

МЕДИЈИ У НАЦИСТИЧКОЈ НЕМАЧКОЈ

СПИРАЛА МАНИПУЛАЦИЈЕ

Констатација многих неупућених симпатизера историје да је „добро што Хитлер није имао телевизију јер би добио рат“, само је делимично тачна. Трећи рајх је експериментисао с медијима који су могли да преносе слике на даљину, што је у оно доба била могућност на граници научне фантастике. Нацисти су били познати по брзом и лаком прихватању иновација које би им биле од користи, те су у складу с тим принципом покушали да установе телевизијске предајнике и развију мрежу ТВ пријемника.

Млада немачка телевизија, која је била у повоју, омогућила је Немцима гледање директног преноса, што је био доста сложен процес, који је остављао запажен ефекат на публику. „Тридесетих година немачка престоница имала је 11 јавних ТВ гледалишта, у надлежности немачке поште, а Хитлер и Гебелс били су веома заинтересовани за преношење нацистичких говора, филмова и документарца, као и забавног програма ради подизања јавног морала. Тако је, на пример, телевизија преносила Олимпијаду у Берлину 1936. године и сматра се да је тај спортски догађај пратило око 150.000 људи. Немачка телевизија наставила је с вечерњим емитовањем програма током Другог светског рат, а све до 1943. године, када су савезници приликом бомбардовања Берлина уништили ТВ предајник“.

Како су се ратне операције распламсавале, телевизија је постала идеално средство за убеђивање Вермахта у коначну победу, па су се у Немачкој отварала телевизијска позоришта, резервисана само за војнике. О том новом технолошком достигнућу, које је домет немачке технологије, штампа је писала: „Недавно је отворено у Берлину најмодерније телевизијско позориште с опсежним програмом... Кућни апарати постављани су у свим берлинским болницама, а преносили су историјске, уметничке и спортске догађаје. Ново берлинско телевизијско позориште, које је отворено комедијом Леа Ленца, приказивало је телевизијске слике као у биоскопу. За време рата само су војници присуствовати тим представама.“

Алфа и омега пропаганде – Јозеф Гебелс

Иако се нацистима по питању професионалне новинарске етике може много тога замерити, неизоставно је да су веома добро разумели моћ и утицај медија. Њихов новинарски „зли дух“ био је, свакако, Јозеф Гебелс, који је у журналистичким круговима био познат по псеудониму „Др Г“, како је потписивао текстове и колумне. Нацизам је надалеко чувен по бруталности и смрти милиона недужних људи, али је тај систем имао сложену и добро разрађену медијску сцену.

У Хитлеровој држави медији су били контролори срца и ума грађанства, које је требало држати у покорности и послушности. Тај рафинирани, скоро не приметни метод инструктирања, Гебелс је довео до савршенства, што је и открио у говору пред директорима радијских друштава 1939. године, којима се обратио речима које откривају срж нацистичког медијског система: „То је тајна пропаганде: онај кога пропаганда жели да захвати, сасвим прожме идејама, не сме да примети да је њома прожет. Разуме се само по себи да пропаганда има намеру, али та намера мора да буде тако паметна и спретно прикривена, да онај кога та намера треба да испуни, то уопште не осети“.

Сто пута поновљена лаж је истина

Први човек медијске машинерије Трећег рајха Јозеф Гебелс почео је с успињањем на партијској лествици 1926. године, када постаје покрајински вођа, гаулајтер Берлина – Бранденбурга. Како је приказао велике способности, Гебелс је Хитлер 1929. године поставио за врховног партијског вођу пропаганде (Reichspropagandaleiter), а већ 1932. он је организовао две предизборне кампање – за скупштину и за председничке изборе. Гебелс је био вештак пропагандне технике, а написао је и десет заповести за „добру пропаганду“, што представља први кодификован и прецизно дефинисан приручник о медијској манипулацији. Био је одличан говорник и његова „ватрена“ обраћања масама

Трећи рајх имао је строго контролисан и развијен медијски систем, а експериментална телевизија посебно је, као пропагандно средство, занимала врх Хитлерове власти, пре свега министра пропаганде Јозефа Гебелса

имала су огроман мобилизаторски ефекат. После једног говора хвалисаво је изјавио сарадницима: „Да сам рекао људима скочите с трећег спрата – они би то и учинили”.

Марта 1933. године Гебелс је постављен за министра пропаганде Трећег рајха, а у државну управу и све поре друштвеног живота увео је такозвано изједначавање (Gleichschaltung). По том систему сви медији су стављени под државни надзор, а новине, радио и филм морали су да ускладе рад с нацистичким жељама. Националсоцијалситичка идеологија ни изблиза не би тако брзо ушла у немачке народне масе да није било Гебелсовог информативног продора, који је изведен помоћу поменутих медија, укључујући и телевизију, која је била у повоју. Том омаленом, црномањастом, екстремном антисемити „отровног” језика приписује се мото: „Сто пута поновљена лаж, сто и први пут постаће истина”.

Расна и политичка чистоћа – услов за бављење новинарством

Гебелс је увео и правило да је сваки уредник у Немачкој морао бити „расно и политички чист”, јер је Законом о штампи из 1933. године новинарско занимање проглашено јавним послом, а сви уредници морали су бити немачки држављани, „аријевског порекла” и нису смели бити ожењени неаријевцима. Шеф државне штампе и Гебелсов помоћник у Министарству пропаганде постао је Ото Дитрих, који је уз свог претпостављеног завео страховладу међу немачким новинарима.

Познати амерички новинар Вилијем Шјарер, дописник бројних радио-станица, који је од 1930. до 1941. године радио у Немачкој, о нацистичком закону о медијима пише: „Члан 14. тог закона, наређивао је уредницима да у листовима не објављују оно што би јавност доводило у блудњу, мешало личне интересе с јавним, слабило снагу немачког Рајха споља или изнутра, заједничку вољу немачког народа, одбрану земље, њену културу и привреду... или вређало част и достојанство земље. Тај би члан, да је закон био на снази пре 1933, повукао за собом забрану свих нацистичких публикација у Немачкој”. Иста правила важила су, и то још оштрије, за електронске медије, односно за радио, који је у Трећем рајху схватан као најјаче медијско средство – важан део у машинерији тоталитарног система.

Најважније медијско средство – радио

Радио је почетком тридесетих година прошлог века био средство информисања у експанзији, а Гебелс га је сматрао изузетним технолошким достигнућем које омогућава да сваки Немац у исто време чује Хитлерове говоре, без обзира на то што је стотинама километара удаљен од места партијског митинга. Шеф нацистичке пропаганде је у радију видео најважније медијско средство на модерној скали пропагандних оруђа, а у свом мини-



Нацистичка пропаганда у магазину „Сигнал” – млади немачки војници на Акропољу

старству формирао је Одељење за радио, као и Комору за радио (председник је био Хорст Дреслер Андерс), која је надзирала емитовање свих станица у земљи.

Шеф радијске пропаганде у Гебелсовом министарству био је Ханс Фриче, чија је емисија „Говори Ханс Фриче!” имала огромну популарност – 16 милиона слушалаца. Он је писао најбоље радијске коментаре у Трећем рајху и био је задужен да на националној мрежи тумачи поступке и ставове партије и владе о најважнијим питањима.

Фриче, инспирисан идеологијом из „Моје борбе”, слушаоцима је говорио о наводној светској јеврејској завери, плутократској демократији која уништава народну снагу, бољшевичкој опасности, „предностима” фирерпринципа и његовим наводним благодетима по земљу и нацију. Пре рата он је говорио о Хитлеровом генију, који, како је објашњавао слушаоцима, нико у немачкој историји није достигао.

Прве победе на западу Фриче је бомбастично објављивао на радију, а касније је подизао морал који је услед пораза све више слабио, а вера у „коначну победу” полако али сигурно одлазила у неповрат. Иако је било доста нацистички настројених новинара који су увредљиво говорили о Јеврејима и свим противницима Хитлеровог режима, Фриче је уз уредника „Јуришника” Јулијуса Штрајхера један од ретких пропагандиста који су због своје делатности проглашени кривим на суду у Нирнбергу.

Слушаоци „погрешних” станица – путници за логор

Радио програм је у Трећем рајху био једнообразан и, што је карактерисало све тоталитарне режиме, не много креативан. Слушалачка публика је, у тајности и само међу особама од поверења, критиковала досадан радијски програм. Грађани Немачке су често слушали стране радио-станице, али је од почетка ратних дејстава то забрањено, те се за то лако одлазило у концентрациони логор.

Радио је, ипак, био најделотворније средство пропаганде, које је успешно обликовало немачко јавно мњење. Као најбржи медиј, Хитлер га је често користио, посебно за време изборне трке 1932. године, када по Гебелсовом савету није наступао у градовима који нису имали предајнике. Фиреровим „ватреним” говорима претходио је уводни, зналачки концепиран извештај радио-репортера Гебелса, који је слушаоце припремао за оно што ће Хитлер, и сам умешан пропагандиста, изнети као главну поруку.

Схватајући да је за ефектну пропаганду важно лансирати кратке и јасне поруке, које се лако памте, Гебелс

је у етар слао следеће паролe: „Један народ, једна држава, један вођа!”, „Јевреји су наша несрећа!”, „Ти си ништа, народ је све!”. Када је паролaма и уверљивим радијским извештајима, који су били обична информативна манипулација, убедио немачке слушаоце у исправност нацистичке политике, било је готово немогуће јавно изнети мишљење другачије од режимског.

О том феномену у Трећем рајху Шајрер пише: „Било је очито да папагајски понављају (грађани) бесмислицу коју су чули на радију или прочитали у новинама. Каткад сам био у искушењу да им то и кажем, а кад сам то и учинио, погледали би ме укочено у неверици или би згрануто ућутали као да сам хулио на Бога. Уверио сам се да је узалудно покушавати успоставити контакт с мозгом који се искривио и којем су животне чињенице оно што су Хитлер и Гебелс, са својим циничним презиром за истину, тврдили”.

О великим могућностима радио-одашиљача излазили су читави фељтони у немачкој штампи, која је читаоцима објашњавала велика достигнућа тог медија. Тако се у немачком листу „Сигнал” може прочитати чланак Лудвига Капелера под сугестивним насловом „Овде говори Европа”, у којем се пише о моћи и снази нове немачке радијске технологије („Сигнал”, март, број 2,

1942.). Гебелс је популарисао постављање разгласа на јавним местима, као и јефтине радио-пријемнике марке „Фолксемпфенгер”. Те радио-апарате, у народу тајно назване „Гебелсова њушка”, могле су купити и породице с просечним примањима, а пропагандни ефекти смишљене медијско-маркетиншке кампање нису изостали.

Нацисти су направили медијски систем који је био пандан тоталитарној, бруталној држави, која је почивала на насиљу, али и лажима смишљено сервираним свим грађанима. Немце је требао убедити у наводну јеврејску опасност, у комунистичку заверу, у постојање подљуди, односно надљуди, те у читав низ неистина на којима је почивао Хитлеров режим.

Доводећи медије на ниво обичних понављача пропагандних парола, Гебелс је успео да постави стандарде за ширење полуистина и лажи путем медија, којима ће сви потоњи диктатори тежити. Потпуна медијска блокада и једнообразност у извештавању „красили” су немачке медије у времену нацизма, а о правом новинарству у таквим условима рада тешко се може говорити. Новинари су виђени као послушни војници партије, који имају да слушају и пишу у складу с нацистичком идеологијом, која медије види као једно од оруђа за владање масама. ■

Др Владимир БАРОВИЋ

