

Nationalsozialismus und Zweiter Weltkrieg

Propaganda und Inszenierung im Nationalsozialismus

Nach einer Idee von Anne Ziemons



© Süddeutsche Zeitung Photo

Nicht sachliche Argumentation, sondern der Appell an Emotionen stand im Vordergrund nationalsozialistischer Propaganda. Dabei konzentrierte man sich auf eingängige Schlagworte und prägnante Aussagen, die ständig wiederholt wurden. Propaganda diente als Mittel der Herrschaftssicherung durch Indoktrination und Massenbeeinflussung. Denn Menschen in einer Masse handeln nicht mehr als Individuen. Persönlichkeit und individuelle Überzeugungen gehen unter, der Mensch tut Dinge, zu denen er allein nicht fähig wäre. Zudem ist die Masse auf einen Führer fixiert: Hitler. Und Hitler ist Meister der Inszenierung. Ob Reden, Reichsparteitage, Filme oder Rundfunkansprachen – alles ist Teil einer umfassenden Propagandamaschinerie zur „Gleichschaltung“ aller Lebensbereiche mit der NS-Ideologie.

Propaganda und Inszenierung im Nationalsozialismus

Nach einer Idee von Anne Ziemons

Fachwissenschaftliche Hinweise	1
Ziele der NS-Propaganda	1
Die „Psychologie der Massen“	1
Die Instrumente der Macht	1
Form und Sprache der NS-Propaganda	2
Didaktisch-methodische Hinweise	3
Literatur und Medien	6
Materialien und Arbeitsaufträge	8
Das Wesen der Propaganda	8
Wahlplakate und Reden im Nationalsozialismus	11
NS-Propaganda in all ihren Formen	15
Sprache und Massenmedien in der NS-Propaganda	21
Klausurvorschlag	31
Lösungsvorschläge	34

Das Wesen der Propaganda

M1 Propaganda – Ihre zentralen Aspekte

Arbeitsauftrag

Lesen Sie den nachfolgenden Text. Fassen Sie zentrale Aspekte, die herausgearbeitet werden, zusammen und erstellen Sie eine Mindmap zur Definition des Begriffs „Propaganda“. Strukturieren Sie die Mindmap mithilfe der folgenden Stichworte:

- Bedeutung,
- Mittel,
- gerichtet auf und
- Zielsetzung.

Propaganda ist der Versuch der gezielten Beeinflussung des Denkens, Handelns und Fühlens von Menschen. Wer Propaganda benutzt, verfolgt damit immer ein bestimmtes Interesse. In Verbindung mit dem Krieg machen Politiker und Militärs von Propaganda Gebrauch, um zum Beispiel die eigene Bevölkerung von einem Krieg zu überzeugen. Sie betonen die Notwendigkeit des Krieges (vernichtenswerte Feinde, Sicherheit der eigenen Bevölkerung, Absetzung eines brutalen Regimes etc.) und blenden alle anderen Aspekte aus (eigene Macht- und Wirtschaftsinteressen, ausgelöstes Kriegsgeschehen, Kriegsverbrechen der eigenen Soldaten etc.).

Propaganda wird aber auch eingesetzt, um Soldaten für den Krieg zu rekrutieren oder die Kampfbereitschaft des Militärs aufrechtzuerhalten. [...] Gegenüber dem Kriegsgegner verfolgt Propaganda vor allem das Ziel, die Kriegsmoral der gegnerischen Bevölkerung und Soldaten zu schwächen oder durch die Verbreitung falscher Informationen den Gegner zu täuschen. [...]

[P]ropaganda tritt in unterschiedlicher Form auf. Es gibt Propagandaformen, die ohne den Einsatz von Medien auskommen. Dazu zählen Reden, Predigten oder Lieder vor einem anwesenden Publikum. Diese Formen fanden bereits seit der Antike Verwendung. Die Möglichkeiten und Vorteile insbesondere der elektronischen Medien im Hinblick auf den Umfang der Verbreitung, die Schnelligkeit der Übertragung und die Speicherung haben dazu geführt, dass Propaganda heute fast ausschließlich mit Hilfe von Medien erfolgt. Häufig eingesetzte Formen sind schriftliche Dokumente wie Flugblätter, Zeitungs- und Internetartikel oder

Wahlplakate und Reden im Nationalsozialismus

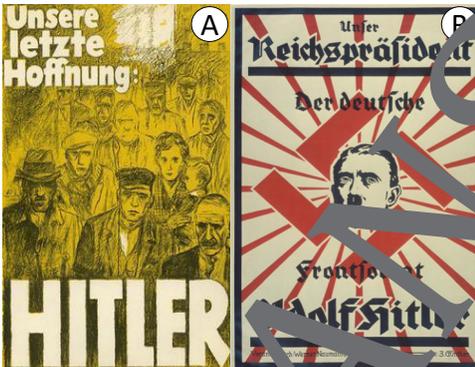
Wahlkampf – Reichspräsident und Reichstag 1932

M3

Arbeitsaufträge

1. Analysieren Sie in vier Gruppen jeweils eines der nachfolgenden vier Wahlplakate zur Reichspräsidentenwahl (A und B) sowie zur Reichstagswahl (C und D).
2. Arbeiten Sie anschließend die unterschiedlichen Facetten der auf den Plakaten dargestellten NS-Propagandaziele gemeinsam heraus.

Plakate zur Reichspräsidentenwahl



Plakate zur Reichstagswahl



Bildnachweise: A: Foto: Ulrich Baumgarten/Süddeutsche Zeitung Photo. B: Bundesarchiv Plak 002-016-061, C: Felix Albrecht/Public Domain, D: Bundesarchiv Plak 002-042-072

Festgehaltene Inszenierung – Der Reichsparteitag 1934

M6

Arbeitsaufträge

1. Lesen Sie den Informationstext.
2. Untersuchen Sie anschließend die fünf Standfotos aus dem Propagandafilm *Tausend Jahre des Willens* in Bezug auf
 - Kameraperspektive,
 - Wirkung und
 - Darstellungsabsicht der jeweiligen Szene.

Der NSDAP-Parteitag vom 4. bis zum 10. September 1934 stand unter dem Motto „Reichsparteitag der Einheit und Stärke“. Die von Hitler beauftragte Regisseurin Leni Riefenstahl¹ dokumentierte die Ereignisse. Der Film erklärte die Welt des Nationalsozialismus in propagandistischen Bildern. Die Parteitage waren geprägt von einem sich immer wiederholenden, streng reglementierten Ablauf. Jeder Tag war einem bestimmten Ereignis oder einer bestimmten Formation gewidmet:

Tag 1 (Begrüßung): Feierliche Ankunft Hitlers mit dem Flugzeug. Hitler fährt stehend in einem Auto an den Tagungsort in der Innenstadt vorbei. Empfang im Nürnberger Rathaus. Am Abend folgt die Aufführung der Oper *Die Meistersinger* von Richard Wagner.

Tag 2 (Kongresseröffnung): Hitlers Stellvertreter Rudolf Heß² eröffnet den Parteikongress. Im Anschluss best der Gauleiter von München-Oberbayern, Adolf Wagner, eine Proklamation von Hitler vor. Hitler selbst redet erstmals bei der sogenannten „Kulturtagung“ am Abend.

Tag 3 (Tag des Arbeitsdienstes): Dem Arbeitsdienst schwört Hitler auf dem Zeppelinfeld³ die Treue. Ab 1935 musste jeder Mann mindestens sechs Monate Arbeitsdienst leisten. Der Dienst bestand zumeist aus Forst- und Deichbauarbeiten, begleitet von ideologischen Schulungen.

Tag 4 (Tag der politischen Leiter): Aufmarsch der Funktionäre in der Partei. In den Abendstunden wird mit dem „Lichtdom“ eine eindrucksvolle Lichtinstallation geschaffen.

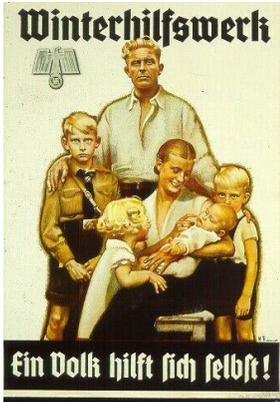
Tag 5 (Tag der Hitlerjugend): An diesem Tag wird der Nachwuchs auf die Parteipolitik eingeschworen. Am Abend gibt es ein großes Feuerwerk. Es ist der Höhepunkt des Volksfestes von „Kraft durch Freude“⁴.

M7 Die Bedeutung des Dazugehörens – NS-Plakate

Arbeitsaufträge

1. Analysieren Sie die Plakate. Beschreiben Sie jeweils die Mittel, mit denen der Aspekt der Volksgemeinschaft inszeniert wurde.
2. Erörtern Sie vor dem Hintergrund Ihrer Erkenntnisse Goebbels' Aussagen über die Wirkung von Plakaten.

a) Plakat des Winterhilfswerkes um 1938



b) Werbeplakat des KdF-Amtes 1937



c) Plakat der Hitlerjugend



Bildnachweise: a) © Deutsches Historisches Museum, b) Bundesarchiv Plak 003-018-029, c: Courtesy of UC Berkeley, Bancroft Library.

„Das Plakat ist eines der wichtigsten und erfolgreichsten Propagandamittel. Es stellt die Verbindung her zwischen Idee und breiter Masse, muss also dementsprechend der Ausdruck der Idee sein, die es vertritt, und in vorbildlicher Weise diese der noch zu werbenden Gefolgschaft übermitteln. [...] Der wahre Meister des Wortes vermittelt in einem einzelnen Plakat eine ganze Weltanschauung.“

Strasser, Gregor (Hrsg.), Nationalsozialistische Briefe. 40. Brief vom 15. Mai 1927. S. 7 f.

Sprache und Massenmedien in der NS-Propaganda

Worte sind Macht – Sprache im Nationalsozialismus

M3

Arbeitsaufträge

1. Charakterisieren Sie auf Grundlage des nachfolgenden Textes Elemente und Funktionsweisen der NS-Sprache. Suchen Sie nach Beispielen der NS-Propaganda zu den Aspekten a bis f.
2. Diskutieren Sie die Aussage: „Die Sprache der Nationalsozialisten sollte überwältigen statt überzeugen“ (Z. 8).

Worte sind Macht: Sie ordnen, informieren, täuschen, gründen an und verführen. Sprache wirkt als Kraft, bisweilen, wie die Parikatur und das Bild, auch als Waffe. Die nationalsozialistische Propagandasprache verknüpfte in Sammelsurium¹ unterschiedlicher Elemente, vermischte rationale und irrationale Begriffe und wurde einer wirkungsmächtigen Sprachlenkung unterworfen. Die Begriffe „Revolution“, „Nationalismus“ und „Sozialismus“ zum Beispiel, die sich mit dem Parteinamen „NSDAP“ verbinden, sind vielschichtig und wurden vor 1933 von verschiedenen Parteien benutzt.

Die Sprache der Nationalsozialisten sollte überwältigen statt überzeugen. Sie sollte disziplinieren, integrieren und unbedingungslosen Gehorsam als attraktive Verhaltensweise herausstellen. Zu diesem Zweck wurden Begriffe aus bekannten Kontexten oder Lebensbereichen zu quasi festen Sprachregelungen geformt und durch bestimmte szenische Elemente ergänzt. Zum Beispiel:

- a) Hitlers Personenkult im Christus-Vergleich:
 - 15 – Begriffe: Messias, Erlöser, Retter, Heilsbringer, Prophet, Apostel der neuen Idee, Anknüpfung an das Christentum des Herrn, Werkzeug der Vorsehung und des göttlichen Willens, Vergleich Führer–Papst
- b) Übertragung des Sakralen auf das Politische:
 - 20 – Begriffe: „Drittes Reich“ als Reich der Zukunft, Jude als Antichrist der Weltgeschichte, Weihe, Sendung, Heil, heilig (Volk, Land, Blut, Krieg)

Sie wollen mehr für Ihr Fach?

Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



Über 5.000 Unterrichtseinheiten
sofort zum Download verfügbar



Webinare und Videos
für Ihre fachliche und
persönliche Weiterbildung



Attraktive Vergünstigungen
für Referendar:innen mit
bis zu 15% Rabatt



Käuferschutz
mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:
www.raabe.de