

**VYSOKÁ ŠKOLA KREATIVNÍ
KOMUNIKACE**

Katedra vizuální tvorby

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Nová média a propaganda

v nacistickém Německu

2020

Ing. Radek Uhlíř



VYSOKÁ ŠKOLA KREATIVNÍ KOMUNIKACE

Katedra vizuální tvorby

Studijní program vizuální a literární umění

Specializace a ateliér fotografie a audiovize

Bakalářská práce

Nová média a propaganda v nacistickém Německu

Praktická část: budování falešné identity a šíření dezinformace v síti internetu

Teoretická část: historická studie

Autor: ing. Radek Uhlíř

Vedoucí práce: MgA. Nikola Tláskalová

Konzultantka: Mgr. Alice Aronová, Ph.D.

2020

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpal. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely studia a výzkumu.

V Praze dne 21. května 2020

Podpis autora:

Poděkování

Byť na předchozím listu prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně, má na jejím vzniku velký podíl inspirace, entusiasmus i kritická zpětná vazba, jejichž zdrojem mi byla vedoucí práce, paní MgA. Nikola Tláskalová. Děkuji jí za všechno – bez jejího vedení by nikdy nevznikla praktická část této práce, která rozšířila původní půdorys zadání.

Konzultantka, paní Mgr. Alice Aronová, Ph.D., mi velmi pomohla při počátečním časovém a prostorovém vymezení zkoumaného sektoru dějin propagandy. Patří jí za to můj velký dík. Byla mi velkou oporou zejména při hledání pramenů v oblasti filmu.

Dále děkuji také paní PaedDr. Vendule Lyachové, která vždy byla mým prvním a kritickým čtenářem vznikajícího rukopisu této práce.

Autor

Abstrakt:

Pro zkoumání jazyka a schémat propagandy je Německo třicátých a první poloviny let čtyřicátých ideální laboratoří. Práce zkoumá použití tehdy moderních médií: plakátu, fotografie, filmu, rozhlasu a televize.

První část je analytická; zabývá se osvědčenými postupy, jak vytvořit z občanů masu, stádo a jak se stádem dále politicky pracovat. Vysvětluje také organizaci německé propagandy – napřed stranické, později státní.

Druhá část se zaměřuje na použité technologie. Nacistická propaganda využívala velmi pokročilou technologickou základnu. Účinné bylo zejména rozhlasové vysílání, a to včetně pořadů pro západní spojence v němčině.

Zmíněno je využití atavistických motivů v erotické propagandě.

Práce nenechává stranou ani reakci německé antifašistické opozice a akce západních Spojenců proti německé propagandě.

Abstract:

Germany of 30's and of the first half of 40's stands for a great observatory for research on propaganda language and schemes. The thesis looks into the media that were considered to be modern at the time: placard, cinema, radio and television broadcasting.

It contains an analytical part dealing with proven methods how to transform citizens to a mass, to a herd that can be influenced politically. This part also explains German propaganda system – first only of the Nazi party organization, later at the German state level.

The second part aims at the technological aspect of the subject. The Nazi propaganda had a tremendously advanced technological base to build on. The radio broadcasting was extremely efficient – including broadcasting in English for the Allies.

The atavistic themes in erotic propaganda are also discussed.

The thesis does not leave aside the anti-Nazi opposition reaction neither actions of western Allies aimed to mitigate the German propaganda effects.

Obsah

1	Úvod	8
2	K obsahu této práce	9
3	Propagandistické figury	12
3.1	Figury, které ženou stádo do houfu.....	12
3.1.1	Společné hodnoty.....	12
3.1.2	Společná kultura a odstranění nezávislé kritiky	12
3.1.3	Vlajka.....	14
3.1.4	Uniformy.....	14
3.1.5	Kult osobnosti.....	15
3.1.6	Motivování stoupců.....	17
3.1.7	Potvrzování příslušnosti k stádu	17
3.1.8	Skupinový kýč	17
3.1.9	Stát vychovatel.....	18
3.2	Figury, které stádo ovládají.....	18
3.2.1	Urážející terminologie	19
3.2.2	Oslňující obecnosti	19
3.2.3	Přenos.....	19
3.2.4	Svědectví ze záhrobí	20
3.2.5	Obyčejní lidé.....	20
3.2.6	Pokerová taktika	20
3.2.7	Kutálka.....	20
3.3	Zásady, jak postupovat jako propagandista	20
3.4	Moderní média v rukou nacistů.....	22
3.4.1	Plakáty a letáky	22
3.4.2	Erotické motivy v propagandě.....	26

3.4.3	Fotografie – příběh Leicy	28
3.4.4	Film.....	36
3.4.5	Rozhlas.....	44
3.4.6	Televize.....	51
4	Epilog: dědictví německé propagandy	55
5	Závěr.....	56
5.1	Co mě překvapilo	56
5.2	Co bych udělal jinak.....	58
5.3	Čím je práce užitečná	58
6	Použité zkratky	60
7	Seznam pramenů	61
8	Seznam vyobrazení.....	64
9	Rejstříky	66
9.1	Jmenný rejstřík.....	66
9.2	Věcný rejstřík.....	67
10	Příloha – text zadání	69

*A Pravda znavená usnula, jen co si sedla,
ze sna se culila, naivka důvěřivá,
jen oči zavřela, už se Lež z postele zvedla,
a začla si pokradmu zkoušet ten její háv...*
(Vladimír Vysockij, přeložil Milan Dvořák)

1 Úvod

Dvacáté století přineslo mnoho nových výrazových prostředků: filmový záznam pohybu, rozhlasové a televizní záznamy a vysílání, fotografování na kinofilm v kazetách, později i digitalizaci obrazu a zvuku.

Zároveň to bylo století, kdy se na jeho počátku státy světa přihlásily k demokratickým zásadám a budování států podle vůle voličů. Nové výrazové prostředky ale byly okamžitě využity k získání jejich hlasů a v některých případech se staly prostředkem, který k moci přivedl diktátory a umožnil jim ovládnutí veřejného prostoru, veřejného mínění a dovedl tyto státy do katastrof, které dnešní generace nepoznala. To se



Obrázek 1: Polský plakát: čeští bezvěrci proti Polákům v Záolží.

v evropském prostoru týkalo Sovětského svazu, později fašistické Itálie a v největší míře nacistického Německa.¹ Tento příběh je o to smutnější, že záměrům propagandy často sloužili nesporně nadaní umělci; především v oblasti fotografie a filmu se jedná o díla, na která bychom rádi zapomněli, ale jsou prostě příliš dobrá na to, abychom je mohli vymazat z historické

paměti s ohledem na jejich motivy a dobu jejich vzniku. Moderní metody šíření propagandy používalo především nacistické Německo, které se mohlo opírat o pokročilou technickou

¹ Vznik totalitních režimů se převážně spojuje s uvedenými státy. Je třeba říci, že v geopolitickém prostoru sevřeném mezi hlavními totalitními státy se autokratické a agresivní tendence objevovaly i v méně významných zemích, což platí především pro Polsko a Maďarsko. 30. září 1938 dalo Polsko Československu ultimátum ohledně polské menšiny v tzv. Záolží. Následujícího dne čtvrt hodiny před uplynutím ultimáta Československo vydalo Polsku Český Těšín a další území, na kterém žilo čtvrt milionu občanů. V téže době si Maďarsko ukouslo kus slovenského území, na němž žilo více než tři čtvrtě milionu československých občanů. Regent Miklós Horthy to s Hitlerem dojednal již měsíc před Mnichovskou dohodou. Jistě by bylo vhodné se někdy samostatnou prací zaměřit i na předválečnou propagandu středoevropských států včetně Slovenského státu, tzv. druhé Česko-slovenské republiky i Protektorátu Čechy a Morava.

základnu. Neznamená to však, že by se odklonilo od starších výrazových prostředků, jako byl propagandistický plakát nebo leták.

Úvaha nad časovým a prostorovým vymezením této práce nakonec vedla k rozhodnutí, zabývat se krátkým, ale nepřehlédnutelným obdobím pouhých dvanácti let takzvané třetí říše, kterou nacisté plánovali jako tisíciletou.

Záměrem práce je připomenout historické metody a techniky používané k šíření propagandy v Německu v tomto období. Některé z nich se totiž v moderním převleku uplatňují i v současné dezinformační éře. Bylo by jistě dobré alespoň zčásti odhalit jejich historické kořeny.

Ve své práci se také zabývám otázkou, jaká jsou osvědčená propagandistická schémata, která nazývám „figury“.

2 K obsahu této práce

Co je to propaganda? V období rekatolizace protestantských území a měst v 16. a 17. století začíná katolická církev používat latinský termín *propaganda fide*, šíření víry. Sacra congregatio de propaganda fide (tj. Posvátná kongregace pro šíření víry) bylo kolegium kardinálů založené roku 1622 papežem Řehořem XV. Nyní chápeme propagandu jako systematický proces řízení sdílení informací, který je veden tak, aby podporoval určitý záměr a zajistil požadovanou reakci veřejnosti.²

Připomeňme, že z odborného hlediska neexistuje z hlediska provedení záslužná nebo škodlivá propaganda. Etické posouzení propagandy záleží na tom, jaké ideologii slouží, jakou myšlenku se snaží propagovat společenská skupina, vrstva nebo režim, který ji šíří.³

Je těžké najít odpověď, jak se propagandě bránit. Karel Čapek v roce 1938, několik měsíců před rozbitím Československa napsal, že „... násilí zbavuje lidi svobody vůle; propaganda je zbavuje svobody úsudku. Není to náhoda, že propagandu jako politickou zbraň objevily právě diktatury; demokracii je propaganda něčím stejně cizím jako násilí. Ale

² Kallis, 2005, s. 1.

³ „Propaganda je plodem konfliktu víry a odhodlání lidí hlásat a šířit svoji doktrínu proti všem ostatním. Nepochybně má své počátky v náboženské sféře a již samou svou podstatou je zaujatá, neboť největších úspěchů dosahuje tehdy, dovolává-li se nenávisti a předsudků. Je tak protikladem veškerého poctivého vzdělání a informací.“ Davies, 2005, s. 519.

jak víte, i demokracie se musí bránit zbraněmi, jde-li se na ni s flintou a kanonem; a musí se bránit slovem a tiskem, je-li jimi ohrožována.“⁴ Alexandra Alvarová se dokonce domnívá, že se proti lži nedá bojovat poukazováním na fakta: „Když se tak dívám na fact-checking horečku, která zachvátila seriózní žurnalistické servery a vzdělanější a ušlechtilější novinářské duše, je mi jako starému cynickému propagandistovi mdlo. Takhle to přece nejde dělat! ... Lež je jak hořící napalm... Problémem lži je, že dokud má přístup vzduchu (divácké pozornosti a předpojatosti), vytrvalé zalévání vodou (fakty) jí dělá jen dobře. Lidi nepřesvědčíte předkládáním faktů, vysvětlení, skutečností.“⁵

Skutečností zůstává, že v současnosti, pokud nebude správná věc hájena účinnou propagandou, bude téměř s jistotou poražena nebo ochromena. Z toho důvodu nesmí ani nejdemokratičtější stát zůstat bezbranný na poli veřejného mínění. Musí propagandě čelit vlastní kontra propagandou, připomínat vlastní hodnoty, zásady a prokázané informace a bránit se proti dezinformacím.

V následujícím textu se budu zabývat především propagandistickým využitím fotografie, filmu, rozhlasu a televize v Německu v letech 1933–1945⁶. Nacisté velmi pohotově objevili propagandistickou kapacitu těchto médií. Německo třicátých let bylo velmi inovační jak z hlediska tvorby a nasazení propagandy, tak z hlediska využívání filmu a rozhlasu k jejímu šíření. Stranou by neměla zůstat v té době klasická média, jako jsou plakáty a letáky.

S velkým náskokem bylo Německo prvním totalitním režimem, který mohl využít televizní vysílání k ovlivňování veřejného mínění a nálad ve společnosti. Tento potenciál však Německo nebylo schopné ve válečných letech využít. Technicky a ekonomicky nedokázalo ve válečných letech televizní vysílání v širším měřítku udržet – dá se říci, že roku 1943 německou televizi „vypnuly“ spojenecké bombardéry.

Ve své závěrečné řeči při norimberském procesu Albert Speer⁷ prohlásil: „Hitlerova diktatura byla první diktaturou průmyslového státu, diktaturou, jež pro ovládnutí vlastního

⁴ Čapek, 1938.

⁵ Alvarová, 2019, s. 148.

⁶ Připomeňme tato data: jedná se o období od 30. ledna 1933 (tzv. převzetí moci, *Machtübernahme*), kdy prezident Paul von Hindenburg jmenoval Adolfa Hitlera říšským kancléřem, do 7. května 1945, kdy v 0241 podepsal generál Alfred Jodl bezpodmínečnou kapitulaci Německa v budově technické školy v Remeši, kde sídlilo Vrchní velitelství spojeneckých expedičních sil (SHAEF) pod velením armádního generála Dwighta D. Eisenhowera.

⁷ Architekt Albert Speer byl od února 1942 ministrem zbrojního a válečného průmyslu. Norimberský tribunál ho odsoudil k 20 letům vězení, která si beze zbytku odpykal ve věznici ve Špandavě (Spandau) v britském sektoru západního Berlína.

lidu využila veškeré technické prostředky... Ohromný rozsah jeho zločinů lze vysvětlit skutečností, že jako první pro jejich spáchání využil prostředky, které nabízela technika.“⁸ K těmto prostředkům patřila fotografie, ale především film, rozhlas a televize. Kromě popisu využití nových médií se pokusím definovat schémata a nástroje úspěšné propagandy obecně. Je nutné připustit, že nacistická propaganda úspěšná byla. Ovlivnila miliony lidí, nejen v Německu, ale i v Protektorátu a dalších zemích okupované Evropy či ještě dále ve světě. Desítky milionů lidí byly přesvědčeny o správnosti nacistické ideologie a nutnosti rasové očisty. Desítky milionů lidí zemřely jako oběti této ideologie nebo jako její stoupenci.

Téma má samozřejmě přesah do současnosti, protože pokud budeme schopni definovat účinné propagandistické figury, pomůže nám to rozpoznat propagandu i v současné nepřehledné mediální krajině. Co mám na mysli slovem „figura“, které je známé šermířům? Propaganda je řemeslo, které má své mistry, své tovaryše, své učedníky, ale i své



Obrázek 2: Strěž se skvrnitého tyfu. Obraz nepřítele.

oběti, někdy celé národy. Má svá standardní schémata, jako má třeba šach, a poučený šachista dokáže na různá otevření hry správně zareagovat. Svá schémata mají i karetní hry, jako je licitovaný mariáš nebo bridge, a začátečník, který je nerozezná, se stává obětí zkušených hráčů. V šachu nebo v mariáši však nejde o život, kdežto v šermu ano. Dumasův D'Artagnan přichází jako jelimánek z venkova a střetne se s panem Jussacem, zkušeným šermířem, a naštěstí to dobře dopadne. Německý národ podlehl figurám říšského ministra osvěty a propagandy Josepha Goebbelse a jím řízeného aparátu a dopadlo to špatně. O devadesát let

později je český národ v hybridní válce vystaven propagandě autoritářského Ruska. Jak to dopadne? Nevíme.

⁸ Virilio, 2007, s. 125.

Petr Šabach ve své knize *Občanský průkaz* připomíná v části knihy popisující srpnové události roku 1969, že animálním reflexem ohroženého člověka je snaha držet se stáda.⁹ Tohoto reflexu propaganda využívá: možné ohrožení zdůrazňuje, přehánění nebo dokonce předstírá a buduje stádo s jeho stádními principy a zásadami. Sounáležitost stáda se dá dále upevnit vytvářením obrazu společného nepřítele (schéma „pes chrání ovce před vlkem, který je ještě horší“). „Mít nepřítele je důležité nejen k tomu, abychom vymezili vlastní identitu, ale i k tomu, abychom si obstarali překážku, na níž můžeme poměřovat svůj systém hodnot a na níž při konfrontaci můžeme předvést svoji hodnotu. Chybí-li tudíž nepřítel, je potřeba si ho vykonstruovat,“ říká Eco. Nepřítel je vždy nečestný, ošklivý a smrdutý.¹⁰ Pojďme se na propagandistické figury podívat zblízka.

3 Propagandistické figury

3.1 Figury, které ženou stádo do houfu

3.1.1 Společné hodnoty

„Nevidíme věci takové, jaké jsou. Vidíme věci takové, jací jsme my,“ říká Talmud.¹¹ Úkolem propagandisty je budovat takovou společnost, která bude pociťovat slovo „my“ skutečně jako množné číslo a jednotlivec bude součástí jednoduše a srozumitelně definované skupiny, která má právo potírat „zlo“, které ji obklopuje. Je tedy třeba přesvědčit společnost, že sdílí nějaké společné hodnoty a má být jednotná. Společnost se oslovuje jako národ a připomínají se národní tradice. Často se používá odkaz na jednotící prvky v dějinách společnosti nebo výrazné historické osobnosti. Obvyklý apel má následující formy: „tahle země je naše“, „střežíme dědictví předků“, „cizí nechceme, svoje bráníme“. Společné hodnoty na sebe někdy berou podobu sloganů úředně schválených a doporučených pro manifestace loajality režimu, tisknou se na transparenty a skandují v průvodu. Často se projevuje snaha umlčet kritickou diskusí: „buďme svorní, v jednotě je síla“, „k čemu jsou žabomyší války?“, „ten, kdo pochybuje, není dobrým vlastencem“, „jsme unavení z těch věčných diskusí, požadujeme klid na práci“, „společně budujeme nový řád“.

3.1.2 Společná kultura a odstranění nezávislé kritiky

Společná kultura je významným prvkem národní identity, takže totalitní propaganda ji ráda monopolizuje a snižuje její rozmanitost a vytváří kodex umění tzv. vhodného,

⁹ Šabach, 2006, s. 77.

¹⁰ Eco, 2013, s. 10.

¹¹ Nutil, 2018, s. 154.

opravdového a morálního. Odchytky se považují za projev dekadence a intelektuálního zmaru.

Ve své nástupní řeči kancléře dne 23. března 1933 Hitler uvedl, že „vláda přistoupí k důsledné morální očištění celého systému země. Veškerá vzdělávací soustava, divadla, kina, literatura, tisk a rozhlas – to vše bude zapojeno jako nástroj k naplnění tohoto cíle... Krev a rasa se znovu stanou zdrojem umělecké intuice.“ Goebbels mohl pak na základě „zákona o obnově státní služby“ zahájit rozsáhlé čistky v umělecké sféře, protože většina významných kulturních institucí byla ve státních rukách, ať se jednalo o operní scény, divadla, muzea, konzervatoře nebo umělecké školy. V listopadu toto *Säuberung* (čištění) postihlo i nezávislé umělce, když byla založena Říšská kulturní komora. Členství v této komoře bylo nutnou podmínkou k provozování uměleckých profesí a bylo podmíněno dodržováním přísných rasových a ideologických předpisů. Z veřejného života tak byly v rámci *Entjudung* (dejudizace) odstraněny tisíce Židů, ale i komunistů, sociálních demokratů a liberálů. Byla uzavřena umělecká škola Bauhaus v Berlíně.

Na veřejných prostranstvích Berlína a dalších univerzitních měst bylo 10. května spáleno na dvacet tisíc knih.¹² V prosinci byl zaveden zákaz cca 1 000 titulů. Roku 1934 putovalo do stoupy 4 000 publikací.

V květnu 1936 Goebbels vydal nařízení zakazující *Nachtkritik*, tedy psaní kritických recenzí večer po představení. Na podzim téhož roku Hitler rozhodl o úplném zákazu umělecké kritiky jako takové. Goebbels si poznamenal do svého deníku: „Povoleno bude pouze zpravodajství. Tak jako v politice. Stupidní lidé nesmí kritizovat chytré.“ Ve výtvarném umění Hitler budoval nacistickou estetiku negativním vymezením, tedy vytvářením seznamů „zvrhlého (degenerovaného) umění“ (*Entartete Kunst*). V roce 1937 byla v Mnichově uspořádána pod tímto názvem výstava ironizující avantgardní autory, expresionisty, ale i tehdy již klasické impresionisty. Mezi vysmívanými autory se ocitli Picasso, Klee, Matisse, Chagall, van Gogh, Gauguin, Munch a mnozí další. Nezůstalo však jen při posměchu: tato díla byla vyřazena ze všech veřejných sbírek a konfiskována. V případě Edvarda Muncha se jednalo v roce 1937 celkem o 82 obrazů. Jedenáct z nich se nikdy nenašlo.¹³ Kulturní hranice se uzavřely a umění se stalo národní záležitostí.

¹² „V Berlíně se tehdy knihy pářily v obrovském měřítku. Na prostranství mezi univerzitou a operou se ke sledování této podívané sešel čtyřicetitisícový dav. Po cestě osm kilometrů dlouhé studenti s pochodněmi v rukou doprovázeli ulicemi nákladní a osobní auta zabavená pro odvoz odsouzených knih.“ Boydová, 2019, s. 128.

¹³ Wittlich, 1985, s. 48.

3.1.3 Vlajka

Vlajka je snad nejklassičtějším znakem příslušnosti ke skupině, ke stádu. Je viditelným symbolem respektování pravidel stáda a jeho vůdců. Vlajky, odznaky, stužky a praporky jsou někdy používány s nadšením, někdy však režim jejich užití vyžaduje a kontroluje (např. zdobení oken).

Hitler chápal emotivní moc vlajky a osobně navrhnul říšskou vlajku s hákovým křížem i stranickou standartu NSDAP. Centrální symbol nacistické ikonografie, hákový kříž, byl již v minulosti užívaným symbolem antisemitismu. Jedná se o symbol s tisíciletou tradicí, která má mnoho vrstev. „Obecně byl tento znak považován za symbol štěstí nebo slunce a byl hojně využíván jako náboženský symbol i dekorativní prvek. Pro hinduismus je svastika výjimečně svatým symbolem, značí slunečního boha Súrij, levotočivá a pravotočivá svastika pak jednotlivé formy boha Brahmy. V buddhismu představuje svastika znamení Buddhy a symbol harmonie. V křesťanství dříve svastika vyjadřovala vítězství Ježíše Krista nad smrtí.“¹⁴ Hitler však osobně rozhodl o orientaci kříže a barevném provedení symbolů. „V barvě rudé jsme spatřovali sociální ideu hnutí, v bílé ideu nacionalistickou, ve svastice ... vítězství árijského muže a současně vítězství tvůrčí práce, která jako taková vždy byla a stále bude antisemitská,“ napsal v *Mein Kampf*. Hitler osobně vymyslel stranický odznak, titulní stranu partajních novin, a dokonce i hlavičkové papíry a razítko strany. Všechny nesly atribut orla se svastikou v pařátech. Podle spisovatele Jaye Doblina byl Hitler ve své době největší *brand designer*: znak hákového kříže vyvolával silné citové konotace, nedal se zaměnit s žádným jiným ... svou jednoduchostí i nadále proniká do duše, jak ještě dnes dokazují četná graffiti.¹⁵

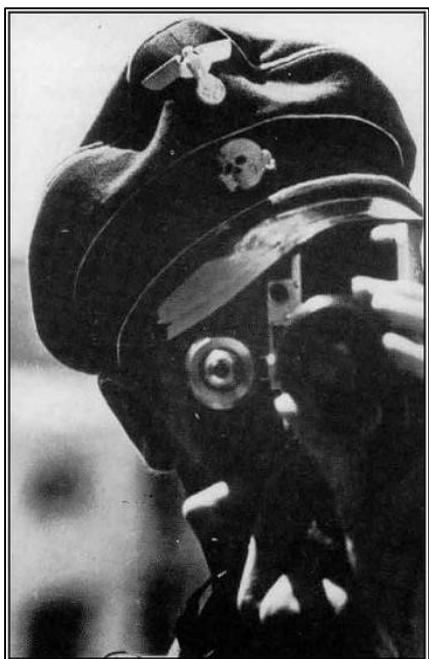
3.1.4 Uniformy

Použití stejnokroje samozřejmě zajišťuje jednotnost a přispívá k disciplíně. V totalitních režimech má však ještě jeden význam: zakrývá společenské a majetkové rozdíly. Profesor i metař vypadá v uniformě stejně. O tom, kdo bude poctěn zlatými knoflíky a odlišen od ostatního stáda, rozhoduje režim – a ten může z inženýra udělat nabiječe a z dělníka velitele pluku. Německo v nošení uniforem došlo ještě dále, když do nich navléklo i členy strany. Uniformy tak prezentovaly všezahrnující moc ozbrojených sil a strany. Hnědé košile byly odvozené od italských *camicie nere*. Černá barva však zůstala vyhrazena jednotkám SS. Byly sugestivní, černé, úzce střižené, ozdobené germánskými

¹⁴ Tláskalová, 2014, s. 51–52.

¹⁵ Virilio, 2007, s. 126.

runami a smrtihlavem, doplněné černými vysokými holínkami. Nosili je muži, kteří měli být



Obrázek 3: *Kriegsberichter SS.*

mimořádně přitažliví i mimořádně nelítostní. Susan Sontag píše: „Uniformy podněcují jistou obecně sdílenou fantazii: sugerují představu společenství, řádu, identity... kompetence, oprávněné autority a oprávněného násilí... fotografie uniforem SS jsou běžnou součástí jisté zvláště mocné a rozšířené sexuální fantazie.“^{16 17}

3.1.5 Kult osobnosti

Victor Klemperer, učitel románských jazyků a židovský autor mrazivě přesných deníků, vzpomíná, jak ho jedna bývalá studentka zapřísahala: „Ale to musíte cítit, a tomuto citu se musíte oddat, a stále pro vás musí být přítomna Vůdcova velikost, nikoli jistá nepřízeň, jíž momentálně trpíte...“. Jiný dělník mu řekl: „s chápáním se nikam nedojde, musí se věřit. Já ve Vůdce věřím.“¹⁸

Hitler se jako všichni diktátoři téměř nikdy nesmál. Přesto byl považován za zábavného společníka a strhujícího řečníka. Ve své knize *Mein Kampf* přiznává jako inspirační zdroj britskou propagandu v průběhu první světové války a po ní. Vzorem mu byl Lloyd George, kterého si cenil za jeho „mistrovské výkony v umění masové propagandy“, jejímž nasazením „svůj lid přiměl k tomu, že zcela sloužil jeho vůli“. Oceňoval „primitivnost jeho jazyka, původnost vyjadřovacích forem a užití snadno srozumitelných nejjednodušších výrazů“.¹⁹ Hitler přičítal mluvenému projevu velkou moc a domníval se, že „všechny velké náboženské a politické laviny v dějinách byly spuštěny magickou silou mluveného slova“. Francouzský velvyslanec André François-Poncet řekl, že Hitler musí mít v sobě nějakou psychickou anténu, která mu přesně sděluje, co si zástupy před ním právě přejí nebo čeho se obávají, s čím souhlasí nebo co nenávidí a čemu věří či nedůvěřují. Joachim Fest jeho projev hodnotil takto: „... teatrální elementy vytvářely napjaté očekávání a přispívaly k tomu, aby projev dělal dojem zvěstování.“ A když už měl konečně začít mluvit, tak zůstal zticha. Na

¹⁶ Sontagová, 2011, 98.

¹⁷ „Mezi nejčastějšími obsahy vyhledávanými na serveru Pornhub ženami patří žánr pornografie, který může být pro řadu čtenářů dost znepokojující: ... násilí na ženách.“ Stephens-Davidowitz, 2019, s. 132.

¹⁸ Snyder, 2017, s. 61.

¹⁹ Spotts, 2007. s. 52.

chvíli – zdánlivě nekonečnou – stál bez jediného slova, aby pak začal tiše, dokonce váhavě vypouštět postupně sílicí dramatický proud slov, který nakonec dosáhl svého úděsného crescenda s výkřiky ve vysokých polohách.²⁰ Jeho vystoupení bývala přirovnávána k symfonickému dílu. Jiní pozorovatelé přičítali jeho techniku vlivu katolické církve v jeho mládí, kdy pochopil účinnost rytmického opakování frází, aby podnítil náladu podobnou transu. Někdy bývá připomínán další rys v jeho interakci s publikem, který může být vnímaný jako sexuální podtón. Hitler ostatně v knize *Mein Kampf* přirovnává publikum k ženskému organismu: „Jako žena, jejíž psychický stav je určen méně podstatou abstraktního důvodu než neurčitou touhou, masy milují více velitele než prosebníka.“²¹ David Bowie s Mickem Jaggerem patnáctkrát zhlédli film *Triumph des Willen* (1935) Leni Riefenstahl. David Bowie pak prohlásil, že „Hitler byl jednou z prvních velkých rockových hvězd ... Jak uměl pracovat se svým obecenstvem! Rozpálil ženy, až byly zalité potem, a všichni muži si přáli být jako on.“²² Albert Speer řekl: „Hitler ... byl a zůstává psychologem, jemuž rovného jsem nikdy nepotkal. Dokonce i jako vrchní armádní velitel přemýšlel více o psychologické účinnosti dané zbraně než o její operační síle...“ (Osobně se podílel na zavedení sirén na střemhlavých bombardérech a trhavých náložích střel A4...)²³ Hitler svůj obraz pečlivě budoval. Ani jeho osobní fotograf Heinrich Hoffmann neměl dovoleno fotografovat ho bez jeho souhlasu v běžných životních situacích.²⁴ V knize *Mein Kampf* uvádí Hitler několik pravidel úspěšné propagandy: 1) vyhnout se abstraktním idejím, místo toho apelovat na emoce; 2) zapojit stále opakování několika základních myšlenek, používat stereotypní fráze a vyhnout se objektivitě; 3) předkládat jen jednu stranu argumentu; 4) neustále kritizovat nepřátele a 5) identifikovat jednoho prvořadého nepřítele jako objekt nejvyššího hanobení.²⁵

²⁰ Spotts, 2007, s. 55.

²¹ „V přítomnosti vůdce se nesmělo hovořit ani o těch nejnevinnějších sexuálních otázkách... Netajil se hnusem ke ‚špíně‘ všeho druhu. Ačkoliv důkazy si vzájemně odporují, jeho sexuální život byl buď bezpříkladně ušlechtilý, nebo odporně perverzní.“ Davies, 2005, s. 985.

²² Spotts, 2007, s. 64.

²³ Virilio, 2007, s. 126.

²⁴ Ibid. Hoffmann uvádí, že jednou vyfotografoval Hitlera na Berghofu, jak si hraje s teriérem Evy Braun. Fotografii musel zničit. „Státník si nemůže dovolit vyfotografovat se s malým psíkem. Německý ovčák je jediné plemeno hodné skutečného muže.“

²⁵ „Z celkového počtu obyvatel tvořili Židé v Německu jen necelé procento, v roce 1933 jich bylo jen 525 tisíc. Sedmdesát procent z nich žilo ve velkých městech, existovaly tedy celé kraje, kde německý „árijec“ Žida vůbec nikdy neviděl. Antisemitismus si ale odevždy vystačil i bez Židů.“ Hanák, 2001, s. 148. K tomu zbývá dodat, že český propagandista také nepotřebuje živé uprchlíky nebo sudetské Němce – stačí jejich obraz.

3.1.6 Motivování stoupců

Propaganda pracuje s frustrací, ale také s nadějí. Veřejnost není nutné odměňovat,



Obrázek 4: *Váš automobil Kraft durch Freude*

někdy stačí jen slibovat. Hitler až do samého konce války snil o rozvoji Německa po vítězném skončení války – v architektuře, filmu, hudbě, silniční a železniční dopravě. Kromě rozvoje dálniční sítě byly na kreslicích prknech konstruktérů směle projekty vysokorychlostních dvoupodlažních vlaků o širokém rozchodu. Speerův projekt moderního Berlína měl zastínit všechna evropská velkoměsta. Přesahem do současnosti může být v České republice prosazování kanálu Labe-Dunaj, sen, který se pravděpodobně nikdy neuskuteční, ale nějaké voliče může přivést pod prapory.

3.1.7 Potvrzování příslušnosti k stádu

Režim vyžaduje potvrzování příslušnosti k stádu, každodenní přihlašování k němu. V německých i protektorátních školách děti před zahájením vyučování musely zpaměti recitovat Vůdcův životopis. Podobným přihlášením byly různé sliby věrnosti. Po smrti prezidenta von Hindenburga Hitler vyhlásil, že se funkce prezidenta a kancléře spojují v jeho osobě *Führera*. Tím se stal vrchním velitelem ozbrojených sil, a ještě téhož dne si zavázal přísahou nejvyšší velení. Následujícího dne nastoupily všechny vojenské útvary v Německu a přísahu věrnosti Hitlerovi složili všichni vojáci.

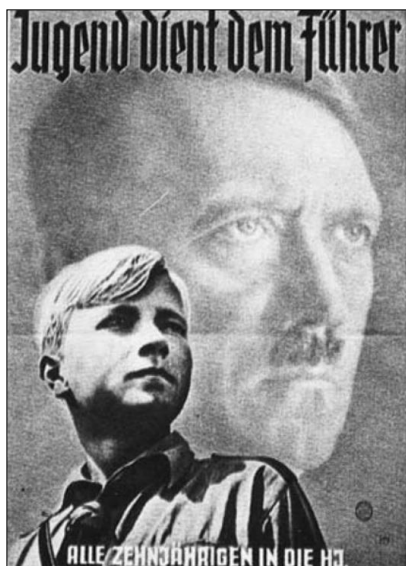
3.1.8 Skupinový kýč

Hromadné pochody, přehlídky, nástupy, shromáždění mládeže, sjezdy, *Reichsparteitäge*. Totalitní režimy rády pořádají akce, kde desetitisíce stejně oblečených lidí dělají stejné pohyby na stadionu nebo bezdůvodně pochodují. Hitler atavisticky miloval oheň, dobře si byl vědom majestátu tmy, věděl, že večer člověk odkládá rozum a otevírá své nitro citům. Zlato na stranických standartách ve světle pochodní září tak opravdově! Světlo dělá černou stěnu noci ještě černější a tma dokáže způsobit, že okolní svět zmizí. Publikum je tak vtaženo do sdíleného mystického společenství. Oheň byl klíčovým prvkem ve scénografii různých ceremoniálů. Pochodně, hořící hranice, bengálské ohně, světlice, ohňostroje, plameny vystupující ze železných košů, to všechno hraničilo s extází.

K vytvoření „katedrály světla“ na stranickém sjezdu v Norimberku použil Albert Speer 130 protiletadlových světlometů, tedy téměř celý arsenál Luftwaffe. Byly od sebe vzdáleny deset metrů a ozařovaly oblohu až do výšky 8 000 metrů. „Skutečný účinek zdaleka překonal všechny mé představy,“ řekl Speer.²⁶

3.1.9 Stát vychovatel

Není možné se stoprocentně spolehnout na to, že rodiče ze svých dětí vychovají



Obrázek 5: Mládež slouží vůdci.
Od deseti let do HJ.

oddané stoupence režimu. Proto je nutné na ně působit **ideologicky** ve škole a ve sportovních paramilitárních organizacích. Všichni vynikající němečtí stíhači *Luftwaffe* prošli plachtařskými oddíly *Hitlerjugend*.²⁷

Když se lež stane součástí učebních osnov, stává se trvalou součástí názorové výbavy jednotlivce, protože je podpořena a vštípena nadřizenou autoritou.

Německo dále zavedlo pro absolventy základních škol program „rok na venku“, *Landjahr*. Od roku 1934 trávily 15leté děti osm měsíců školení na venkově, kde se mělo posílit jejich sepětí s přírodou. Některé takové tábory se zřizovaly mimo území říše. „Rokem na venku“

prošlo za deset let 264 000 dětí.²⁸

3.2 Figury, které stádo ovládají

Následující část uvádí popis propagandistických nástrojů z pera autorů Alfreda M. Lee a Elizabeth B. Lee v knize *The Fine Art of Propaganda*. Anglické znění je velice stručné a v kontextu uplatnění obsahu netrpí nadměrným moralizováním ani neobviňuje konkrétní režimy, když zkoumá používané figury. Jsem si vědom, že můj překlad (a v malé míře i interpretace) se odchyluje od dřívější práce Františka Koukolíka.²⁹

²⁶ Spotts, 2007, s. 66.

²⁷ Versailleská smlouva nedovolovala Německu stavbu letounů, ale neříkala nic o kluzácích. Tuto mezeru Německo neopomnělo důsledně využít. Podobná situace byla v oblasti dělostřelectva, kde Versailleská smlouva nezmiňovala reaktivní střely, což se stalo podnětem k intenzivnímu a úspěšnému vývoji raketových technologií, vedoucímu až k *Vergeltungswaffe 2* (V-2).

²⁸ Bedürftig, 2004, s. 416.

²⁹ [Koukolík, 2008](#).

3.2.1 Urážející terminologie

Každému jevu, každé události nebo osobě může propagandista vypálit cejch, dát mu hodnotící atribut propojením s negativně vnímaným symbolem. Je možné použít nadávku nebo dehonestující adjektivum, případně naopak posílit nebo postulovat důležitost nebo vznešenost nějakého jevu. Příklady: versailleský diktát³⁰, sarajevský atentát, zaprodanci a samozvanci, eurohujeři, lepšolidé.

Nacistická propaganda vytvořila některé termíny nebo slovní spojení, které nevědomky převzala následující komunistická diktatura v Československu: bitva o zrna, plutokracie (rozumí se Židé), sběrný tábor, očista společnosti, oddělit zrna od plev.³¹

3.2.2 Oslňující obecnosti

Základem tohoto nástroje je vznešené slovní spojení, které bývá patetické, ale neopírá se o žádné konkrétní skutečnosti, např. tisíciletá říše, silné Česko. Někdy je to přiřazení vynikajících zásluh konkrétním exponentům režimu. Miláček prozřetelnosti, vyvolený mezi vyvolenými, velký kormidelník, otec národa. Tato aplikace je podrobněji zpracována výše, v části o kultu osobnosti.

3.2.3 Přenos

Propagandista představuje svou věc jako integrální součást širšího tématu. Využívá autoritu a prestiž nějaké skupiny (např. církve, umělců, národa) k podpoře svého konceptu. Zabaluje svou věc do kolektivního vyjádření, které musí širší publikum akceptovat. Poznávací znamení: uvození vět „každý, kdo má na mysli dobro naší země“ nebo „každý myslící občan ví“. Apely: všichni občané protektorátu, všichni věrní občané. Evropa má být jednotná. Střední Evropa musí být jednotná. Patříme k rodině slovanských národů. Patříme k rodině keltských národů.

³⁰ „Kdo slyšel nebo četl slovo ‚versailleský diktát‘, pocíťoval do hloubi duše, co mu vzali: německou armádu. Její obnovení se jevilo jako jediný skutečně důležitý cíl. S ní zase bude všechno jako dřív.“ Canetti, 2007, s. 252.

³¹ Zvláštní vytrvalost projevuje termín „atentát na zastupujícího říšského protektora“, který navzdory historické skutečnosti přežívá dosud. Atentát je politicky motivovaná vražda, ale Gabčík a Kubiš byli vojáci SOE, kteří dostali rozkaz od čs. i britského velení eliminovat nebezpečného nepřítele. Heydrich i řidič Klein byli také ozbrojení vojáci, Klein byl 33letý Oberscharführer SS, Heydrich byl 38letý obergruppenführer SS a generál policie. Byla válka a měli smůlu. V zatáčce Kirchmayerovy třídy se neodehrál atentát, uskutečnila se operace Anthropoid. Je smutné, že nacistický narativ o „spáchání atentátu“ v Česku dosud žije a probírá se vina Angličanů a Beneše za nacistickou odvetu, vyhlazení Lidic a následující represálie. Tato protektorátní nota zasahující do současnosti je mimořádně odpudivá.

3.2.4 Svědectví ze zahraničí

Propagandista se odvolává na názory člověka, který má ve společnosti autoritu, ale buď je příliš starý, aby se bránil proti zneužití svého jména, nebo dokonce již nežije. Příklady: Friedrich Nietzsche, Hindenburg, Vilém druhý, Karel Marx, Tomáš Garrigue Masaryk, Karel Kryl.

3.2.5 Obyčejní lidé

Politik připomíná, že žije jako ostatní, sdílí jejich přednosti i lidská pochybení. Zvedá do náruče dítě v chudinské čtvrti nebo pohovoří s havíři po práci v hospodě jejich jazykem. Chce dosáhnout toho, aby se s ním ztotožnily početní příslušníci chudé vrstvy společnosti. Večer ovšem může být s přáteli v exkluzivním podniku a pak doma odpočívat v přepychové vile nebo na hradě.

3.2.6 Pokerová taktika

Tato metoda vyžaduje umění a vynalézavost. Skutečná fakta jsou propagandistou překroucena a obarvena, aby sloužila jeho zájmům a zapůsobila na adresáty propagandy. Není nutné přímo přesvědčit o lži, stačí posílit klima, kdy veřejnost naslouchá konspirativním teoriím. Propagandista tak může sprádat smyšlenky a vydávat je za pravdivý narativ. Příklady: komunisté vypálili *Reichstag*, Poláci napadli vysílač Gliwice. Němci bombardovali Mladou Boleslav v květnu 1945. Vlasovci dvakrát zradili. Auditori Komise opsali udání zkorumpované Transparency.

3.2.7 Kutálka

Nenechávejte lidi samotné, moc pak přemýšlejí. Nepotřebujete jednotlivce, potřebujete stádo. Udělejte pro ně něco zábavného, něco rozdávejte, hrajte jim muziku, udávejte tón, ať společně tančí, cvičí, pochodují, ať se přidají k vašemu úspěšnému tažení. Když všichni mlátí do bubnu, tak je dobré se připojit, kdo ví, co nastane zítra. Podle E. M. Remarqua nastupovaly v roce 1914 celé třídy gymnasia společně a dobrovolně vojenskou službu. Za Kanálem byla situace obdobná: mladý muž, který v Anglii na sobě neměl uniformu, byl terčem posměchu – dostal bílé pírkó, jako odznak zbabělosti.

3.3 Zásady, jak postupovat jako propagandista

Zjednodušujte. Vaše sdělení musí snadno pochopit celý národ. Jednoduchá a srozumitelná lež je přesvědčivější než složitá pravda.

Opakujte neúnavně a systematicky svou verzi, byť není pravdivá, začne se po dlouhém opakování jako taková jevit. Neúnavně proto opakujte své vidění světa znovu a znovu. Poříd'te si k tomu účelu média. Buď je ovládněte, nebo si vytvořte nová a vlastní.

Nepřipouštějte, ba ani nezmiňujte, že by mohl být oprávněný názor jiný než ten jediný, který zastáváte. Ignorujte fakta.

Interpretujte svou úlohu jako hrdinskou, postavte protivníky do role zloduchů. Využívejte zobecňování, opírejte se o emocionální symboly a stereotypy. Prokazujte oduševnělost, vznešenost a humánnost své politiky. Zároveň upozorňujte na pokleslou motivaci, bezcharakterní chamtivost a sobeckost protivníka. Pracujte na jeho odpudivém obraze i graficky.

Využijte svědectví ve prospěch vaší věci, která vysloví osobnosti s velkou vahou ve veřejném prostoru. Může to být herec, zpěvák nebo prezident.

K dosažení co nejtrvalejších účinků se soustřeďte na děti. Zařaďte svou ideologii do učebních osnov. To je možné především v totalitních státech.

Všechny tyto postupy jsou důležitým prvkem prosazení režimu a jeho ideologie a předpokladem jeho akceptace občany.

3.4 Moderní média v rukou nacistů

3.4.1 Plakáty a letáky

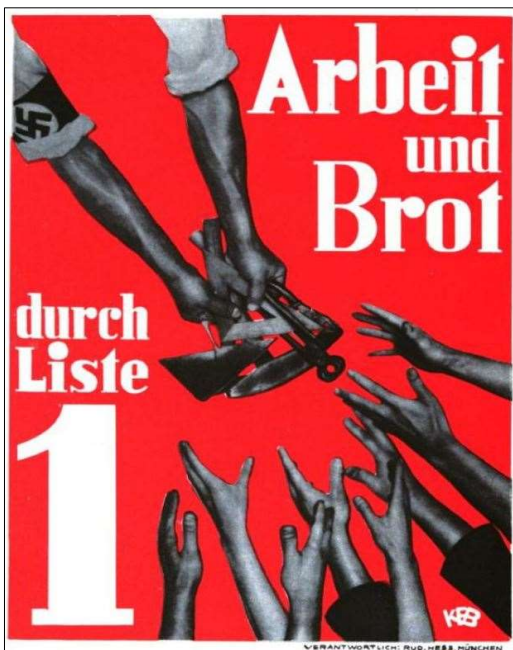
Jen stěží se dá nazvat plakát moderním médiem. Psal se rok 1517, když Martin Luther



Obrázek 6: Ilustrace Geoga Reisingera pro *Der Adler*

přibil výtisky svých 95 tezí na vrata kostelů ve Wittenbergu. Později byl plakát jedním z hlavních prostředků komunikace moci s lidem.

Proč se o něm tedy v této práci vůbec zmiňuji? Moderní bylo teoretické rozpracování využití jeho emotivní složky. Propaganda má být jednoduchá, srozumitelná a čitelná. To, co chybí na faktech a informacích, se dá dohnat v oblasti pudů a emocí. K tomu je výtvarná zkratka ideálním prostředníkem. Tam, kde je na fotografii vidět jen padlý voják, dokáže malíř vykouzlit zmírajícího statečného obránce otčiny, nebo naopak odporného a podlého nepřítele,



Obrázek 7: Nacistický volební plakát

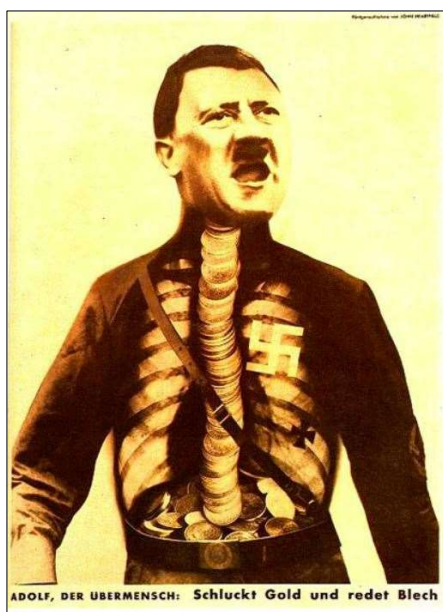
kterého logicky bylo nutné zneškodnit. Kresba nebo malba na plakátu dokázala také veřejnosti přiblížit perspektivu, do které by se fotograf nikdy nemohl dostat, např. vnitřek potápějící se britské lodi, kde strachy šílení Angličané strhávají sobecky pod vodu jeden druhého. Stejně tak bylo možné na letáku namalovat britským vojákům postelovou scénu, jak jim doma za manželkou chodí zrádný a bohatý americký „spojenec“, zatímco oni trpí v blátě zákopů, a připomenout jim možnost, že by se mohli vzdát. Celkově je možné konstatovat, že kresba nebo malba má schopnost rychle a účinně

vyvolat emotivní odezvu, někdy i čin.

Němečtí propagandisté pochopili význam účinných britských a francouzských



Obrázek 8: Komunistický volební plakát. John Heartfield



Obrázek 9: Adolf, nadčlověk. Polyká zlato, ale má plechovou hubu.

plakátů tištěných za první světové války a podařilo se jim naprosto zmařit jejich účinek a obrátit situaci ve vlastní prospěch využitím modernějších médií. Spojenecký voják byl anglickou propagandou za první války často zobrazován jako ukřižovaný, přibitý ke stromu nebo přibodnutý bajonetem k vratům stavení. Tak se stalo, že během první světové války uvěřil celý svět příběhům o německých ukrutnostech, byť k nim docházelo jen velmi zřídka. Naopak za druhé světové války se světová veřejnost vzpírala uvěřit, že by Němci jako civilizovaný národ mohli páchat tak oblundné zločiny.

Hitler se od počátku opíral o propagandistické znalosti lidí, které kolem sebe shromáždil. Jedním z nich byl Erwin Schockel, teoretik, který v knize „Das politische Plakat: eine psychologische Betrachtung“³² zevrubně analyzoval plakáty bojujících stran první světové války. V knize shrnul paradigma, které v podstatě kodifikovalo jazyk nacistického plakátu. Vypracoval podrobný návod, jak vytvořit úspěšný plakát, přičemž rozhodující roli připsal jednoduchosti až primitivnosti a využití fotografie.³³ Pro nás může být zajímavé i to, že jako nedobrý plakát Schockel uvádí známý plakát Johna Heartfielda (Ruka má pět prstů). Tento talentovaný levicový tvůrce (původním jménem Helmut Herzfeld) se proslavil především vynikajícími antinacistickými plakáty využívajícími fotografickou

montáž. Po převzetí moci nacisty unikl zatčení a přešel pohraniční hory do Československa. Válku strávil v Anglii a dožil v NDR.

³² [Erwin Schockel](#).

³³ Uhlíř, 2003, s. 43.

Heartfielda na studiích na *Königliche Kunstgewerbeschule* v Mnichově významně ovlivnil jeho pedagog, malíř a architekt Ludwig Hohlwein, za mlada průkopník avantgardního plakátu Plakatstil, který se jako zarytý nacionalista bez velkého váhání ztotožnil s nacistickou ideologií a posloužil režimu celou řadou působivých plakátů.



Obrázek 11: Plakát Ludwiga Hohlweina



Obrázek 10: V für Victoria.

V průběhu války však plakát ztrácel svou úlohu masového média. Stával se doplňkem a válečnou dekorací měst pod německou nadvládou. V některých případech přidával jako ilustrace vizuální stránku nástěnným novinám. Našel nové uplatnění v neustálém připomínání povinností, před níž nebylo úniku. „Jakmile jazyk plakátu ztratil svoji funkci, začal odumírat – stejně jako kterýkoliv jiný jazyk světa.“³⁴ Postupně se redukoval na symboly a grafémy do takové míry, že nic nesděloval, a jen udržoval kulisu jednotné oddanosti říši a odporu proti Spojencům, jako tomu bylo v případě velkého bílého „V“, které bylo namalováno na čele

kotlů parních lokomotiv, na sklech tramvají, na Eiffelově věži, všude. Jazykem dneška: místo graffiti došlo na tagy.

Naproti tomu se vytrvale držel na bojišti propagandistického zápolení leták. Jeho hlavní předností je, že je možné ho šířit v řadách nepřítele. Jedná se tedy o aktivní propagandistický prvek, kterým je možné ovlivňovat názory a emoce vojáků nebo

civilního obyvatelstva protivníka. Letáky shazované z letounů a vzducholodí se osvědčily v posledních měsících první světové války, takže politici a propagandisté se rozhodli jít touto cestou. Není úplně jasné, jaký názor na to měli letci Luftwaffe, ale zachovaly se komentáře maršála RAF Sira Arthura Harrise: „... letounům Whitley a Wellington připadl

³⁴ Uhlíř, 2003, s. 48.

pochybný úkol rozhazovat po Evropě letáky. Od toho jsem si nikdy nic nesliboval. Podle mého osobního názoru byl výsledek jen ten, že jsme celých dlouhých pět let kryli spotřebu toaletního papíru na kontinentě... Mnohé z těchto letáků byly tak idiotské a dětinské, že snad



Obrázek 12: Německý leták určený Američanům.

bylo dobře, že nesměly přijít britské veřejnosti na oči, i když jsme riskovali a obětovali posádky a letadla, abychom je mohli shazovat nepříteli.³⁵ Letákové nálety začaly hned v prvním zářijovém týdnu po vstupu Británie do války v roce 1939. Již 1. října byly shozeny letáky na Berlín. 12. ledna 1940 shodily tři letouny Whitley letáky na Prahu a beze ztrát se vrátily. V roce 1941 letákové nálety RAF pokračovaly, ale to už se k nákladu přidávaly bomby.³⁶ Koncem války Američané přistoupili k velice zajímavé dezinformační akci nazvané *Operation Cornflakes*. Vyslechli německé zajatce, kteří měli nějaké zkušenosti s chodem německých pošt. S jejich pomocí vyrobili napodobeniny německých poštovních pytlů a falzifikáty poštovních známek. Z telefonních seznamů vypsalí na dva miliony adres. Připravili korespondenci s podvratným obsahem a falšovanými výstřižky z německých novin. Letectvu pak připadl úkol napadat na trati poštovní vlaky a do trosek shazovat poštovní pytle s podvratnými dopisy. O doručení propagandy adresátům se pak už měla postarat říšská pošta. Uskutečnilo se dvacet akcí a bylo shozeno 320 poštovních pytlů. Dá se říci, že Američané zavedli v doručování letáků direct mailing.

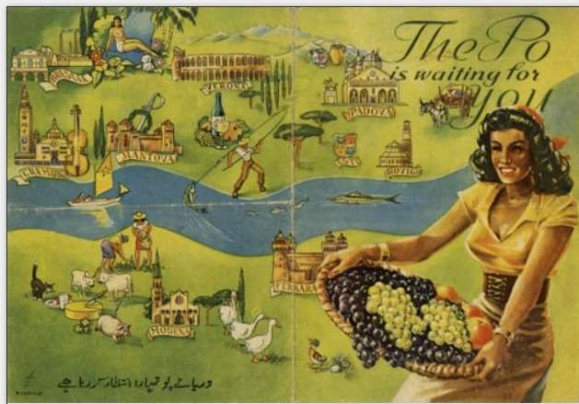
Němcům zase patří prvenství v doručování letáků bezpilotními letadly. Jejich letáky dopravovaly přímo do Londýna nebo později do Antverp létající pumy V-1. Nacisté byli v návrhu letáků vynalézaví. Letáky bývaly tištěny oboustranně, na jedné straně býval barevný obrázek, na druhé (černobílé) buď propagandistický text nebo kresba, která měla nepřátelské vojáky šokovat a podlomit jejich odhodlání. Zajímavé je, že nacisté často i směrem do zahraničí používali antisemitská témata. Na obrázku např. vidíme Židy

³⁵ Harris, 1948, s. 41.

³⁶ [Letákové nálety RAF.](#)

v luxusním autě (na dveřích je šesticípá hvězda), kteří tyjí z války, zatímco chudí Američané po boji sbírají své raněné a padlé. Na druhé straně letáku je propagandistický text.

Další oboustranný leták „vítá“ Spojence u řeky Pádu. Na barevném obrázku je Itálie



Obrázek 13: Vítejte na řece Pádu.

vyvedena jako v katalogu nějaké cestovní kanceláře. V Pádské nížině na vojáky čeká víno a zteplá dívka. Na druhé straně je skutečná temná tvář vodní překážky, kde si smrtka mezi mrtvolami pohrává s britskou a prostřelenou americkou přilbou. Němečtí propagandisté často na letácích určených nepřátelským vojákům pracovali s motivem přitažlivé ženy. Předpokládali, že voják, který leták nalezne, si jej ponechá, nebo i ukáže kamarádům, když na něm bude něco eroticky přitažlivého. Smyslem erotického motivu bylo předejít okamžitému zničení letáku, prodloužit jeho životnost a přispět k tomu, že se s ním seznámí širší okruh spojeneckých vojáků.

3.4.2 Erotické motivy v propagandě

Nacističtí propagandisté si uvědomovali, že pro spojenecké vojáky je erotika vítaným



Obrázek 14: Uslyšíš ještě někdy melodie Broadwaye?

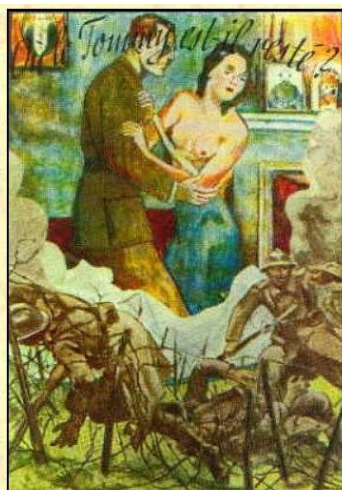
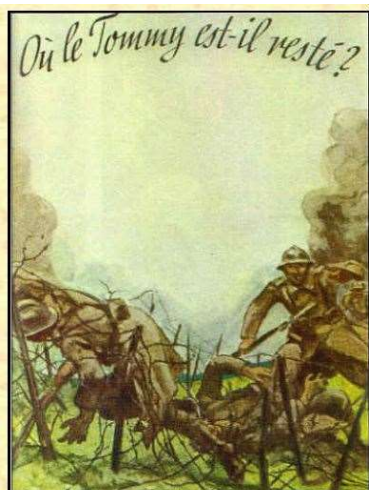
zpestřením vojenské služby. V části o rozhlasové propagandě se zmiňují o Mildred Gillars, zvané Axis Sally, která eroticky laděným hlasem zvala spojenecké vojáky k poslechu swingu. Její vysílání bylo ukončeno až 6. května 1945, dva dny před koncem války v Evropě.

Legendární bylo vysílání německé stanice *Soldatsender*

Belgrad, které každý den ve 21:55 končilo vysílání písní Lily Marleen. Bělehradský vysílač

byl natolik výkonný že zasahoval Evropu i Středomoří a milostný příběh zpívaný mnohoslíbeným hlasem Lale Andersen se stal ukolébavkou nejen německých, ale i spojeneckých vojáků.³⁷

Erotické letáky někdy jen připomínaly vojákům zážitky z domova, ke kterým by se

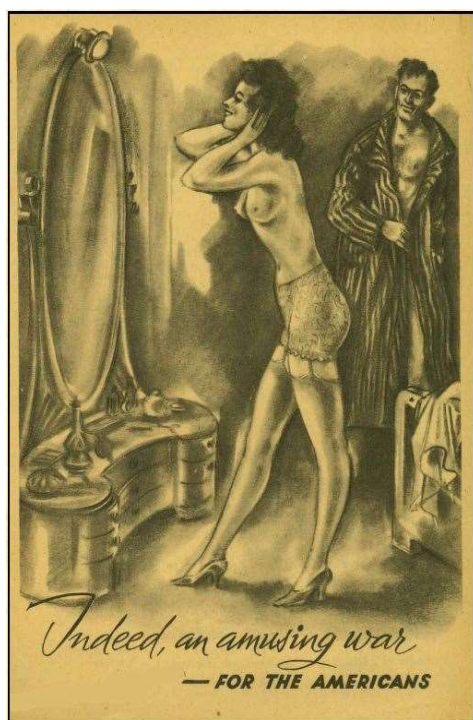


Obrázek 15: Kde se zdržel Tomík?

mohli vrátit, kdyby se vyhnuli bojům nebo se vzdali Němcům.

Někdy je záměrem letáku vnést rozkol mezi spojenecké armády, např. Francouze a Brity. Při francouzském tažení Němci shazovali letáky, které se ptaly „Kde se zdržel Tomík?“ a zobrazovaly francouzské vojáky krvácející pod palbou na překážkách z ostnatého drátu. Při

pohledu proti světlu se objevila odpověď, vyobrazení tomíka ošahávajícího fešnou francouzskou dívku.



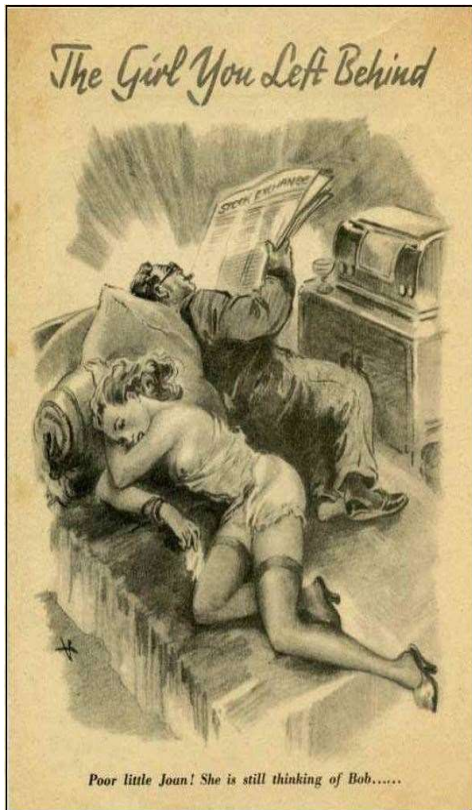
Obrázek 16: Zábavná válka - pro Američany.

U letáků shazovaných na britském úseku fronty po vstupu USA do války se zase často objevuje motiv, který vojákovi připomíná, že jeho dívka nebo manželka si možná právě užívá s Američanem, důstojníkem, který má hromadu peněz a vyhýbá se frontě. Tato propaganda nebyla špatně mířená, protože v Británii v roce 1944 při přípravách k vyloštění a otevření druhé fronty skutečně docházelo k problémům souvisejícím s příchodem mladých, dobře živených amerických hochů vybavených kvalitními cigaretami a nylonkami jako drobnou pozorností pro dámu do země, která byla vyčerpaná pětiletou válkou i námořní blokádou vedenou německými

³⁷ Své vysílání touto písní v současnosti uzavírá své vysílání vojenský vysílač bundeswehru Radio Andernach.

ponorkami. V zahrádkách domků se pěstovala nejnужnější zelenina a jídlo bylo na příděl. Mnoho Britů sloužilo na lodích, u letectva nebo na italské frontě. Někteří byli v německém zajetí již od roku 1939 nebo 1940.

Samozřejmě němečtí propagandisté něčím museli vnést nejistotu i do řad amerických



Obrázek 17: *Stále myslí na svého chlapce*

vojáků. Na amerických úsecích fronty v Severní Africe, na Sicílii, v Itálii a později i ve Francii a dalších zemích se v postelových scénách jako padouch uplatňoval boháč, burzián, Žid, který všechno zlo světové války způsobil, a teď na ní ještě vydělává.

Celkově se dá konstatovat, že německá erotika válečných letáků určených zahraničním čtenářům nebyla zcela nevkusná, zejména ve srovnání např. s propagandou japonskou, kterou bych si asi ve své práci nedovolil vůbec ukázat. Výtvarný projev německých kreslířů tu měl dobré důvody podobat se „zkažené a degenerované“ formě odvážnějších ilustrací zábavných časopisů a komiksů vydávaných za Velkou louží a je dost možné, že si němečtí výtvarníci docela užili výsadu

tvorit mimo rámec ideologicky spoutané formy oficiálního německého umění.

3.4.3 Fotografie – příběh Leicy

Již před první světovou válkou německý technik v oboru optiky a přesné mechaniky Oskar Barnack z Wetzlaru v Hesensku přišel s revolučním návrhem fotoaparátu, který by využíval 35mm horizontálně vedený kinofilm. Perforace zajišťovala jeho přesnější uložení v přístroji, a tím pádem umožňovala pořízení kvalitních fotografií i na negativ malých rozměrů. Pro aparát byla vyvinuta také nová přesně kreslicí optická soustava, objektiv Elmar. Barnack pracoval pro firmu Leitz Camera a z počátečních písmen názvu společnosti bylo vytvořeno jméno revolučního fotoaparátu: Leica. Jeho vývoj zdržela první světová válka, ale od roku 1925 se rozběhla jeho výroba. Byl to jednoznačný úspěch, Leica I byla svými vlastnostmi předurčená pro venkovní fotografování z ruky na výletech, na horách nebo na pláži, a v prvním roce se jí prodalo tisíc kusů. Bez nadsázky se dá říci, že tento fotoaparát změnil fotografii.

Leica stála i na začátku proměny Německa. Jistý Heinrich Hoffmann, známý mnichovský fotograf, si nenechal ujít rozmach amatérské fotografie a začal poskytovat laboratorní služby a prodávat fotografické potřeby. V jeho firmě pracovala jako fotografka a prodavačka slečna Eva Braun. Hoffmann vstoupil do nacistické strany o půl roku dříve než Hitler. Po mnichovském pivním puči fotografoval Hitlera ve vězení a stál u zrodu stranických novin *Völkischer Beobachter*. Od roku 1926 se v nich začaly objevovat fotografie, což představovalo technologickou špičku v dobách, kdy novinové obrázky obvykle tvořily kresby nebo pracné rytiny. Je tedy možné říci, že dějiny nacistické cesty k nadvládě nad Německem a později i velkou částí Evropy se od počátku opíraly o kvalitní



Obrázek 18: Adolf Hitler. Heinrich Hoffmann.

propagandu a využití fotografie v masovém měřítku. Fotografie do stranických novin samozřejmě od počátku dodávala firma Photohaus Hoffmann.

Hoffmann se stal Hitlerovým osobním fotografem, stal se nepostradatelnou součástí budování jeho obrazu, jeho identity. 4. července 1926 při znovuzaložení NSDAP poprvé vyfotografoval Hitlera, jak zdraví vztyčenou pravicí. Pokud se to někomu tehdy zdálo směšné, tak za patnáct let už nikomu do smíchu nebylo, když se nacistický pozdrav stal povinnou úlitbou režimu ve většině evropských států.

Je třeba připomenout, že v totalitním režimu opírajícím se o kult osobnosti má kvalitní portrétní fotografie diktátora velký význam. Hoffmann v tom neměl snadnou práci, protože Hitler se svým zjevem nehodil do obrazu požadovaného árijského ideálu vysokého plavovlasého bojovníka. Hoffmann se proto soustředil na jeho oči, které měly jistý uhrančivý potenciál.

Hoffmann své mladé zaměstnankyni v říjnu 1929 navrhnul, že ji seznámí s *Herr Wolfem*. Eva Braun skočila pro pivo a párky a strávili spolu večer. Teprve dodatečně jí Hoffmann pyšně vysvětlil, že večer strávila ve společnosti Adolfa Hitlera.

Není úplně jasné, jak dobře Eva Braun fotografovala. Heinrich Hoffmann jí asi vedl ruku. Víme, že jí věnoval ručně vyrobený deskový fotoaparát z tropického dřeva, který se zachoval do dnešních dnů a občas změní majitele za tučnou částku. Na historických záběrech bývá vidět skloněná nad dvouokým Rolleiflexem. V každém případě je vztah vizuálního zpracování propagandy a nacistické ideologie od počátku velmi silný a založený na osobních



Obrázek 19: Okurky jsou nesený do sběrný.

vztazích. Hoffmann se bezpochyby postupně řemeslu fotografa zpronevěřil; upsal se ďáblu a stal se z něj jeho poslušný služebník, který si se svědomím umělce už vůbec hlavu nelámá. Svědectvím jeho rezignace na běžnou míru vkusu budiž fotografie „Okurky jsou nesený ke sběrně“, kterou jsem si koupil jen pro její hloupost. Dá se

řici, že Hoffmannovy zásluhy po válce ocenil i norimberský tribunál, když rozhodl, že „jeho fotografie ve značné míře přispěly k tomu, že se Hitler chopil moci“³⁸ a poslal ho na deset let do vězení.

Fotoaparát se ve třicátých letech stal běžnou součástí německé domácnosti a Joseph Goebbels si toho byl dobře vědom. Ve svém projevu na stranickém sjezdu v Norimberku roku 1934 vysvětlil, že „tvůrčí lidé se stávají autory propagandy a dávají jí do služeb našeho hnutí. Potřebujeme tvůrčí osobnosti, které jsou v jejím zájmu schopni využít prostředků, které stát má.“ Ve třicátých letech dozrály organizace amatérské fotografie do stádia, kdy plody jejich práce mohlo začít sklízet ministerstvo propagandy. Joseph Goebbels vytyčil cíl

³⁸ Robin, 1999, s. 16.

„duševní mobilizace“. K tomu účelu měla posloužit amatérská fotografie, byť se svými skromnými nároky a nízkou estetickou úrovní. Byla však skvělým nástrojem k šíření mýtu ideální německé rodiny – šťastné, zdravé, odolné a árijské.



Obrázek 20: Slunce na pláži, Dr. Paul Wolff.

Goebbelsovo ministerstvo vybízelo amatérské fotografy, aby zaznamenávali svůj rodinný život a tělesnou připravenost, aby spolu navzájem soutěžili o nejpřitažlivější obrazy z vlastního rodinného života. Ministerstvo přitom dbalo na to, aby se těmto výtvorům dostalo v různých časopisech široké publicity.

Tento program oceňoval jen pozitivní obrazy: slunečnou, oduševnělou a krásnou zem, na které žijí rasově čistí občané. Tak se v tvorbě amatérů usídlila autocenzura.³⁹ Nejprve občané pochopili, jak vypadá „správná fotografie“, pak tomuto schématu podřídili i vlastní životy.

Bohužel nemůžeme říci, že podobná strategie byla vyhrazena jenom nacismu. Situace se zhoršovala, a i nadaní tvůrci začali místo hezkých dívek v dunách fotit mládežníky s bubny a píšťalami (Dr. Paul Wolff).

Fotoaparáty Leica postupně začaly fotit i jiné motivy než rodinné výpravy. Již to nebyly výlety s rodinou, byly to výlety s Wehrmachtem, Kriegsmarine a Luftwaffe. Před čočkou objektivu se objevila Vídeň, Praha, Varšava, Rotterdam, Paříž, Oslo...

Drželi je někdy v ruce obyčejní vojáci, ale to byla spíš výjimka. Není snadné si na frontě vyvolat filmy a udělat z nich pozitivy. Asi je posílali domů, rodičům, manželkám, kamarádům. Obraz války určený pro veřejnost vznikal převážně v ruce profesionálů z propagandistických rot, kde nepochybně neexistovaly svobodné tvůrčí poměry.

³⁹ Ang, 2014, s. 190.

Jedním ze zajímavých fotografů-polních zpravodajů sloužících u propagandistické roty byl Franz Krieger. Byl to předválečný fotograf, který mj. fotografoval na Salcburském festivalu Marlene Dietrich, Hanse Alberse a příjezd Hitlera. Později fotografoval Křišťálovou noc, pálení knih a bojkot židovských obchodů. Za války byl s propagandistickou rotou na východní frontě, ale podařilo se mu odtamtud dostat zpátky a zbytek války odsloužil za volantem nákladního auta. Album jeho fotografií bylo nalezeno



Obrázek 21: Pálení knih. Franz Krieger.

roku 2011 v New Yorku a vzbudilo zaslouženou pozornost.

Rovněž Lala Aufsberg byla profesionální fotografkou, která vystudovala Státní školu řemesel a užitého umění ve Výmarnu. Kromě vlastní volné tvorby se věnovala dokumentární fotografii. Fotografovala stranické sjezdy v Norimberku včetně noční katedrály světla (*Lichtdom*).



Obrázek 22: Sověští zajatci. Franz Krieger.



Obrázek 23: Chodci. Lala Aufsberg.



Obrázek 24: Lichtdom. Lala Aufsberg.

Leicu ale často drželi v rukou i němečtí občané nebo obyvatelé Německa, kteří s režimem nespolupracovali a neměli z něj žádné výhody nebo prebendy. Často to byli fotografové, kteří zobrazovali odvrácenou tvář nacistického režimu a války. V některých případech to byli židovští autoři. Čtenáře asi nepřekvapí, že syrová autenticita těchto



Obrázek 25: Sára (Jediné květy jejího mládí), Roman Vishniac.

fotografií je daleko působivější než prorežimní propaganda.

Židovská rodina Romana Vishniaca se paradoxně z bolševického Ruska přestěhovala do Berlína, aby unikla před protižidovskými násilnostmi. V letech 1935 až 1938 Vishniac dokumentoval život v chudých židovských štetlech a ghettech, o kterých tušil že se jedná o svět, který může brzy přestat existovat. V interiérech často používal Leicu, pomáhal si světlem petrolejové lampy, opíral se o zed' a zadržoval dech, aby získal ostrý snímek. Při dostatku světla používal Rolleiflex. Tak pravděpodobně vznikla jeho známá a oceněná fotografie Sáry ve varšavském

ghettu. Vishniac ji nazval Jediné květy jejího mládí. Podle jeho vyprávění neměla Sárina



Obrázek 26: Joseph Goebbels. Alfred Eisenstaedt.

rodina dost peněz na to, aby jí koupila boty, takže Sára trávila zimu v malém chladném bytě, který její otec dekoroval barevnými květy.

Dalším židovským autorem, který rád fotografoval momentky Leicou při denním osvětlení, byl Alfred Eisenstaedt. Žil v Berlíně a na počátku třicátých let pracoval pro *Berliner Illustrierte Zeitung*. Malý fotoaparát mu dával větší pružnost a bezprostřednost ve srovnání s běžnou výbavou fotožurnalisty. Výsledkem také byla určitá uvolněnost fotografovaných osob, přirozenost pohybu a výrazu. Eisenstaedt řekl: „S mým malým fotoaparátem mě neberou příliš vážně. Nepřicházím k nim jako fotograf. Přicházím jako přítel.“ Je otázkou, jestli dokázal přicházet jako přítel ke státníkům,

jako byli Hitler nebo Mussolini. Známa je sada jeho fotografií Josepha Goebbelse, pořízená v Ženevě v roce 1933 na zasedání Společnosti národů. Goebbelsův původně přátelský výraz vystřídá zachmuřené znechucení ve chvíli, kdy ho člen jeho doprovodu informuje, že fotograf je Žid. Goebbels nemohl tušit, že za dvanáct let, zatímco jeho ohořelé tělo bude tlít zakopané na zahradě říšského kancléřství ve společnosti dalších mrtvých nacistů a mršiny Hitlerova psa, oblétně celý svět Eisenstaedtova fotografie pořízená poslední den války. Alfred Eisenstaedt svou Leicou IIIa pohotově zachytil na Times Square námořníka líbajícího dívku uprostřed jásajících davů. To již byl americkým občanem a fotografoval pro časopis Life.

Takové štěstí neměl Henryk Ross, polský Žid, kterého v lodžském ghettu pověřilo oddělení statistiky Židovské rady (*Judenrat*) fotografováním oficiální propagandy a podobenek na osobní průkazy obyvatel. Ross si postavil lešení, na kterém byl schopen rozestavět fotografované osoby tak, že mohl zachytit až dvanáct tváří na jednom políčku

negativu. Tímto způsobem byl schopen ušetřit část přiděleného fotomateriálu na volnou



Obrázek 27: Synagoga v Lodži, Henryk Ross.

tvorbu. Pořídil na 6 000 fotografií zachycujících neštěstí, bídu i vzácné okamžiky radosti členů židovské komunity uprostřed utrpení, které zakopal do země na podzim roku 1944 před likvidací ghetta. Po osvobození Lodži Rudou armádou je v březnu 1945 vykopán. Fotografie byly částečně zničeny vlhkostí, ale asi polovina se jich zachovala.

Fotografie mají samozřejmě velkou dokumentární hodnotu. Zachycují veřejné popravu, bosé vězně tlačící vozy s fekáliemi, nemocné tyfem, odtrhování malých dětí od



Obrázek 28: Rodina židovského policisty. Henryk Ross.

matek před odesláním na smrt do vyhlazovacího tábora v Chelmnu, bití a střelení Židů před deportacemi. Dokumentární hodnotu si fotografie zachovaly i v roce 1961, kdy byly součástí důkazního materiálu v procesu proti Adolfu Eichmannovi, ve kterém zaznělo i svědectví Henryka Rosse.

Roku 2014 bylo možné si v dražbě koupit jednu použitou Leicu III za necelých pět milionů korun. Proč byla tak drahá? Fotografoval s ní Jevgenij Chalděj. Pocházel z židovské rodiny na Ukrajině a jako jednorochní dítě v roce 1918 utrpěl střelné zranění při pogromu, kdy byla zavražděna jeho matka a děd. Stal se fotoreportérem a fotografoval pro sovětské námořnictvo a pro Rudou armádu. Na námořní základně v Murmanskú pořídil záběry soba Jaše, který vyhledával společnost vojáků. Známa se stala jeho fotografie, kde je Jaša zachycený se skupinou britských letounů Hawker Hurricane, které chránily murmanský přístav. Působivý kontrast krásy klidného zvířete s explozemi a běsněním války jsou zdařilou fotomontáží.

Asi nejznámější fotografií tohoto umělce, kterou se uzavírá kapitola o válečných fo-



Obrázek 29: Sob Jaša, Jevgenij Chaldej.

známo.

Příběh fotoaparátu Leica a jeho putování po bojištích války v Evropě by nebyl úplný, kdybychom si neřekli, že tato firma zachránila 73 Židů, které z tohoto kontinentu dostala za oceán. Ředitel firmy Ernst Leitz II zahájil operaci, jíž historici přezdívají Leica Freedom Train, hned po roce 1933, když se nacisté dostali k moci. Svým židovským pracovníkům, jejich rodinám, později dalším a dalším lidem poskytoval krytí obchodních zástupců. Každý dostal fotoaparát Leica, aby se s ním naučil pracovat a mohl přesvědčivě vystupovat při pohraniční kontrole. Cílovou stanicí byla především pobočka v New Yorku. Nejedna Leica se tak dostala do Spojených států, protože po příjezdu se pro uprchlíky stala zdrojem hotovosti.

3.4.4 Film

Společnost *Universum-Film Aktiengesellschaft* (Ufa) byla založena 18. prosince 1917 v Berlíně sloučením soukromých filmových podniků. Jejím předchůdcem byl úřad *Bild- und Filmamt* (BuFa). Tento úřad byl založen *Oberste Heeresleitung* (OHL), vrchním velitelstvím armády.⁴⁰ Záměrem velení bylo vytvořit fotografickými a filmovými prostředky obraz německé armády a obraz nepřítele a využít je k vedení psychologické války. Plány Ericha Ludendorffa však přesahovaly tento půdorys a počítaly s vytvořením velkého státem řízeného filmového koncernu, který bude sloužit národním zájmům. Na základním kapitálu 25 milionů marek se kromě Deutsche Bank tajně podílela vláda a ministerstvo války.

⁴⁰ V této době se mluvilo o tzv. třetím OHL, kdy v čele velitelství stál maršál Paul von Hindenburg, který politicky zosobňoval armádu a byl její tváří navenek, přičemž faktické řízení přenechával svému zástupci, generálovi Erichu Ludendorffovi. Tento duumvirát v době války postupně soustředil ve svých rukou značnou část rozhodovacích pravomocí a stal se formou vojenské diktatury, která odsunula na vedlejší kolej kancléře i samotného císaře Viléma II.

tografech s Leicou je samozřejmě záběr vojáků vztyčujících sovětskou vlajku na troskách Reichstagu.

Chalděj ji vyfotografoval Leicou III, který byla k mání v uvedené dražbě. Co se stalo s rudou vlajkou, kterou sešil ze tří ubrusů Chaldějův strýček, není

Úkolem společnosti Ufa byla produkce hraných, dokumentárních a kulturních filmů a filmového týdeníku. Po první světové válce byla společnost roku 1921 privatizována. Po převzetí moci nacisty v roce 1933 se společnost zaměřila na propagandu a realizaci nacistické *Filmpolitik*. Většinový vlastník Alfred Hugenberg se stal ministrem práce v Hitlerově vládě. Společnost uplatňovala propagandistickou politiku Josepha Goebbelse a židovští zaměstnanci byli propuštěni. Vznikla Říšská filmová komora (*Reichfilmkammer*), která vyhláškou zakázala činnost židovským tvůrcům. V roce 1936 byla založena filmová škola *Ufa-Lehrschau*, kterou však již roku 1938 nahradila *Deutsche Filmakademie Babelsberg*, která byla přímo řízená Goebbelsovým *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda* (RMVP), ministerstvem osvěty a propagandy. V té době již byly akcie firmy nuceně vykoupeny kvazistátním holdingem *Cautio Treuhand GmbH*, kterou řídil Goebbels. Tím byla Ufa fakticky zestátněna. Film se tak stal propagandistickým nástrojem, který měl národ vychovávat.

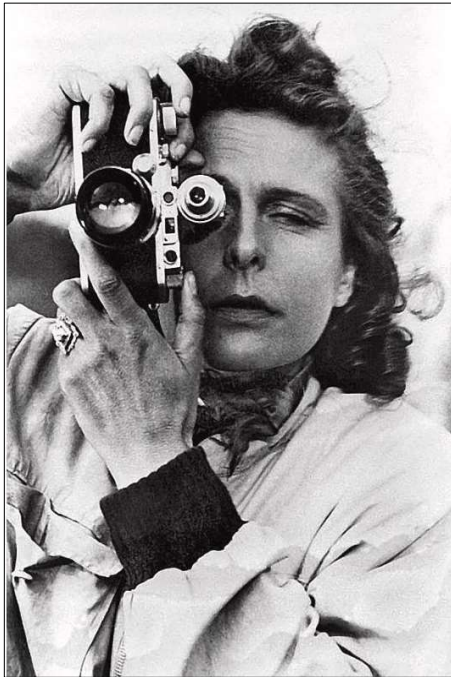
V roce 1941 už mluvil Goebbels takto: „My, nacionální socialisté, jsme vstoupili do politiky s vášnivým přáním nasměrovat a nastavit všechny záležitosti veřejného života jednoznačně a nekompromisně na lid a jeho blaho. V této snaze nemůžeme vynechat film. Musíme ho vtáhnout jako masové umění pro miliony našeho národa do okruhu veřejného vedení. Film, na který stát dá objednávku, je jedním z našich nejcennějších lidových výchovných činitelů.“⁴¹

Samostatnou zmínku si bezesporu zaslouží předválečná tvorba režisérky Leni Riefenstahl. Její dílo bylo umělecky velmi působivé a nebezpečně propagandisticky kvalitní. Byla to všestranně nadaná sportovkyně a umělkyně, která byla fascinovaná osobností Adolfa Hitlera, s nímž navázala osobní přátelství a ve spolupráci s ním se na tvorbě vizuálního obrazu nacistického Německa jako filmařka aktivně a úspěšně podílela. Leni Riefenstahl začala svoji kariéru jako výrazová tanečnice, později herečka, fotografka a režisérka. Riefenstahl na Hitlerovu osobní objednávku natočila nejprve propagandistický film *Der Sieg des Glaubens* (Vítězství víry, 1933). Film byl zdařilý, ale Hitler se zde objevoval po boku velitele oddílů SA Ernsta Röhma, který byl roku 1934 při noci dlouhých nožů odstraněn.⁴² Všechny kopie filmu byly proto zničeny. Úspěch se dostavil až s filmem *Triumph des Willens* (Triumf vůle, 1935). Jednalo se o velice invenční filmové zobrazení

⁴¹ Duffack, 2009, s. 44.

⁴² V roce 1934 měly oddíly SA již 2,9 milionů příslušníků. Tito násilníci z velké části odmítali kapitalismus, armádu a vládu. Hitler proti nim zakročil a nechal povraždit na 600 jejich členů.

stranických dnů v Norimberku. Vynalézavá byla zejména práce s kamerou, zachycení Speerova architektonického uspořádání, výtvarného aranžmá nástupů, přehlídek, pochodňových průvodů. Film pracuje úspěšně s monumentální Wagnerovou hudbou.⁴³ V roce uvedení do kin získal Zlatou medaili na festivalu v Benátkách a v roce 1937 Velkou cenu Pařížského filmového festivalu. Film je některými kritiky považován za nejsilnější propagandistické dílo vůbec.



Obrázek 30: Leni Riefenstahl.

Další příležitost přispět propagandisticky k úspěchu nacistického režimu dostala Riefenstahl při natáčení Olympijských her v Berlíně v roce 1936. Dvoudílný film *Olympia* (1938) přinesl řadu objevných technických řešení: snímání z pojezdu, zpomalené záběry, filmování pod vodní hladinou. K úspěchu mu pomohlo i to, že se jednalo o první film o Olympijských hrách vůbec. Na Mezinárodním filmovém festivalu v Benátkách získal roku 1938 Mussoliniho pohár za nejlepší film.

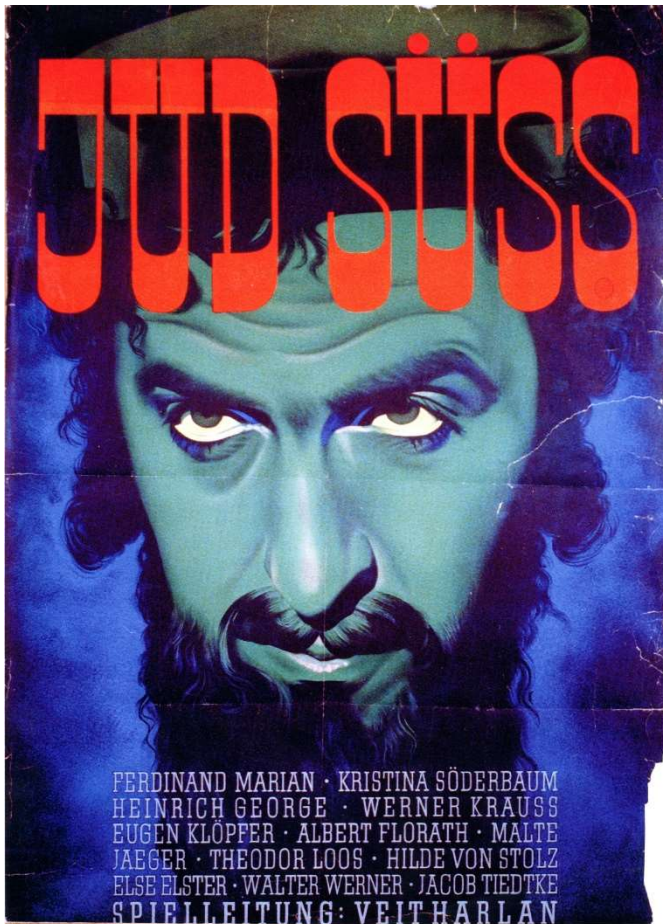
Riefenstahl vždy bagatelizovala svou spolupráci s nacistickými špičkami a odvolávala se na estetická hlediska. Tvrdila, že ji vše krásné spontánně přitahovalo. Susan Sontagová však říká, že film *Triumf vůle* svou podstatou neguje možnost, že by jeho koncepce byla nezávislá na propagandě. „*Triumf vůle* natočila s neomezenými technickými možnostmi a plnou spoluprací úřadů – a mezi filmařkou a německým ministrem propagandy nikdy nedošlo ke sporu... byla osobně zasvěcena do plánování sjezdu a ten byl od samého počátku pojímán jako scénérie pro filmovou podívanou.“⁴⁴ V letech 1948–1952 stanula Riefenstahl čtyřikrát před soudem. Třikrát byla osvobozena, jednou odsouzena, ale omilostněna.

První německý celovečerní film natočený na barevný materiál, *Frauen sind doch bessere Diplomaten*, česky uváděn pod názvem „Krásné diplomatky“, vznikl v době 1939 až 1941. Jednalo se o muzikálovou komedii. Natáčení filmu se protahovalo

⁴³ „Podobně jako Wagnerovy opery ... začíná *Triumf vůle* předehrou, prologem bez obrazu. Tím je publikum v kině, které sedí ve tmě, každý sám a přece v mase, ukolébáno a omámeno působivou hudbou.“ Taylor, 2016, s. 247.

⁴⁴ Sontagová, 2011, s. 80.

z organizačních⁴⁵ a technických důvodů, protože práce s barevným materiálem Agfacolor



Obrázek 31: *Jud Süß*.

nebyla ještě úplně zvládnutá; některé scény se přetáčely několikrát, protože podle směru slunečního osvětlení vycházela tráva na záběrech modře nebo červeně. Film měl premiéru 31. října 1941 a Joseph Goebbels nebyl s výsledkem spokojen. Barevné provedení mu připadalo odporné a chmurné. Jako ministr propagandy měl možnost zhlédnout barevné americké filmy zabavené na osobních lodích zadržovaných Kriegsmarine, zejména *Gone with the wind* (1939)⁴⁶. Ve srovnání s americkým Technicolorem připadala Goebbelsovi německá technologie ostudná. Jeden z ředitelů IG Farben, Eduard Schönicke, však dovedl proces k postupnému zlepšení. Roku 1942 natočil

režisér filmu *Jud Süß* (1940) Veit Harlan barevně technicky zdařilý film *Die Goldene Stadt*. Modrá a zlatá barva tady již vyváženě září z očí a blondatých vlasů Kristiny Söderbaum i z Vltavy a měděných pražských střech⁴⁷. Je to příběh Anny, dcery sudetského německého statkáře z Budějovicka, která touží vidět zlatou Prahu. Tajně se tam vydá a setká se s proradným českým bratrancem, který jí udělá dítě a opustí ji. Anna se vrátí na statek, ale otec se jí zřekne, takže se odejde utopit do bažin. Veit Harlan měl prý natočený jiný konec, ale na tragickém vyznění trval Goebbels osobně. Kromě národnostního a rasového ponaučení, tedy že německá dívka nemůže od Čecha (Slovana, navíc nemanželského) čekat nic dobrého, je zde totiž také mravoučná linie vycházející z ideologie Blut und Boden: Anna

⁴⁵ Původní rozpočet filmu plánovaný na 1,45 milionu RM se nakonec vyšplhal na 2,4 milionu RM. Českého čtenáře může zaujmout, že na zvýšení nákladů se podílela částkou cca 0,5 milionu emigrace herce Karla Štěpánka do Anglie, takže scény, v nichž vystupoval v roli nadporučíka Kellera, se přetáčely. Tento brněnský rodák plynule přešel k natáčení filmů ve Velké Británii, takže jsme ho mohli vidět například ve filmu *Sink the Bismarck* (1960) v roli německého admirála Günthera Lütjense. Hodnostně tedy značně povýšil.

⁴⁶ Virilio, 2007, s. 24.

⁴⁷ Ukázka s hudbou Bedřicha Smetany: <https://www.youtube.com/watch?v=EyrbRhlf3E>

končí tragicky, protože si nevážíla života na venkově a práce na poli, lákaly ji svody velkoměsta, kterým zákonitě podlehla. Film byl kasovním trhákem, vidělo ho 31 milionů diváků. Roku 1945 bylo jeho promítání Spojenci zakázáno. Zákaz platil do roku 1954. Kristina Söderbaum, která hraje Annu, byla manželkou režiséra Veita Harlana a netopila se v jeho filmu poprvé. Sebevraždu utopením už spáchala jako znásilněná Dorothea Sturm v *Jud Süss* (1940) a utopená v jezeře je i její Annchen ve filmu *Jugend* (1937). V Berlíně se jí ironicky přezdívalo *Reichswasserleiche* (říšský utopenec).⁴⁸

Kromě filmu *Jud Süss* nacistická kinematografie vyprodukovala další antisemitský film, který však předstíral žánr dokumentu. Otevřeně označoval Židy za viníky zla, za parazity, špinavce, kteří se vetřeli mezi evropské národy. Tato představa o filmové podobě byla vlastní Hitlerovi, Goebbels pravděpodobně dával přednost sofistikovanějšímu filmovému jazyku.⁴⁹ Údajný dokument *Der ewige Jude* (1940) začal režisér Fritz Hippler natáčet již v roce 1938 a Hitler požadoval natáčení v polských ghettech. Polská vláda s tím nesohlasila a cesta k „autentickým“ záběrům se otevřela až po obsazení Polska. Hlavním posláním filmu bylo pomocí aranžovaných záběrů a částí scén vykradených z hraných filmů přesvědčit diváka, že násilí proti těmto zločincům a parazitům je nutné a oprávněné.

Pro zázemí však Goebbels požadoval realistický film se silnými lidovými rysy. Točí se *Heimatfilmy*, oslavující rolnický život a prostého a zdatného německého člověka. Tzv. živoucím filmem je však podle něj „ocelová fronta“ Guderianových a Rommelových tanků, válečná izobara, jež obnovuje rituály založení *Festung Europa*.⁵⁰

Armádní film je pevně začleněn do struktury ozbrojených sil. Německá armáda má v každé četě kameramana. Na úrovni pluku pracuje propagandistická rota, *Propagandakompanie*. V propagandistických jednotkách v období jejich největšího rozmachu roku 1942 pracovalo 15 000 vojáků Wehrmachtu, Luftwaffe, Kriegsmarine a SS. Natočené filmové záběry se stávaly součástí týdeníků *Deutsche Wochenschau*. Kromě filmu a rozhlasových reportáží zde vzniklo přes dva miliony fotografií. „Nejeden člověk se překvapeně ptá, jak je možné, že událost, ke které došlo o několik set kilometrů dál v samém srdci nepřátelského území, se může již následujícího dne objevit v týdeníku a rozhlasových reportážích“, pochvaluje si roku 1941 *Berliner Illustrierte Zeitung*.

⁴⁸ Koch, 2004, s. 155.

⁴⁹ „Goebbels dával přednost nepřímé propagandě obalené do formy hraných celovečerních filmů.“ Taylor, 2016, s. 244

⁵⁰ Virilio, 2007, s. 129.

Založením filmového týdeníku byl roku 1935 pověřen Hans Weidemann (1904–1975). Řídil tzv. *Büro Weidemann*, které bylo přímo podřízené Říšskému ministerstvu osvěty a propagandy. Weidemann do SS vstoupil roku 1938 a působil jako válečný zpravodaj. Roku 1942 napsal scénář k protibritskému propagandistickému filmu *Anschlag auf Baku*. V roce 1943 sepsal memorandum, v němž požadoval vedení propagandistické války na všech frontách. Roku 1944 vedl v rámci propagandistické jednotky SS v Itálii operaci *Südstern*, která měla demoralizovat polský 2. sbor generála Anderse a přimět jeho vojáky k přeběhnutí na stranu Osy. Využívala rozhlasového vysílání z Říma, později Florencie. Po válce Weidemann působil jako mluvčí firmy Opal vyrábějící dámské punčochy a organizoval soutěže ženské krásy. Od roku 1964 do roku 1970 pracoval pro časopis *Stern*. Předobrazem loga tohoto časopisu bylo označení jednotky SS *Südstern*. Z této jednotky se Weidemann znal také se svým šéfredaktorem, který se jmenoval Henri Nannen a mj. účinkoval jako hlasatel ve filmu *Olympia* Leni Riefenstahl⁵¹. Spoluvinu Weidemanna ani Nannena na mučení a popravách italských partyzánů po destrukci mostu v Bevilacqua se nepodařilo soudně prokázat.

Filmy propagandistických rot navazují na práci Leni Riefenstahl a na její filmy, kde je podle ní *vše pravdivé*, avšak kde se zároveň vše odehrává v *intenzivním čase* bleskové války.

Kromě řetězce kin náležejících Ufa nebyla kina zestátněna. V Německu roku 1939 působilo 5 506 kin, které provozovaly malé soukromé společnosti. *Reichsfilmkammer* však množstvím nařízení značně omezovala podmínky v tomto podnikání. Každý film musel být uváděn společně s dokumentárním filmem a *Deutsche Wochenschau*. Zákonem z roku 1933 bylo možné zakázat uvádění zahraničních filmů. Např. po roce 1941 se stalo promítání amerických filmů protizákonné.

Nacisté v zájmu zvýšení propagandistického účinku podporovali promítání ve velkých sálech před početným publikem. V takové situaci pocit sounáležitosti s velkým počtem diváků jednotlivé diváky přemohl do té míry, že bylo sotva možné vnímat film kriticky. Promítalo se také v kasárnách, posádkových kinech i továrnách. *Reichspropagandaleitung* provozovalo 300 mobilních promítacích automobilů a dva

⁵¹ „... padl mi zrak na mladíka v telefonní budce. ... požádala jsem ho o jméno a adresu. ... Někteří novináři se (po patnácti letech) neostýchali Henriho Nannena obviňovat, že musel být nacist, když získal v roce 1938 důležitou roli v mém filmu o olympiádě.“ Riefenstahl, 2004, s. 235.

promítací vlaky s veškerým vybavením pro promítání na venkově nebo ve městech, kde nebyl kinosál.

Nedůvěra, kterou Goebbels a další propagandisté pociťovali vůči skromnějšímu a individuálnímu sledování filmů, možná byla příčinou jejich nevelké snahy rozšířit televizní vysílání, přestože technicky již toto nové médium bylo použitelné.

Filmová propaganda byla prioritou i v posledních letech války. Školy a divadla zavřely brány v roce 1944, ale kina byla v provozu do posledních dní. V Berlíně měla kina od roku 1944 dokonce zvláštní protiletectkou ochranu. Goebbels se ze všech sil snažil udržet kina v provozu. V celém Německu bylo tehdy asi 7 000 kin, v samotném Berlíně 400.⁵²

Když Německo roku 1943 krvácelo po stalingradském krachu a Berlín se hroutil pod spojeneckým bombardováním, rozhoduje se Hitler připomenout počáteční válečné úspěchy výrobou výpravného filmu. Nařizuje Veitu Harlanovi, aby v Norsku natočil film o vítězství v Narviku. Generál Dietl tam má hrát sebe sama. Angličané se o Hitlerově plánu dozvěděli a ví, že Harlan bude mít k dispozici několik válečných lodí a stovku letadel, která mají shodit tisíce parašutistů. V Londýně si řekli: proč se nezúčastnit filmování remakeu? Ohlásili v rozhlase, že Home Fleet se bude ráda podílet na realistických bojových scénách. Naopak Němci jsou odhodlaní zemřít pro vlast, ale nechce se jim zemřít pro film, konstatoval Harlan. Nakonec Raeder, Dönitz a Göring Vůdcovi jeho nápad rozmluvili. Goebbels je hluboce zklamán.

Realizaci dalšího filmu nařídil Hitler v říjnu 1943. Byl to velkofilm *Kolberg*, který ukazoval odhodlání posádky a obyvatel obleženého města ubránit se Napoleonovým vojskům. Všichni společně kopou nějaký zákop, i Kristina Söderbaum se ohání lopatou. Film měl zvýšit morálku obyvatelstva a jeho odhodlání bránit německé území. Proto cudně zamlčuje, že Kolberg se nakonec vzdal. Ve filmu hraje 187 000 komparsistů⁵³, z nichž 50 000 dodala armáda – v době, kdy na frontě byl potřebný každý voják. Dále se před kamerou objevilo 6 000 koní. Logistické zabezpečení bylo neuvěřitelné. Kromě natáčení v historickém Kolbergu byly celé čtvrti tohoto města postaveny za Berlínem, aby je mohly bombardovat „Napoleonova děla“, zatímco skutečné bomby padaly na Berlín. Je dovezeno sto vagónů soli, které zastupuje ve filmu sníh. Natáčí se simultánně ze šesti kamer, jedna

⁵² Hughes, Mann, 2002, s. 155.

⁵³ Film tak zaujal první místo co do počtu komparsistů. Překonal ho až *Ghándí* (1982) Richarda Attenborougha, kde v pohřební scéně vystupuje 300 000 komparsistů. Tento rekord zřejmě zůstane nepřekonán.

z nich je na lodi, druhá v koši upoutaného balónu. Pyrotechnici vyrábějí nesčetné výbuchy, ženisté odkloní řeku a zajistí filmovou povodeň. Velkofilm měl premiéru 30. ledna 1945 v prozatímním kině v Berlíně a v obležené La Rochelle ve Francii. Film pravděpodobně nakonec vidělo méně lidí, než kolik jich v něm hrálo.⁵⁴ Měsíc po premiéře se Kolberg ocitá ve skutečném obklíčení, tentokrát stojí před branami sovětská a polská vojska.⁵⁵ 18. března 1945 je zničené město dobyt – od té doby je na mapách označeno jako Kołobrzeg.

Dne 30. dubna se zastřelí v bunkru Říšského kancléřství duchovní otec tohoto velkofilmu, ženatý s Evou Braun od minulého dne. Další den ráno manželka jeho ministra propagandy Magda převlékne svých šest dětí, Helgu (1932), Hildegard (1934), Helmuta



Obrázek 32: Svatba Magdy Quandt s Josephem Goebblesem. A. Hitler v pozadí.

(1935), Holdine (1937), Hedwig (1938) a Heidrun (1940) do nočních košilek a uloží je k věčnému spánku.⁵⁶ Poté se zastřelí Joseph Goebbels a Magda spolkne kyani-dovou kapsli.

Poslední rozhlasové vysílání, které Goebbels stačil jako berlínský *Gauleiter* zorganizovat, a jeho poslední propagandistická lež zazní až po jeho smrti, když ve-

čer rozhlas po pochmurných tónech Wagnerovy a Brucknerovy hudby oznámí, že Adolf Hitler „hrdinně padnul v boji proti bolševikům“.⁵⁷ To je definitivní konec nacistického propagandistického stroje. Ale vraťme se o 15 let do roku 1933, kdy Goebbels potenciál rozhlasu jako propagandistického média objevil.

⁵⁴ Robertson, 1995, s. 78.

⁵⁵ „Chci se postarat o to, aby se vyklizení Kolbergu neobjevilo ve zprávě vrchního velitelství. Vzhledem k silným psychologickým důsledkům, jaké by to mělo pro film *Kolberg*, si to nemůžeme dovolit.“ Goebbels cit. v Taylor, 2016, s. 309.

⁵⁶ Syn Magdy z prvního manželství, Harald Quandt, v té době pilot Luftwaffe v zajetí, přežil, aby zahynul roku 1967 při letecké havárii.

⁵⁷ [Zvukový záznam zprávy o tom, že Hitler zahynul v boji.](#)

3.4.5 Rozhlas

Jen několik hodin po jmenování Hitlera kancléřem naslouchalo 20 milionů posluchačů dvojici hlasatelů, kteří nadšeně popisovali pochodňový průvod Berlínem. S překotnou strhující dikcí sportovních reportérů křičeli, že: „volání slávy stále zesiluje. Adolf Hitler stojí v okně! Jeho výraz je vážný – vždyť byl vytržen od své práce.“ Jedním z hlasatelů je Eugen Hadamovsky. Ještě roku 1933 je jmenován do funkce jako *Reichssendeleiter*, říšský vedoucí pro rozhlasové vysílání.

Rozhlas byl v roce 1933 státní, zatímco tisk a film byly v soukromých rukou. Vysílání stát řídil od roku 1925 prostřednictvím *Reichsrundfunkgesellschaft* (RRG), Říšské vysílací společnosti. Většinovým vlastníkem bylo ministerstvo pošt, které drželo 51 % akcií. O zbytek se dělilo devět regionálních vysílačů. Pro nacisty bylo tedy poměrně snadné se tohoto odvětví zmocnit. Goebbels byl rozhodnut plně využít potenciál tohoto média.

To dobře ilustruje Goebbelsova řeč pronesená při otevření desáté výstavy německých radiopřijímačů v roce 1933⁵⁸: parafrázoval v ní Napoleona, který řekl, že tisk je sedmou světovou velmocí, když prohlásil, že ve dvacátém století se stane osmou velmocí rozhlas. Na výstavě byl uveden *Volksempfänger*, tedy „lidový přijímač“.

Goebbels vyčetl výmarské republice, že rozhlas využívala k tomu, aby odváděla pozornost mas od obtíží národního a společenského života. Prohlásil, že nacisté pochopili jeho politický význam, a řekl, že bez letounu a rozhlasu⁵⁹ by bylo převzetí moci nemožné. Rozhlas oslovuje celý národ bez rozdílu třídy, postavení nebo víry. Národní revoluce podle Goebbelse smetla individualismus a postavila do centra národ. Byl zlomen ochablý skepticismus morbidního intelektualismu velkých měst, který zanechával masy opuštěné v jejich beznadějně bídě. Problémy, kterým čelíme ve vládě, jsou stejné jako ty, jimž čelí obyčejný člověk z ulice, řekl Goebbels. Tyto problémy musí vysílání reflektovat neotřelým a nápaditým způsobem v rozhlasových hrách, přednáškách, projevech a dramatických zpracováních.

⁵⁸ Duffack, 2008, s. 33–39.

⁵⁹ Narážka na kampaň *Hitler über Deutschland* v roce 1932, kdy byl Hitler schopen navštívit až pět meetingů v různých městech v jediném dni, přičemž návštěvnost jeho vystoupení někdy přesahovala sto tisíc účastníků. V jejím průběhu natočil Luitpold Nusser a kameraman Alfons Brümmer stejnojmenný němý celovečerní dokumentární film. Film vyprodukovalo filmové oddělení NSDAP. Fotografie z této kampaně, které pořídil Hitlerův osobní fotograf Heinrich Hoffmann, byly podkladem také stejnojmenné fotografické knihy, která byla vydána nákladem 500 000 výtisků.

Než toho bude dosaženo, je nutné přijmout určitá organizační opatření. Jednoznačně a naléhavě musíme zde uplatnit vůdcovský princip, uvedl Goebbels. Z rozhlasu učiníme prostředek, který bude vyjadřovat přání, potřeby, touhy a naděje našeho věku. Chceme ponechat prostor i zábavě, lidovému umění, hrám, humoru i hudbě. Vše ale musí být ve vztahu k dnešku. Vše musí zahrnovat téma naší velké přestavby, nebo jí alespoň nestát v cestě, řekl.

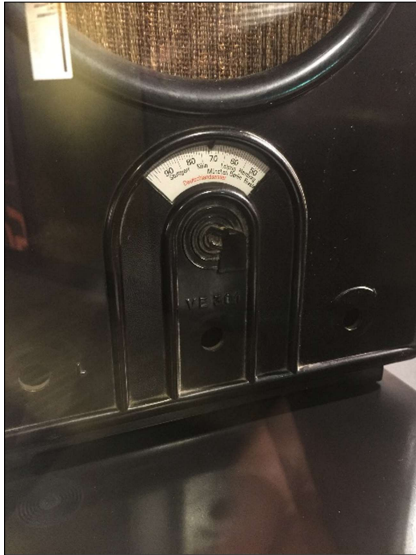
Nízká cena *Volksempfängeru* umožní poslech rozhlasu širokým masám. Věda a průmysl udělaly svou práci, za niž si zaslouží díky vlády a celého národa. Teď je řada na vedení rozhlasového vysílání. Zahájíme novou éru německého rozhlasu, sliboval Goebbels.

Ukončeme zde parafrázi jeho projevu. Při konsolidaci nadvlády nad rozhlasovým vysíláním musel nejprve rozbít územní strukturu vysílání. Přitom musel překonat odpor Hermanna Göringa, pruského ministra vnitra. Přesvědčil tedy Hitlera, aby 30. června 1933 vydal dekret, který uváděl rozsáhlé pravomoci, které se převádějí na *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda* (RMVP). Jeho ministr se stal zodpovědný za veškerý vliv na intelektuální život národa, vztah veřejnosti ke státu, kultuře a hospodářství a vzdělávání domácího i zahraničního publika v těchto záležitostech a za řízení všech institucí, které k tomuto účelu slouží. Tímto dekretem byla *Reichsrundfunkgesellschaft* (RRG) po drastických rasových čistkách podřízena třetímu oddělení RMPV. Z devíti regionálních vysílačů se staly její pobočky. Po dosažení nadvlády nad všemi vysílači Goebbels zavedl tzv. *Rundfunkeinheit*, tedy naprostou jednotu rozhlasového vysílání. Ředitelem RRG se stal Eugen Hadamovsky, který tak zaníceně komentoval pochodňový průvod po převzetí moci, vyučený automechanik. Kromě toho obsadil nově vzniklou funkci, která se nazývala *Reichssendeleiter*, říšský vedoucí vysílání, a stal se tak zodpovědný za obsah vysílání a zpracování všech významných událostí. Byl přitom Goebbelsovi přímo podřízen.

Prvním úspěchem rozhlasové propagandy bylo připojení Sárska k Německu. Podle Versailleské smlouvy měla být budoucnost Sárska určena plebiscitem Společnosti národů roku 1935. V roce 1934 však Goebbels zahájil vysílání nazvané *Westdeutsche Gemeinschaftsdienst*. Bylo zaměřené na *Volksdeutsche* (německy mluvící občany) v této oblasti a velmi emotivně připomínalo údajný útlak a jejich utrpení. Součástí akce byly dodávky rádiových přijímačů národně socialistickým organizacím, které pořádaly hromadné poslechy reportáží z významných nacistických akcí. V lednovém plebiscitu roku 1935 se pro návrat do nacistického Německa rozhodlo 91 % voličů. Součástí kampaně byla šeptaná

propaganda (*Flüsterpropaganda*), což byl typický nástroj nacistické psychologické propagandy. Neformálními kanály byli voliči varováni, že hlasování není tajné, že nacisté odmění nebo potrestají jednotlivé voliče podle toho, jak budou hlasovat.⁶⁰

Výsledek této kampaně přesvědčil nacistické špičky o účinnosti rozhlasu. Následujícího roku 1936 bylo proto rozhlasové vysílání ve velkém rozsahu využito k propagaci Olympijských her. Kvalitní zpravodajství a působivá technická úroveň nesporně zapůsobily na okolní svět.



Obrázek 33: Volksempfänger VE301 přijímal jen německé vysílače. Foto: autor.

Již krátce po převzetí moci v roce 1933 Německo zahájilo vysílání určené pro 3,5 milionu československých Němců. Jak tomu v těchto případech bývá u poněkud neohrabaných demokracií čelícím totalitním režimům, reagovalo Československo zoufale pomalu na hrozící nebezpečí nacistické rozhlasové propagandy. Teprve v roce 1936 bylo zahájeno vysílání pro zahraničí. V roce 1938 vysílal Radiojournal necelých 8 % vysílačích času německy, přestože touto řečí mluvila čtvrtina obyvatelstva.

V zářijových dnech roku 1938 se za rostoucího napětí stal rozhlas mocným nástrojem, jehož účinky přesahovaly pouhou propagandu. Dne 12. září v přímém přenosu z norimberského stranického sjezdu Hitler ve svém emotivně gradovaném projevu vyzval sudetské Němce k povstání proti československé státní moci.

Britský novinář Sidney Morrell, který toho dne dlel v Karlových Varech, se po ukončení přenosu vydal do ulic, kde se shromažďoval dav. Němci zpívali Horst Wessel Lied, nacistickou hymnu, která byla v Československu zakázaná stejně jako svastika. Z boční ulice uslyšel Morell řinčení skla: tříštily se výlohy židovských obchodů.

Podobné scény se odehrávaly v sudetských oblastech na západě republiky. „Po Hitlerově projevu se vyskytly dosud v 70 místech sudetských srážky, pokusy vzbouření, sabotáží, obsazení nádraží, četnických stanic, poštovních úřadů, domů a židovských

⁶⁰ Je pravděpodobné, že podobná šeptaná propaganda ovlivňovala volby v totalitní ČSSR. Voliči byli přesvědčeni, že budou postihováni, pokud neodevzdají hlas kandidátce Národní fronty. To neodpovídalo skutečnosti. Seznamy voličů ukazovaly, kdo se nedostavil k volbám, ale nebyla žádná systematická evidence voličů, kteří zamířili za plentu a volební lístek upravili. Jednání voličů bylo vedeno strachem, který byl z velké části zbytečný. Je možné, že legendu úmyslně šířila StB, aby zajistila ukázněný průběh voleb.

obchodů, násilí na českých lidech – vše vyvoláno členy SdP... Vláda odpovídá zavedením stanného práva v 8 německých okresech,“ konstatoval ministr zahraničí Kamil Krofta. Tiskový mluvčí Sudetoněmecké strany Oskar Ullrich zahraničním zpravodajům ochotně a barvitě líčil plynnou angličtinou „česká zvěrstva“. Českoslovenští politici naivně spoléhali na motto své země *Pravda vítězí*“ a sotva se namáhali nějak reagovat, zatímco německá verze zpráv o incidentech oblétna svět. Dne 21. září československá vláda přijala francouzsko-britskou nótu a rozhodla se vydat území s převažujícím německým obyvatelstvem Německu. Význam rozhlasu pro lidské životy dokládá následující příhoda.

Zpráva o odstoupení pohraničí byla vysílána rozhlasem a přenášena pouličními tlampači. Na rušném Václavském náměstí se vše zastavilo: chodci, auta i tramvaje. Dav stál v zaraženém tichu, ale nerozptyloval se. Přicházeli další a další lidé, brzy jich byly desítky tisíc. Nešli však protestovat k budově vlády nebo k sídlu prezidenta na Pražském hradě, ale vydali se k nedaleké budově rozhlasu. Lidé měli pocit, že pokud se odtud ozvala tragická zpráva, bude ji možné ze stejného odvrátit. Malá skupina vnikla do budovy a dodnes neznámý muž s rozechvěním přistoupil k mikrofonu. Požadoval vojenskou vládu a volal po obraně republiky. Jeho projev v lámaných a sotva srozumitelných větách zůstává jedním z nejdojemnějších okamžiků mnichovské krize: *„Proto žádám všechny žijící Čechové, Slováci i Němci v naší Československé republice, by vyčkali dalšího postupu lidu, kterej žádá na všech frontách, aby území, jenž jsme budovali staletí, a na něhož žili jak otcové, tak matky i synové za něj taky i naše hoši, tátové rodin padali, se jen tak lehce nedalo.“*^{61 62}

Rozhlas vystoupil ze stínu dějin. Po tomto neuvěřitelném improvizovaném vysílání proběhla druhého dne obrovská demonstrace, vláda podala demisi a předsedou vlády se stal prvoválečný hrdina generál Jan Syrový. O čtyřicet hodin později byla vyhlášena všeobecná mobilizace.

Odhodlání Francie a Británie vyhnout se válce bylo silnější než československá vůle bojovat, takže tato krize pokračovala Mnichovskou dohodou, vydáním Sudet, v roce 1939 rozpadem státu Čechů a Slováků, obsazením zbytku českého území a vyhlášením Protektorátu. Je možné spekulovat, zda tento nesporný úspěch nacistické diplomacie, vyhrožování a propagandy nenasypal další sůl do ran slovenského nacionalismu a nepodílel se na druhém dělení republiky v roce 1992. V každém případě měl na tomto německém úspěchu podíl rozhlas. Naopak československá strana zde trestuhodně selhala a naprosto

⁶¹ [Vaughan, The Guardian, 9. října 2008.](#)

⁶² [Šubrová, 2012, s. 39.](#)

podcenila význam tohoto média, jehož potenciál dokázal využít pouze ten dodnes neznámý Čech, který přišel k mikrofonu z ulice, aby vyburcoval národ.

Je třeba říci, že se nacistickému režimu více než podařilo dosáhnout Goebbelsova cíle udělat z rozhlasu masové médium. Již v průběhu výstavy v roce 1933 se prodalo 100 000 přijímačů VE301. Za pět let, v roce 1938, už bylo v Německu v provozu více než 9 milionů přijímačů a za další tři roky toto číslo vzrostlo na téměř 15 milionů. Německý rozhlas měl více než 50 milionů pravidelných posluchačů. Počty přijímačů jsou přesně známy, protože za poslech rozhlasu se odváděl měsíční poplatek 2 RM. Trpkou ironií je, že z těchto prostředků se kromě *Reichs-Rundfunk-Gesellschaft* financovalo říšské ministerstvo propagandy, kde tvořilo hlavní složku příjmů! Nemale měrou se na úspěchu německé propagandy podílel levný *Volksempfänger* VE301. Typové označení bylo odvozeno od data



Obrázek 34: Celé Německo naslouchá vůdci.
Foto: autor.

30. ledna, kdy nacisté převzali moc. Přístroj se prodával za 76 říšských marek, což odpovídalo průměrnému platu za dva týdny práce. Tato cena byla stanovena státem a nesměla být překročena. Stát měl zájem o rozšíření počtu posluchačů a umožňoval nákup přístroje formou splátkového prodeje.⁶³ Konstrukce byla podřízena co nejnižším výrobním nákladům, takže nebyl možný příjem krátkých vln. Skříň přístroje byla vyrobena z bakelitu. Na ladící stupnici byly uvedeny pouze německé a rakouské vysílače. Rádio mělo malou citlivost, takže příjem zahraničních vysílačů byl možný pouze s externí anténou. V této souvislosti je třeba připomenout, že po započetí války se poslech cizího rozhlasu stal trestným činem. V Německu se trestal pokutou, zabavením přijímače nebo vězením, v Protektorátu trestem smrti.

Obsah vysílání dvou hlavních německých stanic byl především zábavný, a to zejména před rozpoutáním války. Nedílnou součástí byly ale i přenosy projevů Adolfa

⁶³ Zde je zajímavá analogie s tzv. Multiservisem. V totalitní ČSSR se z propagandistických důvodů podporovalo rozšíření televize a stát založil podnik Multiservis, který televizní přijímače pronajímal formou leasingu. Pokud uživatel před splacením přístroje televizi prodal, posuzoval to soud jako rozkrádání majetku v socialistickém vlastnictví.

Hitlera a dalších špiček nacistické hierarchie, zpravodajské pořady propagující úspěchy německého hospodářství a příznivý vývoj na bojištích. Rozhlas Hitlerovi skutečně umožnil mluvit k celému Německu najednou. Hadamovsky požadoval změnu individuálního poslouchání rozhlasu, které považoval za anarchistický individualismus, na organicky vyvinuté společné poslouchání duchovně spřízněných posluchačů. Měly je zajišťovat místní organizace strany. Byl určen národně socialistický funkcionář (*Funkwarte*) jako hlídka vysílání. Zodpovídal za průběh společného poslechu pořadů typu *Stunden der Nation*, hodin národa. Byl zodpovědný za instalaci reproduktorů na náměstích, v továrnách, úřadech, školách i restauracích. Zahájení pořadu oznamovaly sirény. Během jeho trvání se hospodářský život zastavil, aby se posluchači mohli identifikovat s národem. Úkolem člena strany, který plnil funkci hlídky vysílání, bylo také propagovat rozhlas a nabádat posluchače, aby pozvali ke svému přijímači své sousedy a blízké. Společný poslech je stmeloval na úrovni vyznání víry. Hlídky ovšem také monitorovaly chování posluchačů, bylo zakázáno se v průběhu těchto pořadů vzdálit z pracoviště. Dále bylo úkolem hlídky oznamovat případy poslouchání zahraničního rozhlasu.

Německé vysílače naopak velmi aktivně vysílaly pořady v cizích jazycích pro vojáky a civilní obyvatelstvo protivníka.

Hned na počátku války Němci najali Williama Joyce, který byl později znám spíše jako Lord Haw-Haw. Joyce byl Američan irského původu a chránělec Sira Oswalda Mosleyho, britského fašisty. Vysílal svůj pořad z Berlína od roku 1939. Na vrcholu své kariéry měl šest milionů pravidelných posluchačů ve Spojeném království. Další miliony Britů si ho jen tak občas poslechly.⁶⁴ Toto číslo ostře kontrastuje s počty letáků, které se nad Německo podařilo dopravit RAF, a s účinností těchto „letákových náletů“, na které si tolik stěžoval maršál Harris. Zdá se, že koncepčně zde byli Němci o hodně vepředu a BBC měla co dohánět.

Úspěchu vysílání Lorda Haw-Haw nechtěně a podstatně BBC přispívala, protože nepřinášela aktuální zpravodajství. Zábavné pořady přerušily občas silně cenzurované stručné zprávy. Nevýhodou BBC bylo také to, že Němci již na jaře roku 1940 obsadili velké, známé a komerčně úspěšné vysílače v Nizozemsku, Lucembursku, Dánsku, Belgii a Norsku.

⁶⁴ Britové Williama Joyce po válce odsoudili pro velezradu a popravili oběšením. Rozsudek je nyní vnímán rozporně vzhledem k jeho původnímu americkému občanství.

Společně s výkonnými vysílači v Zeesen na předměstí Berlína tak *Reichsrundfunk* vysílalo do celého světa 24 hodin denně ve dvanácti jazycích.

Americkou hvězdou zahraničního vysílání byla Mildred Gillars, přezdívaná Axis Sally, která americké vojáky svým medovým hlasem střídavě sváděla a kárala. Naléhavě vyjadřovala obavu, zda jejich manželky a dívky doma nerandí s mrzáky, kteří se vyhnuli vojenské službě. Při swingové hudbě mohli Američané přemýšlet, jak tajemná kráska za mikrofonem vypadá a zda náhodou nemá pravdu, když naznačuje výhody, které by je čekaly v německém zajetí. Swing byl kvalitní a měla statisíce posluchačů.⁶⁵

Rozhlas měl významnou úlohu v německé propagandě, ale měl své odpůrce. Hitler zjistil, že bez přítomnosti posluchačů se necítí v rozhlasovém studiu dobře a nedosahuje svých řečnických výkonů. Podle dostupných pramenů ve studiu naposledy živě promluvil v říjnu 1933, kdy oznámil vystoupení Německa ze Společnosti národů. Později byly jeho projevy vysílány ze shromáždění, kde mluvil před publikem, často k tomu účelu vybraném. Hitler potřeboval přímý kontakt s publikem, což bylo stimulem pro jeho řečnické výkony.

V průběhu obtížných válečných let nadšení posluchačů ochablo. Hlídky vysílání



Obrázek 35: Haus des Rundfunks

v roce 1942 informovaly, že vysílání posluchače nudí. Goebbels tehdy rozhodl, že 70 % vysílacího času má být věnováno populární hudbě, aby se zajistila poslechovost zpravodajství a politických vstupů. Nejoblíbenějším pořadem se stal *Wunschkonzert*, koncert na přání, písničky, hudba a slova propojující vojáky na frontě s jejich domovem. Goebbelsovi se bezpochyby podařilo získat masové publikum rozhlasového média a před jeho výkonem bledne vysílání fašistické Itálie i Sovětského svazu.

Tuto kapitolu jsem začal popisem úlohy rozhlasu při převzetí moci nacisty 30. ledna 1933. Symbolicky ji můžeme uzavřít popisem desátého výročí této události. Výročí bylo vždy propagandisticky připomínáno a v roce 1943 měly být oslavy v Berlíně zvlášť velkolepé. Doby nezadržitelného postupu Německa na bojištích Evropy však již byly

⁶⁵ Po válce si z trestu 30 let vězení odseděla dvanáct, pak se stala učitelkou v římskokatolické klášterní škole u města Columbus v Ohio. Vyučovala němčinu, francouzštinu a hudbu.

minulostí. Byla sobota ráno, když se do budovy *Reichsluftfahrtministeriuma* dostavil s připraveným projevem maršál Hermann Göring. V jedenáct hodin měl vystoupit v přímém přenosu s projevem ke shromážděným vojákům *Wehrmachtu*. Plán dostal ránu z nečekané strany: přesně v 11:00 na *Haus des Rundfunks*, kde sídlila *Reichs-Rundfunk-Gesellschaft* a odkud se projev přenášel, zaútočily tři letouny De Havilland Mosquito 105. perutě RAF. Úder byl přesný a posluchači se museli smířit s přestávkou vyplněnou adagiem Brucknerovy sedmé symfonie. Trvalo celou hodinu, než se ozval Göringův hlas, podrážděný a ponížený. Jednalo se o historicky první nálet, kdy si RAF dovolila bombardovat Berlín za denního světla. Pro Göringa, který na počátku války prohlašoval, že zajistí obranu Říše, a kdyby měla jediná bomba dopadnout na Berlín, mohou mu Němci říkat Meyer, to byla hořká pilulka. Samozřejmě se pak tato přezdívka vžila mezi letci i obyvatelstvem sužovaným nálety. Ani další naplánovaný rozhlasový projev se toho dne neobešel bez komplikací: Goebbels ve *Sportpalastu* v 16:00 právě přistoupil k mikrofonu, když dopadly bomby svržené třemi Mosquity 139. perutě RAF (Jamaica). Oba nálety měly účinek především v oblasti narušení německé propagandy a posílení propagandy britské. Bohužel se toto propagandistické klání neobešlo bez obětí na životech a jedno Mosquito bylo při náletu sestřeleno.⁶⁶

Německo již nečekalo nic dobrého: téhož dne Hitler povýšil do maršálské hodnosti generála Friedricha Pauluse obklíčeného ve stalingradském kotli a naznačil mu tak, že od něj očekává smrt v boji nebo sebevraždu. Paulus zvolil třetí cestu, a i on se zaměřil na propagandistickou práci – ovšem na sovětské straně. To už je ale jiný příběh.

3.4.6 Televize

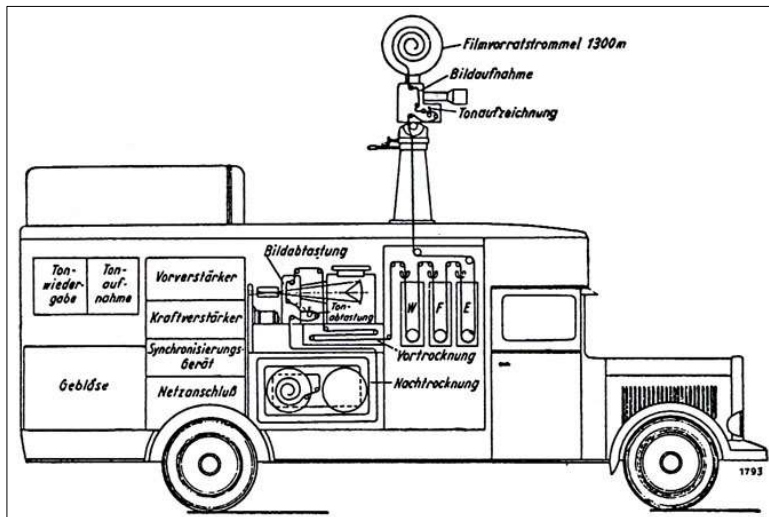
Technologicky patřilo Německo v oblasti vývoje televizního přenosu v třicátých letech ke světové špičce. Teprve s velkým odstupem za ním probíhal vývoj ve Velké Británii a Spojených státech.

Pravidelné televizní vysílání bylo zahájeno 22. března 1935⁶⁷, tedy o sedm měsíců dříve, než začala vysílat BBC. Společnost *Deutscher Fernseh-Rundfunk* zajišťovala vysílání od 20:30 do 22:00 zpočátku třikrát týdně, od května denně. Kromě propagandy televize vysílala často vystoupení kouzelníků nebo žonglérů. Během Olympijských her v Berlíně se

⁶⁶ [Letoun velitele perutě byl sestřelen protiletadlovou palbou u Altengrabow](https://aviation-safety.net/wikibase/70104). <https://aviation-safety.net/wikibase/70104>.

⁶⁷ Vysílání zahájil *Reichssendeleiter* Eugen Hadamovsky slovy: „... nastala hodina, kdy vysílač byl povolán k největšímu a nejposvátnějšímu úkolu: vrýt obraz Vůdce nezapomenutelně do všech německých srdcí...“

vysílaly přímé přenosy až 8 hodin denně a sledovalo je 160 000 diváků v televizních sálech (*Fernsehstuben*). Toho bylo dosaženo kabelovým spojením Berlína s Hamburkem, Frankfurtem, Lipskem a dalšími velkými městy. Vysílač *Fernsehsender Paul Nipkow* však pokrýval svým signálem jen území širšího Berlína. Vysílač nesl jméno vynálezce Nip-



Obrázek 36: Elektromechanický přenosový vůz

sen z doutnavky na obrazovku.

Propagandistický účinek tohoto média byl omezený. Důvodem byl jednak nedostatečný výkon berlínského vysílače, jednak vysoká cena televizního přijímače (2 500 až 3 600 říšských marek). V srpnu roku 1939 byl veřejnosti představen přijímač *Einheits-Fernseh-Empfänger E1* firmy Telefunken, zvaný též *Volksfernseher*. Pro individuálního posluchače byla jeho cena stále ještě nepřiměřená: 650,- říšských marek, částka srovnatelná s cenou tehdejšího Volkswagenu, v dnešní měně cca 3 000 eur. V praxi se přijímač používal v místech, kde vysílání sledovalo větší množství organizovaných diváků. Tyto místnosti zpočátku pojmyly 20 až 30 diváků, po zavedení projektorů až 300 diváků. Program byl organizován jako filmové představení. Večerní program tvořil filmový týdeník, dokumentární či vzdělávací film a hraný film. Jednalo se však o dvacetiminutové zkrácené verze celovečerních filmů. Televize jako jakási redukováná forma kina však pro mnoho diváků postupně ztratila svou přitažlivost.⁶⁸ Celkově bylo v provozu asi 500 přijímačů. K neúspěchu projektu využití televize k propagandě přispěl fakt, že Goebbels nebyl spokojen se svým zjevem zachyceným v přímých přenosech. 23. listopadu 1943 bylo

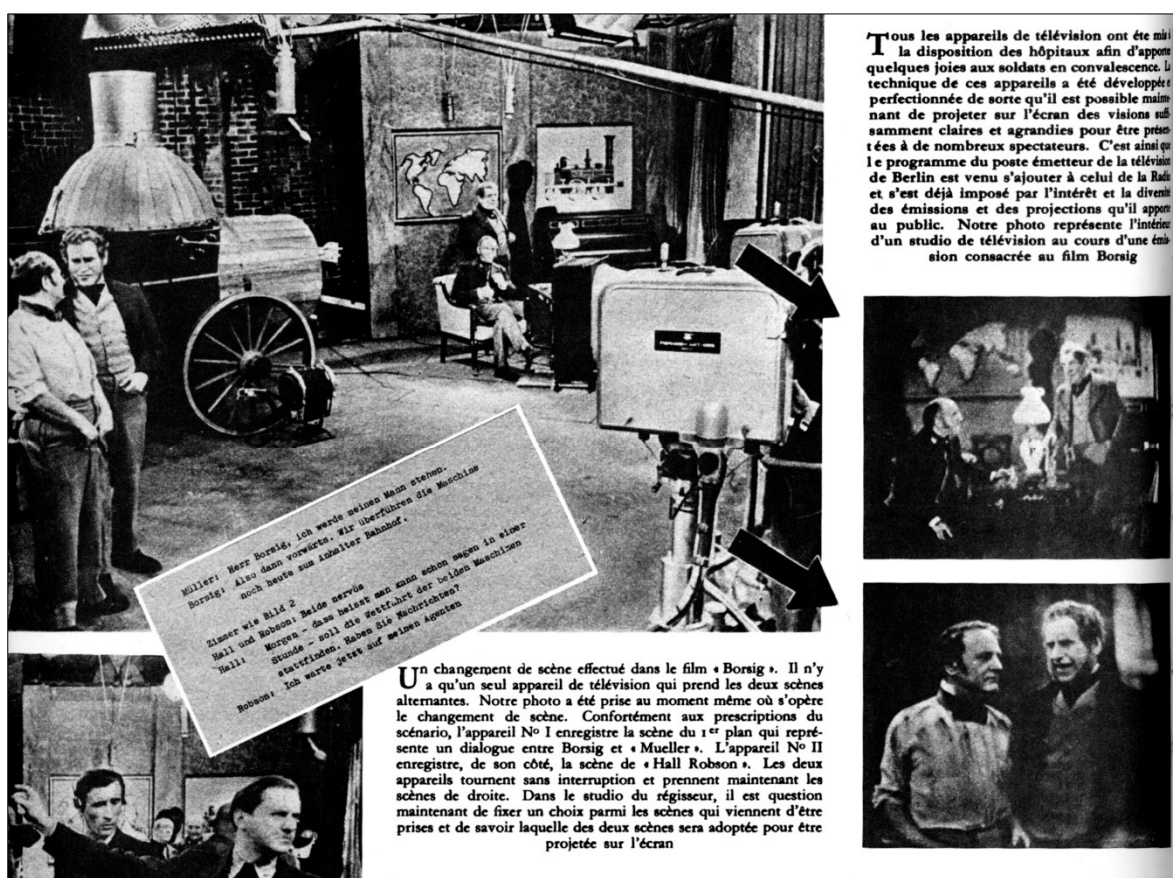
kowova kotouče, používal elektromechanickou technologii a měl rozlišení 180 řádků. V praxi to znamenalo, že obraz zaznamenala filmová kamera. Exponovaný film byl vyvolán, ustálen a osušen, aby mohl být Nipkowým kotoučem modulován do rádiového signálu, který byl pomocí rozměrného Nipkova kotouče opět přene-

⁶⁸ Hickethier, 2004, s. 491.

vysílání přerušeno spojeneckým bombardováním a 2. května 1945 vysílač obsadila Rudá armáda.

Výzkumný ústav, který pracoval na vývoji elektronek *Zentralstelle für Röhrenforschung*, byl roku 1942 přemístěn z Berlína do Smržovky a stál u zrodu československé televize.

Zajímavou kapitolu dějin nacistického televizního vysílání představuje *Fernsehsender Paris*, (Televizní vysílač Paříž), který byl v provozu v letech 1942–1944. Když německá vojska v létě 1940 vstoupila do Paříže, bylo francouzské televizní vysílání teprve v experimentálním stádiu. Vysílač umístěný na Eiffelově věži byl však ve své době



Obrázek 37: Inscenace Borsig v přímém přenosu z pařížského studia.

nejsilnější na světě. Jeho rozebráním a využitím na válečné účely byl roku 1941 pověřen Kurt Hinzmann, bývalý ředitel berlínského televizního vysílání. Vyhledá Alfreda Bofingera, který jako bývalý šéf Rádia Stuttgart v té době řídí Radio-Paris. Společně přesvědčí německé velení, že televizní studio Paříž by mohlo přispět k psychickému stavu vojáků, kteří se v pařížských lazaretech léčí ze zranění na východní frontě nebo v Africe. Ranění z východní fronty se neměli ukazovat v Německu, aby nedeprimovali civilní obyvatelstvo. Lazaretní vlaky je vozily do Paříže, odkud se mohli ti šťastnější dostat domů v průběhu

rekonvalescence, kdy už vzpomínky na hrůzy fronty vybledly. Tomu mělo napomoci pařížské televizní vysílání.

Hinzmannovi se dokonce podařilo získat materiál z Německa včetně 300 televizorů, jimiž vybavil místní lazarety a hotel Le Majestic, kde se soustředila německá generalita a vyšší důstojníci. Televizní studio přemístil do vhodnějších prostor (po určitou dobu sídlilo také v bývalém československém velvyslanectví).

Pravidelné vysílání začne 7. května 1943. V televizní stanici pracuje na 120 stálých zaměstnanců, lidí všech národností. Jsou zde Židé, anarchisté, uprchlíci z německých táborů, lidé, kterým začalo hořet za patami v hnutí odporu. Kurt Hinzmann raději nechce nic vědět a věnuje se práci: ve studiu se používá systém několika kamer, které pracují s jiným úhlem záběru a někdy i odlišnou dekorací podle tématu vysílání.

Vysílání běželo od 12:00 do 24:00 s tím, že televizní přenos probíhal denně dvě až čtyři hodiny v německém nebo francouzském jazyce. Ve zbývajícím čase stanice přenášela vysílání berlínského rozhlasu. Část televizního vysílání zabírala propaganda, ale k vidění bylo i varieté, koncerty, divadlo, cirkusová představení a filmy. Hinzmann se nebál hrát ani jazz, který byl v Německu zakázaný.

Součástí této práce je kopie části fotoreportáže z prostředí pařížského televizního vysílače, kde se v přímém přenosu vysílá hraný film (nyní bychom asi řekli inscenace) Borsig. Reportáž vyšla ve francouzské jazykové mutaci propagandistického časopisu jménem *Der Adler* vydávané ve spolupráci s vrchním velitelství *Luftwaffe*. Tyto snímky považuji za dokumentárně velice cenný zdroj a získal jsem je z faksimile, které vyšlo třicet let po válce v Belgii.⁶⁹

Po osvobození Paříže *Leclercovou* divizí se Hinzmann musí v Německu skrývat před *Gestapem*, protože nesplnil rozkaz ke zničení studia a vysílače – *Eiffelovy věže*. V roce 1946 se Hinzmann se skupinou německých techniků do Paříže vrací a pomáhá rozjet francouzské televizní vysílání. *RTF* mu pak ráda přizná velkorysé penzijní zabezpečení.

Bylo by hezké skončit tuto bakalářskou práci tímhle idylickým příběhem o spolupráci televizních tvůrčích pracovníků různých národů, ras a přesvědčení. Bohužel však ve stejné době státy východní Evropy směřovaly k novým totalitním režimům, naši vlast nevyjímaje.

⁶⁹ *Der Adler*, 1975, s. 166.

4 Epilog: dědictví německé propagandy

Německo nemělo monopol na pronásledování Židů.⁷⁰ V letech 1946–1947 přes naše území přecházelo 200 000 židovských běženců, kteří prchali z Polska před nenávisť, násilím a pogromy, zejména po pogromu 4. července 1946 v polském městě Kielce, kdy Poláci zavraždili 42 Židů. Židovští uprchlíci se chtěli dostat do západních okupačních zón Německa a Rakouska a dále do USA, Kanady či Palestiny. Počátkem jejich cesty za nadějí nového života byla československá hranice.

Navzdory právě skončené nacistické genocidě u československých úředníků přetrvával efekt německé protižidovské propagandy: uprchlíci byli považováni za šířitele nebezpečných nemocí, šmelináře a teroristy. Demokratická československá vláda tedy přijala „nutná bezpečnostní opatření z hlediska bezpečnosti republiky proti nežádoucím živlům“.⁷¹ Navrhovalo se umístění prchajících Židů do internačních táborů pro Němce, „které jsou izolovány od zastavěné části obce a kde v případě vypuknutí nemocí lze zařídit dokonalou izolaci.“ Motivy útěku, nejčastěji strach o život, se českým úřadům jevily jako nedůvěryhodné: „Kdo má ručiti za to, není-li to jen záminka, aby se zde v ČSR roztrousili a byli dále na obtíž.“ Vláda přikázala ministru vnitra zajistit, „že všichni tito uprchlíci budou po dobu svého přechodného pobytu v ČSR soustředěni ve vyhrazených střediscích tak, aby se nemohli rozprchnouti mezi obyvatelstvo a pokusiti se o trvalé usídlení zde“. Požadovala se regulace přílivu uprchlíků tak, „aby jich přišlo jen tolik, kolik jich lze téhož dne odsunouti“ do táborů v britské a americké okupační zóně.

Uzavřeme tento smutný epilog konstatováním, že podle diskusí na českých a slovenských serverech v hlavách mnoha občanů dodnes rezonují názory a slovník Josepha Goebbelse. Tisíciletá Říše trvala jen dvanáct let, ale advokáti a stoupenci jejích totalitních a rasistických konceptů jsou mezi námi stále. Nedá se tedy bohužel říci, že by nacistická propaganda měla krátké nohy.

⁷⁰ Nezapomínejme, že nemělo ani monopol na pronásledování Cikánů. „...půl milionu evropských Cikánů zemřelo rukama nacistů. Ze 30 tisíc cikánů žijících v Německu v roce 1939 jich pouze 5 tisíc přežilo válku.“ Noakes, 2009, s. 124.

⁷¹ [USC Shoa Foundation](http://www.uscshoa.org/)

5 Závěr

Německý nacistický stranický a později po roce 1933 i státní aparát měl v propagandě mocný nástroj, který nijak nepodcenil. Věnovalo se mu celé jedno ministerstvo pod vedením Josepha Goebbelse. Nacistická propaganda byla řemeslně velmi dobrá, někdy i esteticky účinná (jmenujme např. Riefenstahl). Pružně pracovala s novými médii, především s filmem a rozhlasem. Z hlediska studia propagandy představuje cenný vzorek, protože vznikala v posledním (doufejme) totalitním režimu, který ovládl celý evropský kontinent, nepočítáme-li britské ostrovy nebo Švýcarsko. V totalitních státech se propagandě velmi daří, protože nahrazuje argumenty a diskusi ve vnitrostátním i mezinárodním kontextu. V tom byla nacistická propaganda jedinečná. Samozřejmě by měla být i naší inspirací k obraně demokracie a pluralitní společnosti, aby se podobné uspořádání již nikdy na evropské politické mapě neobjevilo. Konkrétní produkty německé propagandy někdy vyvolávají úsměv – působí naivně a s odstupem skoro celého století se dnešní divák může divit, že něco takového bylo vůbec míněno vážně. Úsměv nad primitivními obrázky pejzatých Židů však zamrzne, když si připomeneme desítky milionů mrtvých, které nacismus zahubil. Ve vyhlazovacích táborech, na popravištích, na frontách světové války. Propaganda na tom měla svůj nezanedbatelný díl. Na posledním natočeném filmovém týdeníku Hitler pár dní před vlastní sebevraždou vyznamenává děti, ze kterých nacismus udělal členy *Hitlerjugend*, a nakonec jim v beznadějně situaci vložil do rukou pancéřovou pěst a poslal je proti ruským tankům.

5.1 Co mě překvapilo

„Smyslem studentské závěrečné práce není, aby student předal ostatním svůj názor, ale aby si svůj vlastní názor opravil.“

V mém případě to platí beze zbytku. Narodil jsem se roku 1956, jedenáct let po Hitlerově smrti. Tři roky po smrti Stalina. Jeho pomník vyletěl do vzduchu, když jsem chodil do první třídy.

Mí spolužáci, o čtyřicet let mladší, mi někdy říkali: „Tobě se to snadno u zkoušky mluví o dvacátém století, když jsi toho půlku zažil!“ Myslel jsem si, že o totalitách vím své a byl jsem přesvědčený, že totalita se do střední Evropy již nikdy nemůže vrátit. Ze svých školních let jsem věděl, že pravda není jedna. Pravda se říkala doma, ve škole se odříkávala jiná, pravda podle učebních osnov. Věděl jsem, co je propaganda. Uměl jsem ve škole říkat správná slova o zemích socialistického tábora: aktivní, budoucnost, člen, hráz, iniciativní,

komunisté, mezinárodní, mír, my, obrana, oddanost, poučení, povinnost, přátelství, radost, rodina, socialismus, solidarita, soudruh, soutěž, sovětský, správný, stavět, tábor, tančit, učit se, uvědomělý, vlast, zemědělství, zpívat.

Ve větách o zahnívajícím kapitalismu jsem používal jiný rejstřík: agrese, Američané, apartheid, destrukce, hrob, hrozba, chorý, jaderný, jedovatý, kapitalismus, krize, kolaps, korupce, lež, mrhání, nemocní, nepřátelé, nespravedlnost, nezaměstnanost, ničení, oportunisté, ožebračování, pohlit, pokrytectví, propast, revizionisté, samozvanci, selhání, sionisté, úpadek, USA, válka, Vietnam, zánik, západoněmecký, zrada, ztroskotanci.⁷²

Pohled zblízka na tematiku propagandy, kterou jsem se zabýval v průběhu studia na VŠKK, mi však přinesl mnohá překvapení.

Především jsem svou práci zpočátku stavěl na předpokladu, že nacistické Německo využilo svou špičkovou technickou úroveň, která mu umožnila začít pravidelné televizní vysílání dříve než jiným státům v celosvětovém měřítku, aby propagandisticky působilo na veřejnost. Překvapilo mě, že tento potenciál nikdy využit nebyl.

Nikdy bych nečekal, že by německé televizní studio pro vysílání z Eiffelovy věže určené zraněným a nemocným německým vojákům bylo záchranným ostrůvkem a útočištěm pro Židy, anarchisty a jiné utečence před režimem, který měl *Fernsehsender Paris* propagovat. Tím více mne zaujaly fotografie z vysílání inscenace v přímém přenosu, které uveřejnil v roce 1944 časopis *Der Adler*.

Vždycky jsem považoval úspěchy německé propagandy za dílo jejího mistra Josepha Goebbelse. Po seznámení s prameny této práce se domnívám, že nebyl „kulhavým ďáblem“, který způsobil nějakou radikální změnu v myslích Němců. Goebbels nikdy neusiloval o změnu názoru nesouhlasících německých občanů (považoval to za obtížné, možná i neproveditelné); posiloval jen „správný“ většinový názor. Tvrdil obyčejným lidem, že za jejich obtížnou situaci můžou Židé, a plul na vlně předsudků a antisemitských emocí. Překvapivě požadoval, aby sdělovací prostředky občany také bavily. Propaganda nesměla být mravokárná, musela být přitažlivá a jednoduchá. V tom se jeho strategie blíží současné infozábavě (infotainment), kdy se politici vyjadřují jen na Twitteru nebo Facebooku

⁷² volně podle Nutil, 2018, s. 168. Frekvence používání těchto slov by se dala zjistit v Českém národním korpusu, kde se dá zkoumat i kontext – sousední slova apod., což by vydalo na samostatnou vědeckou práci.

a tradiční noviny to další den přetiskují. Goebbels se nesnažil nesouhlasící Němce přesvědčit, stačilo mu, když je umlčel.

Překvapilo mě, kolik energie a nákladů během druhé světové války obětovali Spojenci do vlastní propagandy, aniž by se zabývali poměrem nákladů a výnosů. To se týká především shazování letáků, jejichž účinek byl nepatrný.

Pozastavil jsem se nad tím, že Johna Heartfielda na škole formoval jeho pedagog Ludwig Hohlwein, který i se svým nesporným nadáním pak stanul na opačné straně barikády.

Z konkrétních historických faktů mě také překvapily podmínky, za kterých probíhalo obléhání německé posádky v La Rochelle v posledních měsících války. Na základě dohody s francouzskou stranou bylo město normálně zásobováno, udržovalo se železniční a lodní spojení. V provozu zůstalo i místní letiště. Nebyl tedy žádný důvod místní posádce shazovat film *Kolberg* na padáku, jak se tvrdošijně uvádí v odborné literatuře.

5.2 Co bych udělal jinak

Při práci jsem zjistil, že nacistická propaganda v předválečném období se lišila od válečné propagandy a poskytuje zajímavější studijní materiál. Poté, co se německá společnost se svou průmyslovou základnou vrhla do slepé uličky války, přestala být propaganda vynalézavá. Osudová dráha už byla vytyčena, pochybnosti byly vyloučeny a propaganda jen udržovala kázeň a odhodlání. Příště bych se tedy zaměřil časově na Německo v letech 1933–1940.

V praktické části jsem se pokusil rozšířit prostřednictvím internetu dopis a fotografie, které měly dokládat dezinformaci, že Spojené státy v roce 1945 koordinovaly protisovětskou vzpouru. Zdá se, že jsem zvolil málo senzační téma. Část společnosti, která se domnívá, že za všechno špatné mohou USA, tím nebyla nijak překvapena. Dopis byl příliš složitý a nesplňoval první pravidlo úspěšné propagandy, zásadu jednoduchosti.

5.3 Čím je práce užitečná

Problematikou nacistické propagandy jsem se zabýval průběžně tři roky. Po celou dobu jsem shromažďoval literaturu týkající se tohoto tématu. Roku 2019 jsem navštívil v Bruselu výstavu *State of Deception – The Power of Nazi Propaganda*, kde jsem pořídil i několik fotografií, které jsou součástí této práce. Výstavu uspořádalo United States

Holocaust Memorial Museum⁷³, které jsem nemohl navštívit, ale čerpal jsem z jeho webových stránek. Nevyhýbal jsem se ani pramenům ve francouzštině a italštině. V posledních letech vyšly velmi zajímavé české práce Petra Nutila a Alexandry Alvarové, které je radost číst a poskytly mi propojení historického tématu s dnešní situací, což jsem využil v praktické části práce.

Podařilo se mi z internetu vykopat nějaké historicky, které nebyly, pokud vím, knižně publikovány (např. nálet na budovu rozhlasu v Berlíně); naopak jiná fakta se našla v zaprášených knihách v mé knihovně (např. časopis Der Adler s fotografiemi německého televizního studia v Paříži). Do dějin nacistické propagandy tak pár střípků přibylo.

Doufám, že moje práce není jen mozaika, že dává celé tematice i obecnější historický a myšlenkový rámec. Snad by mohla pomoci nějakým dalším studentům, kteří by se tématu chtěli věnovat v budoucnosti.

⁷³ [United States Holocaust Memorial Museum](#)

6 Použité zkratky

BBC	British Broadcasting Corporation
BUFA (Bufa)	Bild- und Filmamt
NDR	Německá demokratická republika
NSDAP	Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei
OHL	Oberste Heeresleitung
SdP	Sudetendeutsche Partei
SHAEF	Supreme Headquarters Allied Expeditionary Force
SOE	Special Operations Executive
RAF	Royal Air Force
RMVP	Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda
RRG	Reichsrundfunkgesellschaft
SA	Sturmabteilung
SS	Schutzstaffel
UFA (Ufa)	Universum-Film Aktiengesellschaft
USC	University of Southern California

7 Seznam pramenů

Literatura:

Alvarová, Alexandra. Průmysl lži. Propaganda, konspirace a dezinformační válka. Praha : Stanislav Juhaňák – Triton, 2019.

Ang, Tom. *Photography, the Definitive Visual History*. London : Dorling Kindersley Limited, 2014.

Bedürftig, Fridemann. *Třetí říše a druhá světová válka*. Přel. Petr Dvořáček. Praha : Prostor, 2004.

Boydová, Julia. *Cestovatelé ve třetí říši*. Přel. Robert Novotný. Praha : Argo, 2019.

Canetti, Elias. *Masa a moc*. Přel. Miloslav Petrušek. Praha : Academia, 2007.

Čapek, Karel. „My a ti druzí“, *Lidové noviny*, 12. 6. 1938.

Davies, Norman. *Evropa. Dějiny jednoho kontinentu*. Přel. Kateřina Hronová, Ladislav Nagy, Šimon Pellar et al. Praha : Prostor, 2005.

Der Adler. Bruxelles : 1975.

Duffack, J. J. Dr. Joseph Goebbels. *Poznání a propaganda. Komentovaný překlad vybraných projevů*. Praha : Naše vojsko, 2009.

Eco, Umberto. *Vytváření nepřítele a jiné příležitostné texty*. Přel. Kateřina Vinšová. Praha : Argo, 2013.

Hanák, Jiří. *Orwellovo století*. Praha : Prostor, 2001.

Harris, Sir, Arthur. *Bombardéry útočí*. Přel. Bohumil Franěk. Praha : Orbis, 1948.

Hickethier, Knut. „O dějinách televize jako dějinách sledování. Příklad Německa. Předběžné úvahy.“ Přel. Tomáš Dvořák. In Szczepanik, Petr (editor), *Nová filmová historie. Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury*. Praha : Herrmann & synové, 2004.

Hughes Matthew, Mann, Chris. *Hitlerovo Německo. Život v období Třetí říše*. Přel. Petr Kovács. Praha : Columbus, 2002.

Kallis, Aristotle A. *Nazi Propaganda and the Second World War*. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2005.

Koch, W. John. *No Escape: My Young Years Under Hitler's Shadow*. Edmonton : W. John Koch Publishing, 2004.

Noakes, Jeremy. „Sociální vyvrženci ve třetí říši“, in *Život ve třetí říši*. Přel. Vladimír Čort. Praha : Naše vojsko, 2009.

Nutil, Petr. *Média, lži a příliš rychlý mozek. Průvodce postpravdivým světem*. Praha : Grada, 2018.

Riefenstahl, Leni. *V mé paměti*. Přel. Blanka Křiklánová a Milan Navrátil. Praha : Prostor, 2005.

Robin, Marie-Monique. *Les 100 photos du siècle*. Paris : Éditions du Chêne – Hachette Livre, 1999.

Robertson, Patrick. *Guinnessova kniha filmových rekordů*. Přel. František Fuka. Praha : Cinema, 1995.

Snyder, Timothy. *Tyranie, 20 lekcí z 20. století*. Přel. Martin Pokorný. Praha : Paseka - Prostor, 2017.

Sontagová, Susan. *Ve znamení Saturna*. Přel. Martin Pokorný. Praha, Litomyšl : Paseka, 2011.

Spotts, Frederic. *Hitler a síla estetiky*. Přel. Ivan Brož. Praha : Epoque, 2007.

Stephens-Davidowitz, Seth. *Všichni lžou*. Přel. Romana Hegedüsová. Brno : Host, 2019.

Šabach, Petr. *Občanský průkaz*. Praha, Litomyšl : Ladislav Horáček – Paseka, 2006.

Taylor, Richard. *Filmová propaganda. Sovětské Rusko a nacistické Německo*. Přel. Petruška Šustrová. Praha : Academia, 2016.

Tláskalová, Nikola. *Diplomová práce Sakrální vzorec v dokumentární a reportážní fotografii*. Zlín : Univerzita Tomáše Bati (Fakulta multimediálních komunikací), 2014.

Uhlíř, Marek. *Bakalářská práce Zrození a vývoj vizuálního jazyka plakátu – evropský politický plakát první poloviny 20. století*. Praha : Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV, 2003.

Virilio, Paul. *Válka a film, Logistika vnímání*. Červený Kostelec : Pavel Mervart, 2007.

Wittlich, Petr. *Edvard Munch*. Praha : Odeon, 1985.

Internet:

Die Goldene Stadt, ukázka s hudbou Bedřicha Smetany. [cit. 2020-05-21] Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=EyrbRhlf3E>

Koukolík, František, Drtilová Jana. *Základy stupidologie: Propaganda a logické klamy*. [cit. 2020-05-21] Dostupné z: <https://legacy.blisty.cz/art/39049.html>

Letákové nálety RAF. [cit. 2020-05-21] Dostupné z: <https://www.psywar.org/content/bomberCommand>

Sestřel velitele 139. perutě RAF (Jamaica) po náletu na Sportpalast, kde měl mít projev Joseph Goebbels. [cit. 2020-05-21] Dostupné z: <https://aviation-safety.net/wikibase/70104>

Schockel, Erwin. *Das politische Plakat: eine psychologische Betrachtung*. [cit. 2020-05-21] Dostupné z: https://books.google.cz/books?id=jQrTAAAAMAAJ&source=gbs_navlinks_s

Šubrová, Klára. *Mnichovské dny a jejich ohlas v rozhlasovém vysílání*, bakalářská práce, UK Praha, 2012. [cit. 2020-05-21] Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/download/130078202/?lang=cs>

USC Shoa Foundation. *200 000 uprchlíků ve vlacích*. [cit. 2020-05-21] Dostupné z: <http://sfi.usc.edu/exhibits/200-000-uprchl%C3%ADk%C5%AF-ve-vlac%C3%ADch>

United States Holocaust Memorial Museum. [cit. 2020-05-21] Dostupné z: <https://www.ushmm.org/>

Vaughan, David. „The Master’s Voice“. *The Guardian*, 2008. [cit. 2020-05-21] Dostupné z: <https://www.theguardian.com/culture/2008/oct/09/radio.hitler.bbc.czechoslovakia>

8 Seznam vyobrazení

Obrázek 1: Polský plakát: čeští bezvěrci proti Polákům v Záoří.	8
Obrázek 2: Střež se skvrnitého tyfu. Obraz nepřítele.	11
Obrázek 3: Kriegsberichter SS.	15
Obrázek 4: Váš automobil Kraft durch Freude.....	17
Obrázek 5: Mládež slouží Vůdci. Od deseti let do HJ.....	18
Obrázek 6: Ilustrace Georga Reisingera pro Der Adler.....	22
Obrázek 7: Nacistický volební plakát.....	22
Obrázek 8: Komunistický volební plakát. John Heartfield.....	23
Obrázek 9: Adolf, nadčlověk. Polyká zlato, ale má plechovou hubu.	23
Obrázek 10: V für Victoria.	24
Obrázek 11: Plakát Ludwiga Hohlweina	24
Obrázek 12: Německý leták určený Američanům.....	25
Obrázek 13: Vítejte na řece Pádu.	26
Obrázek 14: Uslyšíš ještě někdy melodie Broadway?	26
Obrázek 15: Kde se zdržel Tomík?.....	27
Obrázek 16: Zábavná válka - pro Američany.....	27
Obrázek 17: Stále myslí na svého chlapce.....	28
Obrázek 18: Adolf Hitler. Heinrich Hoffmann.....	29
Obrázek 19: Okurky jsou neseny do sběrný.	30
Obrázek 20: Slunce na pláži, Dr. Paul Wolff.	31
Obrázek 21: Pálení knih. Franz Krieger.	32
Obrázek 22: Sovětští zajatci. Franz Krieger.	32
Obrázek 23: Chodci. Lala Aufsberg.	33
Obrázek 24: Lichtdom. Lala Aufsberg.	33
Obrázek 25: Sára (Jediné květy jejího mládí), Roman Vishniac.....	33
Obrázek 26: Joseph Goebbels. Alfred Eisenstaedt.	34
Obrázek 27: Synagoga v Lodži, Henryk Ross.....	35
Obrázek 28: Rodina židovského policisty. Henryk Ross.	35
Obrázek 29: Sob Jaša, Jevgenij Chaldej.....	36
Obrázek 30: Leni Riefenstahl.	38
Obrázek 31: Jud Süss.....	39

Obrázek 32: Svatba Magdy Quandt s Josephem Goebbelsem. A. Hitler v pozadí..	43
Obrázek 33: Volksempfänger VE301 přijímal jen německé vysílače. Foto: autor.	46
Obrázek 34: Celé Německo naslouchá vůdci. Foto: autor.....	48
Obrázek 35: Haus des Rundfunks.....	50
Obrázek 36: Elektromechanický přenosový vůz	52
Obrázek 37: Inscenace Borsig v přímém přenosu z pařížského studia.....	53

9 Rejstříky

9.1 Jmenný rejstřík

Andersen, Lale	28
Aufsberg, Lala	33
Barnack, Oskar.....	29
Beneš, Edvard	20
Bofinger, Alfred.....	54
Braun, Eva	17, 30, 44
Chalděj, Jevgenij.....	36
Eichmann, Adolf.....	36
Eisenhower, Dwight.....	11
Eisenstaedt, Alfred.....	35
François-Poncet, André	16
George, Lloyd	16
Gillars, Mildred.....	27, 51
Goebbels, Joseph	12, 14, 31, 35, 38, 40, 43, 44, 45, 53, 56
Göring, Hermann	43, 46, 52
Hadamovsky, Eugen	45, 46, 50, 52
Harlan, Veit.....	40, 41, 43
Harris, Sir, Arthur	25
Heartfield, John.....	24
Heydrich, Reinhard	20
Hindenburg, von, Paul	11, 18, 37
Hinzmann, Kurt	54, 55
Hitler, Adolf.....	11, 14, 16, 17, 44, 45
Hoffmann, Heinrich.....	17, 30, 31, 45
Hohlwein, Ludwig	25
Horthy, Miklós.....	9
Hugenberg, Alfred	38
Jodl, Alfred	11
Joyce, William	50
Krieger, Franz	33
Krofta, Kamil	48
Leitz II, Ernst	37
Ludendorff, Erich.....	37
Nannen, Henri	42
Paulus, Friedrich	52
Riefenstahl, Leni	17, 38, 39, 42
Röhm, Ernst	38
Ross, Henryk.....	35
Schockel, Erwin	24
Söderbaum, Kristina	40, 41, 43
Speer, Albert	11, 17, 18, 19, 75
Syrový, Jan.....	48

Ullrich, Oskar.....	48
Vishniac, Roman.....	34
Weidemann, Hans.....	42
Wolff, Paul.....	32

9.2 Věcný rejstřík

Bauhaus.....	14
Berghof.....	17
Česko-slovenská republika (tzv. druhá).....	9
<i>Deutsche Wochenschau</i>	41, 42
<i>Deutscher Fernseh-Rundfunk</i>	52
<i>Einheits-Fernseh-Empfänger EI</i>	53
<i>Entartete Kunst</i>	14
<i>Entjudung</i>	14
<i>Fernsehsender Paris</i>	54
<i>Fernsehsender Paul Nipkow</i>	53
<i>Filmpolitik</i>	38
<i>Flüsterpropaganda</i>	47
<i>Funkwarte</i>	50
hákový kříž, svastika.....	15
<i>Haus des Rundfunks</i>	52
<i>Hitler über Deutschland</i>	45
<i>Hitlerjugend</i>	19
Kriegsmarine.....	40, 41
<i>Landjahr</i>	19
Leica.....	29
Leica Freedom Train.....	37
Luftwaffe.....	19, 25, 41, 44
<i>Mein Kampf</i>	15, 16, 17
<i>Nachtkritik</i>	14
<i>Operation Cornflakes</i>	26
<i>Propagandakompanie</i>	41
Protektorát Čechy a Morava.....	9, 12, 20, 48, 49, 71
<i>Reichsparteitäge</i>	18
<i>Reichspropagandaleitung</i>	42
<i>Reichs-Rundfunk-Gesellschaft</i>	52
<i>Reichssendeleiter</i>	45, 46, 52
<i>Reichstag</i>	21
Rudá armáda.....	54
<i>Rundfunkeinheit</i>	46
Sacra congregatio de propaganda fide.....	10
<i>Säuberung</i>	14
Slovenský štát.....	9
smrtihlav.....	16

<i>Sportpalast</i>	52
<i>Stunden der Nation</i>	50
<i>Triumph des Willen</i>	17
uniforma	15
<i>Universum-Film Aktiengesellschaft</i>	37
Versailleská smlouva	19, 46
vlajka	15
<i>Volksempfänger</i>	45, 46, 49
<i>Volksfernseher</i>	53
Volkswagen	53
<i>Wunschkonzert</i>	51
Záolží	9
zbraně SS	15
<i>Zentralstelle für Röhrenforschung</i>	54
Židé	14, 20, 38, 47, 56

10 Příloha – text zadání

1. Teoretická východiska

Dvacáté století přineslo mnoho nových výrazových prostředků: filmový záznam pohybu, rádiové a televizní záznamy a vysílání, fotografování na kinofilm v kazetách, digitalizaci obrazu a zvuku.

Zároveň to bylo století, kdy se na jeho počátku státy světa přihlásily k demokratickým zásadám a budování států podle vůle voličů. Nové výrazové prostředky ale byly okamžitě využity k získání jejich hlasů a v některých případech se staly prostředkem, který k moci přivedl diktátory a umožnil jim ovládnutí veřejného prostoru, veřejného mínění a dovedl tyto státy do katastrof, které dnešní generace nepoznala. Moderní metody šíření propagandy používalo především nacistické Německo, které se mohlo opírat o pokročilou technickou základnu.

2. Cíl práce

Záměrem bakalářské práce je připomenout historické metody a techniky používané k šíření propagandy v nacistickém Německu. Některé z nich se totiž v moderním převleku uplatňují i v současné dezinformační éře. Bylo by dobré odhalit jejich historické kořeny.

Ve své práci bych se chtěl také zabývat otázkou, které metody propagandy jsou účinné, a to i s ohledem na zvolené cílové publikum.

Samostatnou kapitolu bude tvořit využití pornografie v propagandě.

3. Metodika zkoumání dané tematiky

Téma propagandy bude zkoumáno s využitím analytických prací a citací kasuistiky. Nosným médiem této kasuistiky je internet, kde se soustředí velké množství obrazového, zvukového a filmového materiálu, publikovaných článků, svědectví a vzpomínek.

4. Uvažované výsledky práce

Předpokládám, že práce bude mít hodnotu syntézy poznanych jednotlivostí. Velice doufám, že k její hodnotě přispěje osobní zkušenost autora, který v totalitním režimu prožil třetinu století.

5. Zhodnocení přínosu práce a možná doporučení pro praxi

Doufám, že by se moje práce mohla stát spolehlivým východiskem pro bakalářské práce dalších studentů, kteří se budou zabývat tématem manipulovaného zobrazení skutečnosti v současné době, v podmínkách řetězových mailů, hoaxů, fake news a insinuací politiků nebo veřejně známých osobností.

6. Základní odborné literární zdroje

Láb, Filip – Turek, Pavel. *Fotografie po fotografii*. Praha : Karolinum, 2009.

Lábová, Alena – Láb. Filip. *Soumrak fotožurnalistiky? Manipulace fotografií v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009.

Kopal, Petr (ed.). *Film a dějiny 2. Adolf Hitler a ti druzí – filmové obrazy zla*. Praha : Casablanca, 2009.

Spotts, Frederic. *Hitler a síla estetiky*. Přel. Ivan Brož. Praha : Epoque, 2007.

Luckert, Steven – Bachrach, Susan. *State of Deception. The Power of Nazi Propaganda*. Washington : 2011.

7. Základní představa o obsahové struktuře teoretické části

Předpokládám, že v práci popíšu vznik propagandy, etymologii názvu, podám historický exkurs o jejím vývoji např. v době napoleonských válek.

Dále se již soustředím na Německo jako technicky vyspělý evropský totalitní stát v době před rozpoutáním války i během ní. Okrajově se budu zabývat i reakcemi propagandy a kontrapropagandy dalších válčících států. Toto téma má přesah do současnosti, kdy čelíme hybridní válce, jejímž podstatným prvkem je zápas o veřejné mínění.

8. Základní představa o obsahové struktuře praktické (aplikační) části

Práce bude mít povahu teoretické a historické studie. V současné chvíli neuvažuji o tom, že by ji doplňovala nějaká praktická část. Není však vyloučeno, že k ní připojím nějakou ukázkou vlastní propagandistické tvorby. v tomto směru nemám pevnější představu a nechám se inspirovat vývojem evropské a české politické situace.