

*Edice a materiály*

**Dopis generála Ludendorffa Královskému válečnému ministerstvu**

Šéf generálního štábu pozemních vojsk 4. července 1917  
č. 20851

Královskému válečnému ministerstvu, Berlín.

Válka ukázala nesmírnou moc obrazu a filmu jako agitačního a ovlivňovacího prostředku. Bohužel naši nepřátelé využili svého náskoku, který na tomto poli měli, tak důkladně, že jsme tím utrpěli těžké škody. Ani pro další trvání války film svůj nesmírný význam jako politický a vojensko-propagační prostředek neztratí. Právě z tohoto důvodu je pro šťastný konec války nezbytně nutné, aby film všude tam, kde je ještě možno uplatňovat německý vliv, působil s co největším dopadem. Bude proto třeba prozkoumat

1. jak lze tohoto působení docílit a
2. jaké prostředky mají být použity.

Ad 1. Posílení německých propagačních možností se musí ve filmu týkat

- a) působení filmofikace v neutrální cizině a
- b) sjednocení německého filmového průmyslu, aby bylo dosaženo, podle jednotných globálních hledisek, plánovitého a účinného ovlivnění širokých mas ve státním zájmu.

Ad a) V nepřátelském filmovém průmyslu zaujímá mezi neutrálními zeměmi zvláštní vliv zejména Nordická společnost (Die Nordische Gesellschaft). Tato společnost vlastní jak ve Skandinávii, tak také v Německu a Švýcarsku četné prvotřídní biografy. Nordická společnost představuje tak pro německou propagandu moc, která dokáže mnoho škodit už tím, že může vůči Německu vystupovat nepřátelsky. K tomu ještě přistupuje to, že Nordická společnost je nyní schopna vyvážet filmy do Ruska. Co tento vliv může znamenat, pokud by byl prováděn v proněmeckém smyslu, lze při lehce ovlivnitelných lidových náladách, které nyní v Rusku panují, jen stěží odhadnout. Dále je třeba uvážit, že Skandinávie se s nejvyšší pravděpodobností stane dějištěm budoucích mírových jednání. Právě v této době patří k naléhavým úkolům německé propagandy dosáhnout účinné agitace a odstranit mnohé názory, které brání uzavření míru. Z tohoto důvodu je pro provedení válečných úkolů nevyhnutelnou nutností co nejrychleji nalézt bezprostřední vliv na Nordickou společnost. Nejlepší a jednoduchý prostředek spočívá v odkoupení hlavních podílů Nordické společnosti. Pokud by se to nepodařilo, bude nutno hledat jinou formu připojení, spočívající v tom, že zájmy Nordické společnosti na německém filmovém trhu jsou využívány ve vyšší míře.

Smlouva takového druhu je možná jen tehdy, podaří-li se německý filmový průmysl do té míry sjednotit, že bude vystupovat vůči Nordické společnosti jako homogenní smluvní partner.

---

1) Erich Ludendorff, *Schreiben an das Kgl. Kriegsministerium vom 4. Juli 1917*. In: *Film und Gesellschaft im Deutschland. Dokumente und Materialien*. Hrsg. Wilfried von Bredow – Rolf Zurek. Hoffman und Campe, Hamburg 1975, s. 102 – 104.

Ad b) Nehledě na dosažení nějakého smluvního poměru vůči Nordické společnosti existují ještě další důvody, které vyžadují, aby německý filmový průmysl byl integrován v jednotný celek. Čím déle bude válka trvat, tím naléhavější bude potřeba plánovitého ovlivňování mas v tuzemsku. K tomu proto musí být pro dosažení úspěchu systematicky využívány všechny v úvahu přicházející agitační prostředky. Ve filmu šlo dosud jen o příležitostné ovlivňování lidových nálad. - K tomu přistupuje úsilí mnohých kruhů film využívat pro své zvláštní účely. Tak vytvořil těžký průmysl v Německé filmové společnosti (Die Deutsche Lichtbild-Gesellschaft) a Všeněmci ve Společnosti pro umělecké filmy „Německé umění“ (Die Gesellschaft für künstlerische Lichtspiele „Deutsche Kunst“) takovou pozici, která nutně povede k rozštěpení ve filmové propagaci. Za zmínku stojí i velmi agilní Výbor pro filmovou reformu ve Štětíně, který již založil Kulturní filmovou společnost (Kulturfilmgesellschaft). Každá z těchto společností usiluje o to, aby uchvátila filmový průmysl velkými zakázkami, a tím ohrožuje provedení válečných úkolů obrazového a filmového úřadu. (Das Bild- und Filmamt). Také z tohoto pohledu je nanejvýš nutné, aby německý filmový průmysl byl sjednocen, aby nedocházelo k znehodnocení účinných válečných zbraní jejich rozštěpením.

Ad 2. Jaké prostředky lze použít? Protože k ovlivnění jisté společnosti je fakticky nutná pouze absolutní většina, není vždy nutno skoupit všechny podíly. Nesmí být ale známo, že nákupcím je stát. Celá finanční transakce musí být svěřena nějaké vysoce odborné, vlivné, zkušené, spolehlivé a především vládě bezvýhradně oddané soukromé osobě (bance). Zprostředkovatelé nesmějí v žádném případě vědět, kdo je skutečný subjekt zakázky. K dosažení účasti asi 55% kapitálu společnosti by bylo nutno vynaložit pro Nordickou společnost v Kodani asi 20 miliónů marek a pro německé filmové společnosti asi 8 miliónů marek. Mezi německými filmovými společnostmi přichází zvláště v úvahu

1. die Deutsche Bioskop-Gesellschaft
  2. die Messter-Film GmbH.
  3. die Eiko-Film GmbH.
  4. die Projektions-A. G. Union
  5. die Deutsche Mutoskop und Biograph
  6. die National-Film GmbH.
- a jiné.

Když se uváží, jaké sumy se v zahraničí vydávají na filmovou propagandu, pak vychází předložený požadavek jako zcela minimální. Je možno připomenout jen to, že v průběhu posledního čtvrtletí vydala Dohoda mimořádně vysoké částky, přes 100 miliónů marek, na propagační účely, mezi nimiž zaujímá nejvýznamnější místo právě filmová propagace.

Uskutečnění předložených akcí považuji za naléhavou válečnou nutnost a žádám o bezodkladné provedení Obrazovým a filmovým úřadem. Byl bych vděčen, kdybych mohl být zpraven vhodnou formou o provedených opatřeních. Připojuji, že se jedná o propagační výdaje.

podepsán **Ludendorff**

Přeložil Ivan Žáček