Propaganda und Gegenpropaganda im Film 1933-1945

Autor(en): **Reiner-Haala, Erika**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **32 (1972)**

Heft 5

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-964424

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

erstattung, Einbeziehung der bekannten emotional geprägten Vorurteile bei den Rezipienten in die Argumentationskette, insgesamt bewusst verlogene Irreführung durch Vorzeigen einer verfälschten und verdrehten Wirklichkeit, die der Zuschauer jedoch aufgrund seiner vom Autor richtig eingeschätzten Prädisposition als «wahr» annimmt. Die Seminarteilnehmer waren sich einig, dass der Film auch heute noch zum Beispiel als Fernsehsendung weithin zur Irreführung dienen könne. Eine deprimierende Feststellung.
Als weitere historische Beispiele wurden gezeigt: Hipplers «Der Feldzug in Polen» (1940) und Humphrey Jennings «Listen to Britain» (1940). Andere Formen des Agitationsfilms vertraten neuere deutsche Kurzfilme («Film 68», 1969, von Hannes Fuchs, «Sightseeing», 1968, von Peter Nestler) und ein Spielfilm aus der DDR: «Die besten Jahre», 1968, von Günther Rücker.

Religiöse Agitationsfilme: haarsträubend?

Am letzten Tagungstag standen Agitationsfilme aus dem Bereich der Kirchen auf dem Programm zum Beispiel zum Thema der Entwicklungshilfe. Ungewohnt für europäische Fernsehkonsumenten: Werbespots, die auf Gott hinweisen. Da sitzen Menschen bei einer Party zusammen und reden über das Thema «Gott»; der Kommentator bricht die Szene ab und erklärt, wenn sie nicht so viel reden, sondern sich umsehen würden, könnte ihnen Gott begegnen, nämlich im notleidenden Nächsten; dazu entsprechende Bilder. Oder die Szene, in der die junge Frau am Nachmittag den von der Arbeit heimkehrenden Mann begrüsst; das Bild retardiert und führt die Tagesarbeit der beiden vor; dann das happy end; und worin liegt der Lebenssinn dieses Glücks?
In der Diskussion über die Spots traten zwei Meinungen auf. Bei den einen sträubten sich die Haare, Gott oder ihm zugeschriebene Verhaltens-Appelle wie Waschmittel oder Zahnpasta an den Mann gebracht zu sehen. Die anderen fanden sich nicht in solche Assoziationen gedrängt und hielten es durchaus für wohlgefällig, unter anderem derart zu verkündigen. Diese Meinung vertraten vor allem diejenigen, die Erfahrung mit amerikanischen Fernsehgewohnheiten haben. Nach ihrem Urteil entsprechen die Spots dem gewählten Kommunikationsfeld «kommerzielles Fernsehen in den USA». Der Auftrag, Gott präsent zu machen, verlangt Anpassung an die herrschende Kommunikationsgewohnheiten der Gesellschaft.
Über das Stichwort «Kommunikationsfeld» kam man zurück zum Tagungsthema. Es ist unerheblich, ob ein Autor agitieren will oder nicht, entscheidend ist, ob der Rezipient die im Film mitgeteilte Botschaft als Agitation auffasst. Die Analyse des Mediums ergibt Aufschlüsse über mögliche agitatorische Absichten des Kommunikators und über mutmassliche Wirkungen bei mutmasslichen Rezipienten. Agitationsfilme sind wohl so etwas wie Zelluloid-Bomben, die in einer bestimmten gesellschaftlichen Situation zünden. Es gibt Blindgänger und Mehrfachzünder, das hängt von der Machart und dem Zeitpunkt des Bombenlegens ab. Einen gewissen individuellen Schutz gegen Agitation gewährt nur ausgeprägter Wirklichkeitssinn sowie die Fähigkeit, Sachverhalte intellektuell zu durchdenken. Paul Halbe

Propaganda und Gegenpropaganda im Film 1933—1945

Die Erkenntnis, den Film für die Zwecke der Massenbeeinflussung einsetzen und missbrauchen zu können, ist durchaus nicht neu. Sie steht vielmehr schon am Anfang der Geschichte dieses Mediums und sie bot eine der ersten Begründungen für die Notwendigkeit einer Filmerziehung.
Seit es Ideologien und Machtpolitik gibt, gibt es Propaganda. Sie entdeckte aber im Film eine ganz neue Möglichkeit, neue Ausdrucksformen, die den Eindruck der Wirklichkeit in viel höherem Mass besitzen als das gesprochene oder gedruckte Wort allein. So wurde der Film denn auch schon unmittelbar nach seiner «Erfin-

dung» von den Propagandisten in Dienst genommen. Die erste umfassende theoretische Auseinandersetzung mit dem neuen Phänomen erfolgte in Russland. Im Westen dauerte es länger, bis das nur als Unterhaltungsmittel angesehene Instrument in seinen politischen Möglichkeiten erkannt wurde, aber der Nationalsozialismus bemächtigte sich seiner sofort. Jegliche Form des Films wurde den ideologischen Zielen unterworfen.

Eine wissenschaftliche Untersuchung der Umsetzung propagandistischer Methoden in die Ausdrucksmittel des Films steht bisher noch aus. Eine gründliche Informationsmöglichkeit mit umfassendem Anschauungsmaterial bot die Retrospektive der Viennale 1972 (17. bis 24. März), die dem Thema «Propaganda und Gegenpropaganda im Film 1933—1945» gewidmet war und vom Österreichischen Filmmuseum veranstaltet wurde. Es wurden 88 Filme verschiedener Länge gezeigt — ein ebenso faszinierendes wie erdrückendes Angebot, das verdientermassen das lebhafte Interesse junger Menschen fand. «Gerade die Zeit von 1933 bis 1945 kann für die Entwicklung und den Einsatz von Filmen dieser Zielrichtung als beispielgebend gelten; in ihr hat, was unter dem Begriff Propagandafilm in die Gattungsbezeichnung von Film eingegangen ist, ein bisheriger Höhepunkt stattgefunden», heisst es in der Broschüre zur Retrospektive. (Der russische Film scheint weitgehend ausgeklammert, es lagen auch nur zwei Beispiele vor, die aus dem Bereich der Kriegspropaganda stammen, nicht aus jenem der Ideologie).

Auch wenn das Angebot nicht den Anspruch der Vollständigkeit erheben kann, erlaubt es doch sehr interessante Einblicke und Erkenntnisse. Zunächst einmal überrascht, dass man sich zwar sehr bewusst des Mediums «Bild» bediente, dass aber dennoch der Hauptakzent beim Angebot der Tendenzen (Verfälschungen der Wahrheit bis zur Lüge) auf dem Wort lag. Das Bildmaterial wirkte neutral, objektiv und bekam erst durch Montage, Musik und Kommentar seinen propagandistischen Sinn. Auch dort, wo Einstellung und Perspektive schon sehr raffiniert eingesetzt wurden, wie etwa in Leni Riefenstahls «Triumph des Willens» (Nürnberger Reichsparteitag 1934), ist das Bild nicht viel mehr als Material. Das bewies die Verwendung des gleichen Bildmaterials für ausgesprochene Gegenpropagandafilme. Es war in jenen Jahren durchaus üblich, dass man solches Material an sich brachte und es dann für die eigenen Zwecke verwandte.

Versucht man, eine etwas grobe nationale Charakterisierung zu treffen, so ergeben sich folgende Erkenntnisse: Die Nationalsozialisten arbeiteten plump, direkt und schamlos bis zur Perfidie. Die Engländer, von der Invasion und der V 2 bedroht und ungenügend gerüstet, sahen sich vor der Notwendigkeit, das Volk zum Durchhalten aufzurufen. Ihre Filme sind ein Appell an nationalen Stolz, an den Willen zur gemeinsamen Meisterung der Not. Sie brachten aber auch jenen souveränen Spott auf, der aus dem Material der Feinde jene Filme machte, die Hitler wie Mussolini in ihrer hohlen Gestik der Lächerlichkeit preisgaben. Dazu genügte es schon, die Originalaufnahmen in einem anderen Rhythmus zu montieren. Cavalcants «Yellow Caesar» und Ridleys «Lambeth Walk» boten dafür grossartige Beispiele. Die Amerikaner wiederum mussten erst erklären, warum es unausweichlich war, in den Krieg einzutreten («Why We Fight»-Serie). Ihre Propagandafilme boten eine Art nachgeholter Geschichtsstunde über die Entwicklung des Nationalsozialismus. Die Russen arbeiteten wiederum plumper und simpler: sie sahen ihre Hauptaufgabe darin, die Deutschen entweder als Trottel und Feiglinge oder aber als gefährliche Spione darzustellen.

Diese Retrospektive — als Begegnung mit einem besonderen Kapitel Filmgeschichte gedacht — wurde zu einem überzeugenden Beweis für die Möglichkeiten der Manipulation mit Wort und Bild. Hier müsste eine Auswertung des Materials ansetzen. Jenes Kapitel ist zwar abgeschlossen, nicht aber sind die Methoden des Missbrauchs an sich neutralen, sachlichen Bildmaterials vorbei. Diese Tatsache gab der Retrospektive einen richtiggehend gruseligen Charakter. Denn das war nicht nur ein Exkurs in die Vergangenheit — hier wurden Möglichkeiten der Zukunft blossgelegt: Ein Beweis für die Notwendigkeit der Medienerziehung als Teil der politischen Bildung.

Erika Reiner-Haala (Fd)