

Krzysztof Łuszczek<sup>1</sup>  
Szczecin

## System propagandy a rozwój mediów w nazistowskich Niemczech w świetle „Dzienników” J. Goebbelsa

### Wstęp

Mimo, że od zakończenia II wojny światowej upłynęło ponad 70 lat wciąż skrywa ona przed nami tajemnice i wciąż stanowi przedmiot badań i poszukiwań badaczy z różnych dyscyplin. Wiele źródeł wciąż skrywają archiwa. Jak są one istotne i ważne do zrozumienia tego co się stało i dlaczego się stało, ukazała publikacja „Dzienników” J. Goebbelsa. Stało się to możliwe dzięki udostępnieniu materiału źródłowego przez rosyjskie archiwa na początku lat 90. XX w. Przez kilkadziesiąt powojennych lat zbiór znajdował się najpierw w Archiwum Specjalnym przy Radzie Ministrów ZSRR a potem w Centrum Przechowywania Zbiorów Historyczno-Dokumentalnych. W 1992 r. Instytut Historii Najnowszej w Monachium rozpoczął pracę nad krytyczną edycją całości „Dzienników” J. Goebbelsa. Wydano 24 tomy w 29 woluminach, a całość prac edycyjnych ukończono w 2008 r.<sup>2</sup>

Polski czytelnik, dzięki pracy translatorskiej i redakcyjnej E. C. Króla otrzymał wybór „Dzienników”, który ukazał się w trzech tomach w latach 2013-2014<sup>3</sup>. Te prawie 2300 stron stanowią jednak zaledwie 5 proc. oryginalnego zbioru „Dzienników”. Nic więc dziwnego, że praca niemieckiego instytutu nad ich edycją trwała prawie 16 lat. E. C. Król przygotowując polską edycję zwrócił uwagę na potrzebę wypełnienia pewnej luki źródłowej w polskiej historiografii. Ale traktuje ją bardzo szeroko. W pierwszym rzędzie dotyczy historyków ale również badaczy mediów<sup>4</sup>. J. Goebbels opracował, przetestował

<sup>1</sup> Krzysztof Łuszczek – ks. dr, adiunkt w Katedrze Nauk o Rodzinie Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Szczecińskiego, e-mail: krzysztof.luszczek@usz.edu.pl.

<sup>2</sup> E. C. Król, *Joseph Goebbels i jego Dzienniki*, [w:] E. C. Król [red.], *Joseph Goebbels. Dzienniki*, t. 1: 1923-1939, Warszawa 2013, s. XXXII-XXXV.

<sup>3</sup> E. C. Król [red.], *Joseph Goebbels. Dzienniki*, t. 1: 1923-1939, Warszawa 2013; t. 2: 1939-1943, Warszawa 2013; t. 3: 1943-1945, Warszawa 2014.

<sup>4</sup> E. C. Król, *Słowo do tomu drugiego Dzienników Josepha Goebbelsa*, [w:] E. C. Król [red.], *Joseph Goebbels. Dzienniki*, t. 2, s. IX.

i skutecznie wprowadził w życie szereg strategii medialnych umożliwiających wywieranie skutecznego wpływu na ludzi. Były one wysoce innowacyjne i oparte na osiągnięciach psychologii społecznej. Ich podstawowe założenia nie zmieniły się do dziś. Stąd analiza zapisków J. Goebbelsa może okazać się wysoce pomocna dla zrozumienia propagandowej funkcji współczesnych mediów. Na tyle, że „bez ryzyka wielkiej przesady [można] stwierdzić, że po gabinetach szefów współczesnych agencji PR, marketingu, promocji i reklamy kołaczę się duch Goebbelsa”<sup>5</sup>.

## 1. Sieć propagandy

Mimo, że J. Goebbels stworzył najsilniejszy i najbardziej wyspecjalizowany ośrodek propagandowy to jednak, przynajmniej w początkach swojej działalności, musiał się liczyć z istnieniem konkurencyjnych centrali. Każda, znacząca osobistość w III Rzeszy starała się mieć własną niezależną sieć wpływu (przede wszystkim H. Himmler, M. Bormann, J. Ribentropp, A. Speer). To denerwowało J. Goebbelsa, który dążył do maksymalnej centralizacji działań propagandowych. Chciał wzmocnienia struktury własnego ministerstwa i dbał o stały, bezpośredni dostęp do Hitlera<sup>6</sup>. Dla J. Goebbelsa był to warunek konieczny do sprawowania, pełnej, totalnej kontroli nad społeczeństwem. Z tego dążenia wynikały konflikty ministra propagandy z różnymi instytucjami państwowymi, partyjnymi i wojskowymi<sup>7</sup>.

Paradoksalnie pogarszająca się sytuacja Wehrmachtu na frontach II wojny światowej wzmocniła pozycję J. Goebbelsa. Niemcy przegrywały na frontach zewnętrznych, jednak wewnątrz kraju byli trzymani silną ręką propagandy. W jakiś sposób zastąpiła ona brakujące dywizje na froncie. Z czasem podporządkowano jej nawet działania gospodarcze i strategiczne na froncie (jak to było np. w przypadku produkcji filmu „Kolberg”). System stworzony przez J. Goebbelsa działał sprawnie praktycznie do zakończenia wojny<sup>8</sup>. To przede wszystkim dzięki temu Niemcy stawiali zaciekle opór tak długo, walczyli miesiącami w beznadziejnej sytuacji strategicznej i bez żadnej nadziei na sukces militarny. Żyli w świecie wykreowanym przez propagandę J. Goebbelsa, która karmiła ludzi wizjami rodem z kręconych przez niego filmów.

Mimo tego, że musiał walczyć z osobistościami ze szczytów władzy aby utrzymać władzę nad aparatem propagandy nigdy nie starał się izolować sys-

<sup>5</sup> E. C. Król, *Joseph Goebbels i jego Dzienniki...*, s. L.

<sup>6</sup> A. A. Kallis, *Nazi Propaganda and the Second World War*, New York 2005, s. 59.

<sup>7</sup> Tamże, s. 18.

<sup>8</sup> Tamże, s. 62.

temu od polityki. Zawierał doraźne sojusze wykorzystując np. armię lub partię do prowadzonych działań. 29 sierpnia 1941 r. zapisał w swoich „Dziennikach”, że propaganda na dłuższą metę może być skuteczna jedynie wtedy, kiedy jest wspierana przez politykę<sup>9</sup>. Zawsze jednak podstawą jego organizacyjnej przewagi (oprócz osobistych zdolności organizacyjnych) były bliskie relacje z Hitlerem. Dużo miejsca w „Dziennikach” zajmują opisy spotkań z Hitlerem (także w prywatnej posiadłości J. Goebbelsa) i analizy jego decyzji. J. Goebbels nie stronił także od negatywnych ocen niektórych decyzji, zwłaszcza w sytuacji, kiedy został odsunięty od procesu ich podejmowania.

Jego konflikty z innymi prominentami III Rzeszy wynikały także z tego, że motywy działań propagandowych J. Goebbelsa były bardzo różne: komercyjny sukces, prestiż na arenie międzynarodowej, wpływy polityczne, spójność propagandy, możliwość ideologicznej indoktrynacji kultury i osobista próżność<sup>10</sup>. W tej walce z konkurencyjnymi ośrodkami propagandowymi J. Goebbels odnosił spektakularne sukcesy. Niewątpliwie było nim wprowadzenie specjalnych organizacji propagandowych (tzw. kompanii propagandowych) do niemieckiej armii. Formacje te zostały zorganizowane na froncie przy poszczególnych armiach Wehrmachtu. Składały się z korespondentów wojennych, filmowców, fotoreporterów, rysowników i specjalistów od urządzeń technicznych. Takie grupy propagandowe tworzone również przy formacjach Waffen-SS. Swoją działalność zainaugurowały już w 1938 r.<sup>11</sup>.

Dla J. Goebbelsa opinia publiczna była pozbawiona własnego zdania. Można ją kształtować przez prasę, plakat, radio, kino, szkołę, uniwersytet i ogólnie edukację. Dlatego wszystkie te instytucje powinny się bezwzględnie znaleźć pod kontrolą państwa<sup>12</sup>. Minister propagandy doskonale wyselekcjonował narzędzia przy pomocy których chciał osiągnąć totalny (słowo szczególnie powtarzane przez J. Goebbelsa pod koniec wojny) wpływ na społeczeństwo. Stworzony system był dobrze przemyślany i ciągle udoskonalany. Poza drobnymi potknięciami działał praktycznie bez zarzutu.

## **2. Zasady**

29 stycznia 1942 r. J. Goebbels zapisał w swoim „Dzienniku”, że „istotą propagandy pozostaje (...) niezmiennie uproszczenie i powtarzanie”<sup>13</sup>.

---

<sup>9</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 2, s. 235.

<sup>10</sup> A. A. Kallis, *Nazi Propaganda and the Second World War*, s. 26.

<sup>11</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 1, s. 762.

<sup>12</sup> P. Longgerich, *Goebbels. Apostoł diabła*, Warszawa 2014, s. 114-115.

<sup>13</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 2, s. 495.

Ten pogląd powtarza się wielokrotnie na kartach „Dzienników”. 21 marca 1943 r. zapisał: „Propaganda oznacza powtarzanie”<sup>14</sup> a miesiąc później – „Istotą propagandy jest ciągle powtarzanie”<sup>15</sup>. Mimo ciągłego podkreślania potrzeby powtarzania komunikatu propagandowego J. Goebbels uważał, że w propagandzie ważne jest podejście kreatywne. Absolutnie nie można popaść w schematy. 30 grudnia 1941 r. J. Goebbels zapisał: „Propaganda nie jest żadnym dogmatem lecz sztuką przystosowania”<sup>16</sup>. Minister propagandy zawsze zwracał uwagę na elastyczność działań i dobór właściwych środków do realizacji celów. „Propaganda, która poddaje się szablonowi, jest bezskuteczna” (28 września 1942 r.)<sup>17</sup>

J. Goebbels nie opierał swoich tez jedynie na intuicji czy obserwacji procesów społecznych. Starał się również zapoznać z najnowszymi badaniami dotyczącymi psychologii reklamy. W latach 20. XX w. nastąpił jej intensywny rozwój w Stanach Zjednoczonych. Analizowano percepcję przekazu reklamowego (np. rozpoznawalność czcionek i ich optymalną wielkość). Dominującym nurtem był behawioryzm, który zakładał możliwość efektywnego sterowania zachowaniami klientów. Dużą wagę przywiązywano do masowości i powtarzalności komunikatu reklamowego. Minister propagandy III Rzeszy bardzo interesował się rozwojem psychologii propagandy. Było to możliwe tym bardziej, że w latach 20. XX w. ukazało się w Niemczech szereg prac na ten temat<sup>18</sup>. Jednak J. Goebbels nie czerpał z szeroko dyskutowanych teorii (np. o roli sloganu), był pragmatykiem. Wzorował się raczej na reklamie handlowej, a Berlin był idealnym miejscem do prowadzenia tego typu eksperymentów<sup>19</sup>. Zdawał sobie sprawę, że działania propagandowe mają związek nie tyle z polityką informacyjną ale raczej z psychologią społeczną. Mają osiągnąć swój cel prowadząc do integracji społecznej, mobilizować, dostarczać motywacji<sup>20</sup>. Jeżeli dodatkowo z propagandy utworzy się trwały i ciągły element środowiska życia człowieka, to będzie ona praktycznie niezauważalna<sup>21</sup>.

Elastyczność działań propagandowych ministra propagandy przejawiała się m.in. w przekonaniu, że obojętnie od sytuacji społeczno-politycznej ludziom

<sup>14</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 3, s. 25.

<sup>15</sup> Tamże, s. 57.

<sup>16</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 2, s. 334.

<sup>17</sup> Tamże, s. 495.

<sup>18</sup> Były to m.in.: Ch. von Hartungen, *Psychologie der Reklame*, Stuttgart 1921; E. Lysinski, *Psychologie des Betriebes. Beiträge zur Betriebsorganisation*, Berlin 1923; Th. König, *Reklame – Psychologie. Ihr gegenwärtiger Stand – ihre praktische Bedeutung*, Monachium 1924.

<sup>19</sup> D. Reinhard, *Von der Reklame zur Marketing Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland*, Berlin 1933, s. 87-88.

<sup>20</sup> A. A. Kallis, *Nazi Propaganda and the Second World War*, s. 2.

<sup>21</sup> J. Ellul, *The Technological Society*, New York 1964, s. 21.

należy dostarczać rozrywkę oraz sensację. W kształtowaniu polityki propagandowej w radio J. Goebbels zwracał uwagę na stałą obecność rozrywki. Program radiowy miał być maksymalnie popularny<sup>22</sup>. Pewne zachwianie w tej polityce nastąpiło po katastrofie stalingradzkiej. Trwało jednak jedynie kilka dni i potem znów rozrywka i humor wróciły do radia<sup>23</sup>. J. Goebbels planował również dostarczenie odpowiedniej ilości sensacji. W 1931 r. pisał: „Berlin potrzebuje sensacji jak ryba wody. To miasto tym żyje i chybi celu każda propaganda, która tego nie uwzględni”<sup>24</sup>.

J. Goebbels dość szybko zaczął testować swoje niektóre pomysły propagandowe w warunkach wojennych. Po rozpoczęciu wojny z Polską nakazał zainstalowanie wzdłuż granicy z Francją megafonów, które emitowały taneczną muzykę. Chciał potem wykorzystać obrazy tańczących francuskich żołnierzy w propagandzie<sup>25</sup>. Nakazał również rozmieszczenie wzdłuż całego frontu 800 transparentów z hasłem: „Jeśli nie zaatakujecie, nie będziemy strzelać. Nic od Was nie chcemy!” Minister propagandy był zadowolony ze swoich pomysłów. „Sporo sobie po tym obiecuję” – pisał w swoim „Dzienniku”<sup>26</sup>.

Niewątpliwie największym sprawdzianem dla maszyny propagandowej jaką stworzył J. Goebbels była klęska niemieckiej armii pod Stalingradem. Przewidując klęskę J. Goebbels już pod koniec 1942 r. próbował przejąć inicjatywę. Postawił na pewien realizm w przekazie i unikanie rozbudzania nierealnych nadziei. Jednak pewne „straty psychologiczne”, które się dokonały w niemieckim społeczeństwie były niezmiernie trudne do odrobienia. 28 stycznia 1943 r. pisał w „Dziennikach”: „W związku z przewidywanym szokiem proponuję kilka zabiegów wspomagających, które bez wątpienia przyniosą określony skutek. Jest jednak jasne, że sprawa Stalingradu stanowi przedmiot gorących dyskusji w narodzie niemieckim i że będziemy mieli również psychologiczne trudności z wyjaśnieniem tego przypadku”<sup>27</sup>. Na niekorzyść niemieckiego aparatu propagandowego działała również wzmożona aktywność alianckich rozgłośni niemieckojęzycznych i akcja ulotkowa. Na początku lutego wszystko stało się już jasne i katastrofy stalingradzkiej nie można było ukrywać. Tragiczną wiadomość trzeba przekazać niemieckiej opinii publicznej. Minister propagandy czyni to w sposób dla siebie charakterystyczny. 4 lutego 1943 r. zapisał w „Dziennikach”:

<sup>22</sup> P. Longerich, *Goebbels. Apostoł diabła*, s. 434.

<sup>23</sup> M. Bonacker, *Goebbels' Mann beim Radio. Der NS-Propagandist Hans Fritzsche (1900-1953)*, München 2007, s. 197.

<sup>24</sup> J. Goebbels, *Kampf um Berlin. Der Anfang*, Monachium 1931, s. 44.

<sup>25</sup> J. Goebbels, *Dzienniki*, t. 2, s. 608.

<sup>26</sup> Tamże, s. 6.

<sup>27</sup> Tamże, s. 585.

Jesteśmy teraz zmuszeni przekazać narodowi niemieckiemu wiadomość o podaniu Stalingradu. Jest to decyzja bardzo gorzka, ale konieczna. Emitujemy wiadomość jako meldunek specjalny po południu około godz. 16 w ramach radiowej służby informacyjnej i dodajemy stosowny, heroiczny ceremoniał. (...) Nasz meldunek odpowiada w pełni (...) odczuciom. Jest poważny, rzeczowy, trzeźwy, pozbawiony patosu, ale również i wszelkiego chłodu<sup>28</sup>.

Katastrofa stalingradzka zdecydowała o innym rozłożeniu akcentów w pracy propagandowej przez J. Goebbelsa. Czas tuż po niej miał stanowić swoiste „nowe otwarcie” w działaniach ministra propagandy Rzeszy. Zaczął przedstawiać wojnę jako „walkę na śmierć i życie”. Nie ma wyjścia, można tylko walczyć albo zginąć<sup>29</sup>. Przyszedł czas na rzucenie hasła „wojny totalnej”. Dla J. Goebbelsa przemówienie z 18 lutego 1943 r. stało się punktem zwrotnym dla jego działalności jako ministra propagandy i jego pozycji jako jednego z przywódców III Rzeszy. Tym bardziej, że zabrakło tam Hitlera. J. Goebbels określił to dosadnie w swoim „Dzienniku”: „Manifestacja w Pałacu Sportu stanowi rodzaj cichego zamachu stanu. Po prostu przeskoczyliśmy przeszkodę wzniesioną przed nami przez biurokrację. Wojna totalna nie jest już sprawą mało rozsądnych ludzi, lecz jest teraz w rękach narodu”<sup>30</sup>. J. Goebbels przemawiał pod wielkim transparentem „Totaler Krieg – kürzester Krieg”. Jego przemówienie było precyzyjnie przemyślane. Minister propagandy potrafił budować napięcie aby w końcu osiągnąć jego szczyt w pytaniu skierowanym do publiczności: „Czy chcecie wojny totalnej?”<sup>31</sup> Przedstawił klęskę stalingradzką jak wydarzenie wzmacniające Niemców. Oczyszczony naród bardziej zjednoczy się wokół celów i wodza, podwoi wysiłki. Przemówienie J. Goebbelsa stało się popisem krasomówczym i najbardziej zaangażowanym i mającym znaczenie propagandowe wystąpieniem. Przyniosło ono efekty nawet wśród tych, którzy byli sceptycznie nastawieni do wojny<sup>32</sup>.

---

<sup>28</sup> Tamże, s. 588.

<sup>29</sup> A. A. Kallis, *Nazi Propaganda and the Second World War*, s. 132.

<sup>30</sup> J. Goebbels, *Dzienniki*, t. 2, s. 608.

<sup>31</sup> Ten najważniejszy fragment przemówienia J. Goebbelsa w języku niemieckim brzmiał następująco: „Ich frage euch: Wollt ihr den totalen Krieg? Wollt ihr ihn, wenn nötig, totaler und radikaler, als wir ihn uns heute überhaupt erst vorstellen können? (...) Nun, Volk, steh auf und Sturm brich los!”, *Full text of “Wollt Ihr den totalen Krieg?”*, [https://archive.org/stream/WolltIhrDenTotalenKrieg/GoebbelsJoseph-Rede-WolltIhrDenTotalenKrieg194315S.\\_djvu.txt](https://archive.org/stream/WolltIhrDenTotalenKrieg/GoebbelsJoseph-Rede-WolltIhrDenTotalenKrieg194315S._djvu.txt) (19.01.2016).

<sup>32</sup> E. Leiser, *Nazi Ciemna*, London 1974, s. 60.

### 3. Technologiczne nowatorstwo

Minister propagandy zdawał sobie doskonale sprawę, że aby działania propagandowe osiągnęły swoje cele trzeba doskonalić narzędzia, które aparat propagandowy wykorzystuje. Muszą umożliwiać masowe dotarcie z komunikatem i być atrakcyjne dla odbiorców. Dlatego zawsze starał się zapewnić środki na rozwój bazy technicznej a często zarzucano mu, że nie liczy się z wydawanymi pieniędzmi (jak np. w przypadku produkcji filmowej). Technicy mogli jednak zawsze liczyć na jego poparcie, a J. Goebbels chętnie przyjmował wszelkiego rodzaju nowinki techniczne i nakazywał jak najszybciej je wdrażać. Jego zainteresowanie nowymi technologiami wyraziło się nawet w samym powstawaniu „Dzienników”. Podjął decyzję o ich mikrofilmowaniu w obliczu zbliżania się Armii Czerwonej do Berlina. Uważał, że stanowią one dzieło, które powinno służyć następnym pokoleniom Niemców. Takie przekonanie wpoił mu już dużo wcześniej Hitler zmuszając nawet jedno z wydawnictw do podpisania umowy z J. Goebbelsem na wydanie „Dzienników” i wypłacenie ministrowi propagandy honorarium. O mikrofilmowaniu dowiedział się w listopadzie 1944 r. i niedługo później zdecydował o przeniesieniu swoich „Dzienników” na szklane tabliczki<sup>33</sup>.

Już na długo przed wybuchem wojny J. Goebbels uważał, że znajomość mediów może w przyszłości okazać się bardzo przydatne. Dlatego chętnie odwiedzał imprezy związane np. ze światowym kongresem na temat reklamy. Szczególnie pouczające było dla niego spotkanie z filmem reklamowym. Pisał 14 sierpnia 1929 r.: „W południe na wystawie o reklamie. (...) Co nieco nauczyłem się przy okazji filmu reklamowego. Może kiedyś to się nam przyda”<sup>34</sup>.

To poparcie J. Goebbelsa dla nowych technologii doprowadziło do rozwoju kilku wynalazków medialnych tuż przed wojną i w czasie wojny. Jeszcze przed wybuchem wojny uwagę ministra propagandy zwróciła telewizja. Zwrócił na nią uwagę, kiedy odwiedzał w 1936 r. Wystawę Radiową. Pisał w „Dzienniku” o telewizji, „która bardzo dobrze się rozwija”<sup>35</sup>. Od razu zauważył jej możliwości. Dążył do jak najszybszego wprowadzenia do sprzedaży nowych odbiorników telewizyjnych. Był z tego dumny. 29 lipca 1939 r. pisał: „Przed wszystkim telewizja, można powiedzieć, że teraz w doskonałym wydaniu. Niczego już nie brakuje. Nowe odbiorniki wchodzić właśnie do obrotu handlowego”<sup>36</sup>. Aby wspierać rozwój telewizji J. Goebbels doprowadził do powstania jednego z pierwszych w świecie studiów telewizyjnych w berlińskiej dzielnicy Witzle-

---

<sup>33</sup> P. Longerich, *Goebbels. Apostoł diabła*, s. 856.

<sup>34</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 1, s. 131.

<sup>35</sup> Tamże, s. 338.

<sup>36</sup> Tamże, s. 579.



ben, w marcu 1935 r. Rozpoczęło ono regularne nadawanie programu telewizyjnego<sup>37</sup>.

W 1940 r. III Rzesza wyprodukowała pierwszy kolorowy film. Był to film muzyczny *Frauen sind doch bessere Diplomaten* w reżyserii G. Jacoby. Zdjęcia rozpoczęto jeszcze przed wybuchem wojny w lipcu 1939 r. Obróbkę kolorów oparto na technologii Agfacolor. Stanowiło to wyzwanie dla producentów i znacznie przedłużyło wykonanie kolorowych kopii dla kin. Technikę wciąż doskonalono w fabryce Agfy w Wolfen. J. Goebbels bardzo dobrze ocenił techniczną stronę produkcji natomiast negatywnie fabułę filmu i grę aktorską. Pisał w swoim „Dzienniku”: „Materiał zły, ale oddziaływanie kolorów dobre. Posunęliśmy się w tej kwestii mocno do przodu”<sup>38</sup>. Z czasem produkcja filmowa zaczęła odgrywać coraz większą rolę w działalności propagandowej J. Goebbelsa. Starał się mieć wpływ na budżet, obsadę a także fabułę filmów. Nie szczędził na to środków co stało się swego rodzaju obsesją w ostatnich miesiącach wojny.

We wrześniu 1942 r. zaprezentowano ministrowi propagandy wynalazek taśmy magnetofonowej. Uznał ją za „wręcz rewolucyjną innowację w dziedzinie techniki rozrywki”<sup>39</sup>. Przejął nadzór nad jej produkcją, planował rozwinąć całą gałąź przemysłu. Jej pełny rozwój odkładał jednak na czas po zakończeniu wojny. Co jednak interesujące za podstawowe zadanie dla taśmy magnetofonowej w pierwszej fazie jej eksploatacji uznał przede wszystkim dostarczanie rozrywki. Takie działania stanowiły zawsze dla J. Goebbelsa jeden z priorytetów jego działalności. Dopiero na takim fundamencie lokował działania *stricto* propagandowe. 15 września 1942 r. pisał w swoim „Dzienniku”: „Jeśli nawet podczas wojny nie da się w tej dziedzinie rozwinąć szerszej aktywności, to zadbam o to, aby po jej zakończeniu powstał przemysł, który z jednej strony będzie podlegał nadzorowi Rzeszy, z drugiej zaś dostarczy narodowi, i to najmniejszym kosztem szerokich możliwości rozrywki i relaksu”<sup>40</sup>.

Swoje zdanie na temat taśmy magnetofonowej zmienił w ostatnich miesiącach wojny. Zagrożony ostateczną klęską wszystkie wynalazki rzucał na front walki propagandowej. Takie zastosowanie znalazła także taśma magnetofonowa. Uznał, że można ją wykorzystać do rejestracji przemówień. Swoim pomysłem podzielił się z Hitlerem. 28 stycznia 1945 r. pisał w „Dzienniku”: „Zwracam mu uwagę na nową technikę nagrywania na taśmę magnetofonową, umożliwiającą powtórzenie tych fragmentów przemówienia, które wyszły niezbyt dobrze. Führer jest mi bardzo wdzięczny za tę wskazówkę”<sup>41</sup>.

<sup>37</sup> Tamże, s. 718.

<sup>38</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 2, s. 116.

<sup>39</sup> Tamże, s. 484.

<sup>40</sup> Tamże, s. 484-485.

<sup>41</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 3, s. 555.



W tym samym czasie kiedy zaprezentowano J. Goebbelsowi taśmę magnetofonową przedstawiono mu jeszcze jeden wynalazek służący rejestracji dźwięku. W kwietniu 1942 r. po raz pierwszy usłyszał dźwięk w standardzie stereofonicznym. Uznał Niemców za pionierów w rozwoju nowych technologii. Pisał 21 kwietnia 1942 r.:

Zaprezentowano mi nowy sposób rejestracji dźwięku filmowego i radiowego. Plastycznie ukształtowana, tak zwana stereofonia, która oznacza niesłychany postęp w całej technice zapisu i odtwarzania dźwięku. W tej dziedzinie my, Niemcy, jesteśmy znowu pionierami. Deklaruję moje poparcie dla dalszych prac. Tylko się tu znowu ubolewa, że trwa wojna i dla pilnych działań na jej rzecz trzeba się powstrzymać od realizacji tak ważnych przedsięwzięć<sup>42</sup>.

#### **4. Film – najważniejsze narzędzie propagandy**

Kino stało się dla J. Goebbelsa najważniejszym kanałem propagandowym. Wraz z rozwojem wydarzeń przywiązywał do niego coraz większą wagę. Dawało mu możliwość pewnego „intelektualnego” wyżycia. Chociaż w myśl podstawowych zasad propagandowych dbał zawsze o to aby stanowiło dla widza również rozrywkę. Poprzez filmy minister propagandy dążył do trwałych zmian w postawach Niemców (tak jak np. w przypadku filmów antysemitycznych).

Zainteresowanie filmem J. Goebbelsa wynikało w dużej mierze z tego co robiła L. Riefenstahl, ulubiona reżyserka Hitlera i twórczyni największych i najbardziej znanych propagandowych produkcji filmowych III Rzeszy<sup>43</sup>. J. Goebbels spotkał ją jeszcze na długo przed wojną i wyraźnie zrobiła na nim wrażenie jako kobieta, wtedy gdy jeszcze występowała jako tancerka. Pisał 13 stycznia 1927 r. w „Dziennikach”: „Kobieta, nie, anioł. Leni Riefenstahl, tańczyła *In natura*, przed projekcją. Zachwycające zjawisko człowiecze”<sup>44</sup>. Uważał, że jest ona jedynym człowiekiem kina, który potrafi zrozumieć Hitlera<sup>45</sup>. Nie mniej jednak wraz z rozwojem ich współpracy pojawia się coraz więcej napięć. J. Goebbels często określa w „Dziennikach” L. Riefenstahl jako histeryczkę.

---

<sup>42</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 2, s. 382-383.

<sup>43</sup> Przykładem takiej produkcji jest film „Triumph des Willens” (1935). Stał się on chyba najbardziej znanym przykładem kinematografii narodowosocjalistycznej. Na sukces film złożyło się nie tyle wsparcie ze strony nazistów co bardziej sposób jego realizacji. L. Riefenstahl posłużyła się nową estetyką w operowaniu obrazami, wykorzystwała nietypowe ujęcia, prowadzenie kamery i oryginalny montaż. Realizacja bardziej przypominała film fabularny aniżeli dokumentalny. P. Longenrich, *Goebbels. Apostoł diabła*, s. 350.

<sup>44</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 1, s. 90.

<sup>45</sup> F. Moeller, *Filmminister. Goebbels und der Film im Dritten Reich*, Berlin 1998, s. 160.

18 września 1936 r. pisze: „Riefenstahl skarży się na Weidemana. Ale ona jest jednak bardzo histeryczna”<sup>46</sup>; 25 października 1936 r.: „ta Riefenstahl narobiła niezłego bałaganu”<sup>47</sup>. Mimo tych napięć J. Goebbels postanowił wysłać reżyserkę do Hollywood. Wyjechała na trzy miesiące. Była jednak izolowana w środowisku aktorskim. Uznano ją za jedną z propagatorek nazistowskiego reżimu. Niewiele tam osiągnęła i dość szybko musiała wrócić do Niemiec. J. Goebbels uznał, że był to wynik przede wszystkim opanowania przemysłu filmowego w USA przez Żydów. Według ministra propagandy Niemcy nie mieli czego szukać w Hollywood<sup>48</sup>. Wszystkie wielkie dzieła propagandowe L. Riefenstahl powstały jeszcze przed wybuchem wojny. W 1939 r. rozpoczęła pracę nad filmem „Penthesilea”. Mimo poparcia ze strony Hitlera u J. Goebbelsa projekt nie znalazł uznania. W końcu nie doszło do jego realizacji<sup>49</sup>.

Minister propagandy zaczął mieć coraz większy wpływ na przemysł filmowy dążąc do przejścia nad nim całkowitej kontroli. Dokonało się to głównie poprzez przejście kontroli nad koncernem filmowym UFA. Zamieszanie wokół przedsiębiorstwa rozpoczęło się jesienią 1936 r., a kilka miesięcy później było już całkowicie kontrolowane przez nazistów<sup>50</sup>. J. Goebbels został nieformalnym dyrektorem programowym wytwórni. Interweniował we wszystko, czasem nawet w choreografię układów tanecznych<sup>51</sup>. Zasada sztywnego interwencjonizmu na wszystkich etapach produkcji filmowej stanowiła podstawową zasadę w nadzorze sprawowanym przez J. Goebbelsa. Szczegółowy monitoring prowadziło ministerstwo propagandy. Od jego pozytywnego wyniku zależało dopuszczenie filmu do emisji kinowej<sup>52</sup>. J. Goebbels chciał nie tylko nadzorować niemieckie kino ale także zapewnić mu sukces komercyjny i międzynarodowy prestiż. Dominacją amerykańską w produkcji filmowej usprawiedliwiał swoją niechęć w stosunku do Hollywood. Jednak główną przyczyną potępienia dla amerykańskiej wytwórni był niewątpliwie antysemityzm J. Goebbelsa. Dla niego Hollywood było produktem żydowskim. Minister propagandy interesował się również tym co działo się w kinie sowieckim. Czerpał stamtąd różnego rodzaju innowacje i nowy rodzaj estetyki (obecny np. w filmach S. Eisensteina)<sup>53</sup>.

Jednym z głównych kierunków propagandy realizowanej przez kinematografię stało się propagowanie antysemityzmu. Dwie najważniejsze produkcje antysemickie zrealizowane już w czasie wojny to „Der ewige Jude” w reżyserii

<sup>46</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 1, s. 343.

<sup>47</sup> Tamże, s. 350.

<sup>48</sup> Tamże, s. 539.

<sup>49</sup> Tamże, s. 573; 782-783.

<sup>50</sup> P. Longerich, *Goebbels. Apostoł diabła*, s. 439.

<sup>51</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 1, s. 382.

<sup>52</sup> D. Welch, *Propaganda and the German Cinema 1933-1945*, Oxford 1983, s. 14-15.

<sup>53</sup> A. A. Kallis, *Nazi Propaganda and the Second World War*, s. 23.

F. Hipplera oraz „Jud Süß” wyreżyserowany przez V. Harlana. Oba filmy były inaczej zrealizowane i inaczej przyjęte. „Der ewige Jude” był rodzajem filmu paradokumentalnego. J. Goebbels wysłał reżysera do okupowanej Warszawy, by tam zbierał materiały do filmu. Jego premiera odbyła się w listopadzie 1940 r. Film miał przede wszystkim obrzydzić Żydów. Porównywał ich do szczurów. Służyły temu również sceny ukazujące ubój rytualny. Nazistowskie pismo „Unser Wille und Weg” reklamowało go jako pierwszy film dający pełny obraz żydostwa. Cieszyło się, że będzie skutecznym narzędziem antysemityzmu. Mimo takiej euforii nazistów film nie był dobrze przyjęty przez masową publiczność.

Inaczej wyglądała sprawa z filmem „Jud Süß”. Jego akcja toczy się w pierwszej połowie XVIII w. na dworze księcia Karola Aleksandra Wirtemberskiego. Stanowi historię żydowskiego kupca, który manipulując księciem i finansami księstwa doprowadza do śmierci władcy i upadku państwa. Ale zostaje zdekspirowany, skazany na karę śmierci a Żydzi wygnani z Wirtembergii<sup>54</sup>. J. Goebbels nie krył swojego entuzjazmu dla filmu V. Harlana. 18 sierpnia 1940 r. pisał: „Film Harlana »Jud Süß«. Wielkie, genialne dzieło. Antysemicki film, tylko takiego mogliśmy sobie życzyć. Cieszę się”<sup>55</sup>. W ciągu pierwszego roku film obejrzało 20 mln Niemców<sup>56</sup>.

W „dorobku” propagandowym J. Goebbelsa istniało również szereg innych produkcji w całości lub z silnymi wątkami antysemickimi. Żadna z nich nie miała takiego wpływu na Niemców jak „Jud Süß” czy „Der ewige Jude” ale przyczyniały się do budowania antysemityzmu i trafiały do różnych grup społecznych. W 1939 r. trafił do kin film „Leinen aus Irland” w reżyserii H. Helbiga. Jest to historia Żyda, dyrektora koncernu tekstylnego, który chce zapewnić jednej z fabryk w Pradze zwolnienie z cła na dostawy płótna z Irlandii. To mogłoby załamać rodzimą, niemiecką produkcję. Jego machinacje zostają w porę wykryte, a niemiecka produkcja płótna uratowana. J. Goebbels nazwał go wprost filmem antysemickim. „Skontrolowanie antysemickiego filmu »Leinen aus Irland«. Wypadł bardzo dobrze” – pisał 16 września 1939 r.<sup>57</sup>

J. Goebbels wykorzystywał kino do zmiany postaw Niemców także na innych płaszczyznach. Tak było z poparciem jakie udzielił minister propagandy filmowi „Ich klage an” w reżyserii W. Liebeneinera. Film tak naprawdę miał zmiekczyć opinię publiczną w kwestii eutanazji. Bohaterką jest kobieta, która walczy z nieuleczalną chorobą. Błaga dwóch lekarzy aby położyli kres jej cierpieniom. Jeden z nich, jej przyjaciel, odmawia. Drugi, jej mąż, przyznaje

<sup>54</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 1, s. 615.

<sup>55</sup> Tamże, s. 100.

<sup>56</sup> E. Rentschler, *The Ministry of Illusion: Nazi Cinema and Its Afterlife*. Harvard 1996, s. 154.

<sup>57</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 2, s. 11.

jej prawo do „śmierci na życzenie”<sup>58</sup>. J. Goebbels odnosił się do filmu entuzjastycznie i widział dla niego określone zadanie społeczne. 21 czerwca 1941 r. pisał: „Nowy film Liebeneinera »Ich klage an«. Za eutanazją. Prawdziwie dyskusyjny film. Świetnie zrobiony, całkowicie narodowonacjonalistyczny. Wywoła najgorętsze dyskusje. I taki jest jego cel”<sup>59</sup>.

Poprzez kino J. Goebbels budował również w Niemczech postawy antypolskie. Sztandarowym przykładem stał się film G. Ucicky’ego „Heimkehr”. Film przedstawiał losy etnicznych Niemców żyjących w latach 30. XX w. na południowo-wschodnich krańcach II Rzeczypospolitej. Wybawienie przynosi im agresja III Rzeszy i powrót do Niemiec. Do ról epizodycznych Niemcy zaangażowali polskich aktorów (m.in. B. Samborskiego i J. Kondrata). Minister propagandy dużo sobie obiecywał po propagandowym oddziaływaniu tego filmu. 25 lipca 1941 r. pisał w „Dziennikach”: „[Film] udał się znakomicie pod względem politycznym i artystycznym, nie stanowi jednak na tyle jednolitego i zwartego dzieła aby mu przyznać tytuł »Filmu Narodu«. (...) Jednakże w tym przypadku chodzi o film, który daje nadzieję, że odegra nadzwyczaj istotną rolę w naszej propagandowej walce o postawę naszego narodu”<sup>60</sup>. J. Goebbels osiągnął swój cel, „Heimkehr” stał się najbardziej antypolskim filmem w dziejach kinematografii<sup>61</sup>.

Propaganda filmowa J. Goebbelsa zaczęła nabierać szczególnego znaczenia, kiedy III Rzesza zaczęła odnosić klęski na frontach i widać było coraz wyraźniej, że wojny już nie wygra. Minister propagandy znalazł sposób aby w Niemcach podtrzymać ducha oporu i determinacji w walce mimo beznadziejnej sytuacji na froncie i wbrew zdrowemu rozsądkowi. 24 maja 1944 r. odbyła się premiera filmu „Junge Adler” w reżyserii A. Weidenmanna. Opowiadał on historię grupy członków Hitler Jugend pracujących w fabryce samolotów. Robią oni wszystko żeby podnieść wskaźniki i przybliżyć zwycięstwo<sup>62</sup>. Zmęczone wojną społeczeństwo nie zawsze jednak przyjmowało z entuzjazmem kolejne propagandowe agitki ministra propagandy. J. Goebbels żali się, że film o młodych działaczach z Hitlerjugend nie został należycie przyjęty. 10 czerwca 1944 r. pisał: „Chcę zauważyć na marginesie, że jest zdumiewające, iż najnowszy film o HJ »Junge Adler« nie znalazł powodzenia u publiczności. Wynika to zapewne stąd, że obecnie publiczność nie chce oglądać filmów politycznych. Nie chodzi do kina po to, aby dawać się wychowywać albo pouczać, lecz aby się zabawić i rozerwać”<sup>63</sup>. Okazuje się, że minister propagandy też czasami

<sup>58</sup> E. Leiser, *Nazi Ciemna*, London 1974, s. 91.

<sup>59</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 2, s. 181.

<sup>60</sup> Tamże, s. 200.

<sup>61</sup> Tamże, s. 620.

<sup>62</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, tom 3, s. 730.

<sup>63</sup> Tamże, s. 325.

popępiał błędy zapominając o zasadach, które sam tworzył. Dobra propaganda powinna dostarczać odbiorcom również rozrywki i sensacji.

Rok wcześniej na ekrany kin w III Rzeszy wszedł film „Titanic” w reżyserii H. Selpina. Budżet filmu był ogromny, sięgał 4 mln marek (co daje dziś ok. 180 mln dolarów)<sup>64</sup>. Była to pierwsza na taką skalę ekranizacja tragicznej historii brytyjskiego transatlantyku. Film kręcono w Gdyni a także na Bałtyku. Wykorzystano do tego statek Cap Arcona, na którym pod koniec wojny zginęło kilka tysięcy nazistowskich więźniów załadowanych przez SS na statek, który potem został zbombardowany przez alianckie lotnictwo. Zbudowano wielką makietę statku, która posłużyła do nakręcenia scen zatonięcia. Te z kolei kręcono na jeziorze na południowy wschód od Berlina. Ekipa była pod ciągłą presją alianckich nalotów. Film w ogóle nie miał szczęścia, co pokazują najlepiej losy reżysera – H. Selpina. To w trakcie pracy nad filmem reżyser został denuncjowany do gestapo. Oskarżono go o poddawanie w wątpliwość strategii wojennej oraz naśmiewanie się z działań prowadzonych przez Wehrmacht. Reżyser został aresztowany. Wszystko działo się z polecenia J. Goebbelsa. Tak to sam skomentował w swoim „Dzienniku” 31 lipca 1942 r.: „Czułem się w obowiązku nakazać aresztowanie reżysera filmowego Selpina i postawić go przed Narodowym Trybunałem Rzeszy. Pozwolił sobie na skandaliczne wypadki przeciwko niemieckiemu Wehrmachtowi i generalnej linii prowadzenia wojny. Musi najprawdopodobniej zostać skazany na karę wieloletniego więzienia”<sup>65</sup>. Niedługo po aresztowaniu znaleziono Selpina powieszzonego w celi co bynajmniej nie zmartwiło ministra propagandy. Nakazał dokończenie filmu W. Klingerowi, ale zabronił umieszczenia jego nazwiska w napisach końcowych.

Przed „Titanicem” J. Goebbels postawił bardzo konkretne cele. Miał to być film antybrytyjski i antysemitki. Krwiożerczy kapitalizm, który wykorzystuje do ograbiania ludzi takie narzędzia jak giełda miał być motywem przewodnim filmu. Negatywne charaktery w filmie to przede wszystkim Brytyjczycy. Pozytywnym bohaterem okazał się np. jeden z oficerów na Titanicu, niemieckiego pochodzenia. Był przykładem odwagi i trzeźwego myślenia<sup>66</sup>.

Film miał premierę w listopadzie 1943 r. Jednak nawet po zakończeniu nazistowska produkcja nie miała szczęścia. J. Goebbels zabronił jego rozpowszechniania w Rzeszy. Wyświetlano go tylko w niektórych krajach okupowanych. Sytuacja na frontach dalej zmieniała się na niekorzyść Niemiec. Sceny tonącego statku, tonący ludzie, rozpaczliwa walka o życie Niemcom mogło się kojarzyć zupełnie z czymś innym niż zatonięcie transatlantyku. O tym słyszeli codzien-

---

<sup>64</sup> M. Lebovic, *Goebbels' 'Titanic' cinematic disaster turns 70*, „The Times of Israel” 01.10.2013, <http://www.timesofisrael.com/goebbels-titanic-cinematic-disaster-turns-70> (28.01.2016).

<sup>65</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 2, s. 450.

<sup>66</sup> C. Romani, *Tainted Goddesses: Female Film Stars of the Third Reich*, New York 1992, s. 69.

nie w komunikatach wojennych i takie sceny mogły dodatkowo pogłębić poczucie przygnębienia i klęski<sup>67</sup>.

Sytuacja na froncie miała coraz większy wpływ na działania ministra propagandy. Jednak rozmach projektowanych działań nadawał im pewien rys szaleństwa, który w jakiś sposób charakteryzował kilka ostatnich miesięcy działań Niemców na froncie, którzy mimo beznadziejnej sytuacji strategicznej stawiali zacięty opór. Wydaje się, że w takiej sytuacji znaczenie propagandy znacznie wzrosło. Dlatego klęski na froncie nie przeszkodziły J. Goebbelsowi w planowaniu ambitnych projektów propagandowych na rok 1945. W trudnym już przecież roku 1944 miały miejsce w Niemczech premiery 62 filmów. Na rok 1945 planowano nakręcenie 46 filmów. 11 listopada 1944 r. J. Goebbels zapisał w swoich „Dziennikach”: „Z Winklerem i Hinklem omawiam program produkcji filmów zaplanowanych na 1945 rok. Zgadzamy się na 46 filmów. Na pewno osiągniemy tę liczbę, ponieważ mamy w rezerwie jeszcze sto filmów z programu tego roku”<sup>68</sup>. Po latach te projekty, tworzone w obliczu beznadziejnej sytuacji na frontach, oceniano jako transcendentálną wiarę w siłę kina, egzorcyzmowanie rzeczywistości a także obsesję J. Goebbelsa na punkcie stworzenia sobie trwałego pomnika w historii<sup>69</sup>.

To właśnie w tym czasie propaganda J. Goebbelsa stworzyła projekt, który skupia jak w soczewce dążenia a może i ukryte pragnienia ministra propagandy. Ogromny rozmach, narodowosocjalistyczny przekaz, nie liczenie się z otaczającą rzeczywistością, miejsce w historii – to wpływało na produkcję filmu „Kolberg”. W jakimś sensie ten film stanowił podsumowanie kilkuletnich działań J. Goebbelsa jako ministra propagandy. Główną ideą filmu było posłuszeństwo posunięte do granic absurdu<sup>70</sup>.

Sam pomysł filmu pojawił się dużo wcześniej. Pierwsze rozmowy dotyczące filmu, którego fabułę miało stanowić oblężenie niemieckiego miasta zostały przeprowadzone już na początku wojny<sup>71</sup>. J. Goebbels omawiał film w maju 1943 r. W założeniu głównymi adresatami filmu mieli być mieszkańcy terenów dotkniętych bombardowaniami. Miał stanowić apoteozę męskiej odwagi i siły oporu mieszczaństwa. Ostatecznie zdecydowano, że będzie opowiadał jeden z epizodów wojen napoleońskich – oblężenie przez wojska francuskie Kołobrzegu. Minister propagandy poświęcił sporo czasu aby namówić do projektu

<sup>67</sup> A. Marszał, *The strange sinking of the Nazi Titanic*, „The Telegraph” 05.03.2012, <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandrudio/9124111/The-strange-sinking-of-the-Nazi-Titanic.html> (29.01.2016).

<sup>68</sup> J. Goebbels, *Dzienniki*, t. 2, s. 459.

<sup>69</sup> J. C. Fest, *The face of the Third Reich*, New York 1970, s. 150.

<sup>70</sup> E. Leiser, *Nazi Cienna*, s. 127.

<sup>71</sup> K. Reiss, *Das gab’s nur einmal – Die große Zeit des deutschen Films*, Vienna 1977, s. 205-206.



reżysera V. Harlana. 7 maja 1943 r. pisał w „Dziennikach”: „Harlan, który początkowo zgłaszał wątpliwości co do przyjęcia tego filmu, gdyż chciał kręcić film o Beethovenie, jest teraz pełen zapału. W ciągu ośmiu dni przygotował świetne exposé i chce w końcu czerwca rozpocząć już pracę w atelier. Premierę filmu obiecuje mi na Boże Narodzenie”<sup>72</sup>. V. Harlan jednak nie dotrzymał obietnicy, premiera filmu miała miejsce ponad rok później.

Opóźnienia w produkcji filmu nie sprawiły, że reżyser stracił zaufanie J. Goebbelsa. Mógł liczyć na wszystko co tylko uznał za potrzebne do produkcji filmu. Jego możliwości logistyczne były dużo większe niż jakiegokolwiek generała na froncie. Co zakrawa na rodzaj szaleństwa to wycofanie z frontu prawie 187 tys. żołnierzy i oddanie ich do dyspozycji reżysera. V. Harlan otrzymał do dyspozycji 10 tys. mundurów i 6 tys. koni. Aktorów i statystów rekrutowano także pośród rosyjskich i ukraińskich żołnierzy gen. A. Własowa. Co najmniej kilka składów pociągów dowoziło na plan filmu sól, która emitowała śnieg. Sam V. Harlan oceniał, że kręcenie filmu podlegało swoistemu prawu szaleństwa, szczególnie w kontekście wycofania z frontu dziesiątek tysięcy żołnierzy w krytycznym momencie wojny. Wydaje się, że Hitler a szczególnie J. Goebbels byli opętani ideą, że film może być bardziej przydatny niż zwycięstwo w Rosji<sup>73</sup>.

Świadectwem tego są także koszty filmu, które były dwa razy wyższe niż „Titanica” a ośmiokrotnie wyższe niż budżet przeciętnej niemieckiej produkcji z tego czasu<sup>74</sup>. Trudności logistyczne pokonywano sprawnie przede wszystkim dzięki szerokiej współpracy instytucji państwowych oraz Wehrmachtu<sup>75</sup>.

Film został ukończony pod koniec 1944 r. 1 grudnia 1944 r. J. Goebbels po raz pierwszy zobaczył film. Uznał go za majstersztyk sztuki reżyserskiej i odpowiedź na to czym żyją aktualnie Niemcy. Pisał w swoim „Dzienniku”: „Spodziewam się, że ten film odniesie nadzwyczajny sukces. Spowoduję, aby tak szybko jak to jest możliwe, został skierowany do szerokiego rozpowszechniania. Ten film ma dla nastrojów dzisiejszego narodu niemieckiego takie znaczenie jak wygrana bitwa”<sup>76</sup>. Mimo tego, że minister propagandy był pełen zachwytu wymusił na V. Harlanie dokonanie pewnych zmian. Chodziło o usunięcie kilku scen ukazujących zniszczenia a także rozwój osobowości głównego bohatera. Reżyser w drugiej połowie grudnia 1944 r. zgodził się pod presją J. Goebbelsa na dokonanie cięcia<sup>77</sup>. Tak naprawdę to wprowadzenie

<sup>72</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 3, s. 70.

<sup>73</sup> E. Leiser, *Nazi Ciemna*, s. 129.

<sup>74</sup> D. Irwing, *Wojna Goebbelsa. Triumf intelektu*, Międzyzdroje-Kraków 2012, s. 644.

<sup>75</sup> A. A. Kallis, *Nazi Propaganda and the Second World War*, s. 200.

<sup>76</sup> J. Goebbels. *Dzienniki*, t. 3, s. 473.

<sup>77</sup> Tamże, s. 492.



zmian w filmie a także przygotowanie odpowiedniej liczby kopii spowodowało odsunięcie oficjalnej premiery w czasie.

Poprawioną wersję filmu J. Goebbels otrzymał 5 stycznia 1945 r. Oficjalna premierę wyznaczono na dzień 30 stycznia. Otrzymała się jednocześnie w Taubentzenpalast oraz w sali kinowej UFA przy Alexanderplatz. Publiczność przyjęła film entuzjastycznie. Tego samego dnia wyświetlono go niemieckim żołnierzom broniącym twierdzy La Rochelle nad Atlantykiem a także obrońcom twierdz „Gdańsk” i „Wrocław”. Film przetransportowano w różne miejsca na froncie, a J. Goebbels przekazał osobiste kopie niektórym prominentom III Rzeszy<sup>78</sup>.

Dla ministra propagandy szczególne znaczenie miało zdanie Hitlera na temat „Kolbergu” a także projekcja filmu w Sztapie Generalnym. 12 lutego 1945 r. pisał w „Dziennikach”: „Führer wypowiada się z wielkim zachwytem o oddziaływaniu filmu »Kolberg«. Film ten zrobił przede wszystkim wielkie wrażenie podczas projekcji w Sztapie Generalnym”<sup>79</sup>.

„Kolberg” niewątpliwie był ulubionym filmem J. Goebbelsa. Uważał go za niezwykle nie tylko za względu na samą produkcję ale również ze względu na efekt propagandowy. Co niezwykle rzeczywistość na froncie w jakiś sposób dogoniła, a może nawet przegoniła historię filmową. Półtora miesiąca po premierze filmu Armia Czerwona wspierana przez jednostki 1 Armii Wojska Polskiego zdobyła Kołobrzeg po oblężeniu, które przyczyniło się do pokaźnych zniszczeń infrastruktury miejskiej. Dla ministra propagandy był to podwójny cios ze względu na film „Kolberg”. Dlatego starał się jak najdłużej blokować informacje o upadku Kołobrzegu, aby nie pozbawiać filmu jego siły propagandowej<sup>80</sup>.

## Zakończenie

Niewątpliwie J. Goebbelsa można uznać za „wirtuoza propagandy”. Jednak swoje wykształcenie, zdolności intelektualne i organizacyjne zaprzął w służbie zła. Jego „Dzienniki” są również świadectwem tego, że w niektórych działaniach potrafił być bardziej radykalny niż Hitler. Dzięki swoim umiejętnościom udało mu się stworzyć sprawny system propagandy, bazujący na psychologii marketingu i reklamy. Przetestował ten system i efektywnie stosował w działaniu.

Należy zwrócić uwagę na kilka elementów tego systemu, które po dziś dzień znajdują zastosowanie w działaniach marketingowych czy propagandowych. Za istotę propagandy J. Goebbels uznał *powtarzane*. Odbiorca musi być ciągle

<sup>78</sup> D. Irving, *Wojna Goebbelsa. Triumf intelektu*, s. 727-728.

<sup>79</sup> J. Goebbels, *Dzienniki*, t. 3, s. 583.

<sup>80</sup> P. Longrich, *Goebbels. Apostoł diabła*, s. 726-727.

bombardowany tym samym przekazem, nawet wtedy gdy zaczyna go irytować. Ciągłe powtarzanie, często różnymi kanałami, zapewnia przekazowi trwanie w świadomości odbiorców.

Działania propagandowe muszą mieć charakter *elastyczny*. Powinny dostosowywać się do nowych sytuacji. Wychodzić naprzeciw wyzwaniom. Czasem trzeba zrobić krok do tytułu aby potem można było zrobić kilka do przodu (jak to było np. w decyzji J. Goebbelsa o wycofaniu się z walki z krzyżami w szkołach i urzędach Bawarii). Dotyczy to także działań w sytuacjach kryzysowych. Wymagają one najczęściej niestandardowych działań. Dla systemu propagandy stworzonego przez J. Goebbelsa takim wyzwaniem była klęska stalingradzka. Minister propagandy nie zaklinał rzeczywistości. Nie tylko przyznał się do klęski, ale przygotował Niemców na to co nadchodziło. Pozwalał na publikowanie informacji o niekorzystnej sytuacji na froncie aby przez to zminimalizować efekt szoku po kapitulacji 6 Armii F. Paulusa. Militarną klęskę pod Stalingradem J. Goebbels przekuł w propagandowe zwycięstwo. Rzucił hasło *wojny totalnej*. Jego wystąpienie w Pałacu Sportu w lutym 1943 r. było najważniejsze w całej jego karierze. J. Goebbels poczuł się autentycznie wodzem narodu, który może natchnąć na nowo wolą oporu. Tym bardziej, że Hitler występował przed publicznością coraz rzadziej. Do końca wojny hasło „wojny totalnej” było dla J. Goebbelsa nośne propagandowo.

Elastyczność działań ministra propagandy wyrażała się również w tym, że starał się unikać ich koturnowości. Stąd od samego początku stawiał na obecność w mediach różnych form *relaksu i sensacji*. Pozwalało to na przyciągnięcie odbiorców np. do kin. Tutaj widział przyczynę popularności lub nie pewnych swoich produkcji antysemitycznych. Nawet po klęsce stalingradzkiej żałoba w niemieckim radio nie trwała długo.

W końcu J. Goebbels dbał o umiejętność *mieszanie prawdy z fałszem*. Namiastki prawdy (obecne np. w komunikatach wojennych) pozwalały na uwiarygadnianie ogromu kłamstwa, które było potrzebne do podtrzymania ducha oporu w Niemczech. Wśród wielu mało znaczących prawd istotne kłamstwo staje się trudniejsze do wykrycia a nadawca komunikatu zyskuje na wiarygodności.

Możemy postawić pytanie: Czy działania J. Goebbelsa wydłużyły wojnę? Czy minister propagandy odpowiada za znaczny wzrost liczby ofiar, przede wszystkim na froncie wschodnim? Zapewne decydujące na froncie były działania militarne, jednak na morale żołnierzy i wsparcie zaplecza dla frontu niewątpliwie kluczowe znaczenie miały działania propagandowe. J. Goebbels potrafił maksymalnie wykorzystać propagandowo takie wydarzenia jak masakra niemieckiej ludności cywilnej we wsi Nemmersdorf w Prusach Wschodnich w październiku 1944 r. W artykule opublikowanym w „Völkischer Beobachter” w ostatnie urodziny Hitlera 20 kwietnia 1945 r. pisał z dumą, że Niemcy

to wciąż ziemia lojalności<sup>81</sup>. Ale minister propagandy nie rozumiał albo nie chciał zrozumieć, że była to lojalność na granicy rozpaczy, wynikająca bardziej z braku alternatywy a nie z poświęcenia i entuzjazmu. Ta rozpacz, zwłaszcza na froncie wschodnim, prowadziła do obłędu walki na wyniszczenie, do śmierci od kuli wroga albo własnej.

### Streszczenie

Historia III Rzeszy posiada jeszcze wiele aspektów, które czekają na swoje wyjaśnienie bądź doprecyzowanie. Dotyczy to zwłaszcza aspektów społecznych i psychologicznych prowadzenia wojny. Jak to się mogło stać, że w obliczu pewnej klęski i beznadziejnej sytuacji na frontach zarówno armia niemiecka jak i naród nadal stawiali opór. Nowe światło rzucają na to „Dzienniki” jednego z najbliższych współpracowników Hitlera – J. Goebbelsa. Odnalezione na początku lat 90. XX w. w tajnych rosyjskich archiwach wojskowych doczekały się swojego krytycznego wydania kilka lat temu. J. Goebbels jawi się w nich jako wirtuoz propagandy w służbie zła. To jego działania w dużej mierze tak skutecznie podsyciły opór Niemców. J. Goebbels z jednej strony stał się autorem wielu, do dziś wykorzystywanych chwytów marketingu politycznego (np. sposób zarządzania sytuacją kryzysową po klęsce pod Stalingradem) czy promotorem wielu wynalazków w zakresie rozwoju mediów (m.in. wspierał prace nad taśmą magnetyczną i stereofonią). Nie tylko wiedział co powiedzieć Niemcom, ale także jak do tego wykorzystać najnowocześniejsze w tamtym czasie środki społecznego przekazu.

SŁOWA KLUCZOWE: Mass media, propaganda, J. Goebbels, III Rzesza.

### Abstract

#### **The propaganda system and media development in Nazi Germany in the light of “The Diaries of Joseph Goebbels”**

The history of the Third Reich still has many aspects that are waiting to be explained and clarified. This concerns in particular the social and psychological aspects of warfare. How could this happen that, facing a disaster and hopeless situation at the fronts, both German army and nation still resisted. A new light on this is shed by “The Diaries of Joseph Goebbels”, one of Hitler’s closest collaborators. The original text, found in secret Russian military archives in the early 1990s, saw its critical edition done a few years ago. J. Goebbels appears in them as a virtuoso of propaganda in the service of

---

<sup>81</sup> J. Goebbels, *Unser Hitler*, „Völkischer Beobachter” 20.04.1945, s. 1.

evil. This was his actions that, for the most part, fuelled so effectively the resistance of Germans. On the one hand, J. Goebbels was the author of many political marketing tricks, being still in use (e.g. the way in which the crisis situation after the defeat at Stalingrad was managed), or a promoter of many inventions in the field of media development (among others, supported the works on magnetic tape and stereophony). He not only knew what to tell Germans but also how to use the most modern at that time means of social communication for this purpose.

translated by Jerzy Stępień

KEYWORDS: Mass media, propaganda, J. Goebbels, Third Reich.

## Bibliografia

- Bonacker M., *Goebbels' Mann beim Radio. Der NS-Propagandist Hans Fritzsche (1900-1953)*, München 2007.
- Ellul J., *The Technological Society*, New York 1964.
- Fest J. C., *The face of the Third Reich*, New York 1970.
- Full text of "Wollt Ihr den totalen Krieg?", [https://archive.org/stream/WolltIhrDenTotalenKrieg/GoebbelsJoseph-Rede-WolltIhrDenTotalenKrieg194315S.\\_djvu.txt](https://archive.org/stream/WolltIhrDenTotalenKrieg/GoebbelsJoseph-Rede-WolltIhrDenTotalenKrieg194315S._djvu.txt) (19.01.2016).
- Goebbels J., *Kampf um Berlin. Der Anfang*, München 1931.
- Goebbels J., *Unser Hitler*, „Völkischer Beobachter” 20.04.1945, s. 1.
- Irwing D., *Wojna Goebbelsa. Triumf intelektu*, Międzyzdroje-Kraków 2012.
- Kallis A.A., *Nazi Propaganda and the Second World War*, New York 2005.
- Król E. C., *Joseph Goebbels i jego Dzienniki*, [w:] E. C. Król [red.], *Joseph Goebbels. Dzienniki*, t. 1: 1923-1939, Warszawa 2013, s. XXXII-XXXV.
- Król E.C. [red.], *Joseph Goebbels. Dzienniki*, t. 1: 1923-1939, Warszawa 2013; t. 2: 1939-1943, Warszawa 2013; t. 3: 1943-1945, Warszawa 2014.
- Król E.C., *Słowo do tomu drugiego Dzienników Josepha Goebbelsa*, E. C. Król [red.], *Joseph Goebbels. Dzienniki*, t. 2: 1939-1943, Warszawa 2013.
- Lebovic M., *Goebbels' 'Titanic' cinematic disaster turns 70*, „The Times of Israel” 01.10.2013, <http://www.timesofisrael.com/goebbels-titanic-cinematic-disaster-turns-70> (28.01.2016).
- Leser E., *Nazi Ciemna*, London 1974.
- Longerich P., *Goebbels. Apostoł diabła*, Warszawa 2014.
- Marszał A., *The strange sinking of the Nazi Titanic*, „The Telegraph” 05.03.2012, <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/9124111/The-strange-sinking-of-the-Nazi-Titanic.html> (29.01.2016).
- Moeller F., *Filmminister. Goebbels und der Film im Dritten Reich*, Berlin 1998.
- Reinhard D., *Von der Reklame zur Marketing Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland*, Berlin 1933.
- Reiss K., *Das gab's nur einmal – Die große Zeit des deutschen Films*, Vienna 1977.
- Rentschler E., *The Ministry of Illusion: Nazi Cinema and Its Afterlife*. Harvard 1996.
- Romani C., *Tainted Goddesses: Female Film Stars of the Third Reich*, New York 1992.
- Welch D., *Propaganda and the German Cinema 1933-1945*, Oxford 1983.

