

# Njemačka radijska propaganda u II. sv. ratu

---

**Delić, Rene**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2019**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University North / Sveučilište Sjever**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:754349>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

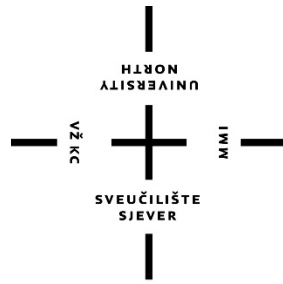
*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-15**



*Repository / Repozitorij:*

[University North Digital Repository](#)



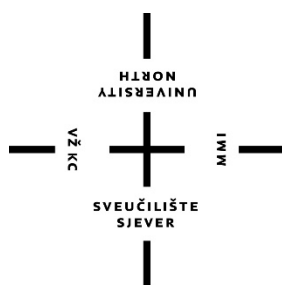


**Sveučilište  
Sjever**

**Završni rad br. 158\_NOV\_2019**

## **Njemačka radijska propaganda u Drugom svjetskom ratu**

**Rene Delić, 1319/336**



# Sveučilište Sjever

**Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo**

**Završni rad br. 158\_NOV\_2019**

## **Njemačka radijska propaganda u Drugom svjetskom ratu**

### **Student**

Rene Delić, 1319/336

### **Mentorica**

doc. dr. sc. Irena Radej Miličić

### **Komentor**

doc. dr. sc. Željko Krušelj

Koprivnica, rujan 2019. godine

# Prijava završnog rada

## Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

STUDIJ preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo

PRISTUPNIK Rene Delić

MATIČNI BROJ 1319/336

DATUM

KOLEGIJ

Uvod u radijsko novinarstvo

NASLOV RADA

Njemačka radijska propaganda u II. sv. ratu

NASLOV RADA NA  
ENGL. JEZIKU

German radio propaganda during the World War II

MENTOR

Irena Radej Miličić, Željko Krušelj

ZVANJE

doc. dr. sc.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. Magdalena Najbar Agičić, izv. prof.
2. Lidija Dujić, doc. dr. sc.
3. Željko Krušelj, doc. dr. sc.
4. Gordana Tkalec, doc. dr. sc.
- 5.

VŽ KC

MMI

## Zadatak završnog rada

BROJ 158\_NOV\_2019

OPIS

Rad se, uz uvod i zaključak, sastoji od triju cjelina: opisa tzv. formativnih godina i povijesnih zbivanja između dvaju svjetskih ratova, analize dvaju osnovnih propagandnih medija u Njemačkoj u razdoblju nacizma (knjige Mein Kampf Adolfa Hitlera i projekta Völkischer Empfänger na kojem se temeljila radijska propaganda), analize predratne propagande te analize ratne propagande.

U radu je potrebno:

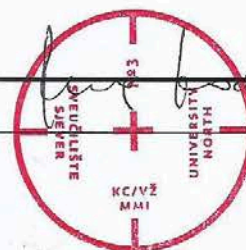
- 1) analizirati na kojim se medijima temeljila ideja propagande u nacističkoj Njemačkoj
- 2) istražiti predratno razdoblje propagande i njezin utjecaj na kasnija razdoblja
- 3) istražiti ratno razdoblje radijske propagande
- 4) izložiti zaključne opservacije.

ZADATAK URUČEN

26/3/2019

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE  
SJEVER



*Irena Radej Miličić*

## Sažetak

Tema je ovoga završnog rada njemačka radijska propaganda za vrijeme Drugog svjetskog rata, odnosno dokazivanje izuzetne efektivnosti u korištenju radija kao sredstva širenja propagande. Rad će se uglavnom fokusirati na metode koje su Hitler i Goebbels koristili kako bi uspostavili totalnu kontrolu nad vlastitim narodom. Pod terminom propagande će se u ovom radu podrazumijevati uglavnom radijska propaganda. Međutim, kako bismo dobili nešto potpuniju sliku događaja kojima se propagandno djelovanje manifestiralo kao još jedan ratni front, obratit ćemo pozornost na događaje prije samog početka oružanih sukoba.

Shodno tome ovaj je rad strukturiran u kronološkim poglavljima koja se nadovezuju jedno na drugo. Prvo će poglavlje govoriti o formativnim godinama, odnosno o teškoj gospodarskoj i političkoj situaciji u kojoj se njemački narod našao nakon Prvog svjetskog rata. Važno je upravo predočiti preliminarne razloge koji su pozicionirali Njemačku prema još jednom velikom konfliktu. Nakon toga će se rad nadovezati na socijalne i psihološke faktore, odnosno načine na koje su nacisti utjecali na njih kako bi uspostavili totalitarnu vlast. Kontroliranjem kulture i određivanjem onoga što je za mase prihvatljivo uspjeli su uvelike ograničiti kritičnu svijest naroda. Potom, psihološkom dominacijom, odnosno agresivnijim metodama poput nasilja su nastavili sijati strah i minimizirali mogućnost opozicije.

Nadalje, rad će se nadovezati na samu ratnu propagandu i način na koji se ista koristila za vrijeme konflikta. Kroz razradu poznatijih radijskih ličnosti koje su djelovale u to vrijeme dobit ćemo pogled na razne načine upotrebe radija i njihov efekt na općenitu psihu civilnog i vojnog kadra na obje sukobljene strane. Također ćemo obratiti pažnju na način emitiranja i kreaciju raznih radijskih stranica koje su služile za kreiranje kaosa iza neprijateljskih linija. Rad će također dati pozornost protupropagandnim djelovanjima čija su emitiranja bila važna u održavanju morala za vrijeme konflikta.

Rad završava zaključkom nakon kojeg slijedi popis korištene literature i slika.

Ključne riječi: Hitler, nacizam, radijska propaganda, radijske postaje Goebbels, Drugi svjetski rat

## Summary

The main theme of this paper is German radio propaganda during WWII, better said it's proving the extreme efficiency in the use of radio device as propaganda tools. The paper will mainly focus on methods that Hitler and Goebbels employed in order to establish absolute control over the Germans. The term propaganda will in this paper mainly denote the term of radio propaganda. However, in order to establish a clearer picture of events that lead to propaganda becoming an additional warfront we will have to reexamine events that led up to the conflict.

To that end this paper is structured in chronological chapters that connect to each other. The first chapter will go through the early years, the heavy economic and political crisis that shook the German people after losing WWI. It is important to show the preliminary reasons that put Germany on a path that led to another conflict. Afterwards the paper will provide an analysis of social and psychological factors and how the Nazis influenced them to establish total control. Controlling culture and defining what is acceptable they have managed to greatly diminish the critical conscience of the people. Afterwards, with tools of psychological domination and more aggressive methods like violence they continued to sow fear and minimize the possibility of opposition.

The paper will continue onto wartime propaganda and the ways it was used during the conflict. Through some of the more known radio personalities we will get a glimpse into different ways the radio was employed and the effects on the psyche of civil and military personnel. The paper will also pay attention to the specific way of radio emitting and the creation of different stations that served to create chaos behind enemy lines. The counter-propaganda used by the Allies will also be examined since they became an important factor in keeping morale high.

The paper concludes with an epilogue which is followed by a list of used literature and pictures.

Key words: Hitler, Nazism, radio propaganda, radio stations, Goebbels, WWII

## **Popis korištenih kratica**

<b>CBS</b>	Columbia Broadcasting System
<b>BBC</b>	British Broadcasting Corporation
<b>GS1</b>	Gustaf Siegfried Eins
<b>SAD</b>	Sjedinjene Američke Države
<b>RRG</b>	Reichs Rundfunk Gesellschaft

## **List of used abbreviations**

<b>CBS</b>	Columbia Broadcasting System
<b>BBC</b>	British Broadcasting Corporation
<b>GS1</b>	Gustaf Siegfried Eins
<b>SAD</b>	United States of America
<b>RRG</b>	Reichs Rundfunk Gesellschaft



# Sadržaj

1.	Uvod.....	2
2.	Formativne godine (1919. – 1933.).....	3
2.1.	Völkischer Beobachter .....	4
2.2.	Mein Kampf .....	6
3.	Predratna propaganda (1933. – 1939.).....	8
3.1.	Kontrola kulture .....	11
3.2.	Psihološka dominacija.....	13
4.	Ratna propaganda (1939. – 1945.).....	16
4.1.	Radijske ličnosti .....	18
4.2.	Ratno emitiranje .....	20
4.3.	Protupropaganda.....	22
5.	Zaključak.....	24
6.	Literatura.....	27
7.	Popis slika .....	28

# 1. Uvod

Propaganda je oružje čija se moć u svojoj punoj snazi svijetu počela otkrivati tek u posljednjih stotinjak godina. Razvoj tehnologije iznimno je olakšao čovječanstvu komunikaciju i razmjenu informacija na globalnoj skali. Međutim, od tehnoloških postignuća jedno je odskočilo od ostalih upravo zbog učinkovitosti. U prvom planu je manipuliranje naroda i oblikovanje percepcije. Kroz medije (elektroničke ili tiskane) utječe se na svijest šire zajednice kako bi se ostvarili određeni ciljevi. Za Hitlera, možda i najvećeg zločinca u svjetskoj povijesti, bila je to transformacija vlastitog naroda u jedan dobro usklađeni vojni stroj.

Njemačka je, kao država pod nacističkom vlašću, bila katalizator destrukcije na globalnoj skali. Pod svoje je okrilje kao glavne saveznike i istomišljenike dovela Italiju i Japan putem tripartitnog pakta, a kasnije su se pridružile profašističke države Rumunjska, Mađarska, Slovačka, Bugarska i Hrvatska. Kreaciji razloga za još jedan konflikt na globalnoj razini uvelike su poslužili propagandni alati. Hitler je više od jednog desetljeća proveo uvjeravajući vlastiti narod da neprijatelji vrebaju sa svih strana te da je jedini spas ležao u naoružanom konfliktu.

Međutim, propaganda kao takva nije korištena samo za vrijeme rata. Postoje različite forme propagandnog djelovanja koje se upotrebljavaju ovisno o situaciji, uz spomenutu ratnu propagandu možemo još nabrojati religioznu propagandu (često se pojavljuje u religioznim pokretima), reklamnu propagandu (promovira određeni produkt ili utječe na percepciju o određenoj osobi ili brendu) i političku propagandu (sponzorirana od strane raznih političkih grupa). Radio je postao konvergentna tehnološka točka koja je omogućila dotad neviđenu razinu komunikacije i potencijalne transparentnosti između vlasti i naroda. Međutim, istovremeno je nudio puno lakši način kontrole i suzbijanja informacija te širenja laži i obmana. Upravo je tu drugu sposobnost prepoznao i upotrijebio Hitlerov režim. Pažljivom je kontrolom informacija koje je dodatno isprepleo lažima uspio usmjeriti jedan narod, koji se još oporavljao od prethodnog rata, u novi konflikt koji je zahvatio cijeli svijet.

Radijska je ratna propaganda dominirala gotovo svim valnim duljinama sve do samog kraja rata te se njezina iznimna efikasnost može smatrati jednim od mnogobrojnih razloga zbog kojih rat nije mogao ranije završiti.

Njemačka je tako na jedan način u rat krenula puno prije nego što je ispaljen prvi metak. Vodila je svoju borbu novinama, lecima, knjigama, plakatima, filmovima i radijem. Upravo je radio bio najdominantniji alat u rukama nacista, oružje koje se moglo uperiti u vlastite stanovnike jednako kao i u suparničke, istovremeno postižući i drugačije rezultate. Radio je bio korišten kao mač i štit istovremeno. Za vlastiti je narod Hitler širio pozitivne i ohrabrujuće poruke, dok je protivnike nemilosrdno napadao lažima i obmanama.

## 2. Formativne godine (1919. – 1933.)

Početak njemačkog pada pod kontrolu nacističkog režima može se smatrati razdoblje koje je nastupilo odmah po završetku Prvog svjetskog rata jer su nevolje totalnog rata između najmoćnijih industrijskih ekonomija svijeta ojačale prijašnje društvene sukobe i stvorile nove zaplete i mržnje: „Industrijska ratna proizvodnja snažno je poremetila njemačku ekonomiju potrošivši ogromne količine ljudskog i materijalnog potencijala, a da nije donijela ikakav strateški napredak, osim nepreglednog krajolika kratera u opustošenoj Flandriji. Financijska cijena bila je nepodnošljiva kao i ljudski gubici. Sve učinkovitija Antantina pomorska blokada upropastila je državne prihode od carina, a dobrostojeći su spriječili ozakonjenje pravednijih poreznih osnovica u pokrajinskim parlamentima, kao i poštenijeg poreznog režima uopće. Porezi su pokrivali tek četrnaest posto troškova njemačke vlade tijekom gotovo pet godina, koliko je rat trajao. Da stvar bude gora, carska vlada financirala je rat zajmovima u obliku ratnih obveznica koje su kupovali domoljubno raspoloženi građani, a koje su trebale biti naplaćene iz ogromnih reparacija iscijedenih od njemačkih poraženih protivnika. Kako je ova vrsta financijskog domoljublja bila nedostatna da pokrije spiralni rast ratnih troškova, njemačka je vlada jednostavno tiskala više novaca, što je godišnju stopu inflacije od jedan posto u periodu od 1890. do 1914. lansiralo do 32 posto, s tim da u to nije uračunat učinak rastućeg crnog tržišta. Do 1918. njemačka marka izgubila je tri četvrtine svoje predratne vrijednosti“ (Burleigh 2008: 43). Dakle, apsolutan financijski ponor i masovno beznađe pretvorili su se u svojevrsno giljotinu nad glavom njemačkog naroda.

Dodatan problem bila je politička nestabilnost: „Između 1919. i 1933. promijenilo se u Njemačkoj dvadeset vlada, od kojih je najtrajnije bila 'Velika koalicija' Hermanna Müllera (1928. – 1930.), koja se pak održala samo dvadeset i jedan mjesec“ (Burleigh 2008: 84). Upravo je takva situacija, koja je dezavuirala političke suparnike, omogućila Hitleru gotovo neograničeno manevriranje i manipuliranje kao vođi Nationalsocijalističke partije: „Paradoksalno, ta je partija poricala da je uopće partija. Tvrdila je da je nezaustavljiv pokret, nastupajuća ljudska plima s vođom koji je govorio na apokaliptičan i mesijanski način. Obećavala je obnovu reda i autoriteta i koristila se radikalnom retorikom u kojoj su se napadi na marksiste i Židove stapali s prijezirom prema neučinkovitoj buržoaziji. Njezin je vođa još 1923. priznao da je „nemoguće narodu oduzeti lažne idole marksizma ako mu se ne ponudi bolji Bog.“ Prema Burleighu, taj je vođa bio Adolf Hitler, a novi fenomen nacionalsocijalizam.

Nakon izlaska iz zatvora u prosincu 1924., Hitler je tadašnjem premijeru Heinrichu Heldu dao lažna obećanja o poštovanju zakona u budućnosti, međutim ubrzo se posvetio čistki unutar

partije kojom je konsolidirao svoju moć. Burleigh tvrdi da je to postignuo tako da je prvo uklonio partijske suparnike, te se na taj način suočio s problemom napetosti koja je postojala između sjevera i juga. Istovremeno su se u sjevernoj i zapadnoj Njemačkoj afirmirali dinamični vođe poput Josepha Goebbelsa i Gregora Straßera čiji je naum bio pridobiti urbane socijalističke glasače. Međutim, ti isti ljudi su u početku bili kritični prema Hitlerovim strateškim talentima te također nisu gajili pozitivne osjećaje prema osobama kojima se Hitler okružio u Münchenu. Problem im je predstavljao što Hitlerovo osoblje načelno prihvaćalo socijalizam pruskog tipa. To je dovelo do manjeg raskola, pošto je Hitler sve više iskazivao svoj animozitet prema Rusiji, dok je njegovo osoblje smatralo da je Rusija 'socijalistička i nacionalistička država, čemu svjesno ili nesvjesno teže mladi naraštaji svih zemalja'.

Kada je Hitler napokon konsolidirao dovoljno snage da ga partija ne može svrgnuti postavio je upravo nekadašnje kritičare na ključne pozicije: “Ojačavši svoj položaj, Hitler je postavio Gregora Straßera za člana partijskog vodstva odgovornog za propagandu, pridruživši mu Heinricha Himmlera kao pomoćnika, i unaprijedio svojega novog obožavatelja Goebbelsa u Gauleitera "crvenog" Berlina“ (Burleigh 2008: 134).

## ***2.1. Völkischer Beobachter***

Propaganda nije bila jedna od jačih strana Nacionalsocijalističke partije prije pojave Josepha Goebbelsa, no on je bio među prvima koji je prepoznao izuzetnu moć koju je propaganda nudila: „Oblici Goebbelsove manipulacije bili su brojni. Primarno se služi promidžbom i ekspresivnim govorništvom, koje je uspjelo dignuti na noge cijeli Treći Reich. On je zaključio kako su propaganda i promidžba sredstva koja nacionalsocijalistima mogu omogućiti uspjeh i probitak do vlasti. Razuvjerio je svoje stranačke kolege da je tisak neprijatelj nacionalsocijalista, on u tisku također vidi sredstvo koje vodi do uspjeha. Goebbels je svojom retorikom znao manipulirati bilo kime, pa čak i svojim stranačkim kolegama“ (Sabljó 2015: 96).

Goebbels je vrlo brzo shvatio da je kamen temeljac propagandnih gledišta bila kontrola masa. Kao što Arendt piše, u uvjetima ustavne vladavine i slobode mišljenja totalitarni pokreti koji se bore za vlast mogu se služiti terorom samo u ograničenoj mjeri te kao i druge stranke moraju pridobiti sljedbenike i izgledati uvjerljivo u javnosti koja još nije posve izolirana od svih drugih izvora informacija. Upravo je slobodan pristup informacijama stvarao ozbiljnu prepreku u uspostavljanju kontrole, stoga se Goebbels počeo koristiti još jednim alatom. Kako bi realizirao sljedeći korak u propagandnim radnjama, a riječ je o indoktrinaciji, Goebbels je morao prvo uspostaviti apsolutnu kontrolu nad svojim građanima. Najpotentniji alat za tu svrhu je bio strah: „(...) teror je igrao veću ulogu u nacizmu nego u komunizmu. Nacisti nisu napadali istaknute

osobe kao što je to bio slučaj u ranijem valu političkih zločina u Njemačkoj; umjesto toga oni su ubijali niže socijalističke dužnosnike ili utjecajne članove suprotstavljenih stranaka i tako pokušavali pokazati stanovništvu kakve opasnosti nosi puko članstvo u bilo kojoj stranci. Ta vrsta masovnog terora, koja se tada još provodila u razmjerno malom opsegu, sve je više jačala zato što ni policija ni sudovi nisu ozbiljnije gonili političke zločince s takozvane desnice“ (Arendt 2015: 334).

Nacisti su 1920. počeli tiskati *Völkischer Beobachter* koji je kao tjednik trebao predstavljati borbeni list nacionalsocijalističkog pokreta u Njemačkoj, čiji je glavni fokus bio širenje antisemitskih poruka. Na početku su prenosile standardne vijesti iz društvene sfere i događaje iz partije te su tako održavale konstantu u prodaji. U vrijeme kada je Hitler imao zabranu javnih nastupa list je služio kao glavni medij širenja njegovih stajališta. List je u početku tiskan u samo 8000 primjeraka, no do 1923. godine interes je porastao na 25.000. Nakon propalog puča u studenom 1923. list je zabranjen sve do 1925., kada se partija ponovno aktivira. Vrhunac tiraže dosegao je 1944. godine, kada je cirkuliralo čak 1,7 milijuna primjeraka po izdanju.



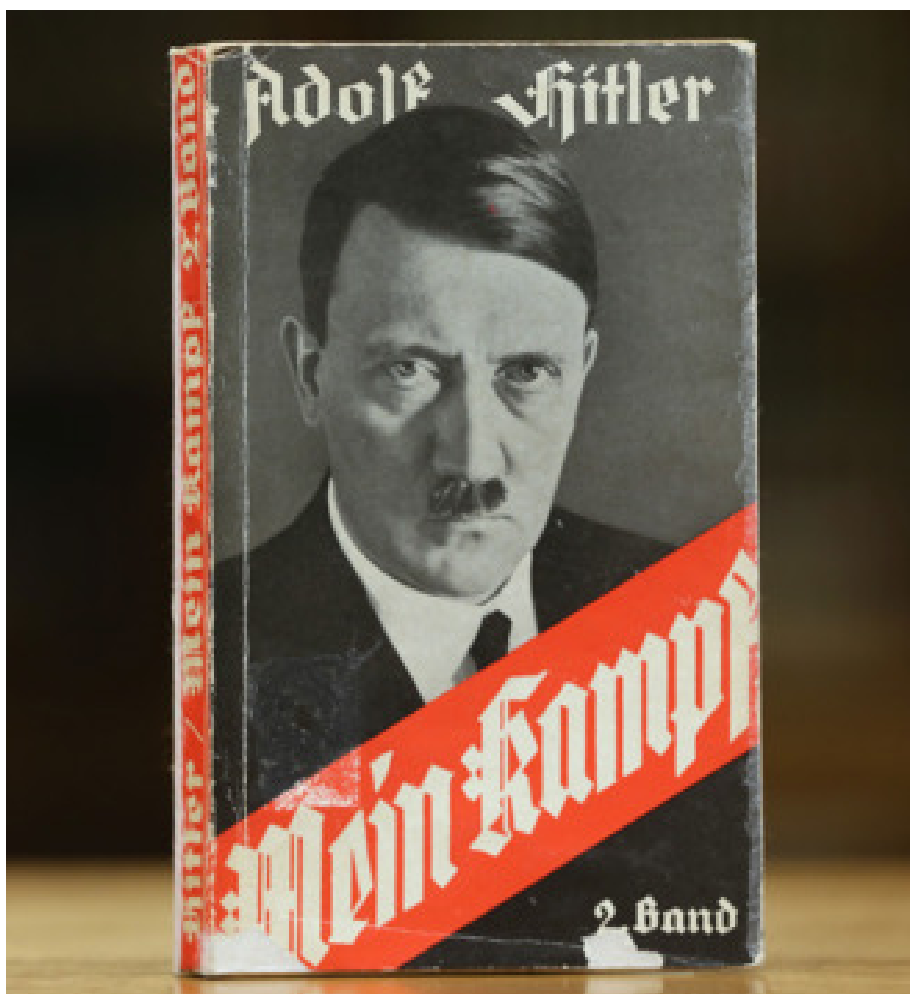
Slika 2.1.1 Izdanje *Völkischer Beobachtera*: *Živio naš Führer!*

## 2.2. Mein Kampf

Prema Klempereru, Mein Kampf je bio nacionalsocijalistička 'Biblija', koja je iz tiska počela izlaziti 1925. i putem koje je ideologizirani jezik kojim se Hitler služio u doslovnom smislu riječi bio fiksiran u svim svojim glavnim značajkama. Kada je Hitler napokon preuzeo vlast 1933. Mein Kampf je postao više od samo jezika jedne radikalne grupe. Postao je narodni jezik, što je značilo da gospodari svim javnim i privatnim područjima života: politikom, sudskom praksom, gospodarstvom, umjetnošću, znanosti, školama, sportom, obitelji, dječjim vrtićima i kućnim odgojem. Hitlerovo djelo bavilo se raznim temama te je detaljno prikazivalo njegove stavove o političkim suparnicima: „Negdašnja Hitlerova antipatija prema Britaniji zamijenjena je idejom o podjeli posla, gdje bi Britanija zadržala svoj kolonijalni imperij, a Njemačka bi se širila na račun boljševičke Rusije. Hitler je napustio svoje rusofilске sklonosti koje su prvotno preživjele Revoluciju, ali je trajno gajio uobičajen animozitet prema Francuskoj“ (Burleigh 2008: 129).

Također je otvoreno pokazivao surovu mržnju koju je osjećao prema drugim društvima i kulturama. Burleigh tvrdi da je rasističko samoljublje omogućavalo bezgraničan prijezir prema drugim društvima i kulturama; pokušaji da se civiliziraju ili obrazuju drugi narodi poput „Hotentota i Zulu Kafira“ bili su za Hitlera jednaki rasnoj izdaji: „Socijalni darvinizam stopio se s pseudoničeanškim prijezirom prema humanitarnoj podršci slabima. U duhu mnogih zastupnika eugeničke sterilizacije i eutanazije tog vremena, Hitler je vjerovao da svatko tko nije sposoban za život treba nestati i da država u tom smislu treba pomoći prirodnom odabiru“ (Burleigh 2008: 130).

Hitlerove su se ideje za kreiranje jedinstvenog naroda jasno vidjele u nekoliko poglavlja Mein Kampfa. Smatrao je kako će nacionalizacija „njegovih“ masa uspjeti tek kada, nakon dugačke borbe za dušu njegovog naroda, svi internacionalni protivnici budu istrijebljeni. Također je implicirao da bi rezultat prošlog rata bio drugačiji da su na početku žrtvovali između deset i petnaest tisuća Židova umjesto „najboljih njemačkih radnika svih klasa i profesija“.



*Slika 2.2.1. Mein Kampf*

Hitler je u knjizi argumentirao kako je njegovom narodu potreban „Lebensraum“ na istoku kontinenta. Prema njegovom mišljenju radilo se o „povijesnoj sudbini“ čija je svrha bila njegovanje njemačkog naroda. Otvoreno je raspravljao o budućoj ekspanziji na istok te je time postavio temelje za Generalplan Ost.

Upravo je Mein Kampf u nadolazećim godinama služio Hitleru kao kamen temeljac u usavršavanju propagandnog stroja. Mnoge teze koje je iznosio u knjizi će se kasnije razviti ideje i planove slične Generalplanu Ost. Unatoč tome valjda napomenuti kako se Hitler distancirao od same knjige nakon što je došao na poziciju kancelara 1933. godine. Odbacio je teze koje knjiga postavlja kao „snove iza rešetaka“ tvrdeći da nisu bile ništa više od serije artikala za *Völkischer Beobachter*, te se povjerio kolegi Hansu Franku da je znao da će jednog dana biti kancelar, nikada ne bi napisao tu knjigu. Unatoč tome knjiga je u godinama koje su dolazile bila jedan od kamena temeljaca njegove vlasti. Do 1939. prodano je 5.2 milijuna kopija prevedenih na 11 jezika, a do kraja samog rata Njemačka je imala 10 milijuna kopija u cirkulaciji.

### 3. Predratna propaganda (1933. – 1939.)

Hitlerova je vlast u periodu od 1933. do 1939. uživala sve veću podršku njemačkog naroda. Upravo je zbog te podrške postala najjača partija u Reichstagu, nakon čega je njemački predsjednik Hindenburg bio prisiljen Hitleru ponuditi mjesto kancelara. Hitler na funkciju dolazi 27. siječnja 1933. te samo mjesec dana kasnije nakon podmetnutog požara u zgradi Reichstaga koristi paniku kako bi uspostavio totalitarni režim. Međutim, Hitler je morao brzo djelovati kako bi konsolidirao svoj moć. Naime, kao totalitarni vladar nalazio se pred dvostrukim zadatkom, koji je na prvi pogled proturječan. Pojedini su teoretičari, pojednostavljeno rečeno, objašnjavali da je Hitler morao izgraditi fiktivan svijet pokreta kao opipljivu stvarnost svakodnevnog života, a s druge je strane morao spriječiti da se taj novi svijet stabilizira jer bi stabiliziranje njegovih zakona i institucija svakako uništilo sam pokret, a s njim i nadu u konačno osvojenje svijeta. Arendt piše da totalitarni vladar mora po svaku cijenu onemogućiti da normalizacija dođe do točke na kojoj se može razviti nov način života – a on bi nakon nekog vremena mogao izgubiti svoje hibridne odlike i zauzeti svoje mjesto među najrazličitijim i vrlo oprečnim načinima života nacija svijeta. Hitler je stoga vrlo brzo zabranio sve sindikate, čiju je imovinu dao zaplijeniti, a vođe uhitio i slao u logore. Nešto kasnije se okrenuo i prema radničkoj klasi te im onemogućio štrajkove uz pomoć Zakona o zabrani kolektivnih ugovora.

Naravno, kako bi se totalitarni sustav održao, odnosno kako bi narod slušao pognutih glava, potreban je bio strah. Hitler i njegova tajna policija za širenje straha bili su izuzetno pripremljeni: „U prvim fazama totalitarnog režima međutim tajna policija i elitne formacije partije još uvijek imaju sličnu ulogu kao u drugim oblicima diktature i poznatim strahovladama iz prošlosti; krajnja okrutnost njihovih metoda besprimjerna je jedino u modernoj povijesti zapadnih zemalja. Uz prvu fazu, fazu istjerivanja skrivenih neprijatelja i hajke na bivše protivnike, obično ide novačenje čitavog stanovništva u frontovske organizacije i reedukacija starih članova partije za dobrovoljno uhođenje, tako da prilično nepouzdana naklonost unovačenih simpatizera ne treba zabrinjavati posebno obučene policijske kadrove (Arendt 2015: 408). Također je jedan od zadataka bio sijanje sumnje među građanima, na prvi pogled kontradiktorno režimu koji se uspostavlja. Međutim, upravo je takav pristup onemogućavao formiranje pobunjeničkih grupa. Prema Arendt u toj fazi reedukacija funkcionira tako da čovjeku koji gaji „opasne misli“ njegov bližnji postupno postaje ozbiljniji neprijatelj nego što su to službeno zaduženi policijski agenti. Ta prva faza završava likvidacijom otvorenog i prikrivenog otpora u bilo kojemu organiziranom obliku.



Već su 1938. Hitler i pomoćnici demonstrirali potentnost radio uređaja na globalnoj razini, kada je Hitler pred 15.000 partijaca držao govor u kojem je zahtijevao da Čehoslovačka prepusti Sudete Njemačkoj: „Prije nego što je Führer stupio na pozornicu njemački su radio voditelji nabrajali mnoštvo država, od Litve do Urugvaja, u kojima sve govor prenosio uživo. Nacisti su pripremili simultani prijevod govora, a pristup Sportpalastu gdje se odvijao dobili su mnogi internacionalni dopisnici. Među dopisnicima je bio CBS-ov Bill Shirer koji je nagađao da će prijenos slušati Neville Chamberlain i njegov kolega iz Francuske Edouard Daladier, koji će uz veliku neugodnost dopustiti da ih Hitler tretira kao malu djecu. Hitler je već odavno znao da može izjaviti što god želi: Chamberlain ga je uvjerio ako obeća kako će Sudeti biti njegova „zadnja teritorijalna ekspanzija“ da će imati zeleno svjetlo od Britanije u odlučivanju koje dijelove Čehoslovačke će si također prisvojiti“ (Vaughan 2008: <https://www.theguardian.com>).

Takvo je nadobudno prihvaćanje njegovih praznih obećanja bilo dovoljno da Hitleru nacrtu sliku u kojoj je upravo on najveći siledžija na igralištu koji ne treba slijediti pravila drugih, već može kreirati svoja. Učvrstili su temelje legitimnosti njegove agresivne ekspanzije i istovremeno služili kao udarac na moral okolnih zemalja.



*Slika 3.1. Neville Chamberlain*

Hitler je bio svjestan da je sama snaga njegovog glasa dovoljna u kreaciji autoriteta putem radio prijemnika na globalnoj skali. Slušatelji nisu vidjeli njegove prenapuhane gestikulacije i kretnje, no osjetili su autoritet, jedan od ključnih čimbenika totalitarnog sustava: „Hitlerovi su govori, prekidani samo uzvicima Heil Hitler, stvarali prijeteću sliku u umovima slušatelja. Tko zna što su si mislili Amerikanci čije su redovne radio emisije odjednom prekinute Hitlerovim gromoglasnim prijetnjama“ (Vaughan 2008: <https://www.theguardian.com>).

Godine usavršavanja propagandnih djelovanja u vlastitoj državi omogućile su Hitleru i ostatku partije da zaokupe radijski prostor na globalnoj skali na najefikasnije načine. Za psihološki rat su imali već pripremljene crne, sive i bijele radio stanice na čiju su efektivnost u slamanju suparnika na moralnoj razini računali jednako kao i na vojnike koji su slamali suparnike na fizičkoj razini.

Radio je dostigao svoju punu moć paralelno s događanjima u pripojenju Austrije. To je bio jedan od prvih diplomatskih činova koji se istovremeno pratio na globalnoj razini: „U Europi i Sjevernoj Americi gotovo svako kućanstvo je posjedovalo radio prijemnik, čelni ljudi na obje strane su bili svjesni da je radio u stanju osvojiti srca slušatelja uz izuzetnu lakoću i ekstremnu brzinu – radio je oblikovao tijek povijesti.“ (Vaughan 2008: <https://www.theguardian.com>)



*Slika 3.2. Cijela Njemačka sluša Fuhrera uz Narodni prijemnik*

### 3.1. Kontrola kulture

Od svih vrsta medija kojima se Hitler služio tijekom svoje vlasti, najviše je povjerenja imao u radio. Upravo je radio bio instrument kojim je najlakše bilo širiti propagandne ideologije kroz svoje teritorije. U opticaj je pustio radijski prijemnik Volksempfänger VE301 koji je bio dizajniran od strane Otta Griessinga. Taj je radio bio drugačiji od standardnih radija u drugim državama. Zbog jeftine izrade nije imao nekoliko opcija koje su nudili drugi modeli. Ključan je bio manjak oznaka na kratkovalnim broječanicima koji su približno označavali valne duljine svih važnijih radio stanica na kontinentu. Samo su Austrija i Njemačka imale označene valne duljine na tom prijammniku. Također je umanjena osjetljivost prijammnika kako bi bilo samo moguće da lovi valove unutar države. Slušanje stranih radio stanica je postalo kazneno djelo kada je rat krenuo, a u okupiranim državama poput Poljske svi strani građani su dobili apsolutnu zabranu slušanja radija. Kazne su rangirale od plaćanja globa do (kasnije u ratu) slanja u koncentracijske kampove i osude na smrt. Radio je tako utemeljio svoje stajalište kao najvažniji uređaj propagande: „Koliko je bila uloga radija i koliko je njemački režim polagao nade u ovo sredstvo propagande govore i podaci o tome da je odmah nakon izbijanja sukoba u rujnu 1939. godine, slušanje stranih radio-stanica postalo kažnjivo slanjem u koncentracijski logor, a kasnije i smrću. Svi prodani radio uređaji su dolazili s uputstvom koje je glasilo „Razmislite o ovome: slušanje stranih radio-stanica je zločin protiv nacionalne sigurnosti ili našeg naroda. Stoga je Führer propisao kaznu zatvora i teškog rada na robiji“ (Rabrenović 2012: 92).

Manipulacijom medija svih vrsta Goebbels je uspio na jedan način ostvariti osjećaj zajedništva u narodu. Uspio je uvjeriti ljude kako se svijet dijeli na „nas“ i „njih“, poželjne i nepoželjne. U borbi kojoj je vodio protiv kulture na koncu je građanima oduzeo još jedan izvor informacija. Vrhunac rada propagandnih ureda bilo je, naime, paljenje čak 20.000 knjiga židovskih pisaca, što je pridonijelo nacifikaciji njemačkoga društva: „Goebbels je bio izrazito inteligentan, on je shvatio da njemački narod niti u jednom trenutku ne smije osjetiti manipulaciju. Iz toga razloga nastoji se dodvoriti Nijemcima, tako što stvara razne filmove kako bi zabavio mase i odvratio ih od možebitne pobune“ (Sabljo 2015: 96).

Kako bi narod ostao ujedinjen nakon što se krene s provođenjem radikalnijih mjera bila je potrebna stabilna okosnica. U ovom slučaju je to *de facto* postao Adolf Hitler, pod čijim se geslom jednog naroda, jednog carstva i jednog vođe uspostavio kult ličnosti koji je inspirirao mase da rade još više u korist Reicha. Također je služio kao uvjerenje da su njihovi ciljevi „sveti“ te im je na taj način dodatno podigao ponos vlastitog identiteta i države koju predstavljaju.



*Slika 3.1.1. Ministar propagande Joseph Goebbels*

Na koncu je kao jedan od najstrašnijih predratnih poteza po Hitlerovoj naredbi usmjerio svoju moć prema najranjivijoj etničkoj i vjerskoj zajednici: „Zadnji predratni potez Josepha Goebbelsa bilo je sudjelovanje u Kristalnoj noći. To je događaj koji se odigrao 1938. godine, točnije s noći devetog na deseti studeni. Upravo Goebbels, po Hitlerovoj zapovjedi, provodi stroge represije protiv njemačkih Židova. Cilj akcije bio je ukloniti Židove iz Njemačke. Tijekom akcije ubijeno je 100-tinjak Židova, a gotovo cjelokupna židovska infrastruktura bila je uništena i demolirana. Čak 40.000 Židova je odvedeno u radne i logore smrti, a njih 100.000 je pobjeglo iz Njemačke. Taj postupak protiv židovskoga naroda izazvao je burne reakcije zapadnih zemalja, koje su sada još više željele stati na kraj vladavini nacionalsocijalizma u Njemačkoj“ (Sabljo 2015:96).

Tekst za radio stanice Eda Murrowa, koji je stigao samo dan nakon Anschlussa u ožujku 1938. i koji je bio pisan u izravnijem stilu te nakon toga populariziran diljem SAD-a, ocrtao je slušateljima kristalno čistu sliku o događanjima „preko bare“: „Nazivaju to pohodom bez prolivene kapi krvi, i na neki način on jest bio takav – ali rado bih želio zaboraviti uklete izraze lica u dugim redovima ljudi u bankama i putnim uredima. Ljudi žele pobjeći... Želio bih zaboraviti zvuk razbijenog stakla i racije na židovske objekte; trubljenje i ruganje upereno prema onima koji su bili prisiljeni čistiti ulice“ (Vaughan 2008: <https://www.theguardian.com>).

Dodatnu sliku o razaranju kulture prouzročenom propagandom prikazao je australski novinar Joseph Roth, koji je putujući Berlinom iz prve ruke svjedočio indoktrinaciji mladog stanovništva: „U Berlinu je vidio dvojicu gimnazijalaca kako prolaze punom ulicom i pjevaju: *Dolje, dolje, dolje židovska republika, Prokleta židovska republika, Prokleta židovska republika.* Odrasli su se pred mladićima micali u stranu. I nitko im nije opalio zaušnicu.“ (Mak 2010: 235).

### **3.2. Psihološka dominacija**

Pokazalo se da je provođenje nacističke propagande izuzetno lagano ako se uspije ostvariti kontrola nad mentalitetom građanstva: „Bez obzira na sredstva djelovanja, u psihološkom ratovanju nastoje se proizvesti psihološki efekti (odatle i naziv psihološki rat), koriste se određeni psihološki mehanizmi i zakonitosti, a krajnja namjera je ostvarivanje ciljeva vlastite politike“ (Ranogajec 2000: 146). Takvim je „ratom“ Hitlerov totalitarni režim započeo puno prije nego što je ispaljen prvi metak.

Glavni je plan tog rata bio nahuškati narod na zajedničkog neprijatelja protiv kojeg bi se ujedinili svi građanski slojevi. U tu je svrhu Hitler kao neprijatelje odabrao Židove, čije je tradicije i značajke demonizirao u očima naroda, uzevši kao dokaz njihovog rada protiv naroda obitelj Rothschild, čiji je uspon između elitne bogate obitelji uvelike utjecao na Židove diljem svijeta: „Međunarodno etabliranje kuće Rothschild i njen iznenadni uspon iznad svih drugih židovskih bankara promijenili su cijelu strukturu židovskih poslova s državom. Otišao je u prošlost slučajni razvoj, neplaniran i neorganiziran, kada su se pojedini Židovi, dovoljno promućurni da iskoriste jedinstvenu priliku, često u jednome životnom vijeku uspinjali do vrhova velikih bogatstva... Upravo je monopol Rothschilda na izdavanje državnih zajmova omogućio i učinio potrebnim da se privuče veći židovski kapital, da se velik postotak židovskog bogatstva usmjeri u kanale državnog biznisa te tako stvori prirodna osnovica za novo intereuropsko povezivanje srednjoeuropskih i zapadnoeuropskih Židova.“ (Arendt 2015: 26).

Nacističkoj je propagandi tako dano izuzetno moćno sredstvo za raspirivanje mržnje koje se temeljilo na razlici u stilu samog života između prosječnog Židova i prosječnog nežidova. To je dodatno omogućilo Židovima koji su držali do obitelji i društvenim vrijednostima. Nacisti su takvim manipulativnim poopćavanjem običnom građaninu mogli poručiti da „nije dovoljno dobar“ za uspostavljanje odnosa (bilo profesionalnog ili privatnog) s pojedincima židovskog porijekla. Ministarstvo propagande velike je udarce Židovima zadalo širenjem upravo takvih obmana: „Raširenu ideju da su Židovi – za razliku od drugih naroda – povezani navodno čvršćim krvnim i obiteljskim vezama uvelike je pothranjivalo postojanje te jedne obitelji (Rotschild) koja

je praktički predstavljala sav ekonomski i politički značaj židovskog naroda. Kobna posljedica bilo je to što su se, kada su iz razloga koji nemaju nikakve veze sa židovskim pitanjem, rasni problemi izbili u prvi plan političke scene, Židovi odjednom uklopili u sve ideologije i doktrine koje su ljude određivale prema krvnim vezama i obiteljskim značajkama“ (Arendt 2015: 27).

Ta predodžba o židovskom narodu, prema Arendt, proizlazi iz činjenice da je obitelj u očuvanju židovskog naroda odigrala mnogo veću ulogu nego u ijednoj drugoj zapadnoj političkoj ili društvenoj zajednici, osim kod pripadnika plemstva. Obiteljske veze bile su među ključnim elementima kojima se židovski narod odupirao asimilaciji i rasapu. Upravo onako kako je europsko plemstvo u zalazu ojačalo svoje ženidbene i kućne zakone, tako su Židovi na Zapadu postali još svjesniji uloge obitelji u stoljećima svojega duhovnog i vjerskog rasapa. Bez stare nade u mesijansko iskupljenje, obitelji i tradicionalnih narodnih običaja, smatra Arendt, zapadna židovska zajednica postala je svjesna činjenice da je njen opstanak postignut u tuđem i često neprijateljskom okruženju. Na užu obiteljski krug počeli su gledati kao na posljednju utvrdu i ponašati se prema pripadnicima svoje skupine kao da su članovi velike obitelji. Drugim riječima, antisemitska slika židovskog naroda kao obitelji tijesno povezane krvnim vezama imala je nečeg zajedničkog sa slikom samih Židova o sebi, ali shvaćena na krajnje negativan način.

Upravo je jedna tako usko povezana zajednica Hitlerovom režimu poslužila kao savršeno oruđe za ujedinjenje vlastitog naroda: „Psihološki rat nije usmjeren samo na protivnika; usmjeren je i na vlastitu javnost (npr. opravdavanje rata pred javnim mnijenjem) te na vlastite oružane snage (motiviranje, poticanje borbenog morala), zatim na zemlje saveznice i neutralne zemlje (ostvarivanje pozicije i podrške na međunarodnom planu), a djeluje i na pučanstvo privremeno okupiranih teritorija (smirivanje, pokoravanje i preodgoj pučanstva)“ (Ranogajec 2000: 146).

U svrhu ostvarivanja psihološke dominacije Hitler se koristio doktrinom „velike laži“. Prema njemu, radilo se o propagandnoj tehnici koja bi koristila laž toliko veliku da nitko ne bi povjerovao kako se radi o neistini. Vjerovao je da su Židovi koristili tu taktiku kako bi okrivili generala Ericha Ludendorffa (koji je bio poznat po svojim antisemitskim stajalištima) za poraz u proteklom ratu. Smatrao je da će ljudi, ako se jedna laž dovoljno puta ponovi, početi vjerovati u istu. Međutim takva laž će biti održiva samo dok je država u stanju snositi njene vojne, ekonomske i političke posljedice. Stoga je za Hitlera potiskivanje istine postalo od iznimne važnosti, jer je istina najveći neprijatelj laži odnosno države.

Američki povjesničar Jeffrey Herf smatra da su Hitler i Goebbels koristili tu doktrinu kako bi progurali dugogodišnja antisemitistička stajališta direktno u masovna ubojstva. Prema Herfu se radilo o narativu u kojem je Njemačka, nedužna i slaba, bila pod opsadom internacionalnog

židovstva (za koje su tvrdili da je bilo i pokretač 1. svj. rata), te se njegovalo opće mišljenje koje je optužilo Židove da su započeli rat istrebljenja protiv Njemačke, te da Njemačka kao žrtva u ovom konfliktu ima puno pravo uzvratiti udarac (istrijebiti Židove).



*Slika 3.2.1. Propagandni poster bogataša s Davidovom zvijezdom: "On je kriv za rat!"*

Hitler je bio uvjeren da su glavni „poroci“ židovskog načina života bili demokracija, pacifizam i internacionalizam, odnosno svi čimbenici koji se aktivno suprotstavljaju totalitarnim režimima. Također je smatrao da su Židovi bili glavne ličnosti iza Boljševizma, komunizma i Marksizma. Goebbels je stoga za vrijeme govora u Nirnbergu 1935. proglasio da je Boljševizam ista stvar kao i židovstvo te da je to ujedno i objava rata od strane Židova protiv kulture.

Nirnberški zakoni su postali svojevrsna kulminacija Hitlerovih opsesija. Njima je institucionaliziran progon Židova, Roma i svih drugih koji se nisu kvalificirali kao arijevcima. Ti su zakoni specifično Židovima zabranili obavljanje radova u bilo kakvim javnim ili državnim službama, te su također zabranjeni svi brakovi između nearijca i Arijca. Baza zakona je bila Hitlerova teza da su Židovi najniža rasa koju treba prvo izolirati, a potom eliminirati. Taj će progon kasnije kulminirati u masovnom istrebljenju odnosno holokaustu.

## 4. Ratna propaganda (1939. – 1945.)

Propaganda je sama po sebi djelotvorna zbog činjenice da cilja na ljudsku svijest. Sam Goebbels je jednom izjavio kako „sto puta ponovljena laž postaje istina“ te upravo u toj izjavi možemo razabrati način na koji je nacizam stupio na vlast. Ako uzmemo u obzir da u današnjici iznimno teško razabiremo i neutraliziramo razne laži vezane izravno za izjave iz znanstvene zajednice, jednako koliko i iz političke (Brexit, globalno zatopljenje i sl.), onda slika o sredini prošloga stoljeća postaje nešto razumljivija. Narod koji nije ni mogao sanjati o čudu tehnologije kao što je internet koji bi mu lakoćom otvorio novu mogućnost za osobno pronalaženje informacija, bio je osuđen na čvrstu ruku diktature: „U propagandi, osobito ratnoj, djeluje se na kognitivnu i emocionalnu sferu čovjekovu. Najviše se pri tom želi utjecati na emocije jer se na njih djeluje najlakše. Gustav Le Bon je rekao: Kad se srce pridobije, onda je lagano gospodariti voljom, pa se izazivaju strah, bijes, tjeskoba, nostalgija ili suprotne emocije: patriotizam, identifikacija, emocionalno rasterećenje, lociranje krivca i drugo. Pritom se koriste emocijama zasićene riječi, parole i simboli. Pri djelovanju na kognitivnu sferu upotrebljavaju se činjenice (bijela propaganda), poluistine (siva propaganda) te razne izmišljotine (crna propaganda koja ne bira sredstva)“ (Ranogajec 2000: 150).

Tijekom vremena u kojem je rat zahvatio cijeli svijet, Hitler je uspio izvući maksimalnu korist iz radijskih uređaja kako bi širio svoju ideologiju. Svako slušanje programa koji nisu bili kontrolirani od strane Partije bilo je kažnjivo logorom i smrću, a Gestapo je pomno nadzirao sve medijske kanale kako bi razotkrili izdajice. Rabrenović piše kako je kasnije u toku samog rata Gestapo dobivao instrukcije da građane za koje se otkrije da slušaju strane radio-stanice ili vode kampanju prodavanja radio-aparata sa kratkim valovima uhapsi i da ih kao izdajice ubije, kao i sve one koji su kupili taj prijamnik. Ta je direktiva bila jedan od faktora koji su omogućili da Njemačka i njeni građani ostanu pod obmanom o tijeku samog rata, odnosno do samog kraja su vjerovali kako njihove vojske nižu pobjede te da je neprijatelj pred kapitulacijom.

Tijekom rata Hitlerove su obavještajne službe razradile odrednice za klasifikaciju radijskih stanica kako bi se lakše motrila propaganda suparnika. U tu svrhu, objašnjava Rabrenović, postojale su klasifikacije na već spomenute „bijele“, „sive“ i „crne“ propagande. Točnije, otvorene, prikrivene ili obmanjujuće propagandne radio stanice. Pod „bijelom“ radio propagandom podrazumijevale su se radio-stanice koje se predstavljaju pravim nazivom i jasno se identificirale. U toku Drugog svjetskog rata to su na primjer bili BBC, Glas Amerike, Radio Berlin, sa prepoznatljivim najavama kao što je „This is London calling“ („London zove“), zatim uvodna muzika „Yankee Doodle“ na Glasu Amerike ili najava „Germany Calling“ („Njemačka zove“) na Radio Berlinu. „Siva“ radio propaganda odnosila se na one stanice koje se nisu



identificirale tako jasno jer to nisu odavale nazivom, niti navođenjem odakle potječu i koga zastupaju. Ovakve stanice nisu odavale svoje prave identitete, djelovale su prikriveno, a i same su se predstavljaju na zagonetne načine, primjerice „Keep listening to 'Der Chef'” („Ostanite slušati Šefa“) ili „This is GS1” („Ovo je GS Jedan“). Naposljetku, „crna“ radio propaganda podrazumijeva one stanice koje su se predstavljale lažnim imenima kao službene domoljubne stanice, ali se iza toga krila protivnička strana. Ovakvih je stanica bilo na obje strane, na primjer Radio Concordia u Francuskoj 1940. godine, koji je bio Goebbelsova operacija i koji se identificirao „This is Radio Concordia” („Ovo je radio Concordia“). Na drugoj je strani bio Official German Radio (Službeni njemački radio), koji naravno nije bio ni službeni niti njemački radio, već su se Britanci tako predstavljali s najavom „Hier ist der Reichsender“.

Nacisti su u početnom razdoblju ostvarili svoje planove na propagandnoj fronti. Uspjeli su jedan dotad umoran i frustriran narod koji se još uvijek oporavljao od ekonomske katastrofe prošlog rata pretvoriti u masu željnu krvi i pobjede. Od tog je trenutka, stoga, bilo najvažnije održavati moral naroda na visokoj razini, što je postigao služeći se narodu omiljenim političarima: „Tijekom rata Goebbels se specijalizirao na očuvanje civilnog morala, onemogućio je primisao na bilo kakvu pobunu. Nadalje, on je pomogao Göringu da sjedne na čelo njemačke vlade, a sve iz razloga kako bi podigao moral njemačkoga naroda. Sjetit ćemo se da je Göring sve do pred kraj rata imao ogromnu popularnost u njemačkome puku“ (Rabrenović 2012: 97).

Međutim, kako je rat odmicao, tako je ubrzano padala kvaliteta propagande koju je Ministarstvo bilo u stanju servirati narodu. Padala je i sposobnost Gestapa da aktivno motri potencijalne pobunjenike unutar države pa se sve veći dio građana postepeno mogao uključivati u inozemna, dakle neprijateljska, emitiranja. Propagandisti su se, smatra Rabrenović, sve manje mogli pohvaliti trijumfima s bojišta pa su u vijestima sve više prikrivali činjenice, dok je istodobno rasla potreba da se čuje i neki disonantni glas. Čak je i obični radio prijemnik, uz malo snalažljivosti i s malo kraće žice postavljene na pravo mjesto na poledinu prijemnika, mogao poslužiti u potrazi za vijestima stranih radio-stanica.

## 4.1. Radijske ličnosti

Izuzetno važni kotačići u njemačkoj propagandnoj mašineriji bili su strani građani koji su simpatizirali s Hitlerovim idejama. Među najpoznatijima su bili Lord Haw-Haw (William Joyce) i Axis Sally (Mildred Gillars). William Joyce je bio član Britanske unije fašista te je 1939. pobjegao u Njemačku. Tu je bio glavna ličnost u emitiranju njemačke propagande na engleskom jeziku tijekom rata pa je, između ostalog, kao zahvalu za svoj trud dobio i njemačko državljanstvo.

Lord Haw-Haw je vodio program *Germany Calling* (Njemačka zove) koja je emitirala u Veliku Britaniju i SAD. Program je počeo s emitiranjem u rujnu 1939. i kontinuirano je širio propagandu sve do travnja 1945., kada su savezne snage zauzele Hamburg. Kroz emitiranje je ministarstvo propagande pokušavalo obeshrabriti i demoralizirati američke, britanske, australske i kanadske građane i vojne postrojbe. Istovremeno je postaja služila kao jedan od centara protupropagande savezničkim radijskim postajama: „Poznato je da se, s obzirom na nedostatak odgovarajućeg, kvalificiranog osoblja, Concordija na početku morala osloniti na šarolik izbor britanskih ratnih zarobljenika, od kojih su neki predratni simpatizeri fašista i bivši nastavnici engleskog jezika, kao i mnogi drugi koji su se našli u Njemačkoj po izbijanju rata. Međutim, Joyce se za veći dio informacija nije oslanjao samo na špijune, već i na britanske novine koje je dobivao u roku od dvadeset četiri sata od njihovog objavljivanja. Tadašnje novine, iako cenzurirane, sadržale su obilje informacija ako bi se u potpunosti iskoristile i vjerodostojno predstavile“ (Rabrenović 2012: 101).



*Slika 4.1.1. William Joyce*

Emisija je na taj način često davala lažne informacije o srušenim savezničkim avionima i potopljenim brodovima te je prikazivala izuzetno velike gubitke savezničkih snaga. Sve je to bilo u nadi da će ih građanski pritisak prisiliti na dogovaranje mira s Osovinom, što bi značilo da će nacistički režim ostati na vlasti. Unatoč činjenici da je bilo poznato kako su ta radijska emitiranja propaganda, saveznicima je to i dalje bio jedan od rijetkih izvora informacija koji je dolazio iza borbenih linija. Zato su civili i vojska često slušali ta emitiranja, unatoč lažima koja su širila, u nadi da će saznati informacije o saveznim trupama i avionima koji su doista bili srušeni ili zarobljeni. Uz to, valja napomenuti kako je propaganda usmjerena na Otok bila neuspješan ofenzivni pokušaj slamanja britanskog stanovništva. Britanske su vlasti ubrzo shvatile da će svaki pokušaj ometanja ovih stanica biti bez pravog efekta i umjesto toga su pristupili provođenju jedne od najznačajnijih kampanja protupropagande svih vremena.

Možda zbog djelovanja takve britanske protupropagande, iz današnje je perspektive jasno da nacistička kampanja nije uspjela, ili barem ne kako je to trebalo biti. Moral britanskog stanovništva nije opao, iako je često bio na niskoj razini. Početak masovnog bombardiranja britanskih gradova svakako je imao ozbiljan učinak na moral u Londonu i drugim dijelovima zemlje. Jasno je, međutim, da su zbivanja na frontama više utjecala na osnaživanje morala nego što su imali uspjeha Joyceova emitiranja ili pozivi na pobunu putem radijskih postaja. Zato taktički cilj stvaranja masovne panike i konfuzije u Velikoj Britaniji nije uspio. Putovi, navodi Rabrenović, nisu bili blokirani izbjeglicama, niti je bilo masovnih demonstracija s pozivom na svrgavanje Churchilla i prihvaćanje Hitlerovih mirovnih ponuda. William Joyce je, pak, po završetku rata zarobljen te je optužen za veleizdaju i na kraju obješen.

Axis Sally je bio nadimak za Mildred Gillars, koja je također emitirala propagandni sadržaj u ime nacističke Njemačke. U svojim je radijskim emisijama najčešće kombinirala glazbeni sadržaj s propagandnim namijenjen ponajviše za američke trupe. Poruke koje je slala u eter najviše su obraćale pažnju na potrebu i oportunističku predaju te istovremeno raspirivale strahove kako savezničke vojnike njihove žene i djevojke varaju dok su na ratištima. Međutim, njezin trud nije urodio ozbiljnijim plodom jer su saveznički vojnici uživali u glazbi koju je puštala, a njene teorije zavjere smatrali su humorističnima. Mildred Gillars je po završetku rata postala prva žena u povijesti SAD-a koja je osuđena za veleizdaju te je osuđena na 10 do 30 godina zatvora.

## 4.2. Ratno emitiranje

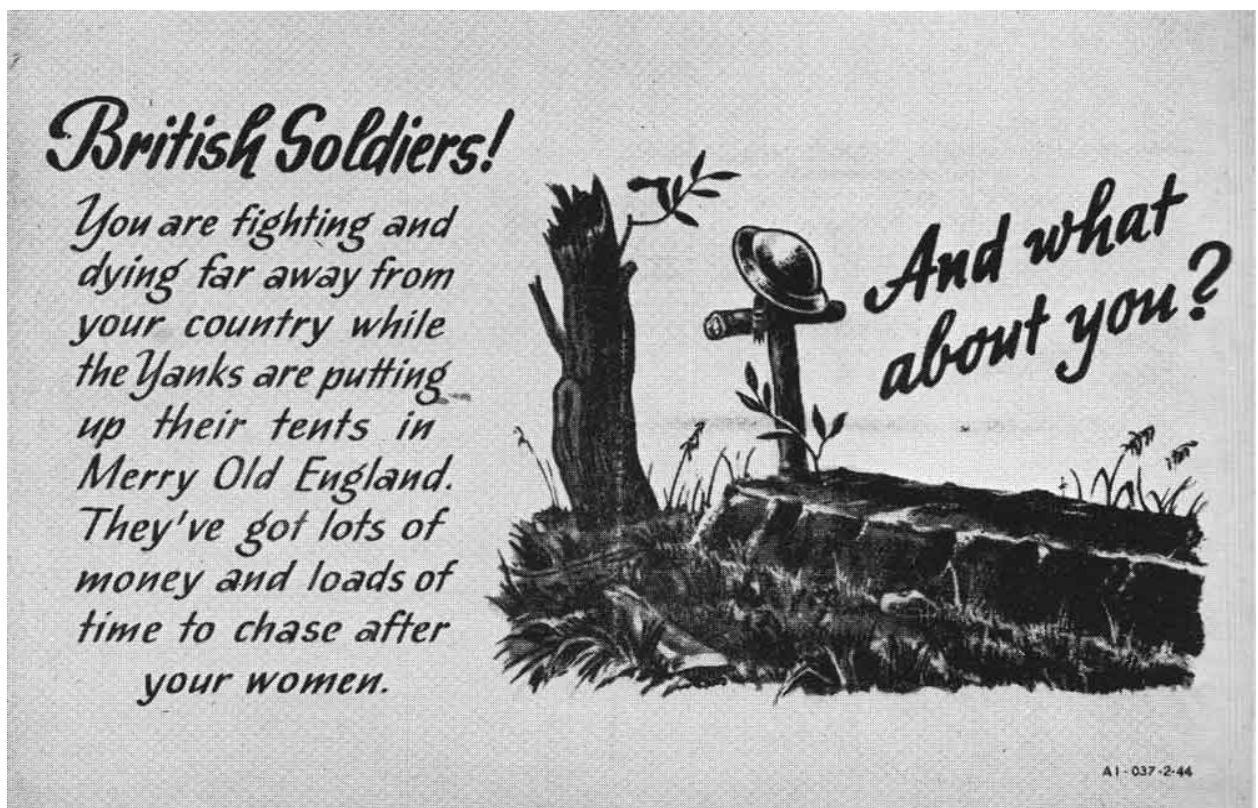
Nacistima nije trebalo dugo da svoju vojnu ofenzivu pretoče i na radijske postaje. Hitler i Goebbels su sad već dobro uigrani propagandni stroj uperili u svoje protivnike kako bi dobili još jedno bojište na kojem bi uz potencijalno manje gubitke slomili neprijatelja. Mjesec dana nakon napada na Poljsku, Goebbelsovo ministarstvo dodalo je svojim domaćim i međunarodnim uslugama i treći dio, „Concordia büro“ („Biro Concordija“ – zajednička emitiranja) propagandnog odjeljenja RRG-a, koje je kontroliralo brojne tajne ili tzv. „slobodne“ radio-stanice s ciljem da se uspostavi u državi prema kojoj je program i usmjeren. S obzirom na činjenicu da se ne mogu otkriti mjesta emitiranja takvih radijskih postaja, one su prepoznate kao izuzetno moćno propagandno oružje kod zaraćenih strana. „Munjeviti radijski rat“ (Radio Blitzkrieg) koji je pokrenut za Nizozemsku, Belgiju i Francusku 1940. godine, trebalo je stvoriti maksimalni efekt zastrašivanja i terora kako bi se umanjio otpor. Njegov je uspjeh, zaključuje Rabrenović, ovisio o sposobnosti savezničkih snaga da organiziraju obranu te mogućnosti njemačkih vojnih snaga da svojim djelima potkrijepe ono što su propagandisti najavljivali u radio emitiranjima. Nijemci su tu imali više uspjeha.

Nacisti, dakako, nisu zastali nakon tih uspjeha, niti su im metode širenja propagandnog sadržaja stagnirale. Stanovništvo okupiranih zemalja uspjeli su zavarati tvrdnjom da su razvili tehnologiju kojom će otkriti ako u kućanstvima na radijskom prijemniku bude slušan program protunacističkog sadržaja. Međutim, na to su saveznici odgovorili kako je moguće blokirati takvu tehnologiju ako se ispod prijemnika postavi – ključ. Ostavimo li praznovjerje i bizarnosti na stranu, nacisti su velike nade polagali u mogućnost da će sadržaj koji emitiraju podijeliti savezničke snage i okrenuti ih jedne protiv drugih: „Prije svega radio propaganda pokušavala je dublje podijeliti saveznike. U slučaju konfrontacije Nizozemske i Njemačke direktno se apeliralo na nizozemsku vojsku riječima: 'Vojnici zašto se vi borite, zašto dozvoljavate sebi da budete ubijeni zbog engleskih i francuskih kapitalista?' Nakon toga bi pokušali napraviti razdor u onoj državi koju napadaju. U Belgiji su, navodi Rabrenović, u flamanskoj oblasti bi emitirali poruke: 'Flamanci vi ste uvijek bili tretirani kao nižerazredni građani, mi Nijemci ćemo vam vratiti vaše samopoštovanje.' Slična su bila i emitiranja u Francuskoj namijenjena Valoncima: 'Vi Belgiju ne zanimate, oni samo očekuju da vi poginete za njih. Mi ćemo pomoći razvoju vaše države.' Povezano s ovakvim potezima bili su i dalji pokušaji da se umanji i sam kredibilitet tamošnjih vlasti.

Nacisti su u Francuskoj početkom 1940. godine instalirali dvije tajne radijske stanice pa su bili izuzetno zadovoljni koliki je njihov doprinos konačnom uspjehu, dakle slomu francuskog morala. Francuzi su mogli čuti neidentificiranu radiostanicu za koju se mislilo da je

komunistička, s pozivima za pacifizam i mir, kao i porukama da je 'Francuska slaba, a da je Njemačka jaka te da Britanija koristi Francusku za vlastite imperijalističke potrebe. Stanica je „otkrila“ nedostatke francuske vojne industrije i izrazila zabrinutost za budućnost zemlje ukoliko vojska izgubi duh. Radijska je stanica također objavila da je francuska vlada pobjegla iz zemlje, ostavljajući ljude da se brinu za sebe i da njihovi voditelji „znaju“ za koleru u Parizu i „savjetuju“ slušateljima da povuku svoje uštedevine s bankovnih računa i naprave zalihe hrane. Emitiranje programa u ovom stilu se nastavilo, tako da je Francuska ubrzo bila u kaosu.

Dok je Wehrmacht brzo napredovao prema Parizu u lipnju 1940. godine, nacistička propaganda je sve to objavljivala: 'Vaša vlada više ne zaslužuje vaše poštovanje, bez obzira na obećanja da će ostati da zaštiti grad do samog kraja, vlada je prepustila glavni grad i stanovnike vlastitoj sudbini.' Samo nekoliko dana nakon predaje Francuske, točnije 24 lipnja, njemačke tajne stanice su zatvorene jer su postigle ono zbog čega su i stvorene“ (Rabrenović 2012: 97).



Slika 4.2.1. Propaganda koja cilja na emocije protivnika

Takav je pristup, čiji je glavni cilj bio širenje kaosa na području protivnika, bio iznimno učinkovit. Nesposobnost drugih država početkom rata da organiziraju učinkovite mjere širenja protupropagande (u ovom slučaju istine) stajala je mnoge države njihove slobode. Ujedno je isti taj nedostatak znanja o radijskoj tehnologiji od strane političkih i vojnih konkurenata otvorio Hitleru slobodan put u širenju propagande unutar okupiranih država, potez kojim je dodatno konsolidirao svoju strahovladu.

### 4.3. Protupropaganda

Teško je ne spomenuti trud koji su savezne snage ulagale u vlastitu propagandu, točnije protupropagandu čija je glavna namjera bila kontrirati obmanjivačkom aparatu Goebbelsa i Hitlera. Jedan od predvodnika u otporu je bio Sefton Delmer, koji je u tome bio toliko uspješan da se pronašao u Sonderfahndungsliste G.B., odnosno crnoj knjižici u kojoj su bili zabilježeni svi poznatiji građani Velike Britanije koji pružaju otpor te za koje bi bio izdan nalog za uhićenje odmah po osvajanju Otoka: „Poznato je da su Britanci sa Delmerom i njegovim 'crnim radiom' uspješno izvodili akcije širenja dezinformacija u pravom smislu te riječi. Delmer je bio svjestan da „informacije, brižljivo izabrane i vješto prezentirane, predstavljaju najsubverzivniju formu propagande“. Delmer je pazio da lažima pribjegava krajnje oprezno i umjereno: 'Trebamo lagati svjesno, proračunato, nikada slučajno ili zbog nemara'“ (Rabrenović 2012: 103).

Njegovo se vođenje protupropagandnog radija odvijalo na njemačkom ili talijanskom jeziku, a često je same emisije najavljivao na način koji je stvorio percepciju da on zbilja radi u korist Ministarstva propagande. Delmeru je to, međutim, bio samo „ulaz“ koji je koristio kako bi došao do običnoga građanina u silama Osovina te počeo praviti kaos dezinformacijama. Rabrenović piše kako je Delmer u svojim emitiranjima tvrdio da će lira uskoro izgubiti vrijednost, što bi potaknulo narod da navali na liru. Ili bi javio da su saveznici obećali da će uspostaviti „slobodnu zonu“ koja neće biti bombardirana na sjeveru Italije, što bi navelo Mussolinija da kritizira nelojalne Talijane koji su napuštali posao da bi se tamo sklonili. Nakon toga bi Delmer emitirao te iste izjave više puta kako bi pokazao narodu dvoličnost njihovog vladara.

Za razliku od propagande Hitlera i Goebbelsa, za koju možemo smatrati da je kao glavni cilj imala demoraliziranje naroda, Delmerova se više usredotočila na kreiranje i širenje samog kaosa u narodu. Iskorištavao je sve informacije i vijesti koje su dolazile iz Ministarstva propagande te je lažnu legitimnost informacija vlastite propagande dobivao tako što je, jednostavno rečeno, nadodao ili izbacio dio informacije u službenom tekstu: „Kad su djeca iz porodica bombardiranih u Hamburgu evakuirana na istok, Delmer je odmah proširio glasine o tome da se u logorima, u kojima su djeca trebala biti primljena, šire epidemije: „Doktor Conti, *Reichsminister* zdravlja, čestita oficirima-ljekarima dječjih logora na požrtvovanju koje su pokazali u brizi za suzbijanje epidemije difterije koja se pojavila među djecom o kojoj brinu. On izražava nadu da će ubrzo vidjeti kako je pobijedena tragična nestašica lijekova i smanjena stopa smrtnosti na prosječno 60 mrtvih tjedno“ (Rabrenović 2012: 104). Bio je, dakle, velemajstor poluistina i mijenjanja konteksta pojedinih vijesti, što je efikasnije propagandna metoda od iznošenja neistina.

Delmer je poznat po pokretanju dvije izuzetno efikasne i suptilne radijske postaje preko kojih je dopirao do građana Njemačke i Italije. Prvi od ta dva radija je Gustaf Siegfried Eins, čiji je

program bio zamišljen da se slušatelju se predstavi kao tajni kanal koji slučajno javno emitira: „(...) s nizom poruka poput „Ovo je GS1, zove GS18“; „Ovo je GS1, zove GS47“, nakon čega bi uslijedile kodirane poruke, a onda bi se Der Chef predstavio. Slušatelji su naravno imali dojam da slušaju tajne njemačke vojne predajnike koji su emitirali kodirane strateške poruke i klevete oficira koji više nije mogao zadržati svoje mišljenje.“ (Rabrenović 2012: 104). Takvim je pristupom Delmer pokušao izazvati osjećaj nepovjerenja naroda u vojno osoblje, međutim teško je dokazati je li i kakvu je uspješnost imao u tom naumu, s obzirom na to da je upravo njemačko građanstvo bilo posljednje koje je saznalo da je njihova vojska poražena, a rat izgubljen.

Druga radiostanica koju je pokrenuo bila je poznata pod nazivom Deutsche Kurzwellensender Atlantic, čije je glavna namjera bila dopiranje do njemačkih vojnika. Radijska je postaja svoje emisije emitirala obično između 20 i 23 sata: „U ovom programu su, kako bi Nijemci pomislili da postoje i prednosti ukoliko budu zarobljeni ili ako se predaju, širili glasine da njemački ratni zarobljenici zarađuju velike plaće radeći u Americi“ (Rabrenović 2012: 104). Zbog načina na koji je Atlantic funkcionirao, njemačkim propagandistima nije trebalo puno vremena da shvate kako se zapravo radi o postaji koja emitira iz Britanije. Prema navodima, ova je stanica ipak bila nešto efikasnija od GS1: prema Sorensenu postojali su podaci da se talijanska mornarica predala nakon što je pozivana svakih četvrt sata preko radio-emisija da se preda saveznicima. Incident nakon kojeg je jedan britanski časnik izjavio da su propagandisti postigli za jedan dan ono što on nije bio u stanju postignuti tri godine. Ovaj radio je također bio fascinantan zbog načina emitiranja: korišteno je nekoliko kratkovalnih mobilnih odašiljača koji su služili za zbunjivanje nacističkih snaga koje su planirale sabotazu jer ih nisu mogli locirati zbog konstantnog premještanja.



*Slika 4.3.1. Sefton Delmer*

## 5. Zaključak

Radijska je propaganda bila samo prvi korak u jednom novom, modernom načinu ratovanja koje je svoju moć i potencijale otkrilo vladajućim silama tijekom Drugog svjetskog rata. Nacistička je strahovlada vješto izmanevrirala jedan prestrašen i zbog duboke ekonomske krize gladan narod u poziciju agresora, pritom koristeći sve metode na raspolaganju kako bi istovremeno likvidirali (često i u doslovnom smislu) bilo kakvu oporbu.

Hitlerova je kontrola nad svim kulturnim aspektima omogućila kreiranje prividnog neprijatelja unutar vlastite države uz pomoć kojeg je ujedinio njemački narod i raspirio plamen konflikta. Upravo mu je radio bio jedan od najvećih aduta u kreiranju optimalne situacije. Putem radija nije dopirao samo do svojeg stanovništva, već je uspio prenositi svoju ideologiju i u međunarodnu javnost. Svojim je potentnim govorima preko radio valova uvjeravao ljude u svoje ciljeve te istovremeno kreirao nove saveznike koji nisu bili zadovoljni tadašnjom situacijom u vlastitim državama.

Lakoća emitiranja je također omogućila *low risk high reward (nagradu s niskim rizikom)*, dakle pristup putem kojeg njegovo emitiranje propagande u druge države nije imalo velik rizik što se tiče ljudskih resursa. Istovremeno je tamo otkrivao potencijalne istomišljenike koji bi mu otvorili nove propagandne putove iza neprijateljskih linija. Upravo su pristalice poput Williama Joycea bile faktori koje je Hitler uračunao u moralno slamanje svojih suparnika, budući da narod koji je slomljen na psihološkoj razini neće pružati ni približno jak otpor koji bi inače pružao. Proširenost radija i jednostavnost korištenja uređaja je na koncu bio jedna od najvažnijih prednosti rano u tijeku rata. Putem njega se bez rizika udaralo na moral svih neprijatelja te se također istovremeno kreirao moralni vjetar u leđa vlastitog naroda. No kako je tijekom rata odmicao Hitlerova je radijska prisutnost postepeno padala, on je i dalje bio apsolutna ličnost unutar vlastite države, međutim na važnijoj fronti (globalnoj) je bio vješto neutraliziran od strane svojih konkurenata, pa je stoga napor demoraliziranja suparnika postajao sve teži.

Vješta protupropagandna djelovanja su na kraju bila veliki trn u Hitlerovom oku. Predvođeni Winstonom Churchilom na političkoj i Seftonom Delmerom na propagandnoj razini, britanski je narod postao kamen temeljac otpora, čiji je trud na kraju bio nagrađen ne samo odbijanjem invazije, već i pobjedom u samom ratu. U tom kontekstu iskače jedan od Churchillovih govora, koji je bio namijenjen za pripremanje vlastitih političara (ali i naroda) za pad Francuske i očekivanu invaziju Hitlerovih snaga: „Iako je velik dio Europe pao ili će pasti pod čvrstu ruku Gestapa i odvratnog nacističkog režima, mi se nećemo predati. Ići ćemo do samog kraja. Borit ćemo se u Francuskoj, borit ćemo se na morima i oceanima, borit ćemo se u zraku s rastućim samopouzdanjem i sve većom snagom, branit ćemo svoj otok bez obzira na



cijenu. Borit ćemo se na plažama, borit ćemo se na mostobranima, borit ćemo se u poljima i na ulicama, borit ćemo se u brdima; i nikada se nećemo predati! I ako, što ne vjerujem ni na trenutak, ovaj otok ili velik dio njega bude pokoren i izglednjen, onda će naše Carstvo preko mora, naoružano i čuvano našom mornaricom, nastaviti borbu. Sve dok, u Božje vlastito vrijeme, Novi svijet sa svom svojom snagom i moći ne istupi kako bi spasio i oslobodio stari.“

Hitlerovo (i Goebbelsovo) saznanje o pravoj snazi propagande i propagandnog djelovanja i dan je danas jedna izuzetno važna lekcija koju mnogi nisu zapamtili. Upravo su propagandna djelovanja, danas nešto lakše prepoznatljivija, razlog mnogih političkih ali i gospodarskih kriza. U SAD-u je trenutno upravo zahvaljujući dvojbenim propagandnim metodama na vlasti Donald Trump, čija megalomanija na dnevnoj bazi zabrinjava cijeli svijet. U Kini vlada prikrivena strahovlada, koncentracijski kampovi postoje za „nepoželjne“ čija religija ili druge transgresije nisu po volji vladajućih dok je ideološki kontaminirani narod Sjeverne Koreje u tehnološkom (i kulturnom) zaostatku od minimalno tri desetljeća.

Obje su strane za vrijeme rata svoju početnu podršku za konflikt pronašle upravo preko radio uređaja. Međutim sam način korištenja radija u prenošenju željenih poruka je bio dosta različit na obje strane. U slučaju Amerike propaganda je većinom bila maskirana kroz različite zabavne elemente. Hitler je s druge strane vjerovao da je izravan pristup najbolji pristup, stoga je u svojim emitiranjima narodu se obraćao direktno, u nadi da će takav nastup dodatno učvrstiti legitimnost njegovih laži i obmana. Za vrijeme suđenja u Nirnbergu Albert Speer je izjavio kako je upravo napredak tehnologije omogućio Hitlerovu strahovladu. Izjavio je da su uređaji poput radija oduzeli sposobnost neovisnog razmišljanja od 80 milijuna ljudi, što je kontrolu stavilo u ruke samo jednog čovjeka.

Na primjeru Hitlera i njegovih nečovječnih djela čovječanstvo je trebalo naučiti lekcije o moći propagande i o riziku koji ta moć predstavlja ako je netko ne obuzda. Međutim, sve je izglednije da se čovječanstvo teško odvikava od starih medijskih navika i lakovjernosti u odnosu na populističke bukače.

U Koprivnici, 30. rujan 2019.



IZJAVA O AUTORSTVU  
I  
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Rene Delić (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada pod naslovom Njemačka radijska propaganda u Drugom svjetskom ratu (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student:

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Rene Delić (*ime i prezime*) neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom završnog rada pod naslovom Njemačka radijska propaganda u drugom svjetskom ratu (*upisati naslov*) čiji sam autor/ica.

Student:

(vlastoručni potpis)

## 6. Literatura

Knjige:

- [1] Mak, Geert. 2010. *U Europi – Putovanje kroz dvadeseto stoljeće*. Naklada Jesenski i Turk. Zagreb
- [2] Klemperer, Victor. 2007. *LTI*. Disput. Zagreb
- [3] Burleigh, Michael. 2012. *Treći Reich – Nova povijest*. Fraktura. Zagreb.
- [4] Arendt, Hannah. 2015. *Izvori totalitarizma*. Disput. Zagreb.
- [5] Sorensen, Thomas. 1975. *Rat riječima – Priča o američkoj propagandi*. Beograd, New York: Harper i Row.
- [6] Mihailović, Vuko. 1984. *Propaganda i rat*. Beograd. Vojnoizdavački zavod.

Časopisi:

- [1] Sabljo, Marin. 2015. „*Nacistički trijumvirat – Heinrich Himmler, Hermann Göring, Josef Goebbels*“. *Essehist: časopis studenata povijesti i drugih društveno-humanističkih znanosti*. 7: 96.
- [2] Ranogajec, Vera. 2000. „*Psihološki rat*.“ *Polemos: časopis za interdisciplinarna istraživanja rata i mira*. 146., 150.

Internetski izvori:

- [1] Rabrenović, Dragić. *Radio propaganda u Drugom svjetskom ratu*. <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1452-7405/2012/1452-74051225089R.pdf> (pristupljeno 12. rujna 2019.)
- [2] Vaughan, David. The Guardian. *The master's voice*. <https://www.theguardian.com/culture/2008/oct/09/radio.hitler.bbc.czechoslovakia> (pristupljeno 12. rujna 2019.)

## 7. Popis slika

*Slika 2.1.1. Izdanje Volkischer Beobachtera: Živio naš Fuhrer!* Izvor: Zvab

<https://www.zvab.com/V%C3%B6lkischer-Beobachter-Konvolut-Ausgaben-Berichterstattung-fehlgeschlagenen/22737673750/bd> (pristupljeno 12. rujna 2019.)

*Slika 2.2.1.4 Mein Kampf.* Izvor: Vulture <https://www.vulture.com/2016/01/mein-kampf-published-in-germany-once-more.html>

(pristupljeno 12. rujna 2019.)

*Slika 3.1. Neville Chamberlain.* Izvor: The Guardian

<https://www.theguardian.com/culture/2008/oct/09/radio.hitler.bbc.czechoslovakia> (pristupljeno 12. rujna 2019.)

*Slika 3.2. Cijela Njemačka sluša Fuhrera uz Narodni prijemnik.* Izvor: Wikipedia

<https://en.wikipedia.org/wiki/Volksempf%C3%A4nger> (pristupljeno 12. rujna 2019.)

*Slika 3.1.1. Ministar propagande Joseph Goebbels.* Izvor: Wikipedia

[https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda\\_in\\_Nazi\\_Germany](https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda_in_Nazi_Germany) (pristupljeno 12. rujna 2019.)

*Slika 3.2.1.5 Propagandni poster: "On je kriv za rat!"* Izvor: USHMM

<https://www.ushmm.org/propaganda/archive/poster-guilty-war/> (pristupljeno 12. rujna 2019.)

*Slika 4.1.1. William Joyce "Lord Haw-Haw"* Izvor: Wikipedia

[https://en.wikipedia.org/wiki/William\\_Joyce](https://en.wikipedia.org/wiki/William_Joyce) (pristupljeno 12. rujna 2019.)

*Slika 4.2.1.6 Propaganda koja cilja na emocije supranika.* Izvor: ww2today

<http://ww2today.com/2-march-1944-german-propaganda-seeks-to-divide-the-allies> (pristupljeno 12. rujna 2019.)

*Slika 4.3.1.7 Sefton Delmer.* Izvor: Smithsonianmag

<https://www.smithsonianmag.com/history/fighting-nazis-fake-news-180962481/> (pristupljeno 12. rujna 2019.)