

Propaganda als Waffe - eine Betrachtung zum Krieg im medialen Jahrhundert

Unser Rahmenthema „Medien/Revolution/Historie“ regt den Historiker an, das Verhältnis von Realität und Medien genauer zu durchdenken, und erheischt natürlich auch Antworten auf die Frage, ob unsere Gegenwart eher aus dem tatsächlichen Geschehen oder aus ihrer medialen Widerspiegelung bestimmt wird. Aufs engste damit verbunden ist zugleich die Fragestellung, welchen Stellenwert Medien in unserer Welt einnehmen. Sicher scheint, daß eindimensionale Antworten hier versagen müssen, dazu sind die Probleme zu vielschichtig. Denn Arbeiten wie die anregende Untersuchung von Hubertus v. Amelunxen und Andrei Ujica¹ oder die beeindruckende Analyse Neil Postmans² stellen nicht zuletzt die Frage, ob die bewegten (Fernseh-)Bilder mittlerweile schon so mächtig geworden sind, daß sie uns nicht nur faszinieren, sondern daß sie gleichsam Gewalt über uns auszuüben vermögen.

Freilich ist mein Zugang zum Thema nicht geeignet, hierzu in jeder Hinsicht befriedigende Antworten zu finden. Ich will einen Einzelaspekt der uns interessierenden Problematik betrachten und formuliere hiernach als Quintessenz eine Hypothese.

Meine Überlegungen und Beobachtungen führen uns zunächst zurück in die Zeit unseres Jahrhunderts, als der massenhafte Konsum bewegter Bilder noch nicht möglich war bzw. noch in den Kinderschuhen steckte - die Jahre des ersten und des zweiten Weltkrieges. Im Krieg wird gekämpft, eine Binsenweisheit - und doch sei schon hier angeknüpft an das desorientierende Wort, wonach die Waffen *sprechen*. Denn - auch psychologische Einflußnahme auf den Kriegsgegner mittels des Wortes hat es schon immer gegeben. Doch noch nie zuvor hat diese Begleiterscheinung der Stahlgewitter solche Dimension erreicht wie in unserem Jahrhundert. „Kalt und heiß müssen die Worte fallen, sie dürfen böse sein und können des Giftes oft nicht entzaun. Sie sollen erschrecken und warnen oder wie blanker Stahl ihren unbarmherzigen Schnitt tun...“³, so die Maxime eines Akteurs im zweiten Weltkrieg.

Mit der geradezu atemberaubenden technischen Entwicklung (Rundfunk, Drucktechnik, Vervielfältigungsgerät, Abschußtechnik, Abwurfmechanismen etc.) wurde eine effiziente propagandistische Aktivität kriegführender Parteien möglich, die eine völlig neue Qualität bedeutete. Etwa ist hier folgendes Beispiel zu nennen: Die Gesamtzahl der im zweiten Weltkrieg eingesetzten Flugblätter ist in Milliarden (!) zu beziffern.⁴ Auch unter diesem Blickwinkel hat Erich Ludendorffs Wort vom „totalen Krieg“ seine volle Berechtigung.

Inmitten des zweiten Weltkrieges trat eine Kraft auf den Plan, die allein mit eben diesen propagandistischen Mitteln wirken konnte und mußte. Um diese Konstellation zu verstehen, sind einige Stichpunkte zur Situation des Jahres 1943 vonnöten. Mit der Stalingrader Schlacht des Winters 1942/43 war eine Wende im Kriegsverlauf eingeleitet, doch hielten deutsche Truppen noch erhebliche Gebiete der Sowjetunion besetzt. Die Rückeroberung würde, dies war der um Stalin gruppierten sowjetischen Militärführung natürlich klar, mit immensen Opfern und gewaltigen Kraftanstrengungen verbunden sein. Ein Versuch, diese Situation auf

einem unorthodox erscheinenden Wege zu lösen, nämlich indem man gleichsam Deutsche gegen Deutsche antrien ließ, konnte unter keinen Umständen der sowjetischen Seite zusätzliche Nachteile beschern. Solche Überlegungen fielen zusammen mit dem Wunsch und der Absicht deutscher Emigranten in der UdSSR, aktiv am Kampf gegen den Hitlerfaschismus teilzunehmen. In hier nicht ausführlich zu erörternden Schritten entstand so im Juli 1943 zunächst das Nationalkomitee „Freies Deutschland“, in dem sich Kriegsgefangene und Emigranten zusammenschlossen. Im September des gleichen Jahres konstituierte sich der Bund Deutscher Offiziere, beide Organisationen bildeten gemeinsam die Führung der Bewegung „Freies Deutschland“. Die Kernidee dieser Bewegung läßt sich wie folgt skizzieren: Ein Abbruch des Krieges und die Ablösung Adolf Hitlers an der Spitze des deutschen Reiches sichere Deutschland die Fortexistenz im Kreis der Völker, während die Weiterführung der Kämpfe unweigerlich in eine bislang ungekannte Katastrophe, in die Bedrohung der weiteren nationalen Existenz überhaupt, führe. Der Kommunikationstradition des Militärs angemessen, fand diese Überlegung Ausdruck in einer sogenannten Hauptlosung: „Zurückführung der Armee gegen den Befehl Hitlers unter verantwortungsbewußter Führung an die Reichsgrenze“.⁵ Für unser heutiges Thema ist hier von Belang: in dem bis dahin blutigsten und fürchterlichsten Krieg, den die Menschheit erlebt hätte, rief eine neu in die Auseinandersetzungen eintretende Kraft *ausschließlich* mit propagandistischen Mitteln, mit Medien (Zeitung, Rundfunk, Flugblättern, Fahnen, Grabenlautsprechern etc.) dazu auf, durch einen in seinem tatsächlichen Gehalt revolutionären Akt dem Krieg eine Wende zu geben. Hier liegt übrigens auch der entscheidende Unterschied zur Integration des Kriegsgefangenen Generals Vlassov auf deutscher Seite; er sollte auf ganz traditionelle Weise, nämlich mit bewaffneten Einheiten, in das Geschehen eingreifen. Das geschilderte Bemühen der Bewegung „Freies Deutschland“, dem Krieg eine völlig neue Entwicklung zu geben, konzentrierte sich im Herbst und Winter 1943 vor allem auf die Eliten - sowohl in der kämpfenden Wehrmacht als auch in Deutschland selbst. Natürlich wurden sehr schnell technische Grenzen erreicht, stand man zudem unter einem unerbittlichen Zeitdruck. Aber schon bald konnte es als sicher gelten, daß, wie es ein Akteur trefflich umschrieb, unsere Appelle „in einen Wald des Schweigens fielen“. Vor allem aufgrund dieser Erfahrung veränderte die Bewegung „Freies Deutschland“ im Januar 1944 ihre Propaganda und rief nun jeden Soldaten auf, für sich selbst zu sorgen. Die neue Hauptlosung hieß jetzt: „Einstellen der Kampfhandlung und Übergehen auf die Seite des Nationalkomitees!“ In der Praxis bedeutete diese Orientierung - dies sei ausdrücklich hinzugesetzt - nicht die Aufforderung, sich schlechthin der Roten Armee gefangenzugeben, lediglich zu kapitulieren. Dieser dabei unerläßliche Schritt bildete nur die Vorstufe zur eigentlichen Abkehr von Hitler und dem Übertritt auf die Seite der Bewegung „Freies Deutschland“.

Für die auch im Zeichen dieser Orientierung letztendliche Erfolglosigkeit steht am eindrucksvollsten das Geschehen um Kessel von Korsun-Sevčonkovski. Im Februar 1944 hatte die Rote Armee in der Nähe der Stadt Čerkassy mehr als 100.000 deutsche Soldaten eingeschlossen. Nach der Ablehnung eines ultimativen Kapitulationsangebotes der Roten Armee durch die Einkesselten gestattete die sowjetische Seite einer repräsentativen Delegation des Offiziersbundes unter Führung des Generals von Seydlitz, sich direkt an die Eingeschlossenen zu wenden. Mehrere Tage lang wurden jene unter Einsatz aller zur Verfügung stehenden propagandistischen Mittel über ihre aussichtslose Lage informiert,

liches Angebot zur Kapitulation Zusicherungen bereit, die über übliche Versprechen ehrenhafter Behandlung weit hinausgingen. Dazu gehörte etwa die Versicherung, auch in der Gefangenschaft würden die jetzt bestehenden Strukturen der Truppe einschließlich ihrer Führung garantiert.

Doch auch diese Offerte verhinderte das Desaster nicht. Obwohl die Mehrheit der Eingeschlossenen ohne Zweifel das Angebot kannte, folgte sie dem irrsinnigen Ausbruchversuch unter Führung des SS-Generals Gilla. Die Bilanz war verheerend: Etwa 20.000 Soldaten erreichten in planlosem Vorwärtstürmen gegen feindliches Feuer in tiefem Schnee und bei schneidender Kälte die deutschen Linien, neben 18.000 Gefangenen blieben jedoch 55.000 Tote auf dem Schlachtfeld zurück.

Diese Erfahrung war zutiefst erschütternd: Trotz des Einsatzes aller propagandistischen Mittel, der den Appell an die Vernunft und das Gewissen mit handfesten praktischen Zusagen verband, war kein Übergehen größerer Truppenteile zu erreichen. Nationalkomitee und Offiziersbund haben dennoch nicht aufgegeben. Ungeachtet der negativen Bilanz konzentrierten sich die Gedanken immer wieder auf die Frage, wie die Macht des Wortes verstärkt werden könne, wie zu bewerkstelligen sei, daß der deutsche Soldat wenigstens sein Leben rette. Ich werte im folgenden ein Dokument aus, das aus dieser Intention heraus entstand und bislang von der Forschung nicht berücksichtigt worden ist. Diese Ignoranz ist leicht erklärlich, denn die „Mitteilungen für die Bevollmächtigten und ihre Beauftragten an der Front“ Nr. 5 stammen vom Januar 1945. Zu diesem Zeitpunkt war der Sturm auf Berlin in greifbare Nähe gerückt, die Bewegung „Freies Deutschland“ in Hinsicht auf den Verlauf der Kampfhandlungen faktisch ohne Bedeutung.

In dieser Situation zog das NKFD eine Bilanz seiner bisherigen Flugblattpropaganda⁶ und entwickelte folgende Kerngedanken: Das gedruckte Wort habe gegenüber mündlichen Mitteilungen und ihrer Weitergabe den Vorzug, da es auch bei mehrfacher Wiederholung unverfälscht bleibe. Ein Flugblatt sei klein, das begünstige - im Unterschied zu einer Zeitung - sein Aufheben. Die Erwartungshaltung des deutschen Soldaten sei mehrschichtig. Einerseits nähme er jedes Flugblatt mit äußerstem Mißtrauen in die Hand, denn es sei ja Feindpropaganda. Andererseits bestünde ein Wissensdurst, denn mittlerweile sei für ihn erkennbar, daß Hitler nicht mehr wahrheitsgetreu informiere. Je einfacher und überzeugender in dieser Konstellation ein Flugblatt auf die aus dem Kriegsalltag hervorgehenden Fragen antworte, umso höher seien seine Erfolgchancen. Knapp, einfach und unkompliziert müsse die Flugblattpropaganda sein; durchaus gelte hier der Leitgedanke, Philosophie sei nichts für den Nahkampf! Ausgehend von dieser Basis wurden sechs Grundsätze zukünftiger Propaganda entwickelt:

1. Aus Inhalt und Argumentation jedes Flugblattes müsse klar hervorgehen, daß Deutsche zu Deutschen sprechen, daß sich eben das NKFD oder der BDO an die deutschen Soldaten wende.
2. Das Flugblatt solle ein zentrales Thema der Propaganda der Bewegung „Freies Deutschland“ behandeln. Es müsse das Interesse des deutschen Soldaten erwecken und möglichst anknüpfen an konkrete Vorfälle bei den deutschen Truppen, an die es sich wendet, oder an die militärische Lage in dem betreffenden Frontabschnitt.
3. Jedes Flugblatt müsse für die Idee des NKFD werben und somit für den Kampf gegen Hitler, für die Beendigung des Krieges agitieren.
4. Behauptungen müßten bewiesen werden. Viele Tatsachen oder Schlußfolgerungen, die für

Angehörige der Bewegung feststünden und logisch seien, müßten dem verhetzten, mißtrauischen Leser erklärt werden, sonst verpufften sie wirkungslos.

5. Lösungen hätten einen Weg zu ihrer Durchführung aufzuzeigen, im deutschen Soldaten müsse der Mut zum Auftreten gegen das Naziregime und die Zuversicht in die eigene Kraft geweckt werden.

6. Der Inhalt des Flugblattes solle sich in einfachen, klaren, unkomplizierten Gedanken ausdrücken, der Text in verständlicher und knapper Sprache geschrieben sein.⁷

Diese Wiedergabe wurde bewußt etwas länger gehalten, denn hier ist deutlich zu erkennen, daß es bei der propagandistischen Einflußnahme eben nicht um ein besonders geschicktes Überumpeln oder Winkelzüge in der Ausnutzung menschlicher Schwächen ging, sondern um vor allem an der Wahrheit, Logik und Autorität orientierte Formen der Einflußnahme.

Und dennoch blieb die Bilanz insgesamt enttäuschend, bis zum Kriegsende gelang es nicht, einen spektakulären Erfolg zu verzeichnen. Hier entspringt nun die Frage, ob es sich um einen Zufall gehandelt hat oder ob dieser Mißerfolg gesetzmäßig eintreten mußte. Über diese Frage ist viel diskutiert worden, es ist nicht möglich, alle Facetten der Debatten zusammenzutragen. Weitgehende Einigkeit besteht jedoch, daß die letztliche Erfolglosigkeit der Bewegung „Freies Deutschland“ im Ruf über die Front hinweg nicht mit einem verfehlten Konzept ihrer Propagandainhalte zu erklären ist. Und im Anschluß hieran will ich auch meine These formulieren:

Auch in den Kriegen unseres Jahrhunderts haben letztendlich die Waffen das ausschlaggebende Gewicht in die Waagschale geworfen. Solange nämlich das jeweilige System einer kriegführenden Seite funktionierte, entwickelte es auch hinreichend integrative Kräfte, um allen propagandistischen Herausforderungen einer gegnerischen Seite zu widerstehen. Das geschah z.B. auf dem Weg der Eigenpropaganda, die einerseits bestrebt war, die Glaubwürdigkeit des Gegners auszuhöhlen, andererseits aber auch rigide Umgangsweisen mit dessen Propagandaprodukten anwies: „... jedes Wort, jeder Gedanke, den der Feind über Sender, mit Lautsprechern, mit Flugblättern, durch Agentengerichte an einen deutschen Menschen heranzubringen sucht, ist Gift, ist ein politischer Sprengkörper, ist eine Stinkbombe, welche die Luft verpestet. Die Haltung schärfster Ablehnung und verächtlicher Nichtachtung ist daher selbstverständlich“⁸, hieß es in den Mitteilungen für die Truppe im September 1944. Kein Zweifel, solche drakonischen Unterweisungen blieben im System funktionierender Schulung des Soldaten nicht ohne Wirkung. Und einige markante Bilder im 20. Jahrhundert scheinen mir ein Beleg für die Wiederholung gleicher Zusammenhänge zu sein. Wir kennen sie alle: Schmutzige, abgekämpfte, ja, abgerissen wirkende Soldaten kapitulieren nach dem Ende mörderischer Gefechte vor einem übermächtig scheinenden Gegner. Und in den Händen, die sie ihnen jetzt fast flehend entgegenstrecken, halten sie einen zumeist kleinen, ebenso schmutzigen, zerknautschten Zettel. Das sind Bilder, die gleich dutzendfach aus den Weltkriegen überkommen sind.

Mit diesen kleinen Zetteln hat es eine besondere Bewandnis. Denn auf diese Flugblätter sind Passierscheine für den Finder aufgedruckt, damit wird das Blatt zum „Ausweis“ (tatsächlich hat z.B. die deutsche Wehrmachtpropaganda diesen Begriff verwendet), der dem Inhaber in aller Regel eine gute Behandlung in der Gefangenschaft und eine baldige Heimkehr

nach Kriegsende zusichert.⁹ Unlängst hatte ich die Gelegenheit, einige Flugblätter aus dem Golfkrieg zu sehen. Sie unterschieden sich in der Aufmachung in nichts von den Blättern des zweiten Weltkrieges. Und deshalb verwundert auch nicht, daß sich die Weltkriegsbilder genau in dem Moment zu wiederholen begannen, als die Bodentruppen im Golfkrieg auf irakisches Territorium vorrückten. Dieser Krieg, der uns alle bis zu diesem Punkt wegen seiner medialen Umsetzung und Präsentation im Stil eines grandiosen Videospiele beschäftigt hatte, zeigte plötzlich ein ganz traditionelles, herkömmliches Gesicht. Hier war nichts mehr vom angeblich sauberen, sich nur auf Bildschirmen zutragenden Kampf übrig. In den Gesichtern der Geschlagenen und Demoralisierten stand vor allem Angst, und auch sie klammerten sich an den kleinen Zettel. Er verkörperte für sie das Prinzip Hoffnung...

Die Fortschritte im Einsatz propagandistischer Mittel in den Kriegen unseres Jahrhunderts waren immens. So resümierte der amerikanische Präsident Eisenhower: „Wir haben in diesem Krieg (gemeint ist der zweite Weltkrieg), der wirklich total war, viele Veränderungen im militärischen Bereich erlebt. Für mich ist die wichtigste Veränderung die Entwicklung der psychologischen Kriegführung als eine ganz besondere Waffe.“ Und Lev Kopelev, der selbst an der sowjetischen Propaganda gegen die Wehrmacht mitwirkte, bemühte im Rückblick ein Wort Puškins, der der Buchdruckerkunst auch eine Zukunft als „einer neuen Art der Artillerie“ prophezeit hatte: „Ja, das Wort ist eine Waffe, eine Waffe, die man oft unterschätzt oder auch mißbraucht...“¹⁰

Und dennoch, so meine These, blieb bis zum heutigen Tag der Erfolg der eingesetzten Medien, blieb die Propaganda der Politik nachgeordnet. Erst dann, wenn jene am Ende ist, greifen diese, vermögen Medien das entstehende Vakuum zu füllen. Deutlich erkennbar war das am Ende des ersten Weltkrieges. Hier scheint mir - damit kehre ich zum Ausgangspunkt meiner Betrachtung zurück - auch ein Schlüssel für die Geschichtsmächtigkeit namentlich des Fernsehens in den rumänischen Entwicklungen Ende 1989 zu liegen: es füllte die plötzliche Leere aus, die entstand, als die bisherige Politik am Ende war, weil die bisherigen Strukturen einen irreparablen Zusammenbruch erlitten hatten.

- 1 Television/Revolution - Das Ultimatum des Bildes, hrsg. v. H. v. Arnclunxen/A. Ujica, Marburg 1990.
- 2 N. Postman, Wir amüsieren uns zu Tode, Frankfurt/M. 1985.
- 3 H. Schwarz van Berk (Hrsg.), Der Angriff. Aufsätze aus der Kampfzeit von Joseph Goebbels, München 1936, S. 16.
- 4 Die bislang vollständigste Zusammenstellung dieses Propagandamediums bietet in vorzüglicher Erschließung und Reproduktion: K. Kirchner, Flugblattpropaganda im Ersten Weltkrieg, Erlangen 1985ff. (bisher 2 Bde); derselbe, Flugblattpropaganda im Zweiten Weltkrieg, Erlangen 1974ff. (bislang 13 Bde).
- 5 Ausführlich siehe hierzu: K. Pech/G. Diesener, Zur Entstehung und zum Wirken der Bewegung „Freies Deutschland“, in: Zeitschrift für Geschichtswissenschaft 7/1988, S. 595 - 607.
- 6 Die bislang umfassendste Zusammenstellung der Flugblätter der Bewegung „Freies Deutschland“ liegt vor bei: H. H. Düsel, Die Flugblätter des Nationalkomitees „Freies Deutschland“ 1943 - 1945, Bad Aibling 1987.
- 7 Vgl. Mitteilungen für die Bevollmächtigten und ihre Beauftragten an der Front, Nr. 5, Januar 1945, (Ms.), S. 1f.
- 8 Mitteilungen für die Truppe, Nr. 358 vom September 1944, hrsg. v. OKW.
- 9 Vgl. z.B. in den genannten Bänden von K. Kirchner, Reproduktion auch bei: O. Buchbender/H. Schuh, Die Waffe, die auf die Seele zielt, Stuttgart 1983, S. 50 und 107; siehe dazu auch S. 112.
- 10 Zitiert nach: ebenda, S. 7.