

POLICEJNÍ AKADEMIE ČESKÉ REPUBLIKY V PRAZE

Fakulta bezpečnostního managementu

Katedra společenských věd

Nacistická propaganda (témata, cíle, nástroje)

Bakalářská práce

Nazi propaganda (themes, goals, tools)

Bachelor thesis

VEDOUCÍ PRÁCE

PhDr. Petr NESVADBA, CSc.

AUTOR PRÁCE

Tadeáš DANÍČEK

PRAHA

2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Praze, dne

Tadeáš DANÍČEK

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych tímto poděkoval vedoucímu mé práce, panu PhDr. Petru Nesvadbě, CSc., který mi vždy poskytl cenné rady a užitečnou literaturu.

ANOTACE

Bakalářská práce se zabývá problematikou nacistické propagandy. V první části se práce zabývá vymezením pojmu propaganda, a také její historií. Dále se snaží popsat německou mentalitu a přiblížit meziválečné období v Německu. Ve třetí části se práce zabývá jednotlivými prvky nacistické propagandy, jako propaganda z perspektivy Adolfa Hitlera a Josepha Goebbelse; demonizování nepřátel; využití rozhlasu, filmu a tisku k šíření propagandy; propaganda a německá mládež; německé propagandistické jednotky a v neposlední řadě, jak nacisté využili propagandu při olympijských hrách v roce 1936. Závěrečná kapitola poté odhaluje pozadí nejvýraznějších nacistických symbolů.

KLÍČOVÁ SLOVA

propaganda * nacismus * nacistická propaganda * Adolf Hitler * Joseph Goebbels
* *Hitlerjugend* * *Propaganda kompanien* * Olympiáda 1936

ANNOTATION

The bachelor thesis deals with the issue of Nazi propaganda. The first part of the thesis deals with the definition of the term propaganda, as well as its history. It then attempts to describe the German mentality and to present the interwar period in Germany. In the third part, the thesis examines the different elements of Nazi propaganda, such as propaganda from the perspective of Adolf Hitler and Joseph Goebbels; demonizing the enemy; the use of radio, film and the press to spread propaganda; propaganda and German youth; German propaganda units and last but not least how the Nazis used propaganda during the 1936 Olympics. The final chapter then reveals the background of the most prominent Nazi symbols.

KEYWORDS

propaganda * Nazism * Nazi propaganda * Adolf Hitler * Joseph Goebbels *
Hitlerjugend * *Propaganda kompanien* * Olympics 1936

Obsah

1	Propaganda – vymezení pojmu	7
1.1	Definice	7
1.2	Cíle	7
1.3	Formy propagandy	8
1.4	Historie propagandy	9
2	Předpoklady pro úspěch nacistické propagandy	17
2.1	Německá mentalita	17
2.2	Německo v první polovině 20. století	21
3	Nacistická propaganda	27
3.1	Propaganda podle Hitlera	27
3.2	Propaganda podle Goebbelse	30
3.2.1	19 principů propagandy dle Goebbelse	31
3.3	Propaganda v praxi	33
3.3.1	Glorifikace a demonizace	33
3.3.2	Rozhlas	37
3.3.3	Film	38
3.3.4	Tisk	39
3.3.5	Hitlerova mládež	42
3.3.6	Propagandistické jednotky	44
3.3.7	Olympijské hry pod hákovým křížem	47
3.4	Nacistická symbolika	48
3.4.1	Hákový kříž	50
3.4.2	<i>Totenkopf</i> – „umrlčí lebka“	51
3.4.3	Runy SS	53

Úvod

Adolf Hitler ve své knize *Mein Kampf* mimo jiné píše „*propaganda je zbraň, a to vpravdě strašlivá v rukou znalce*“¹. Cílem této práce je předložit jednotlivé informace, na základě, kterých si lze udělat obrázek o tom, jak strašlivá zbraň propaganda v rukou nacistů byla a jak efektivně ji dokázali využívat.

Začátek práce by se dal nazvat „propaganda v kostce“, jelikož zde se zabírám samotným pojmem propaganda, dozvíte se zde například jaký je rozdíl mezi bílou, černou nebo šedou propagandou nebo zde popisují velmi pestrá historii propagandy.

Dalo by se říct, že propaganda je svým způsobem divadlo a žádné divadlo by se neobešlo bez diváků a bez scény. Jaká je náтура německého „publika“? Jaký mohla mít vliv na míru ovlivnitelnosti? Jak vypadala meziválečná „scéna“ v Německu od první světové války po nástup Adolfa Hitlera k moci? Tímto vším se zabírám v druhé kapitole této práce.

Těžištěm práce je poté třetí kapitola, kde už rozebírám jednotlivá témata, cíle a nástroje nacistické propagandy. Popisují zde například pohled na vedení propagandy hlavních představitelů, Adolfa Hitlera a Josepha Goebbelse nebo třeba jakým způsobem byly využívány masmédiá k šíření „správných a vhodných“ názorů a jak obratně uměla nacistická masmédiá „ohýbat“ informace. Dozvíte se zde i jakým způsobem byla ovlivňována německá mládež skrze spolky; jakým způsobem probíhalo ovlivňování jak vlastních, tak i nepřátelských vojáků přímo na frontě či jak se prezentoval nacistický režim během olympijských her v roce 1936. Vše je zakončeno kapitolou o pozadí nacistických symbolů, které jsou dodnes charakteristické pro tento režim.

Rád bych ještě uvedl, že toto téma by se dalo zpracovat na několik knižních publikací, pokrytí problematiky v rámci této práce rozhodně není vyčerpávající a ani to nebylo cílem, omezují se zde pouze na dle mého názoru důležité, a především zajímavé informace.

¹ HITLER, Adolf. *Můj boj: dva svazky v jednom. Sv. 1.: Účtování. Sv. 2.: Národněsocialistické hnutí*. Nezkrác. vyd. Přeložil Stanislav MICHALČÍK. Praha: Otakar II., c2000. ISBN 8086355268. s. 130.

1 Propaganda – vymezení pojmu

V prvé řadě je důležité vymezit termín propaganda, co se pod ním skrývá a jaké může mít propaganda podoby.

1.1 Definice

„Propaganda je záměrná, systematická snaha o formování vnímání, manipulaci s poznáním a usměrňování chování s cílem dosáhnout reakce, která podpoří požadovaný záměr propagandisty.“²

„Propaganda je šíření informací - faktů, argumentů, fám, polopravd nebo lží, s cílem ovlivnit veřejné mínění. Záměrnost a poměrně velký důraz na manipulaci odlišují propagandu od běžné konverzace nebo volné a snadné výměny názorů.“³

„Propaganda je obecně definována jako systematické šíření informací a myšlenek, především neobjektivním nebo zavádějícím způsobem, za účelem prosazování nebo podpory politické kauzy nebo názoru.“⁴

Podobných definic bych mohl uvést jistě nepřeberné množství, ovšem už u těchto tří si lze povšimnout jisté shody v definování propagandy, a tyto shody lze dle mého názoru považovat za charakteristické rysy propagandy:

- Jde o formu manipulace a cílené podsouvání informací (ať už pravdivých, lživých či polo lživých);
- ovlivňuje postoje, především mas;
- vše se děje ku prospěchu propagandisty.

1.2 Cíle

Cíle propagandy lze definovat různě, záleží na konkrétních požadavcích propagandisty. Mě nejvíce zaujalo vymezení dle Johnson-Cartee, která se ve své knize zmiňuje o těchto:

- mobilizovat nenávisť vůči oponentovi

² JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. Fifth edition. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications, 2011. ISBN 978-1412977821 s. 7.

³ Britannica.com: *Propaganda* [online]. [cit. 5. 10. 2022]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/propaganda>.

⁴ MVCR.cz: Definice dezinformací a propagandy [online]. [cit. 5. 10. 2022]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

- zachovat přízeň spojenců a pokud je to možné, zajistit spolupráci neutrálních
- demoralizovat oponenta

Aby propagandista těchto cílů dosáhl, musí zapojit takovou taktiku a zvolit takové nástroje, jež budou vyhovovat konkrétní situaci. Pro mobilizování nenávisti proti nepříteli je důležité charakterizovat nepřítele jako bezzásadového a nelidského zločince, který odporuje hodnotám daného společenství a čímž všechny ohrožuje. Aby se podpořila stávající spojenectví, je vhodné dát důraz na sdílené hodnoty a názory, charakterizovat nepřítele jako společnou hrozbu a podporovat pozitivní image spojenců ve vlastním společenství. Taktika uchování náklonnosti neutrálních zahrnuje identifikování společných zájmů, podporu mírové spolupráce a přesvědčení o nebezpečnosti třetí strany. Konečně demoralizace nepřítele probíhá pomocí rozšiřování negativních a zastrašujících zpráv, zničení důvěry v nepřítelovy hodnoty a ideje, podkopávání důvěry v jejich vůdce a spojence a rozšiřování pozitivní propagandy o sobě samém.⁵

1.3 Formy propagandy

Propagandu lze rozčlenit do tří forem: bílou, černou a šedou. O zařazení pod jednu ze tří forem bude rozhodovat především důvěryhodnost zdroje a přesnost interpretovaných informací.

- I. **Bílá propaganda** obvykle pochází ze zdroje, který je správně identifikován, a informace ve zprávě bývají přesné. Přestože to, co posluchači slyší, je poměrně blízko pravdě, je to podáváno způsobem, který se snaží posluchače přesvědčit, že odesílatel je „ten dobrý“ s nejlepšími myšlenkami a politickou ideologií. Bílá propaganda se pokouší vybudovat si u posluchačů důvěryhodnost, neboť ta by mohla být někdy v budoucnu užitečná.⁶
- II. O **černou propagandu** jde tehdy, když je zdroj utajen nebo připsán falešné autoritě a šíří lži, výmysly a podvody. Černá propaganda je „velká lež“, která zahrnuje všechny druhy kreativních podvodů. Úspěch či neúspěch černé propagandy závisí na ochotě příjemce přijmout důvěryhodnost zdroje a

⁵ JOHNSON-CARTEE, Caren S. a Gary A. Copeland. *Strategic political communication*. [B. m.] Rowman & Littlefield Publishers, 2003., s. 185-187.

⁶ JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. c. d., s. 17.

obsahu sdělení. Je třeba dbát na zasazení zdrojů a sdělení do sociálního, kulturního a politického rámce cílové skupiny. Pokud odesílatel špatně pochopí publikum, a proto navrhne sdělení, které mu nesedí, může černá propaganda působit podezřele a má tendenci selhat.⁷

- III. **Šedá propaganda** je něco mezi bílou a černou propagandou. Zdroj může, ale nemusí být správně identifikován, a přesnost informace je nejistá. Jde o velmi rozšířenou formu propagandy. Společnosti, které ve výročních zprávách zkreslují statistické údaje, reklama, která naznačuje, že výrobek dosáhne výsledků, kterých nemůže dosáhnout, filmy, které jsou natočeny výhradně za účelem umístění produktu, a televizní evangelisté, kteří si osobně ponechávají peníze, které vybírají na náboženské účely, to vše spadá do kategorie šedé propagandy.⁸

Dalším termínem, který stojí vedle pojmu propaganda a někdy může být s propagandou zaměňován, je dezinformace. Dezinformace je obvykle považována za černou propagandu, protože je skrytá a používá nepravdivé informace. Ve skutečnosti je slovo dezinformace příbuzné s ruským *dezinformatsia*, převzatým z názvu oddělení KGB, které se věnovalo černé propagandě. Dezinformace znamená „nepravdivé, neúplné nebo zavádějící informace, které jsou předávány, podávány nebo potvrzovány cílovému jedinci, skupině nebo zemi“⁹. Nejedná se o dezinformaci, která je pouze zavádějící nebo chybnou informací. Dezinformace jsou tvořeny zprávami vytvořenými s cílem oslabit protivníka a podstrčenými do novin novináři, kteří jsou ve skutečnosti tajnými agenty cizí země. Tyto zprávy jsou vydávány za skutečné a pocházející z důvěryhodných zdrojů.¹⁰

1.4 Historie propagandy

Skutečnost, že války vyvolávají intenzivní propagandistické kampaně (a naopak), vyvolává u mnoha lidí domněnku, že propaganda je něco nového a moderního. Samotné slovo se začalo běžně používat až v roce 1914 se začátkem

⁷ JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. c. d., s. 18; 20.

⁸ Ibid. s. 20; 23.

⁹ SCHULTZ, Richard H. a Roy GODSON. *Dezinformatsia: Active Measures in Soviet Strategy*. Nebraska: University of Nebraska Press, 1984, s. 41.

¹⁰ JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. c. d., s. 23 - 24.

první světové války. Pravdou však je, že propaganda není nic nového a moderního. Nikdo by se nezmýlil, kdyby se domníval, že jde něco nového a moderního, kdyby se od raných dob snahy o mobilizaci postojů a názorů skutečně nazývaly propagandou. Boj o lidské myšlení je starý jako lidstvo samo.¹¹

Ve starověké asijské civilizaci, která předcházela vzestupu Athén jako velkého centra lidské kultury, žily masy lidí v despotii a neexistovaly žádné kanály nebo metody, které by mohly použít k formulování nebo vyjádření svých pocitů a přání jako skupiny. V Athénách si však Řekové, kteří tvořili třídu občanů, byli vědomi svých zájmů jako skupiny a byli dobře informováni o problémech a záležitostech městského státu, k němuž patřili. Rozdíly v náboženských a politických otázkách byly důvodem k propagandě a kontra propagandě. Silně věřící Athéňané sice postrádali takové nástroje, jako jsou noviny, rozhlas a film, ale mohli využívat jiné mocné nástroje propagandy k formování postojů a názorů. Řekové měli hry, divadlo, shromáždění, soudy a náboženské slavnosti, a ty poskytovaly příležitost k propagandě myšlenek a přesvědčení. Řečtí dramatici využívali drama k politickému, sociálnímu a morálnímu učení. Dalším účinným nástrojem k prosazování názorů bylo řečnictví, v němž Řekové vynikali. A přestože neexistovaly tiskařské stroje, v řeckém světě se šířily ručně psané knihy, které se snažily formovat a kontrolovat názory lidí.¹²

Od té doby, kdykoli měla nějaká společnost společné znalosti a smysl pro společné zájmy, využívala propagandu. A již v 16. století používaly národy metody, které se do jisté míry podobaly metodám moderní propagandy. V době španělské Armady¹³ (1588) organizovali španělský král Filip II. i anglická královna Alžběta propagandu zcela moderním způsobem. Při jedné příležitosti, několik let po španělské Armadě, si sir Walter Raleigh rozhořčeně stěžoval na španělskou propagandu (ačkoli tento název nepoužil). Rozzlobila ho španělská zpráva o námořní bitvě poblíž Azorských ostrovů mezi britskou lodí Revenge a loděmi španělského krále. Říkal, že: „*není divu, že se Španělé snaží falešnými a*

¹¹ CASEY, Ralph D. *What is propaganda?* [online]. [B. m.]: GI Roundtable series, 1944. [cit. 29. 9. 2022]. Dostupné z: [https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-\(1944\)](https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-(1944)).

¹² Ibid.

¹³ označení pro španělskou flotilu

pomlouvačnými pamflety, radami a dopisy zakrýt vlastní ztráty a znevážit u jiných jejich vlastní pocty, zvláště když se tento boj odehrál daleko. A pak připomněl, že ještě v době španělské Armady, kdy Španělé zamýšleli invazi *do Anglie, vydávali „v různých jazycích tiskem velká slovní vítězství, jichž se dovolávali proti tomuto království, a šířili je v nejfalešnější podobě po všech částech Francie, Itálie i jinde*“. Opak byl však pravdou, protože španělská Armada utrpěla v roce 1588 kolosální porážku.¹⁴

Termín propaganda se v Evropě zřejmě poprvé začal běžně používat v důsledku misijní činnosti katolické církve. V roce 1622 papež Řehoř XV. zřídil v Římě Kongregaci pro šíření víry¹⁵. Jednalo se o skupinu složenou z kardinálů, která měla za úkol šířit víru a upravovat církevní záležitosti v pohanských zemích. Za papeže Urbana VIII. bylo zřízeno Kolegium pro šíření víry, které připravovalo kněze pro mise. Ve svém původu je „*propaganda*“ starobylé a čestné slovo. Náboženské aktivity, které byly spojeny s propagandou, se těšily uctivé pozornosti lidstva. Teprve v pozdějších dobách se toto slovo začalo spojovat se sobectvím, nečestností nebo podvratnou činností. Po celý středověk a v pozdějších historických obdobích až do novověku existovala propaganda. Žádný národ se bez ní neobešel. Konflikt mezi králi a parlamentem v Anglii byl historickým bojem, do něhož byla propaganda zapojena, byla také jednou ze zbraní použitých při boji za americkou nezávislost, a dokonce byla použita ve Francouzské revoluci.¹⁶

Přestože jak v Německu, tak v Sovětském svazu vznikly diktátorské režimy, přece jenom se jednalo přes shodné totalitní rysy o dva odlišné typy diktatur. Hlavní rozdíl spočíval ve způsobu nastolení režimu, v odlišné oficiální ideologii a jiném uspořádání hospodářských vztahů. Sovětský režim vycházel z třídního principu, ujal se moci revolucí a zcela postátnil ekonomiku. Nacistický režim se naproti tomu dostal k moci zpočátku parlamentní cestou, byl postaven na rasové ideologii a provozoval hybridní ekonomiku, ve které sice určoval výrobu, ale

¹⁴ CASEY, Ralph D. *What is propaganda?* c. d.

¹⁵ Originální název zněl *Congregatio de propaganda fide*

¹⁶ CASEY, Ralph D. *What is propaganda?* c. d.

zásadně nezměnil strukturu vlastnických vztahů. Tyto rozdíly pak rovněž vytvářely dlouhodobý výkladový rámec pro oficiální propagandu.¹⁷

Ústřední postavu v diktátorských režimech představuje vůdce. Hitlerův obraz akcentoval motiv rozhodnosti a silné vůle. Nejenom ostrý pohled a rázný postoj, ale i časté nošení uniformy s Železným křížem z dob 1. světové války naznačovaly, že skutečný vůdce nenaslouchá masám, ale ve smyslu vyšší prozřetelnosti je sám k vytyčenému cíli vede. Stalinův kult osobnosti se naopak snažil zdůrazňovat vlídnou velikost. I když se Stalin rovněž nechával zobrazovat v jednoduché uniformě, jeho pohled naopak vyjadřoval pochopení a celkovou uvolněnost, což někdy podtrhovala buď dýmka, anebo alespoň ruka zasunutá v kapse vojenského pláště. Zdůrazňovala se tak myšlenka, že opravdový vůdce rozumí svému lidu a jenom mu pomáhá vytyčovat cestu tam, kam si uvědomělý lid sám přeje.¹⁸

Období první světové války bylo prvním obdobím, kdy se celé národy aktivně zapojily do globálního boje. Občané Evropy a Ameriky byli požádáni, aby se vzdali svých vlastních potěšení ve prospěch válečného úsilí. Bylo třeba shromáždit peníze, obětovat své materiální pohodlí a rodiny přicházely o své blízké. Veřejná spolupráce byla naprosto nezbytná. K dosažení těchto cílů byly podniknuty pokusy o vyvolání nenávisti a strachu z nepřítele a posílení morálky u vlastních lidí. Masmédia byla použita způsobem, jako nikdy předtím, k ovlivňování obyvatelstva a vštěpování jednotného názoru, vlastenectví, oddanosti válečnému úsilí a k podněcování nenávisti vůči nepříteli. Pečlivě promyšlená propagandistická poselství byla předávána prostřednictvím zpráv, filmů, fotografických záznamů a projevů, knih, kázání, plakátů, fám, billboardových reklam a letáků. „Bezdrátové“ rozhlasové vysílání bylo považováno za tzv. nové médium pro formování postojů veřejnosti. Věřilo se, že rozhlasová propaganda dokáže stmelit masy do spojení „nenávisti, vůle a naděje“.¹⁹

Vznik masových armád a moderních politických stran, rychlé šíření zpráv novými komunikačními prostředky, přímá a nepřímá účast i zájem širokých vrstev

¹⁷ ANDĚL, Jaroslav. *Plakát v souboji ideologií 1914 – 1918*. DOX, 2014. s. 95.

¹⁸ Ibid. s. 96 – 97.

¹⁹ JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. c. d., s. 166.

o politické dění a zejména velký rozmach organizovaného dělnického hnutí přiměly vládnoucí třídy, aby věnovaly soustavnou a zvýšenou pozornost ovlivňování veřejného mínění v duchu imperialismu. Nová ideologie imperialismu navázala jednak na konzervativní myšlenkové proudy jako byl militarismus, jednak přizpůsobila svým potřebám liberální národní myšlenku. Své nejohavnější zastánce, hlasatele a také mecenáše našla zpravidla ve vojenských kruzích, v řadách politické pravice a některých monopolních skupin. V Německu se tyto agresivní imperialistické síly seskupovaly kolem generality, korunního prince, Všeněmeckého svazu, junkerstva a zbrojního průmyslu; v Rakousku kolem náčelníka generálního štábu Conrada von Hötzendorfa; v Anglii byly reprezentovány tzv. jingoisty a objektivně vzato zastupovány pracovníky ministerstva zahraničí Nicolsonem a Crowem; v Rusku stál v jejich čele velkokníže Nikolaj Nikolajevič se svou družinou; ve Francii to byly silné nacionalistické kruhy²⁰

Vůbec nejširší pole působnosti v období imperialismu se otevřelo ideologii nacionalismu a šovinismu. Původní národní myšlenka 19. stol. uznávala právo všech národů na vlastní politické sebeurčení a jejich vzájemná rovná práva. V této době požadavek imperialistické expanzivní politiky povýšil stát nad národ a z národa, vyvoleného nad všechny ostatní, učinil nástroj k zvýšení velikosti a moci vlastního státu. Nacionalistická „vlastenecká“ propaganda začínala už ve škole a v mládežnických organizacích, pokračovala při vojenském výcviku a při veřejných manifestacích a denně byla utvrzována tiskem a jinou literaturou. ²¹

²⁰ JINDRA, Zdeněk. *První světová válka*. [B. m.]: SPN, 1984. s. 49.

²¹ Ibid. s. 50 - 51.

Propaganda byla rozvíjena a využívána k navázání spolupráce mezi industrializovanou společností a bojujícími ozbrojenými silami. V továrnách po celé Americe byly po zdech vylepovány plakáty, které vypadaly jako filmové a zobrazovaly dělníky a vojáky ruku v ruce. Náborový plakát z roku 1914 „*Your country needs you*“²², udělal z britského ministra války lorda Kitchenera okamžitě rozpoznatelnou ikonu. Obrázek následně pozměnil James Montgomery Flagg v roce 1917 na plakát „*I want you for the U.S. army*“²³ a dal Americe Strýčka Sama.²⁴



Obrázek 1 - srovnání britského a amerického náborového plakátu

CPI²⁵ distribuovala více než 100 milionů plakátů a letáků. Válečná propaganda v Americe i v zahraničí se ukázala jako velmi obratná, vysoce koordinovaná a poměrně účinná. Válečnou propagandu bychom také mohli popsat jako promyšlenou, systematickou a představovala pokus o formování vnímání, manipulaci s poznáním a usměrňování chování s cílem dosáhnout reakce, která by podpořila požadovaný záměr propagandisty.²⁶

Přestože ve většině případů šlo o bílou, věcnou a přesnou propagandu, objevovaly se i případy šedé nebo černé propagandy. Jak Spojenci, tak i Němci šířili falešné příběhy o zvěrstvech, šedou propagandu (zdroj byl znám, ale informace byly nepravdivé). Například spojenci vyprávěli příběh o tom, že Němci

²² v překladu: „*Tvá země tě potřebuje*“

²³ v překladu: „*Chci tě do americké armády*“

²⁴ JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. c. d., s. 166.

²⁵ Výbor pro veřejné informace, známý také jako Creelův výbor podle svého předsedy George Creela, sloužil jako první rozsáhlá propagandistická agentura americké vlády.

²⁶ JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. c. d., s. 167.

vařili mrtvoly svých vojáků, aby je použili na tuky. Tvůrci příběhu záměrně chybně přeložili německé slovo *kadaver* jako mrtvola místo zvířecí zdechliny a ve snaze zničit proněmecké nálady šířili příběh o „továrně na mrtvoly“ po celém světě. Věděli, že německé slovo *kadaver*, které doslova znamená „mrtvola“, se v němčině používá pouze pro označení těla zvířete a nikdy ne pro tělo člověka, ale neněmecky mluvící publikum to nevědělo. Příběh vymyšlený v roce 1917 byl odhalen jako nepravdivý až o osm let později. Příběhy o zvěrstvích byly spolu s dalšími, vkusnějšími propagandistickými snahami považovány za poměrně účinné.²⁷

Přesuneme-li se do období druhé světové války, určitě nás nepřekvapí, že i zde využití propagandy hrálo významnou roli.

Propagandistické úsilí válčících zemí ve druhé světové válce bylo v mnoha ohledech předvídatelné, protože navazovalo na objevení potenciálu psychologické války v první světové válce. Hlavní rozdíl spočíval v tom, že hlavním prostředkem pro zasílání propagandistických zpráv do cizích zemí se stal rozhlas. Tradiční propagandistická média, jako byly letáky, plakáty a filmy, byla stále používána, ale za použití poznatků o lidském chování. Mezi oblíbené propagandistické postupy patří stereotypy a negativní nálepky; vyvolávání strachu; úmyslné zkreslování; polopravdy a lži; apel na konformitu a na snahu přidat se k vítězné straně. Tyto poznatky byly rozvíjeny na základě objevů sociální psychologie a psychologie davu, jež například Hitler s Goebbelsem pečlivě studovali. Použití specifických postupů a technik záviselo na charakteru toho kterého média. Zejména důraz na propagandu zvěrstev měl být bagatelizován, s výjimkou případů, kdy to sloužilo záměrnému účelu.²⁸

Všechny válčící strany mnohem více šířily propagandu prostřednictvím rozhlasu, protože toto nové médium poskytovalo ideální příležitost k navázání kontaktu na velké vzdálenosti, aniž by bylo nutné odhalit zdroj zprávy. Byly zřízeny tajné rozhlasové stanice, které vysílaly jak pravdivé, tak nepravdivé informace pro nepřítele, a k vytvoření iluze vysílání pocházejícího z vlastních zemí byli využíváni

²⁷ JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. c. d., s. 167.

²⁸ Ibid. s. 252.

ANDĚL, Jaroslav. c. d., s. 17.

speciální komentátoři. Zvláště zdatní v tom byli Britové, kteří prostřednictvím služeb *British Broadcasting Corporation* (BBC) zřídili několik černých propagandistických stanic zaměřených na německé domácí i vojenské cíle. Tyto stanice tím, že v podstatě vysílaly pravdu o válečných poměrech, dokázaly značně ovlivnit německý lid a často způsobily zmatek na vojenské frontě. Tento důraz na pravdu, který se stal základní filozofií BBC, se ukázal jako mimořádně silná propagandistická zbraň a na konci války německé civilní obyvatelstvo poslouchalo toto vysílání, aby se dozvědělo o poměrech ve své zemi.²⁹

Ve všech zemích byly vymyšleny rozsáhlé kampaně na podporu morálky domácí fronty. Zejména v Británii, kde německá Luftwaffe svými bombardovacími nálety vyvolala chaos, bylo nezbytné, aby obyvatelstvo nepropadlo panice. Ministerstvo informací, které bylo tímto úkolem pověřeno, si opět uvědomovalo, že pravda je jejich největším propagandistickým prostředkem, ale jejich odborníci měli problém přesvědčit vládu, aby tuto taktiku přijala. Nakonec ministerstvo zvítězilo s argumentem, že v boji proti totalitě by si Británie neměla půjčovat zbraně lží a cenzury, ale měla by se spolehnout na citlivost a houževnatost britského lidu a vzít ho na milost. Ačkoli se ne vždy podařilo odhalit celou pravdu, z dlouhodobého hlediska hrála taková propagandistická taktika důležitou roli při udržování vysoké morálky britské veřejnosti, a to i v nejtemnějších obdobích na počátku války³⁰

Ve Spojených státech byly problémy jiné a hlavní důraz byl kladen na to, aby se Američanům jasně zdůvodnilo, proč se válčí v Evropě. Prezident Roosevelt musel pečlivě zjišťovat mínění americké veřejnosti ohledně podpory vstupu do evropského konfliktu, než se národ zavázal k dlouhému a krvavému konfliktu. Útok na Pearl Harbor 7. prosince 1941 mu poskytl událost, kterou potřeboval, „aby změnil náladu lidu a umožnil mu vést jednotnou a odhodlanou Ameriku do války“ Bylo považováno za nezbytné poskytnout americkému bojovníkovi orientaci v důvodech, proč se po něm žádá, aby riskoval život. Filmy *Why We Fight*³¹ byly povinně promítány mužům u odvodu a první z nich, *Prelude to War*³², byl v roce

²⁹ JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. c. d., s. 253.

³⁰ Ibid. s. 253.

³¹ v překladu: „Proč bojujeme“

³² v překladu: „Předehra k válce“

1943 promítán i civilnímu publiku po celé zemi. Tyto filmy byly předmětem důležitého výzkumu účinků propagandistických sdělení na konkrétní publikum. Americká masmédia nebyla zvyklá na to, aby jim někdo říkal, co mohou nebo nemohou dělat, a plná spolupráce s vládou přišla až po řadě delikátních jednání. Představitelé OWI³³ si přáli, aby domácí zábavní média využila své značné moci k propagandě vůči americké veřejnosti okatějším způsobem, než vedoucí představitelé médií považovali za nutné.³⁴

2 Předpoklady pro úspěch nacistické propagandy

2.1 Německá mentalita

Co jsou hlavní klíče k vedení efektivní propagandy? Nejde jen o vhodné načasování, přesvědčivost a užití vhodných prostředků, je to především o „publiku“, na které se cílí, o jeho smýšlení a ovlivnitelnosti. V této kapitole se pokusím přiblížit smýšlení právě toho německého „publika“. Téma německé mentality výstižně zpracoval Aleš Valenta ve své knize *Německý rok 1968*, kde se o Němcích vyjadřuje takto:

*„Němci si udržují sociální odstup. Němci jsou družní a při lidových slavnostech či karnevalech se dospěle drží za ruce a pokyvují se v rytmu hudby a zpěvu. Němci jsou fanatici pokroku, ale zároveň jako málokterý národ lpí na tradici – např. na tradičních řemeslech; ve Spolkové republice také dosud existuje ve srovnání s ostatními západními zeměmi překvapivě velké množství rodinných firem. Němci milují svá auta a vybetonovali si kvůli nim desetinu země, kácí tisíce stromů, aby mohli stavět větrné elektrárny, ale přitom v sobě stále mají starogermánskou lásku k lesu. Jestliže mnoha národům můžeme právem přimknout charakteristické vlastnosti, o Němcích to platí dvojnásob.“*³⁵

Bez odkazu k Německé povaze a jejím historickým kořenům bychom jen velmi těžko dokázali pochopit specifické německé cesty dějinami.³⁶ Německý

³³ The office of War information - sloužilo během druhé světové války jako důležitá vládní propagandistická agentura USA.

³⁴ JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion*. c. d., s. 255.

³⁵ VALENTA, Aleš. *Německý rok 1968*. [B. m.]: LEDA, 2021. ISBN 9788073357542 s. 33 – 34.

³⁶ Ibid.

historik Golo Mann vytyčil tři základní faktory německých dějin, které formovaly německou povahu:³⁷

- I. **Poloha ve středu Evropy** - sídlo uprostřed kontinentu, mezi jinými etniky, předurčovalo Němce ke konfliktním vztahům s okolím. Předpokladem byla ovšem jejich početnost, jelikož jen velké národy vystupují dlouhodobě jako dominantní a expanzivní dějinné subjekty. Nejistá hranice, kulturní a hospodářská převaha nad východními slovanskými a baltskými kmeny a v neposlední řadě christianizace³⁸ byly faktory, které vedly od dob Karla Velikého k expanzi Germánů, resp. Němců na východ. Tento takzvaný *Drang nach Osten*, který vyvrcholil za nacistického Německa, se stal jedním z nejvýznamnějších a nejtragičtějších rysů německých a evropských dějin.³⁹
- II. **Luterský protestantismus** – Po generaci trvajících ponor do hlubin duchovního bytí, jemuž se oddávali luterští pastoři a mnozí další protestantští vzdělanci, vytvářel apolitickou kulturu, kteráablokovala cestu k formulaci osvícenských principů moderní parlamentní demokracie, jež se v 17. a 18. století formovaly v prostředí britském a francouzském. V luterském protestantismu se vytvořilo “krajně konzervativní pojetí přirozeného práva”, spojené s vírou ve vrchnost, nesmírnou úctou před úřadem a byrokracií a “zcela pasivní podrobení se daným poměrům”. Na rozdíl od kalvinistů⁴⁰ nemohli tudíž luteráni dospět k radikálnímu rozchodu s feudalismem a připravit podmínky pro vznik společnosti svobodných občanů. Namísto demokratické státnosti zakořenilo v protestantském Německu, resp. Prusku národovectví jako nositel státnosti a účel státu.⁴¹ Také proto Němci tak tíhli k minulosti, v níž hledali oporu vůči nejisté přítomnosti, která – jak se jim zdálo – je příznivěji nakloněna jiným evropským státům.⁴²

³⁷ MANN, Golo. *Deutsche Geschichte des 19. und 20. Jahrhunderts*. s. Fischer Verlag, 1958. ISBN 978-3103479010. s. 20. IN: VALENTA, Aleš. *Německý rok 1968*. c. d., s. 34.

³⁸ pojem označující proces konverze jedinců či většího množství lidí ke křesťanství.

³⁹ VALENTA, Aleš. *Německý rok 1968*. c. d., s. 35 – 36.

⁴⁰ Vedle luteránství je nejvýznamnějším z protestantských náboženských směrů.

⁴¹ PLESSNER, Helmut. *Die verspätete Nation*. Berlín, Suhrkamp, 1959. s. 63.

⁴² VALENTA, Aleš. *Německý rok 1968* c. d., s. 48.

III. **Existence říše** – Složitý pseudostátní útvar, nazývaný od 12. století Svatá říše římská. Od konce 15. století s přídomek „národa německého“. Ustavila se jako duchovní a kulturní dědic antického římského impéria a hlavní ochránce křesťanského náboženství.⁴³ V nepřítomnosti velkého říšského centra spatřovali němečtí historici 18. století záruku evropského míru, pruští historici 19. století naopak slabinu.⁴⁴ Existence říše přinášela Němcům pocit hrdosti a evropské výjimečnosti, tento pocit pramenil z víry, že zdělili po Římanech úkol udržovat v Evropě řád.⁴⁵

Pro Němce je typická oddanost státu. Německý význam slova „stát“ nabyl postupně doslova „majestátního smyslu“, unikátního mezi ostatními národy a jazyky. Stát je pro Němce daným stavem, stavem práva, čímsi trvalým, ideálním stavem a jako takový se stal naplněním německé existence.⁴⁶ Poddajnost vůči jakékoli vládě provází pasivní vztah k politice, ochotné přenechání vlády „expertům“ a zvláště horlivá spolková činnost, fungující jako náhrada politiky – neuvěřitelné množství často zcela bizarních spolků, kroužků a svazů je od 19. století charakteristickým pro německý společenský život.

Nejpozději od počátku 19. století se mezi Prusy, později mezi Němci obecně zaváděl názor, že základní jednotkou politického života musí být úředníci a že kritika státu je výrazně špatného smýšlení a cosi neněmeckého a nevlasteneckého. Tento názor hluboko zakořenil za dob nacismu. Zatímco u mnoha jiných národů je poddanství znakem špatného občanství, u Němců se respekt před státem vyvinul v synonymum nejvznešenějšího smýšlení. Odpor k revolucím plyne z hluboce zakořeněného strachu Němců před porušením daných norem.⁴⁷

⁴³ MANN, Golo. *Deutsche Geschichte des 19. und 20. Jahrhunderts*. c. d., s. 29.

⁴⁴ STÜRMER, Michael. *Die Grenzen der Macht. Begegnung der Deutschen mit der Geschichte*. Siedler-Verlag, 1990. s. 69.

⁴⁵ Ibid. c. d., s. 65 – 66.

⁴⁶ KAHLER, Erich. *Der Deutsche Geist in der Geschichte Europas*. Zürich, 1937. s. 128 - 129.

⁴⁷ VALENTA, Aleš. *Německý rok 1968*. c. d., s. 103.

Představu o německé mentalitě si můžeme také dokreslit z děl významných myslitelů a umělců, například Heinrich Heine, mimo jiné o Němcích napsal:

„Německý národ se nedá snadno uvést do pohybu; vkročí-li však jednou na nějakou dráhu, půjde po ní s tvrdošíjnou vytrvalostí až do konce”⁴⁸

„Myšlenka předchází čin jako blesk hřmění... Německý hrom je ovšem také Němec a není příliš svižný, valí se pomalu. Ale přivalí se, a až jednou uslyšíte uhodit, jak v dějinách světa ještě nikdy neuhodilo, vězte že to německý hrom konečně zasáhl svůj cíl”⁴⁹

V těchto několika větách Heine dokázal s neuvěřitelnou přesností pojmenovat podstatné složky německé povahy: tvrdošíjnost, metodičnost, důkladnost, fanatismus bez míry a hranic, a navíc předpovědět katastrofu druhé světové války.⁵⁰

Nebo třeba takový Thomas Mann se poměrně tvrdě vyjádřil na téma Němců a jejich přístupu k politice:

„Němec jako politik si myslí, že se musí chovat tak, aby lidstvu přecházel zrak a sluch”⁵¹

Vedle megalomanství, si mnozí kritičtí pozorovatelé minulého i současného Německa také povšimli nápadné neschopnosti kompromisu, která vyvěrá z hloubi politiky založené na morálce. Odmítání kompromisních řešení vede k politice “vše nebo nic”, kterou se vyznačovalo německé velení za první světové války. Například faktický vládce Německa od roku 1917 generál Ludendorff znal jen dva způsoby ukončení války: naprosté vítězství, nebo absolutní porážku, kterou označoval jako *Untergang*, tedy zánik. Na otázku, co se stane, jestliže selže poslední německá ofenzíva plánovaná na srpen 1918, odpověděl: „*Pak musí*

⁴⁸ HEINE, Heinrich. *O Německu*. Praha: 1951. s. 133

⁴⁹ Ibid. s. 133.

⁵⁰ VALENTA, Aleš. *Německý rok 1968*. c. d., s. 82 – 83.

⁵¹ MANN, Thomas. *Deutschland und die Deutschen*. Hamburg: S.Fischer Verlag, 1992. ISBN 9783100482723. s. 28.

*Německo zahynout”*⁵² Tento způsob smýšlení následoval také Hitler, když pochopil, že Německo prohrálo válku.

2.2 Německo v první polovině 20. století

Před první světovou válkou Němci svět ohromují prudkým hospodářským a demografickým růstem sjednoceného Německa. Během několika desítek let se stali průmyslovým gigantem, vzbuzujícím obdiv a nahánějícím strach. Zakládají budoucí obří korporace jako Krupp, Siemens, Bosch, stavějí velkolepou železnici Berlín - Bagdád, budují mohutný zbrojní průmysl včetně těžkých bitevních lodí.⁵³

Vše se ovšem změnilo po první světové válce, kdy vzestup a prosperitu nahradí nepokoje a rozmrzelost, které ve dvacátých letech v Německu panovaly a pramenily převážně z pocitu nespravedlivého poválečného uspořádání, tak jak bylo zakotveno ve Versaillské smlouvě podepsané Německem roku 1919. Podíváme-li se však na toto uspořádání podrobněji, lze argument „nespravedlností“ obhájit je s obtížemi, zejména při porovnání Versaillské smlouvy například se smlouvami z Brestu Litevského míru či Bukurešti⁵⁴, jimiž na jaře roku 1918 vynutili Německo přímo nehorázné podmínky poraženému Rusku a Rumunsku.⁵⁵

Většina Němců byla nicméně přesvědčená, že Versaillská dohoda je vůči Německu nespravedlivá. V jejich očích byla spíše vnuceným mírem, jehož cílem bylo jednou provždy zlomit sílu Německa. Smlouva však skutečně nebyla přehnaně krutá. Ovšem v populaci, která se pokoušela vyrovnat s realitou válečné prohry a hospodářskou krizí, se myšlenka nespravedlivého a trestajícího míru dobře uchytila.⁵⁶

⁵² MANN, Golo. *Deutsche Geschichte des 19. und 20. Jahrhunderts*. c. d., s. 628; 640.

⁵³ VALENTA, Aleš. *Německý rok 1968*. c. d., s. 86.

⁵⁴ Rumunsko bylo donuceno vzdát se ve prospěch Bulharska Dobrudži a strategických karpatských průsmyků ve prospěch Rakousko-Uherska. Dále se Rumunsko zavázalo k nevýhodným hospodářským koncesím. Centrální mocnosti měly Rumunsku zabavit dva a půl milionu tun obilí a většinu lokomotiv. Na 30 let muselo Rumunsko své ropné vrty i těžbu zemního plynu pronajmout Německu a německé a rakousko-uherské společnosti získaly zásadní vliv i ve všech dalších klíčových hospodářských odvětvích. TREPTOW, Kurt W. *Dějiny Rumunska*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2000. Dějiny států. ISBN 80-7106-348-7. s. 253 – 254.

⁵⁵ HUGHES, Matthew a Chris MANN. *Hitlerovo Německo: život v období Třetí říše*. Přeložil Petr KOVÁCS. Praha: Columbus, 2002. ISBN 8072491237. s. 23

⁵⁶ Ibid. s. 23 – 24.

6. února 1919, se v durynském městě Výmaru poprvé sešlo Národní shromáždění a započalo práci na sestavení textu ústavy. Výmarská konstituce vznikala v době, kdy první německá republika zažívala vysokou inflaci, boje mezi radikální levicí a pravicí, dokonce vojenské puče. Navíc její vznik ztěžovaly podmínky Versaillské mírové smlouvy a skutečnost, že po první světové válce v Německu existovalo množství stran, které se nový stát pokoušely rozvrátit. Za dobu téměř 19 let, než se Hitlerovi podařilo převzít moc, se vláda obměnila čtrnáctkrát.

Koncem dvacátých let představovala Výmarská republika zemi velkých kontrastů. Na jedné straně divoký noční život v berlínských kabaretech, kde teklo proudem nejdražší šampaňské a slovu „krize“ se nepřikládal žádný význam, na straně druhé chudoba, inflační spirála, nezaměstnanost a deziluze obrovských mas lidí, kteří neviděli žádné východisko. Do takové doby vstoupil Adolf Hitler. Už deset let věřil, že musí přijít otřes, který mu poskytne šanci, a velká hospodářská krize mu příležitost přinesla téměř na stříbrném podnose. Počet nezaměstnaných rostl, hodnota peněz klesala, ekonomika padala do recese. Hitler dokázal nejlépe ze všech německých předáků pochopit psychologický dopad neutěšené situace na Němce, a především využít tužeb lidí pro znovunabytí jistoty a obnovení naděje. Vystihl, že čím dál více lidí očekává v čele Německa muže, který naprosto odmítne vše, co následovalo po prohrané válce, a který vrátí zemi pocit síly. Namísto demokratické Výmarské republiky panovala poptávka po morálce, statečnosti, síle autoritě a respektu.⁵⁷

Hitler vše odstartoval v Mnichově, kde se svými krajně pravicovými názory našel své věrné posluchače, kteří ho obdivovali pro jeho radikální antibolševické názory a myšlenky národního obrození. Nicméně jeho předčasný pokus následovat v roce 1923 Mussoliniho příkladu a chopit se moci ztroskotal. V poledne 9. listopadu začala bavorská policie střílet na jeho stoupence pochodující Mnichovem a šestnáct jich zabila. Hitlerovi se podařilo utéct, ale o dva dny později byl zatčen, obviněn ze zrady a uvězněn v Landsberské věznici. Hitler, když se pokoušel napodobit Mussoliniho „pochod na Řím“, přehlédl skutečnost,

⁵⁷ *II. světová speciál – Třetí říše*. Č. 9 (zima 2016). Brno: Extra publishing, 2016. vychází čtvrtletně. ISSN 1805-0298. s. 8 – 10.

že duce v Itálii uspěl díky své duální strategii, jež se pohybovala na hranici zákonnosti, tj. užití brutální síly na ulicích v kombinaci s parlamentními sliby, že obnoví pořádek a národní hodnoty. Když ho o osm měsíců později bavorský nejvyšší soud omilostnil a propustil z vězení, Hitler si již uvědomoval, že on i jeho strana se musejí vydat cestou legality, mají-li se někdy v budoucnu chopit vlády.⁵⁸

Po svém propuštění byl Hitler konfrontován s řadou problémů. Po zlikvidování puče byly jak NSDAP, tak také její noviny *Völkischer Beobachter*⁵⁹ zakázány. K tomu ještě existovaly snahy Hitlera vyhostit do Rakouska. K čemuž nakonec nedošlo a navíc byl 16. února 1925 zrušen v Bavorsku výjimečný stav, čímž odpadl právní důvod pro zákaz NSDAP a KPD⁶⁰. Přesto byl Hitlerovi brzy uložen zákaz veřejných projevů a pod dva roky nemohl Hitler ve většině zemí přednášet žádné veřejné projevy.⁶¹

Pak přišel rok 1930 a sním také volby, které nacistům přinesly dlouho chtěný průlom. Oproti volbám o dva roky dříve zosminásobila NSDAP počet hlasů na téměř 6,5 miliónu, což činilo 18,3 procenta hlasů. A se 107 poslanci v Říšském sněmu se nacisté rázem stali druhou nejsilnější stranou⁶². I tak ale dávali najevo, že nepřišli dělat klasickou parlamentní politiku, ale že sněmovnu chtějí využívat jen jako platformu pro útok na systém. Nacistům se osvědčila neúnavná kampaň. Hitler osobně objížděl desítky mítinků a řečnil do zemdlení. Zabrala i forma kampaně s pochodujícími útvary, ostatně formu považovali nacisté za nejdůležitější než obsah. Politiku brali jako směs divadla a náboženství.⁶³

⁵⁸ DEUERLEIN, Ernst, *Der Hitler-Putsch: Bayerische Dokumente zum 8./9. November 1923*, Stuttgart: DVA, 1962. s. 33 – 48.

GERWARTH, Robert. *Poražení: světová válka byla jen jedna*. Praha: Paseka, 2018. ISBN 978-80-7432-895-4. s. 167.

⁵⁹ *Völkischer Beobachter* byly od roku 1920 stranické propagandistické noviny Národně socialistické německé dělnické strany.

⁶⁰ Komunistická strana Německa

⁶¹ ZITELMANN, R. *Adolf Hitler a jeho cesta k moci*. Praha: V.P.K., 1993. ISBN 8085622270. s. 34.

⁶² Hned po SPD, která získala celkem 143 mandátů

⁶³ *II. světová speciál – Třetí říše*. Č. 9 (zima 2016). c. d., s. 8 - 10.

Strana	1928	1930
SPD	29,80 %	24,50 %
NSDAP	2,60 %	18,30 %
Centrum/BVP	15,10 %	14,80 %
KPD	10,60 %	13,10 %
DNVP	14,30 %	7,10 %
Strany rolnického venkova	4,70 %	5,10 %
Jiné	4,70 %	4,90 %
DVP	8,70 %	4,50 %
Hospodářská strana	4,60 %	3,90 %
DDP	4,90 %	3,80 %
Počet voličů	30 754 000	34 971 000

Tabulka 1 – přehled výsledků voleb v letech 1928 a 1930

V Německu zavládlo zděšení nad „pravicovým šílenstvím“, demokratické strany se dočasně spojily, aby zabránily nacistům v cestě k moci. Proto vládu, v jejímž čele stál Heinrich Brüning⁶⁴, tolerovaly a v únoru 1931 hlasovaly proti vyslovení nedůvěry vládě (pro byli komunisté, NSDAP a DNVP) a koncem března dokonce rozhodly o odročení dalšího zasedání Říšského sněmu až na říjen, aby Brüningovi jeho pozici co nejvíce ulehčily. Přestože Brüning dělal, co mohl, nedařilo se mu s krizí účinně bojovat. Poté, co se znovu sešel Říšský sněm, okamžitě padl návrh na vyslovení nedůvěry vládě. Brüning svůj kabinet restrukturalizoval a na poslední chvíli si tím zajistil většinovou podporu v Říšském sněmu. Prezident Hindenburg však, ač měl odpor k Hitlerovi a jeho hnutí, prosazoval pravicovější vládu a nebyl sám. Na 9. května 1932 bylo opět svoláno zasedání Říšského sněmu, a na něm se započal pád Brüningovy vlády. Když Hindenburg odmítl podepsat další Brüningovo nouzové nařízení, nezbylo říšskému kancléři nic jiného než rezignovat. Celá akce byla dopředu naplánována, Brüning rezignoval 29. května a už 1. června byla jmenována nová pravcová vláda pod vedením Franze von Papena. NSDAP přislíbila její tolerování za podmínky, že bude zrušen zákaz SA (ten zavedl Brüning) a že bude rozpuštěn Říšský sněm.

⁶⁴ Říšským kancléřem byl od 30. března 1930 do 30. května 1932

Obě podmínky byly v červnu splněny. Na konci července se konaly volby do Říšského sněmu, v nichž si NSDAP opět výrazně polepšila.⁶⁵

Strana	31.7.1932
NSDAP	37,30 %
SPD	21,60 %
Centrum/BVP	15,70 %
KPD	14,30 %
DNVP	5,90 %
jiné	1,60 %
DVP	1,20 %
DDP	1,00 %
Strany rolnického venkova	1,00 %
Hospodářská strana	0,40 %
Počet voličů	36 883 000

Tabulka 2 – přehled výsledků voleb 31. 7. 1932

NSDAP se stala nejsilnější stranou v Říšském sněmu a Hermann Göring se podle protokolu stal jeho předsedou. Hitler formuloval své požadavky - sám bude kancléřem, NSDAP kromě toho ve vládě získá i ministerstvo vnitra a propagandy (to by se muselo zřídit). Hindenburg však nebyl ochoten jmenovat Hitlera kancléřem. Papen chtěl nacionální socialisty přizvat do vlády a Hitlerovi nabízel místo vicekancléře. Ten to však rázně odmítl. Šlo o politiku „všechno nebo nic“, která jako kolikrát předtím úspěch neslavila. Papen zůstal říšským kancléřem a od Hindeburga dostal pověření opět rozpustit Říšský sněm. Komunisté okamžitě po začátku jeho první schůze navrhli vyslovit vládě nedůvěru a hlasování skončilo pro Papena zdrcující porážkou (z více než 600 poslanců pro něj zvedlo ruku pouhých 42). Papen proto okamžitě využil prezidentova pověření a Říšský sněm rozpustil. Nové volby byly vypsány na počátek listopadu. Bylo jasné, že Papen ani v novém Říšském sněmu potřebnou podporu nezíská. Nové volby však ve skutečnosti

⁶⁵ KAPAVÍK, Radim. Převzetí moci nacisty v Německu (1930-1934). Valka.cz [online]. [cit. 2023-01-26]. Dostupné z: <https://www.valka.cz/10791-Prevzeti-moci-nacisty-v-Nemecku-1930-1934>

nevyhovovaly ani NSDAP, která v nich podle očekávání ztratila, i když zůstala s přehledem nejsilnější stranou.⁶⁶

Strana	6.11.1932
NSDAP	33,20 %
SPD	20,50 %
KPD	16,90 %
Centrum/BVP	15,10 %
DNVP	8,40 %
DVP	1,90 %
jiné	1,70 %
DDP	1,00 %
Strany rolnického venkova	1,00 %
Hospodářská strana	0,30 %
Počet voličů	36 883 000

Tabulka 3 – přehled výsledků voleb 6. 11. 1932

Papen navrhl prezidentovi rozpustit parlament, ale nevypisovat volby, což by umožnilo nastolení diktatury. To ale nechtěl ministr obrany Schleicher, který se bál občanské války. Doufal, že v NSDAP zvítězí umírněnější křídlo vedené Gregorem Strasserem, jemuž nabídl pozici vicekancléře, jenomže Strasser byl vypuzen z NSDAP. Prezident Schleichera jmenoval 3. prosince kancléřem, ale jeho polouřednická vláda neměla podporu. Prezidenta Papen na konci ledna přesvědčil, aby jmenoval Hitlera kancléřem s tím, že on jako vicekancléř ho ukočíruje: „Hitlera jsme si najali. Za dva měsíce ho zatlačíme do kouta, až bude kvičet.“ Kancléř Schleicher se pokusil vyřešit situaci vyhlášením výjimečného stavu, ale to mu von Hindenburg neschválil, a tak 28. ledna rezignoval. Sestavením nové vlády byl pověřen Papen. Adolf Hitler a Hermann Göring s plánem 29. ledna souhlasili a prezident jmenoval 30. ledna Hitlera kancléřem, i když říkal, že to nikdy neudělá. Tento den označovali nacisté za *Machtergreifung*, tedy převzetí moci. Ve vládě zasedli tři nacisté, kromě Hitlera a Göringa ještě Frick, a osm konzervativních politiků blízkých von Papenovi. Hitler pak požádal

⁶⁶ KAPAVÍK, Radim. Převzetí moci nacisty v Německu (1930-1934). Valka.cz [online]. [cit. 2023-01-26]. Dostupné z: <https://www.valka.cz/10791-Prevzeti-moci-nacisty-v-Nemecku-1930-1934>

prezidenta, aby rozpustil parlament a vypsál na březen 1933 nové volby, v nichž chtěl upevnit svou moc, což se mu nakonec povedlo⁶⁷

Do půl roku od jmenování Hitlera kancléřem se podařilo něco, co se nepovedlo nikomu v dějinách Německa. Nacisté potlačili pravomoci většiny institucí, nastolili diktaturu, nechali padnout svobodné odbory, podřídili si tisk, umění i hospodářství. Německo opustilo odzbrojovací ženevskou konferenci a vystoupilo ze Společnosti národů. Levice i pravice přitom sdílely představu, že Hitler se podřídí kabinetu se skutečným vládcem Papenem. Zákon proti formování politických stran vyhlášený v červenci 1933 prohlásil NSDAP za jedinou legální stranu. Starou podobu Německa ještě z éry kancléře Bismarcka pak zakončil zákon o rekonstrukci říše, který suverénní práva jednotlivých zemí přenesl na centrální vládu. Ovládnutí Německa se podařilo.⁶⁸

3 Nacistická propaganda

3.1 Propaganda podle Hitlera

Adolf Hitler, si moc dobře uvědomoval, jak silnou zbraní může být efektivně vedená propaganda. To, že je propaganda mocná zbraň Hitler přiznává i ve své knize *Mein Kampf* (konkrétně kapitola 6 – Válečná propaganda), kde se o propagandě vyjadřuje takto:

„Při svém pozorném sledování veškerého politického dění jsem se vždy mimořádně zajímal o propagandistickou činnost. Spatřoval jsem v ní nástroj, jenž právě socialisticko-marxistické organizace ovládaly s mistrnou šikovností a uměli ji používat. Poznal jsem už záhy, že správné používání propagandy je skutečné umění, jež bylo občanským stranám cizí. Jenom křesťanskosociální hnutí, hlavně za časů Luegera⁶⁹, se naučilo s tímto nástrojem virtuózně zacházet a vděčilo mu za velmi mnoho úspěchů.“⁷⁰

⁶⁷ ŠVAMBERK, Alex. Hitler před 90 lety převzal moc. *Novinky.cz* [online]. [cit. 2023-02-09].

Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/historie-hitler-pred-90-lety-prevzal-moc-40421255>

⁶⁸ *II. světová speciál – Třetí říše*. Č. 9 (zima 2016). c. d., s. 8 - 10.

⁶⁹ dlouholetý starosta Vídně a zakladatel Křesťansko-sociální strany.

⁷⁰ HITLER, Adolf. *Můj boj: dva svazky v jednom*. c. d., s. 128.

Velmi ostře se v této kapitole také vymezuje vůči německému velení během Velké války, které si dle Hitlera nedostatečně uvědomovalo sílu propagandy a na tomto pomyslném bitevním poli byla německá strana „válcována“ nepřítelem.

“Teprve během války bylo možné pozorovat, k jak příšerným výsledkům mohla vést správně používaná propaganda. Bohužel to bylo možné studovat jenom na druhé straně, neboť činnost naší strany byla v tomto směru více než skromná. Úplné selhání veškeré agitace na německé straně, které muselo bít do očí především každému vojákov, bylo pro mě podnětem k tomu, abych se ještě intenzivněji otázkou propagandy zabýval. Času k přemýšlení bylo přitom víc než dost, praktické vyučování nám ale poskytoval nepřítel, a to bohužel až příliš dobře. Neboť co se u nás zameškalo, to dohnal protivník s neslýchanou obratností a vskutku geniální vypočítavostí. Na této nepřátelské válečné propagandě jsem se velmi mnoho naučil. Avšak v hlavách těch, jež se měli poučit především, nezanechala tato doba žádné stopy, částečně se domnívali, že jsou příliš chytří, než aby se učili od jiných, částečně jim k tomu chyběla vůle.”⁷¹

Dále se v této kapitole Hitler zabývá tím, jak by dle něj měla vypadat dobře vedená propaganda

“Druhá otázka, která měla přímo rozhodující význam, byla tato: Na koho se má propaganda obracet? Na vědeckou inteligenci anebo na méně vzdělanou masu? Propaganda se má vždy obracet na masu! Pro inteligenci, nebo pro to, co si dnes tak říká, není určena propaganda, nýbrž vědecké poučení.”⁷²

„Pochopíme-li nutnost orientace propagandy na nejširší masy, vyplývá z toho pro nás následující ponaučení: Je nesprávné chtít dát propagandě mnohostrannost nějakého vědeckého školení. Vnímavost velké masy je velmi omezená, schopnost porozumění malá, zapomnětlivost však velká. Vzhledem k těmto skutečnostem se musí účinná propaganda omezit vždy pouze na velmi málo bodů a tyto heslovitě opakovat tak dlouho, až určitě i ten poslední mezi adresáty si dokáže představit oč jde. Jakmile tato zásada není respektována a propaganda

⁷¹ HITLER, Adolf. *Můj boj: dva svazky v jednom*. c. d., s. 128.

⁷² Ibid. s. 130.

chce být mnohostranná, roztríští se účinek, poněvadž množství nabízené látky není pro masu stravitelné ani zapamatovatelné. Tím se výsledek oslabuje a v posledku i ruší. Čím vyšší má být linie znázornění, tím psychologicky správnější musí být stanovení taktiky.“⁷³

“Propaganda se musí omezit na nejnutnější obsah a tento neustále opakovat. Vytrvalost je v tomto případě, stejně jako u mnoha jiných věcí na světě, prvním a nejdůležitějším předpokladem úspěchu.”⁷⁴

Z těchto úryvků mně vyplývají tři body, které jsou dle Hitlera nezbytné pro efektivní propagandu, a to:

Masy: Právě na masy se musí cílit jako primární cíl, není žádoucí v první řadě oslovovat inteligenci, jelikož ta nezastává většinu ve společnosti, potřebujete mít za sebou co největší dav, a to, že se to Hitlerovi podařilo, je vidět na jeho veřejných vystoupeních, kde právě zmiňované masy tvoří jeho obecenstvo.



Obrázek 2 - Projev Adolfa Hitlera v Berlínském Lustgartenu v roce 1932

Jednoduchost: Není třeba lidi přesvědčovat zbytečně složitě, jelikož potřebujete oslovit tu skupinu, která politiku sleduje pouze okrajově a jejich podporu ne získáte skrze složitou prezentaci určitých témat, ale právě opačným způsobem, vše ideálně shrnout to jednoduchých a úderných hesel, pod kterými si, jak píše Hitler: „...i ten poslední mezi adresáty si dokáže představit oč jde.“. Hitler nepřišel s žádnými převratnými myšlenkami, pouze veřejně akcentoval názory, které byly

⁷³ HITLER, Adolf. *Můj boj: dva svazky v jednom*. c. d., s. 131.

⁷⁴ Ibid. s. 133.

zrovna ve společnosti aktuální, a ty dokázal velmi srozumitelně a přesvědčivě hlásat.

Vytrvalost: Klíčem k úspěchu je vytrvalost. Propaganda musí mít jasný motiv, který lze předkládat různými způsoby, nikdy však nesmí dojít k úpravě propagované informace, jelikož to může mít za následek oslabení propagandy. Jednoduše řečeno jde o to, aby se propagované informace dostali lidem „pod kůži“.

Následné propojení jednoduchosti a vytrvalosti krásně popsal historik Baruch Gitlis, ten řekl, že: *„Když se Němec procházel po ulici, potkával na každém náměstí, na každé zdi a na každém billboardu plakáty a hesla namířená proti Židům. Dokonce i graffiti vítalo Němce u vchodu do jeho obydlí: Probud' se, Německo, Židé musí shnít!“*⁷⁵

3.2 Propaganda podle Goebbelse

Samozřejmě i Joseph Goebbels si uvědomoval sílu propagandy. Přistupoval k ní vědecky a bez predsudků. Jeho základní premisou bylo, že má-li se stát lež uvěřitelnou, musí obsahovat alespoň zrnko pravdy. Musí-li propaganda lhát nesmí se tedy od pravdy vzdalovat až příliš. Za důležité považoval jasně vymezit kategorie vnějších a vnitřních nepřátel.

Jako vnější nepřátele označoval tvůrce versailleské smlouvy, o těch dalších pak rozhodovaly aktuální geopolitické zájmy nacistů – jednou šlo o rakouskou vládu, později o vládu československou, polskou a tak dále.

Vnitřními nepřáteli pak byli zejména Židé, komunisté, a v druhé řadě potom Romové, homosexuálové a také příznivci různých progresivních uměleckých směrů, označovaných jako degenerované umění. Židé a komunisté však v tomto směru zastávali zvláštní postavení, neboť nacistická propaganda často operovala s pojmem mezinárodního židovského spiknutí a komunisty vykreslovala jako

⁷⁵ JANDOUREK, Jan. *Goebbelsovo tajemství propagandy: Vztít pocity lidí, říct je slovy a pořádk to opakovat*. Forum24 [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/goebbelsovo-tajemstvi-propagandy-vzit-pocity-lidi-riect-je-slovy-a-porad-to-opakovat/>

Stalinovy agenty řízené výhradně z Moskvy. Díky tomu stály obě tyto skupiny na pomezí mezi kategoriemi vnějších a vnitřních nepřátel.⁷⁶

Goebbels měl také svou představu o vedení propagandy, tu popsal v 19 principech, které analyzoval Leonard W. Doob ve své knize *Public opinion and Propaganda*.

3.2.1 19 principů propagandy dle Goebbelse

1) Propagandista musí mít přístup k informacím o událostech ve společnosti a k informacím o veřejném mínění.

2) Propagandu musí plánovat a provádět pouze jediná autorita, která:

- musí vydávat všechny pokyny týkající se propagandy,
- musí tyto pokyny vysvětlit důležitým osobnostem a udržovat jejich morálku,
- musí mít přehled o ostatních činnostech, které mohou propagandu ovlivnit.

3) Při plánování určité akce musí být zvažovány důsledky pro propagandu.

4) Propaganda musí ovlivnit politiku a akceschopnost nepřítele. Tohoto vlivu lze dosáhnout:

- zamlčením propagandisticky žádoucích materiálů, pomocí nichž se nepřítel může zásobit užitečnými informacemi,
- otevřeným šířením propagandy, jejíž obsah nebo tón způsobí, že nepřítel dospěje k požadovaným závěrům,
- směřováním nepřítele prozrazením aktuálních informací o sobě,
- potlačením jakékoliv zmínky o požadované aktivitě nepřítele, pokud by tato zmínka mohla tuto aktivitu zdiskreditovat

5) Pro spuštění propagandistické kampaně musí být dostupné neutajované operační informace.

6) Propaganda musí vzbudit zájem veřejnosti a musí být, proto šířena sdělovacími prostředky, které vzbuzují pozornost.

7) Věrohodnost propagandy určuje, zda ji veřejnost bude považovat za pravdivou nebo lživou.

⁷⁶ *Nacistická válečná propaganda*. c. d., s. 5.

8) Účel, obsah a efektivnost nepřátelské propagandy, síla, metoda šíření a povaha aktuální propagandistické kampaně určuje, zda veřejnost nepřátelskou propagandu bude ignorovat nebo ji odmítne.

9) Věrohodnost, informační obsah a metody šíření ovlivňují, zda propagandistické materiály budou cenzurovány.

10) Materiály nepřátelské propagandy lze využít, pokud mohou snížit prestiž nepřítele nebo mohou nějak podpořit cíle vlastní propagandy.

11) Místo „bílá“ propagandy lze použít „černou“ propagandu, pokud bílá propaganda je méně věrohodná nebo vede k neočekávaným důsledkům.

12) Propagandu musí šířit vůdce s prestiží.

13) Propaganda musí být správně načasována.

- Propaganda musí zasáhnout veřejnost dříve než propaganda nepřítele.
- Propagandistická kampaň musí začít v optimálním okamžiku.
- Téma propagandy se musí opakovat do té doby, dokud nepoklesne její účinek pod určitou hranici.

14) Propaganda musí označit události a lidi jasnými frázemi nebo slogany, které

- musí vzbudit požadovanou odezvu, již veřejnost reagovala v minulosti,
- musí se snadno zapamatovat,
- musí být používány znovu a znovu, avšak pouze v odpovídajících situacích,
- musí být sami sobě důkazem.

15) Propaganda na domácí frontě nesmí vzbuzovat falešné naděje, které by budoucí události mohly zvrátit.

16) Propaganda na domácí frontě musí vytvářet optimální úroveň obav a úzkosti. Propaganda musí vyvolávat úzkost z důsledků případné porážky. Propaganda musí zmenšovat obavy a úzkost (jiné, než z důsledků porážky), které by byly příliš velké a jichž by se lidé sami nemohli zbavit.

17) Propaganda na domácí frontě musí zmenšovat dopad frustrace. Nevyhnutelné pocity frustrace se musí předpokládat a musí se šikovně využívat.

18) Propaganda musí usměrňovat agresivitu veřejnosti jasným označením terčů nenávisi

19) Propaganda nemůže bezprostředně ovlivnit silné opačné tendence, ale musí nabízet určitý způsob činnosti nebo zábavy.⁷⁷

3.3 Propaganda v praxi

3.3.1 Glorifikace a démonizace

Velkou tematickou skupinou rovněž představovala propaganda, která vyzývala k boji proti ideologickému nepříteli. Často se jednalo o démonické zobrazení protivníka, které mělo vyvolávat emotivní potřebu se mu ostře postavit. Výběr nepřítele, proti kterému se propaganda snažila společnost mobilizovat v klasické bipolární dvojici „my“ a „oni“, vycházel z oficiální ideologie režimu. V Německu, kde antisemitismus získal v září 1935 právní kodifikaci v podobě Norimberských zákonů, útoky nadále směřovaly především proti Židům, kteří byli zpravidla demonizováni v širokém spektru rasových předsudků. S obranou vlastní posvátné věci před všemožnými nepřáteli souviselo i velké množství plakátů s vojenskou tematikou.⁷⁸

Názorným a všeobecně známým příkladem démonizace nepřítele je poprava tisíců polských důstojníků a inteligence (mezi oběťmi byli nejen aktivní vojáci, policisté a četníci, ale i lékaři, univerzitní profesori, vědci, umělci a spisovatelé) v ruské obci Katyň. Zde byl v polovině dubna roku 1943 objeven masový hrob, v němž bylo pohřbeno na čtyři a půl tisíce těl, které měly na svědomí jednotky NKVD. Většina obětí byla opravdu nelítostně popravena, což dokazuje i fakt, že většina obětí měla svázané ruce za zády.⁷⁹

Této tragické události dokázala velmi obratně využít německá propagandistická mašinérie, která se ihned po odhalení hrobů rozjela na plné obrátky. Goebbels si velmi dobře uvědomoval, že je to skvělá příležitost pro jeho propagandu, a rozhodl se ji řádně využít. Než objev oznámil, zařídil, aby 10. dubna přiletěla do Smolenska polská delegace, která byla následně dopravena do

⁷⁷ DOOB, Leonard W. *Public opinion and Propaganda*. 2. vydání. [B. m.]: Archon Books, 1966. ISBN 978-0208005137. s. 420 – 442.

⁷⁸ ANDĚL, Jaroslav. *Plakát v souboji ideologií 1914 – 1918*. c. d., s. 96 – 97.

⁷⁹ Katyňský masakr. *Valka.cz* [online]. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://www.valka.cz/Katynsky-masakr-t76113>.

Katyňského lesa a zde jim byly ukázány dva odhalené hroby, v nichž se nacházelo 250 těl.

Následně Goebbels odstartoval kampaň, která měla za cíl demonizovat Sověty a zároveň potvrdit nacistickou rétoriku, že bolševismus a Židé jsou na stejné úrovni. V oficiálních nacistických novinách se tak objevil třeba článek s názvem: „*Masová vražda v Katyni: Práce židovských řezníků*“. Nacisté masakru v Katyni propagandisticky využili na maximum. Psali o něm aktivističtí novináři, pořádaly se rozhlasové přednášky, působivé záběry z nálezu v Katyni se promítaly i ve filmových týdenících. Jeden z propagandistických letáků, mluví o katyňském masakru takto:⁸⁰

„Kapitola Katyň je uzavřena. Bude žít jako největší a nejbrutálnější masová vražda v naší historii, ale je to pouze jeden z příkladů, i když obzvláště krutý příklad, židobolševického vraždění. ... Katyň je strašlivý učebnicový příklad toho, co by Bolševik mohl v Evropě dokázat za tiché podpory Anglie a Ameriky. Pokud bolševismus a jeho židovští popravčí uspějí v proniknutí na západ a zaplaví civilizované území Evropy, pokud se toto stane, tak masový hrob zítřka se už nebude jmenovat Katyň, ale spíše Evropa.“⁸¹

Katyňský masakr ale nepropagovala jenom nacistická média, ale podle historika Prokopa Tomka z Vojenského historického ústavu k tomu nacisté využili i známých osobností z okupovaných zemí.

Jen několik dnů po zveřejnění nálezu katyňských hrobů byla do lesů u Smolensku vyslána delegace evropských spisovatelů a intelektuálů, kteří se měli přímo na místě přesvědčit o brutalitě NKVD. Byl mezi nimi i spisovatel František Kožík, který tehdy pracoval jako redaktor protektorátního rozhlasu.

⁸⁰ LEDFORD, Kenneth F. *Mass Murderers Discover Mass Murder: the Germans and Katyn, 1943* [online]. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: https://scholarlycommons.law.case.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1089&context=faculty_publications. s. 11.

⁸¹ *der Massenmord im Walde von Katyn: ein Tatsachenbericht auf Grund Amtlicher Unterlagen* (1943). IN LEDFORD, Kenneth F. *Mass Murderers Discover Mass Murder: the Germans and Katyn*. c. d. s. 12.

Po návratu do Prahy přečetl v rozhlasu své osobní svědectví, ve kterém se zaměřil především na lidskou stránku utrpení polských obětí:

„Vyvrácené lebky civí do nebe. Podivným dojmem působí ty drobné předměty, které byly nalezeny v šatech: dopisy, deníky, cvikr, tužka, všechno, co si důstojníci uchovali i v zajetí a co s nimi bylo pochováno. Všude poletují vysoké polské bankovky, které měli mrtví uschovány; doufali stále, že budou vyměněni. Obešli jsme celou smutnou prohlubeň a sladký zápach nám skoro nedovoluje vydechnout. Uchylujeme se spolu k ohni z větví a raději nastavujeme tvář štiplavému dýmu, abychom unikli ovzduší té sladkosti rozkladu. Pak už odjíždíme... Katyňský les se nám vzdaluje. A s ním svědectví nepochopitelné nelidskosti, na jejíž příčinu snad ani nelze najít lidsky srozumitelnou odpověď.“⁸²

Ve svých vzpomínkách poté píše, že před cestou do Smolenska si přál, aby jejich letadlo raději sestřelili partyzáni, jen aby se nemusel na této propagandistické akci podílet. Katyň se pro něj stala doživotním traumatem. Po válce ho kvůli Katyni přiměla Státní bezpečnost k tajné spolupráci.

František Kožík však nebyl sám, kdo byl přinucen k cestě do katyňského lesa. Na místo masakru jako člen mezinárodní delegace odjel i uznávaný pražský patolog František Hájek. Měl se tu s dalšími odborníky zúčastnit ohledání obětí. I pro něj, stejně jako pro Františka Kožíka, měla cesta do Katyně vážné následky. Po válce byl zatčen a krátce uvězněn, nakonec byl však podezření z kolaborace s nacisty zproštěn.

Je třeba ovšem dodat, že sami nacisté už v roce 1939 v okupovaném Polsku v rámci operací *Tannenberg* zlikvidovali na 60 tisíc Poláků a další desítky tisíc odvěkli do koncentračních táborů.⁸³

Příkladem zmíněné glorifikace může být například bitva u Stalingradu. Přestože tato bitva představovala pro Německou stranu fiasko, v éteru se

⁸² Katyňský masakr zneužili k propagandě nacisté i Sověti. *Český rozhlas Plus* [online]. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/katynsky-masakr-zneužili-k-propagande-naciste-i-soveti-8188545>

⁸³ Ibid.

prezentovala zcela jiná realita. Například poté co byla 23. listopadu šestá armáda obklíčena, o den později se v novinách objevil tento článek:

„Jižně od Stalingradu a ve velkém oblouku Donu prolomili Sověti za bezohledného nasazení lidí a materiálu obrannou frontu na Donu.“

„Při tvrdých bojích v posledních dvou dnech bylo zničeno několik set nepřátelských obrněných vozidel.“⁸⁴

Zde si můžeme povšimnout klasického triku, kdy vlastní ztráty jsou bagatelizovány, ale ty nepřátelské se zveličují a přesně vyčísľují.

Nebo třeba list *Elbetalzeitung*⁸⁵ píše v článku s názvem „Hrdinný boj ve Stalingradu“:

„Boj 6. armády ve Stalingradu má pod osobním velením svého vrchního velitele generála polního maršála Pauluse hodinu od hodiny stále více srdcervoucí a dramatictější pokračování... Ze všech stran se posunují troskami města nepřátelské tanky... Přesto padají vlna za vlnou bolševických pěšáků v obranné palbě. Teprve když části jižních bojujících skupin vystřelily poslední munici, padli po hrdinském odporu v boji muže proti muži do zajetí...“⁸⁶

Sám Goebbels poté instruoval všechny noviny a rozhlasové stanice, které musely z boje o Stalingrad vytvořit „hrdinský mýtus, který se stane jedním z nejvzácnějších pokladů německé historie“. Porážku „přiznal“ až Herman Goering ve svém projevu k výročí uchopení moci nacisty. V tomto projevu oznámil smrt celé armády a maršála Pauluse a jeho muže přirovnal ke Spartánům v thermopylské soutěsce. O jejich boji hovořil jako o oběti, která měla Němce vyburcovat ke konečnému vítězství.⁸⁷

Toto zkreslování reálných událostí, respektive těch, které se nacistům úplně nehodili, se v nacistické (nejen v té) propagandě objevuje často. Úplně stejně

⁸⁴ *II. světová - Nacistická válečná propaganda*. Č. 11 (listopad 2016). Brno: Extra publishing, 2016. Vychází měsíčně. ISSN 1805-0298. s. 8.

⁸⁵ dobový úřední deník NSDAP Sudetské župy pro okresy Ústí nad Labem a Litoměřice

⁸⁶ Bitva o Stalingrad v německém tisku. *Fronta.cz* [online]. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://www.fronta.cz/bitva-o-stalingrad-v-nemeckem-tisku>

⁸⁷ *II. světová - Nacistická válečná propaganda*. Č. 11 (listopad 2016). c. d., s. 8.

bychom se mohli podívat na vylovení spojenců v Normandii, z pohledu nacistické propagandy.

3.3.2 Rozhlas

Výhodou pro nacisty bylo, že Německá média se řadila mezi světovou špičku, Goebbels ze všech médií považoval za nejmocnější nástroj rozhlas, což dokazuje i úryvek z jeho knihy *Signale der neuen Zeit. 25 ausgewählte Reden von Dr. Joseph Goebbels*, kde v kapitole s názvem *Der Rundfunk als achte Großmacht*⁸⁸ píše:

„Soudruzi z lidu!

Napoleon mluvil o „tisku jako o sedmé velmoci“. Jeho význam se politicky zviditelnil s počátkem Francouzské revoluce a své postavení si udržel po celé 19. století. Politika tohoto století byla do značné míry určována tiskem. Jen stěží si lze představit nebo vysvětlit významné historické události v letech 1800-1900 bez ohledu na mocný vliv žurnalistiky.

Rozhlas bude pro dvacáté století tím, čím byl tisk pro století devatenácté. S patřičnou obměnou lze na náš věk aplikovat Napoleonův výrok, který hovoří o rozhlasu jako o osmé velmoci. Jeho objev a použití mají pro současný život společnosti skutečně revoluční význam. Budoucí generace mohou dojít k závěru, že rozhlas měl na masy stejně velký intelektuální a duchovní vliv jako knihtisk před začátkem reformace.“⁸⁹

Rozhlas provázel obyvatele Německa na každém kroku, ať už to bylo u nich doma, v práci, restauraci či kavárně a protože Goebbels potřeboval „proniknout“ do každé domácnosti⁹⁰, podařilo se nacistům přimět výrobce k vytvoření jednoho z cenově nejdostupnějších bezdrátových přijímačů v Evropě, takzvaného *Volksempfänger*⁹¹ (Lidový přijímač), tento přijímač byl navržen tak, že díky jeho

⁸⁸ Lze přeložit jako: „Rozhlas jako osmá velmoc“

⁸⁹ GOEBBELS, Joseph. *Signale der neuen Zeit. 25 ausgewählte Reden von Dr. Joseph Goebbels*. Mnichov: Zentralverlag der NSDAP, 1938. s. 197 – 198.

⁹⁰ *II. světová - Nacistická válečná propaganda*. Č. 11 (listopad 2016). c. d., s. 5

⁹¹ WELCH, David. *The Third Reich: Politics and Propaganda*. 2. vydání. New York: Routledge, 2002. ISBN 9780415275088. s. 41.

nízké citlivosti byl schopen zachytit převážně domácí vysílání a snížilo se tak riziko poslechu „nepřátelského“ rozhlasu. Navýšení počtu posluchačů se ministr propagandy snažil také produkcí reklamních materiálů, hlásajících: „*Celé Německo naslouchá Vůdci s lidovým rádiem.*“⁹²

Goebbelsovy snahy o rozmach rádia byly podle všeho více než úspěšné. Počet posluchačů rozhlasového vysílání se v letech 1933 a 1934 meziročně zvýšil více než sedminásobně – ze 4 milionů v roce 1933 vzrostl během jediného roku tento počet na 29 v roce 1934. Do začátku druhé světové války potom získal rozhlas třetí říše 97 milionů posluchačů.⁹³

3.3.3 Film

Druhé důležité masmédiu představoval film. Lístky do kina byly poměrně dostupné a film si tak získal oblibu mezi širokými masami napříč sociálními vrstvami, stejně jako rozhlas. Natáčely se osvětové snímky přímo propagující nacistickou ideologii.⁹⁴ Například aby byla ve společnosti byla podpořena nenávisť vůči Židům, vznikl snímek Fritze Hipplera ***Der ewige Jude*** (Věčný Žid).

Tento pseudodokumentární film obsahoval scény Židů natočené štábem propagandistických jednotek armády ve varšavském a lodžském ghettu. Tento film byl u diváků v Německu a v celé okupované Evropě velmi populární.

Jedna z nejznámějších sekvencí filmu přirovnává Židy ke krysám, které přenášejí nákazu, zaplavují kontinent a požírají vzácné zdroje. Film *Der ewige Jude* je charakteristický nejen svými hrubými a odpornými charakteristikami, které ještě zhoršují hrůzné záběry židovského rituálního řezníka při práci na porážce dobytka, ale také silným důrazem na cizí povahu východoevropského Žida. V jedné ze sekvencí filmu jsou „stereotypní“ polští Židé s plnovousem zobrazeni jako oholení dohola a proměnění v „západně vypadající“ Židy. Cílem takových „demaskujících“ scén bylo ukázat německým divákům, že mezi Židy žijícími ve východoevropských ghettech a Židy obývajícími německé čtvrti není žádný rozdíl.

⁹² WELCH, David. *The Third Reich: Politics and Propaganda*. c. d., s. 41.

⁹³ IRVING, David. *Goebbels: Mastermind of the Third Reich*. London: Parforce, 1996. ISBN 978-1872197135. s. 308.

⁹⁴ *II. světová - Nacistická válečná propaganda*. Č. 11 (listopad 2016). c. d., s. 5 – 6.

Celý snímek jen poté zakončen Hitlerovým projevem z 30. ledna 1939, kde hlásá:⁹⁵

„Pokud se mezinárodním židovským finančníkům v Evropě i mimo ni podaří znovu uvrhnout národy do světové války, pak výsledkem nebude... vítězství Židů, ale vyhlazení židovské rasy v Evropě.“⁹⁶

Dalším dílem, které určitě stojí za zmínku je film Leni Riefenstahl **Triumph des Willens** (Triumf vůle). Tento dvouhodinový snímek zachycuje 6. sjezd NSDAP v roce 1934, název určil sám Hitler. Jelikož se v tomto snímku uplatnila spousta inovačních prvků, získal *Triumph des Willens* na mezinárodním filmovém festivalu v Benátkách roku 1935 cenu jako nejlepší zahraniční dokumentární film.⁹⁷ Celý film zahajují titulky jako: „dvacet let po vypuknutí světové války“; „šestnáct let od začátku německého utrpení“; „19 měsíců od znovuzrození Německa“.⁹⁸ Vše dokresluje dramatická hudba, poté titulky zmizí a objeví se záběry na mraky a po chvíli i osobní letoun Adolfa Hitlera, který míří na zmíněný sjezd v Norimberku, kde už ho vyčkávají tisíce lidí. Všechny scény v tomto filmu jsou naaranžované tak, aby působily co nejepičtěji. Na výstavbě kulis se podílel například Albert Speer⁹⁹, známý jako Hitlerův architekt.

3.3.4 Tisk

V té době tisk představoval jeden z nejrozšířenějších prostředků pro šíření informací, proto bylo pro nacisty vcelku žádoucí převzít moc na tímto nástrojem. Díky spojení dvou tiskových agentur vznikla roku 1933 *Deutsche Nachrichten Bureau*¹⁰⁰, jejímž prostřednictvím přicházely nacisty podmaněným redakcím specifické příkazy ohledně obsahu jimi vydávaných titulů.¹⁰¹ K šíření svých

⁹⁵ Der ewige Jude. *United states holocaust memorial museum* [online]. [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/der-ewige-jude>

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ *II. světová speciál – Třetí říše. Č. 9 (zima 2016)*. c. d., s. 14.

⁹⁸ *Triumph des Willens* [film]. Režie Leni Riefenstahl. 1938.

⁹⁹ *II. světová speciál – Třetí říše. Č. 9 (zima 2016)*. c. d., s. 15.

¹⁰⁰ Německá tisková kancelář

¹⁰¹ EVANS, Richard J. *Třetí říše u moci: 1933-1939*. Praha: Beta-Dobrovský, 2009. ISBN 978-80-7306-323-8. s. 130.

myšlenek využívali nacisté různé druhy periodik, kdy každé cílilo na specifickou skupinu, ať už to byla mládež nebo vojsko.

I. Signal

Signal byl jednou z hlavních propagandistických publikací Třetí říše. Šlo o bohatě ilustrovaný čtrnáctideník, který sloužil jako armádní propagandistický nástroj, který byl určený zejména pro „čtenáře“ neutrálních, spojeneckých či okupovaných zemí. *Signal* nikdy nebyl vydáván na území Německa. Za distribuci stál šéf propagandistických jednotek *Wehrmachtu* plukovník Hasso von Wedel. Vycházel celkem ve 25 jazycích a v době svého největšího rozmachu vycházelo přibližně 2 500 000 výtisků každého čísla. Ještě v únoru 1945 se tisklo asi 750 000 výtisků. Do prosince 1941 byl dokonce vydáván ve Spojených státech¹⁰²

II. Der Stürmer

Od 20. dubna 1923 do 2. února 1945 vycházel v Norimberku antisemitský týdeník „*Der Stürmer*“ s podtitulem „*Deutsches Wochenblatt zum Kampfe um die Wahrheit*“ z roku 1932. Zakladatelem a redaktorem byl franský gauleiter¹⁰³ NSDAP, *Frankenführer* Julius Streicher. Zpočátku se omezoval na norimberský region, od roku 1933 se plátek vyvinul v nacistický masový list, a i s pomocí reklamních metod, jako byly „*Stürmerkästen*“¹⁰⁴, dosáhl maximálního nákladu 486 000 výtisků (1936/1937), zvláštní vydání dokonce až 2 miliony. Cílem a obsahem listu bylo hanobení Židů v pobuřujících člancích, zkreslujících montážích a zejména v antisemitských karikaturách Philippa Rupprechta.¹⁰⁵

¹⁰² Signal, Wehrmacht propaganda. *The Wiener Holocaust Library* [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://wienerholocaustlibrary.org/object/p861-p863/> German propaganda archiv. *Calvin university* [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/signal.htm>

¹⁰³ Gauleiter byl vůdce regionální pobočky NSDAP (nacistická strana) nebo stranického vedoucího územního celku Gau nebo jeho části Reichsgau.

¹⁰⁴ Šlo o propagační vitríny, ve kterých bylo vystaveno aktuální číslo

¹⁰⁵ *Der Stürmer. Deutsches Wochenblatt zum Kampf um die Wahrheit. Historisches Lexikon Bayerns* [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Der_St%C3%BCrmer._Deutsches_Wochenblatt_zum_Kampf_um_die_Wahrheit

Poslední číslo vyšlo na konci února 1945, po celou dobu týdeník vydával Julius Streicher, který byl v roce 1946 shledán vinným v norimberském procesu a následně popraven.¹⁰⁶

III. *Der Pimpf*

Der Pimpf byl měsíčník pro chlapce ve věku 10-14 let v organizaci *Hitlerjugend*. První číslo vyšlo v roce 1935 pod názvem *Morgen*. Obsahoval směs dobrodružných příběhů a propagandy. Během války se frekvence jeho vydávání snížila.¹⁰⁷

IV. *Das Deutsche Mädel*

Das deutsche Mädel byl měsíčník pro dívky v organizaci *Hitlerjugend*. Jasně prezentuje nacistická očekávání, jakými by se dívky měly stát. Na rozdíl od chlapeckého časopisu *Der Pimpf*, který mluví o dobrodružství a vzrušení, naproti tomu mají dívky podnikat klidné výlety, pečovat o raněné vojáky, připravovat se na výchovu dětí a tvrdě pracovat v továrnách.¹⁰⁸

V. Plakát

Vedle periodik se samozřejmě využíval i plakát, který stále „zdobil“ nejen německé ulice. Jak nacisté byly efektivní ve využívání plakátové propagandy popsala Sylke Wunderlich ve své knize *Propaganda des Terrors: „Myslím, že výtvarný styl plakátů výrazně přispěl k tomu, že tak úspěšně ovlivnily masy,“*¹⁰⁹

Dále zdůrazňuje, že nacisté se nikdy nevyhýbali kopírování nejúčinnějších socialistických a komunistických strategií, a to i dlouho předtím, než se nacistická strana v roce 1933 dostala k moci. Co se týče stylu a ikonografie, plakáty a transparenty s podobiznou Adolfa Hitlera mohly být klidně produktem revoluční

¹⁰⁶ Založen antisemitský týdeník *Der Stürmer* 20. 4. 1923 - 99 let. *Fronta.cz* [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://www.fronta.cz/kalendar/zalozen-antisemitsky-tydenik-der-sturmer>

¹⁰⁷ *Der Pimpf: 1935-1944*. *Calvin university* [online]. [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/pimpf.htm>

¹⁰⁸ *The German Girl*. *Calvin university* [online]. [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/maedel.htm>

¹⁰⁹ WUNDERLICH, Sylke. *Propaganda des Terrors*. [B. m.]: BerlinStory Verlag, 2020. ISBN 9783957231604. IN: FÜRSTENAU, Marcel. How the Nazis used poster art as propaganda. *DW* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.dw.com/en/how-the-nazis-used-poster-art-as-propaganda/a-55751640>

levice - kdyby místo toho zobrazovaly Rosu Luxemburgovou nebo Karla Liebknechta (jde o představitele komunistické strany v Německu).¹¹⁰

Tento názor sdílí také Jaroslav Anděl ve své knize *Plakát v souboji ideologií 1914 – 2014*, kde mimo jiné píše:

*„Srovnání nacistické a stalinistické propagandy ukazuje, že oba totalitní režimy ve své propagandě používaly podobné prvky a postupy. Tyto shody plynuly z obecných rysů totalitarismu, které nacismus a stalinismus sdílely, jako byly role vůdce, podřízení státu stranické diktatury, dehumanizace nepřítele a policejní teror. Byly však také výsledkem vzájemného poučení, jak dokládají mimo jiné výroky nacistického ministra propagandy Josepha Goebbelse, dávajícího německým umělcům za vzor některá sovětská díla.“*¹¹¹

Za návrhy plakátů stáli ve většině případů stoupenci režimu, například grafik a architekt Ludwig Hohlwein nebo někteří studenti *Bauhausu*. Nacisté používali plakátového umění k tomu, aby od počátku sváděli a podněcovali masy proti Židům (ti byli velmi často vyobrazeni na plakátech) a bolševikům a později proti všem odpůrcům války. Mnohé propagandistické plakáty nacistické éry byly na první pohled zcela neškodné; některé dokonce odrážely velký umělecký talent. Není těžké si představit, proč mohly být pro mnohé lákavé. Ostatně i díky propagandistickému umění se nacisté mohli spolehnout na podporu většiny Němců - alespoň dokud na Berlín a další německá města nepadaly bomby.¹¹²

3.3.5 Hitlerova mládež

Hitler si velmi dobře uvědomoval, že je důležité „pěstovat“ nacistickou ideologii již od útlého věku, jelikož i zde platí pořekadlo: „co se v mládí naučíš, ve stáří jako když najdeš“. Dle Hitlera mělo dojít k omlazení německého národa a zbavení se všeho starého „nepotřebného“. K těmto účelům byly zřízeny patřičné organizace.

¹¹⁰ FÜRSTENAU, Marcel. How the Nazis used poster art as propaganda. DW [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.dw.com/en/how-the-nazis-used-poster-art-as-propaganda/a-55751640>

¹¹¹ ANDĚL, Jaroslav. *Plakát v souboji ideologií 1914 -2014*. c. d., s. 17.

¹¹² FÜRSTENAU, Marcel. How the Nazis used poster art as propaganda. DW [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.dw.com/en/how-the-nazis-used-poster-art-as-propaganda/a-55751640>

Pro chlapce ve věku 10 až 14 let byla organizace **Deutsches Jungvolk**, starší hoši ve věku 14 až 18 byli už zařazeni pod **Hitlerjugend**. Od roku 1936 se členství mládežnických organizací stalo povinným a nedalo se mu žádným způsobem vyhnout. To, že s chlapci Hitler počítal jako s budoucími vojáky, dokazuje i jejich výcvik, kterým postupně v rámci organizací prošli.¹¹³

Uchazeči o členství v *Jungvolku* v první řadě museli projít důkladnou prověrkou rodinného původu, aby zde nebyli žádné pochyby o jejich rasové čistotě¹¹⁴ a poté skládali přísahu na *Blutfahne* (nacistická relikvie, která měla být nasáklá krví zastřelených účastníků mnichovského puče). Text přísahy potom zněl takto:

*„Před touto zástavou krve, jež zastupuje našeho vůdce, přísahám, že věnuji veškerou svou energii a sílu spasiteli naší země Adolfu Hitlerovi. Jsem ochoten a připraven za něho dát svůj život. K tomu mi dopomáhej bůh!“*¹¹⁵

Jen připomenu, že tuto přísahu skládali děti ve věku okolo 10 let, jde o názorný příklad toho, jak se propaganda dostávalo Němcům do života už od velmi nízkého věku, a dokonce se „ztotožňovali“ s tím, že by měli být jednou ochotni nasadit život za nacistický režim.

Poté si je pod svá křídla vzali starší členové z *Hitlerjugend*, kteří je následně připravovali na zkoušky, které se skládaly z otázek týkajících se nacistické ideologie, rasových teorií a historie z perspektivy NSDAP. Dále následovalo fyzické přezkoušení. Závěrem byla zkouška odvahy, kdy každý uchazeč musel skočit z prvního nebo druhého patra do napnuté plachty. Jako odměnu za to vše pak bylo získání stejnokroje a po dovršení 14 let byl přijat do *Hitlerjugend*^{116 117}

Nacisté se vedle výchovy chlapců zaměřili také na dívky. Ty měli podle Hitlera zastávat dvě hlavní role: být matkou a hospodyní. Dívčí organizace poté byly strukturálně velmi podobné těm chlapeckým. Dívky ve věku 10 až 14 měly

¹¹³ II. světová speciál – Třetí říše. Č. 9 (zima 2016). c. d., s. 21.

¹¹⁴ HUGHES, Matthew a Chris MANN. *Hitlerovo Německo: život v období Třetí říše*. s. 52 – 53.

¹¹⁵ LEPAGE, Jean-Denis. *Hitler Youth, 1922-1945: an illustrated history*. Jefferson, N.C.: McFarland & Company, 2009. ISBN 978-0-7864-3935-5. s. 85.

¹¹⁶ II. světová speciál – Třetí říše. Č. 9 (zima 2016). c. d., s. 22.

¹¹⁷ HUGHES, Matthew a Chris MANN. *Hitlerovo Německo: život v období Třetí říše*. c. d., s. 53.

organizaci *Jungmädelbund* a dívky od 14 do 18 spadaly již pod *Bund deutscher Mädel*. V těchto organizacích se kladl důraz především na přípravu pro budoucí rodinný život.¹¹⁸

Ve vztahu k *Hitlerjugend* je určitě ještě dobré zmínit stejnojmennou 12. divizi SS, která vznikla přibližně na přelomu let 1942/1943, příslušníci této divize byly vybírání právě z řad stejnojmenné mládežnické organizace. Zde se projevil i vliv propagandy, jelikož o narukování k divizijevilo dobrovolný zájem tisíce uchazečů (V květnu 1943 se hlásila první skupina 8 000 dobrovolníků).¹¹⁹

3.3.6 Propagandistické jednotky

Wehrmachtpropaganda-Abteilung neboli oddělení propagandy *wehrmachtu* bylo jedním z méně známých útvarů německé armády. Ve vojenské historii neexistovala žádná předchozí či srovnatelná organizace. Před jeho založením bychom nenašli žádné obdobné vojenské oddělení, jehož činnost by zahrnovala všechny oblasti moderní propagandy a fungovalo jako samostatná jednotka v rámci ozbrojených sil.¹²⁰

První iniciativy k vytvoření vojenské propagandistické organizace byly v letech 1935-1936, a to především ze strany RMVP¹²¹. Také ve velení *wehrmachtu* panovala všeobecná shoda o potřebě takové organizace. V pozadí tohoto vnímání stála široká shoda na tom, že selhání německé propagandy v první světové válce mělo rozhodující vliv na zhroucení německého týlu a vedlo k německé porážce. Hlavní sporný bod mezi civilním ministerstvem propagandy a armádou se týkal organizování propagandistických jednotek a dohledu nad nimi. RMVP chtělo připojit civilní jednotky ministerstva k vojenským formacím nasazeným v poli, naproti tomu OKW¹²² požadovalo, aby armádní jednotky byly pod plnou kontrolou armádního velení. Spor byl vyřešen po několika experimentech provedených v

¹¹⁸ *II. světová speciál – Třetí říše. Č. 9 (zima 2016). c. d., s. 23.*

¹¹⁹ 12. tanková divize SS Hitlerjugend [1943-1945]. *Valka.cz* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.valka.cz/12-tankova-divize-SS-Hitlerjugend-1943-1945-t642>

¹²⁰ UZIEL, Daniel. Wehrmacht Propaganda Troop and the Jews. *YadVashem.org* [online]. [cit. 2022-11-23]. Dostupné z: <https://www.yadvashem.org/articles/academic/wehrmacht-propaganda-troops-and-the-jews.html>

¹²¹ *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda* – Ministerstvo propagandy

¹²² *Oberkommando der Wehrmacht* – Vrchní velení Wehrmachtu

letech 1936-1937 načež byl vypracován kompromis a jednotky byly organizovány v rámci armády, ale jejich odborné směrnice měly vycházet přímo z RMVP.¹²³

Již v zimě roku 1938 podepsali šéf OKW Wilhelm Keitel a ministr propagandy Joseph Goebbels „*Dohodu o vedení propagandy v době války*“, podle níž mělo RMVP zajišťovat pouze pravidelné dodávky vhodných propagandistických materiálů a vedení válečné propagandy za účelem ovlivňování nepřátelské armády mělo provádět výhradně OKW a jeho propagandistické jednotky. Bylo vytvořeno celkem pět propagandistických jednotek, ty byly zpočátku podřízeny zpravodajským jednotkám, ale 14. října 1942 se staly samostatným typem jednotek, jimž byla přidělena *Waffenfarbe*¹²⁴ v odstínu *Lichtgrau* (světle šedá).¹²⁵

Pokud jde o oblast velení a řízení, klíčovým krokem bylo vytvoření oddělení propagandy OKW. V čele tohoto štábního orgánu stál profesionální důstojník, generál Hasso von Wedel, který byl přímo podřízen vedoucímu operačního štábu OKW, generálu Alfredu Jodlovi. Wehrmachtpropaganda-Abteilung byl vytvořen za účelem koordinace velení a kontroly nad rostoucím počtem nových propagandistických jednotek a sloužil jako prostředník mezi nimi a RMVP.¹²⁶

V tomto období byly úkoly propagandistických jednotek definovány následujícími prioritami:

- I. shromažďování zpravodajského materiálu z oblastí vojenských operací
- II. šíření propagandy uvnitř nepřátelské armády a obyvatelstva (odborný termín pro to byl „aktivní propaganda“)

¹²³ BUCHBENDER, Ortwin. *Das tönende Erz. Deutsche Propaganda gegen die Rote Armee im Zweiten Weltkrieg*. Stuttgart: Seewald Verlag, 1978. ISBN 978-3512004735. s. 16 – 19.

¹²⁴ Jde o barevné rozlišení jednotlivých vojsk Wehrmachtu, které se objevovaly třeba jako lemování nárameníků. Například běžné pěchotě byla přidělena barva bílá.

¹²⁵ UZIEL, Daniel. *The propaganda warriors: the Wehrmacht and the consolidation of the German home front*. New York: P. Lang, 2008. ISBN 9783039115327. s. 87.

¹²⁶ UZIEL, Daniel. *Wehrmacht Propaganda Troop and the Jews*. c. d.

III. organizace vzdělávacích a rekreačních aktivit pro německé jednotky.¹²⁷

V průběhu války se početní stavy propagandistických jednotek značně zvýšily a v polovině roku 1942 dosáhly vrcholu v podobě divize (asi 15 000 vojáků). Poté byly reorganizovány a nastal proces jejich postupného snižování, který pokračoval až do konce války. Změnily se také priority a od poloviny války byla nejvyšší prioritou aktivní propaganda. Dalším kolečkem v mašinérii vojenské propagandy byla propagandistická jednotka *Waffen-SS*, která byla částečně podřízena oddělení propagandy OKW. Jednotka *Waffen-SS* vznikla v roce 1940 jako propagandistická rota, ale pod energickým velením *SS-Standartenführera* Günthera d'Alquena¹²⁸ se rozšířila na pluk - *SS-Standarte „Kurt Eggers“*. Konkurencí ve sféře aktivní propagandy pluk nabýval na významu a ke konci války d'Alquen vystřídal generála von Wedela ve funkci velitele propagandistických jednotek.¹²⁹

Zdá se, že *Wehrmacht* nebyl schopen dodat velké množství dostatečně kvalifikovaného personálu, takže nábor do propagandistických jednotek z velké části zajišťovalo ministerstvo propagandy a jeho organizace. Ministerstvo propagandy mělo na starosti také zpravodajství a směrnice týkající se této oblasti byly prostřednictvím oddělení propagandy pravidelně směřovány ke všem propagandistickým jednotkám. Propagandistické jednotky v terénu zasílaly dál materiály, které shromáždily, co nejrychleji na oddělení propagandy OKW v Berlíně. Tam byl došlý materiál tříděn a cenzurován a poté předáván ministerstvu propagandy k šíření v tisku, rozhlase, týdenních filmových kronikách, filmech, knihách atd. Filmové záběry byly předávány přímo ministerstvu, aby mohly být zařazeny do týdenních filmových kronik promítaných v kinech. Němci si byli dobře vědomi aktuálního významu zpráv a dělali vše pro to, aby materiály odesílali co nejrychleji. Oddělení propagandy mělo k dispozici dokonce dvě nákladní letadla, která byla v neustále v pohotovosti a byla připravena odletět na frontu, vyzvednout materiál a urychleně ho dopravit zpět přímo do Berlína. *Wehrmacht* a civilní

¹²⁷ UZIEL, Daniel. *Wehrmacht Propaganda Troop and the Jews*. c. d.

¹²⁸ Gunter d'Alquen byl také šéfredaktorem týdeníku *Das Schwarze Korps*, oficiálních novin SS.

¹²⁹ UZIEL, Daniel. *Wehrmacht Propaganda Troop and the Jews*. c. d.

propagandistické organizace v zásadě a po celou dobu války úspěšně a efektivně spolupracovaly, i když četné omluvné poválečné publikace popisovaly jejich vzájemné vztahy jako problematické.¹³⁰

3.3.7 Olympijské hry pod hákovým křížem

Olympiáda v roce 1936, slouží jako názorná ukázka toho, jak lze sportovní událost využít pro propagandistické účely.

Úkolem oslav během olympiády bylo přilákání pozornosti a vytvoření dojmu, že nacistický režim není onou obávanou hrozbou. Němci se tak skrytě snažili získat přízeň světa. Začátek her byl ve znamení křesťanství zahájen bohoslužbou a kladením věnců obětem, za doprovodu *Wehrmachtu*, *Hitlerjugend* a *Svazu německých dívek*. Berlín byl, jak jinak zahalen do olympijských a říšských vlajek.¹³¹

Nacisté si ale byli vědomi toho, že strana nemůže vstupovat do průběhu her příliš výrazně a svou myšlenku musí prosazovat jen s velkou opatrností a spíše se prezentovat jako běžná země, která v olympiádě vidí čistě jen sportovní mírovou událost.¹³²

Mezi jeden z možná nepatrných, ale taktických kroků je považován Hitlerův výstup během zahájení her, kdy se ceremoniálu zúčastnil v civilním oděvu, což u něj nebylo zvykem. Byl taky jedním z mála vysoce postavených nacistických státníků, kteří tak učinili. Většinu času ho bylo možné spatřit pouze v uniformě a za jeho působení učinil jen málo výjimek, mezi ně patří kromě již zmíněného zahajovacího ceremoniálu letní Olympiády také přebírání funkce kancléře z rukou prezidenta Hindenburga v roce 1933. Toto gesto rovněž přispělo ke zdůraznění nevojenské atmosféry her, kterou se Němci snažili propagovat. Dobrovolníci i jiní účastníci her, především pak z řad NSDAP, se tak měli, pokud možno, vyhýbat uniformám, aby nevyvolávaly zbytečné obavy.¹³³

¹³⁰ UZIEL, Daniel. *Wehrmacht Propaganda Troop and the Jews*. c. d.

¹³¹ REICHEL, Peter. *Svůdný klam Třetí říše: fascinující a násilná tvář fašismu*. Přeložil Josef BOČEK. Praha: Argo, 2004. Historické myšlení. ISBN 80-7203-604-1. s. 225.

¹³² GOEBBELS, Joseph, REUTH, Ralf Georg, ed. *Deníky*. Přeložil Josef OTÁHAL. Praha: Naše vojsko, 2010. ISBN 9788020610003. s. 107.

¹³³ KRUGER, Arnd a W. J. MURRAY. *The Nazi Olympics: Sport, Politics, and Appeasement in the 1930s*. [B. m.]: University of Illinois Press. ISBN 978-0252028151. s. 33 – 34.

Goebbelsova propaganda vysílala v době olympiády dva signály: **první** měl Německo znázornit jako velmoc, ale se zakrytím všudypřítomného antisemitismu, z ulic tak zmizely protižidovské nápisy a **druhým** signálem bylo utvrzení árijské nadřazenosti, vyobrazení árijců jako následovníků antických Řeků. Zde se právě zrodila tradice, kdy se z řeckého Olympu běží štafeta s olympijským ohněm, s touto myšlenkou přišel Carl Diem.^{134 135}

Berlínská olympiáda byla také první olympiádou, která se vysílala živě v televizi. Na zdokumentování olympiády se podílela také Leni Riefenstahl, která celou událost zfilmovala v propagandistickém snímku *Olympia*, ve kterém se prezentuje nacistický ideál dokonalé lidské postavy.¹³⁶

Zahajovacího ceremoniálu se také účastnily vojenské jednotky. Nejen, že stály za mnohými přípravami, ale při samotném zahajovacím aktu vypustily 10 000 holubic z vlastních chovů, které byly nazvány jako „holubice míru“.¹³⁷

Závěrečný ceremoniál byl opět v rukou režimu, a především pak jeho armády, která díky své světelné show sklídila veliký úspěch. Tato jedinečná podívaná, kdy na oblohu prosvítlo několik desítek protiletadlových světlometů a vytvořily jakousi „světelnou katedrálu“, byla dílem jednotek protivzdušné obrany.¹³⁸

3.4 Nacistická symbolika

„... Symboly působí na vědomí lidí ve dvou fázích. V První fázi utíkají určité skupiny lidí k symbolům v obdobích osobních zvrátů a krizí, v období, kdy se hroutí představy o životě, kdy se nedaří uspokojit aspirace. Beznadějnost situace řeší uznáváním symbolů, které jsou těmto lidem známy nebo jsou jim jinou osobou nabídnuty nebo je mají po ruce. Symbol se tak nejprve stává náhražkou za něco, co je pro tuto osobu jinak nedostupné...“

¹³⁴ přední německý sportovní činovník, generální tajemník organizačního výboru Letních olympijských her 1936 v Berlíně

¹³⁵ *II. světová speciál – Třetí říše. Č. 9 (zima 2016). c. d., s. 65.*

¹³⁶ *Ibid.* s. 65.

¹³⁷ REICHEL, Peter. *Svůdný klam Třetí říše: fascinující a násilná tvář fašismu.* s. 224.

¹³⁸ *Ibid.* s. 224.

„... Druhá fáze je typická integrací do hnutí, do multispolečenství rovných, úspěšných, kde mají reálnou šanci subjektivně profitovat. Stávají se totiž „osobností“ multispolečenství. K této subjektivní integraci jim dopomůže i určitá forma vojenské organizace skupiny, ... kde významnou roli sehrává vůdcovský princip. Život najednou dostává přísná a přesná pravidla, kterým se dobrovolně podřizují. Je jim předestřena přísná hierarchie „jejich“ společnosti, mají před sebou jasný cíl, čeho chtějí dosáhnout v tomto multispolečenství, a cesty, jak tohoto vysněného cíle mohou dosáhnout. Je jim předestírán i náhled na reálnou společnost, i když se jedná o pohled ryze subjektivní, podávaný uznávanou osobností, vůdcem. Je nastolena nová hierarchie hodnot, která je však v diametrálním rozdílu od obecně uznávaného hodnotového žebříčku.

Přechodem z první fáze do druhé sehrávají významnou roli i vůdcové, kteří s členy společenství manipulují právě pomocí symbolů.“¹³⁹

Tato ukázka dle mého vcelku srozumitelně popisuje význam symbolů v rámci společenství. Tuto „šablonu“ fází lze krásně přenést i na situaci v Německu, jelikož spousta lidí vnímala tehdejší situaci opravdu jako krizi. Německo prohrálo první světovou válku a jako poražený stát muselo platit vysoké reparace, což mělo za následek vysoké zadlužení. Inflace už sice rychle stoupala během války, opravdová krize ale přišla až po jejím konci. Německo potřebovalo pro fungování alespoň základních funkcí státu obrovské půjčky. Říšská banka musela vydávat bankovky neuvěřitelnou rychlostí, což mělo za následek akcelerující inflaci. Ta dosáhla v roce 1923 více než 23 000 procent.¹⁴⁰ Do této situace se objevuje Adolf Hitler, který pro spoustu lidí mohl symbolizovat pomyslné světlo na konci tunelu, na konci krize. Hitler si byl toho vědom a této situace dokázal obratně využít.

¹³⁹ CHMELÍK, Jan. *Extremismus*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012. ISBN 978-80-7380-376-6. s. 102 – 103.

¹⁴⁰ PUČELÍK, Karel. *Bochník chleba za miliardu. Taková byla hyperinflace meziválečného Německa*. E15 [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/ostatni/bochnik-chleba-za-miliardu-takova-byla-hyperinflace-mezivalecneho-nemecka-1327665>

Zmíněnou druhou fází můžeme pak pozorovat na různých hnutích, spolcích a organizacích jako *Hitlerjugend*, *Bund Deutscher Mädel*, *SA* nebo také *SS*, kde je jasně daná hierarchie a symbolika zde hraje svou roli.

Stejně jako Fašistická Itálie měla své svazky prutů, jako symbol síly v jednotnosti, Sovětský svaz měl rudou pěticípou hvězdu, představující proletáře pěti dílů světa a srp a kladivo reprezentující průmysl a zemědělství. Ovšem ani jeden z uvedených států nebyl tak posedlý symboly jako právě nacistické Německo, kdy různé runy, znaky a obrazce výrazně provázely tento režim.

3.4.1 Hákový kříž

Určitě nejvíce charakteristickým symbolem pro nacistický režim je svastika neboli hákový kříž. Ovšem málokdo ví, že se nejedná o originální symbol nacistů, ale že jde o pouze převzatý symbol, jehož užívání a význam sahá hluboko do historie.

Slovo svastika má původ v sanskrtu¹⁴¹, kde znamená „štěstí“ nebo „blahobyt“. Zdá se, že motiv hákového kříže byl poprvé použit v Eurasii již před 7000 lety, pravděpodobně reprezentující pohyb slunce po obloze. Dodnes je posvátným symbolem v hinduismu, buddhismu, džinismu a odinismu. Běžně se objevuje na chrámech nebo domech v Indii či Indonésii. Svastika má v Evropě také starobylou historii, objevuje se na artefaktech z předkřesťanských evropských kultur. V 19. století došlo k oživení tohoto symbolu v důsledku rostoucího zájmu Evropanů o starověké civilizace Blízkého východu a Indie. Německý archeolog Heinrich Schliemann objevil při svých rozsáhlých vykopávkách hákový kříž na místě starověké Tróje. Spojil jej s podobnými tvary nalezenými na keramice v Německu a vyslovil domněnku, že se jedná o „významný náboženský symbol našich vzdálených předků“. Další evropští vědci a myslitelé spojovali tento symbol se společnou árijskou kulturou, která se rozkládala na území Evropy a Asie. Na počátku 20. století byl hákový kříž v Evropě hojně používán a zastával mnoho významů, nejčastěji byl vnímán jako symbol štěstí a příznivého vývoje.¹⁴²

¹⁴¹ Sanskrt je jeden z nejstarších jazyků.

¹⁴² *The history of the Swastika*. Holocaust encyclopedia [online]. [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/history-of-the-swastika>

Používání svastiky nacisty vychází z práce německých učenců 19. století, kteří překládali staré indické texty a všimli si podobností mezi svým jazykem a sanskrtem. Došli k závěru, že Indové a Němci museli mít společné předky, a představili si rasu bílých bojovníků podobných bohům, kterou nazvali Árijci. Této myšlenky se chopily antisemitské nacionalistické skupiny, které si svastiku přivlastnily jako árijský symbol, aby posílily pocit starobylého původu germánského národa. Černý rovnoramenný *hakenkreuz* na charakteristickém bílém kruhu a červeném pozadí nacistické vlajky se stal nejnenávidějším symbolem 20. století, neoddělitelně spojeným se zvěrstvy páchanými za dob Třetí říše.¹⁴³

3.4.2 *Totenkopf* – „umrlčí lebka“

Další ikonický symbol, který je spojován především s SS, jehož historie, podobně jako u hákového kříže, také sahá ještě do dob, kdy SS neexistovalo. V kontrastu například s hákovým křížem a ostatními nacisty užívanými symboly, které bez historického kontextu, pravděpodobně nevzbuzují žádné emoce a lze je těžko jednoznačně zařadit jako pozitivní či negativní, což se ovšem nedá říct o symbolu „*umrlčí lebky*“, jelikož symbol lebky byl v historii většinou spojován se smrtí a působil spíše negativně. V případě SS šlo sice o historický odkaz na minulost a tradici císařských vojenských jednotek, ale z mého pohledu také charakterizoval krutost jednotek SS, a to nejen proto, že tento symbol byl také užíván jednotkami SS, které vykonávaly dozor v koncentračních táborech.

Totenkopf se jako vojenský znak začal používat za Fridricha Velikého, který v pruské armádě zformoval pluk husarské jízdy pod velením plukovníka von Ruesche, *Husaren-Regiment Nr. 5*. Ten přijal černou uniformu s vyobrazením *Totenkopfu* na přední straně mirlitonů¹⁴⁴ a nosil ji v poli ve válce o rakouské dědictví a v sedmileté válce.¹⁴⁵

V roce 1809, během páté koaliční války, shromáždil Fridrich Vilém, vévoda brunšvicko-wolfenbüttelský, dobrovolníky pro boj s Napoleonem Bonapartem,

¹⁴³ *How the world loved the swastika - until Hitler stole it*. BBC [online]. [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/magazine-29644591>

¹⁴⁴ vysoký klobouk nošený husary, lehkou jízdou a lehkou pěchotou v letech 1750-1800

¹⁴⁵ REID, Stuart. *Frederick the Great's Allies 1756–63*. [B. m.]: Osprey Publishing, 2010. ISBN 978-1849081771.

který dobyl jeho země. Brunšvický sbor byl vybaven černými uniformami, což dalo vzniknout jeho přezdívce Černí Brunšvičtí. Husarská jízda i pěchota v jednotce nosila odznak Totenkopf, a to buď na znamení smutku za vévodova otce Karla Viléma Ferdinanda, vévodu brunšvicko-wolfenbüttelského, který byl zabit v bitvě u Jeny-Auerstedtu v roce 1806, nebo podle některých pramenů na znamení pomsty Francouzům. Poté, co se probojovali Německem, vstoupili Černí Brunšvičtí do britských služeb a bojovali s nimi v poloostrovní válce a v bitvě u Waterloo. Brunšvický sbor byl nakonec v roce 1866 začleněn do pruské armády.¹⁴⁶



Obrázek 3: uniforma Černých Brunšvických s ikonickým Totenkopfm

Znak lebky a zkřížených kostí nosili němečtí *sturmtruppen*¹⁴⁷ na západní frontě i v roce 1918¹⁴⁸ a v meziválečném období byl využíván jednotkami *freikorps*.

Nebylo překvapením, že příslušníci *Stosstrupp* – Adolf Hitler přijali v roce 1923 dychtivě *Totenkopf* jako svůj výsostný znak poté, co získali z armádních přebytků jen skromný počet jako označení na čapky. Jejich následovníci z řad SS

¹⁴⁶ PIVKA, Otto. *The Black Brunswickers*. [B. m.]: Osprey Publishing, 1973. ISBN 9780850451467.

¹⁴⁷ Vojáci specializovaní především na boj v zákopech

¹⁴⁸ 'ARE WE THE BADDIES?' A BRIEF HISTORY OF THE TOTENKOPF

INSIGNIA. Historynet [online]. [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.historynet.com/are-we-the-baddies-a-brief-history-of-the-totenkopf-insignia/>

si smluvně zajistili u firmy *Deschler* z Mnichova vyhotovení většího počtu umrlčích lebek pruského vzoru bez spodní čelisti, které používali dalších 11 let. V Roce 1934, kdy se pruská *Totenkopf* začala nosit jako elitní odznak nových armádních tankových jednotek, si velení SS vymysleli jedinečný vzor umrlčí lebky s vyceněnými zuby a spodní čelistí, který byl používán až do zániku SS v roce 1945.¹⁴⁹

Vzor SS *Totenkopf* z roku 1934 měl různé podoby, pohledy zprava či zleva nebo zepředu, a objevoval se na textilních pokrývkách hlavy u všech příslušníků SS. Tvořil také střed prstenů, býval na dýkách, na závěsných řetězech, na společenských blůzách uniforem, vlajkách, standartách, bubnech a vlaječkách. Himmler¹⁵⁰ chtěl, aby jeho muži byli pyšní na dědictví, a nelze pochybovat, že historické spojitosti s umrlčí lebkou tomu výborně posloužily.¹⁵¹

3.4.3 Runy SS

Vedle *Totenkopfu* symbolizovaly runy SS postavení elity a bratrského kamarádství v rámci organizace, které bylo podporováno a vyzdvižováno. Runy byly odvozeny z písmen původní starogermánské abecedy z předkřesťanské doby. Tyto poznatky utvrzovaly Himmlera v jeho představách o SS jako řádu rytířů a zcela ho ovládaly svými kryptickými kódy a skrytým poselstvím. Všichni příslušníci *Allgemeine-SS* byly před rokem 1939 v rámci zkouškového výcviku školeni v symbolice run. Do roku 1945 používaly oddíly 14 hlavních variací run. Podrobný výklad těchto run nebyl většině mužů, kteří je nosili, příliš srozumitelný a školení kolem roku 1940 skončila.¹⁵²

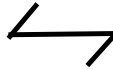
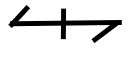
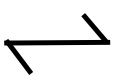
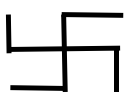
¹⁴⁹ LUMSDEN, Robin. *SS reálie*. Praha: Ottovo nakladatelství, 1998. ISBN 8071811726. s. 32.

¹⁵⁰ mj. velitel SS

¹⁵¹ LUMSDEN, Robin. *SS reálie*. c. d., s. 32.

¹⁵² Ibid. s. 34.

Ostatně jak moc byla pro SS symbolika významná dokazuje proces udělování *Totenkopfringu der SS*¹⁵³, který zavedl Himmler 10. dubna 1934 a v řadách SS byl brán za nejvyšší možné vyznamenání. Každý kousek byl exkluzivní a originální, jelikož byl navržen a ručně vyroben pověřeným zlatníky z firmy Otto Gabriela v Mnichově. Uvnitř byla vyryta písmena „S. Lb“¹⁵⁴, příjmení příjemce, datum udělení a faksimile podpisu Himmlera.¹⁵⁵

	Sig-rune: vítězství		Wolfsangel: svoboda, nezávislost
	Opfer-rune: sebeobětování		Wolfsangel: menší varianta
	Eif-rune: horlivost a nadšení		Leben-rune: život
	Heilszeichen: úspěch štěstí		Toten-rune: smrt
	Hakenkreuz		Tyr-rune: runa bitvy
	Sonnenrad: představa slunce		Hagall-rune: věrnost
	Ger-rune: společný duch		Odal-rune: příbuzenství a rodina

Obrázek 4 - runy SS a jejich význam

¹⁵³ Prsten SS s umrlčí lebkou

¹⁵⁴ *Seinem lieben* – lze přeložit jako mému drahému

¹⁵⁵ LUMSDEN, Robin. *SS reálie*. c. d., s. 57.

Co určitě stojí ještě za zmínku a dokonale podtrhuje Himmlerovu fascinaci symbolikou a zájem o mystiku, je předávací dekret, který byl nedílnou součástí každého prstenu. Stálo v něm:

„Propůjčuji Vám Prsten s umrlčí lebkou SS.

Má být:

znamením naší věrnosti Vůdci, naší neměnné poslušnosti vůči našim nadřízeným a naší neotřesitelné soudržnosti a kamarádství.

Umrličí lebka je připomenutím odhodlání, být kdykoli připraven nasadit život našeho Já za život celku.

Oproti lebce jsou runy ozdravnými znameními naší minulosti, se kterou jsme naším světonázorem nacionálního socialismu znovu svázáni.

Obě runy Sig symbolizují jméno našich Ochranných oddílů (SS). Hákový kříž a runa Hagal nám mají udržovat na očích neotřesitelnou víru ve vítězství našeho světonázoru.

Prsten je ověnčený dubovými ratolestmi, listy našeho starého německého stromu.

Tento prsten není možno koupit a nesmí nikdy přijít do cizích rukou. S Vaším vystoupením z SS nebo smrtí půjde tento prsten zpět Říšskému vedoucímu SS.

Vyobrazení či výroba duplikátů jsou zakázány a Vy sám musíte jejich vzniku zabránit.

Noste prsten se ctí!“

V pravém spodním rohu se nacházel originální podpis Heinricha Himmlera.¹⁵⁶

Veškerá symbolika hrála významnou roli v rámci propagandy, jelikož šlo o něco, co obyvatelstvo či armádu denně obklopovalo a svým způsobem vtahovalo, jelikož za každým symbolem se skrýval nějaký narativ, který se opíral ve většině případů o historické pozadí nebo mystiku a snažil se navodit pocit nadřazenosti a určité privilegovanosti německého národa.

¹⁵⁶ LUMSDEN, Robin. *SS reálie*. c. d., s. 57.

Závěr

Myslím si, že na základě informací uvedených v této práci, mohu potvrdit, že propaganda v rukou nacistů byla opravdu zbraní. Pokud zbraň, vnímáme jako něco, čím můžeme druhým ublížit, tak v případě období třetí říše, bylo poškozených víc než dost a toto období bude navždy vnímáno, jako období tragické. Mnoho lidí tehdy podlehl nacistické ideologii a slepě ji následovali, a to díky efektivně vedené propagandistické kampani, kterou lze charakterizovat jako masivní a promyšlenou.

Šlo i o zbraň velmi zákeřnou, která neměla s nikým slitování. Například, když se podíváme na to, jak si nacisté naprosto chladně „podrobili“ německou mládež, která byla naprosto nevinná a apolitická, ale v momentě, kdy prošla skrze zmíněné mládežnické organizace, byla velká část naprosto zmanipulovaná nacistickou ideologií. Propagandu v první polovině 20. století samozřejmě nevyužíval jenom nacistický režim, využívaly ji všechny režimy od západu po východ, ale ta nacistická dosahovala rozhodně té nejvyšší úrovně, a právě to ji dělalo tak nebezpečnou.

„Úspěch“ nacistické propagandy, zapříčinilo určitě více faktorů, než jen postava Adolfa Hitlera nebo Josepha Goebbelse. Šlo o náladu v německé společnosti po prohrané první světové válce, krize nebo třeba německá oddanost státu. Tato kombinace poté vytvořila prostor pro lidi jako byl právě Hitler, pro lidi, kteří vycítili příležitost a věděli, jak ji využít, respektive zneužít ve svůj prospěch.

Závěrem bych rád řekl, že téma propagandy je stále aktuální a možná dokonce i více než kdy dříve. Dle mého názoru totiž propaganda, jako nástroj roste na síle společně s technologickým pokrokem, jelikož čím pokročilejší technologie máme, tím sofistikovanější může propaganda být a tím pádem i nebezpečnější.

Seznam využitých zdrojů

❖ Knihy

1. ANDĚL, Jaroslav. *Plakát v souboji ideologií 1914 – 1918*. [B. m.]: DOX, 2014. ISBN 9788087446300
2. BUCHBENDER, Ortwin. *Das tönende Erz. Deutsche Propaganda gegen die Rote Armee im Zweiten Weltkrieg*. Stuttgart: Seewald Verlag, 1978. ISBN 978-3512004735.
3. CASEY, Ralph D. *What is propaganda?* [online]. [B. m.]: GI Roundtable series, 1944. [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: [https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-\(1944\)](https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-2-what-is-propaganda-(1944)).
4. DEUERLEIN, Ernst, *Der Hitler-Putsch: Bayerische Dokumente zum 8./9. November 1923*, Stuttgart: DVA, 1962.
5. DOOB, Leonard W. *Public opinion and Propaganda*. 2. vydání. [B. m.]: Archon Books, 1966. ISBN 978-0208005137.
6. EVANS, Richard J. *Třetí říše u moci: 1933-1939*. Praha: Beta-Dobrovský, 2009. ISBN 978-80-7306-323-8.
7. GERWARTH, Robert. *Poražení: světová válka byla jen jedna*. Praha: Paseka, 2018. ISBN 978-80-7432-895-4.
8. GOEBBELS, Joseph, REUTH, Ralf Georg, ed. *Deníky*. Přeložil Josef OTÁHAL. Praha: Naše vojsko, 2010. ISBN 9788020610003.
9. GOEBBELS, Joseph. *Signale der neuen Zeit. 25 ausgewählte Reden von Dr. Joseph Goebbels*. Mnichov: Zentralverlag der NSDAP, 1938.
10. HEINE, Heinrich. *O Německu*. Praha: 1951.
11. HITLER, Adolf. *Můj boj: dva svazky v jednom. Sv. 1.: Účtování. Sv. 2.: Národněsocialistické hnutí*. Nežkrác. vyd. Přeložil Stanislav MICHALČÍK. Praha: Otakar II., c2000. ISBN 8086355268.
12. HUGHES, Matthew a Chris MANN. *Hitlerovo Německo: život v období Třetí říše*. Přeložil Petr KOVÁCS. Praha: Columbus, 2002. ISBN 8072491237.
13. CHMELÍK, Jan. *Extremismus*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012. ISBN 978-80-7380-376-6.
14. IRVING, David. *Goebbels: Mastermind of the Third Reich*. London: Parforce, 1996. ISBN 978-1872197135.
15. JINDRA, Zdeněk. *První světová válka*. [B. m.]: SPN, 1984. ISBN 1455784
16. JOHNSON-CARTEE, Caren S. a Gary A. Copeland. *Strategic political communication*. [B. m.] Rowman & Littlefield Publishers, 2003. ISBN 9780742528826.
17. JOWETT, Garth S. a Victoria J. O'DONNELL. *Propaganda & Persuasion. Fifth edition* [online]. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications, 2011. [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <https://hiddenhistorycenter.org/wp-content/uploads/2016/10/PropagandaPersuasion2012.pdf>. ISBN 978-1412977821
18. KAHLER, Erich. *Der Deutsche Geist in der Geschichte Europas*. Zürich, 1937.
19. KRUGER, Arnd a W. J. MURRAY. *The Nazi Olympics: Sport, Politics, and Appeasement in the 1930s*. [B. m.]: University of Illinois Press. ISBN 978-0252028151.

20. LEPAGE, Jean-Denis. *Hitler Youth, 1922-1945: an illustrated history*. Jefferson, N.C.: McFarland & Company, 2009. ISBN 978-0-7864-3935-5
21. LUMSDEN, Robin. *SS reálie*. Praha: Ottovo nakladatelství, 1998. ISBN 8071811726.
22. MANN, Golo. *Deutsche Geschichte des 19. und 20. Jahrhunderts. s. Fischer Verlag*, 1958. ISBN 978-3103479010.
23. MANN, Thomas. *Deutschland und die Deutschen*. Hamburg: S.Fischer Verlag, 1992. ISBN 9783100482723
24. PIVKA, Otto. *The Black Brunswickers*. [B. m.]: Osprey Publishing, 1973. ISBN 9780850451467.
25. PLESSNER, Helmut. *Die verspätete Nation*. Berlín, Suhrkamp, 1959.
26. REID, Stuart. *Frederick the Great's Allies 1756–63*. [B. m.]: Osprey Publishing, 2010. ISBN 978-1849081771.
27. REICHEL, Peter. *Svůdný klam Třetí říše: fascinující a násilná tvář fašismu*. Přeložil Josef BOČEK. Praha: Argo, 2004. Historické myšlení. ISBN 80-7203-604-1.
28. SCHULTZ, Richard H. a Roy GODSON. *Dezinformatsia: Active Measures in Soviet Strategy*. Nebraska: University of Nebraska Press, 1984. ISBN 9780080315737.
29. STÜRMER, Michael. *Die Grenzen der Macht. Begegnung der Deutschen mít der Geschichte*. [B. m.] Siedler-Verlag, 1990.
30. TREPTOW, Kurt W. *Dějiny Rumunska*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2000. Dějiny států. ISBN 80-7106-348-7.
31. UZIEL, Daniel. *The propaganda warriors: the Wehrmacht and the consolidation of the German home front*. New York: P. Lang, 2008. ISBN 9783039115327.
32. VALENTA, Aleš. *Německý rok 1968*. [B. m.]: LEDA, 2021. ISBN 9788073357542
33. WELCH, David. *The Third Reich: Politics and Propaganda*. 2. vydání. New York: Routledge, 2002. ISBN 9780415275088.
34. WUNDERLICH, Sylke. *Propaganda des Terrors*. [B. m.]: BerlinStory Verlag, 2020. ISBN 9783957231604
35. ZITELMANN, Rainer. *Adolf Hitler a jeho cesta k moci*. Praha: V.P.K., 1993. ISBN 8085622270.

❖ Periodika

1. *II. světová speciál – Třetí říše*. Č. 9 (zima 2016). Brno: Extra publishing, 2016. vychází čtvrtletně. ISSN 1805-0298.
2. *II. světová - Nacistická válečná propaganda*. Č. 11 (listopad 2016). Brno: Extra publishing, 2016. Vychází měsíčně. ISSN 1805-0298.

❖ Elektronické zdroje

1. 'ARE WE THE BADDIES?' A BRIEF HISTORY OF THE TOTENKOPF INSIGNIA. Historynet [online]. [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.historynet.com/are-we-the-baddies-a-brief-history-of-the-totenkopf-insignia/>
2. 12. tanková divize SS Hitlerjugend [1943-1945]. Valka.cz [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.valka.cz/12-tankova-divize-SS-Hitlerjugend-1943-1945-t642>
3. Bitva o Stalingrad v německém tisku. Fronta.cz [online]. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://www.fronta.cz/bitva-o-stalingrad-v-nemeckem-tisku>

4. Britannica.com: *Propaganda* [online]. [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/propaganda>.
5. Der ewige Jude. *United states holocaust memorial museum* [online]. [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/der-ewige-jude>
6. Der Pimpf: 1935-1944. Calvin university [online]. [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/pimpf.htm>
7. Der Stürmer. Deutsches Wochenblatt zum Kampf um die Wahrheit. Historisches Lexikon Bayerns [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Der_St%C3%BCrmer._Deutsches_Wochenblatt_zum_Kampf_um_die_Wahrheit
8. E-polis.cz: BENEŠ, Kamil. *Teorie propagandy: vybrané typologie* [online]. [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <https://www.e-polis.cz/clanek/teorie-propagandy-vybrane-typologie.html>.
9. FÜRSTENAU, Marcel. How the Nazis used poster art as propaganda. DW [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.dw.com/en/how-the-nazis-used-poster-art-as-propaganda/a-55751640>
10. German propaganda archiv. Calvin university [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/signal.htm>
11. How the world loved the swastika - until Hitler stole it. BBC [online]. [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/magazine-29644591>
12. JANDOUREK, Jan. Goebbelsovo tajemství propagandy: Vztít pocity lidí, říct je slovy a pořád to opakovat. *Forum24* [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/goebbelsovo-tajemstvi-propagandy-vzit-pocity-lidi-rikt-je-slovy-a-porad-to-opakovat/>
13. KAPAVÍK, Radim. Převzetí moci nacisty v Německu (1930-1934). *Valka.cz* [online]. [cit. 2023-01-26]. Dostupné z: <https://www.valka.cz/10791-Prevzeti-moci-nacisty-v-Nemecku-1930-1934>
14. Katyňský masakr zneužili k propagandě nacisté i Sověti. *Český rozhlas Plus* [online]. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/katynsky-masakr-zneužili-k-propagande-naciste-i-soveti-8188545>
15. LEDFORD, Kenneth F. *Mass Murderers Discover Mass Murder: the Germans and Katyn, 1943* [online]. [cit. 2023-02-24]. Dostupné z: https://scholarlycommons.law.case.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1089&context=faculty_publications
16. Mtsu.edu: *Committee on public information* [online]. [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <https://www.mtsu.edu/first-amendment/article/1179/committee-on-public-information>
17. MVCR.cz: Definice dezinformací a propagandy [online]. [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>.
18. PUČELÍK, Karel. Bochník chleba za miliardu. Taková byla hyperinflace meziválečného Německa. *E15* [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/ostatni/bochnik-chleba-za-miliardu-takova-byla-hyperinflace-mezivalecneho-nemecka-1327665>

19. RERICH, Jakub. Před 100 lety vznikla Výmarská republika. Evropská unie by se měla poučit z jejích chyb, píše *Süddeutsche Zeitung*. *Český rozhlas plus* [online]. 9. únor 2019 [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/pred-100-lety-vznikla-vymarska-republika-evropska-unie-se-mela-poucit-z-jejich-7758171>
20. Signal, Wehrmacht propaganda. *The Wiener Holocaust Library* [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://wienerholocaustlibrary.org/object/p861-p863/>
21. ŠVAMBERK, Alex. Hitler před 90 lety převzal moc. *Novinky.cz* [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/historie-hitler-pred-90-lety-prevzal-moc-40421255>
22. The German Girl. Calvin university [online]. [cit. 2023-02-27]. Dostupné z: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/maedel.htm>
23. The history of the Swastika. Holocaust encyclopedia [online]. [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/history-of-the-swastika>
24. UZIEL, Daniel. Wehrmacht Propaganda Troop and the Jews. *YadVashem.org* [online]. [cit. 2022-11-23]. Dostupné z: <https://www.yadvashem.org//articles//academic//wehrmacht-propaganda-troops-and-the-jews.html>
25. Založen antisemitský týdeník Der Stürmer 20. 4. 1923 - 99 let. *Fronta.cz* [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://www.fronta.cz/kalendar/zalozen-antisemitsky-tydenik-der-sturmer>

Další zdroje

Triumph des Willens [film]. Režie Leni Riefenstahl. 1938.

Seznam obrázků

1. LEETE, Alfred. „Your country needs you“ advertisement in London Opinion, Vol. XLII No.546, 5 September 1914 [plakát, ilustrace]. [B. m.], 1914. In: *British library* [online]. [cit. 18. 10. 2022]. Dostupné z: <https://www.bl.uk/collection-items/your-country-needs-you>
2. *Adolf Hitler's Speech in the Berlin Lustgarten, 1932* [online]. In: [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <http://ieg-ego.eu/en/mediainfo/adolf-hitlers-speech-in-the-berlin-lustgarten-1932>
3. *Brunšvický pěšák a husar v roce 1809 (A. Beyer-Pegau, 1901)*. In: *Primaplana.cz* [online]. [cit. 2023-02-22]. Dostupné z: <https://www.primaplana.cz/news/smrtilhavove-zrozeni-v-cechach-roku-1809-1-cerni-legionari-vevody-brunsvickeho-a-jejich-puvod/>
4. *Runy SS*. Vlastní tvorba

Seznam tabulek

1. *Přehled výsledků voleb 1928 a 1930*. zdroj: <https://www.valka.cz/10791-Prevzeti-moci-nacisty-v-Nemecku-1930-1934>
2. *Přehled výsledků voleb 31. 7. 1932*. zdroj: <https://www.valka.cz/10791-Prevzeti-moci-nacisty-v-Nemecku-1930-1934>
3. *Přehled výsledků voleb 6. 11. 1932*. zdroj: <https://www.valka.cz/10791-Prevzeti-moci-nacisty-v-Nemecku-1930-1934>

Seznam příloh

- I. *Plakát vyobrazující Adolfa Hitlera* [online]. In: [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/4/4e/Ein_Volk%2C_ein_Reich%2C_ein_F%C3%BChrer.jpg/800px-Ein_Volk%2C_ein_Reich%2C_ein_F%C3%BChrer.jpg
- II. *Plakát odkazující na popravy v Katyni* [online]. In: [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: https://www.myartprints.cz/kunst/unbekannter_kuenstler/Massaker-von-Katyn-NS-Propaganda-Plakat.jpg
- III. *Plakát k filmu Der ewige Jude* [online]. In: [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: <https://encyclopedia.ushmm.org/images/large/deb3284a-1a04-45da-9171-f6e75847a098.jpg.pagespeed.ce.bNEHU5Uv26.jpg>
- IV. *Obálka časopisu Signal* [online]. In: [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: https://www.cabinetmagazine.org/kiosk/cabinet_kiosk_27_april_2021_krolewski_sara_007.jpg
- V. *Příslušníci 12. divize SS Hitlerjugend* [online]. In: [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: <https://driveoncaen.weebly.com/uploads/1/2/4/0/124004255/12-normandy-3.jpg>
- VI. *Totenkopf ring* [online]. In: [cit. 2023-03-11]. Dostupné z: https://i.ytimg.com/vi/deGAMLWW_BA/sddefault.jpg

Přílohy



Příloha I – plakát vyobrazující Adolfa Hitlera



Příloha II – plakát odkazující na popravu v Katyni



Příloha III – plakát k filmu Der ewige Jude



Příloha IV – obálka časopisu *Signal*



Příloha V - Příslušníci 12. divize SS Hitlerjugend



Příloha VI – Totenkopf ring