

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Obor Evropské kulturní a duchovní dějiny



Bc. Kamil Beer

**Komparativní pohled na britskou, francouzskou
a rakousko-uherskou obrazovou propagandu za
1. sv. v. v letech 1914-1915**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vedoucí práce: prof. PhDr. Jiří Pešek, CSc.

Praha, 2015

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 1. 5. 2015

Podpis

Rád bych zde poděkoval svému vedoucímu práce, prof. Jiřímu Peškovi, se kterým jsem měl možnost probrat veškeré záležitosti kolem práce a který v nás pěstoval morálku odevzdávání práce v řádném termínu. Také děkuji všem galeriím, muzeím a knihovnám, z jejichž digitálních databází jsem mohl čerpat stovky plakátů, které jsem poté popsal v práci.

Obsah:

1.	Český abstrakt.....	5
2.	English abstract.....	5
3.	Úvod práce.....	6
4.	Charakteristika období počátku války.....	7
5.	Co je to propaganda a co je jejím smyslem.....	10
5.1.	Obrazová propaganda.....	12
6.	Metodologie.....	17
7.	Využitá literatura.....	24
8.	Výzkumné kategorie.....	26
8.1.	Dominantní motivy.....	26
8.1.1.	My versus oni.....	26
8.1.2.	Formální motivy.....	26
8.2.	Hodnoty, na které obrazy působí.....	27
8.3.	Národní symboly.....	27
9.	Britská propaganda v letech 1914 – 1915.....	28
9.1.	Britské propagandistické plakáty a jejich prvky.....	32
10.	Francouzská propaganda v letech 1914 – 1915.....	47
10.1.	Francouzské propagandistické plakáty a jejich prvky.....	52
11.	Rakousko-uherská propaganda v letech 1914 – 1915.....	67
11.1.	Rakousko-uherské propagandistické plakáty a jejich prvky.....	71
12.	Výsledek komparace.....	87
12.1.	Dominantní motivy.....	87
12.1.1.	Británie.....	87
12.1.2.	Francie.....	88
12.1.3.	Rakousko-Uhersko.....	90
12.2.	Hodnoty a emoce.....	91
12.2.1.	Velká Británie.....	91
12.2.2.	Francie.....	92
12.2.3.	Rakousko-Uhersko.....	92
12.3.	Národní symboly.....	93
12.3.1.	Velká Británie.....	93
12.3.2.	Francie.....	93
12.3.3.	Rakousko-Uhersko.....	94
13.	Závěr.....	95
14.	Cizojazyčné resumé.....	97
15.	Seznam použité literatury a dalších zdrojů.....	98
16.	Seznam plakátů, užitých při komparaci.....	102
17.	Přílohy.....	120

Český abstrakt

Diplomová práce srovnává prvky britské, francouzské a rakousko-uherské vizuální propagandy na začátku první světové války, její argumentaci a vliv. Srovnáním 100 příkladů obrazových médií k propagandě určeným (tedy zejména různých plakátů, novinových ilustrací, pohlednic atp.) od každé ze zúčastněných zemí práce sleduje rozdíly a podobnosti ve třech oblastech výzkumu: v dominantních motivech, které plakáty obsahovaly, v lidských hodnotách a emocích, na které mocnosti prostřednictvím těchto obrazů apelovaly, a využitím národních symbolů v těchto médiích.

Klíčová slova: První světová válka, propaganda, plakáty, Velká Británie, Francie, Rakousko-Uhersko, komparativní studie

English abstract

The master's thesis compares aspects of British, French, and Austro-Hungarian pictorial propaganda at the beginning of the Great War and its argumentation and influence. By comparing 100 propaganda pictures (ex. various posters, newspaper illustrations, postcards, etc.) made by each of the countries, the thesis describes various image distinctions in three areas of research: concerning the dominant motives of the posters, concerning the human values and emotions, which the posters influenced, and concerning the usage of national signs in these media.

Keywords: First world war, propaganda, posters, Great Britain, France, Austro-Hungary, comparative study

Úvod práce

V roce 2014 uplynulo 100 let od začátku první světové války. Za její symbolický začátek se pokládá atentát na rakousko-uherského arcivévodu Františka Ferdinanda d'Este při jeho návštěvě v Sarajevu 28. 6. 1914, spáchaný skupinou srbských povstalců.

Následuje neúspěšné Rakousko-uherské ultimátum Srbskému království o dopadení vrahů a začátek války, do které bylo na stranách Trojspolku a Trojdohody vtaženo přes 32 zemí. Počet účastníků války tehdy čítal dohromady téměř 1 500 000 000 osob, jinými slovy 75% všeho tehdejšího lidstva¹, které proti sobě mělo stanout ve vyčerpávajícím boji. Ten přes veškeré počáteční očekávání rychlého průběhu skončil až 11. listopadu 1918 okolo 5. hodiny ranní příměřím mezi Trojdohodou a Německem, podepsané v železničním voze francouzského generála Focha u Rethondes².

Na konci této války, ve které bojovalo přes 74 000 000 vojáků, statistiky vykazují 8 538 315 mrtvých (jiné zdroje uvádí 7.25 milionů +/-0.75 milionu³), 21 219 452 raněných a zmrzačených a 7 750 919 zajatých a nezvěstných. Celkové ztráty na životech činily 37 508 686 obětí a s ohledem na hlad, bídu, zranění a nemoci zemřelo v Evropě ještě dalších 100 000 000 osob (zde stojí za zmínku španělská chřipka, která v letech 1918 – 1919 připravila o život přes 50 000 000 lidí⁴) a mimo Evropu 20 000 000⁵.

Ve válce byla propaganda využívána jak jako nástroj verbování vojáků, tak jako způsob povzbuzování emocí proti nepříteli, tvorby veřejného mínění o válce a podobně jak u zemí kontinentálních, tak těch, které byly od epicentra války o něco dál – např. ve Velké Británii, v koloniích nebo ve Spojených státech.

Právě na propagandu obrazovou, která zde poprvé zažila spolu s rozvojem reklamy prudkého využití, se tato práce zaměřuje, konkrétně v prvních válečných letech. Tehdy se přes všechny plány mocností vyskytly první problémy a jedním ze způsobů, jak je vlády chtěly zažehnat, bylo právě podporou od lidu v zázemí.

Tyto země, jejichž propagandu v diplomové práci zkoumám, jsou Velká Británie – s propagandou nejprve nepřipravenou, rychle improvizovanou a krizovou⁶, taktéž nazývanou

¹ DOBRÝ, Václav. *Světová válka*. Plzeň: Slovan, 2014, 347 s. ISBN 978-80-260-5895-3, s. 28

² SIMKINS, Peter, Geoffrey JUKES a Michael HICKEY. *První světová válka: válka, která měla být poslední*. Vyd. 1. Praha: Brána, 2014, 351 s. ISBN 978-80-7243-684-2, s. 191

³ *Ibid.*, s. 346

⁴ *Ibid.*, s. 344

⁵ DOBRÝ, Václav. *Světová válka*. Plzeň: Slovan, 2014, 347 s. ISBN 978-80-260-5895-3, s. 28

⁶ MESSINGER, Gary S. *British propaganda and the state in the First World War*. New York, NY: Distributed exclusively in the USA and Canada by St. Martin's Press, c1992, x, 292 p. ISBN 07-190-3014-5, s. 7

propagandou „jednoho muže“ – Charlese Mastermana⁷, která později poskytla velkou inspiraci propagandě německé za 2. světové války; Francie se svojí propagandou často romantickou, plnou odkazů na bohémský život v zázemí i na frontě; Rakousko-uherskou, strohou, věcnou a podobně jako v Německu plnou mytických a symbolických zjevů.

Obrazovou propagandu jsem si vybral proto, že se projevila jako nejefektivnější: plakáty byly nápadné, úsporné a účinné – a tedy výhodné⁸.

Práce si klade tři otázky: Jaké byly dominantní motivy propagandy každé z tří zemí, na jaké hodnoty a emoce působila a jak v ní figurovaly vlastní i cizí národní symboly.

Charakteristika období počátku války

V prvním desetiletí 20. století byly evropské země prosperujícími průmyslovými společnostmi, kde léta krizí a úbytku vyrovnávaly úspěšná léta konjunktury. Populace vzrostla z 150 milionů kolem roku 1800 na 400 milionů v roce 1913 a tehdy byla Evropa přesvědčena, že prožívá nejšťastnější období svého života, označované jako „belle époque“ – krásné časy⁹.

Vztahy mezi zeměmi byly různě provázány pakty a smlouvami, které se snažily uchovávat mír. Postupem času vykrystalizovalo silnější ekonomické spojenectví mezi Francií, Británií a Ruskem proti Německu a Rakousku-Uhersku.

Německý kancléř Bismarck se Rusko pokoušel dostat na svou stranu, aby se uchránil pomsty Francie za vítězství Německa v Prusko-Francouzské válce roku 1871¹⁰. Tehdy se Němci zmocnili území Alsaska-Lotrinska a vychýlili rovnováhu sil ve střední Evropě¹¹, ač neúspěšně – Francie, znepokojena budováním sil a spojením Německa s Rakousko-uherskem, roku 1892 navázala smlouvu s Ruskem: při napadení Německem si přijdou na pomoc¹².

V roce 1913 se v Berlíně účastnili svatby Victorie Luisy, dcery německého císaře Viléma II., dle tehdejších novin ti nejmocnější muži, každý vládoucí třetině světa¹³: britský král Jiří V., německý císař Vilém II. a ruský car Mikuláš II. Globalizace už tehdy probíhala v plném proudu a jako velmi symbolické gesto tohoto období prosperity lze označit otevření Mírového paláce v Haagu. Andrew Carnegie, jež ho nechal vystavět, to komentoval slovy:

⁷ *Ibid.*, s. 25

⁸ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 8

⁹ DOBRÝ, Václav. *Světová válka*. Plzeň: Slovan, 2014, 347 s. ISBN 978-80-260-5895-3, s. 5

¹⁰ *Ibid.*, s. 6

¹¹ SIMKINS, Peter, Geoffrey JUKES a Michael HICKEY. *První světová válka: válka, která měla být poslední*. Vyd. 1. Praha: Brána, 2014, 351 s. ISBN 978-80-7243-684-2, s. 28

¹² *Ibid.*, s. 29

¹³ DOBRÝ, Václav. *Světová válka*. Plzeň: Slovan, 2014, 347 s. ISBN 978-80-260-5895-3, s. 6

„Pískovec máme z Francie, cihly z Holandska, granit ze Skandinávie, sklo z Británie, bronzové sochy z USA, vázy z Číny a Japonska, koberce z Turecka, dřevo z Rakousko–Uherska, obří hodiny ze Švýcarska a železná vrata dodali Němci.^{14c}

Blížily se ovšem válečné časy. V roce 1908 Rakousko-Uhersko anektovalo Bosnu a Hercegovinu, proti čemuž se zvedla vlna odporu, např. demonstrace v Bělehradu. Srbové čekali podporu od Rusů bezúspěšně. Vznikaly tedy teroristické organizace, které si „braly spravedlnost do vlastních rukou“: jednou z nich byla Černá ruka (skupina srbských armádních důstojníků¹⁵) a Mladá Bosna (zejména studentské uskupení¹⁶ z balkánských zemí), kam patřila i šestice atentátníků na Františka Ferdinanda. Tyto dva spolky měly na paměti jak sjednocení Jugoslávie, tak národní zájmy Srbska.

Mír v oblasti byl dál ohrožen: během první balkánské války v letech 1912–1913 se střetly spojené země Řecka, Bulharska, Srbska a Černé hory s Osmanskou říší. Vítězné mocnosti Balkánské ligy si skrz Londýnskou smlouvu přisvojily Albánie, Kosovo, Makedonii, Thrákii, Krétu a další ostrovy. Následovala druhá balkánská válka, která trvala krátce přes měsíc, mezi Bulharskem, Srbskem a Řeckem. Tvrdí se, že první světová válka začala jakožto třetí z balkánských válek, jejichž záběr však dosud nesahal za Balkánský poloostrov¹⁷.

Po atentátu následovaly rakousko-uherské protisrbské pogromy¹⁸ v Sarajevu a dalších zemích. Mnoho etnických čistek vykonala polovojenská milice Schutzkorps, pronásledující srbské povstalce v nově anektovaném území, údajně složená z muslimských bojovníků¹⁹.

23. 7. poslalo Rakousko-Uhersko Srbsku ultimátum: obsahovalo např. potlačení publikací, podněcujících k nenávisti a pohrdání monarchií, konec spolků a skupin, tvořících propagandu proti Rakousku-Uhersku, a další podmínky. Zásadním bodem zde však byla žádost o dopadení organizátorů atentátu²⁰.

Rakousko-Uhersko žádalo odpověď do dvou dnů²¹. Srbové sice ihned přijali většinu požadavků včetně veřejné omluvy, avšak odmítli ty z nich, které zasahovaly do státní svrchovanosti země (a kam patřil bod 6. – „zavede soudní vyšetřování proti těm účastníkům

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ DOBRÝ, Václav. *Světová válka*. Plzeň: Slovan, 2014, 347 s. ISBN 978-80-260-5895-3, s. 7

¹⁶ STEVENSON, David. *1914-1918: the history of the First World War*. London: Penguin, 2012. ISBN 978-071-8197-957, s. 10

¹⁷ SIMKINS, Peter, Geoffrey JUKES a Michael HICKEY. *První světová válka: válka, která měla být poslední*. Vyd. 1. Praha: Brána, 2014, 351 s. ISBN 978-80-7243-684-2, s. 6

¹⁸ DJORDJEVIĆ, Dimitrije, Richard B SPENCE a Linda L NELSON. *Scholar, patriot, mentor: historical essays in honor of Dimitrije Djordjević*. New York: Distributed by Columbia University Press, 1992, xi, 422 p. ISBN 08-803-3217-4, s. 313

¹⁹ BANAC, Ivo. *The national question in Yugoslavia: origins, history, politics*. 2nd pbk. print. Ithaca: Cornell University Press, 1988. ISBN 978-080-1494-932, s. 367

²⁰ VESELÝ, Zdeněk. *Světová politika 20. století v dokumentech: (1900-1945)*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2000. ISBN 80-245-0033-7, s. 29-30

²¹ DOBRÝ, Václav. *Světová válka*. Plzeň: Slovan, 2014, 347 s. ISBN 978-80-260-5895-3, s. 12

spiknutí z 28. června, kteří se zdržují na území Srbska, a svolí, aby orgány delegované c. a k. vládou se zúčastnily příslušného vyšetřování²²“).

František Josef I. vydává o pět dní později manifest „Mým národům“, a Rakousko-Uhersko vyhláší Srbsku válku.

Teorii o vzniku války koluje mnoho. Zmiňme např. tu, že válka byla plánována centrálními mocnostmi již dříve – pro pruské aristokraty, důstojníky a průmyslníky byla prostředkem odvrácení pozornosti od narůstajícího vlivu sociálně demokratické strany, pro Německo by znamenala zabránění modernizace Ruské armády, ukončení jeho kontinentálního obklíčení a získání celoevropského vlivu jako světové velmoci²³. Vilém II. totiž svolal 8. 12. 1912 vysoké vojenské poradce na zasedání válečné rady a závěry, ke kterým zde došli, odpovídají událostem roku 1914. Je tedy možné, že se Němci na válku připravovali nejméně 18 měsíců²⁴.

V řetězové reakci 1. 8. vypovídá Německo válku Rusku, které vstoupí do války na podporu Srbska, o dva dny později Německo vypovídá válku i Francii (vilémovská vojska vstupují do Belgie), vlivem čehož 4. 8. Německu vypovídá válku Velká Británie pro porušení belgické neutrality. Japonsko se přidává k Trojdohodě (Anglie, Francie a Rusko), Turecko a Bulharsko se přidává k Trojspolku (Německo, R-U, Itálie). V roce 1915 do Trojdohody přestupuje Itálie²⁵.

O dalších válečných událostech tohoto období je možné se dočíst v mnoha publikacích, s nimiž se v roce 2014 naplnil trh; zmiňme např. studii Christophera Clarka *Náměsíčníci*, v diplomové práci referovanou publikaci od Sanderse, Jukese a Hickeyho *První světová válka* nebo od Maxe Hastingsse *Katastrofa 1914*.

²² VESELÝ, Zdeněk. *Světová politika 20. století v dokumentech: (1900-1945)*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2000. ISBN 80-245-0033-7, s. 29-30

²³ SIMKINS, Peter, Geoffrey JUKES a Michael HICKEY. *První světová válka: válka, která měla být poslední*. Vyd. 1. Praha: Brána, 2014, 351 s. ISBN 978-80-7243-684-2, s. 33

²⁴ *Ibid.*, s. 33

²⁵ DOBRÝ, Václav. *Světová válka*. Plzeň: Slovan, 2014, 347 s. ISBN 978-80-260-5895-3, s. 14

Co je to propaganda a co je jejím smyslem

Slovo propaganda se poprvé objevuje kolem roku 1622, kdy papež Řehoř XV. (1621 – 1623) založil společnost vyššího kléru, vyučující budoucí misionáře, tzv. „Kongregace pro evangelizaci národů“ či „Sacra Congregatio di propaganda fide“ svojí bulou „Inscrutabili Divinae“. Tato organizace měla kořeny již v 16. století, kdy ji řídila komise kardinálů, zvolených papežem Řehořem XIII. (1572 – 1585).

Termín propaganda má mnoho významů podle doby a využití. Edward Bernays jej definuje jako „*mechanismus, kterým je ve velkém měřítku šířeno přesvědčení nebo doktrína*“ a „*jakákoli instituce nebo schéma, skrz které se šíří přesvědčení či doktrína;*“ či „*systematizovaná snaha získat veřejnou podporu pro určité přesvědčení nebo činnost*“.

Dnešní propaganda je dle něj „*konzistentní a vytrvalou snahou utvářet události tak, aby ovlivňovaly vztah veřejnosti k počínům, myšlenkám či skupinám.*“ Taktéž ji pokládá za logický způsob organizace demokratické společnosti malou skupinou. Pokud v dřívějších dobách panovníci tvořili historii tím, že rozhodovali nehledě na masy, dnes, pokud je má podpořit společnost, využijí propagandy jako prostředku, který jim zajistí souhlas této vrstvy²⁶.

„*Teoreticky se může každý občan rozhodovat podle sebe (...) avšak pokud by v praxi všichni měli studovat veškerá (...) dostupná data, bylo by nemožné dojít k rozhodnutí ohledně čehokoli.*“ Podobně s cenami – nelze vždy provádět výzkum, která značka je opravdu nejlevnější a zároveň nejkvalitnější na trhu. Dobrovolně se tak lidé rozhodli, že neviditelná vláda bude data přesívat, aby byl prostor o rozhodování omezen do praktičtější a jednodušší formy.

Bernays dále tvrdí, že cokoli zásadního, co se děje v politice, vzdělávání, a dalších odvětvích, se děje především za pomoci propagandy jakožto výkonné paže neviditelné vlády. Schopnost číst a psát měla běžnému člověku dodat schopnost lépe rozhodovat, avšak namísto toho mu vstúpila možnost číst např. poštovní známky s reklamními slogany, které pokud dostal milion dalších osob, milion jich dostalo stejnou pobídku.

Propaganda samotná je nyní součástí obecné kultury, nad kterou má veřejnost pouze omezenou kontrolu. Propaganda všeho druhu naplňuje veřejná prostranství a zdaleka nemusí být vojenská, stačí pouze, když ovlivní postoj těch, kterým je ukázána – je jí i obyčejná reklama. Poprvé byly tyto techniky použity za první světové války ve spolupráci s médii a komerční kulturou. Reklamní agentury z této spolupráce dosáhly vlastní legitimizace. To, jak

²⁶ BERNAYS, Edward. *Propaganda*. Nové vydání. Brooklyn NY: Ig, 2005, 168 s. ISBN 978-0-9703125-9-4, s. 20–27

je umění propagandy svázáno s komerčním sektorem popsal např. novinář Clark Blade v roce 1945, kdy srovnává reklamu na Coca-Colu, s formou spojenecké propagandy v témž roce²⁷.

S rozvojem moderních médií dochází k většímu prosazení propagandy, kdy telefon, televize, ale i internet zintenzivňují tlak na vědomí jedince. Na začátku 20. století psychologové Walter Dill Scott a Gustav LeBon zastávali názor, že masy jsou citlivé na nakažlivé a iracionální podvědomé pobídky a opakovaná přitažlivá tvrzení²⁸; namísto myšlenek jednájí podle impulsů, zvyků, emocí, mezi které patří např. intuitivní důvěra ve vůdce.

Když má ovšem dav myslet za sebe, provádí to skrz klišé a obrazy reprezentující dojmy, zkušenosti a myšlenky²⁹. Snadno se tak vytváří autostereotypy (tvorba obrazu sama sebe) a heterostereotypy (tvorba obrazu nepřítele). Bertrand Russel v roce 1922 hovořil o vzdělání, které mládeži s nedostatečně vyvinutým kritickým myšlením podsouvá sugestivní názory, založené na reklamním a propagandistickém umění³⁰.

Zmíňme také definici propagandy jako „*zpravidla institucionalizovaného šíření ideologických pravd, vyznačující se užíváním všech možných formálních prostředků persvaze*³¹“. Eticky se tato propaganda dělí na bílou (která jistá etická pravidla nepřekračuje – ovšem přes své emotivní sdělení může prokazatelnost svého smyslu a jeho význam zcela zastříť) a černou, kde účel světi jakékoli prostředky a pravdivost se odsouvá do pozadí³². Lživá nebo matoucí perspektiva propagandy je zde běžná.

V první světové válce různé vládní agentury vyvíjely techniky, jež apelovaly na všechny stavy, vlastníci zdroje, které by se daly zužitkovat³³. Válečný nepřítel byl ukázkou svých zločinů zbarven do nejhorších odstínů.

²⁷ *Ibid.*, s. 8 – 20

²⁸ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 11

²⁹ BERNAYS, Edward. *Propaganda*. Nové vydání. Brooklyn NY: Ig, 2005, 168 s. ISBN 978-0-9703125-9-4, s. 50

³⁰ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 11

³¹ KOUBA, Miroslav, Dagmar MAGINCOVÁ a Ivo ŘÍHA. *Kontexty propagandy*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2012, 350 s. ISBN 978-80-7395-515-1, s. 11

³² *Ibid.*, s. 12

³³ BERNAYS, Edward. *Propaganda*. Nové vydání. Brooklyn NY: Ig, 2005, 168 s. ISBN 978-0-9703125-9-4, s. 27

1.1. Obrazová propaganda

Využívání obrazové propagandy ale není novým fenoménem. Už v roce 1522 obsahuje Gutenbergův Nový zákon obrázků draka ze Zjevení s papežskou tiarou a další protikatolické obrazy³⁴. Podstatné zde je, že s rozvojem knihtisku v 19. a 20. stol. byl masový tisk plakátů, letáků a dalších nástrojů propagandy stále snadnější a válka jen podala potřebný impuls.

Plakát je jako nejlepší typ obrazové propagandy dle Aulichy nápadný, úsporný, účinný, přímý a jednoduchý. Jako psychologická zbraň v zázemí plakát přemlouvá, svádí a nutí obyvatelstvo, vlastníci peněžní i pracovní zdroje pro válečnou mašinerii, aby přispělo.

V citaci z kázání biskupa H. Hensona ve Westminsterském opatství z roku 1925 je plakát popsán jako přesvědčivý a pozitivně vzdělávací prostředek, vytvářející společenské a estetické rámce podobně jako sakrální umění v minulosti.

Obrazové propagandě také vyhovuje urbánní prostředí: může být vyobrazena všude tam, kde upoutá (v průměru čtyřsekundovou) pozornost obecnostva: v parku, na dopravních trasách, v obchodech, na vozidlech, náměstích. V roce 2002 firma *Advertising Standards Authority* zveřejnila výsledky průzkumu, kde plakáty byly druhým nejúčinnějším prostředkem po televizní reklamě³⁵, účelně tvořící názor veřejnosti na témata jako válka, vojenská služba, politické preference v období voleb, napětí ve společnosti nebo komerční produkty.

Jedním z nejproslulejších příkladů užití obrazové propagandy je plakát Alfreda Leete „Lord Kitchener wants you!“ pro jeho přímé sdělení a prst, ukazující na recipienta. Tímto byl později inspirován proslulý plakát „Strýčka Sama“ od Jamese Montgomery Flagga „I want you for the US Army“³⁶ a další toho druhu. Ustálení obrazu tak formuje část vizuálního jazyka, který si čtenář okamžitě asociuje³⁷.

V obrazové propagandě umělec spíše než na rozsáhlý popis spoléhá na metonymii, např. vlajku, znázorňující zemi, bombu, představující vojenskou moc a podobné³⁸. Pokud by tyto obrazy byly namísto zkratkovitého a úderného znázornění rozváděny do důsledků nebo ukazovaly výsledky studií, málokomu by na ně zbyla pozornost. Ve chvílích rozhodnutí hraje emocionální náboj obrazu zásadní roli, nikoli pravdivost zobrazeného³⁹.

³⁴ JOWETT, Garth a Victoria O'DONNELL. *Propaganda and persuasion*. 4th ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage, c2006, xxii, 422 p. ISBN 1412908981, s. 69-70

³⁵ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 8 – 12

³⁶ I want you for the U. S. Army. In: *American treasures of the Library of Congress* [online]. 2010, Library of Congress [cit. 4. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.loc.gov/exhibits/treasures/images/tlc0090.jpg>

³⁷ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5

³⁸ *Ibid.*, s. 15

³⁹ LEE, Alfred McClung. *The Analysis of Propaganda: A Clinical Summary*. In. *American*

Aby propagandistická zpráva pronikla médií co nejrychleji, vyžaduje několik faktorů:

- 1) Relevantní událost, která své zobrazování opravňuje,
- 2) Uvěřitelné teorie, které propaganda zobrazuje a které jsou spojené s událostí tak, že v recipientovi už zůstane asociace,
- 3) Organizační podporu, která zdůrazní důležitost zprávy⁴⁰.

Prozkoumejme nejprve metodiku, jak taková propaganda vzniká. Lee uvádí jedenáct základních metod, které používá při komunikaci jak běžný člověk, tak profesionální technik propagandy (dále propagandista). Tyto dále dělí do čtyř podskupin:

- 1) Základní procedury (způsoby, kterými propagandisté organizují svoji práci),
- 2) Využívání souhrnných termínů (typicky redukující problematiku na výstižné slogany, bonmoty, hlášky, doprovázené symbolickými a jinými prostředky),
- 3) Identifikační techniky (spojující propagandu s určitým jevem, např. s „obyčejnými lidmi“, nebo s tím, co „každý nesnáší“),
- 4) *Strategické techniky* (způsob, jak se propagandista snaží oslabit efektivitu svého konkurenta⁴¹).

Následuje shrnutí nejčastějších praktik; toto není absolutní seznam.

Pod základní procedury spadá:

- a) Výběr tématu: zde si propagandista vybírá sporné téma, o kterém se chtěl vyjádřit. Na tom, jaké si vybere téma závisí i to, odkud své snahy povede a jakou podporu může očekávat.
- b) Případová studie (orig. Case-making): V tomto kroku se fakta, lži, prohlášení, obrázky, popisy, a další „materiál“ upravují do takové formy, aby byl v recipientovi navozen ten nejlepší, nebo nejhorší dojem. Je-li výsledek velmi zaujatý, dá se toto označit jako „card-stacking“: vezme se dostupný materiál a využije se všemožné interpretace, rétoriky a zobrazování tak, aby propagandistova strana vypadala jako nejlepší a protivníková jako ta nejhorší.
- c) Zjednodušení: Redukce sdělení na hlášku, slogan, heslo. Pro tuto fázi je typická jednoznačnost propagandy: jsou jen dvě možnosti, černá a bílá, dobro a zlo. Nejistota by zmátla recipienta a zpráva by ztratila ráz.

Pod využívání souhrnných termínů spadá:

Journal of Sociology, Vol. 51, No. 2. (Sep., 1945), s. 126

⁴⁰ *Ibid.*, s. 131

⁴¹ *Ibid.*, s. 133

- d) Pojmenovávání: Namísto diskuse propagandista použije „nálepku“, aby recipient jednoznačně podpořil nebo odmítl určitou ideu, aniž by sám problém zkoumal.
- e) Noblesní generalizování: Namísto diskuse propagandista použije „noblesní slogan“: pod tímto si můžeme představit hlášku, která vyvolává v recipientovi kladné nebo záporné emoce, je spojena s určitými koncepty dobra, zla, např. „Yes, we can!“, opět aniž by recipient sám problém zkoumal.

Pod identifikační techniky spadá:

- f) Přenos: Způsob budování identity mezi propagandistou a subjektem, který máme buď podpořit, či odsoudit; může např. přenášet autoritu či vliv jednoho fenoménu na druhý, aby i tento byl autoritou/vlivem prvního „zaštitěn“.
- g) Testament: Podobný f), pouze zde pozitivní nebo negativní fenomén zaštituje jedna konkrétní osoba. g) a f) přenáší nadšení recipienta pro jedno na druhé, co chce propagandista nějak zabarvit (např. obrázek vládce u verbování).
- h) Obyčejní lidé: Spolu s dalším bodem je h) metodou, kde se propagandista snaží upozornit na domněle společný původ nebo zájem mezi ním a recipientem. h) apeluje na to, že propagandista mluví jménem běžného lidu.
- i) Bandwagon: Způsob, kterým propagandista dává najevo, aby s ním lidé souhlasili, protože „už to dělají všichni ostatní“. h) ztotožňuje propagandistu s recipientem, i) ztotožňuje recipienty s těmi, „co to už dělají“.

Pod strategické techniky spadá:

- j) Horká brambora: Jak už název vypovídá, jedná se o jakési „přistížení při činu“, provokace. Propagandista zmíní citlivé téma, které se recipienta dotkne. Sem můžeme řadit např. plakát „Daddy, what did you do in the great war?⁴²“, kdy se děti ptají otce, co dělal ve válce.
- k) Zdržování: Hra o čas, využívání uvěřitelných zdržovacích taktik, kvůli kterým může opozice ztratit čas, chuť, nebo podporu, než přijde samotný konflikt. Může se jednat např. o zdržující „inspekce“, přemíru byrokratických obstrukcí a další.

Co bývá v obrazové propagandě nejčastěji znázorňováno a jak?

⁴² Daddy, what did you do in the great war? In: *Collection items* [online] © 2015 British Library Board. [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z <http://www.bl.uk/britishlibrary/~media/bl/global/world-war-one/collection-item-images/daddy-what-did-you-do-in-great-war.jpg>.

Od začátku 20. století hraje velký význam při tvorbě propagandy fotografie⁴³, která postupem času v některých svých formách dostává kultovní status.

Obrazy žen a dětí, trpících v průběhu války, byly využívány zejména pro charitativní účely, např. variace na křesťanskou pietu: matku s mrtvým dítětem v náručí⁴⁴.

Jinou účinnou strategií je využití rasových a národnostních stereotypů pro označení nepřítele jako agresivního a iracionálního barbara, tvořící tak populární heterostereotyp. Jindy může být nepřítel znázorněn jako zvíře^{45,46}.

Další z metod obrazové propagandy je demolice symbolů, typických pro národy nebo mocnosti⁴⁷, či naopak jejich oslavování a budování^{48,49}.

Dále svázání propagandy s komerčním sektorem (např. využití při prodeji tabákových výrobků s malou částí věnované válečnému průmyslu⁵⁰, které zvedlo prodeje tabáku⁵¹). Zásadním prvkem tohoto typu propagandy byl právě humorný a téměř idylický styl války, uklidňující domácí příbuzné vojáků, spolu s pozitivními dopisy z války^{52,53}.

V zemích Trojdohody byly dle Aulichy komerčně-válečné plakáty laděné ve volnějším stylu, jako např. ve Francii⁵⁴, kdežto na straně Trojspolku dominovaly spíše umírněné, ikonické motivy hrdinů a obětavých vojáků⁵⁵.

Jindy jsou tématem zobrazení politické figury, reálné i vymyšlené. Ať už jde o významného vůdce koloniálních válek Horatio Kitchenera, Johna Bulla, ztělesnění Británie, nebo osobnosti, zastupující určitý fenomén, zemi či produkt, tyto byly velmi rozšířené⁵⁶.

⁴³ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 15

⁴⁴ *Ibid.*, s. 18

⁴⁵ Indië Moet Vrij. In: *Geheugenvannederland* [online]. 2015 Koninklijke Bibliotheek [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: http://resources21.kb.nl/gvn/NIOD01/NIOD01_AF0106_W.jpg

⁴⁶ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 18

⁴⁷ Stützt unsre Feldgrauen - Zereisst Englands macht. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/16595>

⁴⁸ It's our flag. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/16829>

⁴⁹ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 19

⁵⁰ Arf a mo, Kaiser! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/152/media-152119/standard.jpg>

⁵¹ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 44

⁵² *Ibid.*, s. 47

⁵³ Keep on sending me OXO. In: *The Telegraph* [online]. © 2015 Copyright of Telegraph Media Group Limited [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: http://i.telegraph.co.uk/multimedia/archive/01455/Oxo_1455667c.jpg

⁵⁴ Ohé les Copains! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/143/media-143718/standard.jpg>

⁵⁵ Bulgaren-Held. In: *World War 1 Propaganda posters* [online]. © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.w1propaganda.com/sites/default/files/3g11625u-1209.jpg?1309900491>

⁵⁶ Boys and girls! You can help your Uncle Sam win the war – save your quarters, buy War Savings Stamps. In:

Další zobrazovaná témata se týkají technického pokroku⁵⁷, podpory válečných půjček, která se objevovala u všech stran, v Německu ale až od roku 1916⁵⁸, inspirována západní technikou působení na obyvatelstvo v týlu.

Britské, francouzské a americké plakáty byly ve srovnání s plakáty Trojspolku přímější – např. jednoduchý povel „*Eat less bread*“⁵⁹, jindy apelující na mužnost formou zastání své pozice⁶⁰ či viny za neúčast⁶¹, ačkoli těchto bylo mnohem méně⁶².

Obrazová propaganda ovšem působila i na muže mimo frontu⁶³, ženy⁶⁴ a děti⁶⁵, apelující tak na všechny, kteří mohli něco svého pro válečné tažení poskytnout.

Poslední zmínku si zaslouží charitativní činnost a již zmíněný sběr peněz na válečné půjčky a dluhopisy. Mocnosti Trojspolku v nich často vyobrazovaly dramatické a tragické jevy a spíše utrpení⁶⁶, ve zřetelném kontrastu k veselým a pozitivním obrazům Trojdhody⁶⁸, ačkoli i zde se našly výjimky⁶⁹. Obě strany měly oblíbené mytické motivy.

Podrobnější analýza obsahu propagandistických plakátů, ilustrací a zobrazení nám také poskytne potvrzení nebo vyvrácení hypotéz, popisovaných ve *Válečných plakátech*.

Library of Congress [online]. 2015 Library of Congress [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3b50000/3b52000/3b52400/3b52466r.jpg>

⁵⁷ Uránia: U hajók elöre. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/150/media-150754/standard.jpg>

⁵⁸ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 48

⁵⁹ Eat less bread. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: http://www.iwmshop.org.uk/images/prod_22674.jpg

⁶⁰ It takes a man to fill it. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/141/media-141893/standard.jpg>

⁶¹ You are no exception – join now. In: *Archives of Ontario* [online]. © 2015 Archives of Ontario [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: http://www.archives.gov.on.ca/en/explore/online/ww1/pics/16179_no_exception_770.jpg

⁶² AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 50

⁶³ We're both needed to serve the Guns! Fill up the ranks! Pile up the munitions! In: © 2011 *Jiggys Communications, LLC* [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z:

<http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3g10830u-40.jpg?1308436719>

⁶⁴ These women are doing their bit. Learn how to make munitions. In: *The National Archives*. [online] [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: http://www.allposters.com/-sp/These-Women-Are-Doing-Their-Bit-Learn-to-Make-Munitions-Posters_i2915919_.htm?AID=1802191384

⁶⁵ Boys and girls! You can help your Uncle Sam win the war – save your quarters, buy War Savings Stamps. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z:

<http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3b50000/3b52000/3b52400/3b52466r.jpg>

⁶⁶ Kinder in not! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/147/media-147509/standard.jpg>

⁶⁷ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 52

⁶⁸ Sure! We'll finish the job. In: *Library of congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3g00000/3g09000/3g09600/3g09651r.jpg>

⁶⁹ Please help! Funds urgently needed by The Serbian relief fund. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 8. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/152/media-152032/standard.jpg>

Metodologie

Samotný název diplomové práce napovídá, že bude potřeba komparativní metody, kde srovnávám „objem“ zobrazovaného na stovce obrazů tří zemí. Představme si nyní tuto metodu.

Komparativní metoda patří mezi nejstarší postupy, s kořeny již v antice u Aristotela a mezi humanisty a osvícenci⁷⁰. Komparatistika je soubor několika metod, vybraných pro srovnávání, ale též typ plánování strategie výzkumu⁷¹ a specifický typ historického vědění⁷².

Jan Havránek jako příklad využití uvádí situaci, kdy polský hospodářský historik Frantisek Bujak našel v pramenech slovo „narok“. Rozbor polských pramenů však neumožnil určit náplň tohoto pojmu. Poté nezbylo než zjišťovat obsah pojmu – analogicky – z pramenů okolních zemí. V Čechách ovšem ve středověku existovalo právní ustanovení, podle něhož se lidé, podezřelí z krádeže, kteří však nebyli usvědčeni při činu a k vině se odmítli přiznat, museli očistit před tzv. božím soudem. Tomuto právnímu ustanovení se v Čechách říkalo „nárok“. A podle tohoto klíče Bujak zjišťuje etymologii polského slova narok⁷³.

Komparatistika v historické práci byla inspirována společenskými vědami 19. století, založených na srovnávání,⁷⁴ a základy jejího použití v historii položili ve 20. století příslušníci školy Annales Henri Pirenne a Marc Bloch. Historici používáním této metody usilovali o to, jak empiricky ověřit teorie jiných společenských věd, dotýkajících se historie, a nalézt tak cestu, jak odpovědět na otázky obecných dějin⁷⁵.

Historická komparatistika byla během svého vývoje nahlížena spíše jako okrajový proud⁷⁶, podezíraný pro neempirické bádání, kvůli důrazu na bádání mimopramenné a čistě analogické a redukci jedinečnosti a vyjimečnosti jevů z hlediska jejich srovnávání.

Metoda se od klasické komparace, která má charakter spíše technický, značně liší a předpokládá vyjasnění čtyř výzkumných otázek.

⁷⁰ HROCH, Miroslav. *Úvod do studia dějepisu*. Státní pedagogické nakladatelství, 1985, s. 234

⁷¹ VIGOUR, Cécile. La comparaison dans les sciences sociales: Pratiques et méthodes. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009, s. 71

⁷² LALLEMENT, Michel, SPURK, Jan (ed.) Stratégies de la comparaison internationale. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009, s. 71

⁷³ HAVRÁNEK, Jan. Metoda srovnávací. In MYŠKA, Milan, HAVRÁNEK, Jan, PACLÍK, Jiří. *Úvod do studia dějepisu*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1967, s. 78

⁷⁴ VIGOUR, Cécile. La comparaison dans les sciences sociales: Pratiques et méthodes. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009, s. 71

⁷⁵ ROSSI, Pietro. La storia comparata: Approci e prospettive. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009, s. 71

⁷⁶ PAULMANN, Johannes. Internationaler Vergleich und interkultureller Transfer. Zwei Forschungsansätze zur europäischen Geschichte des 18. bis 20. Jahrhundert. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009, s. 71

První je definice toho, co komparujeme. Srovnávané (dále také fenomén, jev) je konkrétní problematika (př. význam slova „narok“ v uvedeném příkladu), blíže definovaná dle vybraných kritérií komparace.

Zvolený celek je pak ohraničenou jednotkou, považovanou za relevantní jak pro podobu historického vývoje probíraného jevu, tak pro účely výzkumu.⁷⁷ Tato definice musí být pro optimální výsledek co nejpřesnější; je třeba vybrat, jaký typ fenoménu přesně srovnáváme a v této kategorii zůstat, aby se nám nezaměnil některý z užitých termínů za jiný, nevhodný.

Julius Bartl uvádí příklad, kdy neopatrný historik srovná instituce stejného názvu, aniž by si objasnil, zda se za stejným označením skrývá stejná funkce⁷⁸. Teoretici komparatistiky se shodují na tom, že odlišné celky, např. města se státy, srovnávat samozřejmě nelze.

Tento komparovaný celek jsou v diplomové práci propagandistické plakáty, pohlednice, letáky a další zástupci obrazové propagandy. Vzhledem k tomu, že všechny slouží stejnému účelu a jsou předkládány veřejnosti masovou formou, nemělo by toto mísení vadit (užívám zde i např. čistě textové plakáty a vyhlášky, protože byly podobně používány).

Používám namátkou vybraných 100 britských, 100 francouzských, a 100 rakousko-uherských plakátů pro co největší objem dat, který v tomto srovnání poskytne co nejobjecnější a nejreálnější odhad s zmenšenou možností odchylky (ta by se dostavila např. kdybych si vybral 20 plakátů, a náhodou by se sešlo všech 20 plakátů s podobným obsahem, což by poškodilo platnost výzkumu). U každého z obrazů odpovídám na tři výzkumné otázky a uvádím autora (či alespoň tiskárnu) s příslušným odkazem na plakát, které jsem pro jejich objemnost po domluvě s vedoucím uvedl až na konci práce.

Řešil jsem pouze tyto tři otázky: nezkoumal jsem výtvarnou úroveň. Práci neberu z pohledu historika umění, ačkoli obrazová propaganda jistě relevantní materiál pro takové bádání obsahuje.

Objekty srovnání lze vymezit ze tří hledisek: prostorově, časově a/nebo sociálně⁷⁹.

Prostorová ohraničení jsou geografická: státy, regiony, města. Časové vymezení zajišťuje srovnání vývoje určitého jevu na jednom prostoru v několika časových úsecích. V sociálním vymezení je definičním oborem bádání společnost.

Zde panuje neshoda: Jedna strana teoretiků považuje za jedinou možnou historickou komparatistiku pouze srovnávání prostorová, kdy dle Kaelbleho by se měl každý ze dvou

⁷⁷ SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009, s. 71

⁷⁸ BARTL, Julius. *Úvod do štúdia dejepisú*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1997, s. 103

⁷⁹ MAHONEY, James, RUESCHMEYER, Dietrich (ed.) *Comparative Historical Analysis in the Social Sciences* in SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009, s. 71

komparovaných celků nacházet na území jiné „národní společnosti“.⁸⁰ Dle tohoto klíče je tedy možné uvést srovnávání jednoho jevu v českém a německém městě, ale ne v českém a v jiném českém.

Tuto skutečnost je třeba posoudit i z hlediska vývojového: historik musí dbát na to, zda jsou zkoumané jevy stabilní, nebo proměnné, tedy jestli se nejedná spíše o procesy (např. ve vyobrazování propagandy proměňující se působení na různé lidské hodnoty, od počátku do konce války s tím, jak se vyvíjí např. branná povinnost nebo nasazení žen). Objektem komparace může tedy být např. skladba poddanských povinností (jakožto trvalý vztah), tak i proces transformace a likvidace feudálních povinností v různých zemích (jako vyvíjející se jev). Komparovat kulturní úroveň měšťanských domácností v Českém Krumlově a Soběslavi na přelomu 16. a 17. století je z tohoto hlediska tedy převážně bezpečné⁸¹.

V této diplomové práci jsem se prostorově vymezil na země Rakousko-Uherska, Francie a Velké Británie jako na jedny ze zásadních aktérů v první světové válce, také pro hledání rozdílu mezi zeměmi opozice. Časovým vymezením jsou roky 1914 a 1915; toto období jsem si vybral z důvodu začátku nové epizody válčení a tímto národy na samém počátku pracovaly. Sociálním vymezením jsou všichni obyvatelé určených zemí, civilní i vojáci.

Druhým bodem je určení cílů, které metodou sledujeme. Ty se řadí do čtyř kategorií:

- 1) Nejjednodušším a nejsnadněji realizovatelným cílem je základní určování shody a rozdílů mezi několika vybranými objekty komparace: v čem je jev jedinečný, v čem se liší a v čem se naopak shoduje (př. v čem se dané měšťanské domácnosti lišily a shodovaly). Nevýhodou tohoto cíle je, že v nejlepší případě může zodpovědět pouze a jen to – je ze své definice omezen. Tento cíl komparace uznává i tradiční pozitivistická historická věda⁸².
- 2) Podle získaných dat o shodě nebo rozdílu mezi komparovaným vytváříme kategorie, kde pokračujeme typologickou metodou (př. při studiu kulturní úrovně domácností měšťanů badatel zjistí, že všichni měšťané, kteří při výkonu řemesla používali zeminu, vykazují nejnižší kulturní úroveň v domácnostech: to se může stát východiskem nejnižší vrstvy v zamýšlené typologii měšťanských domácností⁸³).
- 3) Výběr místa, kde se fenomén, který komparujeme, objevuje v čase a v kontextu historického vývoje. Zde zjišťujeme, v čem jsou charakteristiky toho kterého

⁸⁰ KAELBLE, Hartmut. Der historische Vergleich: Eine Einführung zum 19. und 20. Jahrhundert. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009, s. 71

⁸¹ BŮŽEK, Václav. *Úvod do studia historie*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 1994, s. 62

⁸² HROCH, Miroslav. *Úvod do studia dějepisu*. Státní pedagogické nakladatelství, 1985, s. 235

⁸³ BŮŽEK, Václav. *Úvod do studia historie*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 1994, s. 62

fenoménu jedinečné pro vybrané místo, a v čem platí všude (př. zjištěné poznatky o domácnostech řemeslníků, využívajících zeminu v Soběslavi a Českém Krumlově, badatel srovnává s podobnými údaji, týkajícími se jiných měst stejného typu ve stejném časovém horizontu⁸⁴). Toto je zásadní při studiu národních a regionálních dějin⁸⁵ a v Čechách toto používá např. Miroslav Hroch ve svých dílech *Národy nejsou dílem náhody*⁸⁶ a *Na prahu národní existence*⁸⁷.

- 4) Vysvětlení kauzálních vztahů zkoumaných historických procesů, a případně jejich shodných nebo odlišných rysů (př. proč právě domácnosti řemeslníků, pracujících se zeminou, byly kulturně nejchudší⁸⁸). Toto je nejzávažnější složkou komparativní metody,⁸⁹ a až v tomto případě jedná o komparativní metodu v pravém slova smyslu. Studujeme vzájemnou souvislost jevů a jejich kauzálních vztahů, včetně vysvětlení jejich specifik, a pokud je objektem našeho bádání dynamická složka společenské skutečnosti, studujeme dílčí zákonitosti vývoje včetně jejích konkrétních projevů.

V diplomové práci se v první kategorii držím výzkumných otázek, spadajících právě pod určování shod a rozdílů:

Práce se dalších kategorií dotýká v tom, že výsledky komparace nám pomohou určit obecnou povahu propagandy té doby a zda ji země a v čem sdílely, jaká je propaganda všude, popř. a kde a čím je unikátní, odvozování její typičnosti pro místo původu (např. otázka Alsaska-Lotrinska pro Francii, ačkoli se práce může dopátrat i prvků pro Francii méně zřejmých), odvislost od událostí a jak byly zobrazovány (např. dobytí Belgie) a další.

Třetí bod je stanovení kritérií komparace.

Toto je mechanika, ve které určujeme hledisko nebo faktor, podle kterého budeme během komparace srovnávat, Hrochem zvaný „rozměr srovnání“⁹⁰. Zkoumané fenomény se totiž mohou značně lišit, některé mohou mít prvky, které druhé mít nemusí, a tedy se musí zkoumat a porovnávat podle nějakého klíče, který můžeme uplatnit na všech objektech komparace.

Ale ani to, že nalezneme sjednocující prvek, společný všem, nestačí: musí to být jev charakteristický, podstatný při zkoumání všech objektů (Hroch uvádí příklad omylu – měření

⁸⁴ *Ibid.*, s. 62

⁸⁵ BARTL, Julius. *Úvod do štúdia dejepisú*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1997, s. 103

⁸⁶ HROCH, Miroslav. *Národy nejsou dílem náhody*. Praha: Slon, 2009.

⁸⁷ HROCH, Miroslav. *Na prahu národní existence*. Praha: Mladá Fronta, 1999

⁸⁸ BŮŽEK, Václav. *Úvod do studia historie*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 1994, s. 62

⁸⁹ BARTL, Julius. *Úvod do štúdia dejepisú*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1997, s. 103

⁹⁰ HROCH, Miroslav. *Úvod do studia dejepisú*. Státní pedagogické nakladatelství, 1985, s. 235 – 236

hnědé barvy auta s obsahem jeho válců). U jednoduchých věcí nám zabrání zdravý rozum, ale v analyzování společenského vývoje je tento omyl poměrně běžný⁹¹.

Rozhodujícím pro volbu rozměru komparace je jeho vztah k problému, který hodláme řešit, nicméně toto se může během výzkumu ještě upřesnit; běžně se objevují nové proměnné, se kterými jsme na začátku výzkumu nepočítali⁹².

Činitelem, který spoluurčuje tento výběr kritéria, je stanovení cíle komparace, popsané výše. Záležitostí metodické úvahy je vybrat, zda budeme rozměry a kritéria aplikovat nejprve samostatně a potom je kombinovat, nebo zda aplikujeme všechna kritéria najednou. Zde hraje roli počet objektů komparace (Hroch uvádí jako příklad srovnání revolucí, kdy může být kritériem komparace vývoj revolučního programu nebo účast některých tříd a skupin na něm a další).

Čím větší počet objektů srovnáváme, tím výhodnější je omezit nejprve počet kritérií komparace na minimum. Přesné určení rozměrů srovnání je tedy dobré až poté, co jsme si definovali objekty komparace a ujasnili si, kterým cílem komparace se budeme zabírat.

Kritérii této diplomové práce jsou v souvislosti s výzkumnými otázkami:

1) Dominantní motivy. Pod tímto je možné si představit to výrazné, zásadní, co na obraze vidíme, pro což si během přezkoumávání určíme unifikující kategorie, které oněm obrazům přisvojíme a jejichž výčet nakonec provedu při zhodnocení.

Očekávám, že kategorie se během výzkumu vytříbí na několik natolik obecných, pod které bude možné zařadit co nejvíce plakátů, avšak zároveň jasné a srozumitelné, nekombinující neslučitelné jevy.

2) Hodnoty, na které působí. Tyto hodnoty si dělím podobným způsobem jako dominantní motivy.

3) Využití národních symbolů. Národní symboly, které jsou pro moji třetí (doplňkovou) otázku relevantní, jsou různé prapory, vlajky, erby, národu typické znaky, alegorie, autority.

Z jejich nejčastějšího použití poté odvádím výsledky.

Posledním bodem je určení jednoho ze tří typů časového hlediska, ze kterého aplikujeme komparativní metodu.

První je tzv. diachronní nebo vertikální (podle časové osy)⁹³, které sleduje jev chronologicky. Zkoumán je zde jev v různých obdobích jeho vývoje a mechaniky, které v tomto

⁹¹ *Ibid.*, s. 236

⁹² BARTL, Julius. *Úvod do štúdia dejepisú*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1997, s. 104

⁹³ HROCH, Miroslav. *Úvod do studia dejepisú*. Státní pedagogické nakladatelství, 1985, s. 234 – 236

vývoji fungovaly – například jak vypadal před a po námi vybraném období. Výsledky výzkumu se mezi sebou konfrontují a srovnávají, z čehož stanovíme shody a rozdíly (nikoli ale kauzalitu).

Druhý typ je tzv. synchronní, horizontální⁹⁴. V tomto zkoumáme dané jevy ve stejné době nebo krátkém časovém úseku na širším počtu zkoumaných regionů (př. všechny československé politické strany v předmnichovském období, srovnávané s politickými stranami téže doby na jiných místech Evropy). Podle tohoto určujeme jejich synchronnost a asynchronnost.

Julius Bartl popisuje, že se na zkoumané jevy díváme jako by byly neměnné, přestože historicky vzato se vždy mění alespoň v malých odchylkách i během krátkých časových období. To ale nemusí jít proti cíli výzkumu, jelikož i přes tyto malé nuance může zůstat podstata fenoménů stejná⁹⁵.

Dle Hrocha můžeme takto srovnávat procesy i právě relativně stabilní celky, včetně teritorií, procesů, událostí, probíhajících nezávisle na sobě. Synchronní komparativní analýza pomáhá pokaždé stanovit stupeň nerovnoměrnosti historického vývoje a proto je nutným východiskem pro třetí variantu použití srovnávací metody⁹⁶.

Tímto je je srovnávání „analogických situací“⁹⁷, kdy se badatel nemusí omezit pouze na související jevy, ale i na ty, které proběhly na různých místech za různých okolností, v různém čase – a i přes to vykazují typické rysy pro ten který fenomén.

Pokud objekty komparace procházely podobným historickým vývojem (ač třeba u každého jiným tempem), můžeme porovnávat stadia tohoto vývoje, které se v něčem shodují. Odtud vyplývá nutnost vědecké periodizace porovnávaných procesů podle jejich fází; pouze takto můžeme přesně určit objekt komparace a případně také její rozměr⁹⁸.

Toto srovnávání buduje na předpokladu zákonitostí historického vývinu a konsensu, že si různé oblasti prošly podobnými fázemi historického vývoje, přestože nebyly přímo ve styku (opět Hrochovo zkoumání národů)⁹⁹.

V diplomové práci využívám časové hledisko synchronní: zkoumám obsah propagandistických zobrazení ve stejné době (1914 – 1915) na třech vybraných zemích (Rakousko-Uhersko, Francie, Velká Británie).

Pro komparativní metodu je typické, že ve všech případech hledáme společné nebo charakteristické znaky, ve kterých se dané fenomény lišily nebo shodovaly. Její užitek tkví ve

⁹⁴ *Ibid.*, s. 234

⁹⁵ BARTL, Julius. *Úvod do štúdia dejepisu*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1997. 104

⁹⁶ HROCH, Miroslav. *Úvod do štúdia dejepisu*. Státní pedagogické nakladatelství, 1985, s. 237

⁹⁷ BARTL, Julius. *Úvod do štúdia dejepisu*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1997, s. 104

⁹⁸ HROCH, Miroslav. *Úvod do štúdia dejepisu*. Státní pedagogické nakladatelství, 1985, s. 237

⁹⁹ *Ibid.*

tvorbě zajímavých historických kontextů, kterých bychom si jinak nevšimli¹⁰⁰, ale skrývá v sobě rizika, které mohou výsledek zkreslit, a kterých by si měl být badatel vědom.

Například že různé země, byť sousední, se rozvíjejí nerovnoměrně, což vyžaduje obezřetnost při srovnávání čistě chronologickém (proto se zaměřuji jen na dva roky). Jsou-li dvě různé země na odlišných stupních vývoje, znemožňuje to využití pouhé analogie. Nelze také komparovat všechny odvětví života: Havránek hovoří o nejlepších podmínkách využití metody v oblasti faktů právně historických, jelikož právě instituce společenského života dle něj vykazují nejvíce analogii¹⁰¹.

Jinou nevýhodou komparace je, že na rozdíl od antropologie, sociologie nebo ekonomie badatel nemůže výsledky zopakovat skrz pozorování nebo experiment. Ověřujeme ale jinak:

Buď srovnáním výsledků vlastních s výsledky jiných, zde komparuji s teoretickým dílem Aulichovým, nebo srovnáním výsledků s již existujícími známými historickými pravidelnostmi a mechanikami. Havránek doporučuje v případě použití jakékoli metody, tedy ať už komparativní či jiné, pro jistotu použít ještě druhou. Díky tomu dosáhneme skrz dokonalejší nástroj historického poznání také spolehlivějšího výsledku, pro vzájemnou kontrolu použitých metod¹⁰².

Dle Hrocha je komparace po časové horizontále analogických historických situací nejdůležitějším případem užití komparativní metody, jelikož badateli otevírá cestu k postižení hlubších souvislostí historického vývoje a objasnění jeho dílčích zákonitostí. Jako příklady Hroch uvádí komparativní studium počátků feudálního státu, nástupu průmyslové revoluce, sociální základy národních hnutí a podobně.

Během analyzování komparovaného z hlediska jeho vzájemných paralel a souvislostí je třeba si být také vědom toho, že dřívější mohl, ale nemusl ovlivnit procesy pozdější. Např. u Hrochova rozboru národů mohl vývoj nadřazeného teritoriálního celku či kontinentu ovlivnit některé shodné rysy procesů jednotlivých zemí¹⁰³.“

¹⁰⁰ BARTL, Julius. *Úvod do štúdia dejepisu*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1997, s. 104

¹⁰¹ HAVRÁNEK, Jan. Metoda srovnávací. In MYŠKA, Milan, HAVRÁNEK, Jan, PACLÍK, Jiří. *Úvod do studia dejepisu*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1967, s. 79

¹⁰² *Ibid.*

¹⁰³ HROCH, Miroslav. *Úvod do studia dejepisu*. Státní pedagogické nakladatelství, 1985, s. 237

Využitá literatura

Základním dílem, které jsem použil, byl titul Edwarda Bernayse *Propaganda*. Dílo z třicátých let obecně zkoumá propagandu a její charakteristiky z psychologického, politického, vzdělanostního a sociokulturního hlediska. Pro svoji nadčasovost a vystihnutí základní neměnné filosofie fenoménu propagandy je dílo často citované v mnoha mladších publikacích a odborných pracích o tomto tématu.

Dalším využitým titulem, stěžejním pro pochopení propagandy, je analytická studie Alfreda McClung Lee *The analysis of propaganda: A clinical summary*, které popisuje techniky, které kancelář, vedoucí propagandu, využívá pro úspěšné dosažení svých cílů a jak. *Analysis of propaganda* se zaměřuje pouze na dílčí část této problematiky, proto je nejlépe využito ještě s doplňujícím dílem, které by poskytlo pohled na propagandu jako fenomén.

Pro popis propagandy obrazové jsem využil publikace Jamese Aulicha *War posters: Weapons of mass communication*, v českém překladu *Válečné plakáty* od Martina Čížka, která se zaměřuje na témata a ztvárnění propagandy v první a druhé světové válce, meziválečném období, ve studené válce a v současnosti. Text zde účelně doplňují obrázky, na druhou stranu dílo nejde příliš do hloubky a omezuje se na základní informace s tím, že čtenář, který má zájem víc, musí zapátrat jinde. K tomu mi posloužily dílčí informace o lokálních propagandách na webových stránkách např. galerií a archivů, které se jimi zabývaly a témata v obrazech rozebíraly.

Pro teoretické zakotvení propagandy britské jsem využil informačně objemný článek z *The historical Journal* od M. L. Sanderse *Wellington House And British Propaganda During The First World War*. Třicetistránkový spis se zaměřuje na celistvý vývoj britské propagandy po dobu první světové války. Výhodou díla je, že často cituje přímo z archivních pramenů, které se o britském propagandistickém aparátu dochovaly. V případě propagandy francouzské jsem využil kombinace několika internetových zdrojů, např. *Propagande 1914–1918*, stránce, provádějící zdařilou syntézu analýz témat francouzských plakátů a proč bylo zobrazeno to, co na nich dnes vidíme, dále např. *Petites réflexions concernant la Censure et la Propagande* o samotné cenзуře a další. Vzhledem k neoficiální povaze těchto zdrojů jsem využíval křížového ověřování z více míst.

Pro propagandu rakouskou jsem využil zdroje oficiálnějšího, kterým je stránka pod záštitou Rakouského státního archivu *1914–2014: 100 Jahre erster weltkrieg*, jež mimo informace o světové válce obsahuje také velkou sekci přímo o propagandě. Přes svou na první

pohled populárně naučnou podobu je kvalitním shrnutím toho, co o rakouské propagandě víme, včetně životopisů vybraných umělců, fotografií a naskenovaných archiválií.

Jako zdroj pro samotné plakáty posloužily nejrůznější digitální archivy, např. *Temple university*¹⁰⁴ (francouzská, britská), *Imperial War museum*¹⁰⁵ (britská, rakousko-uherská), americké *Library of congress*¹⁰⁶ (britská, francouzská) nebo *Jiggys communications*¹⁰⁷ (všechny tři země).

Další zdroje, uvedené na konci práce, posloužily jako doplněk k dílům a stránkám již uvedeným, proto je zde nevypisuji.

¹⁰⁴ <http://digital.library.temple.edu>

¹⁰⁵ <http://www.iwm.org.uk>

¹⁰⁶ <http://www.loc.gov>

¹⁰⁷ <http://www.w1propaganda.com/>

Výzkumné kategorie

1.2. Dominantní motivy

Dominantní motivy jsou druhy a formy sdělení obrazů na propagandistických obrazech.

1.2.1. My versus oni

Falešnost – Obraz ukazuje nebo popisuje nepřítele, jak páchá „lehčí“ zločiny: falšuje, zrazuje, krade.

Karikatura – Obraz karikuje v něm zobrazené aktéry např. na kreslené postavičky, tvoří určitý heterostereotyp. Jedná se o karikaturu formou satiry, tj. ponížení, přehnutí typických vlastností atp.

Krutost – Obraz ukazuje nebo popisuje nepřítele, jak páchá „těžší“ zločiny: přímé ublížení, mučení, demolice památek, vraždění...

Nevinnost – Obraz používá slova jako „nevinnost, bezbrannost“ a variace na ně, obraz ukazuje na civilistech (nikoli však na vojácích) následky ničení, bídu, chudobu.

Verbování – Obraz explicitně vybízí k přidání se do armády. Obsahuje slova jako „Enlist“, může ale i sloužit k pobídce verbování někoho jiného. Sem se nepočítají metafory, jako např. „Take up the sword of justice“.

Vojenství – Obraz ukazuje muže v uniformě, uniformy a jejich části. Sem nepatří alegoričtí rytíři v brnění.

Vzpomínka – Obraz se odvolává na konkrétní historickou událost. Sem patří i citace, pokud je uvedeno, kdy zazněly. Nepatří sem fiktivní události, smyšlené příběhy.

1.2.2. Formální motivy

Oslovení – Obraz oslovuje recipienta zájmenem přímých oslovení jako „Your“, „Vous“ a další. Sem se neřadí oslovení neosobní, např. „Mitbürger!“

Pohled na recipienta – Z obrazu přímo na recipienta shlíží snadno postřehnutelná postava.

Reklama – Plakát ukazuje produkt, určený ke konzumaci, k použití. Může fungovat i jako reklama na událost, pozvánka, a může být komerčního rázu. Nevztahuje se na válečné půjčky.

Text – Převládající nebo značná část obrazu, případně celý obraz, obsahuje text. Nebo se jedná o obraz s drobným písmem, které obsahuje zásadní údaje. Přečíst text je stěžejní pro pochopení sdělení obrazu, ovšem sem se nepočítá velké vyobrazení mála textu (např. 1–3 velkých vět), ani „úderné“ slogany, pokud ovšem nezabírají celý obraz.

1.3. Hodnoty, na které obrazy působí

Sem se řadí lidské hodnoty a emoce, na které zobrazení působí.

Víra v autoritu – Obraz ukazuje nebo popisuje relevantní zpodobení, zmínění, nebo citaci autority, která jde příkladem či má zásadní funkci v kontextu obrazu. Jedná se o jednotlivce, nikoli např. firmy či vládní organizace.

Vlastenectví – Je zmiňován boj za stát, boj za republiku, krále, práce za něj; ale také spojení recipienta s zemí, např. „naše vojsko“, „tvá země“.

Humor – Obraz svým ztvárněním má vyvolat smích.

Nenávist – Obraz ukazuje zločiny, které nepřítel napáchal, ve snaze proti němu naklonit recipienta.

Rodina – Obraz ukazuje nebo popisuje rodinu, vdovy, ženy, děti, v relevantním zobrazení jako zasažené válkou, ale nikoli např. zaměstnané v jejím důsledku.

Sebehodnota – Obraz vychvaluje recipienta, jeho zemi, zemská vojska, panovníka a další.

Spojenectví – Obraz ukazuje nebo popisuje existenci válečných spojenců z jiné země.

Svědění – Obraz se zejména ptá recipienta na nepříjemné otázky, často určitou variantu „Pomáháš, aby situace byla lepší, nebo ne?“

Zodpovědnost – Obraz recipientovi říká, že je potřeba, že je chtěný, že je cosi jeho povinnost, je nabádán k vykonání „svého dílu“ a další.

1.4. Národní symboly

Národní symboly se třídí dle typů vizuálních zmínění národu příslušejících charakteristik.

Autorita – V obraze se nachází historické postavy.

Alegorie – V obraze se nachází alegorické, metaforické a mytické figury a znázornění.

Národní symboly – V obraze jsou zobrazeny předměty, typické pro národ, např. kilt, alsasko-lotrinský oděv, orlice atp. Sem se nepočítají uniformy.

Národní znak – V obraze je státní vlajka či erb.

Prapor – V obraze je umístěn prapor.

Vládnoucí – V obraze je umístěn královský erb či standarta, postava krále, prezidenta atp.

Země – V obraze je zobrazena mapa země, typická místa země a další.

Britská propaganda v letech 1914 – 1915

Velká Británie vstoupila do války v srpnu 1914 a brzy zjistila, že bude vyžadovat značnou podporu i v zázemí. Na tvorbu britské propagandy šlo mnoho prostředků, avšak byla natolik efektivní, jak doba vyžadovala?

Německo od počátku války tvořilo propagandu, která na jeho stranu měla získat Spojené státy americké. Britská vláda se tomu na konci srpna 1914 rozhodla postavit a zřídit instituci „pro informování a ovlivňování veřejného postoje v zahraničí a popírání mylných tvrzení a výmyslů Německa¹⁰⁸“. Velká Británie etablovala kancelář pro propagandu ve Wellington House v Buckingham House v Londýně pod vedením Charlese Mastermana, maskovanou jako kancelář pojišťovny. Ani mnoho poslanců té doby nevědělo, že něco jako „Ministerstvo propagandy“, které bylo od té doby s Wellington House spojováno, existuje¹⁰⁹. Tak vznikla první instance „továrny na propagandu“, která v roce 1915 dosáhla až 2 500 000 publikací. Wellington House řídilo propagandu po celou dobu, vybranou v diplomové práci.

Jako svůj první čin v úřadě Masterman svolal 2. a 7. září konference literátů a publicistů a otevřel diskusi, jak propaganda vypadá a jak se chová. Dělna práce ve Wellington House proběhla dle geografických oblastí: jedna sekce se věnovala Skandinávii, další Holandsku, jiná Itálii a Švýcarsku atp. Pro USA byla taktéž vydělena samostatná sekce.

Každá z nich sledovala tisk příslušné země a k čemu se v ní přiklání veřejnost, vymýšlela a předkládala návrhy, které by tento názor mohly žádoucím způsobem ovlivnit a ukládala tvorbu nebo publikace těchto materiálů, pokud již nebyly k dispozici. V neposlední řadě měly tyto sekce také na starost své agenty v těchto zemích a ukládala „správný způsob komunikace“ anglickým novinářům či významným hostům, co do britského postoje ve válce.

Vedle těchto lokálních oddělení existovala také kancelář mediátorská, která se zabývala německou tiskovou propagandou. Na rozdíl od této, zmasovělé, se britská dostávala ke svým recipientům pouze neoficiálními způsoby¹¹⁰.

Zpočátku byla úkolem britských propagandistických kanceláří především cenzorská činnost: výběr toho, co se smí veřejnost dozvědět. V roce 1915 byly postiženy těžkými pokutami národní deník „The Times“, levicový týdeník „The Labour Leader“ a umělecký

¹⁰⁸ SANDERS, M. L. Wellington House and British Propaganda during the First World War1. *The Historical Journal* [online]. 1975, vol. 18, issue 01 [cit. 12. 2. 2015]. DOI: 10.1017/s0018246x00008700, s. 119

¹⁰⁹ Britain 1906 – 1918: Propaganda 1914 – 1918. THE NATIONAL ARCHIVES. *The National Archives* [online]. 2015 [cit. 11. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.nationalarchives.gov.uk/education/britain1906to1918/g6/background.htm>

¹¹⁰ SANDERS, M. L. Wellington House and British Propaganda during the First World War1. *The Historical Journal* [online]. 1975, vol. 18, issue 01 [cit. 12. 2. 2015]. DOI: 10.1017/s0018246x00008700, s. 120

magazín „London Figaro“¹¹¹ za zveřejňování neodsouhlasených zpráv. Výsledkem cenzurních zásahů bylo, že se veřejnost sice dozvídala fakta – ovšem bez kontextů.

V tomto pomáhala, ale i činila problémy, hlavně propaganda amatérská, jejíž původce postupně začal Wellington house proměňovat v „kanály“ propagandy oficiální.

Vedle Wellington House se o propagandu staraly ještě News Department of the Foreign Office a The Neutral Press Committee.

Druhý jmenovaný se sídlem ve Whitehall House se zpočátku staral o rozšiřování informací v tisku neutrálních zemí, ovšem brzy mu vznikly povinnosti nové, jako např. spolupráce mezi redakcemi zahraničních a tuzemských novin, propagace britského tisku v zahraničí, tvorba a šíření článků a telegrafních zpráv.

News Department of the Foreign Office mělo funkci podobnou jako The Neutral Press Committee, např. shromažďování informací zahraničních médií, týkajících se britské zahraniční politiky, ovšem mezi jeho nejzásadnější úkoly patřilo denní rozesílání zpráv do zahraničí, včetně zpráv telegrafních, a informování o dezinformacích z německé strany. Vedle toho se staralo o hodnocení navrhovaných propagandistických publikací a pokud byly uznány jako vhodné, byly zaslány do distribuce. Právě Foreign Office, jehož byl News Department součástí, mělo na starost počáteční cenzorskou práci, které v srpnu 1915 zanechalo. Při pozdější reorganizaci oficiální státní propagandy roku 1916 byla v lednu 1917 propaganda dřívějšího zřízení hodnocena jako „neorganizovaná, bez oficiálních stanov, kterých by se měla držet, bez jasné koncepce“¹¹², čemuž následovaly další reformy.

Častým tématem, které britská propaganda využívala, byla invaze do Belgie a potopení Lusitanie v květnu 1915. Jiným zásadním prvkem, objevující se v britské propagandě, byla snaha přimět mladé muže k dobrovolnému odvedení do armády. Z této doby se datuje již zmíněný plakát Lorda Kitchenera „Your country needs you“¹¹³. Během roku 1915 ovšem počet dobrovolných odvodů poklesl a bylo nutné zavést odvody povinné (Velká Británie byla jediná země, kde byl vstup do armády ještě ve válečném stavu dobrovolný).

Dvě stě sedmdesátí stránková kniha „Why We are at war – Great Britain's case“, vydána v srpnu 1914, shrnovala válku z historizujícího pohledu, a prodalo se jí přes 50 000 výtisků.

¹¹¹ Britain 1906 – 1918: Propaganda 1914 – 1918. Timeline. THE NATIONAL ARCHIVES. *The National Archives* [online]. 2015 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z:

http://www.nationalarchives.gov.uk/education/britain1906to1918/timeline/g6_timeline.htm

¹¹² SANDERS, M. L. Wellington House and British Propaganda during the First World War1. *The Historical Journal* [online]. 1975, vol. 18, issue 01 [cit. 12. 2. 2015]. DOI: 10.1017/s0018246x00008700, s. 120 – 123

¹¹³ Britons. Join your Country's army! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/176/media-176491/standard.jpg>

Co se týče propagandy, která mířila na muže a ženy v zázemí, byla efektivnější, pokud nebereme v potaz určitý prvek „vrozeného patriotismu“, na který mohla mít jen malý vliv. Jak válka pokračovala, vznikaly obavy, aby britský lid nebyl válkou vyčerpán a zcela nepřestal válečnou mašinerii podporovat¹¹⁴.

Během první světové války se ve Velké Británii také rozvíjela technika propagandy filmové (v roce 1915 je založena British Topical Committee for War Films), čemuž dosvědčovaly v druhé polovině války vypuštěné filmy „For the Empire“ a „The battle of the Somme“, které navštívily miliony lidí¹¹⁵.

K šíření byly využívány místní samosprávné úřady, struktury politické a spolkové, spolu se speciálními událostmi jako „Týden tanků“ nebo „Týden střeliva“.

Agentury se zaměřily na očekávání běžných občanů a jejich smysl pro solidaritu: spíše než abstraktní imperiální či národní symboly, nebo tragédie a lidská cena války, byli zobrazováni řadoví branci, zastupující národ a každodenní střadatelé, ze kterých se měli v budoucnu stát bohatí investoři podporou vojenských fondů. Ke konci války převládaly s návratem k civilnímu životu reklamy obchodní¹¹⁶ a poválečné motivy obsahovaly lákání na cesty do kolonií.

Během vývoje metody britské propagandy zažila velké rozšíření propaganda „pamfletová“. V již zmíněné snaze se co nejvíce lišit od německé masové propagandy měla britská vláda zájem o šíření odborných informací, avšak přístupných širším obecnstvům bez nálepky propagandy, aby si po přečtení recipient udělal vlastní obrázek.

S účinností pamfletů to bylo horší; nebylo možné získat statistiky, kam se dostanou a jak moc jsou moc čteny. V roce 1915 Charles Masterman na doporučení petrohradského ambasadora George Buchanana tisk pamfletů zastavil z důvodu nákladnosti jejich výroby a stavu společnosti, kde ještě stále ne každý uměl číst¹¹⁷.

Smyslem této pamfletové propagandy bylo, aby i zahraniční tisk byl co nejúplněji a nej přesněji informován o stavu války, a sám byl motivován k publicistice vlastní – pro brity bylo zásadní vystupovat jako co nejobjektivnější mediátor a tímto způsobem si získat rozhodující slovo při získávání informací.

¹¹⁴ SANDERS, M. L. Wellington House and British Propaganda during the First World War1. *The Historical Journal* [online]. 1975, vol. 18, issue 01 [cit. 12. 2. 2015]. DOI: 10.1017/s0018246x00008700, s. 123

¹¹⁵ Britain 1906 - 1918: Propaganda 1914 - 1918. THE NATIONAL ARCHIVES. *The National Archives* [online]. 2015 [cit. 11. 2. 2015]. Dostupné z:

<http://www.nationalarchives.gov.uk/education/britain1906to1918/g6/background.htm>

¹¹⁶ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 53

¹¹⁷ SANDERS, M. L. Wellington House and British Propaganda during the First World War1. *The Historical Journal* [online]. 1975, vol. 18, issue 01 [cit. 12. 2. 2015]. DOI: 10.1017/s0018246x00008700, s. 131

Dle tiskové zprávy Wellington house, vydané v červnu 1915, bylo vytištěno přes dva a půl milionu knih, pamfletů a dalších nástrojů propagandy v sedmnácti rozličných jazycích. V únoru 1916 to již bylo sedm milionů, doprovázených prohlášením, že v těchto sedmi milionech nebyly použity letáky, využívané propagandou německou. Mezi další britské propagandistické publikace patřily spisy (např. tzv. „Bryce report“ o válečném dění v Belgii), ministerské a královské vyhlášky a zprávy, a na počátku války také knihy, popisující příčiny války¹¹⁸.

Do roku 1916, kdy byl zrušen dobrovolný nábor skrz březnový Military Service Act 1916, nechala Parliamentary Recruiting Committee vytisknout 12 500 000 výtisků 164 různých předloh plakátů. Největší podíl na tomto měla tiskárna David Allen & Sons¹¹⁹.

Vrátíme-li se ještě ke světové distribuci, docházelo k ní primárně skrz paroplavební společnosti, ve více odlehlých částech vnitrozemí pomáhaly místní spřátelené dobrovolnické organizace (v Číně vypomáhalo křesťanské vydavatelství Religious Tract Society, na Balkáně pojišťovací firmy), někdy dokonce i jednotlivci (v Americe Sir Gilbert Parker rozesílal příslušné materiály na 13 000 adres vysoce postavených úředníků, členů vlády, právníků, učitelů a dalších – tedy publiku, které odborným pamfletům rozumělo nejlépe) ve spolupráci s Foreign office.

V tomto ohledu Foreign office zajišťovalo také to, aby byla propaganda umístěna tam, kde je snadno dostupná veřejnosti (např. různé čekárny, knihovny). Na to vše dohlíželo Wellington House, aby nedošlo k duplicitní distribuci.

Nás ovšem zajímá propaganda obrazová: v tomto ohledu Wellington House vydávalo své vlastní noviny, kde kladlo důraz spíše než na text na obrazy: vznikaly ilustrované žurnály, které si získaly oblibu vizuální přitažlivostí a zpracováním. Řadí se mezi ně např. *America Latina* (ve Španělsku a Jižní Americe), *O Espelho* (v Portugalsku), *Hesperia* (v řečtině), *Al Hakitat* (pro blízkovýchodní jazyky) a další, včetně čtyř indických nářečí¹²⁰.

¹¹⁸ SANDERS, M. L. Wellington House and British Propaganda during the First World War1. *The Historical Journal* [online]. 1975, vol. 18, issue 01 [cit. 12. 2. 2015]. DOI: 10.1017/s0018246x00008700, s. 130 – 131

¹¹⁹ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 52

¹²⁰ SANDERS, M. L. Wellington House and British Propaganda during the First World War1. *The Historical Journal* [online]. 1975, vol. 18, issue 01 [cit. 12. 2. 2015]. DOI: 10.1017/s0018246x00008700, s. 130 – 134

1.5. Britské propagandistické plakáty a jejich prvky

V následující části, jejíž obdoba bude následovat po každém teoretickém shrnutí propagandy dané země, se zaměřuji přímo na plakáty. Některé plakáty byly vydávány s totožným obsahem, kdy se lišily např. jen barvou, fontem a podobně; tyto shrnuji a uvádím jako jeden vzorový plakát. Plakáty, kde jsem nenašel přesný rok vydání, vynechávám.

1. *How the Hun Hates!* (1915) Wilson, David, & W F B (autor)

Dominantní motivy: Falešnost, Karikatura, Nevinnost, Text, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

2. *The Hun and the Home.* (1914) Wilson, David, & W F B (autor)

Dominantní motivy: Krutost, Nevinnost, Oslovení, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Rodina, Sebehodnota, Spojenectví, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

3. *Come and do your bit.* (1915) David Allen & Sons (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Pohled na recipienta, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

4. *Britain is fighting for the freedom of Europe* (1915) Straker Brothers (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

5. *For the French Red Cross. Please help.* (1915) Forestier, A. (autor)

Dominantní motivy: Pohled na recipienta, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Spojenectví, Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

6. *What will your answer be.* (1915) Chorley & Pickersgill (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Rodina, Svědomí, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

7. *Remember the 'Lusitania'* (1915) A. White & Co. (tisk)

Dominantní motivy: Falešnost, Krutost, Nevinnost, Oslovení, Text, Verbování, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

8. *Answer the Call* (1915) Shaw, Byam (autor)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Národní znak

9. *There is still place in the line for YOU* (1915) Haycock-Cadle Co. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Svědomí

Využití národních symbolů: -

10. *Remember Belgium: enlist to-day* (1914) Henry Jenkinson (tisk).

Dominantní motivy: Nevinnost, Pohled na recipienta, Verbování, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Rodina

Využití národních symbolů: -

11. *Offer your services now* (1914) Hazell, Watson & Winey (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Vládnoucí

12. *In her hour of need* (1914) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Vládnoucí

13. *We are fighting for a worthy purpose* (1914) Hazell, Watson & Winey (tisk)

Dominantní motivy: Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Vládnoucí

14. *Your king and country need you* (1914) Hazell, Watson & Winey (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Vládnoucí

15. *Fight for King & empire* (1914) Hanbury, Tomsett & Co. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Vládnoucí

16. *Follow me! Your country needs you* (1914) E. K. (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Pohled na recipienta, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

17. *Britons! Your country needs you* (1914) Saunders & Cullingham (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Země

18. *Your king and country need you: enlist now* (1914) Hazell, Watson & Winey

Dominantní motivy: Oslovení, Verbování

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Národní znak, Vládnoucí

19. *Your king & country need you* (1914) Wood, Lawson (autor)

Dominantní motivy: Falešnost, Oslovení, Pohled na recipienta, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Národní symboly

20. *Your king & country need you* (1914) Wood, Lawson (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

21. *Britain's strong arm and yours will carry us through* (1914) Clerkenwell Press (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

22. *The scrap of paper* (1914) Hanbury, Tomsett & Co (tisk)

Dominantní motivy: Falešnost, Krutost, Nevinnost, Text, Verbování, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Svědomí

Využití národních symbolů: -

23. *It is going to be a long drawn-out struggle* (1914) Roberts & Leete (tisk)

Dominantní motivy: Nevinnost, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Spojenectví, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

24. *Good-bye-ee!* (1914) Ted (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: Autorita, Země, Národní symboly

25. „*Fall in*“ (1914) E. K. (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

26. *The veteran's farewell* (1914) Frank Dadd (autor)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

27. *Notice: ex-non-commissioned officers urgently wanted* (1914) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Vládnoucí

28. *The only road for an englishman* (1914) Pryse, Gerald Spencer (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

29. *Remember Scarborough* (1914) Kemp-Welch, Lucy (autor)

Dominantní motivy: Verbování, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor

30. *Your King & country need you: a call to arms* (1914) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Rodina, Svědomí, Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Vládnoucí

31. *Belgium 1914* (1914) Pryse, Gerald Spencer (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

32. *Come along, boys!* (1914) Caffyn, W. H. (autor)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

33. *Who made these little islands* (1915) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

34. *Step into your place* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

35. *British Officer* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

36. *Come now* (1915) P. J. W. (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

37. *Women of Britain say – „Go!“* (1915) Kealey, E. F. (autor)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

38. *Lord Kitchener says* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Svědomí, Víra v autoritu, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Autorita

39. *Take up the sword of justice: join now* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí:

Využití národních symbolů: Alegorie

40. *Boys come over here: You're wanted* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Země

41. *The Polish Victims Relief Fund* (1915) Verpillévy, E. (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Rodina, Spojenectví, Svědomí, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

42. *The R.S.P.C.A. Fund for Sick & Wounded Horses* (1915) John Parkinson Bland (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Země

43. *5 questions to men who have not enlisted* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Rodina, Svědomí, Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

44. *Come lad slip across and help* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Země

45. *Go and help!* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

46. *Line up boys!* (1915) E & S (tisk)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní symboly

47. *Lads, you're wanted* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

48. *Single men* (1915) Abbey Press (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

49. *If you cannot enlist, join the Hampstead Volunteer Reserve* (1915) Townsend, F. H. (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

50. *Soldiers' separation allowances* (1915) Hazell, Watson & Winey (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Vládnoucí

51. *Help to end the war* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Falešnost, Nevinnost, Text, Verbování,

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: -

52. *Halt!* (1915) Clerkenwell press (tisk)

Dominantní motivy: Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

53. *Another call* (1914) E. K. (autor)

Dominantní motivy: Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

54. *More men are wanted for his majesty's army* (1915) Hazell, Watson & Winey (tisk)

Dominantní motivy: Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Rodina, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

55. *Let there not be a man* (1915) Roberts & Leete (tisk)

Dominantní motivy: Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

56. *Take up the sword of justice* (1915) Partridge, Bernard (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist

Využití národních symbolů: Alegorie

57. *Make us proud of you as we are of him!* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

58. *Halt! Who goes there?* (1915) Hill, Siffken & Co. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Svědomí

Využití národních symbolů: -

59. *Be ready! Join now* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

60. *Everyone should do his bit* (1915) Low, Baron (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Pohled na recipienta, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Svědomí, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Národní symboly, Národní znak

61. *If you cannot join the army* (1915) Haycock-Cadle Co. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

62. *The british sovereign will win* (1915) David Allen & sons (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: Autorita, Národní symboly, Vládnoucí

63. *The empire needs men!* (1915) Wardle, Arthur (autor)

Dominantní motivy: Verbování

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Alegorie

64. „*England expects*“ (1915) Seargeant Bros. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Svědomí, Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Autorita

65. *London opinion – Your country needs you* (1914) Alfred Leete (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Pohled na recipienta, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Autorita

66. *Your country's call* (1915) Jowett & Sowry (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Svědomí, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

67. *Men, to delay is dangerous* (1915) Roberts & Leete (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Národní znak

68. *Lend your strong right arm to your country* (1915) H. & C. Graham (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Verbování

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

69. *Surely you will fight* (1915) Jas. Truscott & Son (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Pohled na recipienta, Text, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Autorita, Vládoucí, Země

70. *Your country wants you* (1915) C. W. Faulkner & Co. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

71. *Rally round the flag* (1914) Hanbury, Tomsett & Co. (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

72. *Thousands have Answered the Nation's call* (1915) Seargeant Bros. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

73. *There are three types of men* (1915) Abbey press (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Svědomí, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

74. *Remember Scarborough!* (1914) Harrison & Sons (tisk)

Dominantní motivy: Falešnost, Krutost, Nevinnost, Text, Verbování, Vzpomínka,

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Rodina

Využití národních symbolů: -

75. *Why are you stopping here, when your pals are out there?* (1914) H. & C. Graham (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Svědomí

Využití národních symbolů: -

76. *If the cap fits you* (1915) A. White Co. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

77. *Think it over* (1915) Johnson, Riddle & Co. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Svědomí

Využití národních symbolů: -

78. *What in the end will settle this war?* (1915) Jas. Truscott & Son (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

79. *The watchers of the seas* (1915) Raven-Hill, L. (autor)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

80. *Our dumb friends' league* (1915) Hardy, J. W. (autor)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

81. *Stand not upon the order of your going, but go at once* (1915) Bemrose & Sons (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

82. *At the front!* (1915) E., S., A. Robinson (tisk)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

83. *Why aren't you in khaki?* (1915) Jas. Truscott & Son (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

84. *Belgian & Allies aid league* (1915) Brangwyn, Frank (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Rodina, Spojenectví, Svědomí

Využití národních symbolů: -

85. *Join the royal marines* (1915) W. H. Smith & Son (tisk)

Dominantní motivy: Pohled na recipienta, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

86. *He did his duty* (1914) Bassano (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Svědomí, Víra v autoritu, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Autorita, Národní znak, Prapor

87. *Think!* (1915) Oakley, H. (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Svědomí, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

88. *Be honest with yourself* (1915) Southern (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Svědomí, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

89. *Are you helping the Germans?* (1915) David Allen & Sons (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Svědomí, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

90. *Women win the war* (1915) Witherby & Co. (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

91. *Star & Garter home* (1915) B. P. (autor)

Dominantní motivy: Text, Vojenství, Oslovení

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

92. *To the women of Britain* (1915) Romwell press (tisk)

Dominantní motivy: Text, Oslovení, Verbování

Hodnoty, na které působí: Rodina, Svědomí, Vlastenectví

Využití národních symbolů:

93. *To Belgium* (1915) Hill, Siffken & Co. (tisk)

Dominantní motivy: Nevinnost, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Spojenectví

Využití národních symbolů: Vládnoucí

94. *The key to the situation* (1915) Seargeant Bros. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Svědomí

Využití národních symbolů: Alegorie

95. *Single men!* (1915) David Allen & Sons (tisk)

Dominantní motivy: Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

96. *Why not join the army* (1915) Chorley & Pickersgill (tisk)

Dominantní motivy: Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní znak

97. *3 questions to employers* (1915) Bemrose & Sons (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Svědomí, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

98. *Who's absent? Is it you?* (1915) Andrew Reid & Co. (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Pohled na recipienta, Vojenství, Verbování,

Hodnoty, na které působí: Svědomí

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak

99. *Daddy, what did you do in the great war?* (1915) Johnson, Riddle, Co. (tisk)

Dominantní motivy: Pohled na recipienta, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Svědomí, Rodina

Využití národních symbolů: Národní symboly

100. *We're both needed to serve the guns* (1915) Chorley & Pickersgill (tisk)

Dominantní motivy: Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

Francouzská propaganda v letech 1914 – 1915

Francouzské plakáty jsou typické svým realismem a smyslem pro alegorii¹²¹; mnohdy využívají státní symboly, včetně „patronky“ francouzské republiky Marianny¹²², optimistická zobrazení¹²³ a další, např. proti ničení náboženských památek Němci. V poválečné době v ní byly dominantními motivy rekonstrukce a válečné oběti¹²⁴.

Předválečná Francie byla zemědělskou zemí, na rozdíl od Německa, které prožívalo průmyslový rozvoj, a tak francouzská propaganda hovoří zejména k rolníkovi, statkáři, a povzbuzuje ho v bránění své země, kterou opečovává.

Namísto reklamních agentů v Británii tvořili francouzskou propagandu zejména profesionální umělci, např. Jean Droit, Lucien Jonas, Auguste Leroux, Adolphe Vilette, Francisque Poulbot, Steinlein, Maurice Neumont a další, zaměstnání přímo bankami, úřady a tiskárnami jako Maurice Neumont Studios či Devambeze. A tak zatímco obrazy samotné kontrolovala francouzská komise pro tisk, vláda a samosprávy měly pod dohledem místa, kam se umísťovaly. Podobně jako v Británii se i zde pořádaly „Dny“: „Den srbských vojáků“, „Den francouzských vojáků“ a další. Mnoho plakátů bylo také vyvěšeno ve školách v očekávání, že děti rodiče přemluví k investicím do půjček¹²⁵.

Prvním pravidlem francouzské propagandy bylo, že francouzská armáda je lepší než německá a nepřítel neví, co provádí, když na Francii útočí¹²⁶ – to on je zodpovědný za válku, nikoli Francie, ta byla do všeho donucena; vznikají fráze jako „Německo přinutilo svět k boji proti němu“, „Německo umučilo Polsko“ a další¹²⁷.

Druhým pravidlem je popis války jako smrtelné pro nepřítele – ztráty německého vojska jsou popisovány jako nesrovnatelně větší než francouzské¹²⁸. Překrucují se termíny:

¹²¹ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 53

¹²² Pour le drapeau, pour la victoire! In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 13. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/150/media-150946/standard.jpg>

¹²³ On les aura! In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 13. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/334/media-334429/standard.jpg>

¹²⁴ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 53. Cf. Georges Dorival, *Après les foyers du soldat les foyers du civil*, 1919.

¹²⁵ *Ibid.*, s. 53

¹²⁶ Propagande 1914-1918. In: *La propagande et la grande guerre* [online]. 2003 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.free.fr/index2.htm>

¹²⁷ La propagande et ses principes. In: *La propagande française de 1914 à 1918*. [online]. 2009 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.canalblog.com/>

¹²⁸ Propagande 1914-1918. In: *La propagande et la grande guerre* [online]. 2003 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.free.fr/index2.htm>

pokud vojáci dobyli zákop nepřítele, znamená to vítězství a úspěch, ovšem pokud to samé udělal nepřítel, znamená to pro Francouze úspěch také, protože nepřítel prorazil jen málo¹²⁹.

Tato hra se slovy byla zásadní pro udržení morálky jak v zázemí, tak mezi vojáky na frontách; tyto zprávy rozšiřovaly zejména noviny a reklamy¹³⁰. Jako příklad si uveďme novinové foto, kde jsou mrtví němečtí vojáci zobrazení jako lovecké trofeje (Obr. 1). Negativní následky, jako např. ztráta sluchu kvůli dělostřelectvu, nikde nejsou zmíněny.

Místy se dokonce objevují prohlášení jako: „*Německé kulky nezabíjejí. Naši vojáci si zvykli na německé střely a neúčinnost jejich projektilů (...) Šrapnely vybuchují bezvládně ve vzduchu, nebo spadnou bez výbuchu (...) Zranění způsobené kulkami nejsou nebezpečné, jeden z našich známých, vracející se z fronty, oznámil, že kulky se odráží o kůži bez poškození...*“ Tato slova zazněla v deníku „L'intransigeant“ 17. srpna 1914 – jinde se objevují zprávy o smíchu a dobré náladě v zákopech, nebo že „čím jsou zbraně dokonalejší, tím počet úmrtí a zranění klesá“, jako v deníku *Le Temps* 4. srpna 1914¹³¹.

Takové hlášky se snažily nastolit vědomí, že válka opravdu nepotrvá přes šest týdnů.

Třetím pravidlem je popis války jako plné vznešených cílů. Tím hlavním je dobýt Alsasko-Lotrinsko, o které Francie přišla za Prusko-Francouzské války a které „nyní bylo nepřítelem nespravedlivě odebráno“¹³². Podobně jako ve Velké Británii existovala propagandistická kancelář pro USA a v Rakousku-Uhersku pro Itálii, zde fungovalo oddělení věcí Alsaska-Lotrinska, tzv. „Bureau special d'études d'Alsace-Lorraine“. Jeho činnost byla dlouho utajovaná; zabývalo se sběrem domácích i mezinárodně publikovaných informací o alsasko-lotrinské situaci a tvorbou účelných zpráv o tomto tématu k další reprodukci¹³³.

Čtvrtým pravidlem je, že se nepřítel neštítí žádného hříchu, avšak francouz má na straně všechny ctnosti. Monstrozní zobrazování protivníka se uplatní v roce 1917, kdy je uspořádána v rámci válečné sbírky výstava německých zločinů, aby donutila člověka přispět¹³⁴. Tento typ propagandy v se někdy nazýval i „vymýváním mozku“¹³⁵.

¹²⁹ *Ibid.*

¹³⁰ La propagande et ses principes. In: *La propagande française de 1914 à 1918*. [online]. 2009 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.canalblog.com/>

¹³¹ *Ibid.*

¹³² La propagande et ses principes. In: *La propagande française de 1914 à 1918*. [online]. 2009 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.canalblog.com/>

¹³³ SCHMAUCH, Joseph. Au Pays de la Marseillaise. French propaganda and the question of Alsace-Lorraine during First World War. In: ROLLO, Maria Fernanda, Ana Paula PIRES a Noémia Malva NOVAIS. *War and Propaganda In the XXth Century*. Lisabon: Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – IHC /FCSH, 2013, s. 75-90. ISBN 978-989-98388-1-9.

¹³⁴ *Ibid.*

¹³⁵ Propagande 1914-1918. In: *La propagande et la grande guerre* [online]. 2003 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.free.fr/index2.htm>

Pátým pravidlem bylo, že ti, kdo zůstali v zázemí, mají povinnost se za každou cenu podílet na válečném úsilí. Poté, co francouzské vedení uznalo, že válka potrvá, bylo nutné sehnat finanční prostředky. Francie vydávala půjčky na válečné účely raději, než zvedala daně, např. zlatá sbírka; v roce 1915 vznikla tradice každoročních sbírek, které nakonec byly čtyři.

Způsob, kterým tato propaganda působila na lid, se lišil ve městě i na vesnici – avšak pokaždé cílila rodiny, které měly v armádě syny nebo manžely, skrz obrazy vojáků ohrožených hladem, zimou, špatnými zbraněmi, a podobně¹³⁶. Půjčka, uskutečněná Francií v roce 1914, získala pro válečné účely 380 milionů franků, v roce 1915 13 miliard (1916 – 10 miliard, 1917 – 10 miliard, 1918 – 22 miliard, konče dvěma rekonstrukčními půjčkami v roce 1920, jež dosáhly až 15 a 27 miliard)¹³⁷.

Sem spadá také propaganda komerční, ukazující, že produkt nepřítele je horší než produkt vlastní.

Shrňme-li to, na rozdíl od britské propagandy je francouzská propaganda heslovitá, a spíše než britský způsob „nelhaní a poskytování faktů“ tato ráda karikuje své oponenty a situaci zjednodušuje. Jde jí dále o odsouzení německých válečných zločinů tak, aby byla na francouzské straně válka obhájena jako spravedlivá, čistá. Kniha *Les bienfaits de la guerre* (Výhody války) byla určena k tomu, aby byla mezi Francouzi šířena myšlenka, že válka nemá pouze špatné stránky – cílem je ale pokaždé zničit Němce.

První světová válka, původně brána jako střet civilizací, byla v pojetí Francie jakýmsi střetem s barbarstvím Německa. Příčiny tohoto pojetí Francií můžeme hledat např. i v dualitě významu slova kultura pro oba národy; zatímco pro Francii znamená pojem řádu a civilizace, pro Německo se jedná spíše o jakousi vysokou, elitní, národní kulturu¹³⁸. Pro Němce a Rakousko-Uhersko je příkladem tohoto barbara zase Rusko – každý věří v jakýsi boj kulturní superiority své země.

Specifikum francouzské propagandy bylo taktéž ustavičné vyobrazování dětí – dětí v uniformách, dětí bojujících v totální válce evropských zemí. Symbol dětí šlo vyložit např. tak, že se bojuje právě pro ně, které nebudou muset poznat nebezpečí ze strany Němců. Nebo že válka tvoří nového člověka právě z dítěte. Boj o civilizaci je natolik závažný, že i ony musí

¹³⁶ La propagande et ses principes. In: *La propagande française de 1914 à 1918*. [online]. 2009 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.canalblog.com/>

¹³⁷ Emprunts de guerre. In: *La propagande et la grande guerre* [online]. 2003 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.free.fr/index2.htm>

¹³⁸ Více např. ELIAS, Norbert. *O procesu civilizace: sociogenetické a psychogenetické studie*. Vyd. 1. Praha: Argo, 2006, 338 s. ISBN 80-7203-838-9.

příspěť svým dílem¹³⁹. V propagandě se vyskytují také ve vztahu k autoritám¹⁴⁰ i v nezvyklých zpodoběních¹⁴¹, např. dítě s německou helmou¹⁴² s titulkem „pokrývka hlavy ještě hloupého“.

Cenzurní opatření bylo ve Francii zavedeno 30. července 1914, tři dny před všeobecnou mobilizací. V posledních pokynech od ministra války Messimy, vydaných 3. srpna, bylo zakázáno zveřejňovat jakékoli zprávy, týkající se války, které nebyly předem oznámeny a schváleny tiskovou kanceláří ministerstva: „*Zákaz zveřejňování informací, které by mohly poškodit naše vztahy se spojenci, o politických jednáních, o vojenských přípravách, ...*“¹⁴³

Hlavním cílem bylo předejít „senzačnímu“ žurnalismu, který by mohl nepříteli prozradit důležité informace o pohybu francouzských vojsk, ovšem toto se ve skutečnosti změnilo v cenzuru jakékoli kritiky války nebo projevů pacifismu – včetně naprostého mlčení o prohře Francie na hranicích. Cenzura vyvrcholila za válečného předsednictví Aristide Brianda (listopad 1915 – březen 1917), kdy byl cenzurní úřad rozdělen do 22 kanceláří, dohromady čítající až 5000 cenzorů. Sledovali vše: rádio, divadlo, film, poštovní služby¹⁴⁴.

Jindy cenzura musela bránit zveřejňování protimuslimských vtípů po vstupu Turecka do války kvůli zhoršení veřejného mínění v koloniích, Alžírsku a Maroku – afričtí vojáci byli umístěni v nejvíce exponovaných polohách¹⁴⁵.

Nesmělo se mluvit ani o míru. Naopak, oficiální francouzská média si nárokovala nejen Alsasko-Lotrinsko, ale také celý levý břeh Rýna s enklávou na břehu pravém, Frankfurt a rozdělení Německa. Vznikaly miliony publikací na toto téma a tato anektační snaha Francie nutila Německo vést obrannou válku co nejdéle.

Dalším veřejným tabu, ač často porušovaným, bylo ukazování hrůz války. Skutečné zprávy o nich, například novela „Oheň“ od Henri Barbusse (Prix Goncourt 1916), okamžitě podlehly cenzuře. Připomeňme si, co zde Barbusse píše o propagandě, když si v díle zchátralí a nezásobení vojáci čtou noviny: „*Člověče, píšou tam, že prej se udělalo všechno, aby se vojáci*

¹³⁹ La propagande avec les enfants. In: *La propagande et la grande guerre* [online]. 2003 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.free.fr/index2.htm>

¹⁴⁰ Notre Joffre - Maréchal de France. In: *leboncoin.fr*. [online] [cit. 19. 2. 2015] Dostupné z: <http://www.leboncoin.fr/livres/544914579.htm#>

¹⁴¹ Graine de poilus. In: *La propagande et la grande guerre*: Graine de poilus [online] [cit. 13. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.free.fr/enfants/Images%20enfants/graine-de-poilu.jpg>

¹⁴² Le nouveau bonnet d'âne. In: *akpool.co.uk* [online] [cit. 19. 2. 2015] Dostupné z: <http://static3.akpool.de/images/cards/75/756908.jpg>

¹⁴³ La propagande et ses principes. In: *La propagande française de 1914 à 1918*. [online]. 2009 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.canalblog.com/>

¹⁴⁴ *Ibid.*

¹⁴⁵ La censure. In: *La propagande et la grande guerre*: Graine de poilus [online] [cit. 13. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.free.fr/enfants/Images%20enfants/graine-de-poilu.jpg>

v zákopech mohli ohřát. Je prej tam všechno, co vojáci potřebujou, vlněný přikrývky, košile, kamna i ohřívadla a uhlí celý hromady! A tak prej je to i v zákopech v první linii¹⁴⁶.“

Stejně je zavrhována i humanizace nepřítele, která neodpovídá monstru z oficiální propagandy, nebo zprávy o nelidských podmínkách, ze kterých francouzští vojáci prchají z fronty. Dezerce byla trestána zastřelením. Pokud k ní došlo, rodině vojáka byl poslán dopis, že padl na frontě¹⁴⁷.

První projevy cenzury vyvolaly protesty, do kterých vstoupili významní autoři té doby, např. korespondent Albert Londres. Jeho reportáže a cestopisy byly často celé zcenzurovány a zakázány. Londres se dostal na seznam nebezpečných osob, hledaných státem, a byl označen za „velezrádce“ pro jeho odpor k francouzské propagandě¹⁴⁸.

Do jara 1915 ale byla i přes protesty cenzura přijata; tisk opatření nesl těžce a odporoval jim nepřímými narážkami na probíhající události. Další reakcí bylo vydání satirického časopisu *Le Canard Enchaîné* (Kachna v řetězech) 10. září 1915, které si jako formu odporu zvolilo všemožné formy vtipů, převrácených vět a nesmyslných článků, jež jediné mohly dostat mezi veřejnost opravdové informace¹⁴⁹.

Probíhaly taktéž oficiální diskuse, které v roce 1917 pronikly až před francouzský parlament. Clemenceauova vláda nakonec cenzuru zrušila po ukončení stavu oblečení, jež oficiálně trval až do 12. října 1919¹⁵⁰.

¹⁴⁶ BARBUSSE, Henri. *Oheň: deník bojového družstva*. Vyd. 5., v NV 3. Překlad Milena Tomášková. Ilustrace Otakar Nejedlý. Praha: Naše vojsko, 1989, 286 s. Světový válečný román. ISBN 80-206-0043-4, s. 110

¹⁴⁷ La propagande et ses principes. In: *La propagande française de 1914 à 1918*. [online]. 2009 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.canalblog.com/>

¹⁴⁸ Réactions du peuple face à ce manque de libertés. In: *Petites réflexions concernant la Censure et le Propagande: Travail de TPE* [online]. 2015 [cit. 17. 2. 2015]. Dostupné z: <http://tpe-liberty-censure-propagande.e-monsite.com/pages/pendant-la-1ere-guerre-mondiale/reactions-du-peuple-face-a-ce-manque-de-libertes.html>

¹⁴⁹ *Ibid.*

¹⁵⁰ La censure. In: *La propagande et la grande guerre: Graine de poilus* [online] [cit. 13. 2. 2015]. Dostupné z: <http://propagande1418.free.fr/enfants/Images%20enfants/graine-de-poilu.jpg>

1.6. Francouzské propagandistické plakáty a jejich prvky

1. *Aux enfants de France. Un vieux mobilisé.* (1915) Georges Redon (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

2. *Economisons le pétrole l'essence* (1914) Jeanningros, Marie Lousie (autor)

Dominantní motivy: Reklama

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

3. *Souvenez-vous* (1915) Lemielle, E. (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Krutost, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist

Využití národních symbolů: Země

4. *Les atrocités Allemandes* (1915) Domergue, Jean-Gabriel (autor)

Dominantní motivy: Krutost, Nevinnost, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Spojenectví

Využití národních symbolů: -

5. *1914! Les Assassins!* (1914) Neumont, Maurice (autor)

Dominantní motivy: Falešnost, Karikatura, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist

Využití národních symbolů: Autorita, Národní znak, Vládnoucí

6. *Armée de Terre et Armée de Mer* (1914) Imprimerie Nationale (tisk)

Dominantní motivy: Text, Verbování

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

7. *Carte symbolique – Guerre de 1914–1915* (1915) Theunissen, A. (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie, Autorita, Národní symboly, Národní znak, Vládnoucí, Země

8. *Journée National des Orphelins* (1914) Naudin, Bernard (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Oslovení, Pohled na recipienta, Text

Hodnoty, na které působí: Rodina, Svědomí

Využití národních symbolů: -

9. *La Guerre Europeenne* (1915) Charaire (tisk)

Dominantní motivy: Text, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Alegorie, Autorita, Národní znak, Prapor, Země

10. *La Journée du poilu* (1915) Jonas (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Národní znak

11. *Les Alsaciens et les Lorrains sont Français!* (1914) Jonas (autor)

Dominantní motivy: Falešnost, Nevinnost, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Nenávist

Využití národních symbolů: Národní symboly

12. *Journée du poilu* (1915) Steinlen, Theophile Alexandre (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

13. *Journée du poilu* (1915) Neumont, Maurice (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

14. *Journée du poilu* (1915) Poulbot, Francisque (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

15. *Journée du poilu* (1915) Wilette, Adolphe (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor, Rodina

Využití národních symbolů: -

16. *Journée du poilu* (1915) Léandre, Charles (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

17. *En Belgique les Belges on faim. Tombola artistique* (1915) Lapina (tisk)

Dominantní motivy: Nevinnost, Pohled na recipienta, Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: Rodina, Spojenectví, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

18. *Journée de l'orphelinat des armées.* (1915) Pichot (tisk)

Dominantní motivy: Nevinnost

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

19. *Lire dans L'Evenement. Coeurs virils... par Gabriel Maurière.* (1914) Castrez (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota

Využití národních symbolů: Země

20. *Disposition concernant les étrangers* (1914) Imprimerie nationale (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

21. *Tête de Boche* (1915) S. O. (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Pohled na recipienta, Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: Národní symboly

22. *Pour la France versez votre or. L'or combat pour la victoire* (1915) Faivre, Abel (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní symboly

23. *'Pro Patria' – Le bon évêque de Meaux* (1914) Loubère, P. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina, Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Autorita, Země

24. *Journée de l'oeuvre Nivernaise des mutilés de la guerre* (1915) Neumont, Maurice (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

25. *Le Petit journal donnera a tous ses acheteurs en prime gratuite les cartes des trois principaux fronts...* (1915) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Autorita, Národní symboly

26. *Palais du Trocadéro... Manifestation en l'honneur de Miss Cavell. Organisée par la Ligue des Droits de l'Homme au profit de la Croix-Rouge française.* (1915) Marcel Picard (tisk)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

27. *'La Route du 75 1914*1915.'* Roman de guerre et d'espionage, par Paul D'Ivoi que publie 'L'Information' (1915) Roy, José (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Autorita, Národní znak, Prapor, Země

28. *Oeuvre du soldat belge* (1915) Romberg, Maurice (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Spojenectví, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

29. *Journée de Paris* (1915) Devambeze (tisk)

Dominantní motivy: Nevinnost, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Národní znak, Země

30. *Emprunt de la Défense Nationale.* (1915) Naudin, Bernard (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

31. *Protection du réformé, no. 2. Assistance aux malades et blessés de la guerre, réformés sans pension* (1915) Marchand, André (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina, Spojenectví, Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

32. *Journée de l'Orne. 17 octobre 1915. Au profit des oeuvres de guerre du Département* (1915) Léandre, Charles (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní symboly

33. *Journée du Calvados. 15 août 1915. Au profit des oeuvres de guerre du Département* (1915) Léandre, Charles (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Prapor

34. *Miss Cavell fusillée par les Allemands à Bruxelles le 12 octobre 1915* (1915)
Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Krutost, Nevinnost, Pohled na recipienta, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Alegorie, Autorita

35. *Debout! Nos morts pour la patrie... voici la France!* (1914) Jonas, Lucien (autor)

Dominantní motivy: Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Národní symboly

36. *Exposition des oeuvres des artistes originaires des Départements envahis. École des Beaux-Arts* (1915) Jonas, Lucien (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Autorita

37. *Les Blessés au travail. Oeuvre pour les soldats convalescents ou réformés* (1914)
Galland, André (autor)

Dominantní motivy: Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

38. *L'infanterie française dans la bataille* (1915) Delaspre, H. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie, Země

39. *Emprunt de la Défense Nationale – eux aussi! Font leur devoir* (1915) Adler, Jules (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

40. *Chaque pièce d'or apporté á la banque avance d'une heure la victoire finale* (1914)

Imp. Crété (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní symboly

41. *Ohé! Les braves gens... Versez votre or nous versons bien notre sang...* (1914) Imp.

Crété (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

42. *La petite guerre* (1914) Bernard, Édouard (autor)

Dominantní motivy: Karikatura

Hodnoty, na které působí: Humor, Rodina

Využití národních symbolů: Národní symboly, Národní znak, Prapor

43. *Journée des Éprouvés de la Guerre. Grande tombola organisée par le Syndicat de la Presse Française* (1915) Camis (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Pohled na recipienta, Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: Svědomí, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Alegorie

44. *Journées de Bourg-la-Reine... 1915 – au profit des oeuvres de la commune.* (1915)

Cheffer, Henry (autor)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

45. *L'impérial cambrioleur* (1914) Courboin, Eugéne (autor)

Dominantní motivy: Falešnost, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist

Využití národních symbolů: Autorita

46. *Emprunt de la Défense Nationale* (1915) Poulbot, Francisque (autor)

Dominantní motivy: Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

47. *Office de renseignements pour les familles dispersées.* (1915) Steinlen, Théophile Alexandre (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Text,

Hodnoty, na které působí: Rodina, Spojenectví

Využití národních symbolů: -

48. *La volonté d'agression de l'Allemagne* (1914) Ratida, A. (autor)

Dominantní motivy: Falešnost, Text, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist

Využití národních symbolů: Národní symboly

49. *Passage De L'Yser Flandres* (1915) Smid, Th. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Země

50. *Heureuses paques* (1914) D. R. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

51. *Le plan pangermaniste* (1915) Ad. Maréchal (tisk)

Dominantní motivy: Falešnost, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Země

52. *Attaque a la Baionnette Metzeral – Juin-1915.* (1915) Smid, Th. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Země

53. *Oeuvres Municipales de Guerre.* (1915) M. A. Fournier des Curats (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Oslovení, Text.

Hodnoty, na které působí: Rodina, Svědomí, Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

54. *Le feu sacré* (1915) Gréber, J. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie, Země

55. *Vente de Charité* (1915) Barrerre, Adrien (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

56. *Bons de la Défense Nationale* (1915) Arnoux, Guy (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Zodpovědnost,

Využití národních symbolů: Národní symboly, Národní znak, Prapor

57. *1792 vers la victoire 1915* (1915) Arnoux, Guy (autor)

Dominantní motivy: Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

58. *Semez des pommes de terre pour les soldats.* (1915) Hauton (autor)

Dominantní motivy: Vojenství,

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

59. *Ephémérides illustrées* (1914) S. N. (autor)

Dominantní motivy: Text, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor, Země

60. *Ephémérides illustrées* (1915) S. N. (autor)

Dominantní motivy: Text, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor, Země

61. *France toujours* (1914) Fraipoint Gustave (autor)

Dominantní motivy: Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: Národní symboly, Národní znak, Prapor,

62. *Ordre de réquisition* (1914) S. N. (autor)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Zodpovědnost

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

63. *Comité national de l'or* (1915) S. N. (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Text,

Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Národní znak

64. *Comité de L'Or du Département du Rhône pour la patrie versez votre or.* (1915) F. J. Barbier (autor)

Dominantní motivy: Oslovení, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví

Využití národních symbolů: Alegorie

65. *Paviny* (1914–1915) Imprimeriés réunies de Lyon (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

66. *Leur façon de faire la guerre* (1914) Lemasle, Louis Nicolas (autor)

Dominantní motivy: Krutost, Nevinnost, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Rodina

Využití národních symbolů: -

67. *Les atrocités Allemandes* (1915) Domergue, Jean-Gabriel (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Krutost, Nevinnost, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Rodina

Využití národních symbolů: -

68. *Ce qu'il y a dans leur caboche* (1914) Gournay, A. (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Krutost, Nevinnost, Pohled na recipienta, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Rodina

Využití národních symbolů: -

69. *En Alsace – La première leçon* (1914) Fabiano, Fabien (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Národní symboly, Prapor, Země

70. *Guerre libératrice de 1914 / Épisode de la bataille de la Marne* (1914) Besnier, Fernand

Dominantní motivy: Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Spojenectví

Využití národních symbolů:

71. *Commémoration* (1915) Comité de l'effort de la France et de ses Alliés (tisk)

Dominantní motivy: Krutost, Oslovení, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

72. *Les victimes du Taube* (1915) Broca, A. (autor)

Dominantní motivy: Krutost, Nevinnost, Text

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

73. *Les Kaboches de la semaine* (1915) George-Edward (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor, Rodina

Využití národních symbolů: -

74. *Zut pour les zeppelins!* (1915) L'AT D'ART PHOT.-Bois-Colombes (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Země

75. *Notre devise est Toujours et Quand-méme* (1915) Myosotis (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor

76. *Honneur et Gloire aux Alliés Heroiques* (1915) Myosotis (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor

77. *Les fleurs pour nos héros* (1915) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

78. *Entente cordiale* (1915) Piprot, G. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

79. *Notre cher Papa reviendra vainqueur.* (1915) Piprot, G. (autor)

Dominantní motivy: Pohled na recipienta, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

80. *Oublies les prussiennes Il fait si bon vivre á notre foyer* (1915) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota

Využití národních symbolů: Národní symboly, Národní znak, Prapor

81. *Is dream* (1915) E. M. (autor/tisk?)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

82. *Vive nos braves allies.* (1915) L.V.P. (autor/tisk?)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

83. *Mon amitié et mes pensées s'en vont vers vous* (1915) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

84. *Tambour de Victoire* (1915) Piprot, G. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

85. *Gloire aux Vaillants Allies.* (1915) Myosotis (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Rodina

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

86. *Vers la victoire.* (1915) Boulanger, M. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Prapor

87. *Drapeau sacré de Gloire*. (1915) Piprot, G. (autor)

Dominantní motivy: -

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor

88. *Frères d'armes* (1915) Etablissement Photographiques de Boulogne-S/-Seine (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Spojenectví

Využití národních symbolů: Národní znak, Země

89. *Greetings from France* (1915) JK (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

90. *Pour faire un Poilu* (1915) JK (tisk)

Dominantní motivy: Pohled na recipienta, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: -

91. *Langage du poilu*. (1915) DIX (tisk)

Dominantní motivy: Oslovení, Text

Hodnoty, na které působí: Humor, Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

92. *La lettre du poilu* (1915) JK (tisk)

Dominantní motivy: Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

93. *Entre deux victoires*. (1914) JK (tisk)

Dominantní motivy: Pohled na recipienta, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

94. *Baromètre des tranchées*. (1915) DIX (tisk)

Dominantní motivy: Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: -

95. *La journée du poilu* (1915) JK (tisk)

Dominantní motivy: Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

96. *L'angélus*. (1915) Malcuit (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

97. *Le barbier du front*. (1915) Big (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

98. *La fabrication des bagues au front* (1915) Big (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

99. *La fabrication des cannes* (1915) Big (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

100. *Le poilu est amoureux, sachez donc le rendre heureux*. (1915) DIX (tisk)

Dominantní motivy: Pohled na recipienta, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

Rakousko-uherská propaganda v letech 1914 – 1915

Na počátku války neexistovala v Rakousku-Uhersku kancelář propagandy a tak bylo nutné jí vytvořit. Touto organizací se stala Císařská a královská tisková kancelář („Kaiserlich und Königliche Kriegspressequartier“), reformovaná 28. června 1914 z původní kanceláře „K.u.k. Telegraphen-Korrespondenz-Bureau“. Byla rozdělena do dvanácti oddělení (vedoucí, cenzurní, tuzemské, zahraniční, propagandistické, tiskové, umělecké, fotografické, filmové, italské, administrativní a válečných korespondentů¹⁵¹). Druhým centrem propagandy byl válečný archiv v rakouském národním archivu¹⁵².

Vedení c. a k. tiskové kanceláře se zpočátku ujal genmaj. Maximilian Ritten von Hoen a v roce 1917 ho vystřídal vedoucí generálního štábu Wilhelm Eisner-Bubna, který zde setrval až do konce války¹⁵³. Podobně jako ve Francii a Británii i tento úřad provozoval cenzuru, koordinoval tiskoviny, civilní a vojenskou propagandu v rakousko-uherských médiích.

Jeho úloha byla nezanedbatelná: ačkoli na počátku války měla kancelář pouze jedno oddělení, během války se rozrostla na již zmíněných dvanáct. Svou práci začala s 550 novináři a umělci, včetně 346 válečných malířů¹⁵⁴, a na podzim 1914 už měla přes 880 členů.

Ze začátku se objevovaly různé básně, písně a publikace soukromého rázu, kterých posléze úřad využil¹⁵⁵. Někteří jeho členové zde pracovali z patriotismu, jiní usilovali o práci v propagandě, aby unikli verbování. Kritéria k přijetí byla ovšem velmi striktní a s postupem války se zhoršovala (první přísné restrikce byly nastoleny 29. května 1916¹⁵⁶), jelikož každý schopný muž byl nasazen na frontu. Jiní se chodu kanceláře účastnili z donucení.

Druhou skupinu ve válečném archivu vedl plukovník Alois Veltzé. Zde se podíleli na literární propagandistické činnosti různí literáti, např. Stefan Zweig (krátce, než změnil svůj pohled

¹⁵¹ Az Osztrák-Magyar Monarchia és a propaganda az első világháborúban I. PAAL, Vince. Médiatudományi Intézet [online]. 2014 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z:

http://mtmi.hu/cikk/603/Az_OsztrakMagyar_Monarchia_es_a_propaganda_az_elso_vilaghaboruban_I

¹⁵² GOLL, Nicole-Melanie. Heroes wanted! Propagandistic war efforts and their failure in AustriaHungary during World War I. In: ROLLO, Maria Fernanda, Ana Paula PIRES a Noémia Malva NOVAIS. *War and Propaganda In the XXth Century*. Lisabon: Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – IHC /FCSH, 2013, s. 90-96. ISBN 978-989-98388-1-9.

¹⁵³ KRUMPÖCK, Ilse. Hrsg. vom. *Anton Faistauer's "militärische Nichtsnutzigkeit"*. Maishofen: Anton-Faistauer-Forum, 2007. ISBN 978-395-0242-003.

¹⁵⁴ bücherkiste.at. *bücherkiste.at* [online]. 2015 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z:

[http://www.bücherkiste.at/2/_k.u.k._Kriegspressequartier_8927.de](http://www.buecherkiste.at/2/_k.u.k._Kriegspressequartier_8927.de)

¹⁵⁵ GOLL, Nicole-Melanie. Heroes wanted! Propagandistic war efforts and their failure in AustriaHungary during World War I. In: ROLLO, Maria Fernanda, Ana Paula PIRES a Noémia Malva NOVAIS. *War and Propaganda In the XXth Century*. Lisabon: Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – IHC /FCSH, 2013, s. 90-96. ISBN 978-989-98388-1-9.

¹⁵⁶ Das Kriegspressequartier – KPQ. *Wladimir Aichelburg: 150 Jahre Künstlerhaus Wien 1861-2011* [online]. 2014 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z:<http://www.wladimir-aichelburg.at/kuenstlerhaus/mitglieder/kriegspressequartier/>

na válku a v roce 1915 napsal pacifistickou divadelní hru Jeremias¹⁵⁷), Rainer Maria Rilke, Egon Erwin Kisch, Hugo von Hoffmansthal atp. Tito tvořili obsah pro c. a k. tiskovou kancelář, ale také pro Streffleurovy rakouské vojenské noviny („Streffleurs Österreichische militärische Zeitschrift“), distribuované zejména v neutrálních zemích, „Donauland“ a různá další periodika. Tato nabádala k odvaze, sebeobětování a lásce k domovině. Aby vždy měla tisková kancelář s čím pracovat, ministerstvo války nabádalo frontové velitele k zasílání hlášení o aktivitě vojenských jednotek do zázemí. Tyto záznamy poté propagandističtí umělci zpracovali a také přeháněli.

Tím vznikaly různé obrazy héroů, které pak samostatně vyšly jako dvě kolektivní publikace. První měla název „Naši důstojníci, Naši vojáci nebo Hrdinové červeného kříže“ a vyšla v roce 1915¹⁵⁸. Druhá se jmenovala „Epizody z boje rakousko-uherské armády ve světové válce 1914/15“ a obsahovala přes 200 fejetonů.

Výtvarnou část c. a k. tiskové kanceláře vedl v letech 1914 – 1916 plk. Wilhelm John, bývalý vedoucí muzea vojenské historie („k. u. k. Heeresmuseum“). Mezi díla, které výtvarná část vyráběla, patřily tradiční malby, akvarely, kresby, plakáty, fotografie, sochy pohlednice (o pohlednicích Rakouska-Uherska a konkrétně českých pojednává Rudolf Jaworski v díle „Víc než „Grüß aus...“ a „Pozdrav z...“ - Národně kódované pohlednice z českých zemí před rokem 1918“, dále v nově vydané publikaci Václav Dobrý – „Světová válka“).

Vedle výtvarné části pod sebou c. a k. kancelář měla taktéž oddělení hudební (rozdělené na dvě skupiny; jednu vedl skladatel Bernhard Paumgartner, druhou Bela Bartok).

Umělci byli posíláni na frontu, aby *„zemřeli pro to, aby vznikla efektivní propaganda v domově i v cizině, posloužila ozbrojeným složkám tak, aby byly viděny v správném světle a pro budoucí použití tohoto materiálu, jehož historiografizace a oslava vojenských vítězství bude nutným doplňkem pro materiál psaný“*¹⁵⁹.

Tito jedinci typicky trávili okolo dvou měsíců na frontě a poté dostali „dovolenou“, aby měli čas v domáckém prostředí vyjádřit své dojmy a obrazy z války. Za každý týden, jež strávili mimo frontu, měli předložit alespoň jednu skicu a za každý měsíc jeden obraz nebo obrázek¹⁶⁰. Během svého času na frontě byly jejich poznávacím znamením žlutočerné náramenice s nápisy

¹⁵⁷Einleitung. 1914-2014: 100 Jahre erster weltkrieg [online]. 2015 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z: <http://wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/einleitung/>

¹⁵⁸GOLL, Nicole-Melanie. Heroes wanted! Propagandistic war efforts and their failure in AustriaHungary during World War I. In: ROLLO, Maria Fernanda, Ana Paula PIRES a Noémia Malva NOVAIS. *War and Propaganda In the XXth Century*. Lisabon: Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – IHC /FCSH, 2013, s. 90-96. ISBN 978-989-98388-1-9.

¹⁵⁹VORSCHRIFT FÜR DIE BILDICHE BERICHTERSTATTUNG. ÖSTERREICHISCHES STAATSARCHIV. 1914-2014: 100 Jahre erster weltkrieg [online]. 2015 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z: <http://wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/vorschrift-fuer-die-bildliche-berichterstattung/>

¹⁶⁰Ibid.

„Kunst“ nebo „Kriegspressequartier“ a velitelé na místech, kam byli vysláni, jim byli povinováni zajistit odpovídající podmínky. Spíše než na stále se posunující a ohrožené fronty byli posíláni na bezpečnější části bojišť, aby se redukovalo jejich ohrožení na životě.

Malíři krajin zpracovávaly scény bojišť, zatímco portrétisté tvořili kresby významných osob, často důstojníků a jiných vedoucích figur. Poté, co všichni tito umělci dokončili své obrazy, odevzdaly je c. a k. kanceláři a ta je umísťovala do archivů, armádních muzeí či velitelům jako dekorace; autorská práva a práva na reprodukci vlastnila c. a k. kancelář.

Podobně jako *Oheň* v části o propagandě francouzské, zde uvádím setkání s propagandou z „Osudů dobrého vojáka Švejka za světové války“: „*Po pravé straně níže visel plakát "Vzácné vzory zmužilosti". Takovými plakáty, jejichž text, s vymyšlenými vzácnými vzory, v kancelářích ministerstva vojenství skládali různí ti němečtí žurnalisté povolání na vojnu, chtělo to staré pitomé Rakousko nadchnout vojáky, kteří to nikdy nečetli, a když jim takové vzácné vzory zmužilosti posílali na frontu brožované v knížkách, balili si do toho cigarety z tabáku do dýmky nebo upotřebili to ještě vhodněji, aby to odpovídalo ceně i duchu sepsaných vzácných vzorů odvahy (...)*¹⁶¹“ a jiné zmínky v díle¹⁶².

K členům výtvarné části patřili např. Albin Egger-Lienz nebo Oskar Kokoschka, ale také ženy (př. Alice Schalek); některé se v převleku za muže účastnily frontových „exkurzí“.

Mezi lety 1915 a 1918 byly c. a k. kanceláři pořádány válečné výstavy, kde tyto obrazy vystavovala. Bylo jich ve spojeneckých a neutrálních zemích uspořádáno celkem 39 a na nich okolo 9000 exponátů¹⁶³.

Další propagandistickou aktivitou byla činnost žurnalistická; podobně jako britové mělo i Rakousko-Uhersko mnoho zahraničních korespondentů, jejichž počet z počátečních 15 zahraničních a 16 domácích (8 rakouských, 8 uherských) i přes vysoké nároky na důvěryhodnost zúčastněných časem vzrostl na 32 rakouských, 24 uherských a 48 zahraničních na místech jako Německo, Itálie, Švédsko, Brazílie nebo Spojené státy¹⁶⁴.

V roce 1917 se oddělila od výtvarné části i fotografická a filmová kancelář¹⁶⁵. Ačkoli toto období spadá mimo záběr diplomové práce, z let 1914 a 1915 jsou známé propagandistické filmy

¹⁶¹ HAŠEK, Jaroslav. *Osudy dobrého vojáka Švejka za světové války* 1-2. Praha : Československý spisovatel, 1983, s. 275.

¹⁶² *Ibid.*, s. 157

¹⁶³ Das Kriegspressequartier – KPQ. *Wladimir Aichelburg: 150 Jahre Künstlerhaus Wien 1861-2011* [online]. 2014 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.wladimir-aichelburg.at/kuenstlerhaus/mitglieder/kriegspressequartier/>

¹⁶⁴ MOBILISIERUNGSINSTRUKTION. *1914-2014: 100 Jahre erster weltkrieg* [online]. 2015 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z: <http://wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/mobilisierungsinstruktion/>

¹⁶⁵ VORSCHRIFT FÜR DIE BILDICHE BERICHTERSTATTUNG. ÖSTERREICHISCHES STAATSARCHIV. *1914-2014: 100 Jahre erster weltkrieg* [online]. 2015 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z:

oslavující vlastní síly („Unsere Kriegsflotte“, 1914), podporující morálku („Siegreich durch serbien“, 1915), ukazující potřeby domoviny („Mit Herz und Hand fürs Vaterland“, 1915) a zmiňující válečné půjčky a sbírky („Das Kriegspatenkind“, 1915).

Co do plakátů, zajímavým fenoménem v Rakousku-Uhersku jsou obrazy, doprovázené citáty, slogany nebo rýmy, například „Jeder Schuss ein Russ, jeder Stoß ein Franzos, jeder Tritt ein Britt, jeder Klapps ein Japs“¹⁶⁶ nebo „Serbien muss sterbien!“¹⁶⁷ Karikatury a animované humoresky byly taktéž velmi oblíbené. Mezi výtvarníky patřili např. Theo Matejko, Theo Zasche nebo Karl Robitschek. Zmíněné pohlednice byly účinným prostředkem fundování i šíření propagandy, jelikož běžný člověk si tak levně pořídil obrázek od významného umělce. Postupem času se také rozšířilo použití pamfletu jako informačního prostředku propagandy¹⁶⁸.

Autoři tzv. objektového plakátu (sachtplakat), tj. Lucin Bernhard, Hans Lindednstaedt, Julius Klinger a Hans Rudi Erdt, jej prezentovali jako jednoduchý, vizuálně poutavý a vyhovující urbánnímu prostředí, kde bylo málo času na uvažování nad komplikovanými zprávami.

V Rakousku-Uhersku a Německu byla venkovní reklama na produkty pod silným dohledem jakožto vulgární a nevhodná pro veřejná prostranství. Podnikání bylo spojeno s kapitalismem a mravní nečestností a obchod s reklamou jako nutné zlo. Výtvarníci a grafici té doby obhajovali dobrý design před technikou, a na rozdíl od Velké Británie a Spojených států se snažili vyhýbat emotivnosti a seznacím. Tito umělci často pocházeli ze střední třídy, nesouhlasící s nadbytkem materialismu a komerční lidovou kulturou¹⁶⁹.

Oblíbenými byly legendární a středověké obrazy, mnohdy plné nadřazenosti, rasy a národa, např. orlice a holubice¹⁷⁰. Obecně tedy vítězily hodnoty duchovního společenství nad materialismem a demokracií. Železo a industrialismus byly hlavní motivy obrazů Trojspolku. Dokonce byl k tomu přizpůsoben i typografický styl: Lucin Bernhard podporoval vyobrazení v gotickém a dřevoryteckém stylu pro oddělení německé identity¹⁷¹. Na druhé straně secesní a symbolistní malíři vedli kampaň odlišnou, jako soupeři vládnoucí složitějším uměním¹⁷².

<http://wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/vorschrift-fuer-die-bildliche-berichterstattung/>

¹⁶⁶ Jeder Schuß ein Ruß! Jeder Stoß ein Franzos. Jeder Britt ein Tritt. Jeder Japs ein Klaps. In: *europæana 1914-1918* [online] [cit. 21. 2. 2015] Dostupné z: http://www.bildpostkarten.uni-osnabrueck.de/albums/userpics/10012/14_2-012m.jpg

¹⁶⁷ Serbien muss sterbien! In: *Die welt der Habsburger* [online]. 2015 Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H. [cit. 21. 2. 2015] Dostupné z: http://ww1.cdn-2.reoccupy.eu/files/styles/large/public/original/hmw_039034.jpg?itok=gg4XijKV

¹⁶⁸ MASSENPROPAGANDA. *1914-2014: 100 Jahre erster weltkrieg* [online]. 2015 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z: <http://wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/massenpropaganda/>

¹⁶⁹ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 47 – 48, 55

¹⁷⁰ Cf. Karl Sigrist, *Zeichnet kriegsanleihe*, 1918

1.7. Rakousko-uherské propagandistické plakáty a jejich prvky

1. *Zeichnet Kriegsanleihe! Wiener Bank-Verein.* (1914) Weiner, Jakob (autor)

Dominantní motivy: -

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie

2. *Zeichnet Kriegsanleihe!* (1915) Erwin Puchinger (autor)

Dominantní motivy: -

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor

3. *Mitbürger!* (1914) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

4. *Az 'U' Hajó Höse.* (1915) Kunossy Muintézet (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: Prapor, Národní znak

5. *Gyors Segély - Augusztal Alap* (1914) Tuskay, Márton (autor)

Dominantní motivy: Pohled na recipienta

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Alegorie, Autorita, Národní znak, Prapor, Vládnoucí

¹⁷¹ AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5, s. 55

¹⁷² Cf. Paul Neumann, *Der letzte Hieb ist die 8. kriegsanleihe*, 1918; Willy Szestokat, *Schmiede das deutsche schwert. Zeichne die kriegsanleihe*.

6. *Spendet für unsere Armen!* (1914) Skolitajan, K. (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Pohled na recipienta

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Země

7. *Kis Ujság* (1914) Atráta, T. P. (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Národní symboly, Národní znak, Prapor

8. *Jegyezzen Hadikölcsönt* (1914) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

9. *Osterwoche* (1915) Paul Gerin, Wien (tisk)

Dominantní motivy: Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

10. *Der große wirtschaftliche Aufschwung der Monarchie - Anglo-Österreichische Bank - Schaubild.* (1915) Freytag und Berndt (tisk)

Dominantní motivy: Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

11. *Éljen A Király!* (1914) Stein + Heimler (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Národní znak

12. *Éljen a Monarchia!* (1914) Stein + Heimler (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Národní znak

13. *U-Boot Action des Österreichische Flottenvereines* (1915) Gerin, Paul (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

14. *Jegyezzetek Hadikölcsönt!* (1915) Weiss L és F, Budapest (tisk)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie

15. *Liebe Kronenzeitung!* (1915) Tuszinsky, Ladislaus (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

16. *Vom Michel, der 'angefangen' hat* (1914) Gans, Richard

Dominantní motivy: Karikatura, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: Autorita, Země

17. *Die Oesterreichische Volks-Zeitung Bringt* (1915) Zäsche, Theodor (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Spojenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor

18. *Soldaten-Frühlings-Fest.* (1915) Mautner, Stephan (autor)

Dominantní motivy: Falešnost, Karikatura, Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor, Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní symboly, Národní znak

19. *Dritte Kriegsanleihe - Unser ist der Sieg!* (1915) Fischer, Ludwig Hans (autor)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Národní symboly, Země

20. *A Nemzetiáldozatkészség Szobra.* (1915) Basch, Arpád (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Text

Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor

21. *Triump Práce - Československá Sociálně Demokratická Strana Dělnická!* (1915) Crane, W. (autor)

Dominantní motivy: Reklama

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie, Prapor

22. *Az Onkéntes Örsereg Verbuváló Délutánja!* (1915) W. A. (autor)

Dominantní motivy: Text, Verbování, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

23. *A világhaború képes krónikája* (1915) Földes, Imre (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

24. *Magyar műkiállítás a Belgrádi Konakban* (1915) Major Henrik (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Reklama

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Národní symboly

25. *Kelenföldi művészek kiállítás* (1915) Lipót, Herman (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

26. *Háborús gyermekrajzok kiállítás* (1915) Vermes (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: -

27. *Pesti Hirlap!* (1915) Farago, Géza (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

28. *Zeichnet Fünf-und-ein-Halbes Prozent Dritte Kriegsanleihe!* (1915) H. G. (autor)

Dominantní motivy: -

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie

29. *Mikulás Idén a Rokkant Katonáké.* (1915) Honti, Nándor (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Alegorie

30. *Pusztuljon álnok Itália* (1915) Bari (autor)

Dominantní motivy: -

Hodnoty, na které působí: Nenávist

Využití národních symbolů: Alegorie, Země

31. *Országos mozinap 1915. május 19!* (1915) Bortnyik, Sándor (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

32. *Hermannstädter Wehrmann in Eisen!* (1915) Lani (autor)

Dominantní motivy: Text, Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Prapor

33. *Kriegsbilderausstellung!* (1915) Püchinger, Erwin (autor)

Dominantní motivy: Reklama

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Alegorie

34. *Unser Stolz - Österreichische Motor-Batterie 30.5 cm Mörser.* (1915) Neumann, Hans (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Autorita, Národní symbol, Vládnoucí

35. *Leset die Flagge!* (1914) J. Weiner, Wien (tisk)

Dominantní motivy: Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Prapor, Národní znak

36. *Jacobi!* (1915) Ranzenhofer, Emil (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: Národní symboly, Národní znak, Prapor

37. *Der Landsturmmann* (1915) Buchdruckerei Gustav Kübart (tisk)

Dominantní motivy: Pohled na recipienta, Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Autorita

38. *Az Ost!* (1915) Vadász (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

39. *Szerbia Hadatüzen* (1914) Weiss, Antal (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: -

40. *Fikszirozzák A Feleségem* (1914) Weiss, Antal (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: -

41. *Pufi* (1914) Weiss, Antal (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: -

42. *Kinoriport* (1915) Weiss, Antal (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Krutost, Nevinnost, Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Rodina

Využití národních symbolů: Národní symboly

43. *A modern vízalatti fegyverek* (1915) Országos Széchényi Könyvtár (tisk)

Dominantní motivy: Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

44. *Képes Ujság* (1915) Végh, G. (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

45. *Der Europäische Krieg!* (1915) Wosak, Robert (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Alegorie

46. *Das Rote Kreuz!* (1914) Wosak, Robert (autor)

Dominantní motivy: Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

47. *Kunstaussstellung und Auktion* (1914) S. M. (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Země

48. *Kunstsammlung der Invalidenfonds* (1915) Pock, Alexander (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

49. *Bundesfeier - Bismarcks!* (1915) W. R. (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Národní symboly, Prapor

50. *Magyar Vöröskereszt sorsjegy* (1915) Biro, Mihály (autor)

Dominantní motivy: Nevinnost, Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Rodina

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní symboly

51. *Muvész-Sorsjáték* (1915) Biro, Mihály (autor)

Dominantní motivy: Krutost, Nevinnost, Reklama, Vzpomínka, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Rodina

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak

52. *An den deutschen Adel und das deutsche Volk der Baltischen Provinzen!* (1914)

Verlag von Hans Strohhofer (autor)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní symboly

53. *Lustige Kriegsbilder - Der lange Thomas.* (1914) Brüder, Lazár (autor)

Dominantní motivy: Falešnost, Karikatura, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor, Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

54. *Lustige Kriegsbilder - König Alberts Glück und Ende!* (1914) Brüder, Lazár (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Text, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Humor, Spojenectví

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor

55. *Lustige Kriegsbilder - Die Kosaken in Debrezin!* (1914) Brüder, Lazár (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Text, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: -

56. *Zur Erinnerung an den Weltkrieg! - Drei beidseitig bedruckte Landkarten!* (1914)

Haufler & Lehmann (tisk)

Dominantní motivy: -

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Spojenectví

Využití národních symbolů: Země

57. *Franz Joseph I., Kaiser von Österreich!* (1914) Scolik, Charles (autor)

Dominantní motivy: Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Autorita, Vládnoucí

58. *Gedenkblatt – Schlachtruf* (1914) H.R. (autor)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví

Využití národních symbolů: Autorita, Vládnoucí

59. *Für unsere Freunde Alles - Tod und Verderben unseren Feinden!* (1914)
Dominantní motivy: Text, Vojenství
Hodnoty, na které působí: Rodina, Spojenectví, Víra v autoritu
Využití národních symbolů: Alegorie, Autorita, Národní symboly, Vládnoucí, Země
60. *In Trümmer geht der Feinde Reich* (1914) Jekels, Nikolaus (autor)
Dominantní motivy: Oslovení
Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví, Víra v autoritu
Využití národních symbolů: Autorita, Vládnoucí
61. *Wie anno Neun...* (1915) FSch. (autor)
Dominantní motivy: Text, Vojenství, Vzpomínka
Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví
Využití národních symbolů: Národní symboly, Prapor, Země
62. *Gendarmen!* (1915) Printz, Hans (tisk)
Dominantní motivy: Text, Vojenství
Hodnoty, na které působí: -
Využití národních symbolů: Národní symboly
63. *Kriegs-Jahrestag - Der 26. und 31. Juli 1915!* (1915) Buchdruckerei Carl Hoser (tisk)
Dominantní motivy: Text, Vzpomínka
Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví, Víra v autoritu, Vlastenectví,
Využití národních symbolů: Národní znak
64. *Eroberung Warschaus* (1915) Otakar Ludvík, Přelouč (tisk)
Dominantní motivy: Text, Vzpomínka
Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví, Víra v autoritu, Vlastenectví
Využití národních symbolů: -
65. *Eroberung Lembergs* (1915) Otakar Ludvík, Přelouč (tisk)
Dominantní motivy: Text, Vzpomínka
Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví, Víra v autoritu, Vlastenectví
Využití národních symbolů: -

66. *Verkaufsverbot russischer Fahnen!* (1915) Strojil a Nepodal v Blatné (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

67. *Brief und Patriotischer Aufruf zur Ehre der Truppen* (1915) Stamparija Pachera i Kisica u Mostaru (tisk)

Dominantní motivy: Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

68. *Dritte Kriegsanleihe* (1915) Místodržitelná knihtiskárna v Praze (tisk)

Dominantní motivy: Text, Oslovení

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví, Zodpovědnost

Využití národních symbolů: -

69. *Ansprache des Bürgermeisters Dr. Richard Weiskirchner in der Sitzung des Wiener Stadtrates am 25. Mai 1915* (1915) Gerin, Paul (tisk)

Dominantní motivy: Falešnost, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Spojenectví, Sebehodnota, Víra v autoritu,

Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

70. *Bismarck's Ausspruch!* (1915) E B W (autor)

Dominantní motivy: Falešnost, Karikatura, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Alegorie, Autorita, Národní symboly, Země,

71. *An Budapests Bürger* (1915) Székesfővárosi házinyomda (tisk)

Dominantní motivy: Falešnost, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Spojenectví, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

72. *Belgrad ist gefallen!* (1914) Székesfővárosi házinyomda (tisk)

Dominantní motivy: Text, Falešnost, Krutost, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Sebehodnota

Využití národních symbolů: Vládnoucí

73. *Rückeroberung Przemysl* (1914) Otakar Ludvík, Přelouč (tisk)

Dominantní motivy: Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu, Vlastenectví,

Využití národních symbolů: -

74. *Russische Flugblätter* (1914) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní znak

75. *Russischer Aufruf an Slawen* (1914) Wittischlager Pancsova (tisk)

Dominantní motivy: Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

76. *Russische Flugblätter!* (1914) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní znak

77. *Spendensammlung!* (1914) Zaunrith'sche Buchdruckerei, Salzburg (tisk)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Rodina, Sebehodnota, Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

78. *A kölcsönkért csecsemők* (1915) Földes, Imre (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Humor

Využití národních symbolů: -

79. *Verschlussmarke - Gott strafe England* (1915) L. Fl. Bl. Linz (autor/tisk?)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor, Země

80. *So wollten unsere Feinde Europa nach dem Kriege gestalten : Diese Karte soll als Kriegserinnerung für fernere Geschlechter aufbewahrt werden.* (1915) O. M. (autor/tisk?)

Dominantní motivy: Falešnost, Text

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Spojenectví, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Národní znak, Prapor, Země

81. *Erinnerung an den großen Weltkrieg* (1915) Neznámý autor/tisk

Dominantní motivy: Text, Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Spojenectví, Víra v autoritu, Vlastenectví

Využití národních symbolů: Autorita, Národní znak, Prapor, Vládnoucí

82. *Vivat Kaiser Franz Joseph* (1915) Friedrich, Otto (autor)

Dominantní motivy: -

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Alegorie, Autorita, Vládnoucí

83. *Vivant unsere Husaren!* (1915) Liebenwein, Maxmillian (autor)

Dominantní motivy: Vojenství

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Vlastenectví

Využití národních symbolů: -

84. *Vivant die Bezwingen von Warschau* (1915) Jettmar, Rudolf (autor)

Dominantní motivy: Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak, Prapor,

85. *Vivant die Befreier von Lemberg* (1915) Jettmar, Rudolf (autor)

Dominantní motivy: Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: Alegorie

86. *Vivant die tapferen Verteidiger Tirols!* (1915) Glatz, Hans Maria (autor)

Dominantní motivy: Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

87. *Vivant die Sieger von Krasnik und Lublin!* (1915) Jettmar, Rudolf (autor)

Dominantní motivy: Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: Alegorie

88. *Vivat die Einser Jäger!* (1915) Wacik, Franz (autor)

Dominantní motivy: Vojenství, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

89. *Vivant die Helden von Gorlice!* (1915) Jettmar, Rudolf (autor)

Dominantní motivy: Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: Alegorie

90. *Vivat das befreite Galizien* (1915) Jettmar, Rudolf (autor)

Dominantní motivy: Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní znak

91. *Vivat unseren Fliegern* (1915) Brosch, Klemens (autor)

Dominantní motivy: Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota

Využití národních symbolů: -

92. *Vivat den Verbündeten* (1915) Brosch, Klemens (autor)

Dominantní motivy: Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Sebehodnota, Spojenectví

Využití národních symbolů: Alegorie

93. *Zu Gunsten der Kriegsfürsorge 50.000 Zinnsoldaten* (1915) Breitner, I. (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní symbol, Prapor

94. *Humoristische Karte von Europa 1914.* (1914) Lehmann-Dumont, K. (autor)

Dominantní motivy: Karikatura, Vojenství, Text

Hodnoty, na které působí: Humor, Spojenectví

Využití národních symbolů: Alegorie, Národní symbol, Země

95. *Mým národům* (1915) C. K. dvorní a státní tiskárna (tisk)

Dominantní motivy: Falešnost, Krutost, Nevinnost, Pohled na recipienta, Text, Vzpomínka

Hodnoty, na které působí: Nenávist, Rodina, Sebehodnota, Spojenectví, Víra v autoritu

Využití národních symbolů: Autorita, Vládncoucí

96. *Das neueste Anker-Geduldspiel überall zu haben* (1914) Weiner, J. (autor)

Dominantní motivy: Reklama

Hodnoty, na které působí: Spojenectví

Využití národních symbolů: Národní symbol, Národní znak, Prapor

97. *Österreichischer Flottenverein* (1915) Heusser, Harry (autor)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: Vlastenectví

Využití národních symbolů: Národní znak

98. *Österreichisch-ungarischer Polizei- und Kriegshunde-Verein.* (1915) Luigard, A. (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Text, Vojenství

Hodnoty, na které působí: Víra v autoritu

Využití národních symbolů: -

99. *Zeichnet dritte 5 1/2 % Kriegsanleihe bis 6. November* (1915) Weiner, J. (autor)

Dominantní motivy: Text

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: -

100. *A tisztí kardbojt. Háborús színmű* (1915) Földes, Imre (autor)

Dominantní motivy: Reklama, Vojenství

Hodnoty, na které působí: -

Využití národních symbolů: Národní znak

Výsledek komparace

1.8. Dominantní motivy

1.8.1. Británie

(63/100) Nejčastějším motivem, který se v britské propagandě objevuje, je „Text“. Toto potvrzuje tezi o britské propagandě, která se snaží především objektivně vyjadřovat, komunikovat určitým vybraným přístupem; využívá jak plakátů, kde je mnoho napsáno, tak drobných písem. Pamflety jsou časté a leckdy působí úderným dojmem, přestože neobsahují žádné obrazy (74).

(62/100) Motiv „Verbování“ je obsažen v 64 plakátech, kdežto u ostatních zemí se vyskytuje pouze po jednom exempláři. Verbování se v britské propagandě vyskytuje jak ve formě přímého oslovení, tak i v např. oslovení občana, aby verboval jiného (60, 92). Tomuto příkrému rozporu se nedá divit; v letech 1914 a 1915 byl vstup do britské armády na rozdíl od Francie či Rakouska-Uherska dobrovolný.

(58/100) V nadpoloviční části plakátů se také objevuje motiv „Oslovení“. V tomto případě se jedná o různé ekvivalenty „You“, „Your“. Opět se zde jedná o motiv, který značně převažuje nad množstvím Francie (10/100) i Rakouska-Uherska (4/100). Časté je zde slovní spojení „Your king and country“ a jeho variace (14, 65).

(50/100) „Vojenství“. Ve vzorku polovina plakátů zobrazuje muže v uniformě; zde se potvrzuje teze o zobrazení řadových branců „z lidu“ pro potvrzení očekávání běžných občanů.

(14/100) 14 exemplářů vzpomíná na určitou událost, nejčastěji potopení Lusitanie, nebo útok na Belgii; Britská propaganda se v roce 1914 myšlenky obrany Belgie před agresí Němců velmi držela, přestože válečné plány se spíše než tím zabývaly problematikou udržení anglických přístavů mezi Anglií a Belgií ve spojeneckých rukou¹⁷³. Tomu odpovídá i počet plakátů s motivem „Nevinnost“ (13/100), které však mají i jiné motivy.

Ostatní kritéria byla zastoupena: „Pohled na recipienta“ (10/100), „Falešnost“ (6/100), „Krutost“ (4/100). Zajímavý je zde nulový počet plakátů reklamních (ani např. zmíněných „dnů“) a jediný plakát s karikaturou, znázorňující Viléma II na oslu. Opět to potvrzuje vyznění britské propagandy jako seriózní, nezabíhající k „nizkým“ motivům a klepům.

¹⁷³ The scrap of paper: Allied posters of World War I. *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/2930/rec/54>

Na některých britských plakátech vidíme všechny společenské třídy pohromadě (34) – během přípravy války vznikaly obavy z jejich možného konfliktu. V obrazové propagandě mělo společné vyobrazení tříd střety mírnit a podporovat solidaritu¹⁷⁴. Jindy Británie otevřeně přiznává hrůzy války (80, 91).

Sečteme-li obecný počet využití dominantních motivů, Velká Británie obsahuje celkem 281 využití, což je více, než Francie i Rakousko-Uhersko. Vzorek by se dal tedy považovat co do motivů za nejobsažnější.

1.8.2. Francie

(75/100) Nejčastěji objevujícím se motivem je „Vojenství“, tedy vyobrazení mužů v uniformách. Z nich stojí za zmínku „dny“, např. „Journée du poilu“, sbírky za určitým účelem či s určitou konotací (8, 10, 16, 18). Jindy jsou vojáci vyobrazováni jako užívající si svůj čas v zákopech – ať už formou humornou (90) až ad absurdum (92 – voják popisuje jak pod ním vybuchla puma a stále žije). Místy vyrábí předměty, které se prodávaly v zázemí (37, 98, 99). Na daném vzorku tedy lze potvrdit tezi o příkrášlení života v zákopech a o přehánění propagandy. Je si třeba ovšem také uvědomit, že válečná zmrzačení jsou zobrazována (24, 29), navzdory tezi v teoretické části o jejich zamlčování.

Francouzští vojáci se často nazývají „poilu“, „chlupatý/vousatý“. Tato přezdívka vznikla za napoleonských dob kvůli hrubému, rolnickému původu nasazených. V rámci tvorby autostereotypu také znamená statečnost, výdrž a věrnost¹⁷⁵. Vojáci se také často vyskytují na speciálních „plakátech z pohlednic“, shrnujících válku, které vydával Petit Journal (9, 59, 60).

(35/100) Druhým nejzastoupenějším je „Text“. Jde o různé mobilisační vyhlášky, ale také o „komiksová“ povídání (90, 92), jindy podrobné popisy kulturních akcí či sbírek.

(21/100) Motiv „Vzpomínka“ se vrací např. k ničení remešské katedrály, bojům, vyhlášení války.

(16/100) Motiv „Nevinnost“ má zde největší zastoupení ze všech tří zemí. Na těchto obrazech se často nachází humánní témata jako sbírky na různé sirotky a válkou postižené (8, 17, 47), kombinované s „Pohledy na recipienta“ (10/100). Jindy je nevinost explicitně postavena proti „Krutosti“ nepřítelů (66, 67) (8/100), což odpovídá tezi o tvořeném heterostereotypu hříšného, bestiálního protivníka, který se nestydí páchat ty nejhorší zločiny. Tento fungoval již za prusko-francouzské války a za první světové války jen čekal na vhodné podmínky, jako dobytí Belgie. Tento obnovený pohled na „barbarského“ protivníka, kterého je

¹⁷⁴ Step into your place: Allied posters of World War I. *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 21. 2. 2015]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002col19/id/2910/rec/202>

¹⁷⁵ NORA, Pierre. *Rethinking France: Les lieux de mémoire*. Chicago: University of Chicago Press, c2001-<c2010 >, v. <1-4 >. ISBN 97802265913534, s. 217

třeba porazit, sice motivoval k celistvému oddání se válce, ovšem podpořil také vytváření vytrvalé a silné germanofobie¹⁷⁶.

Nepřítele se týkají také „Karikatury“ (7/100) do různých podob (5, 21), a je mu přezdíváno „Boche“ (21, 92), francouzské zkráceniny z „Alleboche“ – „Allemande (Němec) / Caboche (nadutec, zelí)¹⁷⁷. Jinde je zmiňována jeho „Falešnost“ (5/100) v podobě provokací války (první pravidlo francouzské propagandy z úvodu) a konspiračního „Plan pangermanisme“ o celosvětové německé říši (5, 48).

(11/100) Plakáty kategorie „Reklama“ slouží k upozornění na různé válečné romány a koncerty s výtěžky na válečné účely (17, 21, 27, 55), jindy upozorňují na cenné produkty (2, 58 – pobídka k pěstování brambor).

Ostatní zastoupené kategorie zahrnují „Oslovení“ (11/100), „Verbování“ (1/100).

Mimo stanovené kategorie se potvrzuje teze o častém zobrazování dětí (1, 8, 14, 17, 18), ať už jako trpících, nebo v různých funkcích.

V neposlední řadě je třeba zmínit fenomén fotorealistických pohlednic (74 – 89), kde hraje roli estetická kompozice všedních předmětů, jídla, květin a lidských aktérů (74, 77, 81, 83, 85, 86). Jelikož posílání pohlednic vojákům bylo zdarma, tyto a jim podobné byly vydávány ve velkém počtu; podle historika Williama A. Christiana čerpají z již existující předválečné náboženské symboliky, např. vizí v běžném životě. Nezřídka vidíme např. vojáka, myslícího na domov (81), jindy se scéna války nachází na vrchu snímku a scéna domova na spodku, čímž vzniká jakási atmosféra představ (74)¹⁷⁸.

Vedle „Dní“ je častým tématem sběr zlata a zlaté sbírky (22, 40, 41, 63, 64).

Sečteme-li obecný počet využití dominantních motivů, Francie obsahuje celkem 200 využití, což je méně, než Velká Británie i Rakousko-Uhersko. Vzorek by se dal tedy považovat za co do motivů nejméně obsažný

¹⁷⁶ *Leur façon de faire la guerre*. In: Grandpalais.fr [online] © Paris RMN-GP 2014 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: http://www.histoire-image.org/site/etude_comp/etude_comp_detail.php?i=398&d=41&q=9&c=Guerre%20de%2014-18

¹⁷⁷ FARLEX. *The free dictionary: By Farlex* [online]. 2015 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: <http://www.thefreedictionary.com/Boche>

¹⁷⁸ CHRISTIAN, William A. *Divine presence in Spain and Western Europe, 1500-1960: visions, religious images, and photographs*. New York: Central European University Press, 2012, xvii, 310 p. ISBN 978-615-5053-375, s. 162-201)

1.8.3. Rakousko-Uhersko

(59/100) Nejčastější motiv je „Text“. V případě textu v rakousko-uherských plakátech se může jednat o humorné rýmování, či národní písně a texty (52, 58, 61, 62), jindy o textový doprovod satirických komiksů (16, 53, 54, 55), nebo různé vyhlášky a hlášení (64-69).

(44/100) Druhým nejčastějším motivem je „Vojenství“, mnohdy ve spojení s „Reklama“ (36/100): vojáci, čtoucí noviny, se ve zkoumaném vzorku objevují velmi často (7, 15, 17, 27, 38, 44), ale nejen tak (36, 37, 39, 41). Reklama může být dále filmová, zejména ta uherská (37, 39, 41), nebo zve na umělecké výstavy (33, 47, 48) s výtěžkem na válečné účely.

Pokud hovoříme o sbírkách, je dobré zmínit sbírku Augusta, pojmenovanou podle Augusty Marie Luisy Bavorské, vnučky Františka Josefa I. (5, 20, 29, 31). Instituce, pořádající tyto sbírky, byla založena sotva týden po vyhlášení války; Augusta byla přezdívána „Maďarským andělem strážným“ a její sbírka 19. 5. 1915 dosáhla značných sum¹⁷⁹.

(27/100) „Vzpomínka“ je čtvrtým nejzastoupenějším motivem. Vzpomíná se humornou formou (54, 55) a na slavná vítězství (64, 65).

(14/100) „Karikatura“ je zde ze tří zemí nejvyužívanější. Oponent má podobu draka (17), karikováno je Srbsko (39, 53) Rusko (42), Itálie (70), nebo úplně všichni aktéři (94) včetně Rakouska-Uherska (41, 78). Karikatury se často mísí s reklamou.

Ostatní vyobrazení zahrnují „Falešnost“ (7/100), „Krutost“ (5/100), „Nevinnost“ (7/100), „Pohled na recipienta“ (4/100), „Oslovení“ (3/100), či „Verbování“ (1/100).

Při potvrzování tezí ze začátku práce si všimněme výtvarných stylů: plakáty obsahují jak prvky umělecké typografie či práci s kompozicí (2, 13, 19, 32, 52), tak prvky secese (6, 21); naproti tomu některé obrazy co do motivů či hodnot téměř nemají co nabídnout (1, 2, 8, 28, 99). Dá se tedy říci, že zatímco po umělecké stránce se plakáty jeví jako propracované, jiné svému účelu nebyly schopné dostát. Po příchodu k moci Hitler prohlásil, že hlavní důvod, proč Německo prohrálo v první světové válce, byl nedostatek efektivní propagandy¹⁸⁰. Některé maďarské příklady dokonce působí jaksí smutně a demotivovaně (7 – „Kdy přijdou domů“?; 15 – Všichni se nás ptají po informacích, ženy, matky...)

Ve vzorku se také vyskytly skládky (60) a specialitou je plakát s Velikonocemi (9) či s Mikulášem (!), porážejícím nepřítele (29).

¹⁷⁹ *A nagy háború írásban és képen* [online]. 2014 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z:

http://nagyhaboru.blog.hu/2014/11/21/a_nagy_haboru_plakatokon_az_augusztalal

¹⁸⁰ *Design details: HISTORY & FACTS OF GRAPHIC DESIGN* [online]. 2012 [cit. 2015-04-21]. WORLD WAR I: Allied and Central Powers' Propaganda. Dostupné z: <https://graphicdesigndetails.wordpress.com/2012/02/19/world-war-i-allied-and-central-powers-propaganda/>

1.9. Hodnoty a emoce

1.9.1. Velká Británie

(37/100) Nejčastěji vyvolávanou hodnotou je „Zodpovědnost“, která zde značně převažuje oproti ostatním zemím (5/100 Francie a 2/100 Rakousko-Uhersko). Opakují se zde často variace na „You are wanted“, „Your duty“, ale nejčastěji se objevuje slovní spojení „Your king and country need you“ (14, 16, 18, 19, 20).

(31/100) Podobně prvek „Vlastenectví“ je často spojen s zemí nebo králem (nejvíce zastoupen ze všech tří zemí. I přes tezi o vrozeném patriotismu, který není nutno příliš posilovat, existoval značný tlak na tuto hodnotu). Jinou zmínkou krále v tomto kontextu je např. slogan „God save the King“, taktéž vícekrát zastoupený (13, 27, 30)

(26/100) „Víra v autoritu“. Kromě vyobrazení Kitchenera (35,65) se zde nachází Jiří V. (62) ale např. i admirál Nelson (64) a mnoho různých zaštit'ovatelů půjček a sbírek.

(23/100) Motiv „Svědomy“ je zde ve většinovém zastoupení oproti Francii (3/100) a Rakousku-Uhersku (0/100) – vyskytují se zde různé příklady kladení otázek (42, 97).

(22/100) Motiv „Sebehodnoty“ zde nabírá různých znázornění; jmenujme jako pár příkladů chválu země (66) či samotného recipienta (9, 21).

Několikrát je zde využit obrat „Take the sword of justice“ (7) a apel na „Spravedlnost“, který byl ale nakonec pro nedostatečné zastoupení (6/2/1) vyčleněn (více v závěru).

„Humor“ (1/100) – již zmíněná karikatura Viléma, „Rodina“ (16/100), „Spojenectví“ (8/100) – často Belgie, Francie, jednou Polsko (vzorek ovšem obsahuje nejméně poukázání na spojenectví ze všech tří zemí) a „Nenávist“ (7/100).

Sečteme-li obecný počet využití hodnot, Velká Británie obsahuje celkem 171 využití, což je více, než Francie i Rakousko-Uhersko. Vzorek by se dal tedy považovat za nejpůsobivější.

1.9.2. Francie

(38/100) Nejčastěji se opakujícím motivem (i ze všech tří zemí) je zde „Rodina“, ať už ve formě dětí či manželek z pohlednic (viz 12.1.2).

(26/100) Jako druhý motiv se nejčastěji opakuje „Sebehodnota“, chválící např. vojáky, a plakáty se „Spojenectvím“ (15/100) – různé pakty s Británií. Jako spojenci jsou často zmiňováni vedle Anglie také Belgičané nebo koloniální vojska.

(15/100) „Víra v autoritu“ se vztahuje často na pořadatele charit, také je zde zmíněna „Miss Cavell“ (26, 34) – Edith Cavell, britská zdravotní sestra, která pomáhala na obou stranách konfliktu při počátečních bojích v Belgii a pomohla uniknout okolo 200 spojeneckým vojákům za okupace. Za toto byla Němci zatčena, odsouzena za velezradu a popravena i přes mezinárodní prosby o omilostnění¹⁸¹. Jindy je vyobrazován Joseph Joffre (25, 27).

Další zastoupené kategorie zahrnují „Nenávist“ (12/100) „Vlastenectví“ (11/100), „Humor“ (8/100), „Zodpovědnost“ (5/100) a „Svědomy“ (3/100).

Sečteme-li obecný počet využití hodnot, Francie obsahuje celkem 133 využití, což je méně, než Velká Británie i Rakousko-Uhersko. Vzorek by se dal tedy považovat za nejméně působivý.

1.9.3. Rakousko-Uhersko

(33/100) Nejčastěji se zde objevuje apel na „Víru v autoritu“. Touto autoritou může být František Josef I. (34, 50, 82, 95), Bismarck (70), Augusta či místní zástupce (64, 65).

(29/100) „Sebehodnota“ např. na páskách červeného kříže (82 – 91), oslavující tu a tu událost či osobu, nebo ve chvále vojsk (64, 65), podobně jako „Vlastenectví“ (16/100)

(20/100) „Spojenectví“ je primárně zmiňováno s Německem.

(12/100) „Nenávist“ může být směřována např. k Itálii (70, 95) poté, co změní strany, jindy k Rusům, páchajícím různé zločiny (42, 51) jako k protivníkům na východní frontě.

(12/100) Za zmínku stojí také „Humor“, svázaný s karikaturami z části 12.1.3.

Ostatní motivy: „Rodina“ (15/100), „Zodpovědnost“ (2/100), „Svědomy“ (0/100)

¹⁸¹ SWARDESTON PCC. *Edith Cavell* [online]. 2013 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: <http://www.edithcavell.org.uk/>

1.10. Národní symboly

1.10.1. Velká Británie

(11/100) a (11/100) „Národní znak“ (vlajka) a „Vládnoucí“ – sem patří především Jiří V. (62) a erby (11, 12, 13, 15), které jsou zde z národních motivů zobrazovány nejčastěji.

(6/100) „Alegorie“ je zde zastupena např. „Brittanií“ (29, 56), jindy zvířaty (63).

(6/100) Často je zde využito vyobrazení mapy jako symbolu „Země“.

(7/100) Jako „Autorita“ je zde vyobrazován např. Kitchener, Jiří V., či admirál Nelson (viz část 12.2.1).

Ostatní zastoupení: „Národní symbol“ (5/100) „Prapor“ (5/100).

Sečteme-li obecný počet využití národních symbolů, Velká Británie obsahuje pouze 50 využití, což je polovina počtu Francie i Rakouska-Uherska. Vzorek by se tedy dal považovat za nejméně založený na národních symbolech, čímž se dá potvrdit jedna strana teze, že zemské hodnoty nebylo nutné tolik ukazovat a abstraktní národní symbolika se spíše potlačovala.

1.10.2. Francie

(29/100) „Národní znak“, zejména v podobě vlajky. „Prapor“ (25/100) je zobrazen různě, jak přes velkou část obrazu, (28) tak zcela miniaturním způsobem (83); za pozornost stojí právě plakát 28., kde je znázorněn zcela rozstřílený belgický prapor.

(17/100) Zobrazení „Země“ se vztahuje k reálným místům, ať už ke zmiňované Remeši, v jednom případě ke Spojeným státům (88), či k Alsasku-Lotrinsku. To je také zastoupeno mezi „Národními symboly“ (13/100) v podobě žen s lidovými čepci (11, 35, 69).

(14/100) „Alegorie“ ukazují Mariannu (87), jindy vliv příspěvků zlata na nepřítele (22) nebo anděla u památky na Miss Cavell (34).

Zastoupení dalších kategorií: „Autorita“ (9/100), „Vládnoucí“ (2/100).

1.10.3. Rakousko-Uhersko

(27/100) „Alegorie“ je nejzastoupenějším znázorněním v tomto vzorku. Zde se objevují různé antické výjevy (např. Jetmarova zobrazení na páskách červeného kříže [60]), orlice (19, 33, 49, 96) či motivy středověku v podobě rytířů v brnění a dalších dobových postav (1, 2, 20, 32) nebo mytických zjevení (45).

(25/100) „Národní znak“ má nejčastěji podobu vlajky, „Praporu“ (19/100), vedle toho „Národní symboly“ (17/100) obsahují různé zobrazení říšských orlic. Avšak tyto lokální zobrazení mohou být i negativní: Rusové jsou ztvárněni s bičí (42, 94), jelikož se věřilo, že ruští důstojníci pohání své vojáky jako psy.

„Vládnoucí“ (10/100) a „Autorita“ (12/100) již byly zmíněny jako různá ztvárnění Viléma II., Františka Josefa I. a Augusty. Zbývá vyobrazení „Země“ (11/100), které má podobu např. odhadovaných map území po válce (80) či základu karikatury (94).

Sečteme-li obecný počet využití národních symbolů, Rakousko-Uhersko obsahuje celkem 121 využití, což je mezi třemi zeměmi nejvíce. Vzorek by se dal tedy považovat v národních symbolech za nejsilnější.

Závěr

Diplomová práce během svého vzniku vyžadovala časté úpravy, které metodologie a práce s mnoha plakáty dávaly tušit už od začátku. Kategorii pro obrazy jsem si na počátku vytyčil víc – a jelikož jsem pro ně nenalézal dostatek materiálu, také jsem je odebíral.

Jednalo se, mezi dominantními motivy, o „Srovnání“ (Obraz srovnává jednoho válečného aktéra, kterému je dobře a druhého, kterému je hůř nebo zle. Aktéři nemusí být na opačných stranách) s výsledkem (4/0/0) (Británie, Francie, Rakousko-Uhersko).

Motiv „Veteránství“ (V obraze vystupuje nebo je popisován muž, který se již účastnil nějaké války a vrátil se z ní, a/nebo je tak charakterizován. Sem se nepočítají ranění vojáci z války současné) (4/1/0).

Motiv „Výsměch“ (Obraz ukazuje jednoho válečného aktéra, vysmívajícího se druhému. Aktéři jsou na opačných stranách) (1/1/0).

Mezi hodnotami se jednalo o hodnotu „Moc“ (Recipientovi je nabízena metaforická či reálná zbraň nebo jiné nabytí moci) (3/0/0).

O „Prospěch“ (Obraz zmiňuje peněžní prospěch recipienta či jeho blízkých) (5/2/1).

A hodnotu „Spravedlnost“ (Obraz zmiňuje vykonání spravedlnosti. Obsahuje slova jako „Spravedlnost“, „Potrestat“ a další) (6/2/1).

Na druhou stranu během výzkumu vyvstaly kategorie „Reklama“ a „Nenávist“ jako předtím nedefinované a velice relevantní.

Co se týče další práce s kategoriemi, v práci jsem měl místy potíž určit s 100% nějakou z nich a rozhodovalo subjektivní vyznění. Řídil jsem se explicitou a relevancí kategorie v obraze.

Jiným jevem, se kterým se bylo třeba vypořádat, byla jazyková příslušnost obrazů Rakouska-Uherska; nakonec jsem se rozhodl pro využití všech, se kterými jsem se setkal: vzorek obsahuje např. české, maďarské, i německojazyčné obrazy. Zaměřoval jsem se na celou říši a zvýhodnit jen jeden jazyk by mohlo výzkum poškodit.

Co do samotného shánění plakátů, v tomto pomohly výborně zásobené digitální knihovny. I s nimi se ale vyskytla potíž: často nešel zjistit přesný letopočet ztvárnění obrazů. Tyto archivy často uvádí datum „1914-1918“, které bohužel výzkumu nepomůže. Přesný rok se v lepším případě podařilo zjistit dohledáváním informací o plakátech z více zdrojů.

Konečné srovnání v dvanácté kapitole se nakonec odehrálo spíše heslovitě. Zevrubný

popis všech popisovaných jevů by vyžadoval mnohem větší rozsah textu a vzhledem k velikostnímu omezení práce jsem se úmyslně nerozepisoval.

Práce na vybraném vzorku v něčem potvrdila teoretický základ, se kterým jsem k ní přistupoval. Zásadní výsledky jako potvrzení vyznění rakousko-uherské německojazyčné propagandy jako silně založené na národní příslušnosti nebo britská snaha o působivost patřily mezi některé z nich. A naopak, neočekávané výsledky jako nadmíra humoru či výskyt mnoha reklam na noviny a filmy u rakousko-uherských plakátů nebo humánní přístup propagandy francouzské, vedle objevu sbírky pohlednic s religiozními motivy, patřily mezi zajímavé a zasluhující bližší pozornost: takové člověk objeví jen podrobnou prohlídkou, kterou jsem také podnikl.

S přihlédnutím k těmto poznatkům a mnoha dalším, které výzkum přinesl, jsem za pomoci vytyčených kategorií úspěšně zjistil to, co jsem chtěl: rozdíly a shody v povaze propagandistických obrazů u třech zvolených zemí v daném období. Jako další přiblížení plakátů první světové války do akademického prostředí hodnotím výsledek jako přínosný.

Tento přínos spočívá v zevrubném zmapování motivů, hodnot a národních symbolů, zmiňovaných v této propagandě, čímž vzniká mnoho podnětů pro další výzkum, který z tohoto předběžného mapování dvou válečných let může vycházet. Zmiňme např. měnící se povahu obrazové propagandy v dalším průběhu války s přihlédnutím na existující kategorie či dokonce s vytyčováním nových; využití podobné kategorizace pro zkoumání propagandy meziválečné, ze druhé světové války a dalších takových událostí; podrobný výzkum jednotlivých témat, které obrazy nesly; komparace s obrazy zemí, které jsem do výzkumu nezahrnoval a další.

2. Cizojazyčné resumé

The research on the thesis *A comparative study of British, French, and Austro-Hungarian pictorial propaganda during World war 1 in years 1914-1915* was begun with a set of theoretical assumptions and premises, provided by suitable literature concerned with the subject, along with a set of chosen categories used for the classification of the pictures.

During the work, this changed. Several assumptions projected on the chosen pictorial example were proven (such as Austro-Hungarian propaganda being the most oriented toward national symbols [the total sum of the various national symbols represented was the highest among the three researched nations] or British propaganda being the most sophisticated in the way of motives expressed), some were not (such as the French propaganda having an affinity for humour and caricature; this was disproved, at least on the chosen example, by the quantity of caricatures in Austro-Hungarian propaganda). The classification categories, used for the three research questions, had to be adjusted for a more objective outcome of the research. This included removing redundant ones and adding those that were present in a lot of instances (e.g. „Advertising“ or „Hate“).

The research had also turned up some motives that to me were brand new (such as the religious compositions employed on French postcards).

In regards to the outcome of the research (which were best gained by personal exploration of the pictures), I have been able, using the aforementioned classification categories, to come to the results I wanted: the differences and common aspects of the pictorial propaganda example, and thus I rate the research as beneficial.

This benefit consists of a thorough exploration of the motives, values and national symbols in the pictorial propaganda at the beginning of First World War, which gives way to many more aspects of future research, based upon this preliminary mapping. This can concern the changing nature of pictorial propaganda during the rest of the war in regards to the chosen classification categories, or even using new ones; using the same classification in a research about interwar or Second World War propaganda; individual research of some of the motives present on the pictures; comparison with pictorial propaganda of other warring countries not involved in the current research, etc.

Seznam použité literatury a dalších zdrojů

A nagy háború írásbán és képbén [online]. 2014 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: http://nagyaboru.blog.hu/2014/11/21/a_nagy_haboru_plakatokon_az_augusztalal

AULICH, James. *Válečné plakáty: zbraně hromadné komunikace*. Praha: Naše vojsko, 2009, 255 s. ISBN 978-80-206-1048-5

Az Osztrák-Magyar Monarchia és a propaganda az első világháborúban I. PAAL, Vince. Médiatudományi Intézet [online]. 2014 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: http://mtmi.hu/cikk/603/Az_OsztrakMagyar_Monarchia_es_a_propaganda_az_első_világháborúban_I

BANAC, Ivo. *The national question in Yugoslavia: origins, history, politics*. 2nd pbk. print. Ithaca: Cornell University Press, 1988. ISBN 978-080-1494-932.

BARBUSSE, Henri. *Oheň: deník bojového družstva*. Vyd. 5., v NV 3. Překlad Milena Tomášková. Ilustrace Otakar Nejedlý. Praha: Naše vojsko, 1989, 286 s. Světový válečný román. ISBN 80-206-0043-4.

BARTL, Julius. *Úvod do štúdia dejepisu*. Bratislava: Univerzita Komenského, 1997.

BERNAYS, Edward. *Propaganda*. Nové vydání. Brooklyn NY: Ig, 2005, 168 s. ISBN 978-0-9703125-9-4

Britain 1906 - 1918: Propaganda 1914 - 1918. THE NATIONAL ARCHIVES. *The National Archives* [online]. 2015 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://www.nationalarchives.gov.uk/education/britain1906to1918/g6/background.htm>

bücherkiste.at. *bücherkiste.at* [online]. 2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: http://www.bücherkiste.at/2/k.u.k.Kriegspressequartier_8927.de

BŮŽEK, Václav. *Úvod do studia historie*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 1994.

Das Kriegspressequartier – KPQ. *Wladimir Aichelburg: 150 Jahre Künstlerhaus Wien 1861-2011* [online]. 2014 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://www.wladimir-aichelburg.at/kuenstlerhaus/mitglieder/kriegspressequartier/>

Design details: HISTORY & FACTS OF GRAPHIC DESIGN [online]. 2012 [cit. 2015-04-21]. WORLD WAR I: Allied and Central Powers' Propaganda. Dostupné z: <https://graphicdesigndetails.wordpress.com/2012/02/19/world-war-i-allied-and-central-powers-propaganda/>

DJORDJEVIĆ, Dimitrije, Richard B SPENCE a Linda L NELSON. *Scholar, patriot, mentor: historical essays in honor of Dimitrije Djordjević*. New York: Distributed by Columbia University Press, 1992, xi, 422 p. ISBN 08-803-3217-4.

DOBŘÝ, Václav. *Světová válka*. Plzeň: Slovan, 2014, 347 s. ISBN 978-80-260-5895-3.

Einleitung. *1914-2014: 100 Jahre erster weltkrieg* [online]. 2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/einleitung/>

ELIAS, Norbert. *O procesu civilizace: sociogenetické a psychogenetické studie*. Vyd. 1. Praha: Argo, 2006, 338 s. ISBN 80-7203-838-9.

FARLEX. *The free dictionary: By Farlex* [online]. 2015 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: <http://www.thefreedictionary.com/Boche>

GOLL, Nicole-Melanie. Heroes wanted! Propagandistic war efforts and their failure in AustriaHungary during World War I. In: ROLLO, Maria Fernanda, Ana Paula PIRES a Noémia Malva NOVAIS. *War and Propaganda In the XXth Century*. Lisabon: Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa –IHC /FCSH, 2013, s. 90-96. ISBN 978-989-98388-1-9.

HAŠEK, Jaroslav. *Osudy dobrého vojáka Švejka za světové války*. 1'2. Praha : Československý spisovatel, 1983, s. 275.

HAVRÁNEK, Jan. Metoda srovnávací. In MYŠKA, Milan, HAVRÁNEK, Jan, PACLÍK, Jiří. *Úvod do studia dějepisu*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1967.

HROCH, Miroslav. *Úvod do studia dějepisu*. Státní pedagogické nakladatelství, 1985.

CHRISTIAN, William A. *Divine presence in Spain and Western Europe, 1500-1960: visions, religious images, and photographs*. New York: Central European University Press, 2012, xvii, 310 s. ISBN 978-615-5053-375

JOWETT, Garth a Victoria O'DONNELL. *Propaganda and persuasion*. 4th ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage, c2006, xxii, 422 p. ISBN 1412908981.

KAELBLE, Hartmut. Der historische Vergleich: Eine Einführung zum 19. und 20. Jahrhundert. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009.

KOUBA, Miroslav, Dagmar MAGINCOVÁ a Ivo ŘÍHA. *Kontexty propagandy*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2012, 350 s. ISBN 978-80-7395-515-1.

KRUMPÖCK, Ilse. Hrsg. vom. *Anton Faistauers "militärische Nichtsnutzigkeit"*. Maishofen: Anton-Faistauer-Forum, 2007. ISBN 978-395-0242-003.

La propagande et ses principes (a další, pozn. aut.) In: *La propagande française de 1914 á 1918*. [online]. 2009 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://propagande1418.canalblog.com/>

LALLEMENT, Michel, SPURK, Jan (ed.) Stratégies de la comparaison internationale. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009.

LEE, Alfred McClung. The Analysis of Propaganda: A Clinical Summary. In. *American Journal of Sociology*, Vol. 51, No. 2. (Sep., 1945)

Leur façon de faire la guerre. In: Grandpalais.fr [online] © Paris RMN-GP 2014 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: http://www.histoire-image.org/site/etude_comp/etude_comp_detail.php?i=398&d=41&q=9&c=Guerre%20de%2014-18

MAHONEY, James, RUESCHEMEYER, Dietrich (ed.) Comparative Historical Analysis in the Social Sciences in SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009.

MASSENPROPAGANDA. *1914-2014: 100 Jahre erster weltkrieg* [online]. 2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/massenpropaganda/>

MESSINGER, Gary S. *British propaganda and the state in the First World War*. New York, NY: Distributed exclusively in the USA and Canada by St. Martin's Press, c1992, x, 292 p. ISBN 07-190-3014-5.

MOBILISIERUNGSINSTRUKTION. *1914-2014: 100 Jahre erster weltkrieg* [online]. 2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/mobilisierungsinstruktion/>

NORA, Pierre. *Rethinking France: Les lieux de mémoire*. Chicago: University of Chicago Press, c2001-< c2010 >, v. <1-4 >. ISBN 97802265913534.

PAULMANN, Johannes. Internationaler Vergleich und interkultureller Transfer. Zwei Forschungsansätze zur europäischen Geschichte des 18. bis 20. Jahrhundert. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009.

Propagande 1914-1918. In: *La propagande et la grande guerre* [online]. 2003 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://propagande1418.free.fr/index2.htm>

Réactions du peuple face à ce manque de libertés. In: *Petites réflexions concernant la Censure et le Propagande: Travail de TPE* [online]. 2015 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://tpe-liberty-censure-propagande.e-monsite.com/pages/pendant-la-1ere-guerre-mondiale/reactions-du-peuple-face-a-ce-manque-de-libertes.html>

ROSSI, Pietro. La storia comparata: Approci e prospettive. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009.

SANDERS, M. L. Wellington House and sue 01 [cit. 2015-02-12]. DOI: 10.1017/s0018246x00British Propaganda during the First World War1. *The Historical Journal* [online]. 1975, vol. 18, is008700.

SCHMAUCH, Joseph. Au Pays de la Marseillaise. French propaganda and the question of Alsace-Lorraine during First World War. In: ROLLO, Maria Fernanda, Ana Paula PIRES a Noémia Malva NOVAIS. *War and Propaganda In the XXth Century*. Lisabon: Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa –IHC /FCSH, 2013, s. 75-90. ISBN 978-989-98388-1-9.

SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009.

SIMKINS, Peter, Geoffrey JUKES a Michael HICKEY. *První světová válka: válka, která měla být poslední*. Vyd. 1. Praha: Brána, 2014, 351 s. ISBN 978-80-7243-684-2.

Step into your place: Allied posters of World War I. *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-23]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/2910/rec/202>

STEVENSON, David. *1914-1918: the history of the First World War*. London: Penguin, 2012. ISBN 978-071-8197-957

SWARDESTON PCC. *Edith Cavell* [online]. 2013 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: <http://www.edithcavell.org.uk/>

The scrap of paper: Allied posters of World War I. *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-23]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/2930/rec/54>

VESELÝ, Zdeněk. *Světová politika 20. století v dokumentech: (1900-1945)*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2000. ISBN 80-245-0033-7.

VIGOUR, Cécile. La comparaison dans les sciences sociales: Pratiques et méthodes. In SCHOLZ, Milan. *Komparativní přístup v historiografii a transnacionální historická problematika*. Praha: FF UK, 2009.

VORSCHRIFT FÜR DIE BILDICHE BERICHTERSTATTUNG. ÖSTERREICHISCHES STAATSARCHIV. *1914-2014: 100 Jahre erster weltkrieg* [online]. 2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/vorschrift-fuer-die-bildliche-berichterstattung/>

Seznam plakátů, užitých při komparaci

Plakáty jsou zde uvedeny ve stejném pořadí, jako v práci.

Velká Británie

Britons. Join your Country's army! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/176/media-176491/standard.jpg>

How the Hun hates! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/161/media-161852/standard.jpg>

The Hun and the Home. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/161/media-161856/standard.jpg>

Come and do your bit. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/333/media-333913/standard.jpg>

Britain is fighting for the freedom of Europe. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/154/media-154876/standard.jpg>

For the French Red Cross. Please help. July 14. France's day, in aid of the French Red Cross. In: *World War 1 Propaganda posters* [online]. © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 13. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3g11167u-60.jpg?1309092359>

What will your answer be. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://media.iwm.org.uk/iwm/mediaLib/193/media-193556/standard.jpg>

Remember the 'Lusitania' In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3g10000/3g10000/3g10900/3g10930_150px.jpg

Answer the call. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 13. 2. 2015]. Dostupné z: http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3g10000/3g10000/3g10900/3g10960_150px.jpg

There is still a place in the line for you. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 13. 2. 2015]. Dostupné z: http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3g10000/3g10000/3g10800/3g10896_150px.jpg

Remember Belgium : enlist to-day. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3884&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=342&DMHEIGHT=461&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Offer your services now. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3678&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

In her hour of need. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3675/rec/11>

We are fighting for a worthy purpose. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3668&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=469&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Your king and country need you. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3672&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=317&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Fight for King & empire. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3673/rec/17>

Follow me! : your country needs you. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3885&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=304&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Britons!: your country needs you. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3893&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=313&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Your king and country need you : enlist now. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3887&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=317&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Your king & country need you. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3888&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=474&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Your king & country need you. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3889&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Britain's strong arm and yours will carry us through. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3894&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=471&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

The scrap of paper. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2930&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=323&DMHEIGHT=482&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

It is going to be a long drawn-out struggle. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2949&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=318&DMHEIGHT=477&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Good-bye-ee! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3737&action=2&DMSCALE=100&DMWIDTH=512&DMHEIGHT=422&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

„Fall in“ In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2950&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=317&DMHEIGHT=478&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

The veteran's farewell. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3910&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=321&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Notice: ex-non-commissioned officers urgently wanted. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2961&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=323&DMHEIGHT=480&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

The only road for an Englishman. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3749&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=349&DMHEIGHT=471&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Remember Scarborough!. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=4144&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=308&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Your King & country need you : a call to arms. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2960&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=322&DMHEIGHT=479&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Belgium 1914. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=4165&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=319&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Come along, boys! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3450&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=476&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Who made these little islands In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3677&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Step into your place. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/2910/rec/202>

British officer. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3927&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=298&DMHEIGHT=470&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Come now. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/4175/rec/205>

Women of Britain say – "Go!" In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3443&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Lord Kitchener says. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/4157/rec/207>

Take up the sword of justice : join now. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/2983/rec/208>

Boys come over here : you're wanted. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/4156/rec/210>

The Polish Victims Relief Fund. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3964&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=296&DMHEIGHT=472&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

The R.S.P.C.A. Fund for Sick & Wounded Horses. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3948&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=361&DMHEIGHT=471&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

5 questions to men who have not enlisted. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=4151&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=419&DMHEIGHT=478&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Come lad slip across and help. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/4154/rec/214>

Go and help! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/4149/rec/216>

Line up boys! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3445&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=313&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Lads, you're wanted. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3447/rec/218>

Single men. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3440&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=308&DMHEIGHT=476&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

If you cannot enlist, join the Hampstead Volunteer Reserve. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2922&action=2&DMSCALE=90&DMWIDTH=313&DMHEIGHT=462&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Soldiers' separation allowances In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3684&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=321&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Help to end the war. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3899&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=288&DMHEIGHT=467&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Halt! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3730&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=318&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Another call. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3891&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=321&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

More men are wanted for His Majesty's army. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3728&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=316&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Let there not be a man. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3919&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=321&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Take up the sword of justice. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3923&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=295&DMHEIGHT=474&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Make us proud of you as we are of him! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2959&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=319&DMHEIGHT=480&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Halt! : Who goes there? In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3907/rec/232>

Be ready! : join now. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3908/rec/233>

Everyone should do his bit. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2955&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=319&DMHEIGHT=480&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

ALE=95&DMWIDTH=316&DMHEIGHT=477&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0

If you cannot join the army. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3733&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=307&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

The British sovereign will win. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2956&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=309&DMHEIGHT=478&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

The empire needs men! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3906&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

"England expects," 1805-1915. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3921/rec/244>

London opinion "Your country needs you". In: World war 1 propaganda posters [online] © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 21. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.w1propaganda.com/sites/default/files/3g03858u-1566.jpg?1311537214>

Your country's call. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3442&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=314&DMHEIGHT=476&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Men, to delay is dangerous. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=4030&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=348&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Lend your strong right arm to your country. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/2946/rec/11>

Surely you will fight. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3916&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=321&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Your country wants you. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3922&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=288&DMHEIGHT=471&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Rally round the flag. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3665&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=311&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Thousands have answered the nation's call. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3666&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=471&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

There are three types of men. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3680&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=311&DMHEIGHT=471&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Remember Scarborough! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3895&action=2&DMSC ALE=95&DMWIDTH=311&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Why are you stopping here, when your pals are out there? In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3682/rec/27

If the cap fits you. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2915&action=2&DMSCALE=90&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=459&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Think it over. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3683&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

What in the end will settle this war? In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3896&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=311&DMHEIGHT=471&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

The watchers of the seas. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2913&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=296&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Our dumb friends' league. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2935&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=320&DMHEIGHT=483&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Stand not upon the order of your going, but go at once. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3904&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=313&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

At the front! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2936&action=2&DMSCALE=90&DMWIDTH=306&DMHEIGHT=461&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Why aren't you in khaki? In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2927&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=319&DMHEIGHT=480&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Belgian & allies aid league. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3750&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=353&DMHEIGHT=471&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Join the royal marines . In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2931&action=2&DMSCALE=90&DMWIDTH=311&DMHEIGHT=464&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

He did his duty. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3892&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=313&DMHEIGHT=474&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Think! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3898/rec/59>

Be Honest With Yourself. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2921&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=323&DMHEIGHT=483&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Are you helping the Germans? In: World war 1 propaganda posters [online] © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 21. 3. 2015]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3g10000/3g11000/3g11300/3g11354r.jpg>

Women win the war. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3953&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=309&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Star & Garter Home. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3579&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=308&DMHEIGHT=470&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

To the women of Britain. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3905&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=314&DMHEIGHT=470&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

To Belgium. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3551/rec/1>

The key to the situation. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=2948&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=483&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Single men! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3930&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=298&DMHEIGHT=469&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Why not join the army. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3911/rec/93>

3 questions to employers. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3913&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=311&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Who's absent? Is it you? In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3926&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=318&DMHEIGHT=474&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Daddy, what did you do in the great war? . In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3914&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=474&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

We're both needed to serve the guns! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3917/rec/108>

Francie

Aux enfants de France. Un vieux mobilisé. In: *Le grande guerre et le Limousin* [online]. 2015 [cit. 2015-03-28]. Dostupné z: http://14-18.crdp-limousin.fr/wp-content/uploads/2015/02/0295__Aux-enfants-de-France-un-v.pdf

Economisons le pétrole l'essence. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3350&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=301&DMHEIGHT=474&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Souvenez-vous. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3287&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=343&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Les atrocités Allemandes. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3a10000/3a16000/3a16700/3a16701r.jpg>

1914! Les Assassins! In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03994r.jpg>

Armée de Terre et Armée de Mer. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utis/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=4043&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=330&DMHEIGHT=473&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Carte symbolique – Guerre de 1914-1915. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17].

Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3270&action=2&DMSCALE=90&DMWIDTH=512&DMHEIGHT=464&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Journée National des Orphelins. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3392&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

La Guerre Europeenne 1914-1915. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3363/rec/175>

La Journée du Poilu. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3389&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=318&DMHEIGHT=482&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Les Alsaciens et les Lorrains sont Français! In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17].

Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3281&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=275&DMHEIGHT=476&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Journée du Poilu. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3390&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=313&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Journée du Poilu. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3391&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=312&DMHEIGHT=470&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Journée du Poilu. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3399&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=315&DMHEIGHT=474&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Journée du Poilu. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3404&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=316&DMHEIGHT=477&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Journée du Poilu. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z:

<http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3407&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=311&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

En Belgique les Belges ont faim. Tombola artistique. In: *World War 1 Propaganda posters* [online]. © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 29. 3. 2015]. Dostupné z:

<http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3f04027u-1861.jpg?1311652330>

Journée de l'orphelinat des armées. In: *World War 1 Propaganda posters* [online]. © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 29. 3. 2015]. Dostupné z:

<http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3f03969u-1860.jpg?1311652329>

Lire dans L'Evenement. Coeurs virils . . . par Gabriel Maurière. In: *World War 1 Propaganda posters* [online]. © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 29. 3. 2015]. Dostupné z:

<http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3f04087u-1858.jpg?1311652329>

Disposition concernant les étrangers. In: *World War 1 Propaganda posters* [online]. © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 29. 3. 2015]. Dostupné z:

<http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3f03986u-1867.jpg?1311652332>

Tête de Boche. In: *World War 1 Propaganda posters* [online]. © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 29. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3f04093u-1866.jpg?1311652332>

Pour la France versez votre or. L'or combat pour la victoire. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03800/3f03865r.jpg>

'Pro Patria' - Le bon évêque de Meaux. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04005r.jpg>

Journée de l'oeuvre Nivernaise des mutilés de la guerre. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03958r.jpg>

Le Petit journal donnera à tous ses acheteurs en prime gratuite les cartes des trois principaux fronts . . . In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04006r.jpg>

Palais du Trocadéro . . . Manifestation en l'honneur de Miss Cavell. Organisée par la Lique des Droits de l'Homme au profit de la Croix-Rouge française. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04041r.jpg>

*'La Route du 75 1914*1915.' Roman de guerre et d'espionage, par Paul D'Ivoi que publie 'L'Information'.* In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04092r.jpg>

Oeuvre du soldat belge. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04080r.jpg>

Journée de Paris. 14 Juillet 1915 au profit des oeuvres de guerre de l'Hôtel-de-Ville. Pour les combattants . . . In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03961r.jpg>

Emprunt de la Défense Nationale. Faisons tous notre devoir. Nos fils aux armées. Notre or au pays. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03800/3f03891r.jpg>

Protection du réformé, no. 2. Assistance aux malades et blessés de la guerre, réformés sans pension. Crédit Foncier de France. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04009r.jpg>

Journée de l'Orne. 17 octobre 1915. Au profit des oeuvres de guerre du Département. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03952r.jpg>

Journée du Calvados. 15 août 1915. Au profit des oeuvres de guerre du Département. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03953r.jpg>

Miss Cavell fusillée par les Allemands à Bruxelles le 12 octobre 1915. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/ppmsca/37400/37469r.jpg>

Debout! Nos morts pour la patrie . . . voici la France! In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03982r.jpg>

Exposition des oeuvres des artistes originaires des Départements envahis. École des Beaux-Arts. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04074r.jpg>

Les Blessés au travail. Oeuvre pour les soldats convalescents ou réformés. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04008r.jpg>

L'infanterie française dans la bataille. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03935r.jpg>

Emprunt de la Défense Nationale - eux aussi! Font leur devoir. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03800/3f03831r.jpg>

Chaque pièce d'or apporté à la banque avance d'une heure la victoire finale. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03916r.jpg>

Ohé! Les braves gens . . . Versez votre or nous versons bien notre sang . . . In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03918r.jpg>

La petite guerre. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04000r.jpg>

Journée des Éprouvés de la Guerre. Grande tombola organisée par le Syndicat de la Presse Française. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03942r.jpg>

Journées de Bourg-la-Reine . . . 1915 - au profit des oeuvres de la commune. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03943r.jpg>

L'impérial cambrioleur. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03900/3f03990r.jpg>

Emprunt de la Défense Nationale. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f03000/3f03800/3f03894r.jpg>

Office de renseignements pour les familles dispersées. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://cdn.loc.gov/service/pnp/cph/3f00000/3f04000/3f04000/3f04028r.jpg>

La volonté d'agression de l'Allemagne. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3279&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=345&DMHEIGHT=475&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Passage De L'Yser Flandres. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/utills/ajaxhelper/?CISOROOT=p16002coll9&CISOPTR=3297&action=2&DMSCALE=95&DMWIDTH=512&DMHEIGHT=471&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&DMROTATE=0>

Heureuses paques. In: *Première guerre mondiale album numérique* [online] © Conservatoire Régional de l'Image / Nancy Lorraine.[cit. 2015-04-16] Dostupné z: <http://www.imagesde14-18.eu/images/?id=90523&cacheId=%23EIuPioFNDq1J9o10Bm9q933bxQU>

Le plan pangermaniste. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3276/rec/61>

Attaque a la Baionnette Metzeral - Juin-1915. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3295/rec/82>

Oeuvres Municipales de Guerre. In: *Temple university libraries* [online]. 2015 [cit. 2015-03-17]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/3395/rec/197>

Le feu sacré. In: *Library of Congress* [online]. 2015 Library of Congress [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://digital.library.temple.edu/cdm/singleitem/collection/p16002coll9/id/2941/rec/281>

Vente de charité. In: Les Affiches[online]. Galerie Verdun 2015 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://galerie.verdun.fr/affiches/images/AFF-2006-78.jpg>

Bons de la Défense Nationale. In: Galerie Verdun 2015 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://galerie.verdun.fr/affiches/images/AFF-2006-100.jpg>

1792 vers la victoire 1915. In: Galerie Verdun 2015 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://galerie.verdun.fr/affiches/images/AFF-2006-124.jpg>

Semez des pommes de terre pour les soldats. In: Galerie Verdun 2015 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://galerie.verdun.fr/affiches/images/AFF-2007-14.jpg>

Ephémérides illustrées. In: Galerie Verdun 2015 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://galerie.verdun.fr/affiches/images/AFF-2011-3.jpg>

Ephémérides illustrées. In: Galerie Verdun 2015 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://galerie.verdun.fr/affiches/images/AFF-2011-5.jpg>

France toujours. In: Galerie Verdun 2015 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://galerie.verdun.fr/affiches/images/AFF-2013-6.jpg>

Ordre de réquisition. In: Galerie Verdun 2015 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://galerie.verdun.fr/affiches/images/AFF-2013-9.jpg>

Comité national de l'or. In: Galerie Verdun 2015 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://galerie.verdun.fr/affiches/images/AFF-2013-13.jpg>

Comité de L'Or du Département du Rhône pour la patrie versez votre or. In: World War 1 Propaganda posters [online]. © 2011 Jiggys Communications, LLC [cit. 29. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3f03835u-1774.jpg?1311645391>

Paviny. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/fonds-privées/archives/collection-privée-les-enfants-dans-les-affiches-de-la-grande-guerre>

Leur façon de faire la guerre. In: Grandpalais.fr [online] © Paris RMN-GP 2014 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: http://www.histoire-image.org/site/etude_comp/etude_comp_detail.php?i=398&d=41&q=9&c=Guerre%20de%2014-18

Les atrocités Allemandes. In: Grandpalais.fr [online] © Paris RMN-GP 2014 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: http://www.histoire-image.org/site/etude_comp/etude_comp_detail.php?i=398&d=41&q=9&c=Guerre%20de%2014-18

Ce qu'il y a dans leur caboche. In: Grandpalais.fr [online] © Paris RMN-GP 2014 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: http://www.histoire-image.org/site/etude_comp/etude_comp_detail.php?i=398&d=41&q=9&c=Guerre%20de%2014-18

En Alsace - La première leçon. In: Grandpalais.fr [online] © Paris RMN-GP 2014 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: <http://www.histoire-image.org/site/oeuvre/analyse.php?i=973&d=1&q=9&c=Guerre%20de%2014-18>

Guerre libératrice de 1914 / Épisode de la bataille de la Marne. In: Grandpalais.fr [online] © Paris RMN-GP 2014 [cit. 2015-03-27]. Dostupné z: http://www.histoire-image.org/pleincadre/index.php?q=9&c=Guerre%20de%2014-18&d=41&i=813&id_sel=undefined

Commémoration. In: Université de Montréal [online] [cit. 2015-04-16] Dostupné z: http://calypso.bib.umontreal.ca/cgi-bin/getimage.exe?CISOROOT=/_guerre&CISOPTR=209&DMSCALE=25.00000&DMWIDTH=825&DMHEIGHT=1400&DMX=0&DMY=0&DMTEXT=&REC=2&DMTHUMB=1&DMROTATE=0

Les victimes du Taube. In: Université de Montréal [online] [cit. 2015-04-16] Dostupné z: http://calypso.bib.umontreal.ca/cdm4/item_viewer.php?CISOROOT=/_guerre&CISOPTR=1212&CISOBOX=1&REC=18

Les Kaboches de la semaine. In: Première guerre mondiale album numérique [online] © Conservatoire Régional de l'Image / Nancy Lorraine.[cit. 2015-04-16] Dostupné z: <http://i.imagesde14-18.eu/500x500/sablon-49%20-021.jpg>

Zut pour les zeppelins! In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/3000403264/in/set-72157608880152065/

Notre devise est Toujours et Quand-même. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999561797/in/album-72157608880152065/

Honneur et Gloire aux Alliés Heroiques. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999559921/

Les fleurs pour nos héros. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999562537/in/album-72157608880152065/

Entente cordiale. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999562805/in/album-72157608880152065/

Notre cher Papa reviendra vainqueur. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999563589/in/album-72157608880152065/

Oublies les prussiennes Il fait si bon vivre á notre foyer. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/3000402912/in/album-72157608880152065/

Is dream. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999560997/in/album-72157608880152065/

Vive nos braves allies. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/3000399704/in/album-72157608880152065/

Mon amitié et mes pensées s'en vont vers vous. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999559723/in/album-72157608880152065/

Tambour de Victoire. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999561397/in/album-72157608880152065/

Gloire aux Vaillants Allies. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/3000399876/in/album-72157608880152065/

Vers la victoire. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999560621/in/album-72157608880152065/

Drapeau sacré de Gloire. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999560813/in/album-72157608880152065/

Frères d'armes. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999561211/in/album-72157608880152065/

Greetings from France. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: https://www.flickr.com/photos/george_eastman_house/2999563241/in/album-72157608880152065/

Pour faire un Poilu. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/tresors-darchives/carte-postale/la-representation-du-poilu-dans-les-cartes-postales>

Langage du poilu. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/tresors-darchives/carte-postale/la-representation-du-poilu-dans-les-cartes-postales>

La lettre du poilu. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/tresors-darchives/carte-postale/la-representation-du-poilu-dans-les-cartes-postales>

Entre deux victoires. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/tresors-darchives/carte-postale/la-representation-du-poilu-dans-les-cartes-postales>

Baromètre des tranchées. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/tresors-darchives/carte-postale/la-representation-du-poilu-dans-les-cartes-postales>

La journée du poilu. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/tresors-darchives/carte-postale/la-representation-du-poilu-dans-les-cartes-postales>

L'angélus. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/bibliotheques/archives/la-representation-de-larriere-dans-les-cartes-postales>

Le barbier du front. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/tresors-darchives/carte-postale/la-representation-du-poilu-dans-les-cartes-postales>

La fabrication des bagues au front. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/tresors-darchives/carte-postale/la-representation-du-poilu-dans-les-cartes-postales>

La fabrication des cannes. In: Mission Centenaire [online] © 2015 Pierre Grézard [cit. 31. 3. 2015]. Dostupné z: <http://centenaire.org/fr/tresors-darchives/carte-postale/la-representation-du-poilu-dans-les-cartes-postales>

Le poilu est amoureux, sachez donc le rendre heureux. In: Flickr [online] © 2014 Yahoo [cit. 2015-04-16] Dostupné z: <https://www.flickr.com/photos/98069937@N05/9152410017/in/photostream/>

Rakousko

Zeichnet Kriegsanleihe! Wiener Bank-Verein. In: World War 1 Propaganda posters [online]. © 2011 Jiggsey Communications, LLC [cit. 29. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3g12049u-1365.jpg?1310500051>

Zeichnet Kriegsanleihe. In: World War 1 Propaganda posters [online]. © 2011 Jiggsey Communications, LLC [cit. 29. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.ww1propaganda.com/sites/default/files/3g11954u-1351.jpg?1310500026>

Mitbürger! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/31337>

Az 'U' Hajó Höse. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/27984>

Gyors Segély - Augusztai Alap. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/26667>

Spendet für unsere Armen! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/24847>

Kis Ujság. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/1046>

Jegyezzen Hadikölcsönt. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/28574>

Osterwoche. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/28783>

Der große wirtschaftliche Aufschwung der Monarchie - Anglo-Österreichische Bank - Schaubild. In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: http://www.bildarchivaustria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=15829038

Éljen A Király! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/28720>

Éljen a Monarchia! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/28721>

U-Boot Action des Österreichische Flottenvereines . In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/28722>

Jegyezetek Hadikölcsönt! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/28723>

Liebe Kronenzeitung! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/28834>

Vom Michel, der 'angefangen' hat. In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://www.bildarchivaustria.at/Preview/14295999.jpg>

Die Oesterreichische Volks-Zeitung Bringt. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/38923>

Soldaten-Frühlings-Fest. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/42031>

Dritte Kriegsanleihe - Unser ist der Sieg! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/9293>

A Nemzetiáldozatkésztség Szobra. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/1401>

Triump Práce - Československá Sociálně Demokratická Strana Dělnická! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/5731>

Az Onkéntes Örsereg Verbuváló Délutánja! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/37102>

A világhaború képes krónikája. In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=78358>

Magyar műkiállítás a Belgrádi Konakban! In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=78394>

Kelenföldi művészek kiállítása. In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=78390>

Háborús gyermekrajzok kiállítása! In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=78389>

Pesti Hirlap! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/8965>

Zeichnet Fünf-und-ein-Halbes Prozent Dritte Kriegsanleihe! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/11854>

Mikulás Idén a Rokkant Katonáké. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/13558>

Pusztuljon álnok Itália! In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=78388>

Országos mozinap 1915. május 19! In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=78387>

Hermannstädter Wehrmann in Eisen! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/16212>

Kriegsbilderausstellung! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/22229>

Unser Stolz - Österreichische Motor-Batterie 30.5 cm Mörser. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/20169>

Leset die Flagge! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/28703>

Jacobi! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/22436>

Der Landsturmmann! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/28779>

Az Ost! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/36821>

Szerbia Hadatiúzen! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/37425>

Fikszírozzák A Feleségem! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/37424>

Pufi! In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=78361>

Kinoriport. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/37422>

A modern vízalatti fegyverek. In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=78385>

Képes Ujság. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/36948>

Der Europäische Krieg. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/38788>

Das Rote Kreuz. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/38789>

Kunstaussstellung und Auktion. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/42026>

Kunstsammlung der Invalidenfonds. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/42028>

Bundesfeier - Bismarcks! In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/42021>

Magyar Vöröskereszt sorsjegy. In: *Hungarian digital image library* [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=78379>

Muvész-Sorsjáték. In: *Imperial war museums* [online]. © IWM 2014 [cit. 12. 2. 2015]. Dostupné z: <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/205325540>

An den deutschen Adel und das deutsche Volk der Baltischen Provinzen. In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://www.bildarchivaustria.at/Preview/16203649.jpg>

Lustige Kriegsbilder - Der lange Thomas. In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14295430>

Lustige Kriegsbilder - König Alberts Glück und Ende! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14295437>

Lustige Kriegsbilder - Die Kosaken in Debresin! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14295437>

Zur Erinnerung an den Weltkrieg! - Drei beidseitig bedruckte Landkarten! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14294979>

Franz Joseph I., Kaiser von Österreich! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14604278>

Gedenkblatt - Schlachtruf! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14294573>

Für unsere Freunde Alles - Tod und Verderben unseren Feinden! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14294481>

In Trümmer geht der Feinde Reich. In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14295423>

Wie anno Neun ... In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa16203568>

Gendarmen! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14295778>

Kriegs-Jahrestag - Der 26. und 31. Juli 1915! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14283998>

Eroberung Warschaws. In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14279230>

Eroberung Lembergs! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14279272>

Verkaufsverbot russischer Fahnen! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14251202>

Brief und Patriotischer Aufruf zur Ehre der Truppen! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14273527>

Dritte Kriegsanleihe! In: *Bildarchiv Austria* [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa16201652>

Ansprache des Bürgermeisters Dr. Richard Weiskirchner in der Sitzung des Wiener Stadtrates am 25. Mai 1915! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14290521>

Bismarck's Ausspruch! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14665049>

An Budapests Bürger! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14254738>

Belgrad ist gefallen! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14254696>

Rückeroberung Przemysl! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14279405>

Russische Flugblätter! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14284448>

Russischer Aufruf an Slawen! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14277805>

Russische Flugblätter! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14284434>

Spendensammlung! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14281116>

A kölcsönkért csecsemők. In: In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=13265>

Verschlussmarke - Gott strafe England! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa15757675>

So wollten unsere Feinde Europa nach dem Kriege gestalten : Diese Karte soll als Kriegserinnerung für fernere Geschlechter aufbewahrt werden. o.M.! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/AC03959599>

Erinnerung an den großen Weltkrieg! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://data.onb.ac.at/rec/baa14664755>

Vivat Kaiser Franz Joseph! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: http://www.bildarchivaustria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=14666881

Vivant unsere Husaren! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: http://www.bildarchivaustria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=14667000

Vivant die Bezwingen von Warschau! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://www.bildarchivaustria.at/Preview/14667168.jpg>

Vivant die Befreier von Lemberg! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://www.bildarchivaustria.at/Preview/14667140.jpg>

Vivant die tapferen Verteidiger Tirols! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://www.bildarchivaustria.at/Preview/14667105.jpg>

Vivant die Sieger von Krasnik und Lublin! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://www.bildarchivaustria.at/Preview/14667196.jpg>

Vivat die Einser Jäger! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: <http://www.bildarchivaustria.at/Preview/14667532.jpg>

Vivant die Helden von Gorlice! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: http://www.bildarchivaustria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=14667392

Vivat das befreite Galizien! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: http://www.bildarchivaustria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=14667385

Vivat unseren Fliegern! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: http://www.bildarchivaustria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=14667658

Vivat den Verbündeten! In: Bildarchiv Austria [online] © 2014 Österreichische Nationalbibliothek [cit. 11. 4. 2015]. Dostupné z: http://www.bildarchivaustria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=14667651

Zu Gunsten der Kriegsfürsorge 50.000 Zinnsoldaten. In: Wienbibliothek digital [online] © Wienbibliothek/Impressum [cit. 14. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.digital.wienbibliothek.at/download/webcache/304/473143>

Humoristische Karte von Europa 1914. In: Wienbibliothek digital [online] © Wienbibliothek/Impressum [cit. 14. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/pageview/475642>

Mým národům. In: Wienbibliothek digital [online] © Wienbibliothek/Impressum [cit. 14. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/pageview/487883>

Das neueste Anker-Geduldspiel überall zu haben. In: Wienbibliothek digital [online] © Wienbibliothek/Impressum [cit. 14. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/titleinfo/475619>

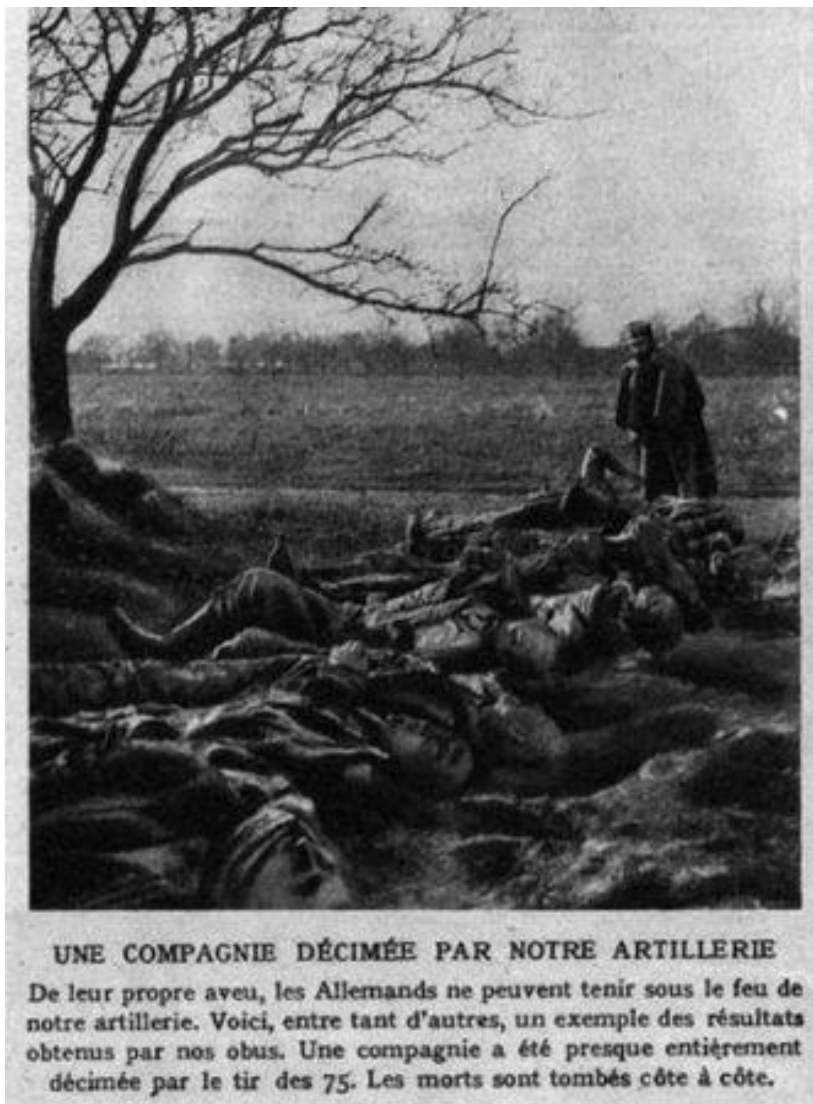
Österreichischer Flottenverein. In: Wienbibliothek digital [online] © Wienbibliothek/Impressum [cit. 14. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/titleinfo/473326>

Österreichisch-ungarischer Polizei- und Kriegshunde-Verein. In: Wienbibliothek digital [online] © Wienbibliothek/Impressum [cit. 14. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/titleinfo/484164>

Zeichnet dritte 5 1/2 % Kriegsanleihe bis 6. November. In: Wienbibliothek digital [online] © Wienbibliothek/Impressum [cit. 14. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/titleinfo/471768>

A tiszti kardbojt. Háborús színmű. In: Hungarian digital image library [online] [cit. 15. 4. 2015] Dostupné z: <http://www.kepkonyvtar.hu/?docId=77941>

Přílohy



Obr. č. 1. „Němci se neudrží proti našemu dělostřelectvu. Zde, mezi mnoha jinými, je vidět výsledek našeho ostřelování. Tato skupina byla zcela decimována 75. jednotkou. Zabití padli bok po boku...“