

Význam tisku a propagandy v moderní válce

I. Noviny ve službách obrany státu.

Netřeba dokládati, že tisk je důležitým činitelem v přípravě obrany státu i během akce. Je spíše na místě si připomenouti, že ne všechny státy a jejich armády vyvodily z této skutečnosti stejné a významu věci úměrné důsledky. Některé plně těžily z možností tisku a propagandy od počátku příprav a akce; jiné spěšně doháněly, co zanedbaly a co u svých protivníků poznaly jako velmi účinné.

Jde tedy o to, abychom si načrtli, jaké je užití tisku a propagandy v moderní válce a jakým způsobem je zapojíme do válečného úsilí.

Čs. armáda a náš tisk byly asi na střední cestě ve vzájemné součinnosti i ve výsledcích. Avšak dnes jsou okolnosti takové, že musíme býti v každém směru mnohem úspěšnější, máme-li předčítí nepříteli. Ani v tom oboru se nelze spokojiti s prostřednostmi. Nutno se poohlédnout po všem, co vede k dokonalosti a převaze.

K poměru tisku (propagandy) a armády vyslovil prezident republiky svoje stanovisko takto: *

„Světová válka ukázala, jakou má tisk úlohu obrannou i útočnou ve válce, že dovede působiti k zlomení vůle nepřítelovy a že tato použitá morální zbraň nebyla tak bezvýznamnou vedle zbraně materiální, kterou byla vojenská. Nechci tím vyzývati k útočné propagandě nepravdivé a tendenční. Pravda i pro tisk, je pořád zbraní nejsilnější. Správně působící tisk může již v míru síly obrany ve státě zmnožiti a rozhojnit, podstatně zvyšovati platnost a hodnotu armády a zároveň při tom se připraviti, aby s ní působil jakožto morální faktor za války.

Dobrá příprava na vážné doby předpokládá kromě dobré práce v armádě, učiti a připraviti také tisk k jeho velkým úkolům v obraně. Čerpati z historických zkušeností a uvažovati taktně o možnostech přítomných, vymysleti se a pronikati do situací svého budoucího možného působení, i to je dnes vašim velkým úkolem. Konečně je třeba pro tisk, zabývající se vojenskými otázkami, poznávatí zvláštnost prostředí

vojenského, viděti hlouběji poslání armády, vklíniti ji do života celého státu a celé národní kultury, jedním slovem pochopiti, že dnešní válčení by znamenalo celý národ v pravém smyslu slova ve zbraní — se všemi toho důsledky. Politický tisk by tedy měl dovést zkoumati všechny problémy vojenské také především na základě daném celým sociologickým problémem války.

Chť bych tudíž, aby se i ve věcech naší branné moci, jako to bylo po celých sedmáct let mé funkce v zahraničním ministerstvu ve věcech politiky zahraniční, tisku v míru kladly úkoly pozitivního spolupracovníka. Už tím bude náš tisk spolupřispívati správnou tradici naší armády v míru i ve válce.

Chť bych, aby tyto myšlenky byly chápány ve smyslu, jež jsem vám naznačil a jenž se dá formulovati v těchto pěti bodech:

- a) správné informace ve věcech branné moci;
- b) pozitivní, důsledně konstruktivní kritika v duchu státních potřeb;
- c) šíření správné ideologie branné;
- d) spoluvytváření naší vojenské tradice;
- e) umění chápati celý vojenský náš problém s hledisek sociologických jako součást celé kultury národní a jako součást složitějšího poválečného života evropského s celým jeho prostředím sociálním, hospodářským a technickým.

Otázka využití tisku a přípravy novin pro věci obrany není ovšem jen věcí vojenských redaktorů. Všichni hlavní novináři by měli napomáhati vojenské žurnalistice správným výběrem osob, poskytnutím správného místa vojenskému zpravodajství a pamatovati na působení zájmem nepřímým, projednáváním i v civilních rubrikách novin.

I redaktori jiných oborů, zejména zahraničně politických, v podstatě pracují na poli státní obrany. Myslím tudíž na branné úkoly tisku a musím se obracet přes vás i na vaše šéfy a mnohé vaše kolegy.

Po stránce ideové základny poslání tisku jsou slova presidentova: „VOJENSKÁ ŽURNALISTIKA JE POSTAVĚNA NA

* Projev presidenta dr. E. Beneše ke členům „Klubu vojenských redaktorů“ 6. května 1936.

0. 1/44
ZÁKLADNU SLUŽBY VĚCI!“ pracovní směrnici.

II. Podíl tisku na budování armády a zvýšení brannosti národa.

Princip kontinuity je heslem naší činnosti v zahraničí. Vztahuje se samozřejmě a především na armádu, která je pokračovatelkou branné moci československého státu, tak jako armáda republiky pokračovala v činnosti samostatné československé armády čs. legii z první světové války.

Bylo předností a výsadou armády republiky, že mohla těžit z bohatých bojových zkušeností a že měla morální základ ze slavné válečné tradice.

Nikdo neupřel, že podstatný podíl na tom, aby bojové zkušenosti a tradice vešly v obecnou známost, měl náš tisk a jeho mluvčí. Tento úkol si čs. tisk musí a chce zachovat a pokud možno ještě rozšířit v současném dění.*

Má-li občan býti dobrým vojákem, musí vědět, proč má býti vojákem. Má-li voják býti dobrým bojovníkem, musí vědět, proč bojuje. Vojákovi to poví velitel, občanovi

* Je patrné, že 50 námětů soutěže V.R. má obsáhnouti podstatnou část otázek, s jejichž řešením se setkávají velitelství armád. Srovnáváme-li možnosti tisku a propagandy s řešením těchto otázek, vidíme, že mohou býti účinně zapojeny především při řešení těchto úkolů:

- 1.) Organizace příští obrany státu. (1. otázka.)
- 2.) Výchova k brannosti. (2.)
- 3.) Organizace mezinárodní bezpečnosti pro zabránění vzniku nové války. (3.)
- 4.) Význam tradice v armádě. (8.)
- 5.) Výchova důstojníků z povolání. (10.) (Dobře a plánovitě vedený tisk může napomáhati k uskutečnění úkolu stanoveného presidentem slovy: „... naše vojenské snažení hluboce zaklíniti v rámci celé naší národní a státní kultury“.)
- 6.) Výchova důstojníků záložních, jejich školení a další styk s armádou v pozdějším občanském povolání. (11.) (To, co platí o výchově důstojníků z povolání, platí ještě větší měrou o důstojnících záložních.)
- 7.) Výchova poddůstojníků. (12.) (Stejně důvody jako ad 5. a 6.)
- 8.) Psychologická a mravní výchova velitele. (13.)
- 9.) Nebezpečí páté kolony a opatření proti ní. (16.)
- 10.) Podmínky příměří. (31.) (Je-li tato válka válkou lidu, musí býti i lidový mír. Jeho příprava a jeho důsledky musí býti v souladu s přáním lidu, jehož informátorem a mluvčím je tisk.)
- 11.) Organizace domobrany. (42.) (Tato má široké pole působnosti a proto musí mít i neomezené možnosti publikační.

Podobně může tisk spolupracovati na organizaci „Tělesné výchovy“ a „Osvětové práce“ v armádě i v branné výchově.

tisk, spolu s rozhlasem nebo filmem. Tyto tři složky působí ovšem i na uvědomění vojáka, protože jsou příslušníky armády sledovány z vlastního popudu. Výsledek je podmíněn součinností obou složek, totiž velitelů armády a tisku. Zlato neprodáš za cenu železa, nenabídneš-li je. Nelze budovati armádu, zvyšovat brannost a bojovou morálku — bez šíření branných myšlenek tištěným slovem.

Úkolem tisku tedy je: informovati, propagovati a spolupřidati tradici.*† Tisk musí dáti armádě publicitu. Je věcí organizace v armádě a v tisku, aby informace byly rychlé, věcné, přesné, zajímavé a samozřejmě pravdivé. Totéž platí o propagandě a tvoření tradice.

Z těch skutečností vyplývá, že tisk je prostředníkem mezi armádou a národem i naopak. Jeho úkol je vždy dvojitý. Seznamuje veřejnost s armádou a jejím posláním; v armádě propaguje potřebu státní bezpečnosti, a to buď úvahami ideologickými nebo správně zaměřeným zpravodajstvím o současném vývoji světového dění a o vývoji zahraniční politiky státu.

Tiskové zpravodajství může mít — v zájmu státu a armády — buď povahu obrannou nebo útočnou. Tím je také určen výběr úvah a zpráv, které se v tisku objevují. Mohli bychom je shrnouti do těchto skupin:

* Význam budování tradice v armádě vyjádřil President-Osvoboditel ve stylisaci náborového provolání v I. světové válce, které zní: „Nuže, ukažte, dědicové slávy reků Žižkových, že nezklamou se ti, kdož ve vlasti, plně žalůru a čerstvých roví, ve vás skládají svoji naději a čekají od vás spásu a svobodu. Zaplaťte leskem svých zbraní vracející se stíny dob pobělohorských, vyryjte ostrým svých mečů v paměti nepřátel vzpomínku na doby Božích bojovníků; ať v Nové Evropě ozvěnou zahlaholí slova: Co Čech — to hetman! ...“ (Podle: „TGM and his legacy to the English people“.)

Stanovisko presidenta dr. E. Beneše je toto: „Tradice formuje ducha celé armády, ducha každého jednotlivého pluku, nutí promýšlet minulost a hledět k významným úkolům budoucnosti, nutí nás pozitivně a spravedlivě hodnotit velké doby naší minulosti, žene nás ve snaze se jim vyrovnat a vyhnout se chybám a těžkostem.“ (25.3.1936 — při návštěvě u p.p.l.5. TGM.)

† Sir Edward Grigg, M.P., přijímá Ehrenburgův výklad významu tradice a říká o tom v „Sunday Times“, 12.7.1942:

„Články Ilji Ehrenburga ovlivňují ruský národ a jeho armádu. Ehrenburg položil otázku: „Jak byl bráněn Londýn a proč vydržel každý nápor?“ Nejen pro organizaci obrany, vojenskou předvidavost a pro vzdálenost Dover-Calais. Tyto složky měly a plnily svoji úlohu. Základní složkou byla však staletá tradice. To byl klíč individuálního i společného hrdinství, které Němci nemohli porazit!“

1.) aktuální zpravodajství (vojenské události, jako přehlídky, manévry nebo bojová činnost, reportáže o lidech a zbraních, hodnocení vojenské práce).

2.) články ideologické (příprava na plnění občanské povinnosti, posílání armády a v armádě, její význam pro bezpečnost státu, potřeby armády — zvýšení rozpočtu —, poukazy na vývoj armád zahraničních, propagace zmodernisování armády, popularisace vojenských problémů technických, populární řešení vojenských úkolů, udržování spojení mezi armádou a záložníky).

3.) úvahy historické (t.j. budování tradice armády — u příležitosti výročí velkých tažení, bitev, úspěchů, rozbor příčin neúspěchů, tvoření nových zbraní a služeb v minulosti); u nás jsou mimořádně bohaté možnosti rozboru válečných směrů z doby Žižkovy! Není to malý úkol, zejména, má-li být plněn odpovědně. Úspěch je závislý na výběru osob vojenským zpravodajstvím pověřených, jejich poměrem k věci a na míře součinnosti s armádou.

III. „Propaganda je zbraň veliké průbojnosti.“ (Brendan Bracken, britský ministr informací).

„Mr. Churchill operuje dnes velmi polyhedralnou a velmi soudobou zbraní: Řídí „blitzkrieg“ na nervy svých nepřátel! Ani Hitlerův nejschopnější polní maršál, ani kdokoli jiný, stojící mimo válečnou radu Spojenců, není s to rozluštit jeho tajemství.“ Tak popsal válku nervů na okraj severo-afrických událostí Paul Renker, vojenský redaktor listu „Sunday Dispatch“.

Vedle tanků je válka nervů další zbraň, kterou vynalezli Britové a kterou Němci přivedli k veliké dokonalosti. V knize „Mein Kampf“ Hitler vzdává podiv propagační kampani Spojenců, zejména Britů z r. 1918. Těžil dlouho z britských vedoucích propagačních myšlenek; současný běh válečného dění však ukazuje, že obě zbraně — tanky i propaganda — se bezpečně vracejí do rukou původců.*

* Samostatný obor propagandy tvoří činnost na frontě, řízenou do nepřátelského tábora. Hitler přijal některé cizí myšlenky a zneužívá jich hanebným a celkem průhledným způsobem. Jedním z „květů“ německé propagandy byla instalace tlampačů na rýnském břehu. Odtud se hlásaly francouzským vojákům historie o tom, jak se „Tommy v zázemí válí s jejich ženami“, a že „Angličané jsou ochotni bojovat do posledního Francouze.“ Propaganda na frontě dosáhla v nynější válce vrcholu v sovětském pojetí a příklady zpracování dokumentů, nalezených u mrtvých a zajatých nepřátel, jsou obecně známé.

Příprava této války na straně nepřátel začala v den, kdy se nacisté stali pány Německa. Údobí od r. 1933 na obou stranách fronty — nejprve pseudomírové a potom válečné — je pro bedlivého pozorovatele nevyčerpatelnou školou propagandy, neboť může sledovati nejen prostředky, ale i výsledky. Vyčerpání tohoto programu zasluhovalo by samostatné a podrobné zpracování, které by ovšem daleko přesahovalo rámec heslovité práce.

President Beneš řekl o propagandě, že to je „morální zbraň“. Jde o to, kdo ji užívá a proč ji užívá, může tedy demoralisovati — anebo podporovati — morálku. Šéf M.O.I. řekl o zbraní, již vládne, že má — velikou průbojnost. Obě charakteristiky vedoucích státníků dávají propagandě vojenské pojetí, a jde nyní o to, abychom poukázali na účel, který sledujeme vřazením propagandy mezi bojové prostředky. Také o tom, co tvoří propagandu a komu je určena. Na praktických příkladech vidíme, čeho se v propagandě docílilo a jak může být zneužívána.

Našli bychom mnoho příkladů užití propagandy v minulých válkách a sporech. Přesto je propaganda zbraň moderní, protože v účinném a velkém měřítku a opravdu záměrně byla užívána teprve v posledních desetiletích. Každá nová zbraň je ovšem jen tak dlouho nebezpečná, dokud se proti ní nenalezne obrana — „protipropaganda!“

V moderním válečnictví představuje propaganda zbraň vskutku universální, která mu — uvažujeme-li v pojmech jako je souše, moře nebo vzduch — dodává téměř další rozměr.

Propagační organizace té které strany pracuje za války pro a.) civilní obyvatelstvo, b.) armády — a to

- i ve vlastních řadách (válečné úsilí na frontě i za frontou),
- v řadách Spojenců (jednotné vedení války a jeho výhody),
- v řadách neutrální (proti izolacionismu),
- v řadách nepřátel (otřásti důvěrou ve vlastní válečný stroj, příp. přesvědčiti o beznadějnosti boje).

Možnosti a prostředky propagandy jsou téměř neomezené. Šíří se slovem mluveným (projevy, „šeptanou propagandou“, rozhlasem), tiskem, filmem, ale také zásahy hospodářskými, strategickými, kulturou a uměním. Propagačně možno využiti respektování neutrality, organizace pomoci pro obyvatelstvo v území obsazeném nepřítelem, uskutečňování dodávek materiálu

0. 1/44
neválčícím mocnostem i tehdy, když mohou být vhodně užity samotným válčícím státem, a pod.*

Podobně jako „Intelligence Service“ propaganda musí být v rukou lidí mimořádně schopných a pohotových. Působí stejně rychlostí, překvapením, využíváním různých psychologických stavů, hlavně však a nejtrvaleji: pravdivostí, přímostí, upřímností. Nesmí se opakovat, nesmí být dotěrná a hrubá. Musí být založena na dokonalé znalosti těch, kterým je určena.†

Propaganda zpracovává už od let úlohy a úkoly tak důležité, že často má povahu i následky velkých válečných tažení (Rakousko, Sársko, ČSR).‡

Některé teoretikové uvažovali takto:

„Armáda je nástrojem (vykonavatelem) politiky, ať už útočné nebo obranné (mírové zajištění). Válka je pokračovatelem politiky jinými prostředky! Politika je to, co zamýšlíme udělati. Propaganda je to, co o tom říkáme. Děláme-li to, co říkáme, věří se nám. Úspěšná propaganda připravuje schůdnou cestu politickému činu!“

Živnou látkou propagandy je materiál. Dostatek materiálu zvyšuje možnosti a úroveň, tedy i účinek propagandy. Vhodně zaměřené zprávy z bojišť mají za následek zvýšenou výrobu. Zjistilo se na př., že každá námořní akce měla v zápětí nové vlny rekrutů do námořnictva. Byly to zjevy tak nápadné, že se příchod uchazečů označoval (i z důvodů kontrolních) podle událostí, jež ho způsobily. Byly třídy nováčků označené: „Graf Spee“, „Matapan“ nebo „Bismarck“.

Zprávy o činnosti obchodního loďstva,

i takové, jež podávají obraz obtíží, nebezpečí a utrpení, mají za následek nové vlny uchazečů námořní služby.

Tyto poznatky dokládají, že dobrá zpráva je jako surovina pro tanky a děla a olej na tovární kola. Jsou to také ukázký typických účinků propagandy za frontou.

Prostředky propagandy, jak naznačeno, jsou nejrůznější. Tak možno uvést pouhá hesla, jež strhávala k revolucím a měnila chod světového řádu. Patří k nim stejně „Rovnost-Volnost-Bratrství“ jako španělské: „Neporazí“ či, americké, „Sever proti Jihu“.

Hesla a sloganů je velmi často užíváno ke zvýšení válečného úsilí, v náborových, úspor- ných či jiných akcích. Taková propaganda musí být ovšem také pružná a soudobá. Co zbylo z někdejšího: „Vstupte do Navy, poznáte svět?“; nebo: „Službou k dobro- družství!“, kterážto slova měla lákati dívky do uniform ATS, WAAFS a WRENS? Jak trvalé naproti tomu je: „Země hodná hrdinů, aby v ní žili!“ nebo text našeho čs. plakátu: „V čas potřeby — vojáky budeme všichni!“

Vlastní úkoly propagandy nám ukáže několik příkladů.

Neutrální posuzování rosporů mezi V.B. a svobodným Irskem ukazuje, že jde o námitky z 90% historické povahy, jejichž příčiny dávno pominuly, avšak psychologické následky zůstaly. Stejně, bylo-li nějaké nedorozumění mezi USA a VB, je to na 100% z dob anglického panství nad Ameri- kou. V obou případech je věcí propagandy, aby rozdíl v názorech a posuzování odstra- nila.

Propaganda má překonat netečnost neu- trálovu, vyplývající z jeho zeměpisné polohy (někdejší vzdálenost USA od jeviště války). Dokud byly USA neutrální, šlo jednak o zvýšení pomoci Spojencům a jednak o přípravu vstupu do války po jejich boku. Dnes jsou USA ve válce, jde však o udržení materiální pomoci na bývalé výši Spo- jencům, kteří vlastně soutěží s dodávkami vlastním americkým jednotkám. Propaganda zdůrazňuje význam bojišť, na nichž byla zasazena neamerická vojska, a snaží se poukázat na to, že mají rozhodující vliv na vývoj celého sporu. (Roosevelt ostatně po vstupu USA do války zásahem Japonců prohlásil: „Hitler zůstává nepřítelem číslo 1“.)

Do Spojených Států jezdí jako propagan- disté dělníci, letci, příslušníci commandos, účastníci nájezdů na západní pobřeží Evropy. Stále se pracuje proti chybnému dojmu

* Britanie dodává Turecku obilí. SSSR posílá stále naftu a umožnil transit zboží do Švédska!

† V britském parlamentě Mr. Ivor Thomas navrhol, aby se propaganda obracela „k určitým levým kruhům“ v zahraničí a přiměla je k revo- lučnímu povstání. Jeho návrh byl odmítnut, neboť představoval katastrofálně chybné pojetí propa- gandy. Co by to způsobilo na př. ve Francii? Byla by popuzena levice proti pravici a naopak. Spojenci nemají zájem na revoluční činnosti, jež národ rozděluje, ale na národním uvědomění, které spojuje. Pokud se týká Francie, tam může být propaganda řízena jen tím směrem, který představuje většinu národa.

‡ Wickham Steed v úvaze „Policy and Propa- ganda“ v „Observer“, 24. 5. 1942, odhalil pozadí německé propagandy proti versailleské smlouvě. Zjišťuje, že Hitler byl průběhem schůzky s ameri- kými novináři dotázán: „Proč mluvíte stále o Ver- sailles?“ A tu odpověděl: „Což nerozumíte, že nejde o Versailles, ale o první bitvu na Marň?“ Kdyby otázka zněla: „Co Vám záleželo na třech milionech čs. Němců?“, musel by v téměř slohu odpovědět: „Což nechápete, že šlo o Škodovku!“

bezpečnosti amerického kontinentu. (Je třeba si všimnouti, že k dělníkům v USA mluví vždy voják-dělník, k učitelům voják-učitel, k hospodým hospodyně.)

Vydání „Atlantské Charty“ mělo nepřímý vliv na chod válečného stroje. To proto, že proklamace válečných cílů a základních bodů nového světového zřízení povzbudila potlačené národy, zvýšila počet sabotáží a deserčí, zvýšila výrobu se spojeneckých továrnách, neboť kreslí—zejména pro sociálně slabší vrstvy — lepší budoucnost po vyhrané válce.

Součástí britské propagandy je list „Britansky Sojuznik“, vydávaný v Moskvě (a hodně kritizovaný v Londýně), stejně jako „Soviet War News“, vydávané v Anglii, nebo naše „News Flashes from Czechoslovakia under Nazi domination“, tištěné v USA. Jsou jí „Madagaskarské noviny“, jež vycházely pod britskou kontrolou již druhý den po přistání jednotek na ostrově.

Jiné povahy je Molotovovo prohlášení o německých zvěrstvech v SSSR, jež poukazuje na strašné oběti německých surovostí a zavazuje Spojence k největšímu vypětí sil a pomoci. Na stejném podkladě je zřizována kartotéka „Evropských zločinců s hákovým křížem“ či vydávána serie obrazů s názvem „Civilisace“, která ukazuje na utrpení obyvatelstva obsazených zemí. Tak mluví také události v našich Lidicích, které zburcovaly pozornost celého světa a vyvolaly zaslouženou odezvu.

Z příštího programu M.O.I. lze uvést nábor „dobrovolných veřejných informátorů“ v městech nad 5.000 obyvatel. Mají potíratí nepravdivé a nežádoucí pověsti a odhalovat zlovolnost nepřátelské propagandy. Tak bylo zjištěno, že je-li někde zabito při náletu 20 osob, v okruhu 20 mil se již mluví o 200 a v okruhu 30 mil o 2.000! Stačí však prohlášení jediného očitého svědka a chybná informace se rychle uvede na pravou míru.

Na frontě opět rychlé zprostředkování pošty nebo zpráv z domova vůbec, možnost levného styku, rozhlasové vysílání pozdravů a oblíbené hudby, to vše jsou více méně patrné nebo nenápadné zásahy propagandy, která—podobně jako pečlivá ošetřovatelka—sleduje pacienta a čeká, aby mu v pravou chvíli podala hojící anebo bolesti zmírňující prášek.

IV. Tisk a propaganda v době vojenské akce.

Úkoly tisku a propagandy v době vojenské akce jsou mnohem širší než v míru. Plní-li svoje poslání odpovědně, stávají se pří-

mými složkami válečného úsilí. Jejich úkoly jsou zhruba tyto:

1.) zpravodajství — o válečných událostech pro veřejnost i pro příslušníky armády (je závislé na okolnostech, bojuje-li armáda na vlastním nebo na cizím území, je-li nerušený styk s vlastním zázemím a pod.);

2.) propagace — válečného úsilí

a.) vojenského: nábor do speciálních a pomocných služeb, zdůraznění potřeb armády, atd.,

b.) průmyslového (hospodářského): úsporné akce, nábor pracovních sil, spolupráce na organizační distribuce, podpora morálky v zázemí a tím i zvýšení výrobního úsilí;

3.) organizace zázemí.—Propagace a směrnice pro civilní ochranná a obranná opatření (aktivní a pasivní), péče evakuací, zdravotní, zásobovací, úsporná opatření;

4.) komunikační prostředek.—Tisk (vedle rozhlasu a filmu) je nejobvyklejší publikační prostředek pro rychlá veřejná oznámení, pokyny a nařízení (v zázemí, v bojovém pásmu v obsazeném území);

5.) posílání historické.—Denní a periodický tisk vůbec, je věrným obrazem válečných událostí podle chronologie času. (Po skončení akce je samozřejmě a pro plnění povinností ke čtenářům nutné, doplnit informace a seznámiti veřejnost s těmi událostmi, které po dobu války musily zůstat utajeny.)*

Aby bylo dosaženo nejlepších výsledků, mají redakce velkých listů svoje zvláštní vojenské zpravodaje, kteří udržují styk s vojenskými orgány a s orgány, řídícími válečné úsilí státu na frontě výrobní, hospodářské a pod. V republice byli těmito úkoly pověřeni především členové „Klubu vojenských redaktorů“, kteří byli zvláště ustanoveni, měli pravidelné schůzky s vojenskými orgány nebo přímo s ministrem národní obrany. (V republice samozřejmě již v době míru.)

Zkušenosti z této války ukazují, že právě diktátorské režimy užívají nejvyšší měrou služeb tisku k účelům propagandy. Každá jejich politická a válečná akce je tiskem předem připravena a to někdy takovou

* Je samozřejmé, že zejména v době akce a v zájmu utajení zpráv, užitečných pro nepřítele, podléhá tisk různým opatřením cenzurním. Censura může být aktivní, prováděná cenzurními orgány v rukopisech nebo před distribucí tiskovin, nebo pasivní — t.j. na základě vnitřní kázně a odpovědnosti tisku a jeho orgánů —, resp. může být v zájmu rychlého zpravodajství dodatečná. Je to obvykle věc nařízení nebo ujednání a střední cesta spočívá v tom, že redakce předkládají články závažného obsahu k předběžnému schválení.

5. 7/44

měrou, že celá propagační kampaň má v zápětí účinky akce válečné a ji buď nahra-
zuje (příprava plebiscitu v sárském území)
nebo podstatně usnadňuje. (Rakousko a pod.)
Německá armáda organizuje speciální jed-
notky, které cvičí pro bojující armády tiskové
a rozhlasové zpravodaje, filmaře a fotorepor-
téry, kteří zásobují zázemí — vedle civilních
zpravodajů — bohatým a účinným materiálem.
1), 2), 3), 4), 5), 6).

1) Zajímavou studii o poslání tisku v době války
najdeme v knize Gordona Waterfielda „What
happened to France?“ Zde novinář, pracující ve
Francii pro britský tisk, poukazuje na nedostatky
a tragické následky, vzniklé nedostatečnou organi-
zací práce a spolupráce mezi armádou a tiskem.

2) V knize Douglasa Williamse, redaktora „Daily
Telegraph“, „The new contemptibles“ najdeme
stručný úvod generála Gorta, velitele Brit. Exped.
Forces, který píše, jak si — jako voják — cení
poslání novináře a co v jeho plnění spatruje. Gen.
Gort napsal mimo jiné: „Každý, kdo čte tuto
historii B.E.F., musí být vděčný Mr. D. W. za to,
že nashromáždil tolik osobních zkušeností velitelů
a příslušníků armády. Každý článek říká vlastní
historii udatnosti a věrnosti k povinnosti. Budou
čteny nekonečným počtem mužů a žen, kteří budou
hrdi na bojové hodnoty britské armády.“

3) Podle zpráv z Basileje dostal německý a
neutrální tisk speciální interviewy německých
vojenských zpravodajů 6 hodin po pádu Tobruku
do německých rukou. Den na to dostihla Berlína
letka MESS 110, přinášející fotografie, články,
nahrané desky účastníků boje a tento materiál
byl okamžitě rozdělován do všech zemí, Němcům
přístupných.

4) „Soviet War News“ z 11. května 1942 líčí
práci novináře na frontě. Jde o redaktora listu
„Na stráž“ Dmitry Roslavceva. List je vydáván
„Finskou říční flotilou“. „Roslavcev měl všechny
vlastnosti vojenského zpravodaje: smysl pro
noviny, odvahu, politické vzdělání, nevyčerpatelnou
a nepřemožitelnou víru ve vítězství spravedlivého
boje. Psal pod několika jmény a reportáže doprová-
zel obrázky, jež sám pořídil. Nashromáždil materiál
o všem, co se dělo v jeho úseku; napsal brožurku
o hrdinství mužů na lodi „Verný“, která měla
slavnou revoluční tradici. Byl v každé akci
s blokem v ruce, po celý boj.“

Když byl jeho oddíl v situaci, že na psaní a
poznámky nebylo pomýšlení, šel od jednoho kulo-
metného hnízda ke druhému, povzbuzoval kamarády
a pomáhal odvážeti raněné.

Jeho probo bylo s to seznámiti vojáka s každou
novou zbraní nebo s novou bojovou taktikou. Psal
zajímavé. — V bojích u Borispolu byl raněn. Než
mohl být odvezen do bezpečí, byl zasažen po druhé.
Zemřel. Když se jednotka vracela, vzali s sebou
vojáky jeho doklady a notes. . . .

5) Ze zprávy vojenského tiskového štábu Osy
podle „Times“ ze dne 25. 4. 1942 je patrné, že do té
doby dodali německí novináři z fronty 38.000
zpráv světovému tisku. — S italskými vojsky bylo
360 novinářů, z nichž 46 bylo významnáno za
neohroženost, válečné činy a za účast na bojích.
(Byli s armádou jako vojenská redaktoři.)

6) Klasický případ spolupráce tisku a armády
v době akce (jde o „Intelligence Service“) najdeme
v knize kpt. Rintellena „The dark invader“.

V. Čím je armáda povinna tisku?

Povinnosti armády a tisku jsou vzájemné.
Tisk nabízí místo, svoji organizaci, produkci
a distribuční (tedy i svoje čtenáře) — žádá
důvěru, ochotu a spolupráci.

Kdybychom se pokusili vyjádřit matema-
tický úkol a obsah tisku, došli bychom asi
k počtu: 50% kritiky (čteme-li: „Byli jsme
svědky promyšleného bojového cvičení“, je
to kritika, právě tak jako: „Vojáci se
překonávali v udatnosti, příčina porážky
byla v nedostatku . . .“ — Povinností novi-
náře je, referovat tak, aby si čtenář mohl
učiněti svůj vlastní úsudek a nebyl nucen
přijímat jen názor pisatelův); 25% obsahu
novin je prostý záznam skutečnosti a 25%
je tvorba nových hodnot, t.j. buď články
vysoveně literární — bez skutečného, resp.
pravdivého pozadí —, úvahy a návrhy.

Kritika musí být vždy konstruk-
tivní a to je pro nás mimořádně cenná
příležitost, že jsme právě v zemi, kde kon-
struktivní kritika je na nejvyšší úrovni na
světě.*

Není snad svobodnějšího povolání (v de-
mokratickém státě) než povolání novináře,
zejména nepolitického, t.j. reportéra (a tedy
i vojenského zpravodaje). Jako takový musí
být novinář v armádě přijímán a respektov-
ván. V republice se tisk nesporně zasloužil
o propagaci armády a brannosti. Konal tak
svou povinnost.†

Skutková podstata je tato: Přesně stylizovaný
„objednaný“ útok britského tisku na šifrovací
oddělení I.S. zmáří podezření německých vojen-
ských kruhů, že se Britům podařilo získati tajný
kod nebo dešifrovací zprávy, odesílané Němci pod-
mořským kablem do USA, které Britové odpo-
slouchali. Zůstala domněnka, že se podařilo zjistiti
indiskreci obsah dešifrovaných zpráv a kod byl
Němci užíván v různých obměnách až do konce
války!

* Ústup spojeneckých vojsk v Libyi byl velmi
okřísťován v parlamentě. Přesto hlasování
o „nedůvěře“ vládě skončilo 475 : 25 hlasům pro
vládu!

† Armáda vycházela tisku značně vstříc. Byl to
především Vědecký ústav vojenský (odd. branné
výchovy) v Praze na pos. velitelství byl na př.
velmi oblíbený tiskový důstojník (býv. spolupracov-
ník Času“, šéft. H.); s plným porozuměním
zprostředkovali přímý styk novinářů (tisku) a
armády. — Naopak, armáda musí mít v tisku
„svoje lidi“, mající zájem na věci, dobře infor-
mované, příp. zvláště školené. Měli by to být vždy
záložní vojáci. (Stejně se předpokládá, že v tisku
vojenském budou pracovati vojáci-novináři.) MNO
v Londýně jmenovalo již tři vojáky-novináře
(u čs. samostat. brigády, při MNO a na Stř. Vý-
chodě) „Vojenskými redaktory“. Tato instituce je
však stále ve stadiu více méně prozatímním a
teprve časový odstup ukáže, nakolik splní očeká-
vání.

Státní a vojenská propaganda žádá často spolupráci činitelů z řad armády: v tisku, v rozhlase, ve filmu a v obrázkovém zpravodajství. Povahy povolání předurčuje vojáky-novináře k plnění těchto požadavků, ale klade zároveň i zvýšené požadavky na jejich technickou úroveň a praktické zkušenosti.

V čs. armádě druhého odboje slouží poměrně značný počet novinářů z povolání. Všichni potřebují to, co ve svém projevu naznačil pan prezident slovy: „... učiti a připraviti také tisk k jeho velkým úkolům...“, protože, opět podle slov prezidentových: „... dbali jsme toho, aby naše občanstvo armádu poznalo a mělo k ní důvěru. A jde nám o to, aby byla známá i za hranicemi...“

Tisk není nepřítel vojenského povolání (ani vojenských tajemství) a novinář není agent ani v tom ani v onom smyslu. Tisk i novináři potřebují ovšem materiál, anebo příležitost materiál si opatřit.*

Přes tyto otázky se snadněji překleneme, uvědomíme-li si tyto skutečnosti: President-Osvoboditel byl aktivním novinářem. Za prvé jako redaktor a vydavatel „Času“, za druhé jako stálý nebo příležitostný spolupracovník mnoha listů doma i za hranicemi. Užíval zejména zahraničního tisku k podpoře naší politické a vojenské akce během první světové války i v době budování samostatného státu. Totéž platí o jeho nástupci.

Novinářem z povolání (vojenským válečným zpravodajem) byl nyníjší ministerský předseda Winston Churchill. Bývalý ministr národní obrany Hore-Belisha pracoval v „Sunday Express“ a nyní píše pro „News of the World“. Otevřeme-li „Times“, „Observer“, „Manchester Guardian“, „Daily Telegraph“ či kterýkoliv jiný deník, týdeník nebo magazín, najdeme tam novinářské práce gen. Gordona Finlaysona, Air Chief Marshala Sir Artura Longmore, Field Marshala Lord Milne a j. Naše publikace „Rudá armáda“ je prací ministra národní obrany a podobnou činností se zabývají i jiní vysocí čs. důstojníci.†

* V „Sunday Times“ ze dne 12. 7. 1942 píše F. MacDermot o nedostatkách britské a spojenecké propagandy v USA a říká: „Nebyl nedostatek schopných amerických novinářů a rozhlasových reporterů, ochotných podporovat válečné úsilí a odstraňovat nedorozumění. Chyběl jim však MATERIÁL.“

† V „Evening Standard“ ze dne 4. 7. 1942 čteme: „První výstisk listu „YANK“, amer. vojenského deníku měl neoficiálního spolupracovníka v pres. Rooseveltovi. Úvodní článek: „Proč bojujeme“ byl psán speciálně pro „Yank“. Dodávku listu psaného — vojáky pro vojáky — obstarává USA vojenská poštovní služba.“

Těchto několik příkladů jistě stačí, abychom ukázali, jaký poměr k tisku mají rozhodující političtí a vojenští činitelé.

Závěrem kapitoly nutno vysloviti požadavek, aby tiskové úkony v armádě byly považovány a.) pokud se provádějí v přímém styku s civilním tiskem, za stejně podstatné jako kterákoliv vojenská činnost, b.) pokud je provádějí vojáci-novináři jako přímý výkon jejich vojenské služby, aby byly postaveny na roveň všem ostatním vojenským službám, a to se všemi důsledky, jako je odpovědnost, přesnost a hodnota výkonu.

VI. Vojáci-novináři a noviny v armádě.

Vychovává-li armáda vojáky i k různým speciálním posláním, je nesporné, že stejnou pozornost, stejnou možnost výcviku a zdokonalení potřebují vojenští novináři. ¹⁾, ²⁾, ³⁾.

Povinnosti vojáka-novináře jsou značné. Mohly by býti plněny snáze a lépe, kdyby mohl užívatí vojenské organizace právě tak, jako ji užívá každý jiný voják při provádění kteréhokoliv vojenského úkolu, který má vždy morální, materiální i výkonnou pomoc zajištěnu (má k dispozici zkušenosti velitelů, komunikační prostředky—dopravu a pojiťku —, má určitou pravomoc, kterou novinář vyjadřuje pojmem „iniciativa“ nebo „odpovědnost“).

Je samozřejmé, že voják, zařazený jako novinář, má v armádě vykonávat ty práce, které mu náleží jako vojáku-specialistovi. V propagandě jde často i o úkony společenského rázu a odpovídající uspořádání je věcí porozumění. V každém případě musí býti novináři ponechána volnost a nezávislost až k hranici zpravodajského a taktického zájmu. To je také klíčem k zásahu vojenské censure a ke stanovení meze přípustného hodnocení (kritiky). ⁴⁾

To, co platí o novinářích v armádě, tedy příslušných branné moci, platí z valné části — zejména pokud se týká podpory jejich činnosti — o novinářích civilních při výkonu jejich povinností v souvislosti s armádou.

¹⁾ Čs. vojáci-novináři vypracovali a předložili již na příslušných místech program žádoucího speciálního školení.

²⁾ O instituci „Vojenských redaktorů“ jsme se stručně zmínili v předchozí kapitole.

³⁾ Byla to ostatně armáda a její akce, která dala poklad ke vzniku „novin“, jež vydával jako první noviny vůbec, a to ve formě válečných zpráv C. Julius Caesar.

⁴⁾ O nedostatkách tiskového vojenského zpravodajství čteme v „Čechoslováku“ ze dne 4. 11. 1941.

Každý příslušník armády má čísti noviny. Nemůže-li je dostati (je-li přerušeno spojení, se zázemím, jsou-li určité potíže jazykové a podobné) je v zájmu morálky a úrovně vojáka, aby mu noviny opatřila armáda. To se děje také v čs. armádě v Británii, na Stř. Východě a v SSSR.

Mají-li vojenské noviny plnit svoje poslání, musí mít poměrně značnou volnost, právo kritiky, musí informovat o všem, co čtenáře zajímá (řídí mu o výhodách, které mu jako vojákovi náleží), nesmí být zbytečně moralistické a nesmí nést příliš patrné stopy zásahů, které by je po stránce psychologické zbavovaly vlivu na čtenáře.

O novinách v armádě platí také, že voják, který nemá zájem, ztratil jej nebo nemá příležitosti zajímat se o to, co se děje kolem něho, mimo jeho vojenský svět, v životě, ze kterého vyšel a do kterého se vrátí, nemůže být dobrým vojákem a byl by také pobytem na vojně trvale ochuzen. (Noviny jdou proto za vojáky.)

Teprve zasazení do akce může ukázat, jaký význam mají periodické vojenské tisky pro informaci vojáků a pro plnění jejich nároků na informační prameny.

Omezené časově, materiálně, prostorově, množstvím pramenů a možností externí spolupráce) prostředky vojenských novin kladou značné požadavky na ty, kteří je tvoří.

Vojenský novinář, odkázaný sám na sebe, musí ovládati mnohem lépe tvorbu novin, než kterýkoliv novinář jiný.*

V britské armádě jsou nyní v činnosti zvláštní tiskové, filmové a fotoreporterské skupiny. Každý obor má vždy 6 mužů, vesměs v hodnosti četaře, kteří jsou přidělováni k divizionům. Jejich činnost, zejména materiál, získaný na Středním Východě,

* V poměrech, za kterých vydáváme naše současně vojenské tisky, musí voják-novinář mít zhruba tyto vlastnosti:

1.) Být plně vyvičeným a vojenské akce schopným vojákem.

2.) Musí mít dobré jazykové znalosti; ovládati technickou stránku novin, t.j. musí ovládati psaní na stroji, psaní a kresbu na blány a ev. i obsluhu cyklostilu.

3.) Musí mít povšechné znalosti oborů, jež přicházejí v úvahu jako předmět novinářského zpravodajství (znáti prameny).

4.) Je žádoucí, aby byl aspoň průměrným kreslířem, řečníkem, debaterem, hlasatelem. Může se uplatnit jako fotograf, stenograf, organisátor osvětové činnosti, jako řidič (doprava zpráv), radio-telegrafista (zachycování a záznam zpravodajství v morseových značkách) a podobně.

prokázaly úplně opodstatnění jejich výcviku a zařazení. Žijí, pracují a bojují jako nedělitelná část jednotky, které jsou přiděleni. Jejich kamery a bloky jsou vždy připraveny k akci v jejich vlastním oboru působnosti. (Filmová a fotoreporterská skupina při čs. samostatné brigádě pořídila již početně bohatý materiál, jehož uplatnění ovšem závisí na zapojení do velkorysé organisace distribuční.)

Za reportéry, vojáky britské armády, (které musíme rozlišovat od redaktorů, pověřených velkými listy a kteří nosí vojenskou uniformu, aby nebyli považováni v zajetí za nevojenské osoby, nepodléhající mezinárodní úmluvě o zacházení s vojenskými zajatci) stojí celá vojenská organisace, počínaje rychlou spojkou a konče censorem, který schvaluje a propouští výsledky jejich práce. Jsou označeni na stejnokroji znakem „oka“ a zkratkami podle příslušnosti k tiskové nebo fotografické službě.

V uznání jejich práce a obtížného poslání, všechny hodnoty a všechny vojenské instituce se přičinují o to, aby muž z tohoto oboru dostal žádoucí „informace“ nebo „záběry“. A výsledek: podívejme se do britského a světového tisku. Má skutečně výstižné obrázky a „story“ z každé akce, počínaje výcvikem pěšáka nebo parašutisty a konče nájezdem commandos na Vagsö nebo akce u Dieppe. Jejich materiál má ovšem nejen cenu dokumentární, propagační, ale i studijní a operační.* †

Skutečnost, že příslušníci našeho národa doma nemají příležitosti—kromě rozhlasem—sledovat naši vojenskou činnost v cizině, nás zavazuje k tomu, abychom uskutečnili organisaci, která všemi po ruce jsoucími prostředky zachytí to, na co mají naši krajané

* Capt. Margesson, státní sekretář války, odpovídá v parlamentě na dotaz Mr. Bellengera, M.P., řekl: „Public Relations Units“ jsou přiděleny ke každé naší armádě a jejich úkolem je, poskytnouti všestrannou pomoc tiskovému a propagačnímu aparátu, který sleduje válečné operace. Německý systém — pokračoval — odvodu vojáků-reportérů nebyl zatím přijat pro britskou armádu, ježto řešení, že listy mají vlastní neodvislé novináře v úloze vojenských redaktorů, až dosud odpovídalo potřebám svobodného tisku.“ („Daily Telegraph“, 26.11.1941.)

† David Walker, vojenský redaktor „Daily Mirror“ kritizuje naproti tomu možnosti novináře takto: „Britských novinářů nebylo dosud plně využito, zatím co Němci činí pravý opak. V totální válce musí být každý muž zasazen podle nejlepších schopností. Novinářské povolání bylo až dosud největší popelkou mezi našimi bojovými prostředky na jih od Spitzberku.“

doma právo, aby jednou od nás požadovali v té nebo oné formě.*

Je ještě jedna velmi důležitá okolnost, která zasluhuje, abychom organizaci informační, tiskové a zpravodajské služby dovedli k nejvyššímu stupni dokonalosti:

Naše armáda má, jak bylo často příslušnými činiteli zdůrazněno, svoje poslání doma a cestou domů, v osvobozovaných státech anebo v obsazované nepřátelské Evropě.

* Skutečnost, že doma je v akci rozvětvený podzemní tisk, nabízí možnost vyslání novinářů, kteří by tento tisk mohli vhodně zásobovat osobními zážitky ze spojeneckého prostředí na frontě i v zázemí.

Lidé se zkušenostmi a schopnostmi, jež zde byly nastíněny, budou z nejhledanějších činitelů aktivního vojenského zákroku, neboť bude patřiti mezi úkoly armády a jejího velení, aby vedli a dohlíželi na tisk a zpravodajství ve své oblasti činnosti tak dlouho, až bude možno prohlásiti chod života v tomto prostoru a ve státě za normální a mírový.* Kádr vycvičených specialistů, vojáků-novinářů, umožní i splnění tohoto úkolu.

* Virginia University v USA školí již delší dobu několik desítek vojáků (důstojníků, technických znalců, politiků, novinářů), kteří budou základem správního vojenského kádrů v obsazených územích. První z nich se již uplatnili v akci v Libyi a v Severní Africe. (AMGOT.)

*Počteno II. cenou Prezidenta republiky
v první soutěži V. R. 1942*

Jedním z mnohých a těžkých úkolů, jež nás ve svobodné vlasti očekávají, jest starost o výchovu mládeže, neboť jen v ní jest budoucnost národa. A zdá se, že je to náš nejdůležitější úkol a my na něj téměř zapomínáme. Bude opravdu nutno naši mládež vychováti pro tvořivou práci pro stát. Vidíme, že Rusové a Němci, kteří se věnovali výchově mládeže nejvíce, mohou býti dosaženými výsledky plně spokojeni. Není však žádoucí usměrniti ji natolik, že by se z ní stali nesympatické stroje či roboti, ale výchovou dovésti ji tak daleko, aby alespoň na jednom poli se všichni sešli, aby všem byla aspoň jedna věc vždy svatá. I když demokratická výchova umožňuje nejširší pole diskuse a kritiky, nejvyšší možnost myšlení a jednání, přece konečným cílem každého jednotlivce musí býti: oddaná láska k vlasti, vyžadující všech sil a obětí a podřízení všech osobních zájmů zájmům státu a národa. Zde však nestačí pouhá krásná slova a básničky, ale činy. Duchovně jsme vždycky vítězili, jak dokazuje celá česká historie (Husité, legionáři atd.), ale nezvítězili jsme natrvalo. Duchovně silný, tělesně vycvičený a odolný nepodlehne. A když, pak jen mnohonásobně přesile. To buďme heslem pro výchovu naší mládeže, pro výchovu k brannosti.

Namítnou opět mnozí — a snad statisíce uvěří našeptávácům a věří lidem, kteří tajně připravují novou válku ze ziskuchtivosti již dnes, kdy jedna není skončena —, že váleček již nebude. A budou, neboť dokud

Výchova k brannosti

bude zapotřebí klíče ke dveřím, budou války — a chce-li mír, připrav se na válku. Si vis pacem, para bellum.

Aby se dosáhlo vytčeného cíle, musí se s výchovou mládeže začít od dětství a ihned po osvobození ze jha germánského. České a slovenské dítě dovede se podřídit, dovede se obětovati a dovede vydati ze sebe nejvíce, co může. Žádný z nás dnes za hranicemi neví, jak dalece pronikla do dětských duší pakultura německá, ale jistě mnoho dětí bude zanedbáno a možná, že i duševně a mravně porušeno a proto tím připravenější a ucelenější musí býti program pro jejich výchovu. Nesmí se vrátiti rok 1919 a dalších několik let, co se týče nazírání na nutnost armády. Ta musí býti ideálem všech Čechoslováků. Nesmí se vrátiti doba víry, že bude trvalý mír. Abychom opět několik roků netápali, neposílali studijní komise ke všem různým sousedům, kteří mají úplně jiný charakter než my, neutráceli peníze a čas, máme snad přece asi půl roku času o tom si promluvit, ujasnit, co chceme, vtělit vše na papír či do zákonů a přijít s hotovou věcí. Za půl roku se dá udělati při dobré vůli a pochopení velmi mnoho a netřeba k tomu velkých a nákladných kanceláří, pisárů, cestování a diet. Stačí jeden učitel, jeden člen sportovní a tělocvičné organizace, jeden voják a jeden člen politik. Tito by pak měli za úkol v době co nejkratší připravit návrh na uzákonění výchovy k brannosti a její provádění a eventuelně při nedostatku času snad i provádění předvojenské a branné výchovy. Byli jsme sice