

Weißes Ross

13. Exkurs

NS-Propaganda

Entsprechend dem Duden bezeichnet der Begriff „Propaganda“ die *„systematische Vorbereitung politischer, weltanschaulicher oder ähnlichen Ideen und Meinungen mit dem Ziel, das allgemeine Bewusstsein in bestimmter Weise zu beeinflussen.“*

Anfänge

Für die nationalsozialistische Partei war sie bereits indirekt im 25-Punkte Programm ihres Gründungsmanifests zu Zeiten der Weimarer Republik als vorrangiges Instrument zur Gewinnung und Manipulation des Einzelnen innerhalb der Masse verankert. Die Schaffung und Stärkung einer „Volksgemeinschaft“ aus „Volksgenossen“ war Grundlage und Ausgangspunkt, auf die die nationalsozialistische Propaganda aufbauen konnte. Auch das Verbot von Zeitungen, sowie von Formen der Kunst, Kultur und Literatur, die sich nicht der nationalsozialistischen Ideologie eingliedern ließen, war unter Punkt 23 des Programms zusammengefasst.

Adolf Hitler (1889 – 1945) hatte das Programm anlässlich der Gründungsveranstaltung verlesen und die massebildende und damit nachhaltig regimestützende Kraft der Manipulation durch Propaganda schon früh in seinem politischen Leben erkannt. Während seiner Untersuchungshaft nach dem gescheiterten Putschversuch, entstand 1924 die von ihm verfasste autobiographisch-ideologische zweibändige Programmschrift „Mein Kampf“. Bereits hier beschreibt er die immense Bedeutung der Propaganda für den politischen Aufstieg: *„Die gefühlsmäßige Vorstellungswelt der großen Masse begreifend, in psychologisch richtiger Form den Weg zur Aufmerksamkeit und weiter zum Herzen der breiten Masse“ finden.* Das Buch wurde in einer Auflage von über 12 Millionen gedruckt.

Entwicklung zur staatlichen Institution

Wie wichtig ihm dieser Aspekt der Machtgewinnung durch allumfassende Propaganda war, lässt sich daran erkennen, dass Hitler kurz nach seiner Ernennung zum Reichskanzler im Januar 1933 und der Machtübernahme der Regierung durch die Nationalsozialisten am 13. März eine Beschlussvorlage zur Errichtung eines Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda einreichte und diese mit Hilfe des Reichspräsidenten durchzusetzen wusste. Leiter des Ministeriums war Josef Goebbels (1897 – 1945), der betonte, dass er die Aufgabe des Ministeriums in *„der geistigen Mobilmachung des Volkes“* sehe.

Von nun an, überwacht das Ministerium, was der „Volksgemeinschaft“ im Sinne der Partei kultur- und gesellschaftspolitisch dienlich zu sein hatte. Die Kulturpolitik wurde gänzlich der Gesellschaftspolitik unterstellt und diese hatte ausschließlich der Parteipropaganda zu dienen.

Sie umfasste alle Bereiche des Lebens, das nur noch innerhalb parteipolitischer Organisation und deren Einzelgruppierungen stattfand. Die Partei bestimmte das Leben. Der Einzelne galt nichts, solange er sich nicht den alleingültigen und ideologisch verzerrten Werten und Zielen der NSDAP unterwarf, die überall propagiert wurden.

Das Reichsministerium für Propaganda erhielt die Aufsicht über die Reichskulturkammer und damit die Kontrolle über Film, Theater, Literatur, Musik und vor allem das noch junge Medium Rundfunk. Mit Hilfe der nun gleich geschalteten Rundfunksender wurde es zum wichtigsten Propagandainstrument der Diktatur. Mit dem sogenannten „Volksempfänger“ wurde unter der Leitung von Propagandaminister Goebbels ein Radioapparat entwickelt, der kostengünstig für jeden Haushalt zu erwerben war. Besonders die Reden Adolf Hitlers und anderer Parteifunktionäre konnten auf diese Weise niederschwellig von jedermann gehört werden und jeden erreichen.

Ziele

Erklärtes Ziel der nationalsozialistischen Propaganda war die Überwindung der politischen und sozialen Trennung gesellschaftlicher Gruppierungen und damit die Schaffung einer „Massenbasis“ für die Partei. Bereits unmittelbar nach der Gründung gab es für die Parteimitglieder Schulungen, die einem zukünftigen parteiinternen „Rednerkorps“ die Rhetorik und vor allem die Methodik der argumentativen Auseinandersetzung nahebringen sollten. Diese intensiv beworbenen Veranstaltungen, die teilweise als Fernkurse angelegt waren, standen zunächst unter der Leitung von Heinrich Himmler (1900 – 1945), der hierin die Chance einer konzentrierte Propagandaoffensive erkannte. Vorrangig die Wirtschaftspropaganda, in deren Rahmen gegen die sogenannte „Hochfinanz“ und deren Groß-Warenhäuser polemisiert wurde, wie auch die Propaganda zur Arbeitsbeschaffung und die Betonung und Unterstützung des Bauernstandes, gehörten ins Parteiprogramm. Später auch die Kriegspropaganda.

Erklärte Zielgruppe der Partei waren jedoch die Arbeiter, die es zu hundert Prozent in die Partei zu integrieren galt, und die „Erziehung des Menschen“ an sich. Es galt den „Klassenkampf“ der Weimarer Republik durch die „Volksgemeinschaft“ zu ersetzen. Am Ende sollte die Mobilisierung der beeinflussbaren und gehorsamen Masse stehen, die auch bereit sein sollte, den Krieg mitzutragen, gleichermaßen wie die Gewaltbereitschaft gegen die sogenannten, von der Partei vorgegebenen „Gemeinschaftsfeinde“ wie Juden oder andere so betitelte „Gemeinschaftsfremde“, die während des Zweiten Weltkriegs dann die Bezeichnung „Volksschädlinge“ erhielten.

Adolf Hitler

Größter Propagandaredner war von Anfang an Adolf Hitler selbst, der zunächst mit seiner Redekunst als Zugpferd der Parteipropaganda agierte und agitierte und dann als Vorsitzender der Partei einen Personenkult um sich selbst etablierte, der ihn endlich als Führer, „Erwecker“ und „Erneuerer“ stilisierte. Seine eigene Redegabe verband er damit geschickt mit seinen Erkenntnissen zur Psychologie der Volksmassen. In diesem Zusammenhang setzte er auf die Bedeutung von Symbolen und Inszenierungen, also die genaue Vorbereitung und Dramaturgie großer Auftritte. Hinzu kam das Wissen um die Bedeutung der Agitationsrede, die das Gegenüber aggressiv zu beeinflussen weiß. Und schließlich auf die Gefühlsbezogenheit der Inhalte, die die Zuhörer emotional erreichen soll.

Formen

Die Omnipräsenz von Parteigruppierungen der NSDAP in der Öffentlichkeit mit Aufmärschen, Fackelzügen, Feiern u. a. sollte „die Straße zurückgewinnen“, die in der Weimarer Republik hauptsächlich durch Demonstrationen der Arbeiterschaft geprägt war.

Die öffentlichen Zur-Schau-Stellungen von Parteigruppierungen bedienten Stilmittel aus der Liturgie (z. B.: der „Erntealtar“ beim Erntedankfest [siehe **6. Exkurs Erntedankfest in der NS-Zeit**], die Verherrlichung des „Führers“ als Christus-ähnlichem „Messias“, „Fahnenweihe“, Totenehrung, Einzug Hitlers bei den Parteitagen als pseudoreligiöse Kulthandlungen) aber auch Ausdrucksformen militärischer Zeremonien (1. Mai mit Aufmärschen, Formationen der Parteigruppierungen bei den Reichsparteitagen) [siehe **11. Exkurs Reichsparteitage der NSDAP**] und soldatischer Ordnung. Die Uniformierung der Parteigruppierungen implizierte eine einheitliche „Parteitruppe“ und mit ihr die emotionalen Aspekte von Gemeinschaft, Macht, Sicherheit und sinnvollem Tun. Die Agitation und das Potential an Beeindruckung innerhalb der Gemeinschaft verstärkte die Gewaltbereitschaft. Inhalte und Ausdrucksformen bei Aufmärschen und Parteifeiern befriedigten das menschliche Grundbedürfnis Teil einer Gemeinschaft zu sein und verliehen gleichzeitig mit den Inhalten des Parteiprogramms Gefühle von Stärke, „nationale Erhabenheit“ und implizierten dem Einzelnen Teil einer kollektiven Kraft zu sein. Die „Reichsparteitage“, die von der von Hitler und Goebbels ausgewählten Regisseurin Leni Riefenstahl (1902 – 2003) im Film verewigt wurden, dienten genau wie die Inszenierung der Reichsparteitage selbst dazu, ein nationalsozialistisches Ideal der „Volksgemeinschaft“ vorzustellen, das letztlich so nie erreicht wurde.

Inhalte

Die Agitation als aggressive Propagandasprache generierte eine fanatische Republikfeindlichkeit und gleichzeitig rassistische Ausgrenzung, indem sie eine „marxistische-jüdische Weltverschwörung“ gleichermaßen wie eine „jüdisch-bolschewistische Bedrohung“ erfand, und beide als einen einzigen Gegner visualisierte. **[siehe 8. Exkurs Nationalsozialistischer Antisemitismus].**

Methoden

Das Konzept der nationalsozialistischen Propaganda war zweiseitig: auf der einen Seite lockte es mit Aufwertung, Zugehörigkeit, Stärke und Gemeinschaft. Auf der anderen Seite drohte es mit Bestrafung und Einschüchterung bei Nonkonformität. So erzeugte es eingeübte Disziplin, blinden Gehorsam, Selbstverpflichtung und gesellschaftliche Akzeptanz. Es implizierte eine „privilegierte Unterwerfung“. Jede nationalsozialistische Gruppierung hatte ihre eigene Propagandastrategie. Die Propaganda durchdrang sowohl den beruflichen Alltag als auch die Freizeit in den Vereinen und Gruppierungen. Diese erfassten in ihrer Organisationsvielfalt alle Menschen beiderlei Geschlechts von der Geburt bis zum Gebähr- bzw. wehrfähigen Alter. (Pimpfe, Hitlerjugend, Deutsches Jungvolk, Bund Deutscher Mädel, Jungmädel etc., Wehrmacht, SS, NS-Frauenschaft, etc.). Aufgrund der damit geschaffenen, straffen Strukturen waren alle Teile der Bevölkerung der größtmöglichen Kontrolle ausgesetzt.

Literatur

Ranke, Winfried: Propaganda, in: Benz, Wolfgang/ Graml, Hermann/ Weiß, Hermann (Hrsg.): Enzyklopädie des Nationalsozialismus, München 2007, S. 34-49.

Internetquelle

Begriff „Propaganda“, in: Duden online, <https://www.duden.de/suchen/dudenonline/propaganda>, zuletzt aufgerufen am 03.06.2023.

Scriba, Arnulf: Die NS-Propaganda, in: Lebendiges Museum Online, <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/ns-regime/innenpolitik/ns-propaganda.html>, zuletzt aufgerufen am 03.06.2023.

Mögliche Quellen zum Einsehen/Einscannen

- StadtAL NSDAP I/3 Verehrung des Führers, o. J.
- StadtAL NSDAP I/5 Aufrufe an die Bevölkerung, o. J.
- StadtAL NSDAP I/15 Staatspolitische Filme, 1938-1939
- StadtAL NSDAP I/17 Redner-Schnellinformation der Reichspropagandaleitung der NSDAP, 1942-1943
- StadtAL NSDAP I/29 11 Wochensprüche der NSDAP hrsg. v. d. Reichspropagandaabteilung., 1940-1941

Propaganda- und Werbematerial für die Stadt Lauf

- StadtAL NSDAP Lauf A 8/124 Werbematerial für die Stadt Lauf 1936-1942 (Werbeprospekt für die Stadt Lauf 1939)
- StadtAL NSDAP IX/10 3 Jahre Aufbau. Nationalsozialistische Aufbauarbeit im Kreis Lauf (Acht Ausgaben einer Sonderveröffentlichung), 1936 Artikel „Kennst du Lauf an der Pegnitz?“