

Kino przeciw faktom czyli nazistowska propaganda w kinematografii III Rzeszy

WLIŚCIE SEKRETARZA STANU WALTHERA FUNKA do Wilhelma Rodego – dyrektora berlińskiej Opery znalazły się następujące słowa: „W pierwszych miesiącach nie powinniśmy w ogóle oszczędzać propagandy. Jeśli wykazemy się sprytem, przyniesie nam to zwielokrotnienie poniesionych nakładów¹”.

Pole działania propagandy w kulturze III Rzeszy było w swych rozmiarach imponujące, ale jednocześnie budziło przerażenie wśród antagonistów nazistowskich Niemiec, że wszelkie publiczne instytucje, a szczególnie te odpowiedzialne za kreowanie świadomości społecznej i wrażliwości jak instytucje kulturalne, w tak znaczny sposób zdominowane są przez nazistów i całkowicie od nich zależne. Kinematografia, która będzie przedmiotem niniejszej rozprawy czerpała pełnymi garściami zalecenia i nakazy, których niejednokrotnie autorem był sam Joseph Goebbels – minister propagandy, a zatem propaganda właśnie kreowała w znacznej mierze film okresu III Rzeszy.

STRUKTURA KINEMATOGRAFII III RZESZY W ZARYSIE

PROPAGANDA – TO CELOWE, PERSWAZYJNE, MOTYWOWANE POLITYCZNIE oddziaływanie na zbiorowość, zmierzające przez kształtowanie ludzkich postaw do wywołania pożądanых zachowań” – taką definicję sformułował Michał Szulczewski w *Propagandzie politycznej*². Na tak zdefiniowane pojęcie propagandy składają się następujące elementy: celowość, perswazyjność, motywacja polityczna, oddziaływanie, zbiorowość, kształtowanie postaw, a wreszcie pożądane zachowanie³.

¹ B. Drewniak, *Kultura w cieniu swastyki*, Poznań 1969, s. 94. Słowa cytowanego fragmentu pisma z dnia 1 października 1934 r. brzmią w oryginale: „Mit Propaganda sollten wir überhaupt in den ersten Monaten nicht sparsam sein. Diese bringt das Vielfache der Ausgaben, wenn sie geschickt gemacht wird.”

² M. Szulczewski, *Propaganda polityczna. Pojęcia-funkcje-problemy*, Warszawa 1971, s. 62.

³ Wymienione elementy są szczegółowo omówione w monografii M. Szulczewskiego. Ibidem, s. 62-69.

Bez wątpienia propaganda stanowi narzędzie szeroko wykorzystywane w celach politycznych, jednakże nie zawsze przybiera ona charakter sformalizowany jak miało to miejsce w III Rzeszy, gdzie na mocy dekretu z 13 marca 1933 r. powstało Ministerstwo Oświecenia Narodowego i Propagandy Rzeszy (PROMI)⁴. Funkcję ministra tego resortu objął J. Goebbels, który takimi słowami wyrażał swoją satysfakcję z powierzonego mu stanowiska: „Dostaję szkołę, uniwersytet, film, radio, teatr, propagandę. To ogromny obszar, który może wypełniać całe życie, to zadanie o historycznym wymiarze (...). Wychowanie niemieckiego narodu znalazło się w moich rękach. Już ja się tym zajmę jak należy”⁵. Szczególną rolę w kształtowaniu świadomości odbiorców w III Rzeszy miała odegrać kinematografia, która w 1933 r., gdy Adolf Hitler przejmował władzę, poszczycić się mogła rozwiniętą infrastrukturą, wierną widownią, a przede wszystkim zapleczem technicznym z imponującymi możliwościami rozwoju. Sam J. Goebbels miał zauważyć, że to film jest idealnym środkiem przekazu i znakomicie posłuży celom propagandowym. „Koncepcja kinematografii III Rzeszy autorstwa ministra propagandy J. Goebbelsa była rezultatem głęboko przemyślanej lekcji historii, która wydarzyła się podczas I wojny światowej”⁶. Rezultatem braku szeroko działającej maszyny propagandowej podczas działań militarnych miały być słabe morale w armii, które podnieść miała założona w 1917 r. UFA (Universum Film AG)⁷. Celem tejże wytwórni filmowej miała być przede wszystkim produkcja obrazów o charakterze agitacyjnym o I wojnie światowej, jednakże z czasem UFA zajęła się tworzeniem filmów komercyjnych szeroko korzystając z różnorodnych motywów np. tematyki górskiej. Sytuacja wytwórni uległa diametralnej zmianie w 1937 r., kiedy to dokonano jej upaństwowienia. Wówczas tematyka produkowanych filmów zawężyła się do tych o charakterze *stricte* propagandowym, historyczno-propagandowym czy antysemitycznym.

Od roku 1933 o powstaniu filmu nie decydowały już względy artystyczne, talent reżyserski czy nawet finanse, ale przede wszystkim zgoda nadrzędnej organizacji kinematograficznej, czyli Izby Filmo-

⁴ J. W. Borejsza, *Szkoły nienawiści. Historia faszystów europejskich 1919-1945*, Wrocław 2000, s. 268.

⁵ E. C. Król, *Propaganda i indoktrynacja narodowego socjalizmu 1919-1945*, Warszawa 1999, s.125.

⁶ T. Diatłowicki, *Film w III Rzeszy*, „Focus Historia ekstra” 2012, nr 1, s. 69.

⁷ Ibidem.

wej Rzeszy (*Reichsfilmkammer*)⁸. Każdy zatrudniony w przemyśle filmowym zobowiązany był należeć do Izby, natomiast ci, których Izba ze względów narodowościowych nie wciągnęła w swe szeregi skazani zostali na śmierć zawodową w III Rzeszy albo zmuszeni zostali do wyjazdu. Restrykcyjne reguły rządzące przemysłem filmowym okazały się być dla J. Goebbelsa jednakże niewystarczające.

W 1939 r. minister propagandy powołał Fritza Hipplera na kierującego departamentem filmu, oprócz tej funkcji pełnił on rolę naczelnego intendentu filmowego. „Sam Hippler chciał być nie tylko urzędnikiem od filmu, miał bowiem również ambicje twórcy, a nawet teoretyka tej dziedziny sztuki. Jako twórca dał się poznać przez swoje napastliwe antysemickie filmy, w charakterze teoretyka wystąpił jako autor broszury, stanowiącej swojego rodzaju katechizm dla twórców filmowych. «Dzieło» to – *Betrachtungen zum Filmschaffen* – kilkakrotnie wznawiane, było niekiedy wśród filmowców przedmiotem mniej lub bardziej ukrytych kpin”⁹. Departament filmu odpowiedzialny był za nadzorowanie powstawania obrazów o charakterze propagandowo użytecznym, a także zlecał produkcję filmów o określonej tematyce.

Sam mechanizm propagandowy nasilił się w trakcie działań wojennych podjętych przez Rzeszę, a prawdziwy triumf zaczęła świętować kronika filmowa, która wyświetlana była w kinach obowiązkowo przed każdym seansem. „Prawdziwą siłę kroniki filmowej pokazała wojna. Wtedy ludzkość po raz pierwszy zobaczyła, co potrafi kino propagandowe. Niemcy przegrywali wojnę, sypały im się na głowę bomby, cała koncepcja zaczynała się walić, ale siła obrazów pokazywanych masowo wszystkim, którzy chodzili do kina, sprawiała, że lojalnie trwali przy Führerze”¹⁰.

W okresie funkcjonowania III Rzeszy powstawały filmy rozrywkowe pozornie pozbawione elementów politycznych, jednakże Ministerstwo Propagandy posiadające rozbudowany aparat cenzury skutecznie nadzorowało treść przekazów, aby do obiegu nie trafiały filmy, które w niekorzystnym świetle mogły przedstawiać państwo lub partię. Bogusław Drewniak w *Kulturze w cieniu swastyki* zaznacza, że w każdym filmie wyprodukowanym w nazistowskich Niemczech znaleźć się musiał chociaż niewielki akcent propagandowy¹¹.

⁸ B. Drewniak, *Kultura w cieniu swastyki*, Poznań 1969, s. 31.

⁹ Ibidem, s. 32.

¹⁰ T. Diatłowski, *Film w III Rzeszy...*, op. cit., s. 70.

¹¹ B. Drewniak, *Kultura w cieniu...*, op. cit., s. 62.

Ministerstwo nadzorowane przez J. Goebbelsa decydowało nie tylko o produkcji filmów, ale także o nagrodach dla filmowców, wartościowym filmom według własnego uznania nadawało tzw. *prädiaty*, czyli stopnie. Szczególnym szacunkiem władz cieszyły się filmy, które spełniały polityczne funkcje wychowawcze czy edukacyjne¹². Analizując filmy, które zyskały przychyłność ministerstwa zwraca uwagę zależność tych filmów od dużej skali efektów propagandowych w nich obecnych.

BUDOWANIE PROPAGANDY W DZIELE FILMOWYM

ANALIZUJĄC KWESTIE PROPAGANDY W FILMIE należy zwrócić uwagę na czynniki, które powodują, że film stanowi tak skuteczne źródło przekazu propagandowego. Jednym z podstawowych powodów dla których właśnie obraz jest wykorzystywany jako narzędzie służące kreowaniu określonych postaw jest bez wątpienia bezpośredniość przekazu.

Widz, który ogląda wstrząsający obraz nie potrzebuje „uruchamiać” dodatkowych zasobów wyobraźni, ponieważ strefa emocjonalna, do której odwołuje się twórca filmu, jest niejako bardziej wyczulona na to, co pokazane jest bezpośrednio i co można zobaczyć naocznie niż np. przekaz radiowy czy pisany. „Film ma dla szerokich kręgów widzów nie tylko wartość dokumentu, pozwalającego własnymi oczami śledzić bieg wydarzeń, utrwalającego zdarzenia i pozwalającego na powracanie do nich. Film stwarza także pewną atmosferę widowni, wpływa na ludzkie doznania i emocje, prowokuje do zajmowania stanowiska. Zachowując często pozór beznamietnego relacjonowania faktów, nie sugerując niczego bezpośrednio, jeszcze skuteczniej wywołuje zamierzoną reakcję odbiorcy, ukierunkowuje jego wrażenia”¹³. Jednakże nie sam w sobie obraz stanowi o sile przekazu filmu. Równie istotną rolę oddziaływania na odbiorcę należy przypisać umiejętności budowania napięcia poprzez pokazywanie określonych zdjęć w takiej sekwencji i w taki sposób, że widz odnosi wrażenie, iż obraz jest wyświetlany w sposób chronologiczny i składny, a nie stanowi zbioru celowo, ale i wybiórczo wykorzystanych materiałów zdjęciowych. Mimo, że film przed ostatecznym ukończeniem zawsze jest poddawany procesowi montażu to przyjmuje się powszechnie założenie, że usuwany zostaje tylko obraz zbędny, często z jakiś względów kontrower-

¹² E. Leiser, *Deutschland erwache! Propaganda im Film des Dritten Reiches*, Reinbeck 1989, s. 18.

¹³ M. Szulczewski, *Propaganda polityczna...*, op. cit., s. 182.

syjny, ale nie wpływający na ostateczny przekaz i charakter filmu. Sytuacja, gdy montaż ma na celu złożenie ze sobą obrazów w sposób taki, że nie łączą się w porządku przyczynowo-skutkowym, stanowią odrębne materiały filmowe niezwiązane bezpośrednio z danym dziełem, możemy mówić o celowym zjawisku manipulacji, która „polega na ukrytym, zakamuflowanym – bez wiedzy i woli odbiorców przekazu – kształtowaniu postaw i zachowań. Odbiorcy traktowani są w sposób instrumentalny, nie znają zazwyczaj rzeczywistego źródła i nadawcy, prawdziwych celów i skutków zachowań zgodnych z intencją przekazu”¹⁴.

Twórca filmu, który celowo zmierza do efektu propagandowego właśnie poprzez montaż działa na odbiorcę odpowiednio operując zdjęciami. „W strukturach filmowych znaczenie ma każde sąsiedztwo, niezależnie od tego, czy podbudowane jest zasadą mimetycznego prawdopodobieństwa, czy też nie. Sytuacja w filmie stwarza się w filmie nie przez sąsiedztwo na planie, ale przez sąsiedztwo montażowe”¹⁵.

Producenci filmów nazistowskich mogli poszczycić się plejadą najznakomitszych montażystów wśród których prym wiodła Leni Riefenstahl – słynna aktorka, a wreszcie reżyserka III Rzeszy, która tworzyła także po jej upadku. W nakręconym z niezwykle wóczas rozmachem filmie *Triumf woli* (1938 r.) L. Riefenstahl miała użyć zaledwie 3 proc. całego materiału zdjęciowego¹⁶. Jednakże nie ilość wykorzystanego materiału, a sposób montażu stanowił o sile akcentów propagandowych w danym filmie. W *Triumfie woli*, aby nie potęgować strachu społeczeństwa przed brutalnością wojennych działań nazistów wykorzystywano obrazy z ich zwykłego, codziennego życia, aby pokazać, że to „swoi”, równi i zwykli chłopcy¹⁷.

Jednym z najbardziej szokujących obrazów, oczywiście w sposób całkowicie zamierzony, był film *Wieczny Żyd* wyreżyserowany przez samego F. Hipplera, czyli naczelnego intendenta filmowego. W finałowej scenie dochodzi do krwawego uboju zwierząt rzeźnych w sposób wyjątkowo bestialski i okrutny, a zestawione z tymi odrażającymi obrazami zostają twarze zadowolonych z własnego sadyzmu żydowskich rzeźników. Scena ta nawiązywała to rytualnego uboju zwierząt

¹⁴ L. Sobkowiak, *Komunikacja polityczna*, [w:] *Studia z teorii polityki*, red. A. W. Jabłoński, L. Sobkowiak, t. I, Wrocław 1999, s. 186.

¹⁵ B. W. Lewicki, *O reżyserii filmowej fundamentalnych uwag kilka*, „Kino” 1968, nr 10, za: M. Szulczewski, *Propaganda polityczna...*, op. cit., s. 182.

¹⁶ T. Diatłowski, *Film w III Rzeszy...*, op. cit., s. 73.

¹⁷ Ibidem, s. 72.

przez Żydów, jednakże w znacznej mierze obrazy miały zostać spreparowane, aby podkreślić okrucieństwo charakteryzujące społeczność żydowską¹⁸. Wspomniana L. Riefenstahl nakręciła film *Niziny*, w którym „wynajęci” z obozu koncentracyjnego Cyganie mieli prezentować z uśmiechem na ustach swoją kulturę przedstawiając tańce i śpiewy. Po wojnie ocalali z obozów wystąpili przeciwko reżyserce, jednakże proces przeciwko niej został umorzony przez państwo niemieckie¹⁹.

Majstersztyk montażu osiągnięty został w filmie *Führer podarował Żydom miasto* (1944 r.), którego nakręcenie zlecono Kurtowi Gerronowi. Obraz powstał poprzez filmowanie życia Żydów w obozie w Terezynie. Manipulacja polegała na tym, że kiedy świat już dowiadywał się o holokauście, A. Hitler zamierzał pokazać opinii publicznej zadowolonych ze swego losu i uśmiechniętych Żydów, którzy przymusem lub żywnością zmuszani byli do określonych zachowań przed kamerą. Obraz ten najprawdopodobniej nie trafił nigdy do publicznego obiegu ani nie miał projekcji przy większym udziale widzów²⁰.

FUNKCJA NAZISTOWSKICH FILMÓW PROPAGANDOWYCH

FILMY PROPAGANDOWE POWSTAŁE W III RZESZY MIAŁY SWOJĄ OKREŚLONĄ ROLE, a była nią przede wszystkim próba pobudzania nienawiści wobec wrogów reżimu i zrozumienia względem działań własnego państwa i jego przywódcy. W zależności od potrzeb machina Rzeszy tworzyła takie przekazy filmowe, jakie w danym momencie najbardziej były pożądane, aby wywierać korzystne dla samej siebie oddziaływanie na obywateli. Inna zatem była tematyka wiodąca propagandowych filmów czasu względnego pokoju, a inna w czasie działań militarnych. Z kolei w zależności od pola działań wojennych inny wróg był tym najbardziej znienawidzonym i to jemu wówczas poświęcali najwięcej uwagi twórcy kina, wyjątkiem był oczywiście nigdy nie wyczerpujący się motyw „złego” Żyda.

Przed wojną propaganda nazistowska skupiała się przede wszystkim na przekonywaniu społeczeństwa do swoich racji i słuszności głoszonych idei, częstym więc toposem filmowym była partia. Pierwszymi obrazami o takiej tematyce były *SA-Mann Brand* (reż. F. Seitz) i *Hans Westmar* (reż. F. Wenzel), przed którymi władze Rzeszy postawiły wy-

¹⁸ B. Drewniak, *Kultura w cieniu...*, op. cit., s. 74.

¹⁹ M. A. Gerlich, *Kultura: Leni Riefenstahl. Między ideą a ideologią*, „Dialog pheniben”, <http://www.dialog-pheniben.pl/component/content/article/113-leni-riefenstahl-miedzy-idea-a-ideologia>, 30.06.2012 r.

²⁰ B. Drewniak, *Kultura w cieniu...*, op. cit., s. 74.

sokie wymagania: „Od strony potrzeb nazistowskiej propagandy, oba filmy miały być dla narodowych socjalistów bardzo ważnym czynnikiem oddziaływania, a tymczasem ich niepopularność wśród szerszych kręgów widzów kinowych była widoczna zupełnie wyraźnie. (...) Była to zbyt duża dawka hitlerowskich hasel, przykład nazbyt narzucającej się propagandy”²¹.

Kolejne filmy o tematyce partyjnej tworzyła już przede wszystkim L. Riefenstahl. Należały do nich oprócz słynnego *Triumfu woli* poświęconego zjazdowi partii, także *Reichsparteitag Nurnberg* i *Zwycięstwo wiary*. L. Riefenstahl poprzez stały schemat prezentowała obraz Rzeszy, a schemat ten opierał się na produkcji rzekomego reportażu, w którym niepomiarne więcej uwagi skupionej zostało na wybranych motywach takich jak przejazd A. Hitlera przez miasto czy wiwatujących tłumach. Polityczna propaganda miała polegać przede wszystkim na akcentowaniu wielkości, potęgi Rzeszy, na ukazywaniu osoby A. Hitlera jako wyższego czy lepiej zbudowanego niż był w rzeczywistości, a wreszcie na rezygnacji z narracji i zastosowaniu zrytmizowanego montażu jako narzędzia manipulacji²². Jednakże po wybuchu wojny tematyka partyjna straciła swe znaczenie, ponieważ społeczeństwo potrzebowało innego rodzaju otuchy czy pocieszenia niż filmy o zjazdach oficjeli. Niezbędne okazały się zabiegi mające na celu ukazać kto jest rzeczywistym wrogiem, z którym walczy państwo, a kto strzeże granic Rzeszy i bezpieczeństwa jej obywateli. Kinematografia całkowicie poddana została służbie propagandzie o charakterze militarnym, a skutkami tychże kroków jest szeroka gama filmów o tymże profilu. „Częste i mocne akcentowanie tematyki wojennej potrzebne było hitlerowskim władcom dla przygotowania społeczeństwa niemieckiego do oczekujących je zadań”²³.

Jednym z najsłynniejszych filmów, w którym został wykorzystany motyw wojny jest *Jutrzenka*, co ciekawe powstały przed rozpoczęciem działań militarnych przez Rzeszę, bo w 1933 r. W obrazie tym pojawia się temat wroga, który zagraża bezpieczeństwu narodu niemieckiego²⁴. W filmie przedstawione zostaje życie marynarzy na pokładzie podwodnego okrętu, który przez podstępne manewry Brytyjczyków zosta-

²¹ Ibidem, s. 63.

²² Z. Machwitz, *Film propagandowy w III Rzeszy – wykład z 23.03.2013*, Akademia Filmowa, <http://www.akademiafilmowa.pl/dynamic/index.php?widok=film&semestr=4&wyklad=42>, 29.06.2012 r.

²³ B. Drewniak, *Kultura w cieniu...*, op. cit., s. 65.

²⁴ Ibidem.

je storpedowany. Wśród żołnierzy pojawia się dylemat kto ma przeżyć, a kto zginąć, ponieważ na pokładzie jest za mała ilość skafandrów ratunkowych. Elementy propagandowe w tymże obrazie polegają przede wszystkim na przeciwstawieniu niegodziwego zachowania brytyjskiej armii z pełną poświęcenia i oddania postawą Niemców. Widz oglądający *Jutrzenkę* miał odnosić wrażenie, że wojsko Rzeszy to wierni ojczyźnie, gotowi do walki, pełni poświęceń żołnierze.

Szef hitlerowskiego filmu F. Hippler również wstawił się reżyserowaniem filmu o tematyce militarnej. Obrazem tym był *Feldzug in Polen* czyli *Kampania w Polsce*. „Informacje prasy hitlerowskiej na temat tego propagandowego filmu, określanego jako niezwykle ważny dokument historyczny, pełne były entuzjazmu i patosu. Wprawdzie film pokazywał okrucieństwo wojny i bezwzględność najeźdźcy, ale Polacy przedstawieni zostali jako naród niegodziwy, który całkowicie zasłużył na totalną klęskę”²⁵.

Interesującym zabiegiem reżyserskim miał być film *Kolberk* (*Kołobrzeg*) z 1945 r. Mimo, że film kręcony już był w warunkach nadchodzącej klęski Rzeszy, to wciąż działała nazistowska propaganda, której celem poprzez stworzenie tego obrazu było wysłanie przekazu, że nawet w momencie nadchodzącego upadku należy wierzyć w zwycięstwo.

Film opowiadał o bohaterskiej obronie miasta przed wojskami Napoleona, jednak wiele elementów filmu było niezgodnych z prawdą historyczną. Obraz F. Hipplera pozbawiony został motywu zdobycia Kołobrzegu przez Francuzów. Ciekawostką pozostaje fakt, że premiera filmu zbiegła się z utratą miasta przez nazistów na rzecz armii sowieckiej²⁶. Przesłanie propagandowe *Kołobrzegu* było wyjątkowo czytelne dla odbiorców: za Trzecią Rzeszę należy walczyć do końca.

Najbardziej rozpowszechnionym motywem filmowej propagandy nazistowskiej był oczywiście motyw antysemicki. Niezależnie czy III Rzesza prowadziła działania militarne czy się do nich przygotowywała, topos wrogiemu Niemcom Żyda był tematem ponadczasowym. Oprócz odrażającego filmu *Wieczny Żyd* powstały niemniej szokujące obrazy, takie jak *Żyd Süß* czy *Rotszyldowie*.

Film *Żyd Süß* opowiadający o historycznej postaci doradcy księcia Wittenbergi jest w rzeczywistości spektrum manipulacji faktami. Reżyser filmu Veit Harlan wykreował postać przebiegłego bankiera żydowskiego, który bez skrupułów wykorzystywał niemiecką arysto-

²⁵ Ibidem.

²⁶ T. Diatłowski, *Film w III Rzeszy...*, op. cit., s. 70.

krację, wzorując się na rzeczywistej postaci V. Harlan dokonał szeregu przejawów, przekłamań i ingerencji w fakty. Scenariusz tego dzieła filmowego oparty został tylko na częściowej zgodności z prawdą historyczną²⁷. Natomiast zabiegi propagandowe w obrazie sprawiły, że *Jud Süß* został wzorcowym filmem o charakterze antysemickim.

V. Harlan umiejętnie przeciwstawiał obraz Aryjczyków z wizerunkiem Żydów poprzez celowe podkreślanie fizycznego piękna niemieckich dziewcząt, szlachetnych cech charakteru arystokracji księstwa Wirtembergii z brzydotą, chciwością i nikczemnością postaci pochodzenia żydowskiego. Dodatkowym elementem propagandowym, który miał trafiać do szerokich rzesz Niemców było ostrzeżenie przed zakamuflowanymi wewnątrz społeczeństwa Żydami, co wyrażone zostało w scenie, w której tytułowy bohater pozbywa się chałata aby wkupić się w łaski księcia poprzez udawanie niemieckiego pochodzenia.

Film oddziaływał bardzo silnie na emocjach widzów poprzez wiele okrutnych scen, w których Żyd był zawsze oprawcą, a Niemiec ofiarą. Podobnie jak Riefenstal w *Nizinach* tak V. Harlan w obrazie *Jud Süß* wykorzystał do roli statystów rzeczywistych więźniów. „Okupacyjne placówki policyjne (...) dostarczały reżyserowi na każde jego żądanie statystów żydowskich, wybranych spośród mieszkańców utworzonych przez hitlerowców gett. O tym, że w filmie biorą udział jako statysci autentyczni, polscy Żydzi, nie wolno było oczywiście oficjalnie wspominać”²⁸. Zgodnie z maksymą Alberta Schweitzera, że „Propaganda jest matką wydarzeń” po projekcjach obrazu V. Harlana dochodziło do masowych egzekucji dokonywanych na Żydach czy to w obozach nazistowskich jak w Dachau czy miastach takich jak Marsylia²⁹. Film zatem okazał się wielkim sukcesem propagandy III Rzeszy. B. Drewniak napisał, że „zakazano określania filmu jako antysemicki. Uznano, że bez żadnego podpowiadania film spełni swoje propagandowe zadania”³⁰.

Innym chętnie wykorzystywanym przez propagandę nazistowską motywem była tematyka poświęcona zniechęceniu i wrogim III Rzeszy narodom. Pojawiały się filmy antyradzieckie, antypolskie, antybrytyjskie czy piętnujące ludność serbską, należy przy tym zauważyć, że obrazów poświęconych wrogom czy narodom podbijanym przez nazistów było zdecydowanie więcej.

²⁷ B. Drewniak, *Kultura w cieniu...*, op. cit., s. 71.

²⁸ Ibidem.

²⁹ T. Diatłowski, *Film w III Rzeszy...*, op. cit., s. 71.

³⁰ B. Drewniak, *Teatr i Film Trzeciej Rzeszy*, Gdańsk 1972, s. 283.

Filmy o tematyce antyradzieckiej miały powodować chęć natychmiastowego odwetu na oprawcach i wstręt do komunizmu, ponieważ bazowały przede wszystkim na scenach przedstawiających prześladowanie mniejszości niemieckiej przez okrutnych i nieznających litości żołnierzy radzieckich. Przykładem obrazu bazującego na propagandzie antyradzieckiej jest wyreżyserowany przez Gustawa Ucickiego film *Zbiegowie* (1933 r.), w którym tematem dominującym jest cierpienie i odwaga niemieckich emigrantów żyjących w otoczeniu złych Rosjan. W *Zbiegach* obecny jest również motyw apoteozy idei wodzostwa, czyli władzy Führera³¹.

Sztandarowym filmem antypolskim był słynny *Powrót (Heimkehr)* G. Ucickiego z 1941 r. Akcja filmu toczy się na Wołyniu w 1939 r. Motywem przewodnim obrazu jest prześladowanie mniejszości niemieckiej przez Polaków. Sceny przedstawiają okrutne znęcanie się nad niewinnymi ludźmi przez polskich bandytów, ale także przez władze i zwykłych mieszkańców³². Niemcy w filmie pokazani są jako ci, którzy niesłusznie są atakowani, wreszcie aresztowani w dniu wybuchu wojny i skazani na rozstrzelanie, ale dzięki nadlatującym niemieckim samolotom udaje im się uniknąć wyroku z rąk polskich oprawców. Propagandowa wymowa obrazu to kreacja złego i odrażającego Polaka, który pragnie śmierci Niemców, a zatem akcja militarna przeciwko Polsce uzyskuje w ten sposób całkowite zrozumienie i usprawiedliwienie.

Innym przykładem antypolskiego filmu jest *Powrót do Tylży* V. Harlana z 1939 r. W obrazie pokazana jest zepsuta i amoralna Polka w zestawieniu z będącą uosobieniem wszelkich cnót Niemką³³. Również w tym dziele filmowym przekaz propagandowy sformułowany jest w sposób niezwykle czytelny: w przeciwieństwie do szlachetnego Niemca Polak jest pozbawiony moralności i pozytywnych cech charakteru, dlatego zasługuje na potępienie.

Tematyką budzącą liczne kontrowersje wśród społeczeństwa III Rzeszy był nazistowski program sterylizacji i eutanazji osób nieuleczalnie chorych, obciążonych genetycznie lub cierpiących na schorzenia psychiczne. Ministerstwo Propagandy sfinansowało z własnego

³¹ B. Drewniak, *Kultura w cieniu...*, op. cit., s. 85.

³² T. Diatłowski, *Film w III Rzeszy...*, op. cit., s. 70.

³³ B. Drewniak, *Kultura w cieniu...*, op. cit., s. 77.

budżetu film *Ofiara przeszłości* z 1937 r. poruszający tematykę dziedziczenia chorób³⁴.

Obrazem, który poruszał problem eutanazji był dramat *Oskarżam* z 1941 r., w którym nieuleczalnie chora kobieta prosi męża o pomoc w samobójstwie. Film realizowany był na polecenie samego J. Goebbelsa, a po premierze obrazu rozpoczęła się otwarta dyskusja w społeczeństwie i środowisku lekarskim nad potrzebą odbierania życia chorym i cierpiącym³⁵. Sceny obu filmów skupiały się przede wszystkim na pokazywaniu człowieka kalekiego, zeszpeconego chorobą czy bólem i miały za zadanie wpływać na emocje widzów za pomocą propagandowych treści jak błagania cierpiącej o śmierć, a przez to usprawiedliwiać metody stosowane przez reżim na osobach nieuleczalnie chorych czy obciążonych wadami genetycznymi.

B. Drewniak podkreśla znaczenie propagandowego filmu mobilizującego obywateli do walki za ojczyznę. Do grupy takich obrazów zaliczały się te nawołujące kobiety do ciężkiej pracy w przemyśle dla potrzeb maszyny wojennej np. *Koleżanka Jadwiga* jak i te, które chwaliły kobiety jako matki i żony walczących na froncie żołnierzy (film *Annelie*)³⁶. Za pomocą tak wykorzystywanej propagandy III Rzesza miała zapewnić pełne wsparcie ludności w działaniach militarnych.

SKUTECZNOŚĆ DZIAŁAŃ NAZISTOWSKIEJ PROPAGANDY W KINEMATOGRAFII osiągnęto poprzez zachęcanie ludności do uczestnictwa w projekcjach filmów. Państwo efektywnie zapełniało sale kinowe poprzez korzystne zniżki cen biletów, często przez ich darmową dystrybucję³⁷.

Propaganda III Rzeszy była budowana przez aparat państwowy przez szereg lat, aby wreszcie doprowadzić do zamierzonych efektów. Ludność Niemiec tamtych czasów wierzyła obrazom, jakie wyświetlano na ekranach kin w całym kraju. Rezultat kreowanej przez nazistów propagandy okazał się porażający – obywatele Rzeszy uczestniczyli w dziele zniszczenia, jakie A. Hitler przeprowadził w czasie trwania II wojny światowej.

³⁴ P. Diehl: *Macht – Mythos – Utopie. Die Körperbilder der SS-Männer*, Berlin 2005, s. 137.

³⁵ B. Drewniak, *Kultura w cieniu...*, op. cit., s. 75.

³⁶ Ibidem, s. 70.

³⁷ Ibidem, s. 34.

SUMMARY

THIS ARTICLE EXPLORES THE ROLE OF PROPAGANDA in the Nazi cinema. The Third Reich made use of propaganda in many areas of life in order to create certain attitudes. The article also illustrates the way of propaganda functioning in the cinema and institutions involved in that process. This paper presents functions of Nazi films and describes selected propaganda movies produced in the Third Reich. To conclude, this article not only deals with a phenomenon of propaganda in the cinema of that times, but also seeks to answer the question about the consequences.

NOTA O AUTORCE

Joanna Gorączko [joanna.goraczko@gmail.com] – doktorantka na WNPiD UAM w Poznaniu, absolwentka filologii polskiej na Uniwersytecie Wrocławskim oraz podyplomowego studium public relations na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Główne obszary zainteresowań to marketing polityczny, a także rola elit w życiu politycznym.