hrdosti ke své vlasti a pro tuto musejí i bojovat a podstupovat sebeoběti.

---

<sup>28</sup> KOOZOVÁ K., *Svědění nacismu*, 1. vyd., Český Těšín 2009: Columbus, spol s.r.o., s 242, ISBN: 978-80-7249-233-6.

## 4.5 Rysy a průběh propagandy druhé světové války

V druhé světové válce je již propaganda rozpracována ve formu „umění“, kdy pevná řídicí centralizovaná vláda chápe nutnost zacílit svůj vliv co nejlépe na každého obyvatele, zařadit jej do přesně stanoveného řádu a tento si pod silou legality udržoval. Propaganda této války již uznala potřebu zpětné vazby od obyvatel svého státu, vytvořila centralizované kontrolní instituce nebo zakotvila ve společnosti donašečství. Zásadní roli zde získávají nová masová média jako rozhlas a rozvoj kinematografie. Obě dvě média působila i přes hranice států, kde vznikala. Především film byl svoji zábavnou formou využit jako skvělé manipulační medium, které ovlivňovalo davy po milionech. Témata filmů samozřejmě vznikala na objednávku státního aparátu a objevovali se v nich jen motivy, které byli žádoucí. A vůdci zemí to dobře věděli; Lenin sám prohlásil, že „ze všech umění je pro nás nejdůležitější film“, jeho nástupce Stalin jej pak označil jako „největší prostředek masové agitace“ a stejně tak i Joseph Goebbels se nechal slyšet, že „se jedná o jedno z nejmodernějších a nejučinnějších medií, které pro ovlivnění mas existuje.“<sup>29</sup> Kde nebyl dostupný film, snažilo se dostat využití techniky alespoň na poli rozhlasového vysílání. Německo se dokonce mohlo v roce 1934 pochlubit světovým prvenstvím vlastními rozhlasovými přijímači v domácnostech.<sup>30</sup> Rusko technologický rozmach teprve čekal. Život v Rusku i Německu se životní úrovní značně lišil, způsoby vládnutí těchto států však měly mnoho společných znaků.

Nejobecněji lze říci, že sovětská propaganda byla založena na neustálé potřebě vzdvihování jednoty a předcházení možné hrozbě v podobě spiknutí k narušení a rozvrácení této jednoty. Proti každému, kdo byl z takového komplotu obviněn, následovala brutální protiakce v podobě uvěznění, vyhoštění, pracovního tábora nebo smrti.

Propaganda byla v očích revolucionářů samozřejmým prostředkem k podpoře plného uchopení moci, a to již od dob revoluce. Měla sloužit k aktivaci dělnictva a jeho uvědo-

---

<sup>29</sup> TAYLOR R., *Filmová propaganda; Sovětské Rusko a nacistické Německo*, 1. vyd., Praha 2016: Academia, s. 22. ISBN: 978-80-200-2534-0.

<sup>30</sup> KOOZOVÁ K., *Svědomy nacismu*, 1. vyd., Český Těšín 2009: Columbus, spol s.r.o., s. 119. ISBN: 978-80-7249-233-6.

mění si své třídní identity, k oproštění venkova ze starobylých nemoderních zvyků a také měla přinést ruskému lidu povědomí o řádu nastoleném komunistickým režimem. V průběhu válečných let pod Stalinovým vedením byl program propagandy zacílen na nutnost jednoty a stmelení SSSR a jeho bezpodmínečnému oddání národu v bojích proti Západu.

Komunismus byl ve svých začátcích v Rusku značně nepopulární. Učenci tvrdili, že na něj ruská společnost stále není připravena. Před revolucí byl hlavním sjednocujícím prostředkem marxistických stoupců v Moskvě zejména tisk, noviny Jiskra nebo Pravda. Objevují se také letáky, pohledy nebo publikace, vyzývající ke konkrétním činům – stávkám či prosazení omezení pracovní doby. Stejně tak jako byla vedena masivní plakátová kampaň, která s časem nabírala na intenzitě. Jen během let 1918 – 1921 bylo v ulicích k vidění více než 3 100 plakátů vyzývajících k podpoře revolucionářů, hlavní revoluční hnutí Litizdat tyto distribuovalo po milionech.<sup>31</sup> Říjnová revoluce se sice zdařila a přinesla bolševikům vládu a vliv v zemi, ne však ještě respekt všech jejich obyvatel. Pokud vezmeme v potaz obrovskou rozlohu ruského území, v odlehlých oblastech se jejich přímý vliv při správě země příliš neuplatnil. Lenin připustil, že stát nemá ani schopnou základnu schopných administrativních pracovníků, což znamenalo potřebu ponechat si velké množství úředníků ponechat z carských dob. Nazýval je buržoazními a nenasytými, avšak jiná vzdělaná masa v tu dobu v Rusku nebyla. Aby se mu podařilo získat dostatečnou podporu ke konečné porážce bílých armád a sil kontrarevoluce, užil strategií nábory do armády těch nejchudších rolníků příslibem věnování půdy. Lenin sliboval, že jim dá půdu „zcela bezplatně“, což bolševické myšlenky získalo mnoho příznivců mezi venkovany. Rozsáhlé zemědělské pozemky byly vyvlastněny stejně jako majetek koruny a církve, čímž si získal nelibost a nenávist původních vlastníků.

K nadchnutí pro ideologickou myšlenku však bylo třeba rozšířit povědomí obyvatel o skvělé myšlenky kolektivního vlastnictví. Což bylo značně těžké v tom ohledu, že v Rusku žilo na začátku 20. století přibližně 80% negramotného multietnického obyvatelstva, které hovořilo více než sto jazyky.<sup>32</sup> V tomto ohledu bolševici mohli vsadit pouze

---

<sup>31</sup> BONNEL E.V., *Iconography of Power: Soviet Political posters under Lenin and Stalin*, 1. vyd., USA 1997: University of California Press, Ltd., s. 5. ISBN: 0-520-22153-2.

<sup>32</sup> TAYLOR R., *Filmová propaganda; Sovětské Rusko a nacistické Německo*, 1. vyd., Praha 2016: Academia, s. 52. ISBN: 978-80-200-2534-0.

na vizuální media, obzvláště na plakát a film. Film byl skvělým vynálezem, který se velmi dobře do konceptu propagandy té doby hodil. Byl principiálně založený na zábavném vizuálním účinku, který překonal bariéru jazyka a gramotnosti (první zvukový film se objevil až koncem roku 1931, avšak dlouho do čtyřicátých let vznikali obě verze z důvodu různorodosti jazyků, kterými občané mluvili.)

Film byl podle strany důležitou zbraní kulturního vzestupu a výchovy mas. Filmová tvorba, její výroba, témata i distribuce, se pomalou vzestupnou měrou stávala průmyslem plně pod taktovkou státu. Sám Lenin již v létě r. 1919 podepsal jeho znárodnění. Sovětská politika potřebovala zacílit na co nejvíce obyvatel roztroušených různě po obrovském území Ruska a proto zřídila tzv. agipunkty na strategických místech jako železniční uzly nebo větší obce. Jednalo se o informační střediska, která zahrnovala knihovnu, knihkupectví, tiskárnu, projekční místnost a umožnila poslouchání rozhlasu. Takové to malé agipunkty udělala i z vlakových souprav a ty potom, podle potřeby, rozesílala po krajině. Lidé ve vzdálených oblastech na venkově, kteří ještě nikdy neviděli promítání pohyblivých obrázků na plátně, na ty toto promítání udělalo obrovský dojem. Nový režim se prezentoval jako posel nových technologií, pokroku a modernizace.

Bylo třeba naučit lidi zřetelně vidět rozdíl mezi svým soukromým vlastnictvím a prací a obhospodařováním pro kolektiv. Mezi častým motivem literatury či filmu bylo klasické uchopení propagandy a její diverzifikace na dobro a zlo, my a oni. Marxisticko-leninovská ideologie zpravidla užívala hrdinu v přijatelných kategoriích jako dělníka, rolníka, námořníka nebo i revolucionáře. Na druhé straně stál tradičně jako padouch kapitalista, statkář, příslušník buržoazie, kulak, kněz, důstojník nebo třeba i špion. Tento hrdina měl vždy bez zbytečného uvažování udělat vše pro dobro vlasti. Což později bylo i součástí válečné kampaně proti nepřátelům. Mezi nejznámější filmy ruské propagandy patří *Křižník Potěmkin* (1925), dokládající sílu Sovětského svazu, „znovustvoření“ revoluce v podání *Deseti dní, které otřásly světem* (1927), protiněmecký *Alexandr Něvský* (1938), a *Tři písně o Leninovi* (1934), který reprezentuje sovětský pokrok.<sup>33</sup> Některé západní filmy byly promítány úmyslně jako propagandistická ukázka západního špatného vlivu.

Pronikání stalinismu a propagace jeho osoby byla veřejnosti předkládána ve všech formách; od poloviny třicátých let se hlavními postavami v sovětských filmech stávají

---

<sup>33</sup> TAYLOR R., *Filmová propaganda; Sovětské Rusko a nacistické Německo*, 1. vyd., Praha 2016: Academia, s. 22, ISBN: 978-80-200-2534-0.

čím dál více nejen postavy obyčejných dělníků, ale také vůdců, kteří mají svým vyjádřením nápadně blízko právě ke Stalinovi. Lenin, jako symbol vůdcovství, je tedy postupně vytlačován, až jeho místo plně zaplní Stalin a oslavování jeho přínosu společnosti. Vůdce Ruska se rád taktéž nechával osobně zpodobňovat na fotografiích i filmových záběrech, dával tak najevo sílu velkého vůdce Sovětského svazu. Čím také rád Sovětský svaz demonstroval svoji sílu a okázalost, byla každoroční vojenská přehlídka na Rudém náměstí v Moskvě, která se konala vždy 7. listopadu, na výročí Velké říjnové socialistické revoluce. Stejně tak jako probíhaly velkolepé přehlídky státní moci k oslavám 1. Máje. Známým znakem propagandy a moci státu se stal srp a kladivo na typicky červeném pozadí, červená hvězda nebo vyobrazení dělníka. Josif Vissarionovič Stalin se stal jedním z hlavních zástupců tvorby tzv. kultu osobnosti, kdy jeho oslavování hraničilo s uctíváním.

Vizuální propagandě se dostalo velkého prostoru a uplatnění, vedle filmu to byla i tvorba tiskových graficky zpracovaných plakátů. Ve třicátých letech se klíčové plakáty tiskly v nákladu od 100 až 250 tisíc, všechny nabádající, vzývající, ale i kárající a napomínající.<sup>34</sup> Slogany zněly jako: „Zbraněmi přemůžeme nepřítel, tvrdou prací získáme chléb“, „Následujte správnou cestu soudruzi“, „Poctivou prací splníme plán“ nebo „Zabit kapitalismus nebo být zabit kapitalismem?“. Zobrazovány byly nejčastěji výjevy dělníka – kováře, zástupce proletariátu, ale i vůdce národa - do začátku 30. let pouze Lenina, ale brzy na jeho místo plynule nahradil Stalin. Na plakátech se taktéž objevuje motiv žen stojících oddaně po boku mužů. Ve 30. a 40. letech převzalo převahu vyobrazení nepřátel státu. Při vstupu SSSR do Druhé světové války v roce 1941 pak nabyla plakátová kampaň ještě na intenzitě. Zobrazení byli jak hanobení nepřátelé, tak vojáci s prapory, zbraněmi či ukazující prstem, zpravidla doprovázené vlasteneckými hesly o síle Ruska. Kampaň v podstatě kopírovala důvody k mobilizaci a její hesla z války první.<sup>35</sup>

Již v roce 1925 přišla první pětiletka a s ní i slibovaná kulturní revoluce. Ta měla povznést Rusko na podle plánů nejpokrokovější, nejvzdělanější a nejkulturnější zemi. Tato snaha dostala dokonce označení „proletářská kulturní revoluce“ a byla přijata výborem strany. Poselství této revoluce mělo být přesunutí a zaměření na nový typ literatury,

---

<sup>34</sup> BONNEL E.V., *Iconography of Power: Soviet Political posters under Lenin and Stalin*, 1. vyd., USA 1997: University of California Press, Ltd., s. 5, ISBN: 0-520-22153-2.

<sup>35</sup> Tamtéž s. 9.

měla to být éra proletářských spisovatelů. Jen tak mohl komunismus prohlásit, že literatura je plně delegována na dělnickou třídu. O pár let později se již konaly pravidelné sjezdy sovětských spisovatelů.

Jak nacisté, tak i bolševici, chápali důležitost podmanění si lidské mysli již od jejich začátku, kdy je nejlépe tvárná. V Sovětském svazu tak nejmladší členové společnosti navštěvovali Pionýrskou organizaci, kdy ve věku 14 let přešli pod Komunistický svaz mládeže, tzv. Komsomol. Oběma těmto byla dána struktura již za Leninovi vlády v roce 1922. Ačkoliv bylo členství dobrovolné, většina ruských dětí byla jeho součástí jakožto normy dospívání. Stejně jako Hitlerjugend, tato organizace se vyznačovala silným patriotismem a sounáležitostí se státem, vyzdvihování proletariátu a popíráním náboženství.

Můžeme říci, že do roku 1933 Němci představovali typické Evropany. Jeho obyvatelé se chtěli aktivně podílet na svém kulturním a společenském životě, netoužili po diktatuře, ale byli plně zklamáni krachem liberální demokracie a znechuceni válkou. Byl to čas chaosu

a strachu z bezvládní, kdy ve společnosti byla hmatatelná touha a potřebou jednoty. Báli se však sovětského vlivu, nechtěli žádné revoluce v režii bolševismu. A této atmosféry využila politická strana NSDAP v čele s Hitlerem. Pomalá, ale systematická podpora národní hrdosti se v lidech zakořeňovala a vštěpování nadřazenosti a rasistických předpokladů se pomalu, ale jistě usadilo v lidských myslích. Nacistická propaganda neustále lidem předkládala znovunastolení starobylých ctností a důstojnosti, slibovala záchranu před materialismem, degenerací a moderní světoobčanství. „Obroda německého etnika“ však s sebou nesla i stinné stránky, které měla veřejnost pochopit a akceptovat v rámci očištění rasy a růstu Německé říše.

Ještě před volbami zaútočila NSDAP s masovou kampaní podporující její zvolení. Plakáty v ulicích hlásali Hitlerovy slogany; „Pád nebo budoucnost?“, „Ve jménu národní jednoty!“, „Svobodu a chléb!“ nebo „Osudová hodina Německa“. S propagační kampaní a svým programem uspěla. Strana se veřejně stavěla proti sovětskému vlivu. Po svém zvolení byla komunistická strana ihned zakázána. V rámci upevnění moci vznikly v zemi ustanovené pracovní skupiny, jejichž úkolem bylo monitorování situace v zemi. Řízení státu nedávalo najevo žádnou otevřenou nenávist nebo radikální přístup, nechtěli si otevřeně popudit občany.

V průběhu 19. století sice byli se občas sice vyskytovali antisemitské nálady, ale skutečností bylo, že jen málo postů ve společnosti by byli Židům uzavřené nebo nedostupné. Srovnáním dobového tisku do roku 1933 můžeme zjistit, že mezi Velkou Británií, Itálií a Francií bylo Německo nejméně protižidovským.<sup>36</sup> Za války běžně rukovali za Německo nebo studovali univerzity. Židé tak s nástupem Hitlerovi moci přešli nejprve od ignorace přes stigma nebezpečných bytostí, vyloučených ze společnosti bez práv a závazků, do pozice označení cizích vetřelců. Žid měl být tím, kdo se odmítl asimilovat, odpadlík, ke kterému Německo vyvinulo veškerou snahu o jeho zapojení se do společnosti a on ji jen vykořistil. Tuto skupinu obyvatel pak režim přivedl až do naprosté izolace s okolním světem nebo rovnou k smrti. Židovství propaganda postavila jako synonymum k materialismu, chamtivosti a prospěchářství. Židé jsou ti, kteří klamou čestné a poctivé Němce – to bylo jejich vypodobnění nacistickou propagandou.

Zákroky a útoky však podléhali oficiální cenzuře, přesto, že se pogromy se odehrávali před očima obyvatel na veřejných místech. Tyto „náhodné incidenty“ Goebbels označil pouze za ochranný nástroj, protože tito jedinci údajně očerňovali nacistickou vládu v zahraničním tisku.<sup>37</sup> Tyto čistky byly tedy jen údajně zaměřeny jen proti pisálkům, intelektuálům či šmelinářům. Nacisté se stavěli do role, že neměli jinou možnost, tato údajně zrádná tisková kampaň se nedala zastavit jinými prostředky. Novinové titulky pod taktovkou propagandy v té době reagovali prohlášeními; „Žid vyhlásil válku Německu“, „Cizácké židovstvo touží po krvi“, „Celosvětová židovská kampaň proti Německu“ či „Židé jsou naše neštěstí.“ Obdobné nápisy jste mohli vidět i na automobilech, plakáty v ulicích pak vybízely k bojkotu židovských obchodů. U každého židovského obchodu pak stáli dva členové SA a bránili vstupu.

Po smrti prezidenta Paul von Hindenburga v srpnu roku 1934 Hitler suspendoval úřad prezidenta a sám se jmenoval jako jediným právoplatným vůdcem Německa. Stal se tak i nejvyšším velitelem ozbrojených sil a jeho postavení bylo právně nenapadnutelné. Avšak pro podporu své politiky potřeboval získat veřejné mínění na svou stranu. Začala dobře známá, přesně mířená „hnědá propaganda“.

---

<sup>36</sup> KOOZOVÁ K., *Svědomy nacismu*, 1. vyd., Český Těšín 2009: Columbus, spol s.r.o., s. 17. ISBN: 978-80-7249-233-6.

<sup>37</sup> Tamtéž s. 57.

Prapory se svastikou vlály na mnoha místech říše, hákový kříž byl ozdobou i na špercích, hodinkách, bot, plaketách i obálkách cigaret. Říšská orlice se pak majestátně tyčila v pozadí sjezdů. Ve výlohách obchodů se na kolemjdoucí díval z fotografií sám Führer, které byly obklopeny květinovou kompozicí a tvořily jakési malé oltáře. Na pultech obchodů bylo možno zakoupení spousty Hitlerových fotografií ve všech velikostech. Veřejná místa se pojmenovávala po vůdci, portréty se tiskli na známky, plakáty nebo se jeho podobiznou zahajovalo promítání v kině. Každý úřad, kancelář i škola měla tento obraz vůdce na stěně. Na těchto portrétech je téměř vždy zachycen se střídavým zjevem a pohledem někde do dále či zadumaným až smutným výrazem ve tváři. Prodávala se i sběratelská alba pro dokoupení fotografií a vytvoření úplné kolekce fotografií kancléře, které se daly najít v krabičkách cigaret nebo bonbonech. Vydával nespočet publikací o své osobě – například fotografická publikace „Adolf Hitler – Portréty ze života“, která vyšla v 700 tisícovém nákladu, dále „Hitler: Únik před každodenní jednotvárností“ a „Adolf Hitler, jak jej lidé neznají“. Některá alba byla dokonce i pro atraktivnost ne pouze černobílá, ale ručně kolorovaná. Fotoalba inscenovaná propagandou dále obsahovala motivy oslavující německé obrození jako například; „Německo, probud' se! Prameny, bitva a vítězství“, které obsahovalo jak fotografie, tak myšlenky nacismu v krátkých esejích, doplněných portréty hlavních představitelů státu a reprodukce německého umění. Vycházeli i letáky s a brožury s nacistickými hesla a projevy, historii NSDAP a Hitlerovi životopisy. Předčítání Citací z Mein Kampf se považovalo jako společensky vhodné. Barvou asociovanou s režimem byla hnědá, bylo třeba identifikovat se pod „jednobarevnou“ stopou. Hitler sám příslušníky SA oslovoval moji hnědí asemani. Hnědým domem byl pak nazýváno Hlavní ústředí NSDAP.

S typickým znakem propagandy – cenzurou, se setkáváme v hojně míře jak v nacistickém, tak v bolševickém podání. Proběhlo velké sjednocení všech institucí po státní správu. Stalo se tak pod záminkou roztříštěnosti a úpadku. V Německu došlo ke vzniku jednoho Odboru práce, Výboru pro ženské sdružování a umělci, filmaři i spisovatele byli rozřazeni do 8 skupin podle tvorby. Byla ustanovena pouze jedna církev a zaveden jednotný pozdrav „Heil Hitler“. Všechny nenacistické strany a spolky byly zakázány.

Zpětná vazba od obyvatel Německa se stala zásadní při formování vhodných manipulačních technik. Průzkum veřejného mínění se sice již pod taktovkou strany praktikoval



od 20. let., ale po 1933 byly však vyvinuty ještě dokonalejší technologie. Úředníci z ministerstva propagandy monitorovali návštěvnost filmů, divadelních her, výstav i politických setkání, zkoumali oběhy knih v knihovnách a prodej knižních titulů. V bezpečnostní službě byla také ustanovena speciální složka - sekce dohledu. V roce 1933 měla tato složka tři tisíce zaměstnanců a dokázala zařídit, aby informace na spoluobčany donášelo více než 50 tisíc nacistů.<sup>38</sup> Gestapo cenzurovalo poštu, podporovalo donašečství a tyto získané informace pak shromažďovalo.

Knihovny byly pročištěny od nežádoucích svazků, židovských autorů, ale i těch, které hovořili o ostatních rasách v příznivém kontextu, dále se nepřipouštěla žádná marxistická filosofie, individualismus, žádné sebe-rozvojové ani psychologické knihy.

V červnu roku 1933 založil Hitler speciální institut Pro rozvoj nacionálně-socialistického ducha. Zde začal vyučovat budoucí vůdce společnosti, kdy se mimo jiné učili se odrážet nepřátelskou kritiku, nacvičovali dialogy a vymýšleli vhodné argumenty proti marxismu, kapitalismu či liberalismu.

Na co však nejvíce spoléhala nacistická vláda bylo získání si poslušnosti a oddanosti občanů zábavou. Hodně využívali reprodukce populární hudby tlampači v ulicích, v rádiových přenosech se prokládaly politické projevy vůdce se zábavními pořady jako byla poradna pro hospodyňky, zemědělce či mládež, tipy pro spotřebitele nebo romány na pokračování. Ani divadlo se nevyhnulo indoktrinaci – byl dbán důraz na prvky lidové tradice a národní prvky. Vznikali venkovní divadelní scény pod širým nebem, stejně jako taneční zábavy. Nacisté učili lidi sdružování – velkolepé oslavy 1. Máje, německého Díkůvzdání, ale hlavně nezbytné velké oslavy při výročí strany. V propagandě se užíval častý motiv rozvoje ekonomiky, bezpečí a příslibu skvělé budoucnosti. Harmonickou atmosféru se nacisté snažili dotvořit tvorbou nespočtem občanských organizací, kde byl kladen důraz na sdružování a pospolitost. Bylo běžné, že každý dospělý jedinec patřil i do několika takových organizací.

Děti a mladiství pak byli směřováni do státní organizace Hitler Jugend, v roce 1939 bylo pak členství v tomto spolku povinné pro každé dítě. Ostatní mládežnické organizace byly zakázány, neplnili totiž požadavky Třetí říše se důsledně zaměřila na výchovu z mla-

---

<sup>38</sup> KOOZOVÁ K., *Svědomy nacismu*, 1. vyd., Český Těšín 2009: Columbus, spol s.r.o., s 95, ISBN: 978-80-7249-233-6.

dých Němců „sluhy“ státu v duchu nacionálního socialismu. Dobře chápala, že působením na dětskou mysl vloží do jedince ještě více ze své teze. Školství podle nových nařízení již nemělo dbát na individualitu jedince, jakoukoliv názorovou pestrost, ale jednotnost. Žáci se pro lepší ovladatelnost a striktnímu oddělení budoucích rolí muže a ženy rozdělovali do tříd podle pohlaví. Národně socialistického svazu učitelů nad vším tímto držel dohled. Tento vytvořit takové jednotné unifikované osnovy. Příkaz z ministerstva zněl dále jasně: „Student, který nepochopí odkaz a dědictví rasy, nepřijme závazky, které z toho vyplývají, se nemůže stát absolventem.“<sup>39</sup> Vycházely učebnicové příručky jako „Dokážete správně rasově uvažovat?“. Ze stěn tříd zmizely kříže. Na školách a fakultách vznikaly tajné výbory, jejich členové drželi své kolegy pod dozorem. Učitelé učili děti o zbytečnosti získávání bohatství, ale pro potěšení z úkonu z práce jako takové a především jejímu přínosu pro stát. Heslem bylo „Společná potřeba má přednost před hrabivostí jedince“. Vyučování krasopisu se trénovalo při psaní nacistických vůdců nebo patriotských hesel a v roce 1937 přišly do škol již zcela propagandisticky přepracované učebnice. Z Dětských představení byly vymazány všechny postavy nevhodných cizinců i náboženské postavy jako čert a anděl. Křesťanské příběhy, pokud nebyly přímo zakázány, měnily celé pasáže a byly nahrazeny motivy pomsty, cti a oběti. Běžným se stávaly školní návštěvy ústavů pro choromyslné jako názorná ukázka genové degenerace. Oblibě se těšila společenská hra, podobná monopolům, avšak s názvem „Pryč s Židy“. Učitelé měli taktéž nakázáno donášet na ty žáky, u kterých mají podezření na špatné genové předpoklady.

Nacisté se v honbě za touhou stvořit národ „dokonalých árijců“ nezdráhali použít všech prostředků. Nacismus hledal velké ospravedlnění svých činů na poli vědy. Spolupracoval s historiky, filozofy, biology a lékaři. Velké naděje vkládal do eugeniky - vědy, jejichž předpokladem je možnost zdokonalení dědičného potenciálu lidské rasy prostřednictvím genových zásahů. To přesně nacisté chtěli – zušlechtovat národ. Výbor pro záležitosti populace a rasy stál za nápadem tajných sterilizací, pokud se u dítěte předpokládala tělesná vada nebo se jinak nehodilo do nacistického schématu. Byla zde povinností všech párů podstoupit před svatbou genetické vyšetření. Pokud se nezdařilo, pár nemohl být

---

<sup>39</sup> KOOZOVÁ K., *Svědomy nacismu*, 1. vyd., Český Těšín 2009: Columbus, spol s.r.o., s. 170, ISBN: 978-80-7249-233-6.

oddán. Občané byli vystaveni velkému množství plakátů v ulicích i v tisku, které upozorňovali na neschopnost postižených a jejich zbytečnost ve společnosti. Tradičním bylo srovnání atletického vysokého jedince vedle člověka s postižením, která měla vést k iluzi morální objektivity.

Obrazové prvky byly jedním z nejdůležitějších nástrojů politiky státu. Konaly se výstavy, kde byly vystavovány fotografie bezchybných árijců s popisem, s jejich podobenkami se vydávali i kalendáře. Naopak se užívali karikatury při zesměšňování nežádoucích obyvatel. Komentáře k fotografiím se měnili podle potřeby, některé zesměšňovali, některé znepokojovali nebo budili strach. Židy se snažili zdiskreditovat snímky pořízenými v rekreačních zařízeních, jak si užívají luxusu v evropských metropolích nebo se baví – to vše samozřejmě na úkor chudých Němců. Byly tu i publikace, které byly určeny primárně pro zahraniční trh a Německo udávali jako vzor skvělé společnosti. Německé filmy pak šířily myšlenky dál do světa. Již nějakou dobu, od roku 1922, byla německá výroba co do výkonnosti druhá na světě, ihned za Spojenými státy.<sup>40</sup> Mezi nejnámější tituly hitlerovské propagandy patřily filmy jako dokumentární, nacisty oslavující Triumf vůle (1935), hrdinské znovu pojetí německých dějin ve filmu Kolberg (1945), protibritský Strýček (1941) a antisemitsky laděný snímek Věčný Žid (1940).<sup>41</sup>

Čím více se propagandy režimů usazovaly v myslích obyvatel, tím více lidí jim bylo nakloněno. Dokonce i někteří význační učenci, kteří byli oslněni ideologií nacismu či komunismu a jejich výkladem společnosti, proměnili tyto režimy v korektní, intelektuální a ospravedlnitelné diktatury. Stát je samozřejmě co nejvíce podporoval a tito se těšili pozici na výsluní, kdežto jejich ne tolik zaujaté kolegy se snažila vláda zatlačit do ústraní. Ano, přesně to byla cílená strategie, podpořit teze nacismu, stejně tak jako komunismu, vědou.

---

<sup>40</sup> TAYLOR R., *Filmová propaganda; Sovětské Rusko a nacistické Německo*, 1. vyd., Praha 2016: Academia, s. 22, ISBN: 978-80-200-2534-0.

<sup>41</sup> Tamtéž s. 17.

## ZÁVĚR

Tato práce došla k výsledkům, který potvrdil hypotézu o snadné ovlivnitelnosti lidské povahy. Války se v průběhu dějin opakují od nepaměti až do dnešních dnů v různých částech světa, a ve velké části, pokud ne přímo ve všech, má propaganda nepopíratelný a účinný vliv. Lidé rádi upadají v důvěru se sklonem následovat své autority a důvěřovat slibům, které tyto pronášejí. Zčásti, jak bylo zjištěno, za toto chování může i naše přirozenost potřeby následovat schopné a silné jedince, tuto máme zanesenou v našich genech. Je také důležité, kdy a jak se propaganda konkrétněji zaměří na obyvatele, pokud raději na jednotlivce samostatně či za jeho účasti v davu. Zde jsem však došla k poznání, že davová manipulace s lidmi je mnohem jednodušší nežli působit explicitně na jednotlivce. U samostatného člověka totiž musíme počítat s jeho úsudkem a inteligencí, které davovou interakcí s ostatními téměř naprosto ztrácí. Tato interakce ve velké skupině lidí působí právě k úpadku mysli a dává tak šanci snadné ovlivnitelnosti, která je ještě umocněna pocitem pospolitosti. Za předpokladu, že má vůdčí osobnost válečného konfliktu údernou rétoriku, a při vystupování před publikem vzbuzuje důvěryhodný dojem, lid se stává v těchto jejích rukou snadno ovladatelným a přístupným akceptovat její prohlášení. Pokud je vůdčí osobností tak skvělý řečník jako byl Adolf Hitler, Benito Mussolini nebo i Fidel Castro, lid je strhnut a ohromen. Společnost si volí a uznává své vůdce v dobré víře. Pokud se takováto postava dostane do popředí světových dějin, můžeme vysledovat, že to v posledním století většinou nebylo, alespoň jistě ne v případě nacistů a bolševiků, provedeno násilným ukořistěním si vedoucího postu. Na počátku byly vždy ctnostné ideje a zamlčování těch faktů, která uchazeči o veřejné zalíbení právě vyhovovala.

Co se týká osobností jednotlivých vůdců v této práci uvedených, dalo by se v mnoha případech přiklonit ke zmíněnému Adlerově konceptu „mocenského komplexu“. Pokud zkoumáme blíže rodinné pozadí uvedených vůdčích osobností, zpravidla nepocházejí z kompletních nebo plně funkčních rodin. Taktéž pocitu méněcennosti mohly přispět v některých případech fyzické nedostatky a jejich kompenzace v pocitu nutnosti uznání jinými lidmi. Tito pak vynaložili značné úsilí si tento respekt publika vydobýt.

Lidská povaha má sklony důvěřovat zpravidla svým emocím a pocitům, v davu je tato schopnost ještě umocněna. Lidé do svých vůdců projektují své naděje a touhy a zpravidla

upadají do iluze, že jim je tento člověk nebo systém dokáže poskytnout a tyto touhy naplnit. Právě toto stálo za úspěchem totalitních ideologií, kdy se touto iluzí nechali strhnout i vážení a vzdělaní lidé v zemi. Tito intelektuálové či akademici pak dodali režimu ještě více na legitimitě a dali tak obyčejným lidem důvod, že tato ideologie je ta správná. Manipulace byla umocněna také vědou, kterou tito zastánci režimu vytvářeli a jejichmi nejnovějšími výzkumy ve prospěch upevnění moci. Ve své podstatě šlo o princip sněhové koule, kdy se režim stával populárnějším a uznávanějším v návaznosti po sobě jdoucích jednání. Z toho již pramení výše zmíněný princip těžení pozornosti a vynucování respektu na základě dosažené prestiže. Každý vůdce a nový režim začínal jen s hrstkou přívrženců, avšak postupným získáváním vlivu si svou existencí vynucoval i pozornost a sympatie dosud nezúčastněných. Poslušnost je ovšem podmíněna v některých případech i strachem postavit se vládnoucí autoritě za předpokladu, že jej většinová společnost uznává.

Lži, cenzura a zamlčování skutečností je, jak jsem v textu poukázala, naprosto běžným úkazem. Nejlépe lze tento příklad demonstrovat na židovské separaci nacistického Německa. Lidé sice věděli, že je s židy zacházeno nelidským způsobem, avšak režim se většinou k této problematice oficiálně nevyjadřoval a sám Hitler se od ní dokonce plně distancoval a exekutivní rozhodnutí přenechal svým podřízeným. Obyvatelé věděli, že pracovní tábory existují, ale jejich chod ani podmínky nebyly nikde prezentovány, byly skryty. Propaganda tedy vynášela na povrch jen ty záminky pro obhájení těchto pracovních táborů, jejich účel a konečné řešení židovské otázky lidem nepředkládala. Dalším faktorem pro souhlas s protižidovskou politikou je i fakt, že lidé pro své vlastní výhody přehlíželi útrapy jiných, které se za režimu odehrávají. Na bázi zde uvedených poznatků lze vyslovit domněnku, že záležitosti, které se určitých lidí přímo nedotýkají, jsou jim lhostejné. Tento koncept chování můžeme nazvat jako selektivní přizpůsobivost, tedy kdy postoj jednotlivce stojí jen na výběru výhodných atributů a ignoraci těch, které na něj přímo nedoléhají. Oba režimy, jak nacistický, tak i komunistický, mají na svědomí miliony životů, které vyhasly v pracovních táborech i v bitvách. Zde zafungovala propaganda více než skvěle a svým neustálým podsouváním pozitivních vjemů a informací na úkor překrytí negativních faktů si svůj dokonalý obraz ideologie dokázala udržet.

Cenzura je dalším znakem, bez kterého by se bolševismus ani nacismus nedokázali v takové míře, jak již dnes můžeme posoudit, prosadit. Pokud by v jakékoliv formě existovala opozice, nezatajili by se potřebné informace a obyvatelé by byli konfrontováni

i s pohledem na situaci druhou stranou. Ten, jak je v práci zmíněno, je z hlediska posouzení relevantnosti naprosto žádoucí a adekvátní. To však totalitní vůdci věděli a veškerou politickou konkurenci či media, která nevyhovovala požadavkům, zakázali. V obou režimech bylo pravidlem, že veškerý průmysl, zábava, kultura i občanská sdružení zaštiťoval stát, který měl všechny tyto pod dohledem. Stejným způsobem získala na důležitosti kontrola jednotlivých obyvatel, kdy hanění režimu bylo trestným činem. Zejména v sovětském Rusku, již nepatrná i neseriózní narážka na režim často znamenala přímou smrt. Z tohoto důvodu byla rozšířená síť donašečů, tedy lidí, kteří byli režimu plně oddáni a tito dohlíželi na své spoluobčany.

V nacistickém Německu manipulace s informacemi nabrala velmi sofistikovanou formu. Německá propaganda měla skvělý cit pro to, co je třeba lidem nabídnout. V momentech, kdy odtušila odliv nebo zdráhání obyvatel v určitých oblastech, nasadila jinou techniku. Propracovaný systém výzkumů veřejného mínění ji v tom dopomáhal. Ze začátku, když se zákroky proti židům střetli s vlnou nevole, označila je za „náhodné excesy“. Jak již bylo řečeno, rasová tematika byla vždy takticky v pozadí programu strany. Byla zde vyvinuta obrovská snaha o to, potlačit logiku a lidský cit na úkor dobra státu, který byl neustále ze všech stran lidem předkládán. Civilní občané byli zmanipulováni pod auroou legality státu, i když sami se s ní většinou plně vnitřně neztotožňovali, jak již dnes můžeme dohledat z pramenů.

S odstupem času téměř všichni ti, kdož byli součástí režimu a podíleli se svou zodpovědností na holokaustu, svůj díl viny odmítají. Záminkou jim je ospravedlnění, že jednali jen podle rozkazů z autority státu, že oni sami byli jen jakýmsi nástroji. To ovšem popírají archivní záznamy z porad a konferencí, kdy lidé ve velitelských pozicích a tedy těch, kde by se dala uplatnit vlastní vůle, sami vyvíjejí iniciativu a progresivní přístup při řešení konečného cíle židovské otázky. Tedy zneužití moci, která jim byla delegována. NSDAP nikdy nikoho násilně nenutila k jejímu připojení, přesto měla miliony členů.

Na jedné straně byla pochopitelná touha po silném a schopném představiteli národa, odvrácená strana režimu ovšem požadovala tolerování událostí, které byly daleko za hranicí etického či lidského zacházení. Tolerování později přešlo v indoktrinaci ve všech odvětvích státu a nátlak na přetváření myšlení obyvatel. Zejména nauka o etnické nadřazenosti se usadila ve všeobecném veřejném názoru a získala znaky normality. Pod záštitou „morální očisty“ a „purifikace společnosti“ se lidé naučili přihlížet násilí, které se

dělo přímo před nimi. Celá tato lidská tragédie začala nadšením národního vzkříšení, kterou se nechalo Německo strhnout a skončila druhou světovou válkou.

Stejně jako v nacistickém režimu, i členství v ruské komunistické straně přinášelo svým stoupencům výhody. Lenin i Stalin ve své podstatě ignorovali tu část obyvatel, která s ním nesouhlasila. Pokud byly protesty příliš hlasité, postaraly se o jejich umlčení čistky. Stalin byl tím, kdo na jedné straně dramaticky pozvedl úroveň celého Ruska. Technický pokrok byl za jeho vlády nepopiratelný, ovšem často na úkor života obyčejných lidí. Lidem byl odpírán osobní komfort na úkor průmyslu a vyzbrojování. Stejně tak jako zabavení majetku, půdy a úrody v rámci kolektivizace. A přesto si dokázal vytvořit poslušnost a oddanost svého národa. Ustavičně pracoval na svém dobrém vyobrazení před lidmi, na vlivu sugescí spasitele, který by se rozdál pro svůj národ. Toho, kdo vytáhl Rusko ze zaostalosti a pod jehož rukama vzkvétá. To byl oficiální obraz, který lidem předkládal a krutě umlčoval tu část lidu, která nesouhlasila. Pod nejrůznějšími záminkami posílal občany do pracovních táborů, popravoval, některé ignoroval a nechal vyhladovět. Lze říci, že Stalinův režim byl postaven jak na zbožňování, tak velkou měrou i na strachu. Jak Německo, tak Rusko chápalo nutnost zacílit svou sugesci a manipulaci na obyvatele již od co nejnižšího věku, zneužít tuto fázi nejsnazší přístupnosti u dětí. Oba režimy předkládají model úspěšné ideologické a zároveň válečné propagandy. V obou případech se nechali strhnout ideami podsouvání národní hrdosti, ctnosti a státní velikosti. Tento způsob manipulace v lidech postupem času začal vyvolávat požadovaný pocit nadřazenosti nad ostatními národy. Pod touto národní hrdostí lidé také za svoji vlast bojovali a svůj stát ve válečném konfliktu podporovali.

Svou bakalářskou prací jsem komparací prvků lidské povahy a její principiální náchylnosti k propagandě dokázala cíl, která jsem si ustanovila splnit. Lidská přirozenost inklinuje k manipulaci s jejím vědomím ve výše uvedených formách.

# SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

## Seznam použitých českých zdrojů

PLISKOVA K., *Propaganda džihádu*, 1. vyd., Brno: Barrister & Principal, 2016.  
ISBN: 978-80-7485-113-1.

TAYLOR R., *Filmová propaganda; Sovětské Rusko a nacistické Německo*, 1. vyd., Praha: Academia, 2016. ISBN: 978-80-200-2534-0.

CIALDINI R.B., *Zbraně vlivu*, 1. vyd., Brno: Jan Melvin Publishing s.r.o., 2012.  
ISBN: 978-80-87270-32-5.

MAIER H., *Politická náboženství; Totalitní režimy a křesťanství*, 1. vyd., Brno: CDK, 1999.  
ISBN: 80-85959-43-7.

JUNG C. G., *Slova duše*, Praha: Vyšehrad, 2001. ISBN: 80-7021-490-2.

VYBÍRAL Z., *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*, 3. vyd., Praha: Portál, 2015.  
ISBN: 978-80-262-0869-3.

LE BON G., *Psychologie davu*, 4. vyd., Praha: Portál, 2016. ISBN: 987-80-262-1028-3.

GELLATELY R., *Lenin, Stalin and Hitler; Věk sociální katastrofy*, Praha: VOX GLOBATOR, 2012. ISBN: 978-80-7511-012-1

KOOZOVÁ K., *Svědění nacismu*, 1. vyd., Český Těšín: Columbus, spol s.r.o., 2009.  
ISBN: 978-80-7249-233-6.



## **Seznam použitých zahraničních zdrojů**

JOWETT G. S a O'DONNEL V., *Propaganda and persuasion*, 5.th ed., USA: SAGE Publications, Inc., 2006. ISBN 978-1-4129-7782-1.

ADLER A., *Superiority and Social Interest*, 1.st ed., USA, WW Norton & Co (Verlag), 1979. ISBN 978-0-393-00910-1.

BONNEL E.V., *Iconography of Power: Soviet Political posters under Lenin and Stalin*, 1.st ed., USA: University of California Press, Ltd., 1997. ISBN: 0-520-22153-2.

SERVISE R., *Stalin: Biography*, 1st ed., USA 2005: Harvard University Press. ISBN: 978-0674022584

## **Seznam použitých internetových zdrojů**

GERBNER G., *Model masmediální komunikace* [online]. © 2017 [cit. 2017-01-18]. Dostupné z: <http://communicationtheory.org/gerbners-general-model/>

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: Klára Dundálková**

**Obor: Bezpečnostní studia**

**Forma studia: Kombinovaná**

**Název práce: Válečná propaganda a její vliv na civilní obyvatelstvo**

**Rok: 2017**

**Počet stran textu bez příloh: 49**

**Celkový počet stran příloh: 0**

**Počet titulů českých použitých zdrojů: 9**

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 4**

**Počet internetových zdrojů: 1**

**Vedoucí práce: PaedDr. Ing. Jan Zelinka**