

Univerzita Karlova  
Pedagogická fakulta  
Katedra germanistiky

## DIPLOMOVÁ PRÁCE

Deutsche Sprache im Dienst der NS-Filmpropaganda: Ein Vergleich mit der  
kommunistischen Propagandasprache in der Tschechoslowakei

German language in the service of Nazi film propaganda: a comparison with  
the communist propaganda language in Czechoslovakia

Německý jazyk ve službách nacistické filmové propagandy: Srovnání s  
jazykem komunistické propagandy v Československu

Bc. František Posolda

Vedoucí práce: prof. Dr. Anja Lobenstein-Reichmann

Studijní program: N0114A300096

Studijní obor: Učitelství německého jazyka pro 2. stupeň základní školy a střední  
školy (plný plán)

2024

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit zum Thema Deutsche Sprache im Dienst der NS-Filmpropaganda: Ein Vergleich mit der kommunistischen Propagandasprache in der Tschechoslowakei unter Aufsicht der Betreuerin der Arbeit selbstständig unter Verwendung der in der Arbeit angegebenen Quellen und Literatur verfasst habe. Ich versichere ferner, dass diese Arbeit nicht zur Erlangung eines anderen oder desselben Abschlusses verwendet wurde.

Odevzdáním této diplomové práce na téma Německý jazyk ve službách nacistické filmové propagandy: Srovnání s jazykem komunistické propagandy v Československu potvrzuji, že jsem ji vypracoval pod vedením vedoucí práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále potvrzuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Prag, 09.07.2024

## **ABSTRACT**

Die Macht der Sprache zur Beeinflussung und Mobilisierung in politischen Kontexten ist das Forschungsgebiet dieser Abschlussarbeit. Sie analysiert die rhetorischen Strategien und Erzähltechniken in ausgewählten Filmen der NS-Propaganda und der kommunistischen Propaganda in der Tschechoslowakei. Beide Propagandaapparate nutzten die Sprache, um Ideologie zu verbreiten und die Wahrnehmung und das Verhalten der Massen zu beeinflussen. Griffen sie dabei zu gleichen Ausdrucksmitteln? In der folgenden Abschlussarbeit wird untersucht, welche sprachlichen Strategien und Mittel eingesetzt werden können, um propagandistische Botschaften durch Filme zu vermitteln. Durch die Vergleichsanalyse kann der Frage nachgegangen werden, ob eine gemeinsame länder- und ideologieübergreifende Propagandasprache existiert.

## **SCHLAGWÖRTER**

Propaganda, Propagandasprache, NS-Film, Ideologie, Totalitäres Regime

## **ABSTRACT**

The power of language to influence and mobilize in political contexts is the research area of this thesis. It analyzes the rhetorical strategies and narrative techniques in selected films of Nazi propaganda and communist propaganda in Czechoslovakia. Both propaganda machines used language to spread ideology and shape the perception and behavior of the masses. Did they use the same language techniques? The following thesis examines which linguistic strategies and means can be used to convey propagandistic messages through films. The comparative analysis allows the question of whether a common cross-national and cross-ideological propaganda language exists to be investigated.

## **KEYWORDS**

Propaganda, propaganda language, Nazi film, ideology, totalitarian régime

## **ABSTRAKT**

Předmětem výzkumu této práce je schopnost jazyka ovlivňovat a mobilizovat veřejnost v politickém kontextu. Práce analyzuje rétorické strategie a narativní techniky ve vybraných filmech nacistické propagandy a komunistické propagandy v Československu. Oba propagandistické aparáty využívaly jazyk k šíření vlastní ideologie a ovlivňování představ i chování mas. Uplatňovaly při tom stejné výrazové prostředky? Následující práce zkoumá, jaké jazykové strategie a prostředky lze využít k šíření propagandistických sdělení prostřednictvím filmů. Na základě komparativní analýzy lze také ověřit, zda existuje společný propagandistický jazyk přesahující jednotlivé země a ideologie.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Propaganda, propagandistický jazyk, nacistický film, ideologie, totalitní režim

Ich bedanke mich bei prof. Dr. Anja Lobenstein-Reichmann, die mich zur Wahl des  
Themas inspirierte und die Entstehung dieser Arbeit ermöglichte.

## **Inhaltsverzeichnis**

Einleitung.....	7
1 Die allgegenwärtige Propaganda.....	10
1.1 Der umstrittene Propagandabegriff .....	10
1.2 Vermittlungswege der Propaganda: ein historischer Exkurs.....	16
1.3 Propaganda und Totalitarismus .....	21
2 Sprache als zentrales Machtinstrument der Propaganda .....	28
2.1 Hauptmerkmale des NS-Deutschen.....	28
2.2 Sprache als Propagandamittel in der Tschechoslowakei.....	31
3 Propagandafilm.....	33
3.1 Begriffserklärung und die historische Einordnung des NS-Films.....	33
3.2 Verstaatlichte Filmindustrie in der Tschechoslowakei.....	37
4 Propagandasprache im Film: ein Vergleich.....	41
4.1 Erörterung der Filme und ihrer Bedeutung als Propagandamittel.....	41
4.1.1 Die große Liebe .....	41
4.1.2 Kolberg.....	46
4.1.3 Das Mädchen Anna .....	51
4.2 Vergleichsanalyse.....	55
4.2.1 Glaubens- und Kampfgemeinschaft .....	56
4.2.2 Unterordnung und Disziplin .....	67
4.2.3 Einsatzwille und Kampflust.....	74
Fazit.....	80
Literaturverzeichnis.....	83

## Einleitung

„Der Nationalsozialismus ist weitgehend erforscht, und doch ist sein Bild bis heute umstritten.“<sup>1</sup> Diese Worte des Historikers Karl Dietrich Bracher aus seiner Studie zur NS-Herrschaft von 1969 verdeutlichen die anhaltende Komplexität und Kontroversität dieses dunklen Kapitels der Geschichte. Trotz umfangreicher Forschung bleibt das Verständnis der Mechanismen, durch die das NS-Regime seine Ideologien verbreitete und die Bevölkerung manipulierte, weiterhin Gegenstand intensiver akademischer Auseinandersetzungen. Einen zentralen Aspekt dieser Mechanismen bildet die Sprache, insbesondere in ihrer Rolle als Instrument der Propaganda.

Das Thema dieser Arbeit lautet *Deutsche Sprache im Dienst der NS-Filmpropaganda: ein Vergleich mit der kommunistischen Propagandasprache in der Tschechoslowakei*. Im Fokus steht der gezielte Einsatz von Sprache zur Beeinflussung und Mobilisierung der Massen als ein Phänomen, das sich in vielen historischen Kontexten beobachten lässt. Im 20. Jahrhundert stehen die nationalsozialistische Propaganda im Dritten Reich und die kommunistische Propaganda in der Tschechoslowakei als zwei prominente Beispiele für den strategischen Einsatz von Medien, um ideologische Botschaften zu verbreiten und die Bevölkerung anzuspornen. Diese Arbeit zielt darauf ab, die rhetorischen Strategien und Erzähltechniken, die in diesen beiden Systemen angewendet wurden, zu beleuchten und durch eine Vergleichsanalyse von drei ausgewählten Filmen tiefer zu verstehen: *Die große Liebe*, *Kolberg* und *Das Mädchen Anna*.

Die Analyse der nationalsozialistischen Propaganda des Dritten Reiches und der kommunistischen Propaganda in der Tschechoslowakei ermöglicht es, die manipulativen sprachlichen Techniken dieser totalitären Systeme zu verstehen und gleichzeitig einen umfassenden Einblick in die Macht der Sprache selbst zu gewinnen. Filme haben die einzigartige Fähigkeit, Emotionen zu wecken und komplexe Botschaften durch visuelle und auditive Mittel zu vermitteln. Die ausgewählten Filme dienen als Beispiele, um die Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den sprachlichen und visuellen Strategien der NS-Propaganda und der kommunistischen Propaganda in der Tschechoslowakei zu untersuchen.

---

<sup>1</sup> Bracher, 1969, S.1.



Im digitalen Zeitalter hat die Propaganda neue Formen angenommen, doch die grundlegenden Prinzipien bleiben bestehen. Soziale Medien und digitale Plattformen bieten neue Möglichkeiten für die Verbreitung manipulativer Inhalte. Fake News, Social Bots und gezielte Desinformationskampagnen sind moderne Werkzeuge, die ähnliche Techniken wie die historische Propaganda nutzen. Durch die Auseinandersetzung mit der Propagandasprache der Vergangenheit können wir lernen, die modernen Manipulationsstrategien zu erkennen und kritisch zu erörtern.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in vier Hauptkapitel. Im ersten Kapitel wird der Propagandabegriff erläutert, die Vermittlungswege und Medien zur Verbreitung von Propaganda untersucht und die Geschichte des Propagandaeinsatzes in Deutschland und der kommunistischen Tschechoslowakei dargestellt. Dieses Kapitel legt den Grundstein für das Verständnis der historischen und kulturellen Hintergründe, die die jeweiligen Propagandastrategien beeinflusst haben.

Im zweiten Kapitel wird die Sprache als zentrales Machtinstrument der Propaganda analysiert. Es wird untersucht, wie NS-Deutsch und die tschechoslowakische Propagandasprache gezielt eingesetzt wurden, um die Bevölkerung zu beeinflussen und die politischen Ideologien zu verfestigen. Die linguistischen Techniken und rhetorischen Mittel, die in den Propagandafilmen verwendet wurden, werden eingehend analysiert und verglichen.

Das dritte Kapitel konzentriert sich auf Propagandafilme und bietet eine Begriffserklärung sowie eine Analyse der Filmindustrie im NS-Staat und der verstaatlichten Filmindustrie unter der Führung der Kommunistischen Partei der Tschechoslowakei. Die Rolle des Kinos als Medium der Massenbeeinflussung wird hervorgehoben und die Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Produktion und Verbreitung von Propagandafilmen in beiden Regimen werden untersucht.

Das vierte Kapitel bildet den Kern der Arbeit: die Vergleichsanalyse der drei ausgewählten Filme. Anhand von *Die große Liebe*, *Kolberg* und *Das Mädchen Anna* wird untersucht, wie die propagandistischen sprachlichen Mittel eingesetzt wurden und welche Wirkung sie erzielten. Ziel ist es, eine ideologieübergreifende Propagandasprache zu ermitteln und die Frage zu beantworten, ob sich die beiden Regime ähnlicher oder unterschiedlicher sprachlicher Mittel bedienen.

Die Erkenntnisse dieser Untersuchung sollen dazu beitragen, das Verständnis für die Macht der Sprache und der Medien in der politischen Propaganda zu vertiefen und die Mechanismen der Manipulation und Beeinflussung durch visuelle und sprachliche Mittel zu entschlüsseln. Dies ist nicht nur von akademischem Interesse, sondern hat auch eine wichtige gesellschaftliche Relevanz. In einer Zeit, in der manipulative Kommunikationstechniken immer ausgefeilter werden, ist es essenziell, die Funktionsweise der Propaganda zu verstehen und kritisch zu hinterfragen.

Die rhetorischen Strategien und Erzähltechniken der Propaganda in den Filmen zielen darauf ab, kritische Urteilskraft der Menschen zu zerstören und sie durch einfache, sich wiederholende Narrative zu manipulieren. In diesem Kontext ist das Zitat von Erich Fromm besonders relevant:

Jeder denkende Mensch kennt die Methoden der Propaganda. Methoden, durch die die kritische Urteilskraft zerstört und der Verstand eingelullt wird, bis er sich Klischees unterwirft, die die Menschen verdummen, weil sie sie abhängig machen, und sie der Fähigkeit berauben, ihren Augen und ihrer Urteilskraft zu vertrauen.<sup>2</sup>

Diese Arbeit zielt darauf ab, die Mechanismen der Propagandasprache zu entlarven und ein tieferes Verständnis dafür zu schaffen, wie sie die Menschen beeinflusst und ihrer Fähigkeit beraubt, kritisch zu denken und zu urteilen.

---

<sup>2</sup> Fromm, 1976, S. 56–57.

# 1 Die allgegenwärtige Propaganda

## 1.1 Der umstrittene Propagandabegriff

Propaganda ist ein vielschichtiger und komplexer Begriff, der in verschiedenen Disziplinen und Kontexten unterschiedlich definiert und interpretiert wird. Allgemein kann Propaganda als der Versuch verstanden werden, das Denken, Handeln und Fühlen von Menschen gezielt zu beeinflussen. Diese Beeinflussung erfolgt oft durch systematische und einseitige Kommunikation, die darauf abzielt, bestimmte Überzeugungen und Verhaltensweisen zu fördern, um spezifische politische, soziale oder wirtschaftliche Ziele zu erreichen. Der Begriff Propaganda ist eng mit dem Konzept der Ideologie verknüpft, das ebenfalls vielfältig interpretiert wird. Um die Komplexität und Vielseitigkeit von Propaganda zu verstehen, ist es wichtig, sowohl das wertneutrale als auch das negative Verständnis von Ideologie zu betrachten und die unterschiedlichen wissenschaftlichen Ansätze zur Erörterung von Propaganda zu analysieren.

Im wertneutralen Sinne kann Ideologie als ein kohärentes System von Ideen und Überzeugungen verstanden werden, das die Art und Weise prägt, wie Individuen und Gruppen die Welt wahrnehmen und interpretieren. Ideologien bieten einen Rahmen für die Interpretation von Erfahrungen und Ereignissen und helfen dabei, soziale Ordnungen und politische Strukturen zu legitimieren. Sie umfassen zentrale Sprachsymbole und Ordnungsvorstellungen, die als soziale Wissensbestände fungieren und das kollektive Bewusstsein einer Gesellschaft formen. Diese Ideensysteme sind nicht von Natur aus manipulativ oder täuschend, sondern stellen eine Möglichkeit dar, die Komplexität der sozialen Welt zu strukturieren und verständlich zu machen.<sup>3</sup>

Alf Lüdtke zufolge sind Symbole besonders wirksam, weil sie den *emotiven* und den *normativen* Pol gleichermaßen beleuchten und verknüpfen. Diese Symbole bieten die Chance, Orientierung und Ordnung in einer Welt zu finden, die in den alltäglichen Erfahrungen der Menschen oft als zerrissen und chaotisch erscheint. In der Propaganda der untersuchten Filme wird diese Symbolkraft gezielt eingesetzt, um emotionale Bindungen zu schaffen und gleichzeitig normative Botschaften zu vermitteln. Dadurch wird eine

---

<sup>3</sup> Berg-Schlosser und Stammen, 2013, S. 99.

scheinbare Kohärenz und Stabilität erzeugt, die den Menschen Halt und Richtung geben soll.<sup>4</sup>

Im negativen Sinne wird Ideologie oft als ein Mittel der Verschleierung und Manipulation betrachtet. In diesem Kontext dient Ideologie dazu, die wahren Machtverhältnisse und Interessen in einer Gesellschaft zu verschleiern und die Herrschaft einer bestimmten Gruppe zu legitimieren. Propaganda nutzt diese ideologischen Strukturen, um die Wahrnehmung der Realität zu verzerren und die Bevölkerung zu manipulieren. Durch die selektive Präsentation von Informationen und die gezielte Nutzung von emotionalen und symbolischen Elementen werden bestimmte Narrative und Weltanschauungen gefördert, die den Interessen der Machthaber dienen und kritisches Denken unterdrücken.<sup>5</sup>

### **Philosophische Perspektive**

Aus philosophischer Sicht betont die Erörterung von Propaganda häufig die ethischen und moralischen Dimensionen der Beeinflussung und Manipulation. Philosophen fragen nach der Legitimität der Nutzung von Propaganda und der Rolle der Wahrheit in der Kommunikation. Ein zentrales ethisches Problem der Propaganda ist die Manipulation der Wahrheit, um bestimmte Ziele zu erreichen. Während einige Argumente darauf hinweisen, dass Propaganda in bestimmten Kontexten gerechtfertigt sein kann, etwa um moralisch gute Ziele zu fördern oder in Kriegszeiten die Moral zu stärken, betonen andere die Gefahr, die von der Verzerrung der Wahrheit und der Manipulation der öffentlichen Meinung ausgeht.<sup>6</sup>

Der Philosoph Harry Frankfurt zum Beispiel unterscheidet zwischen Bullshit und Lügen in der Propaganda.<sup>7</sup> Während Lügen die bewusste Verfälschung der Wahrheit darstellen, sei Bullshit eine gleichgültige Haltung gegenüber der Wahrheit, bei der es nur darum gehe, eine bestimmte Wirkung zu erzielen. Diese Differenzierung hilft, die komplexen moralischen Fragen zu verstehen, die mit der Nutzung von Propaganda verbunden sind. Die philosophische Perspektive auf Propaganda fordert eine kritische

---

<sup>4</sup> Lüdtke, 1996, S. 199–210.

<sup>5</sup> Nohlen und Grotz, 2015, S.267–268.

<sup>6</sup> Berg-Schlosser und Stammes, 2013, S. 99–109.

<sup>7</sup> Frankfurt, 2005, S. 1–68.

Reflexion über die Mittel und Ziele der Beeinflussung und betont die Notwendigkeit, die Integrität der Kommunikation zu wahren.

### **Politikwissenschaftliche Perspektive**

Die Politikwissenschaft betrachtet Propaganda als ein zentrales Werkzeug der politischen Macht und Kontrolle. Politikwissenschaftler analysieren, wie Propaganda verwendet wird, um politische Agenden zu fördern, Machtstrukturen zu festigen und oppositionelle Bewegungen zu schwächen. Propaganda wird als ein Mittel zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung und zur erstrebten Aktivierung der Massen gesehen. Sie spielt eine entscheidende Rolle in der Legitimation von Regimen und der Stabilisierung von Herrschaftsverhältnissen.<sup>8</sup>

Ein bekanntes Beispiel für die politikwissenschaftliche Analyse von Propaganda ist die Arbeit von Harold Lasswell, der Propaganda als eine Technik der Beeinflussung durch symbolische Kommunikation definierte. Lasswell betonte, dass Propaganda ein wesentlicher Bestandteil moderner politischer Systeme ist und dass sie genutzt wird, um die Zustimmung der Bevölkerung zu politischen Zielen und Maßnahmen zu gewinnen. Er identifizierte verschiedene Techniken der Propaganda, darunter die Nutzung von Stereotypen, die Erzeugung von Feindbildern und die Verbreitung von Vereinfachungen und Vereinheitlichungen.<sup>9</sup>

Ein weiterer wichtiger politikwissenschaftlicher Ansatz ist die Analyse der Propaganda in totalitären Regimen. Hannah Arendt und andere Theoretiker haben untersucht, wie totalitäre Regime Propaganda nutzen, um die totale Kontrolle über die Gesellschaft zu erlangen und aufrechtzuerhalten. In diesen Kontexten wird Propaganda nicht nur zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung, sondern auch zur Schaffung einer alternativen Realität verwendet, die die Ideologie des Regimes widerspiegelt und jede Form von Opposition delegitimiert.

---

<sup>8</sup> Bussemer, 2005, S. 8–54.

<sup>9</sup> Lasswell, 1927, S. 627–631.

## **Soziologische Perspektive**

Die soziologische Perspektive auf Propaganda untersucht, wie Propaganda soziale Normen und Werte formt und in den Strukturen der Gesellschaft verankert ist. Soziologen interessieren sich dafür, wie Propaganda zur Schaffung und Aufrechterhaltung kollektiver Identitäten und sozialer Ordnungen beiträgt. Sie analysieren, wie Propaganda soziale Konflikte und Machtverhältnisse widerspiegelt und verstärkt.<sup>10</sup>

Ein zentraler soziologischer Ansatz zur Analyse von Propaganda ist die Theorie der symbolischen Interaktion, die untersucht, wie Menschen durch Sprache und Symbole miteinander kommunizieren und damit Bedeutungen konstruieren.<sup>11</sup> In diesem Kontext wird Propaganda als eine Form der symbolischen Kommunikation betrachtet, die darauf abzielt, bestimmte Bedeutungen und Interpretationen zu fördern. Die Nutzung von Symbolen, Metaphern und Narrativen in der Propaganda wird als eine Methode verstanden, um soziale Realitäten zu formen und das kollektive Bewusstsein zu beeinflussen.

Ein weiteres wichtiges Konzept in der soziologischen Analyse von Propaganda ist die Theorie der hegemonialen Kultur von Antonio Gramsci. Gramsci argumentierte, dass die Herrschenden nicht nur durch Zwang, sondern auch durch die Kontrolle über die kulturellen und ideologischen Mittel der Gesellschaft Macht ausüben. Propaganda spielt eine zentrale Rolle in der Schaffung und Aufrechterhaltung dieser hegemonialen Kultur, indem sie die dominanten Ideologien und Werte verbreitet und alternative Sichtweisen marginalisiert.<sup>12</sup>

## **Psychologische Perspektive**

Die psychologische Perspektive auf Propaganda fokussiert sich auf die individuellen und kollektiven Effekte der Propaganda und analysiert, wie Einstellungen, Überzeugungen und Verhaltensweisen durch gezielte Nachrichten geformt werden. Psychologen untersuchen die kognitiven und emotionalen Prozesse, die dazu führen, dass Menschen auf Propaganda reagieren und sie internalisieren.

---

<sup>10</sup> Berg-Schlosser und Stammen, 2013, S. 99–109.

<sup>11</sup> Helle, 2001, S. 41–91.

<sup>12</sup> Langemeyer, 2009, S. 72–82.

Ein zentraler psychologischer Ansatz zur Analyse von Propaganda ist die Theorie der kognitiven Dissonanz von Leon Festinger.<sup>13</sup> Diese Theorie besagt, dass Menschen einen inneren Druck verspüren, konsistente Überzeugungen und Verhaltensweisen zu haben, und dass sie daher dazu neigen, Informationen zu akzeptieren, die mit ihren bestehenden Überzeugungen übereinstimmen, und solche zu ignorieren oder abzulehnen, die widersprüchlich sind. Propaganda nutzt diese Tendenz, indem sie Informationen und Botschaften verbreitet, die die bestehenden Überzeugungen der Zielgruppe bestätigen und verstärken.

Ein weiterer wichtiger psychologischer Ansatz ist die Theorie der sozialen Identität von Henri Tajfel und John Turner.<sup>14</sup> Diese Theorie erklärt, wie Menschen ihre Identität in Bezug auf ihre Mitgliedschaft in sozialen Gruppen konstruieren und wie sie dazu neigen, ihre eigene Gruppe positiv und andere Gruppen negativ zu bewerten. Propaganda nutzt diese Mechanismen, um Gruppenidentitäten zu stärken, Feindbilder zu erzeugen und soziale Kohäsion innerhalb der eigenen Gruppe zu fördern.

### **Historische Perspektive**

Die historische Perspektive auf Propaganda untersucht, wie Propaganda in verschiedenen historischen Kontexten verwendet wurde und wie sich ihre Methoden und Techniken im Laufe der Zeit entwickelt haben. Historiker analysieren, wie politische Akteure Propaganda genutzt haben, um ihre Ziele zu erreichen, und welche Auswirkungen dies auf die Gesellschaft hatte.

Ein bekanntes Beispiel für die historische Analyse von Propaganda ist die Untersuchung der Propaganda im Ersten und Zweiten Weltkrieg. Historiker haben untersucht, wie die kriegsführenden Nationen Propaganda nutzten, um die Moral der Bevölkerung zu stärken, die Kriegsanstrengungen zu legitimieren und den Feind zu dämonisieren. Die Nutzung von Plakaten, Filmen, Radioprogrammen und anderen Medien spielte eine zentrale Rolle bei der Mobilisierung der Bevölkerung und der Schaffung eines gemeinsamen Feindbildes.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Festinger, 1957, S. 1–30.

<sup>14</sup> Tajfel und Turner, 1979, S. 33-37.

<sup>15</sup> Bussemer, 2005, S. 8–54.

Ein weiteres Beispiel ist die Propaganda in totalitären Regimen des 20. Jahrhunderts, wie dem nationalsozialistischen Deutschland und der Sowjetunion. Historiker haben untersucht, wie diese Regime Propaganda nutzten, um ihre Ideologien zu verbreiten, ihre Macht zu festigen und jede Form von Opposition zu unterdrücken. Die Nutzung von Massenmedien, öffentlichen Veranstaltungen und symbolischen Handlungen war entscheidend für die Schaffung und Aufrechterhaltung der totalitären Kontrolle.

### **Propaganda: ein kontroverses Phänomen?**

Propaganda ist ein kontroverses Phänomen, das in vielen verschiedenen Formen und Kontexten auftritt. Sie kann sowohl als ein Werkzeug der Befreiung als auch der Unterdrückung genutzt werden, je nachdem, wer sie einsetzt und zu welchem Zweck. Die moralische und ethische Bewertung von Propaganda hängt daher stark von den spezifischen Umständen ab und erfordert eine differenzierte Analyse.<sup>16</sup>

Einerseits kann Propaganda genutzt werden, um soziale Gerechtigkeit zu fördern, politische Reformen voranzutreiben und das Bewusstsein für wichtige gesellschaftliche Themen zu schärfen. In diesen Kontexten kann Propaganda als eine Form der positiven Beeinflussung und betrachtet werden, die darauf abzielt, positive soziale Veränderungen zu bewirken. Andererseits kann Propaganda auch dazu verwendet werden, autoritäre Regime zu stützen, Krieg zu legitimieren und die Bevölkerung zu manipulieren. In diesen Fällen wird Propaganda oft als eine Form der negativen Beeinflussung und Täuschung betrachtet, die darauf abzielt, Machtstrukturen zu festigen und kritisches Denken zu unterdrücken.<sup>17</sup>

Die Vielseitigkeit und Komplexität von Propaganda machen sie zu einem faszinierenden und zugleich herausfordernden Forschungsgegenstand. Die verschiedenen wissenschaftlichen Perspektiven und Ansätze bieten wertvolle Einblicke in die Mechanismen und Wirkungen der Propaganda und helfen, ihre vielschichtigen Dimensionen zu verstehen. Durch die Analyse der Propaganda können wir lernen, ihre Manipulationsstrategien zu erkennen und zu hinterfragen, und somit unsere Fähigkeit stärken, informierte und kritische Entscheidungen zu treffen.

---

<sup>16</sup> Bussemer, 2005, S. 8–54.

<sup>17</sup> Nohlen und Grotz, 2015, S. 106–107; 267–268; 673–674.



Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Propaganda ein vielschichtiges und komplexes Phänomen ist, das sowohl in einem wertneutralen als auch in einem negativen Sinne verstanden werden kann. Die verschiedenen wissenschaftlichen Perspektiven bieten unterschiedliche Ansätze zur Analyse und Erklärung der Propaganda und verdeutlichen ihre Bedeutung als ein zentrales Werkzeug der Beeinflussung und Kontrolle in der modernen Gesellschaft. Ob als Mittel der Befreiung oder der Unterdrückung, Propaganda bleibt ein kontroverses und machtvoll Instrument, das tiefgreifende Auswirkungen auf das Denken, Handeln und Fühlen von Menschen hat.<sup>18</sup>

## **1.2 Vermittlungswege der Propaganda: ein historischer Exkurs**

Propaganda ist ein allgegenwärtiges Phänomen, das es seit jeher in allen Kulturen gab und das als Instrument zur Vermittlung von Ideensystemen und Wertvorstellungen der jeweiligen Kultur diente. Sie ist tief in der menschlichen Geschichte verwurzelt und hat sich mit der Entwicklung der Kommunikationsmittel kontinuierlich weiterentwickelt.<sup>19</sup> Um die umfassende Wirkung und den Einfluss der Propaganda nachvollziehen zu können, ist es unerlässlich, die Geschichte ihrer Übermittlungswege zu untersuchen. Propaganda bedient sich einer Vielzahl von Medien, von der gesprochenen Sprache über Bilder, Bücher und Plakate bis hin zu modernen elektronischen und digitalen Medien wie Rundfunk, Filme, Fernsehen, Internet und sozialen Medien. Der folgende historische Exkurs beleuchtet die Entwicklung dieser Medien und ihre Rolle in der Verbreitung von Propaganda, wobei es sich nur um eine knappe Übersicht handelt. Eine eingehende Behandlung dieser Themen würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, dennoch bietet dieser Exkurs wichtige Hintergrundinformationen, um die Nutzung und Wirksamkeit von Propagandafilmen in ihrem historischen Kontext besser zu verstehen.

### **Die gesprochene Sprache als Medium der Propaganda**

Die frühesten Formen der Propaganda nutzten die gesprochene Sprache, um Ideologien und Wertvorstellungen zu verbreiten. In oral geprägten Gesellschaften war die mündliche Überlieferung das primäre Mittel zur Kommunikation und Verbreitung von Informationen.

---

<sup>18</sup> Zimmermann, 1996, S. 103–121.

<sup>19</sup> Thamer, 1998, S. 349-381

Führer, Priester und Geschichtenerzähler spielten eine zentrale Rolle bei der Vermittlung von kulturellen Normen und politischen Botschaften.<sup>20</sup>

Reden und öffentliche Ansprachen waren mächtige Werkzeuge der Propaganda, die genutzt wurden, um die Massen aufzustacheln und zu beeinflussen. In antiken Gesellschaften, wie dem alten Griechenland und Rom, waren Redekunst und Rhetorik entscheidende Fähigkeiten, die politische Führer beherrschen mussten. Die Fähigkeit, durch Worte Emotionen zu wecken und Überzeugungen zu formen, war entscheidend für den Erfolg von politischen Kampagnen und militärischen Unternehmungen.

### **Bilder und Symbole**

Mit der Entwicklung der bildenden Kunst wurden Bilder und Symbole zu wichtigen Medien der Propaganda. In vielen Kulturen wurden Monumente, Statuen und Wandgemälde verwendet, um die Macht und den Ruhm von Herrschern zu verherrlichen und politische Botschaften zu vermitteln. Diese visuellen Darstellungen dienten nicht nur der Ästhetik, sondern auch der Vermittlung von Ideologien und der Legitimation von Herrschaft.<sup>21</sup>

Ein bemerkenswertes Beispiel für die Nutzung von Bildern in der Propaganda ist das antike Ägypten, wo Pharaonen Monumente und Tempel errichteten, um ihre göttliche Herkunft und ihre Macht zu demonstrieren. Diese visuellen Symbole wurden strategisch platziert, um die Bevölkerung an die göttliche Autorität der Herrscher zu erinnern und ihre Loyalität zu sichern.<sup>22</sup>

### **Bücher und der Buchdruck**

Die Erfindung des Buchdrucks im 15. Jahrhundert durch Johannes Gutenberg revolutionierte die Verbreitung von Informationen und Ideen. Der Buchdruck ermöglichte die massenhafte Produktion von Büchern, Flugblättern und Pamphleten und machte es möglich, Informationen effizient und kostengünstig zu verbreiten. Diese Innovation hatte tiefgreifende Auswirkungen auf die Verbreitung von Propaganda, insbesondere während der Reformation und den darauffolgenden religiösen und politischen Umwälzungen.

---

<sup>20</sup> Adorno und Horkheimer, 1969, S. 9–49.

<sup>21</sup> Berg-Schlosser und Stammen, 2013, S. 96–109.

<sup>22</sup> Kołodziejczyk, 2017, S.144–154.

Martin Luther nutzte den Buchdruck, um seine Thesen und Schriften zu verbreiten, was maßgeblich zur Festigung der Reformation beitrug. Flugblätter und Pamphlete wurden zu wichtigen Instrumenten, um religiöse und politische Botschaften zu vermitteln und die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Der Buchdruck ermöglichte es, Propaganda in einer zuvor unvorstellbaren Geschwindigkeit und Reichweite zu verbreiten, und legte den Grundstein für die moderne Massenkommunikation.<sup>23</sup>

### **Plakate und die Presse**

Mit dem Aufkommen der industriellen Revolution und der Entwicklung neuer Drucktechniken wurden Plakate und Zeitungen zu wichtigen Medien der Propaganda. Plakate waren besonders wirksam, da sie visuelle und textliche Elemente kombinierten, um prägnante und einprägsame Botschaften zu vermitteln. Sie wurden in großem Maßstab produziert und an öffentlichen Orten platziert, um eine breite Bevölkerungsschicht zu erreichen.

Während der Französischen Revolution und den folgenden politischen Umwälzungen spielten Plakate eine zentrale Rolle bei der Mobilisierung der Massen und der Verbreitung revolutionärer Ideen. Sie dienten dazu, politische Führer zu verherrlichen, Feindbilder zu schaffen und die Bevölkerung zu politischen Aktionen zu ermutigen.<sup>24</sup>

Zeitungen und Zeitschriften entwickelten sich im 19. Jahrhundert zu einflussreichen Medien der Propaganda. Die Presse ermöglichte die tägliche Verbreitung von Nachrichten und Meinungen und spielte eine zentrale Rolle bei der Formung der öffentlichen Meinung. Regierungen und politische Bewegungen nutzten die Presse, um ihre Sichtweisen zu propagieren und die Bevölkerung zu einzuschalten. Zeitungen wurden zu einem wichtigen Instrument der politischen Kommunikation und trugen zur Verbreitung von Ideologien und politischen Agenden bei.<sup>25</sup>

### **Rundfunk und Filme**

Im 20. Jahrhundert führten technologische Fortschritte zur Entwicklung des Rundfunks und später des Fernsehens, die die Verbreitung von Propaganda auf eine neue Ebene hoben. Der

---

<sup>23</sup> Adorno und Horkheimer, 1969, S. 168.

<sup>24</sup> Witamwas, 2016, S. 13–45.

<sup>25</sup> Adorno und Horkheimer, 1969, S. 128–176.

Rundfunk ermöglichte die sofortige Übertragung von Stimmen und Musik über große Entfernungen und wurde zu einem mächtigen Instrument der Massenkommunikation.<sup>26</sup>

Während des Zweiten Weltkriegs nutzten die kriegsführenden Nationen den Rundfunk intensiv, um die Moral der Bevölkerung zu stärken und Feindbilder zu propagieren. Radioansprachen von politischen Führern, wie Winston Churchill und Adolf Hitler, wurden live übertragen und hatten eine tiefgreifende Wirkung auf die Bevölkerung. Der Rundfunk ermöglichte es, emotionale und einprägsame Botschaften direkt in die Wohnzimmer der Menschen zu bringen und die öffentliche Meinung zu beeinflussen.

Filme wurden ebenfalls zu einem wichtigen Medium der Propaganda. Durch die Kombination von visuellen und auditiven Reizen konnten Filme komplexe Botschaften emotional und einprägsam vermitteln. Regierungen und politische Bewegungen nutzten Filme, um ihre Ideologien zu verbreiten, Feindbilder zu schaffen und die Bevölkerung zu agitieren.<sup>27</sup>

Ein bekanntes Beispiel für die Nutzung von Filmen in der Propaganda ist der Nationalsozialismus in Deutschland. Filme wie *Triumph des Willens* von Leni Riefenstahl verherrlichten Adolf Hitler und die nationalsozialistische Ideologie und spielten eine zentrale Rolle bei der Aktivierung der Bevölkerung und der Verbreitung nationalsozialistischer Werte.<sup>28</sup>

## **Fernsehen**

Das Fernsehen erweiterte die Möglichkeiten der Propaganda im 20. Jahrhundert erheblich, indem es die visuelle und auditive Ansprache des Films mit der Reichweite des Rundfunks vereinte. Fernsehen ermöglichte es, komplexe Narrative und emotionale Botschaften in das tägliche Leben der Menschen zu integrieren und hatte einen tiefgreifenden Einfluss auf die öffentliche Meinung und das kollektive Bewusstsein.

Fernsehen wurde zu einem wichtigen Instrument politischer Kampagnen und staatlicher Propaganda. Nachrichtenprogramme, Dokumentationen und Unterhaltungssendungen wurden genutzt, um politische Botschaften zu verbreiten und die

---

<sup>26</sup> Thamer, 1998, S. 349-381.

<sup>27</sup> Witte, 1993, S. 119-170.

<sup>28</sup> Loiperdinger, 1987, S. 59-119.

Bevölkerung zu beeinflussen. Die visuelle Darstellung von Ereignissen und Personen prägte nachhaltig die öffentliche Wahrnehmung und ermöglichte es, narrative Strukturen zu schaffen, die tief in das kollektive Bewusstsein eindringen.<sup>29</sup>

Ein bemerkenswertes Beispiel für die Nutzung des Fernsehens in der Propaganda ist die Berichterstattung über den Vietnamkrieg in den Vereinigten Staaten. Die visuelle Darstellung des Krieges in den Wohnzimmern der Amerikaner hatte einen tiefgreifenden Einfluss auf die öffentliche Meinung und trug maßgeblich zur wachsenden Opposition gegen den Krieg bei.<sup>30</sup>

### **Internet und soziale Medien**

Im späten 20. und frühen 21. Jahrhundert hat das Internet die Landschaft der Propaganda erneut revolutioniert. Das Internet bietet die Möglichkeit, Informationen in Echtzeit weltweit zu verbreiten und bietet Plattformen für die virale Verbreitung von Botschaften. Soziale Medien wie Facebook, Twitter und YouTube haben die Dynamik der Propaganda weiter verändert, indem sie es ermöglichten, gezielte Werbekampagnen durchzuführen und Nutzer selbst zu aktiven Teilnehmern und Verbreitern von Inhalten zu machen.

Die Demokratisierung der Informationsverbreitung durch das Internet hat neue Möglichkeiten für die Verbreitung von Propaganda geschaffen, aber auch neue Herausforderungen in Bezug auf Desinformation und Manipulation mit sich gebracht. Algorithmen, die darauf ausgelegt sind, die Nutzerbindung zu maximieren, können dazu führen, dass polarisierende und extremistische Inhalte eine überproportionale Reichweite erhalten. Diese Plattformen haben eine neue Form der Propaganda hervorgebracht, bei der Nutzer selbst zu aktiven Teilnehmern und Verbreitern von Inhalten werden.

Die Rolle der sozialen Medien bei der Verbreitung von Propaganda wurde besonders während politischer Wahlen und sozialer Bewegungen deutlich. Plattformen wie Twitter und Facebook wurden genutzt, um politische Kampagnen zu führen, Wähler aufzustacheln und politische Botschaften zu verbreiten. Gleichzeitig wurden sie auch als Werkzeuge der

---

<sup>29</sup> Adorno und Horkheimer, 1969, S. 132; 170.

<sup>30</sup> Page, 2016, S. 1–7.

Desinformation genutzt, um falsche Informationen zu verbreiten und die öffentliche Meinung zu manipulieren.<sup>31</sup>

Die Entwicklung der Medien von der mündlichen Überlieferung über den Druck bis hin zu elektronischen und digitalen Medien zeigt, wie sich die Methoden der Propaganda an technologische Innovationen anpassen und diese nutzen, um ihre Reichweite und Wirksamkeit zu maximieren. Jede neue Medienrevolution hat die Art und Weise, wie Propaganda betrieben wird, verändert und neue Möglichkeiten und Herausforderungen geschaffen.

### **1.3 Propaganda und Totalitarismus**

Um die Rolle der Propaganda in totalitären Regimen zu verstehen, ist es zunächst notwendig, die Begriffe autoritärer Staat, totalitärer Staat und Diktatur zu definieren und ihre Unterschiede zu erläutern. Diese politischen Systeme weisen zwar Überschneidungen auf, unterscheiden sich jedoch in ihren Strukturen, Zielen und der Intensität ihrer Kontrolle über die Gesellschaft.

Ein autoritärer Staat ist ein politisches System, in dem die Macht in den Händen einer einzelnen Person oder einer kleinen Gruppe konzentriert ist. In solchen Systemen gibt es keine wirkliche politische Pluralität oder demokratische Mitbestimmung. Autoritäre Regime nutzen Zwang und Unterdrückung, um die Macht zu erhalten, und sie kontrollieren viele Aspekte des öffentlichen Lebens. Die Freiheit der Bürger ist stark eingeschränkt, und die Regierung duldet keine oppositionellen Aktivitäten. Ein charakteristisches Merkmal autoritärer Staaten ist die begrenzte politische Mobilisierung der Bevölkerung; die Regierung strebt nicht danach, das gesamte Leben und Denken der Bürger zu kontrollieren, sondern lediglich politische Herausforderungen zu verhindern.<sup>32</sup>

Ein totalitärer Staat hingegen geht über die Merkmale eines autoritären Staates hinaus, indem er nicht nur die politischen, sondern auch die wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Aspekte des Lebens seiner Bürger kontrolliert. Totalitäre Regime streben nach der vollständigen Kontrolle über alle Lebensbereiche und versuchen, das Denken, Verhalten

---

<sup>31</sup> Sachs-Hombach und Zywietz, 2018, S. 51–68.

<sup>32</sup> Nohlen und Grotz, 2015, S. 34–35.

und die Gefühle der Menschen zu formen. Sie bedienen sich umfassender Überwachungsmechanismen, massiver Repression und einer allgegenwärtigen Propaganda, um ihre Ideologie durchzusetzen und jede Form von Dissens zu unterdrücken. In totalitären Systemen gibt es keine unabhängigen Institutionen, und der Staat nimmt eine allumfassende Rolle ein, um die Gesellschaft nach seinen Vorstellungen zu gestalten.<sup>33</sup>

Eine Diktatur ist eine Regierungsform, bei der die Macht bei einem Einzelnen, dem Diktator, oder einer kleinen Gruppe liegt. Diktaturen können sowohl autoritär als auch totalitär sein. Der Begriff Diktatur bezieht sich in erster Linie auf die Art und Weise der Machtausübung – nämlich durch Zwang, Unterdrückung und die Vermeidung demokratischer Prozesse. Während autoritäre Diktaturen häufig auf die politische Kontrolle beschränkt sind, versuchen totalitäre Diktaturen, die gesamte Gesellschaft zu durchdringen und ideologisch zu kontrollieren.<sup>34</sup> Totalitäre Propaganda ist umfassend und durchdringend; sie zielt darauf ab, das Denken und Verhalten der Menschen vollständig zu kontrollieren und die Wahrnehmung der Realität zu manipulieren.<sup>35</sup>

In totalitären Staaten wird Propaganda auf verschiedenen Ebenen eingesetzt. Einerseits dient sie dazu, die Legitimität des Regimes zu stärken und seine Führer zu verherrlichen. Dies geschieht durch die Verbreitung von positiven Darstellungen der Regierung und ihrer Erfolge sowie durch die Schaffung eines Kults um den Führer. Andererseits wird Propaganda genutzt, um Feindbilder zu erzeugen und Feinde des Staates zu dämonisieren. Diese Feindbilder dienen dazu, die Bevölkerung zu einen und von den Problemen im Inneren abzulenken.<sup>36</sup>

Ein weiteres wichtiges Ziel der totalitären Propaganda ist die Erzeugung von Angst und Unsicherheit. Durch die Verbreitung von Nachrichten über angebliche Bedrohungen und Verschwörungen wird die Bevölkerung in einem Zustand der ständigen Alarmbereitschaft gehalten, was die Bereitschaft erhöht, autoritäre Maßnahmen zu akzeptieren und die Regierung zu unterstützen.<sup>37</sup>

---

<sup>33</sup> Nohlen und Grotz, 2015, S. 673–674.

<sup>34</sup> Nohlen und Grotz, 2015, S. 106–107.

<sup>35</sup> Berg-Schlosser und Stammen, 2013, S. 192–198.

<sup>36</sup> Kämper, 2019, S. 14–25.

<sup>37</sup> Klausnitzer, 2002, S. 125–173.

## **Propaganda im NS-Staat**

Im NS-Staat spielte Propaganda eine zentrale Rolle bei der Verbreitung und Festigung der nationalsozialistischen Ideologie. Unter der Leitung von Joseph Goebbels, dem Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda, entwickelte das NS-Regime eine hochgradig effiziente Propagandamaschinerie, die sämtliche verfügbaren Medien umfasste.

Plakate waren ein wirksames Mittel der nationalsozialistischen Propaganda, um die Aufmerksamkeit der Bevölkerung zu erregen und politische Botschaften visuell und prägnant zu vermitteln. Sie nutzten starke, emotional aufgeladene Bilder und klare, prägnante Slogans, um die Bevölkerung aufzustacheln und die Feindbilder zu festigen. Diese Plakate waren allgegenwärtig und spielten eine zentrale Rolle in der Verbreitung der nationalsozialistischen Ideologie.<sup>38</sup>

Die Presse war ein weiteres entscheidendes Instrument der NS-Propaganda. Zeitungen und Zeitschriften wurden streng kontrolliert und gleichgeschaltet, um sicherzustellen, dass nur die vom Regime genehmigten Informationen und Meinungen verbreitet wurden. Propagandistische Artikel und Berichte dienten dazu, die Ideologie des NS-Regimes zu verbreiten und die öffentliche Meinung zu steuern. Journalisten, die sich den Anweisungen des Regimes widersetzen, wurden verfolgt, was zu einer weitgehenden Selbstzensur führte.<sup>39</sup>

Der Rundfunk war eines der mächtigsten Propagandainstrumente im NS-Staat. Durch Radioübertragungen konnten die Nationalsozialisten ihre Botschaften direkt an ein breites Publikum richten. Reden von Adolf Hitler und anderen führenden Nationalsozialisten wurden live übertragen, um die Bevölkerung zu mobilisieren und zu indoktrinieren. Der Rundfunk diente auch dazu, die Kontrolle über die Informationsflüsse zu gewährleisten und die Bevölkerung mit einer einheitlichen Propagandabotschaft zu versorgen.<sup>40</sup>

Filme waren ein besonders effektives Mittel der nationalsozialistischen Propaganda. Filme wie *Die große Liebe* und *Kolberg* wurden bewusst produziert, um die Ideologie des NS-Regimes zu verbreiten und die Bevölkerung zu mobilisieren. Diese Filme kombinierten

---

<sup>38</sup> Witamwas, 2016, S. 130–193.

<sup>39</sup> Wildt, 2008, S. 40–51.

<sup>40</sup> Bussemer, 2005, S.150.



Unterhaltung mit politischen Botschaften und sollten das Publikum emotional ansprechen und beeinflussen. Die Nationalsozialisten nutzten Filme, um ihre Sichtweise der Geschichte darzustellen, Feindbilder zu schaffen und die Werte und Ideale des Regimes zu glorifizieren.

Das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda, unter der Leitung von Joseph Goebbels, war das zentrale Organ für die Steuerung und Koordination der Propaganda im NS-Staat. Das Ministerium kontrollierte alle Medien und kulturellen Aktivitäten, um sicherzustellen, dass sie den Zielen und Idealen des Regimes entsprachen. Goebbels' geschickte Manipulation der Medien und seine Fähigkeit, die Massen durch Propaganda zu beeinflussen, trugen maßgeblich zur Stabilisierung und Festigung der nationalsozialistischen Herrschaft bei.<sup>41</sup>

### **Propaganda in der sozialistischen Tschechoslowakei**

Auch in der sozialistischen Tschechoslowakei spielte Propaganda eine zentrale Rolle bei der Verbreitung und Festigung der kommunistischen Ideologie. Die Kommunistische Partei der Tschechoslowakei nutzte verschiedene Medien, um ihre Botschaften zu verbreiten und die Bevölkerung zu aufzupeitschen. Die Medienlandschaft in der sozialistischen Tschechoslowakei wurde streng kontrolliert und zentralisiert, um sicherzustellen, dass nur die vom Regime genehmigten Informationen und Meinungen verbreitet wurden.<sup>42</sup>

Die Presse war ein wichtiges Propagandainstrument in der sozialistischen Tschechoslowakei. Zeitungen und Zeitschriften wurden von der Partei kontrolliert und genutzt, um die Ideologie des Kommunismus zu verbreiten und die öffentliche Meinung zu steuern. Propagandistische Artikel und Berichte sollten die Überlegenheit des sozialistischen Systems betonen und die Bevölkerung für die Ziele und Ideale der Partei begeistern.<sup>43</sup>

Rundfunk und Fernsehen waren ebenfalls zentrale Medien der Propaganda. Durch Radio- und Fernsehsendungen konnten die Kommunisten ihre Botschaften direkt an die Bevölkerung richten. Reden von Parteiführern, politische Programme und Nachrichten wurden genutzt, um die Ideologie des Regimes zu verbreiten und die Bevölkerung zu politisieren. Fernsehen und Rundfunk dienten auch dazu, die Kontrolle über die

---

<sup>41</sup> Wildt, 2008, S. 50–51; 77–78

<sup>42</sup> Janáček, 2006, S. 119–128.

<sup>43</sup> Fidelius, 1998, S. 17ff.

Informationsflüsse zu gewährleisten und die Bevölkerung mit einer einheitlichen Propagandabotschaft zu versorgen. Filme spielten eine wichtige Rolle in der kommunistischen Propaganda der Tschechoslowakei. Filme wie *Das Mädchen Anna* wurden bewusst produziert, um die Ideologie des Kommunismus zu verbreiten und die Bevölkerung einzuschalten. Diese Filme kombinierten Unterhaltung mit politischen Botschaften und sollten das Publikum emotional ansprechen und beeinflussen. Die Kommunistische Partei nutzte Filme, um ihre Sichtweise der Geschichte darzustellen, Feindbilder zu schaffen und die Werte und Ideale des sozialistischen Regimes zu glorifizieren.<sup>44</sup>

Die Propaganda war für die kommunistische Partei in der Tschechoslowakei von entscheidender Bedeutung, da sie ein zentrales Mittel zur Aufrechterhaltung der ideologischen Kontrolle und zur Mobilisierung der Bevölkerung darstellte. Durch die Kontrolle der Medien konnte die Partei sicherstellen, dass ihre Botschaften die einzige Informationsquelle für die Bevölkerung waren und dass abweichende Meinungen unterdrückt wurden. Die Propaganda diente auch dazu, die Legitimität des Regimes zu stärken und die Errungenschaften des Sozialismus hervorzuheben. Die ständige Wiederholung positiver Darstellungen des sozialistischen Systems und der kommunistischen Führer sollte die Bevölkerung davon überzeugen, dass der Sozialismus der einzig richtige Weg sei und dass die Partei unfehlbar sei. Gleichzeitig wurde jede Form von Kritik oder Dissens als Verrat oder Feindseligkeit gegenüber dem Staat dargestellt.<sup>45</sup>

Ein weiteres wichtiges Ziel der Propaganda war die Schaffung und Aufrechterhaltung von Feindbildern. Diese Feindbilder dienten dazu, die Bevölkerung zu einen und von den Problemen im Inneren abzulenken. Die Propaganda stellte den Westen und insbesondere die Vereinigten Staaten als imperialistische und aggressive Mächte dar, die die sozialistischen Länder bedrohten. Diese Darstellung sollte die Bevölkerung dazu bringen, sich hinter die Regierung zu stellen und die Notwendigkeit harter Maßnahmen zur Verteidigung des Sozialismus zu akzeptieren.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Knapík, 2004, S. 45–73.

<sup>45</sup> Knapík und Franc, 2011, S. 119–124.

<sup>46</sup> Činátl, 2012, S. 304-320.

Der Vergleich zwischen der NS-Diktatur und dem realen Sozialismus der kommunistischen Tschechoslowakei in den 50er Jahren offenbart sowohl Unterschiede als auch bemerkenswerte Ähnlichkeiten, die ihre Klassifizierung als totalitäre Regime nach den Definitionen des deutschen Politikwissenschaftlers Wolfgang Merkel unterstreichen.<sup>47</sup> Merkel unterscheidet in seinem Buch Systemtransformation aus dem Jahr 2010 zwischen verschiedenen Typen totalitärer Regime: kommunistisch-totalitäre Regime wie die UdSSR und die Tschechoslowakei der 50er Jahre, faschistisch-totalitäre Regime wie das NS-Deutschland und theokratisch-totalitäre Regime, die bisher in dieser Form noch nie vollständig existiert haben.

Beide Systeme, die NS-Diktatur und der real existierende Sozialismus der Tschechoslowakei, waren totalitär, aber sie basierten auf unterschiedlichen ideologischen Grundlagen und verfolgten verschiedene gesellschaftliche Ziele. Das NS-Regime basierte auf einer rassistischen Ideologie, die die Überlegenheit der arischen Rasse propagierte und die Vernichtung von Juden, Roma, Homosexuellen und anderen als minderwertig angesehenen Gruppen zum Ziel hatte. Im Gegensatz dazu beruhte die kommunistische Ideologie auf der Idee des Klassenkampfes und der Errichtung einer klassenlosen Gesellschaft, die durch die Diktatur des Proletariats erreicht werden sollte.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sowohl das NS-Regime als auch die kommunistische Tschechoslowakei Propaganda als zentrales Mittel zur Kontrolle und Aktivierung der Bevölkerung nutzten, jedoch unterschiedliche ideologische Grundlagen und Ziele verfolgten. Die rassistische Ideologie des Nationalsozialismus und die klassenkämpferische Ideologie des Kommunismus prägten die spezifischen Inhalte und Ziele der Propaganda in beiden Systemen. Trotz dieser Unterschiede wiesen beide Regime bemerkenswerte Ähnlichkeiten in ihrer totalitären Struktur, ihrer Nutzung moderner Medien und ihrer Methoden der Repression und Kontrolle auf. Die Untersuchung dieser Parallelen und Unterschiede bietet wertvolle Einblicke in die Funktionsweise totalitärer Regime und die Rolle der Propaganda in der modernen Geschichte.

---

<sup>47</sup> Merkel, 1999, S. 34–56.

Der Übergang von der historischen Analyse der Propaganda führt uns nun zur Untersuchung der Hauptmerkmale der Propagandasprache als solcher. Im nächsten Kapitel werden wir uns darauf konzentrieren, wie Sprache als Bedingung und Mittel von Propaganda fungiert und welche spezifischen sprachlichen Techniken eingesetzt werden, um ideologische Botschaften zu vermitteln.

## **2 Sprache als zentrales Machtinstrument der Propaganda**

Die Sprache beeinflusst maßgeblich unser Bewusstsein und unsere Wahrnehmung der Welt. Der Linguist Benjamin Lee Whorf argumentierte, dass die Sprache die Art und Weise beeinflusst, wie wir die Welt verstehen und interpretieren.<sup>48</sup> Die Sprache besitzt demnach eine enorme Macht, die zum Guten, aber auch zum Schlechten verwendet werden kann. Mit ihr kann man Informationen vermitteln, zwischenmenschliche Beziehungen aufbauen, man kann mit ihr ein Bewusstsein schaffen, Gefühle entstehen lassen, aber auch Gewalt rechtfertigen oder sogar ausüben.<sup>49</sup>

Sowohl die nationalsozialistischen als auch die kommunistischen Propagandisten nutzten diese Erkenntnisse, um die ihre Position zu stärken. Sie verstanden die Bedeutung der Sprache als Mittel zur Kontrolle und Manipulation der Massen. Durch die bewusste Auswahl von Begriffen, die Verbindung von Emotionen und die Verzerrung von Fakten schuf die NS-Regierung eine Wirklichkeit, die ihre ideologische Agenda unterstützte. Indem die Propagandisten Wörter und Ausdrücke gezielt einsetzten, schafften sie eine Realität, in der die Ideen des Nationalsozialismus als legitim und notwendig erschienen. Die Sprache der Propaganda drang tief in die Köpfe der Menschen ein und formte ihre Überzeugungen und Handlungen.<sup>50</sup> Das gleiche lässt sich allerdings auch über die kommunistische Propagandasprache sagen.

### **2.1 Hauptmerkmale des NS-Deutschen**

Wer die Macht über die Sprache hat, erwirbt die Macht über das Denken und folglich auch über das Handeln der Menschen. Dessen waren sich die Nationalsozialisten von Anfang an bewusst.<sup>51</sup> Aus diesem Grund übernahm im März 1933 das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda die inhaltliche Lenkung der Presse, des Rundfunks, der Literatur, der Musik und auch des Films. In diesem Zusammenhang spricht man auch von

---

<sup>48</sup> Whorf, 1969, S. 7ff.

<sup>49</sup> Zimmermann, 1996, S. 103–121.

<sup>50</sup> Kämper, 2019, S. 14–25.

<sup>51</sup> Wildt, 2008, S. 40.

der Gleichschaltung der Kultur und Sprache: alle Bereiche des kulturellen Lebens mussten sich gemäß den nationalsozialistischen Wertvorstellungen reorganisieren.<sup>52</sup>

Kontrolle der öffentlichen Meinung, Ausschaltung politischer Alternativen und Mobilisierung der Massen (später vor allem für den Krieg) waren die Hauptziele der nationalsozialistischen Sprachlenkung.<sup>53</sup> Auf welche Weise wurden diese Ziele verfolgt?

Wenn von der NS-Sprache die Rede ist, so handelt es sich um eine Vielfalt von verschiedenen sprachlichen Mitteln. Sie besteht aus ganz verschiedenen stilistischen und syntaktischen Zügen, aus einer Vielfalt von Bewegungen und Trends im Bereich des Wortschatzes. Nach Polenz schöpft sie ihr Material aus unterschiedlichen Geistesbewegungen der Neuzeit: von der Romantik über den Biedermeier, den preußischen Militarismus und wirtschaftlichen Expansions-Chauvinismus, den Historismus und Antisemitismus bis hin zur Jugendbewegung.<sup>54</sup> Darüber hinaus wurden einige Fachbegriffe aus den Naturwissenschaften entlehnt, um die pseudowissenschaftliche Rassentheorie der Nationalsozialisten zu untermauern.

So unterschiedlich die sprachlichen Mittel des NS-Deutschen auch sein mögen, sie hatten vor allem eine Appellfunktion. Entscheidend ist jeweils die Wirkung, nicht das Mittel und seine stilistische Qualität selbst.<sup>55</sup> Die NS-Sprache weist dabei eine einfache Struktur auf und hat einen vergleichsweise armen Wortschatz. Die typischen Schlagwörter und Redewendungen wurden ständig wiederholt. Zu den typischen Merkmalen der NS-Sprache gehören Kampfstimmung, falsches Pathos, Schwulst und Superlativismus. Ein exemplarisches Beispiel dafür war die häufige Verwendung folgender Wörter: *total, historisch, gigantisch, einmalig, einzigartig, radikal, ungeheuer, unerschütterlich*.<sup>56</sup> Der NS-Wortschatz bestand oft aus älteren Wörtern, welche umgedeutet und in neuen Kontexten eingesetzt wurden (wie z. B. *Blut, Rasse, Volk, Sieg, Schädling, Lebensraum* usw.). Es

---

<sup>52</sup> Mühlenfeld, 2006, S. 72–92.

<sup>53</sup> Schmitz-Berning, C. *Sprache und Sprachlenkung im Nationalsozialismus* [online]. [Zugriff am: 11.08.2023]. Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/themen/parteien/sprache-und-politik/42752/sprache-und-sprachlenkung-im-nationalsozialismus/>

<sup>54</sup> Polenz, 2020, S. 163–173.

<sup>55</sup> Kämper, 2019, S. 14–25.

<sup>56</sup> Vgl. Schmitz-Berning, 1998.

wurden manche Archaismen, altertümliche Namen und Bezeichnungen (z. B. *Gau, Mark, Sippe*) wiederbelebt. Die Tendenz zum Archaisieren lässt sich auch auf der Ebene der Grammatik verzeichnen, so wurde beispielsweise der vorangestellte Genitiv (*des Volkes Jugend*) oder die ältere Form *ward* statt *wurde* verwendet.<sup>57</sup>

Zum Zweck der Polarisierung und Typisierung wurde in der NS-Sprache der kollektive Singular verwendet, und das sowohl im positiven (*der Deutsche/Germane*) als auch im negativen (*der Jude, der Russe*) Sinne. Um die Volksfeinde zu verleumden, bediente sich die nationalsozialistische Propagandasprache bereitwillig verschiedener Vulgarismen und abwertender Komposita (z. B. *Bluthunde, Parteigesindel, Geldsackmächte, Strohköpfe, Profithyänen, Untermenschentum, Lügenpresse, Steppenhorden*).<sup>58</sup>

Für die NS-Sprache ist außerdem eine starke Tendenz zur Nominalisierung symptomatisch.<sup>59</sup> Befremdlich wirkte manchmal die redundante Verwendung von Nominalkonstruktionen (z. B. *Ermöglichung der Abhaltung von Versammlungen*). Es wurden auch neue Komposita gebildet (z. B. *Reichsnährstand, luftschutzmäßig*), die aufgrund ihrer Länge teilweise abgekürzt wurden (z. B. *SA, SS, SD, DAF, KZ*).<sup>60</sup>

Einige Bestandteile des NS-Vokabulars haben ihren Weg in die Alltagssprache gefunden, weil sie überall präsent waren – im Rundfunk, in den Zeitungen aber auch in den Filmen. Die ständige Wiederholung dieser Begriffe sorgte dafür, dass sie tief in das kollektive Bewusstsein eindringen und die Wahrnehmung der Realität der Menschen im Sinne der nationalsozialistischen Ideologie formten. Die nationalsozialistische Propagandasprache zeigt eindrucksvoll, wie Sprache genutzt werden kann, um Macht zu festigen und ideologische Kontrolle auszuüben. Die gezielte Manipulation von Sprache und die systematische Nutzung von Propagandamitteln führten dazu, dass die nationalsozialistische Ideologie tief in die Gesellschaft eindrang und das kollektive Bewusstsein prägte. Diese Mechanismen der Sprachlenkung und Propaganda sind nicht nur ein historisches Phänomen, sondern auch in der heutigen Zeit von Bedeutung, da sie

---

<sup>57</sup> Bork, 1970, S. 7ff.

<sup>58</sup> Müller, 1994, S. 14–57.

<sup>59</sup> Polenz, 2020, S. 163-173.

<sup>60</sup> Müller, 1994, S. 14–57.

aufzeigen, wie Sprache als Mittel der Macht eingesetzt werden kann und welche Auswirkungen dies auf die Gesellschaft haben kann.

## 2.2 Sprache als Propagandamittel in der Tschechoslowakei

Die Propagandasprache in der realsozialistischen Tschechoslowakei der 50er Jahre war tief durchdrungen von der marxistisch-leninistischen Ideologie und diente als ein zentrales Instrument zur Kontrolle und Manipulation der Bevölkerung. Sie zielte darauf ab, die Überlegenheit des sozialistischen Systems und die Legitimität der kommunistischen Partei hervorzuheben und zu festigen. Die Sprache war durchdrungen von kollektivistischen und klassenkämpferischen Begriffen, die die Solidarität der Arbeiterklasse und die Notwendigkeit des Klassenkampfes betonten. Begriffe wie *Arbeiterklasse*, *Proletariat*, *Genossen* und *Klassenfeind* waren allgegenwärtig und schufen ein starkes Wir-Gefühl unter den Anhängern des Regimes – sowohl in der kommunistischen Tschechoslowakei als auch in der DDR.<sup>61</sup>

Ein zentrales Merkmal der Propagandasprache war die Schaffung und Betonung ideologischer Feindbilder. Die Propaganda zeichnete ein klares Bild von Feinden des Sozialismus, wie dem imperialistischen Westen und der Bourgeoisie. Abweichende Meinungen und oppositionelle Kräfte wurden als konterrevolutionär und feindlich bezeichnet. Diese Begriffe dienten dazu, die Bevölkerung gegen vermeintliche Feinde aufzubringen und eine klare Trennung zwischen uns und ihnen zu ziehen. Ein häufig verwendeter Begriff war imperialistischer Aggressor, der die USA und andere westliche Länder als Bedrohung für den Sozialismus darstellte.<sup>62</sup>

Die Propaganda hob auch die wirtschaftlichen und sozialen Errungenschaften des Sozialismus hervor. Begriffe wie *Fünfjahresplan*, *sozialistischer Aufbau* und *wirtschaftlicher Fortschritt* wurden ständig wiederholt, um die Überlegenheit des sozialistischen Systems zu betonen und die Bevölkerung zur Unterstützung der politischen und wirtschaftlichen Ziele der Partei zu motivieren. Diese Wiederholungen waren ein

---

<sup>61</sup> Fix, 1996, S. 3–99.

<sup>62</sup> Fidelius, 1998, S. 17ff.



wesentlicher Bestandteil der Propagandastrategie und sollten die kollektive Überzeugung stärken, dass der Sozialismus der einzig richtige Weg sei.<sup>63</sup>

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Propagandasprache war die Verwendung von Slogans und Parolen, die einfach und einprägsam waren. Slogans wie *Für den Sozialismus, gegen den Imperialismus* oder *Proletarier aller Länder, vereinigt euch!* waren allgegenwärtig und wurden in Reden, Plakaten und Medienberichten ständig wiederholt. Diese Slogans dienten dazu, die ideologischen Botschaften zu verstärken und ein Gefühl der Einheit und des gemeinsamen Ziels zu schaffen.<sup>64</sup>

Ein auffälliges Merkmal der Propagandasprache war auch die Tendenz zur Nominalisierung. Komplexe Sachverhalte wurden oft in Form von Substantiven ausgedrückt, was die Sprache formell und bürokratisch erscheinen ließ. Beispiele hierfür sind Begriffe wie *Planerfüllung*, *Produktionssteigerung* und *sozialistische Umgestaltung*. Diese Nominalisierungen sollten die Wichtigkeit und Ernsthaftigkeit der kommunistischen Ziele und Maßnahmen unterstreichen.<sup>65</sup>

Im Vergleich zur NS-Propaganda, die stark auf rassische Überlegenheit und Antisemitismus fokussierte, betonte die Propaganda in der Tschechoslowakei der 50er Jahre den Klassenkampf und die wirtschaftlichen Errungenschaften des Sozialismus. Während die NS-Propaganda Begriffe wie *Rasse*, *Blut* und *Volk* in den Vordergrund stellte, lag der Schwerpunkt der tschechoslowakischen Propaganda auf *Arbeiterklasse*, *Proletariat* und *Genossen*. Beide Regime nutzten jedoch einfache Sprache mit wiederholten Schlagwörtern, emotionalen Appellen und klaren Feindbildern, um ihre jeweiligen Ideologien zu verbreiten und die Bevölkerung aufzuwiegeln.

Die Analyse der Sprache als Machtinstrument in der Propaganda führt uns nun zum Propagandafilm, einem mächtigen Medium der Propagandasprache sowohl im NS-Deutschland als auch in der kommunistischen Tschechoslowakei. Im nächsten Kapitel wird untersucht, wie Filme zur Verbreitung ideologischer Botschaften und zur Manipulation der Massen eingesetzt wurden.

---

<sup>63</sup> Janáček, 2006, S. 119–128.

<sup>64</sup> Ebd.

<sup>65</sup> Bělič, 1968, S. 257–268

### 3 Propagandafilm

Der Übergang von der Propagandasprache zum Propagandafilm verdeutlicht die Macht des Films als Medium, das die Sprache mit Ton und Bild vereint und dadurch eine immense Wirkung entfaltet. Filme haben die Fähigkeit, unsere Wahrnehmung, unsere Träume und Ziele zu prägen und tief in unser kollektives Bewusstsein einzudringen.<sup>66</sup> Diese Macht des Mediums Film gilt für alle gelungenen Produktionen bis heute und beeinflusst unser Denken auf vielfältige Weise. Besonders deutlich wird dies bei sogenannten Propagandafilmen, die gezielt politische oder ideologische Botschaften vermitteln. Durch die Kombination von emotional aufgeladenen Bildern, dramatischer Musik und narrativen Strukturen gelingt es Propagandafilmen, die Massen zu beeinflussen und bestimmte Sichtweisen zu fördern.<sup>67</sup> In diesem Kapitel wird untersucht, wie Propagandafilme sowohl im NS-Staat als auch in der kommunistischen Tschechoslowakei eingesetzt wurden, um ideologische Ziele zu erreichen und die Bevölkerung zu manipulieren.

#### 3.1 Begriffserklärung und die historische Einordnung des NS-Films

Die NSDAP hat dem Film als Propagandamittel eine hohe Bedeutung beigemessen. Denn erst der Film ermöglicht eine mehrkanalige Einflussnahme, indem er Ton und Bild in sich vereint. Die gesamte deutsche Filmindustrie wurde deshalb zügig einer strengen staatlichen Kontrolle unterworfen. Vor 1933 gab es in der Weimarer Republik etwa 100 Produktionsgesellschaften, im Jahre 1942 blieb nur ein Unternehmen, und zwar der staatseigene Ufa-Konzern.<sup>68</sup>

Als Indoktrinationsmittel dienten einerseits die nichtfiktionalen Genres: *Wochenschauen*, *Kultur-* und *Dokumentarfilme*, in denen die nationalsozialistische Ideologie offen propagiert wurde. Durch diese Filme wurde eine direkte ideologische Disziplinierung betrieben. Um ein breites Publikum zu erreichen, waren die Kinobesitzer sogar verpflichtet, vor dem Hauptfilm jeweils ein Beiprogramm von ungefähr 30 Minuten Länge zu zeigen, das aus der Wochenschau und einem Kulturfilm bestand.<sup>69</sup> Der Kulturfilm

---

<sup>66</sup> Witte, 1993, 119ff.

<sup>67</sup> Aujezdský, 2019, S. 55–65.

<sup>68</sup> Witte, 1993, S. 199–170.

<sup>69</sup> Holletz, 1996, S. 64–65.

hatte eine volksbildnerische Funktion, er erklärte dem Zuschauer die ihn umgebende Welt und bestätigte dabei die kriegspolitischen und rassistischen Ideale. Die richtigen Gedanken wurden dabei explizit ausgesprochen.<sup>70</sup>

Die Spielfilme dienten insbesondere zur Unterhaltung und strebten eine Ablenkung des Publikums von seinen Alltagsproblemen an. Auch deshalb war es in manchen Fällen umstritten, ob ein Film als propagandistisch eingestuft werden kann. Die Beeinflussung des Zuschauers erfolgte meistens unterschwellig. Die richtige Weltanschauung wurde nicht offenkundig, sondern auf unterschiedliche Weise implizit vermittelt. Die Filmprotagonisten leben die nationalsozialistischen Ideale vor, sie verkörpern sie und geben damit ein Beispiel. Was die sprachliche Ebene betrifft, so muss man manchmal sehr genau zuhören, um die versteckte Botschaft zu entziffern. Umso wirksamer kann aber die propagandistische Wirkung sein. Dessen war sich offensichtlich auch der Propagandaminister Joseph Goebbels bewusst:

Ich wünsche nicht etwa eine Kunst, die ihren nationalsozialistischen Charakter lediglich durch Zurschaustellung nationalsozialistischer Embleme und Symbole beweist. [...] Es ist im Allgemeinen ein wesentliches Charakteristikum der Wirksamkeit, dass sie niemals als gewollt in Erscheinung tritt. In dem Augenblick, da eine Propaganda bewusst wird, ist sie unwirksam.<sup>71</sup>

Doch was macht eigentlich einen Propagandafilm aus? Welche Filme lassen sich als Propagandafilme einstufen?

Ein Propagandafilm ist ein Film, der mit dem Hauptziel produziert wird, bestimmte politische oder ideologische Botschaften zu verbreiten und die Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen des Publikums in eine gewünschte Richtung zu lenken. Solche Filme nutzen verschiedene filmische Techniken, um ihre Botschaften emotional aufgeladen und überzeugend zu vermitteln. Zu den typischen Merkmalen von Propagandafilmen gehören die wiederholte Verwendung von Schlagwörtern, die Darstellung von Feindbildern, die glorifizierende Darstellung der eigenen Ideologie oder Führung sowie die gezielte Emotionalisierung durch Musik, Bildkomposition und Erzählstruktur.<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> Hoffmann, 1988, S. 115.

<sup>71</sup> J. Goebbels, Rede am 5. 3. 1937, erste Jahrestagung der Reichsfilmkammer.

<sup>72</sup> Aujezdský, 2019, 55–65.

Die Definition eines Propagandafilms ist jedoch umstritten, da sie von den politischen und sozialen Kontexten abhängt und die Grenze zwischen Propaganda und Unterhaltung oft fließend ist. Ein Film, der in einem bestimmten historischen Kontext als Propaganda betrachtet wird, kann in einem anderen Kontext als bloße Unterhaltung oder historische Dokumentation angesehen werden.

Nach dem Ende des Dritten Reichs wurden etwa zwei Drittel der deutschen Filmproduktion aus den Jahren 1933 bis 1945 von den alliierten Militärregierungen untersucht und in drei Kategorien eingeteilt: ohne Auflagen freizugeben, mit Schnitten freizugeben oder gar nicht freizugeben. Von den rund 1150 produzierten abendfüllenden Spielfilmen – wobei die genaue Zahl von Faktoren wie Produktionsdaten oder Koproduktionen mit anderen Ländern abhängt – wurden über 300 Filme vollständig verboten.<sup>73</sup> Eine leicht zugängliche, wenn auch nicht endgültige Bilanz dieser Sichtungen stellt der britische *Catalogue of Forbidden German Feature and Short Film Productions* dar, der 1951 von John F. Kelson erstellt und 1996 vom nachgedruckt wurde.<sup>74</sup> Dieser Katalog bietet sowohl eine (unvollständige) Gruppierung der Filme nach verschiedenen Propagandathemen mit kurzen Einschätzungen als auch eine Fassung der Verbotsliste von 1952.

Bereits seit ihrer Gründung 1949 konnten potentielle Verleiher bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) Anträge stellen, um Filme von der Verbotsliste streichen zu lassen. In den ersten Jahren führte dies zu einer erheblichen Reduktion der Liste. Bis zum Inkrafttreten der Pariser Verträge am 5. Mai 1955 mussten jedoch auch die Alliierten einer Streichung von der Liste zustimmen, da diese erst durch die deutsche Souveränität ihre juristische Verbindlichkeit verlor.<sup>75</sup>

Mit der Gründung der Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung 1966 erhielt diese Stiftung die Rechte an insgesamt rund 4400 Filmen, die zwischen 1920 und 1960 produziert wurden, darunter etwa zwei Drittel aller Spielfilme aus den Jahren 1933 bis 1945. Der Rechtebestand umfasst vor allem die Filme der 1937/38 verstaatlichten großen Filmfirmen.

---

<sup>73</sup> Leiser, 1968, S. 17ff.

<sup>74</sup> Kelson, 1996, S. 1–224.

<sup>75</sup> Jacobson, Welten und Prinzler, 2016, S. 493–498.

Da die meisten Propagandafilme zwischen 1940 und 1942 entstanden, befindet sich ein sehr großer Teil der NS-Propagandafilme im Rechtebestand der Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung. Filme von Wien-Film und Prag-Film sowie kleinerer Produzenten sind jedoch nicht enthalten.<sup>76</sup>

Zwischen 1979 und 1985 wurden zahlreiche Propagandafilme von der ehemaligen Liste bei der FSK eingereicht, die meisten wurden (eventuell als Schnittauflagen) freigegeben und einige kommerziell als VHS vertrieben.<sup>77</sup> Die Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung bezeichnet als Vorbehaltsfilme Propagandafilme aus der Zeit des Nationalsozialismus, deren Inhalt rassistisch, antisemitisch, volksverhetzend oder kriegsverherrlichend ist und die deshalb auf Beschluss des Stiftungs-Kuratoriums nicht für den Vertrieb freigegeben werden. Vorbehaltsfilme können nur mit Zustimmung und unter den Bedingungen der Stiftung gezeigt werden, wobei in jedem Fall eine historische Einführung und eine Diskussion mit einem fachkundigen Leiter verlangt werden. Für wissenschaftliche Zwecke ist eine Sichtung der Filme in den Räumen der Stiftung möglich.<sup>78</sup>

Propagandafilme wie *Heimkehr*, *Der ewige Jude* und *Hans Westmar* die nicht im Besitz der Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung sind, unterliegen der Verantwortung der Rechte- und Materialinhaber, die einen verantwortungsvollen Umgang gewährleisten sollen. Die aktuelle Vorbehaltsfilmliste besteht aus drei Kategorien: erstens aus den 12–15 Filmen, die von der FSK abgelehnt wurden; zweitens aus etwa 20–25 Filmen, die auf der ehemaligen Verbotsliste standen und der FSK nie vorgelegt wurden, wie *Jud Süß*; und drittens aus Filmen, die trotz FSK-Zulassung wieder aus dem Vertrieb genommen wurden, darunter *Robert und Bertram* und *Der Herrscher*.<sup>79</sup>

Die Handhabung der Vorbehaltsfilme durch die Murnau-Stiftung ist häufig Gegenstand von Kritik. Kritiker argumentieren, dass die Stiftung die Urheberrechte nutzt, um eine Form der Filmzensur auszuüben, ohne dass es dafür einen gesetzlichen Auftrag gibt. Im Gegensatz zur FSK sind die Entscheidungen der Stiftung nicht an gesetzliche Wertungen gebunden und dem Rechtsweg entzogen. Zudem ist die Zusammenstellung der Liste nicht

---

<sup>76</sup> Garncarz, 2021, S. 206–230.

<sup>77</sup> Hoppe, 2021, S. 275–279.

<sup>78</sup> Hoppe, 2001, S. 257–315

<sup>79</sup> Jacobson, Welten und Prinzler, 2016, S. 103–165

öffentlich zugänglich, und es gibt keine klaren Informationen darüber, warum bestimmte Filme als Vorbehaltsfilme eingestuft werden und andere nicht. Während auffällige NS-Propagandafilme auf der Liste stehen, sind viele subtilere agitierende Filme, wie *Der große König* oder *Bismarck*, freigegeben.<sup>80</sup>

### 3.2 Verstaatlichte Filmindustrie in der Tschechoslowakei

Propagandafilme wurden allerdings nicht nur im NS-Deutschland gedreht. Die Verstaatlichung des tschechoslowakischen Films wurde bereits im Protektorat während der Zeit der nationalsozialistischen Besatzung vorbereitet und nach dem Krieg systematisch fortgesetzt. Das entsprechende Dekret vom August 1945 war sogar eine der ersten Nachkriegsentscheidungen des Staatspräsidenten Edvard Beneš. Die Abschaffung des Privatkapitals im Filmbetrieb sollte die Produktion von Filmen sicherstellen, die zwar verlustbringend sein konnten, deren Kulturwert aber den finanziellen Verlust ausgleichen sollte.<sup>81</sup> Im ideologischen Programm des tschechoslowakischen Films, das 1945 vom Filmkomitee für die bevorstehende Verstaatlichung des Kinos verfasst wurde, hieß es ausdrücklich:

Obwohl der wirtschaftliche Aspekt der Filmproduktion in Zukunft nicht unterschätzt werden darf, muss der Film künftig in erster Linie nach seiner kulturellen und sozialen Wirkung und nicht nach dem Maß seines finanziellen Ertrags bewertet werden.<sup>82</sup>

Dieses Programm markierte den Beginn der Umwandlung der tschechoslowakischen Filmindustrie in ein wirksames Instrument zur Beeinflussung von Massen. Nach der Machtübernahme der Kommunistischen Partei der Tschechoslowakei im Februar 1948 wurde die ganze Filmindustrie direkt in den Dienst der staatlichen Propaganda gestellt. Ähnlich wie die NSDAP verstand das tschechoslowakische Politbüro den Film als ein wichtiges Indoktrinationsmittel.<sup>83</sup>

Die Kontrolle über die Filmproduktion und -verteilung durch den Staat ermöglichte es der kommunistischen Partei, ihre politischen Ziele durch Filme zu propagieren. Die Filme

---

<sup>80</sup> Hoppe, 2021, S. 196.

<sup>81</sup> Činátl, 2012, S. 304-320.

<sup>82</sup> Ideový program československého filmu zitiert nach JSNS, 2023. *Propaganda ve filmu* [online]. [Zugriff am: 04.08.2023]. Verfügbar unter: <https://www.jsns.cz/lekce/15628-5-propaganda-ve-filmu>

<sup>83</sup> Aujezdský, 2019, S. 492–540.

dienten dazu, die sozialistische Ideologie zu verbreiten und die Bevölkerung im Sinne der kommunistischen Partei zu beeinflussen. Die zentrale Rolle der Propaganda im tschechoslowakischen Film zeigte sich in den zahlreichen Produktionen, die die Ideale des Sozialismus glorifizierten und Feindbilder schufen.<sup>84</sup>

Ein prominentes Beispiel für die frühe Phase dieser Entwicklung ist der Film *Wehe dem, durch den die Empörung kommt* (*Běda tomu, skrze něhož přichází pohoršení*, 1950). Dieser Film thematisiert die gesellschaftlichen Veränderungen und Konflikte in der Nachkriegszeit und propagiert die Ideale des neuen sozialistischen Staates. Durch dramatische Inszenierungen und die Darstellung heroischer Figuren sollte der Film die Bevölkerung für die Ziele der kommunistischen Partei gewinnen.<sup>85</sup>

Mit der Gründung der Tschechoslowakischen Staatsfilmgesellschaft im April 1948 durch eine Regierungsverordnung wurde die Filmindustrie vollständig unter die Kontrolle des Staates gestellt. Private Filmproduzenten und -verleiher wurden enteignet, und der Staat erhielt das Monopol auf die Filmproduktion und -verteilung. Dieser Schritt festigte die Position des Films als Propagandamedium, das bis 1990 in unterschiedlicher Intensität genutzt wurde.

Die Stärke der Propaganda im tschechoslowakischen Film schwankte im Laufe der Zeit, abhängig von der politischen Situation und dem Druck der kommunistischen Partei auf die Gesellschaft. Ein Beispiel für den intensiven Einsatz von Propaganda ist der Film *Die Schuhmaschine* (*Botostroj*, 1954). Obwohl es im Film nicht offen gesagt wird, erfasst *Die Schuhmaschine* die Geschichte des berühmten Fabrikanten aus Zlín, Tomáš Baťa. Obwohl er in der Wirklichkeit durch seine Unternehmenspolitik versuchte, soziale Unterschiede aufzuheben und den Arbeitern gegenüber gerecht zu sein, wird er im Film als unbarmherziger Kapitalist und Ausbeuter dargestellt. Der Film nutzt einfache, aber eindringliche Bilder und eine klare narrative Struktur, um die Ungerechtigkeit der Marktwirtschaft zu vermitteln.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> Knapík, 2004, S. 13.

<sup>85</sup> Kratochvíl, 1990, S. 163–174.

<sup>86</sup> Aujezdský, 2019, S. 505ff.

Ein weiteres Beispiel ist der Film *Die Tage des Verrats* (*Dny zrady*, 1973), der die Ereignisse rund um das Münchner Abkommen und die Zerschlagung der Tschechoslowakei im Jahr 1938 thematisiert. Der Film stellt die westlichen Mächte als Verräter dar und glorifiziert die Rolle der kommunistischen Partei im Widerstand gegen den Faschismus. Durch die Darstellung historischer Ereignisse aus einer ideologischen Perspektive sollte der Film die Legitimität der kommunistischen Herrschaft unterstreichen und die Bevölkerung zur Unterstützung des sozialistischen Staates bewegen.

Filme wie *Der Hahn erschreckt den Tod* (*Kohout plaší smrt*, 1961) oder die Fernsehserie *Ein Schritt ins Unbekannte* (*Krok do neznáma*, 1984) illustrieren sozialistische Ideale, indem sie einerseits Geschichten von einfachen Menschen erzählen, die durch ihre Arbeit und ihren Einsatz zum Aufbau des Sozialismus beitragen und andererseits die Feinde des Regimes verleumden.<sup>87</sup>

Besonders hervorzuheben ist auch der Film *Schlacht bei Charkow* (*Sokolovo*, 1974) von Otakar Vávra, der die gleichnamige Schlacht im Jahr 1943 thematisiert, in den tschechoslowakischen Einheiten an der Seite der sowjetischen Armee gegen die Wehrmacht kämpften. Der Film nutzt patriotische Musik, heroische Darstellungen und dramatische Schlachtszenen, um die Solidarität zwischen der Tschechoslowakei und der Sowjetunion zu betonen und die heroischen Taten der tschechoslowakischen Soldaten zu glorifizieren.<sup>88</sup>

Ein weiteres Beispiel ist der Film *Die Befreiung Prags* (*Osvobození Prahy*, 1975), der die Ereignisse der Prager Befreiung im Mai 1945 darstellt. Der Film stellt die Rote Armee als Befreier dar und betont die Rolle der kommunistischen Partei im Kampf gegen den Faschismus.

Die tschechoslowakische Filmindustrie entwickelte im Laufe der Jahre eine Vielfalt von Propagandafilmen, die von offenkundig propagandistischen Werken bis hin zu subtileren Formen der Indoktrination reichten. Ein Beispiel für subtilere Propaganda ist die Serie *30 Fälle des Majors Zeman* (*30 případů majora Zemana*), die die Geschichten eines tschechoslowakischen Sicherheitsbeamten erzählt, der verschiedene Fälle löst. Die Serie

---

<sup>87</sup> Knapík und Franc, 2011, S. 119–124.

<sup>88</sup> Aujezdský, 2019, S. 521–554.



kombiniert Elemente des Krimis mit politischer Propaganda, um die Rolle der Sicherheitskräfte und die Legitimität der staatlichen Überwachung zu betonen.<sup>89</sup>

Während der späten Normalisierung in den 70er und 80er Jahren passten sich die Filme zunehmend den Bedürfnissen des Publikums an, ohne jedoch die Propaganda vollständig zu vernachlässigen. Dies führte zu Filmen, die einerseits die politischen Botschaften der kommunistischen Partei vermittelten, andererseits aber auch attraktive und unterhaltsame Geschichten erzählten. Diese Filme, wie beispielsweise *Das Flusspferd* (Hroch, 1973), der als bizarrstes Abbild des Prager Frühlings gilt, oder *Revue auf Bestellung* (*Revue na zakázku*, 1982), entstanden in Koproduktion mit der Sowjetunion und erfüllten primär politische Aufträge auf Kosten einer ausgefeilten Handlung, spiegeln diese Dualität wider.<sup>90</sup>

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die tschechoslowakische Filmindustrie nach dem Zweiten Weltkrieg zu einem wichtigen Instrument der kommunistischen Propaganda wurde. Die Verstaatlichung der Filmproduktion und -verteilung ermöglichte es der kommunistischen Partei, ihre politischen Ziele durch Filme zu propagieren und die Bevölkerung im Sinne der Partei zu beeinflussen. Die Filme dienten dazu, die sozialistische Ideologie zu verbreiten, Feindbilder zu schaffen und die Bevölkerung von der Einzigartigkeit und Richtigkeit des sozialistischen Staates zu überzeugen. Dabei reichten die Formen der Propaganda von offenkundigen propagandistischen Werken bis hin zu subtileren Formen der Indoktrination, die Elemente der Unterhaltung mit politischen Botschaften kombinierten.

---

<sup>89</sup> Aujezdský, 2019, S. 575–583.

<sup>90</sup> Aujezdský, 2019, S. 543ff.

## 4 Propagandasprache im Film: ein Vergleich

Für die heutige Sprachwissenschaft kann es eine interessante Herausforderung sein, sich mit der filmspezifischen Propagandasprache auseinanderzusetzen: Propaganda ist nämlich nicht nur eine Sache der Vergangenheit, sondern man kann ihr immer wieder neu begegnen, und zwar auch in der heutigen Welt. Wenn man die Propagandafilme aus verschiedenen Ländern und Zeiten vergleicht, entdeckt man überraschende Analogien. Auf diese Weise kann man die allgemeinen Mechanismen der Filmpropaganda und die damit verbundenen sprachlichen Strukturen entlarven.

Mit diesem Ziel wurden zwei NS-Filme und ein Film aus der kommunistischen Tschechoslowakei ausgewählt, die in diesem Kapitel miteinander verglichen werden. Zunächst werden die Filme in ihrem historischen Kontext vorgestellt und erörtert. Anschließend wird nach Analogien und Differenzen gesucht, und zwar nach vorher definierten Vergleichskategorien, bzw. Stichwörtern: Glaubens- und Kampfgemeinschaft; Unterordnung und Disziplin; Einsatzwille und Kampflust. Entsprechend diesen Kategorien werden Zitate aus den drei Filmen gegenübergestellt, um Parallelen und Diskrepanzen auf der sprachlichen Ebene zu finden.

### 4.1 Erörterung der Filme und ihrer Bedeutung als Propagandamittel

#### 4.1.1 Die große Liebe

*Die große Liebe* ist ein Spielfilm von Rolf Hansen aus dem Jahr 1942. Es besteht kein Zweifel, dass sich dieses Werk als propagandistisch einstufen lässt: nicht nur entstand es im Auftrag des Propagandaministeriums, sondern es wurde auch als staatspolitisch und künstlerisch wertvoll ausgezeichnet.<sup>91</sup> Zur Zeit der Entstehung des Films befand sich Deutschland in einer zunehmend schwierigen militärischen Lage. Die NS-Propaganda versuchte demgemäß verzweifelt, die Moral der Bevölkerung aufrechtzuerhalten, indem sie eine positive Sicht auf den Krieg und die Ideologie des Nationalsozialismus vermittelte. Wie der Titel schon sagt, sollte es in Hansens Film um eine große Liebesgeschichte gehen, die

---

<sup>91</sup> Lowry, 1991, S. 116.

tausende Menschen in die Kinos lockte. In der Wirklichkeit ist es allerdings der Krieg, der im Vordergrund steht.

Im Zentrum des Films steht Hanna Holberg, dargestellt von Zarah Leander, eine erfolgreiche Revuesängerin, die anders als ihre Vorgängerin in *Wunschkonzert* nicht gewillt ist, ihr persönliches Glück für die Liebe zu opfern.<sup>92</sup> Die Handlung folgt ihrer komplizierten Beziehung mit Fliegerleutnant Paul Wendlandt, gespielt von Viktor Staal. Nach einer zufälligen Begegnung und einem anschließenden Luftangriff, der sie zusammen in einen Luftschutzkeller zwingt, entwickelt sich eine kurze, jedoch intensive Romanze, die durch Pauls Rückkehr an die Front jäh unterbrochen wird.

Der Film präsentiert das fortwährende Dilemma zwischen persönlichem Glück und den Pflichten im Krieg, was Hanna dazu bringt, sich von Paul zu trennen, als dieser erneut in den Krieg ziehen muss. Nachdem Paul verwundet wird und ins Lazarett kommt, findet das Paar jedoch kurzzeitig wieder zusammen, eine Vereinigung, die durch die Kriegsumstände bittersüß und zeitlich begrenzt bleibt.

*Die große Liebe* wurde in seiner episodischen Struktur als eine Art Revue des Krieges beschrieben, die die Realität des Krieges durch Unterhaltungselemente wie Musik und Tanz darstellt und dabei verschiedene europäische Schauplätze von Berlin bis Afrika einbezieht. Diese Darstellungsweise trug dazu bei, den Film für das Publikum attraktiv zu machen, trotz der schweren Themen, die er behandelte.<sup>93</sup>

Die Reaktionen auf den Film waren gemischt, wobei zeitgenössische Kritiken die Darstellung und die Aktualität des Films lobten, die ihn als frisch und zeitgemäß herausstellten.<sup>94</sup> Die Dialoge und die Handlung wurden als Spiegel der durch den Krieg geprägten menschlichen Schicksale gesehen, was zu einer starken Resonanz beim Publikum führte.<sup>95</sup>

Die Produktion von *Die große Liebe* stand nicht nur künstlerisch, sondern auch politisch unter kritischer Beobachtung. Obwohl der Film primär Unterhaltung und

---

<sup>92</sup> Loiperdinger und Schönekeas, 1991, S. 143–149.

<sup>93</sup> Witte, 1993, S. 149.

<sup>94</sup> Feddersen, 1942.

<sup>95</sup> Schwark, 1942. S. 3.

emotionale Resonanz anstrebte, gab es Bedenken seitens der Wehrmacht bezüglich potenzieller Imageschäden. Diese sah in der Verquickung von Kriegs- und Liebethemen eine Gefahr für das öffentliche Bild der Militärorganisation. Propagandaminister Joseph Goebbels jedoch, vermerkte in seinem Tagebuch die Bedenken der Wehrmacht als kurzsichtig und kritisierte deren fehlendes Verständnis für die Notwendigkeit dramaturgischer Konflikte im Film:

Dann gibt es eben keine Konflikte, und Konflikte sind ja überhaupt nur interessant und darstellenswert. Hier handelt es sich um eine grundsätzliche Frage, die unter allen Umständen, nachdem ich sie den anderen Behörden und Organisationen gegenüber durchgesetzt habe, auch gegenüber der Wehrmacht durchsetzen will.<sup>96</sup>

Seine Einschätzung sollte sich als zutreffend erweisen, da der Film trotz der Bedenken erfolgreich war und beim Publikum Anklang fand.

Die politischen und gesellschaftlichen Umstände jener Zeit, insbesondere die Niederlage in Stalingrad und der Eintritt der USA in den Krieg, führten jedoch dazu, dass der Film schnell an Relevanz verlor. Zarah Leander, die Starbesetzung des Films, verließ Deutschland nach einem Bombenangriff, was die Aufführungen des Films weiter komplizierte. Trotz eines offiziellen Aufführungsverbots blieben Leanders Filme jedoch präsent in deutschen Kinos.

Der Film und seine Darsteller standen im Kontext einer breiteren Kulturpolitik des Nationalsozialismus, die versuchte, die Unterhaltungsfilm nicht nur als Propagandamittel, sondern auch als Mittel zur Aufrechterhaltung der Moral zu nutzen. *Die große Liebe* stellte eine ambivalente Mischung aus Unterhaltung und ideologischem Inhalt dar, die das Bild der Frau in ihrer traditionellen Rolle in Frage stellte.

Dieses Spannungsfeld zwischen traditionellen Rollenbildern und moderneren Darstellungen von Frauen wie Hanna Holberg zeigt, dass der Film komplexer war, als es eine einfache propagandistische Botschaft erlaubt hätte. Kritiker wie Dagmar Herzog<sup>97</sup> und

---

<sup>96</sup> Fröhlich, 1998, Bd. 9, S. 105.

<sup>97</sup> Herzog, 2004, S. 3–11.

Elizabeth Heineman<sup>98</sup> betonen, dass der Nationalsozialismus versuchte, ein modernes Bild der Frau zu fördern, das nicht nur auf das häusliche Leben beschränkt war.

Abschließend lässt sich sagen, dass *Die große Liebe* eine signifikante kulturelle Produktion war, die die vielschichtigen und oft widersprüchlichen Aspekte des Lebens im Dritten Reich reflektiert. Trotz der ideologischen Überwachung durch das Regime bot der Film eine Plattform, um eine breitere Palette menschlicher Emotionen und gesellschaftlicher Themen zu erkunden, die weit über die Grenzen des Propagandakinos hinausgingen.

Der Film *Die große Liebe* präsentiert eine vielschichtige Darstellung der Geschlechterrollen und entzieht sich damit einer einfachen Einordnung als konservatives Propagandainstrument. Die Hauptfiguren, darunter das Liebespaar Hanna Holberg und Paul Wendlandt, beide um die Mitte dreißig, sowie die Zofe Käthe, werden in einem zeitgenössischen Kontext gezeigt, der die herkömmlichen Rollen herausfordert. Zarah Leander übernimmt in diesem Film erstmals keine Kostümrolle, sondern die einer modernen, berufstätigen Frau, die sowohl Attraktivität als auch berufliche Ambition verkörpert. Trotz der scheinbaren Domestikation der Frau, in der ihre Rolle primär in der Unterstützung des Mannes gesehen wird, bietet der Film ein komplexes Identifikationsangebot. Hanna wird nicht nur als Fürsorgerin, sondern auch als unabhängige und sexuell selbstbestimmte Persönlichkeit dargestellt. Dieses Bild einer modernen Frau trägt wesentlich zur Ambivalenz des Films bei und spiegelt den ideologischen Inhalt des Nationalsozialismus wider, der über die simple Formel Kinder, Küche, Kirche hinausgeht.<sup>99</sup>

Historikerinnen wie Dagmar Herzog und Elizabeth Heinemann argumentieren des Weiteren, dass es irreführend ist, den Nationalsozialismus als prüde oder spießig zu betrachten. Vielmehr zielte die Politik darauf ab, Sexualität als ein Privileg der Volksgemeinschaft zu fördern und dabei bewusst von christlich-bürgerlichen Normen abzugrenzen. Diese Politik fand auch in der permissiven Sexualpolitik Ausdruck, von der die heterosexuellen Deutschen profitierten, während gleichzeitig Personen, die als rassistisch oder genetisch unerwünscht galten, verfolgt und ausgeschlossen wurden.<sup>100</sup>

---

<sup>98</sup> Heineman, 2002, S. 22–66.

<sup>99</sup> Heineman, 2002, S. 22–66.

<sup>100</sup> Herzog, 2004, S. 3–11.

*Die große Liebe* verkörpert diese politischen und sozialen Ambiguitäten durch seine Charaktere und ihre Entwicklung. Paul, als Vertreter der Generation der Unbedingten, ist zunächst ganz dem Krieg verschrieben, findet durch seine Liebe zu Hanna jedoch auch persönliche Beweggründe, die ihn im Kampf motivieren. Die Liebesgeschichte macht deutlich, dass individuelles Glück im Nationalsozialismus immer den Kriegsanforderungen untergeordnet war, was in der letzten Szene des Films, in der das Paar seiner weiteren Pflicht im Krieg entgegensieht, klar zum Ausdruck kommt.<sup>101</sup>

Der Film bietet den Zuschauern eine sehr persönliche und sinnliche Erfahrung des Krieges in Europa, ohne die harten Realitäten von Tod und Zerstörung zu zeigen. Stattdessen werden alltägliche Szenen des Kriegslebens, wie der Dienst im Luftschutzkeller oder die Truppenbetreuung, in einer Weise dargestellt, die den Film für ein breites Publikum ansprechend macht. Gudrun Brockhaus beschreibt dies als das Erlebnisangebot des Nationalsozialismus, das es dem Film ermöglicht, trotz der schwindenden Faszination durch die alliierte Luftüberlegenheit seinen Unterhaltungswert zu bewahren.

Schließlich spricht *Die große Liebe* beide Geschlechter an, indem er nicht nur traditionelle Männerfantasien bedient, sondern auch Frauen eine Projektionsfläche für ihre Wünsche und Träume bietet. Der Film zeigt, dass der Nationalsozialismus auch als eine Frauenfantasie verstanden werden kann, die Frauen als aktive und entscheidende Teilnehmerinnen am gesellschaftlichen Leben darstellt.<sup>102</sup>

Der Film vermittelte die Botschaft von Hingabe, Opferbereitschaft und Treue, sowohl auf persönlicher als auch auf nationaler Ebene. Diese Botschaften sollten die Zuschauer ermutigen, die Entbehrungen des Krieges zu ertragen und die Ideale des Nationalsozialismus zu unterstützen. Der Film stellte die deutsche Kriegsanstrengung als edel und gerecht dar und präsentierte die deutschen Soldaten als heldenhafte Figuren, die für ihr Land kämpfen. Es ist erst die bedingungslose Opferbereitschaft und Verzicht, die eine wahre Liebe ausmachen. Hanna diene weiterhin als Vorbild für deutsche Frauen: sie sollen ihre Männer im Kampf unterstützen und auf sie warten. Das Privatglück muss dem Wohle

---

<sup>101</sup> Loiperdinger und Schönekeas, 1991, S. 143–149.

<sup>102</sup> Heineman, 2002, S. 22–66.

des Volkes aufgeopfert werden. Damit gehört *Die große Liebe* zu der Reihe der Heimatfrontfilme.<sup>103</sup>

#### 4.1.2 Kolberg

*Kolberg* gilt als Paradebeispiel für nationalsozialistische Propaganda. Der Historienfilm von Veit Harlan setzt sich genauso wie *Die große Liebe* mit dem Thema Krieg auseinander. Er entstand jedoch unter ganz anderen Umständen. Im Jahr 1945 wurde er während der Endphase des Zweiten Weltkriegs produziert, als Deutschland bereits von den Alliierten umzingelt war und die militärische Niederlage absehbar war. Das NS-Regime wurde mit wachsender Kriegsmüdigkeit und inneren Unruhen konfrontiert. Angesichts dieser Situation wurde *Kolberg* als letzter verzweifelter Versuch des Regimes konzipiert, die Bevölkerung anzueifern und den Widerstandswillen zu stärken.<sup>104</sup>

Dieser Propagandafilm wurde während des Zweiten Weltkriegs produziert und stellt eine bedeutsame Quelle für die Analyse nationalsozialistischer Propaganda dar. Joseph Goebbels, der Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda, spielte eine zentrale Rolle in der Produktion und beeinflusste den Film maßgeblich. Am 1. Juni 1943 erteilte er schriftlich den folgenden Auftrag:

Hiermit beauftrage ich Sie, einen Großfilm Kolberg herzustellen. Aufgabe dieses Films soll es sein, am Beispiel der Stadt, die dem Film den Titel gibt, zu zeigen, dass ein in Heimat und Front geeintes Volk jeden Gegner überwindet. Ich ermächtige Sie, alle Dienststellen von Wehrmacht, Staat und Partei, soweit erforderlich, um ihre Hilfe und Unterstützung zu bitten und sich dabei darauf zu berufen, dass der hiermit von mir angeordnete Film im Dienste unserer geistigen Kriegführung steht.<sup>105</sup>

Die offizielle Produktion von *Kolberg* begann Ende 1943, obwohl im Vorspann des Films angegeben wird, dass das Drehbuch bereits 1942 geschrieben wurde und die Dreharbeiten in diesem Jahr begonnen hätten. Diese Angabe sollte wahrscheinlich den Eindruck vermeiden, dass der Film eine direkte Reaktion auf die zunehmend schlechter werdende militärische Lage Deutschlands war. 1942 stand die deutsche Kriegskampagne noch relativ gut da, während Ende 1943 die deutschen Streitkräfte zunehmend in die Defensive gedrängt wurden und immer mehr Gebiete verloren wurden.

---

<sup>103</sup> Lowry, 1991, S. 116–129.

<sup>104</sup> Schroth, 2016, S. 230ff.

<sup>105</sup> Zitiert nach Leiser, 1968, S. 1968.

Die Handlung von *Kolberg* beginnt im Jahr 1813 in Breslau, wo der preußische General Gneisenau den preußischen König Friedrich Wilhelm III. auffordert, eine Proklamation zu erlassen, die das Volk zum Widerstand gegen die napoleonischen Truppen aufruft. Der König ist zunächst skeptisch, dass das Volk sich in militärische Angelegenheiten einmischen sollte, woraufhin Gneisenau ihm die Geschichte von Kolberg erzählt, das 1806 von den französischen Truppen bedroht wurde. Die Verteidigung der Stadt liegt in den Händen des alten, defätistischen Kommandanten Loucadou, der die Stadt aufgeben will. Der Bürgerrepräsentant Joachim Nettelbeck widersetzt sich diesem Plan und schickt seine Nichte Maria nach Königsberg, um den König um einen neuen Kommandanten zu bitten. Dieser Bitte wird entsprochen, und Gneisenau wird als neuer Kommandant eingesetzt. Unter seiner Führung und mit Unterstützung von Nettelbeck wird die Stadt erfolgreich verteidigt, trotz der Übermacht der französischen Truppen.

Die Bewohner der Stadt, angeführt vom Bürgerrepräsentanten Joachim Nettelbeck und dem Major Gneisenau, setzen sich entschlossen gegen die Belagerung der französischen Armee zur Wehr. Die Einwohner opfern Hab und Gut, um die Verteidigung der Stadt zu unterstützen, und weigern sich, sich zu ergeben. Der Protagonist Nettelbeck symbolisiert den unbeugsamen Widerstand gegen die feindliche Übermacht. Sein Patenkind Maria verkörpert die grenzenlose Opferbereitschaft – im Kampf verliert sie ihre Familie und Haus, trotzdem kämpft sie mutig weiter und schaut hoffnungsvoll in die Zukunft.

Goebbels hatte klare Vorstellungen über die propagandistische Funktion von *Kolberg*. Der Film sollte die Botschaft vermitteln, dass ein geeintes Volk, bestehend aus Front- und Heimatfront, jeden Feind überwinden kann, selbst wenn dieser zahlenmäßig überlegen ist.<sup>106</sup> Diese Botschaft war besonders wichtig, als die militärische Lage Deutschlands sich zunehmend verschlechterte. Goebbels wollte zeigen, dass man in schwierigen Zeiten nicht aufgeben, sondern weiterkämpfen sollte. Um diese Botschaft zu vermitteln, setzte Regisseur Veit Harlan verschiedene filmische Mittel ein, darunter die Darstellung des Gegensatzes zwischen jungen, revolutionären und alten, reaktionären Visionen.

---

<sup>106</sup> Paret, 1994, S. 435.



Dieser Gegensatz wird durch die Figuren Loucadou und Gneisenau veranschaulicht. Loucadou, gespielt von Paul Wegener, ist der alte, defätistische Kommandant der Stadt, der die Stadt kampflos aufgeben will. Er symbolisiert die alte, traditionelle deutsche Militärordnung. Gneisenau, dargestellt als junger, dynamischer Anführer, der die Stadt bis zum bitteren Ende verteidigen will, steht für die neue, revolutionäre Ordnung. Diese Darstellung ist historisch ungenau, da der echte Gneisenau bereits 47 Jahre alt war, als die Schlacht um Kolberg begann.<sup>107</sup>

Ein weiteres zentrales Thema des Films ist die Mobilisierung der Zivilbevölkerung als Soldaten. Angesichts der vernachlässigten Verteidigung der Stadt durch Loucadou organisiert Nettelbeck selbst eine Bürgermiliz, unterstützt von Leutnant von Schill. Diese Darstellung erinnert an historische Konzepte wie den Landsturm und den Volkssturm, wobei die Bürger in der Verteidigung der Stadt eine wichtige, wenn auch unterstützende Rolle spielen.

Goebbels' persönliche Involvierung in die Produktion von *Kolberg* ist in seinen Tagebüchern dokumentiert. Er kritisierte wiederholt das ursprüngliche Drehbuch von Harlan und forderte zahlreiche Änderungen, um die nationalistische Botschaft des Films zu verstärken und die Rolle von Nettelbeck zu zentralisieren. Diese Eingriffe verzögerten die Produktion erheblich. Dennoch war Goebbels überzeugt, dass der Film, obwohl er erst im Januar 1945 uraufgeführt wurde, in der Lage sein würde, die Moral der deutschen Bevölkerung zu stärken.<sup>108</sup>

Die parallelen Entwicklungen von Propaganda und Realität sind besonders deutlich in Goebbels' Einträgen. Er vergleicht die Verteidigung von Kolberg in der Geschichte mit der aktuellen militärischen Situation und fordert einen unbedingten Durchhaltewillen. Seine Überzeugung von der Macht der Filmpropaganda zeigt sich auch in der Tatsache, dass er die Bekanntgabe der Räumung der realen Stadt Kolberg aus den Berichten der Wehrmacht herausnehmen ließ, um die Wirkung des Films nicht zu untergraben:

Kolberg haben wir nunmehr räumen müssen. Die Stadt, die sich mit einem so außerordentlichen Heroismus verteidigt hat, konnte nicht mehr länger gehalten werden. Ich will dafür sorgen, dass die

---

<sup>107</sup> Paret, 1994, S. 436.

<sup>108</sup> Fröhlich, 1993, Bd. 8, S. 425.

Räumung von Kolberg nicht im OKW-Bericht verzeichnet wird. Wir können das angesichts der starken psychologischen Folgen für den Kolberg-Film augenblicklich nicht gebrauchen.<sup>109</sup>

Zusammenfassend zeigt *Kolberg* die enge Verflechtung von Propaganda und Realität in den letzten Kriegsjahren des Dritten Reichs. Der Film diente nicht nur als Mittel zur Verbreitung der nationalsozialistischen Ideologie, sondern war auch ein Versuch, die deutsche Bevölkerung in einer verzweifelten Lage zu forcieren und zu ermutigen. Die sorgfältige Kontrolle und persönliche Beteiligung von Goebbels an der Produktion verdeutlichen die Bedeutung, die der Filmpropaganda im NS-Staat beigemessen wurde.

Ein weiterer zentraler Punkt in der Analyse des Films *Kolberg* ist die Kritik an verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen, die in den Augen der Nationalsozialisten als schwach oder defätistisch galten. So wird die Figur des reichen Reederbesitzers als Vertreter der Kapitalisten scharf kritisiert. Der Reederbesitzer spricht sich für die Kapitulation aus, um seine wirtschaftlichen Interessen und seinen Besitz zu schützen, was im Einklang mit der nationalsozialistischen Kritik am Kapitalismus steht, die Kapitalisten als egoistisch und staatsfeindlich betrachtet.<sup>110</sup>

Ein weiterer Schwachpunkt wird in der Darstellung der Intellektuellen personifiziert durch die Figur von Klaus, Marias Bruder und Nettelbecks Neffe. Klaus, der als weltbürgerlicher, violinespielender Intellektueller dargestellt wird, wird als Feigling porträtiert, der seine Heimatstadt verrät und sich nicht an der Verteidigung beteiligt. Diese Darstellung soll die nationalsozialistische Ablehnung gegenüber Intellektuellen unterstreichen, die als weltfremd und unpatriotisch galten.<sup>111</sup>

Ein besonders bemerkenswertes Merkmal von *Kolberg* ist die Verschmelzung von Realität und Propaganda. Diese Verschmelzung wird durch die Parallelen zwischen der historischen Belagerung von *Kolberg* und der Situation im Deutschland der 1940er Jahre verdeutlicht. Goebbels' persönliche Tagebucheinträge belegen seine intensive Auseinandersetzung mit der Produktion und die zahlreichen Änderungen, die er am Drehbuch vornahm, um die propagandistische Wirksamkeit zu maximieren. Seine Aussage vom 5. Juni 1943 zeigt seine Voraussicht, dass Deutschland ein Jahr später in einer

---

<sup>109</sup> Zitiert nach Fröhlich, 1995, Bd. 15, S. 542.

<sup>110</sup> Paret, 1994, S. 439.

<sup>111</sup> Culbert, 1995, S. 454.

schwierigen Lage sein könnte und dass *Kolberg* dazu beitragen könnte, den Widerstandswillen der Bevölkerung zu stärken:

Er muss der Große-König-Film des Winters 1943/44 werden. Wer weiß, in welcher Situation wir dann stehen werden. Dann müssen wir Filme zur Verfügung haben, die die Härte des Widerstandes pflegen und preisen. In einer solchen Frage aber haben Frauen weniger mitzusprechen als Männer. Ich nehme an, dass der Kolberg-Film, wenn er so gestaltet wird, wie ich mir das vorstelle, uns im kommenden Winter große Dienste tun wird.<sup>112</sup>

Diese sorgfältig orchestrierte Propaganda hatte jedoch eine begrenzte Wirkung, da die meisten deutschen Kinos zum Zeitpunkt der Filmpremiere durch alliierte Luftangriffe zerstört waren. Die wenigen Zuschauer, die den Film sehen konnten, nahmen die zwiespältige Botschaft wahr, die einerseits zum Durchhalten aufrief, andererseits aber auch Zeichen von Verzweiflung und Fatalismus zeigte. Diese widersprüchlichen Botschaften spiegeln die Stimmung in Deutschland gegen Kriegsende wider, waren aber wahrscheinlich nicht die Absicht Goebbels'.<sup>113</sup>

Der Film *Kolberg* ist somit mehr als nur ein Propagandafilm; er ist ein Beispiel für die umfassende Nutzung von Film als Instrument der Kriegsführung und der moralischen Mobilisierung.<sup>114</sup> Goebbels' Eingriffe und seine Überzeugung von der Bedeutung der Filmpropaganda zeigen, wie eng Propaganda und reale Kriegsstrategien im Dritten Reich miteinander verflochten waren.

Der Film bedient sich vieler propagandistischer Techniken, um seine Botschaft zu vermitteln. Die Inszenierung von dramatischen Schlachtszenen, die Betonung der Einheit und Entschlossenheit der Bevölkerung sowie die Darstellung der deutschen Truppen als überlegen und heldenhaft sind typisch für die NS-Propaganda. Durch die Schaffung einer heroischen Erzählung wird der Zuschauer emotional angesprochen und soll dazu ermutigt werden, ähnliche Tugenden zu verkörpern. Der Film zeigt deutlich, wie das nationalsozialistische Regime versuchte, die Bevölkerung zu überzeugen und den Glauben an den Endsieg aufrechtzuerhalten, obwohl die Realität der Niederlage immer offensichtlicher wurde.<sup>115</sup>

---

<sup>112</sup> Zitiert nach Fröhlich, 1993, Bd. 8, S. 425.

<sup>113</sup> Paret, 1994, S. 442–445.

<sup>114</sup> Bialas, 2014, S. 12.

<sup>115</sup> Schroth, 2016, S. 230ff.

### 4.1.3 Das Mädchen Anna

*Das Mädchen Anna* stellt ein bekanntes Beispiel für das Filmschaffen in der sozialistischen Tschechoslowakei und damit auch für die kommunistische Staatspropaganda dar. Im tschechischen *Anna Proletárka* (wörtlich übersetzt Anna, die Proletarierin) basiert der Film auf dem gleichnamigen Buch von Ivan Olbracht und spielt in Jahren 1919–1920.<sup>116</sup>

Die künstlerische Interpretation von Krisen findet in mehreren Filmen der tschechoslowakischen Filmindustrie der 50er Jahre Ausdruck, wie zahlreiche Filmstreifen im Archivbestand des Nationalen Filmarchivs (NFA) belegen.<sup>117</sup> Beispiele hierfür sind Filme wie *Der rote Schein über Kladno* (*Rudá záře nad Kladnem*), *Das unvergessliche Jahr 1919* (*Nezapomenutelný rok 1919*) und *Der Appell* (*Nástup*). *Das Mädchen Anna* behandelt die Krise 1919–1921, als die Spaltung der Sozialdemokratie zur Gründung der Kommunistischen Partei der Tschechoslowakei führte. Da der Film Anfang der 1950er Jahre fertiggestellt wurde, bietet er eine tendenziöse Perspektive, die die Sichtweise des damaligen Regimes auf diese Ereignisse widerspiegelt.

Die Ursprünge der Dreharbeiten zu diesem Film reichen zurück bis ins Jahr 1948, als der Originalroman von Ivan Olbracht, ebenfalls *Das Mädchen Anna* (*Anna Proletárka*) betitelt, von Mitgliedern des Filmkunstkollektivs entsprechend den Empfehlungen des Tschechoslowakischen Staatsfilms angepasst wurde. Diese Anpassungen dienten unter anderem dazu, eine übermäßige Verwendung von Symbolen der Präsidentenflagge zu vermeiden.<sup>118</sup>

Die eigentliche Filmproduktion begann im September 1950, als der Filmratsvorstand auf seiner dritten Sitzung die Umsetzung beschloss. Das Protokoll von dieser Sitzung zeigt, dass die Mitglieder des Filmrats die Geschichte ansprechend fanden, da sie die Sicht des kommunistischen Regimes auf die Ereignisse nach dem Ersten Weltkrieg reflektierte. Dennoch herrschten unter den Filmratsmitgliedern große Meinungsverschiedenheiten. Der damalige Rektor der *Akademie der Musischen Künste* (*AMU*), Antonín Martin Brousil, lobte die Darstellung der Figuren und deren Bewusstseinswandel: „Es scheint mir, dass die

---

<sup>116</sup> Tibítanzlová, 2001, S. 28–30.

<sup>117</sup> Opěla, 2001, S. 28–29.

<sup>118</sup> Nationales Filmarchiv, Filmkunstkollektiv-Fonds, Aktenzeichen 2/2/1//3, Karteinummer 1.

Geschichte, die Beziehungen und das Klassenbewusstsein von Toník und Anna im Drehbuch sehr schön und sauber dargestellt werden.“<sup>119</sup>

Dem widersprach jedoch der Leiter der Kulturabteilung des Präsidentenbüros der Republik, František Nečásek, mit den Worten: Ideologisch passt es nicht. Sie haben eine schöne Wohnung und essen gut – das ganze Problem wird vereinfacht, insbesondere weil die Enthüllung damit beginnt, dass Jandák in eine Bar geht. Das ist keine Tragödie, das Pech war, dass Arbeiter ihn sahen. Besonders die Kleinbürger waren dem gegenüber sehr empfindlich.<sup>120</sup>

Trotz dieser ideologischen Differenzen wurde die Vorbereitung des technischen und literarischen Drehbuchs in Angriff genommen. Das Ziel war weniger ein hochkünstlerisches Werk, sondern vielmehr die Feier der Gründung der Kommunistischen Partei der Tschechoslowakei. Dementsprechend empfahl der Filmrat, Olbrachts Originalroman zu ändern, da seiner Meinung nach die politischen Konsequenzen der geschilderten Ereignisse von 1920 nicht ausreichend entwickelt waren.<sup>121</sup>

Der Film sollte von Karel Steklý, einem viel beschäftigten Regisseur, inszeniert werden. Es gibt Hinweise darauf, dass er keine Angst hatte, den Vorschlag zur Anpassung des Films zu kritisieren, der vom regionalen Ausschuss der Kommunistischen Partei kam.<sup>122</sup> Diese Kritik schien seiner Karriere nicht zu schaden, da viele seiner Werke, wie *Der brave Soldat Schwejfk* (*Dobryj voják Švejk*) von 1956 oder *Ich melde gehorsam* (*Poslušně hlásím*) von 1957, in den tschechoslowakischen Kinos und später auch im Fernsehen populär wurden.<sup>123</sup>

Auch die Besetzung des Films erhielt viel Aufmerksamkeit. Durch erfolgreiche Probeaufnahmen wurde Marie Tomášová, damals Studentin an der Schauspielabteilung der Akademie der Musischen Künste, für die Rolle des Dienstmädchens Anna ausgewählt. Die Rolle des Gießers Toník sollte ursprünglich von Gustav Haverla vom Theaterstudio D 49

---

<sup>119</sup> Nationales Filmarchiv, Filmrat-Fonds, Aktenzeichen 2/1/46//1, Karteinummer 6.

<sup>120</sup> Ebd.

<sup>121</sup> Nationales Filmarchiv, Filmrat-Fonds, Aktenzeichen 2/1/46//2, Karteinummer 6.

<sup>122</sup> Nationales Filmarchiv, Filmrat-Fonds, Aktenzeichen 2/2/56//2, Karteinummer 10

<sup>123</sup> Opěla, 2001, S. 28–29.

gespielt werden, doch er wurde später durch Josef Bek ersetzt.<sup>124</sup> Der Film wurde schließlich Ende 1952 größtenteils in Prag gedreht. Die feierliche Premiere fand im Februar 1953 statt, aber der Autor der Vorlage, Ivan Olbracht, erlebte diese nicht mehr, da er im selben Jahr verstarb. Es wird jedoch angenommen, dass er an einigen Arbeitsscreenings teilgenommen habe.<sup>125</sup>

Die Filmadaption wurde im Vergleich zum Originalroman angepasst, um das damalige Regime besser darzustellen. Anna, ein armes, junges Mädchen vom Lande, kommt nach Prag, um in der reichen Familie des Bauunternehmers Rubeš als Dienstmädchen zu arbeiten. Sie lernt Toník kennen, einen Gießer aus dem Stahlwerk und aktives Mitglied der Sozialdemokraten. Er und seine Kameraden (vor allem die lebensfrohe Máňa) bringen Anna bei, gegenüber ihrem Arbeitgeber unabhängiger zu sein und klären sie über den Klassenkampf und Kommunismus auf. Ein Jahr vergeht. Es gibt eine tiefe Spaltung in der Sozialdemokratie. Der linke Flügel orientiert sich an dem kommunistischen russischen Modell. Der rechte Flügel ist kompromissbereit und unterstützt die bürgerliche Politik. In einer Zeit großer politischer Auseinandersetzungen verliert Anna unter einem belanglosen Vorwand ihre Stelle als Dienstmädchen. Zu dieser Zeit bittet Toník um ihre Hand. Anna lebt daraufhin mit ihm in einer Armenkolonie. Später finden sie eine kleine Wohnung. Anna erwartet ein Kind und ihr Glück wird nur durch die Angst um ihren Mann getrübt, der an allen Demonstrationen aktiv teilnimmt. Umsonst bittet sie ihn, mit ihr zu Hause zu bleiben. Toník fühlt sich dem Klassenkampf und seinen Idealen verpflichtet. Doch dann sieht auch Anna ein, dass das Gemeinwohl und soziale Gerechtigkeit nur durch Klassenkampf zu erreichen sind und dass diese Ideale mehr wiegen als ihr Privatglück. Sie weiß nun, wo ihr Platz ist, und während des Generalstreiks, zu dem die linken Arbeiter aufgerufen haben, marschiert sie bei der Massenversammlung neben Toník.<sup>126</sup>

Der Film enthält viele erklärende Passagen, die dem didaktischen Zweck dienen. Diese Passagen konkurrieren jedoch mit der eigentlichen Geschichte und führen zu einer unpersönlichen Darstellung, ähnlich einer Lehrbroschüre. Besonders die langen und monologartigen Reden in Versammlungen verlangsamen den Handlungsfluss. Die Figur

---

<sup>124</sup> Nationales Filmarchiv, Filmrat-Fonds, Aktenzeichen 2/1/66//2, Karteinummer 7.

<sup>125</sup> Taussig, 1981, S. 109.

<sup>126</sup> Opěla, 2001, S. 28–29.

Toník verkörpert am deutlichsten diese unpersönliche Tendenz, da er als beispielhafter Held und Norm für das Verhalten eines klassenbewussten Proletariers dargestellt wird. Sein Charakter weist nur wenige individualisierende Merkmale auf; sogar in der literarischen Vorlage lässt sich keine Beschreibung seines Aussehens außer einem Detail, nämlich seiner blauen Augen finden. Seine Eigenschaften werden vor allem durch sein Klassenbewusstsein dargestellt, was die Individualisierung der Figur minimiert – er ist in erster Reihe ein Klassen- und Parteiangehöriger. Dies sollte die Zuschauer für die kommunistischen Ideen gewinnen und das Kollektivbewusstsein, Unterordnungsbereitschaft und Selbstaufgabe glorifizieren.

Im Gegensatz zu Toník steht die Figur Anna, die das persönliche und vertrauliche Element in die Geschichte bringt. Anna wird als einfache, durchschnittliche Frau aus dem Lande dargestellt, die für das Wohl ihrer Familie sorgen muss und auch typisch weibliche Schwächen zeigt. Pavel Fraenkl schreibt in seiner Buchkritik, dass Anna leider keine russische Revolutionärin – also marxistisch bewusst, emanzipiert, frei und Verkünderin freier Liebe sei.<sup>127</sup> Anna besitzt diese Eigenschaften nicht, da sie dem Zielpublikum des Films als eine nächstliegende Figur präsentiert wird: eine gewöhnliche Frau, die mit alltäglichen Herausforderungen konfrontiert ist.

Die letzte Szene erinnert auffällig an die Schlussszenen von *Kolberg* und *Die große Liebe* zugleich – als ob sich die Filmemacher von den NS-Filmen inspirieren ließen. Genauso wie Hanna und Paul schauen die Protagonisten hoffnungsvoll zum Himmel auf, was wahrscheinlich als ihr Glaube an eine bessere Zukunft zu deuten ist. Sie reihen sich aber gleichzeitig in den jubelnden Massenaufmarsch ein, in die Glaubens- und Kampfgemeinschaft der Arbeiterklasse. In *Kolberg* sehen wir in der Schlussszene auch einen singenden Aufmarsch: mit dem einzigen Unterschied, dass es sich um keine Arbeiter handelt, sondern um die Volksgemeinschaft. Es ist aber durchaus offensichtlich, dass einige filmspezifische Propagandasymbole ideologieübergreifend sind und sowohl vom nationalsozialistischen als auch kommunistischen Regime genutzt wurden.

---

<sup>127</sup> Fraenkl, 1929, S. 108.

## 4.2 Vergleichsanalyse

Nachdem die drei ausgewählten Filme in ihrem historischen Kontext als Propagandawerkzeuge vorgestellt wurden, wenden wir uns nun der Analyse der Parallelen zwischen der nationalsozialistischen und der kommunistischen Propagandasprache zu. In diesem Unterkapitel werden die gemeinsamen Methoden und rhetorischen Strategien untersucht, die beide Regime nutzten, um ihre Ideologien durch das Medium Film zu verbreiten. Obwohl diese Ideologien auf den ersten Blick als scheinbar gegensätzlich wahrgenommen werden können, lassen sich erstaunliche Gemeinsamkeiten in den rhetorischen Strategien, narrativen Mustern und propagandistischen Zielen feststellen. Die Analyse dieser Ähnlichkeiten anhand der gewählten Filme ermöglicht es, die universellen Merkmale der Propagandasprache zu erkennen, die über ideologische Grenzen hinweg wirken.

Die Filme *Kolberg* und *Die große Liebe* aus dem nationalsozialistischen Deutschland sowie *Das Mädchen Anna* aus der Tschechoslowakei fungieren als exemplarische Fallstudien, die es erlauben, die spezifischen Wege der Sprachmanipulation und -instrumentalisierung zu erklären.

Die vorliegende Analyse wird sich auf vordefinierte Kategorien konzentrieren, um die Propagandasprache in den ausgewählten Filmen zu untersuchen. Diese Kategorien umfassen die Konzepte von:

- 1) Glaubens- und Kampfgemeinschaft
- 2) Unterordnung und Disziplin
- 3) Einsatzwillen und Kampflust

Erstens, die Kategorie Glaubens- und Kampfgemeinschaft beleuchtet, wie beide Regime die Idee einer vereinten Gemeinschaft propagierten, die durch einen gemeinsamen Glauben und das Streben nach einem gemeinsamen Ziel verbunden ist. Diese Gemeinschaft war nicht nur eine ideologische Konstruktion, sondern diente auch dazu, ein Gefühl der Solidarität und des Zusammenhalts zu erzeugen, das für die Gewinnung der Massen entscheidend war.



Zweitens, die Kategorie Unterordnung und Disziplin untersucht, wie die Filme die Bedeutung von Gehorsam und Disziplin innerhalb der Gemeinschaft darstellten. Sowohl der Nationalsozialismus als auch der Kommunismus betonten die Notwendigkeit, persönliche Wünsche und Bedürfnisse zugunsten des Kollektivs und der höheren Ideale zurückzustellen. Diese Filme illustrieren, wie wichtig es war, dass Individuen ihre persönlichen Ambitionen aufgaben und sich der Disziplin der Gemeinschaft unterordneten.

Drittens, die Kategorie Einsatzwillen und Kampflust analysiert, wie die Bereitschaft zum Kampf und zum persönlichen Opfer in den Filmen dargestellt wird. Diese Kategorie ist besonders relevant, da sie zeigt, wie die Regime die individuelle Kampflust und den Einsatzwillen förderten, um ihre politischen und militärischen Ziele zu erreichen. Durch die Darstellung von Helden, die bereit waren, ihr Leben für die Sache zu opfern, versuchten die Filme, die Zuschauer zu inspirieren und zu motivieren.

Diese drei Kategorien bieten einen umfassenden Rahmen, um die propagandistischen Elemente in den Filmen zu analysieren und zu verstehen, wie beide Regime Filme als Werkzeuge der Ideologie und Massenbeeinflussung nutzten. Durch die systematische Analyse werden Einblicke in die Art und Weise gewonnen, wie diese Filme subtile Botschaften vermitteln und bestimmte Ideale fördern, um die Zuschauer in einen gewünschten Denk- und Handlungsrahmen zu lenken.

#### **4.2.1 Glaubens- und Kampfgemeinschaft**

Die Glaubens- und Kampfgemeinschaft bildete ein zentrales Ideal in der nationalsozialistischen Propaganda, das darauf abzielte, ein kollektives Bewusstsein der Einheit und des gemeinsamen Ziels zu schaffen. Diese Gemeinschaft sollte unter anderem die Gewinnung der Massen für die Verwirklichung des vermeintlichen Endziels ermöglichen. In diesem Kontext spielte die Sprache eine entscheidende Rolle, indem sie die Vorstellung von einer starken, homogenen und unerschütterlichen Gemeinschaft konstruierte und verbreitete.<sup>128</sup>

Eine der prominentesten Strategien bestand darin, wiederholt Schlagworte und Phrasen zu verwenden, die die Vorstellung von Zusammengehörigkeit und gemeinsamem

---

<sup>128</sup> Loiperdinger, 1987, 121–152.

Ziel betonten. Diese Begriffe wurden in vielfältigen Kontexten eingeflochten, sei es in Reden von Führungspersonen, in Zeitungsartikeln oder eben auch in Propagandafilmen. Die Wiederholung diente dazu, eine konstante Präsenz dieser Ideale im Bewusstsein der Menschen zu gewährleisten und sie emotional zu verankern.<sup>129</sup> In *Kolberg* sind es beispielshalber die Wörter *Volk, Vaterland, Reich, Chance, Feinde*. Dadurch wird auch eine klare Grenze zwischen Wir-Identität und Die-Identität gezogen.

In der nationalsozialistischen Propaganda manifestierte sich die Glaubens- und Kampfgemeinschaft durch die ständige Betonung der *Volksgemeinschaft*.<sup>130</sup> Diese Gemeinschaft wurde als homogen und untrennbar dargestellt, wobei individuelle Interessen und Unterschiede zugunsten des größeren Ziels zurückgestellt wurden. Schlagworte wie Ein Volk, ein Reich, ein Führer wurden ständig wiederholt, um die Idee einer einheitlichen, unerschütterlichen Gemeinschaft zu propagieren. Durch die Verwendung dieser Phrasen in Reden, Zeitungsartikeln und Filmen wurde das Konzept tief im Bewusstsein der Menschen verankert.<sup>131</sup>

Ähnlich wurde in der kommunistischen Propaganda der Tschechoslowakei die Idee der kollektiven Gemeinschaft betont. Hier stand jedoch die Arbeiterklasse im Mittelpunkt der Propaganda. Begriffe wie *proletarische Einheit* und *sozialistische Brüderlichkeit* wurden verwendet, um die Idee zu vermitteln, dass alle Mitglieder der Gesellschaft gemeinsam für das Wohl des Staates und die Errichtung des Sozialismus kämpfen. Die Propaganda betonte die Gleichheit und Solidarität aller Arbeiter und setzte diese in den Kontext eines gemeinsamen Kampfes gegen Klassenfeinde und imperialistische Bedrohungen.<sup>132</sup>

Sprachlich wurde die Glaubens- und Kampfgemeinschaft in beiden Regimes durch die Verwendung von kollektivierenden Pronomen und Ausdrücken betont. Phrasen wie wir alle, unsere Gemeinschaft und gemeinsamer Kampf waren allgegenwärtig und dienten dazu, das Individuum in die kollektive Identität zu integrieren. Diese Sprache schuf ein Gefühl der

---

<sup>129</sup> Kämper, 2019, S. 17–20. Bzw. vgl. Schmitz-Berning, 1998.

<sup>130</sup> Schmitz-Berning, 1998, S. 642–671.

<sup>131</sup> Hoffmann, 1988, S. 103.

<sup>132</sup> Fidelius, 1998, S. 1–35.

Zusammengehörigkeit und der gemeinsamen Verantwortung, das für die Einbringung der Bevölkerung entscheidend war.<sup>133</sup>

Auch die Darstellung von Führungsfiguren spielte eine wichtige Rolle bei der Vermittlung der Glaubens- und Kampfgemeinschaft. Im Nationalsozialismus wurde Adolf Hitler als der oberste Führer und Symbol der Einheit und Stärke dargestellt. Seine Reden und öffentlichen Auftritte wurden genutzt, um die Vorstellung zu stärken, dass er der Anführer der gemeinsamen Sache ist. In der kommunistischen Tschechoslowakei wurden ähnliche Taktiken angewendet, wobei Führungsfiguren wie Klement Gottwald und andere prominente Kommunisten als Verkörperung des proletarischen Kampfes und der Einheit der Arbeiterklasse dargestellt wurden.<sup>134</sup>

Visuelle Elemente wie Plakate und Filme trugen ebenfalls zur Verbreitung der Idee der Glaubens- und Kampfgemeinschaft bei. Bilder von Menschenmassen, die gemeinsam marschieren, arbeiten oder feiern, wurden verwendet, um die Stärke und Einheit der Gemeinschaft zu zeigen. Diese Darstellungen schufen ein visuelles Symbol für die propagierte Einheit und den gemeinsamen Kampf und verstärkten die Botschaft der Propaganda.<sup>135</sup>

Nun, da die Bedeutung und die sprachlichen Mittel der Glaubens- und Kampfgemeinschaft in totalitären Regimen dargestellt wurden, werden im Folgenden die drei ausgewählten Filme aus der Perspektive dieses Konzepts analysiert. Dabei wird anhand konkreter Zitate und Szenen untersucht, wie die Propaganda in den Filmen die Idee einer kollektiven Gemeinschaft und eines gemeinsamen Ziels vermittelt. Dies wird einen Vergleich der nationalsozialistischen und kommunistischen Propagandastrategien ermöglichen und aufzeigen, wie diese in den jeweiligen Filmen umgesetzt wurden.

Eine zentrale Methode zur Vermittlung der Glaubens- und Kampfgemeinschaft im Film *Die große Liebe* ist die Verwendung von Liedern, die sowohl innerhalb des Films als auch in der Realität eine starke propagandistische Wirkung entfalten. Ein prominentes Beispiel ist das Lied *Davon geht die Welt nicht unter*, das von der Protagonistin Hanna vor

---

<sup>133</sup> Bork, 1970, S. 60–77.

<sup>134</sup> Fidelius, 1998, S. 9–10.

<sup>135</sup> Aujezdský, 2019, S. 58–65.

verwundeten Soldaten in Paris gesungen wird. Die Szene zeigt, wie die Soldaten mitsingen und schunkeln, was das Publikum in eine im Gleichklang agierende Masse verwandelt:

Davon geht die Welt nicht unter

Sieht man sie manchmal auch grau

Einmal wird sie wieder bunter

Einmal wird sie wieder himmelblau.<sup>136</sup>

Zusammen mit *Ich weiß, es wird einmal ein Wunder gescheh'n* wurde *Davon geht die Welt nicht unter* zu einem der erfolgreichsten Schlager der NS-Zeit. Diese Lieder wurden zu wichtigen Mitteln der Propaganda, um eine optimistische und hoffnungsvolle Stimmung zu erzeugen, selbst in Zeiten größter Not. Sie dienten dazu, die Glaubens- und Kampfgemeinschaft zu stärken, indem sie die Menschen ermutigten, an den Sieg und eine bessere Zukunft zu glauben, trotz der Schwierigkeiten und Verluste des Krieges.

Es waren nicht nur Lieder, die die Idee einer Glaubens- und Kampfgemeinschaft zur Sprache brachten. Manchmal wurde dieses Konzept in der Propagandasprache viel direkter angesprochen, so wie im folgenden Dialog zwischen Paul und Hanna. Paul wird noch am Polterabend an die Front zurückbeordert, und die Hochzeit muss verschoben werden. Hanna nimmt daraufhin ein weiteres Konzertangebot in Rom an, in der Hoffnung, ihren Verlobten dort zu sehen. Dieser hat erneut drei Wochen Heimaturlaub erwirkt, doch anstatt des erhofften Wiederfindens und der Stabilisierung der Liebe kommt es zum Zerwürfnis. In der Hotellobby nämlich trifft Paul einen Vorgesetzten, der bei ihm einen Stimmungswandel auslöst:

Paul: Ich habe einen Kameraden getroffen, einen Offizier vom Stab, der hat mir angedeutet, dass es richtiger wäre, wenn ich mich meiner Staffel wieder zur Verfügung stellen würde.

Hanna: So, das hat er angedeutet. Und warum, wenn ich fragen darf?

Paul: Das hat er mir nicht gesagt.

Hanna: Er hat es dir nur so – angedeutet, ja?

Paul: Ja, der hat mir auch einen Platz in der Kuriermaschine besorgt.

Hanna: Und jetzt fährst du einfach, ohne Begründung, ohne Befehl, und ich habe mich mit der Tatsache abzufinden.

---

<sup>136</sup> Die große Liebe, Hanna singt vor dem Publikum.

Paul: Hanna! Für jede Stunde, die ich nicht bei meiner Staffel bin, muss ein Kamerad für mich einspringen. Und gerade jetzt. Hanna! Ich bitte dich, quäle mich doch nicht. Es fällt mir auch verdammt schwer, aber du musst doch einsehen!

Hanna: Nein, seh' ich nicht ein! Ich kann es nicht mehr ertragen!

Paul: Was hast du denn schon zu ertragen! Dass ich immer nur wenig Zeit für dich habe? Dass unsere Hochzeit verschoben werden musste?

Hanna: Und das ist nichts? Paul! Warte doch ab, bis man dich ruft. Du weißt doch gar nicht, ob man dich wirklich braucht.

Paul: Doch, das weiß ich. Ich will wieder weg, ich will zu meinen Kameraden.<sup>137</sup>

In diesem Dialog wird die Idee der Kampfgemeinschaft durch mehrere sprachliche Mittel und rhetorische Techniken vermittelt. Pauls Aussagen betonen die starke Bindung und das Verantwortungsgefühl gegenüber seiner Einheit, was sich in seinen wiederholten Verweisen auf Kameraden und Staffel widerspiegelt. Indem er sagt: Für jede Stunde, die ich nicht bei meiner Staffel bin, muss ein Kamerad für mich einspringen, unterstreicht er die Bedeutung der Solidarität und des gegenseitigen Beistands innerhalb der Truppe. Diese Aussage zeigt, dass die individuelle Pflicht und das kollektive Wohl eng miteinander verknüpft sind.

Der Gebrauch des Wortes *Kamerad* hebt die enge Beziehung und den Zusammenhalt unter den Soldaten hervor. Pauls Aussage: Ich will wieder weg, ich will zu meinen Kameraden verdeutlicht, dass seine Zugehörigkeit zur Kampfgemeinschaft und seine Loyalität gegenüber seinen Mitstreitern einen zentralen Teil seiner Identität ausmachen. Diese Art der Rhetorik soll nicht nur die Figuren im Film, sondern auch das Publikum an die Bedeutung von Gemeinschaft und kollektiver Verantwortung erinnern.

Hannas Unverständnis und emotionaler Ausbruch stehen im starken Kontrast zu Pauls rationalem Pflichtbewusstsein und seiner Hingabe zur militärischen Gemeinschaft. Dieser Gegensatz verstärkt die Propagandabotschaft, indem er zeigt, dass persönliche Wünsche und individuelle Beziehungen hinter den Anforderungen der Kampfgemeinschaft zurückstehen müssen.

Die Idee einer Volksgemeinschaft wurde nicht nur in ernster, pathetischer Weise vermittelt, wie in der vorherigen Leseprobe, sondern auch mit etwas Humor. Ein treffendes Beispiel hierfür ist eine Szene, in der Paul zu Besuch bei Hanna ist und plötzlich der

---

<sup>137</sup> Die große Liebe, Streitgespräch zwischen Hanna und Paul.

Fliegeralarm ertönt. Gemeinsam mit den anderen Hausbewohnern begeben sie sich in den Luftschutzkeller, wo sie einige Stunden verbringen. Paul hat echte Kaffeebohnen dabei und kocht Kaffee für alle. Im Keller herrscht eine gemütliche, zufriedene Atmosphäre, als ob draußen keine Bomben fielen. In diesem Kontext entfaltet sich der folgende Dialog:

Paul: Liebe Hausgemeinschaft, ich darf Sie alle zu einer Tasse Bohnenkaffee einladen.

[...]

Hanna: Was? Richtiger Bohnenkaffee?

Paul: Ich weiß nur nicht, ob derjenige den Kaffee gern allen hier spendet.

Hanna: Da muss ich aber sagen, das finde ich ja merkwürdig. Haben wir eine Volksgemeinschaft oder nicht?

Paul: Wenn Sie das meinen.

Hanna: Das tue ich.

Als Hanna feststellt, daß es sich um ihre Kaffeebohnen handelt, behält sie den Rest für sich und bemerkt: „Ja, soweit geht nun eine Volksgemeinschaft doch nicht!“

In diesem humorvollen Dialog wird die Idee der Volksgemeinschaft in einer alltäglichen, fast beiläufigen Weise thematisiert. Hanna fragt rhetorisch: „Haben wir eine Volksgemeinschaft oder nicht?“ Damit will sie betonen, dass die Gemeinschaft im Luftschutzkeller tatsächlich als Einheit handeln sollte. Durch den humorvollen Ton wird die Propagandabotschaft jedoch aufgelockert und menschlicher gemacht, was sie für das Publikum zugänglicher und nachvollziehbarer macht.

Die rhetorische Frage und die Ironie in Hannas letzter Bemerkung dienen dazu, die Grenzen der Gemeinschaft zu verdeutlichen und gleichzeitig die Idee zu normalisieren. Diese Darstellung trägt dazu bei, die ideologische Vorstellung einer geeinten, solidarischen Nation zu verankern, ohne dabei die Ernsthaftigkeit der Kriegspropaganda zu verlieren. Durch die humorvolle Einbettung der Propagandabotschaft wird das Konzept der Volksgemeinschaft nicht nur als heroisches Ideal, sondern auch als praktisches, alltägliches Verhalten präsentiert.

Die Darstellung der Glaubens- und Kampfgemeinschaft in *Kolberg* und *Die große Liebe* unterscheidet sich wesentlich, was auf den unterschiedlichen Entstehungskontext beider Filme zurückzuführen ist. *Kolberg* wurde gegen Ende des Zweiten Weltkriegs

produziert, als die nationalsozialistische Propaganda verzweifelt versuchte, den Durchhaltewillen der deutschen Bevölkerung zu stärken. Die Betonung lag hier auf heroischem Widerstand und Opferbereitschaft bis zum letzten Mann. Die Sprache in *Kolberg* ist deutlich martialischer und pathetischer, wie in den Dialogen zwischen Nettelbeck und Gneisenau, die die bedingungslose Verteidigung der Stadt und den unbedingten Kampfwillen hervorheben.<sup>138</sup>

Im Gegensatz dazu wurde *Die große Liebe* in einer früheren Kriegsphase gedreht, als der Ausgang des Krieges noch ungewiss war und die Propaganda eher darauf abzielte, die Heimatfront moralisch zu unterstützen und eine positive Sicht auf den Krieg zu vermitteln. Hier ist die Sprache sanfter und fokussiert stärker auf persönliche Opfer und die emotionale Unterstützung zwischen den Daheimgebliebenen und den Soldaten. In den Dialogen zwischen Hanna und Paul wird die Glaubens- und Kampfgemeinschaft durch die Betonung von Zusammenhalt und gegenseitiger Unterstützung im Angesicht der Trennung und des Krieges vermittelt.<sup>139</sup>

Insgesamt zeigt sich, dass *Kolberg* eine direktere und dringlichere Ansprache verwendet, um eine kämpferische Gemeinschaft zu mobilisieren, während *Die große Liebe* die Einheit und den Zusammenhalt durch persönliche Beziehungen und moralische Unterstützung hervorhebt. Die unterschiedliche Rhetorik spiegelt die jeweiligen Ziele und die Dringlichkeit der Propaganda in den verschiedenen Kriegsphasen wider.

Die Kategorie *Glaubens- und Kampfgemeinschaft* spielt eine zentrale Rolle in der Propagandasprache des Films *Kolberg*. Der Film beginnt mit einer eindrucksvollen Rahmenszene, in der der preußische König Friedrich Wilhelm III. und Generalmajor August Neidhardt von Gneisenau in Breslau diskutieren. Diese Szene spielt eine entscheidende Rolle in der Darstellung der Kampf- und Glaubensgemeinschaft und nutzt spezifische sprachliche Mittel, um diese Ideale zu vermitteln:

Gneisenau: Ich bitte Eure Majestät im Namen aller Generale, einen Aufruf an unser Volk zu richten.

Friedrich Wilhelm III.: Aufruf? Was, äh...für einen Aufruf?

---

<sup>138</sup> Paret, 1994, S. 433–448.

<sup>139</sup> Loiperdinger und Schönekeas, 1991, S. 143–149.

Gneisenau: Einen Aufruf an Ihr Volk, Majestät. Einen Aufruf zum Kriege, der auf den Straßen, auf den Plätzen angeschlagen wird und in den Zeitungen erscheint. Die Stunde ist da.

Friedrich Wilhelm III.: Aufruf zum Kriege? An das Volk? Wieso an das Volk? Ist Sache der Armee, Gneisenau!

Gneisenau: Sehr wohl, Majestät, aber das Volk wird die Armee sein. Das ganze Volk. Schauen Majestät da hinaus. Das Volk steht auf, der Sturm bricht los. Ja, Majestät.

In diesem Dialog manifestiert sich die Idee der Kampf- und Glaubensgemeinschaft in mehreren sprachlichen Aspekten. In der direkten Ansprache und der Betonung kollektiver Verantwortung beginnt Gneisenau mit einer formellen, aber dringlichen Bitte: Hierbei wird deutlich, dass er nicht nur für sich selbst spricht, sondern im Namen einer gesamten Gruppe von Autoritätspersonen (Generale). Dies unterstreicht die kollektive Verantwortung, die von den Generälen auf das Volk übertragen werden soll.

Die Verbindung von Volk und Armee wird durch die wiederholte Verwendung des Wortes *Volk* zentral. Indem Gneisenau betont, dass der *Aufruf an das Volk* gerichtet ist, verschiebt er die Verantwortung für den Krieg von einer rein militärischen auf eine zivile Ebene, wodurch das gesamte Volk in den Krieg einbezogen wird. Diese Idee wird weiter verstärkt, als Gneisenau erklärt: „Das Volk wird die Armee sein. Das ganze Volk.“ Hier wird eine vollständige Verschmelzung von Zivilisten und Soldaten suggeriert, was das Konzept einer Kampfgemeinschaft.

Bildhafte Sprache wird verwendet, um die Botschaft zu verstärken: „Das Volk steht auf, der Sturm bricht los.“ Diese Metaphern suggerieren eine kraftvolle und unvermeidliche Bewegung, die das gesamte Volk erfasst. Der Sturm ist ein Symbol für den kollektiven Aufstand und die entschlossene Aktion des Volkes. Dies schafft ein Bild von Einheit und Entschlossenheit, das die Kampfbereitschaft und den Zusammenhalt einer festen Volksgemeinschaft betont.

Der Dialog zeigt auch einen deutlichen Kontrast zwischen der anfänglichen Zurückhaltung des Königs und der Entschlossenheit des Generals. Die skeptische Haltung des Königs spiegelt eine traditionelle Sichtweise wider, die den Krieg als exklusive Aufgabe der Armee betrachtet. Gneisenau hingegen betont die Notwendigkeit, das gesamte Volk einzubeziehen, was eine modernere, populistische Herangehensweise an den Krieg darstellt.



Insgesamt vermittelt dieser Dialog nicht nur die Dringlichkeit und Notwendigkeit des Krieges, sondern auch die Idee, dass jeder Einzelne Teil einer größeren, kollektiven Anstrengung ist. Die Sprache von Gneisenau ist darauf ausgelegt, ein starkes Gefühl der Einheit und des gemeinsamen Ziels zu erzeugen, das die Basis für die Kampf- und Glaubensgemeinschaft bildet.

Die NS-Propaganda strebte weiterhin danach, die Idee der Volks-, Glaubens- und Kampfgemeinschaft durch den Ahnenkult und den damit verbundenen Totenkult zu festigen.<sup>140</sup> Dieser Ansatz zielte darauf ab, eine Kontinuität zwischen der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft herzustellen, indem er die Vorstellung eines gemeinsamen Ursprungs und Schicksals betonte. Der Totenkult wurde genutzt, um Gefallene als Märtyrer zu stilisieren, die ihr Leben für die Volksgemeinschaft opferten.<sup>141</sup> Ein Beispiel für diese Propagandatechnik findet sich in der Sprache des Films *Kolberg*, wo der Opfermut der historischen Verteidiger der Stadt in einem Heldenepos verewigt wird:

Gneisenau: Keine Liebe ist heiliger als die Liebe zum Vaterland. [...] Wagt [euren Vätern] zu gleichen, ihr habt ein Beispiel, nun gebt ein Beispiel.<sup>142</sup>

Die Zugehörigkeit zur Volksgemeinschaft basiert in der NS-Ideologie auf den Konzepten von Rasse und Blut. Ein Deutscher zu sein stellt dabei eine Existenzfrage dar, der Kampf wird national begründet:

Gneisenau: Welche Opfer von dem Einzelnen auch gefordert werden mögen, sie wiegen die heiligen Güter nicht auf, für die wir kämpfen und siegen müssen, wenn wir nicht aufhören wollen, Preußen und Deutsche zu sein.<sup>143</sup>

Auch in der kommunistischen Propagandasprache taucht das Wort *Volk* häufig auf, denn die KPTsch wollte ebenfalls ein kollektives Bewusstsein der Einheit und des gemeinsamen Ziels schaffen:

Jandák: Das Volk hat uns sein Vertrauen geschenkt. Das Volk hat sich für unser politisches Programm ausgesprochen, für den Sozialismus!<sup>144</sup>

---

<sup>140</sup> Behrenbeck, 1996, S. 77–194.

<sup>141</sup> Behrenbeck, 1996, S. 265.

<sup>142</sup> Kolberg, Gneisenaus Rede.

<sup>143</sup> Ebd.

<sup>144</sup> Das Mädchen Anna; Kundgebung-Rede.

Die Volkszugehörigkeit und damit auch die Wir-Identität beruhten allerdings nicht auf der ethnischen Herkunft, sondern auf der Zugehörigkeit zur Arbeiterklasse. Der Feind wird dementsprechend nicht national definiert: in *Kolberg* sind es die Franzosen, in *Die große Liebe* die Russen, in *Das Mädchen Anna* ist es das reaktionäre Bürgertum und die Kapitalisten:

Máňa: Du brauchst keine Angst vor den Bolschewiken zu haben, sie sind alle guten Menschen. Ich bin auch Bolschewikin.

Anna: Du auch?

Máňa: Bolschewik ist jeder, der sich nicht scheut, mit solchen feisten Spießern wie deinem Bauunternehmer zu kämpfen. Ich mag die Freiheit lieber als einen Gänsebraten!<sup>145</sup>

Ein weiteres Instrument der sprachlichen Gestaltung bestand darin, die Sprache mit Pathos anzureichern. Durch den Einsatz von emotional aufgeladenen Wörtern und Ausdrücken sollten die Zuschauer in einen Zustand der Begeisterung, des Eifers und der Loyalität versetzt werden. Die Sprache der Propaganda vermittelte nicht nur Informationen, sondern beeinflusste auch die Gefühle und Einstellungen der Rezipienten. Hierbei spielte die Verwendung von Superlativen, metaphorischer Sprache und dramatischer Rhetorik eine bedeutende Rolle, um das Ideal der Glaubens- und Kampfgemeinschaft als höchstes Gut darzustellen.<sup>146</sup> So sagt geradezu überschwänglich der große Sieger von Kolberg, Major Gneisenau, mit einer ekstatischen Miene:

Gneisenau: [...] wenn der Bürger wieder aufsteht, das Volk aufsteht, Majestät, dann ist es beseelt von jener geheimnisvollen Kraft!<sup>147</sup>

Ebenso pathetisch und schwülstig wirkt allerdings manchmal auch die Sprache der Protagonisten in *Das Mädchen Anna*. Offensichtlich ist auch die die Bevorzugung des Wortesprechens statt des Satze-Sprechens und die Aneinanderreihung von Schlagwörtern und Superlativen. Das Arbeitervolk soll sich zusammenschließen und der schönen neuen Welt entgegentreten:

Wie ist es dort [in Russland]? Ich antworte klar und deutlich. Ich komme aus einer neuen Welt. Es kommt ein anderer Mensch. Was in Russland geschieht, ist großartig. Erstaunlich! Vernünftig!

---

<sup>145</sup> *Das Mädchen Anna*; Gespräch zwischen Anna und Máňa.

<sup>146</sup> Kämper, 2019, S. 17–20. Bzw. vgl. Schmitz-Berning, 1998.

<sup>147</sup> Kolberg; Gneisenau zum preußischen König.

Notwendig! Und unbesiegbar! Eine neue Ordnung der Dinge wird geboren! Ich komme aus Russland mit einem unerschütterlichen Glauben an den Sieg des Sozialismus.<sup>148</sup>

Nicht zu vernachlässigen ist auch die Rolle der Bildsprache und Musik in Verbindung mit der Sprache. Propagandafilme zeigten Bilder von Menschen, die gemeinsam in uniformer Gleichheit standen, jubelten, sangen und marschierten. Diese visuelle Darstellung verstärkte die sprachlichen Botschaften und vermittelte ein Bild von Einheit und Solidarität. Eingängige Melodien mit einprägsamen Texten verstärkten die Vorstellung von einer unzertrennlichen Gemeinschaft im Dienste eines höheren Ziels. In *Kolberg* sehen wir in der Schlusssequenz einen Massenaufmarsch, tausende Menschen singen einstimmig im Chor *Das Bundeslied vor der Schlacht*. In *Das Mädchen Anna* singen die marschierenden Arbeiter ein ähnliches Lied:

Nun, Brüder, lasst uns Hand in Hand schreiten,  
mächtig in der Reihe, vereint wie ein Fluss,  
wie ein Strom, der unaufhaltsam stürmt,  
müssen wir unser Ziel erreichen.<sup>149</sup>

Der Liedtext nutzt mehrere sprachliche Mittel, um die Bedeutung der Glaubens- und Kampfgemeinschaft hervorzuheben. Zunächst wird durch die Anrede *Brüder* ein starkes Gefühl der Zusammengehörigkeit geschaffen. Das Wort *Brüder* impliziert eine enge, fast familiäre Bindung zwischen den Arbeitern, was die Solidarität innerhalb der Gemeinschaft betont.

Die Aufforderung *Hand in Hand* zu schreiten verstärkt dieses Gefühl der Einheit weiter. Durch das Bild des gemeinsamen Marschierens, Hand in Hand, wird die physische Manifestation der Gemeinschaft dargestellt. Dies symbolisiert nicht nur den Zusammenhalt, sondern auch die gemeinsame Bewegung hin zu einem Ziel.

Die Metaphern „mächtig in der Reihe, vereint wie ein Fluss, wie ein Strom, der unaufhaltsam stürmt“ sind besonders kraftvoll. Ein Fluss oder Strom, der unaufhaltsam stürmt, suggeriert eine immense kollektive Kraft und Dynamik. Diese Metaphern betonen die Unaufhaltsamkeit und die Macht der vereinten Arbeiterklasse, die gemeinsam

---

<sup>148</sup> Das Mädchen Anna; Versamlungsrede eines KPTsch-Mitglieds.

<sup>149</sup> Das Mädchen Anna; Rote Fahne [Lied].

voranschreitet und Hindernisse überwindet. Die Zielgerichtetheit der Gemeinschaft wird durch ihre gemeinsamen Ziele klar gemacht. Das Lied verfügt über eine zielgerichtete Dringlichkeit und betont, dass die Arbeiter nicht nur gemeinsam stark sind, sondern auch ein gemeinsames, unvermeidliches Ziel verfolgen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass sowohl die NS-Propaganda als auch die kommunistische Propaganda die Idee der Glaubens- und Kampfgemeinschaft geschickt durch die Verwendung von wiederholten Schlagworten, emotional aufgeladenen Ausdrücken und visuellen Darstellungen in den Köpfen der Menschen verankerten. Die Sprache diente dabei als ein mächtiges Instrument, um eine kollektive Identität zu formen, die auf Loyalität, Zusammengehörigkeit und Opferbereitschaft basierte – allesamt essenzielle Elemente für die Forcierung und Unterstützung der staatlichen Agenda.<sup>150</sup>

#### **4.2.2 Unterordnung und Disziplin**

Unterordnung und Disziplin waren zentrale Werte in der nationalsozialistischen Ideologie, die durch die Propaganda gezielt gefördert wurden, um eine straff organisierte Gesellschaft zu schaffen, die bereit war, dem Führer bedingungslos zu folgen. Die Propagandasprache spielte hierbei eine entscheidende Rolle, indem sie die Vorstellung von Hierarchie, Gehorsam und Pflichterfüllung in den Köpfen der Menschen verankerte.<sup>151</sup>

In diesem Kontext wurden sowohl direkte Appelle als auch subtile rhetorische Mittel genutzt, um die Bevölkerung zur bedingungslosen Unterordnung zu bewegen. Reden und Parolen, die Gehorsam und Pflichtbewusstsein verherrlichten, waren allgegenwärtig und wurden durch die Medien weit verbreitet. Dabei wurde oft ein dualistisches Weltbild gezeichnet, in dem Loyalität und Disziplin als höchste Tugenden galten, während Ungehorsam und Eigeninitiative als Verrat an der Gemeinschaft und am Vaterland gebrandmarkt wurden.<sup>152</sup>

Besonders in Propagandafilmen wie *Kolberg* und *Die große Liebe* wurde die Bedeutung von Disziplin und Unterordnung betont. Diese Filme dienten nicht nur der Unterhaltung, sondern auch der ideologischen Erziehung. Charaktere, die Disziplin und

---

<sup>150</sup> Kämper, 2019, S. 17–20. Bzw. vgl. Schmitz-Berning, 1998.

<sup>151</sup> Vgl. z. B. Bork, 1970, S. 26; 47.

<sup>152</sup> Zimmermann, 1996, S. 103–121.

Gehorsam vorlebten, wurden als Helden dargestellt, während abweichendes Verhalten sanktioniert wurde. Die Filme vermittelten die Botschaft, dass persönliches Glück und individuelle Wünsche dem Wohl der Gemeinschaft und der Erfüllung der nationalen Ziele untergeordnet werden müssen.<sup>153</sup>

Auch in der kommunistischen Propaganda der realsozialistischen Tschechoslowakei spielte die Vorstellung von Disziplin und Unterordnung eine wesentliche Rolle. Hier wurde jedoch der Schwerpunkt stärker auf die kollektive Disziplin und den Gehorsam gegenüber der Partei gelegt. Filme wie *Das Mädchen Anna* illustrierten, wie die Arbeiterklasse durch diszipliniertes und einheitliches Handeln die sozialen und politischen Ziele der Partei unterstützen sollte. Die rhetorischen Mittel und erzählerischen Techniken in diesen Filmen zielten darauf ab, ein starkes Bewusstsein für die kollektive Verantwortung und den Gehorsam gegenüber den Parteiführern zu schaffen.<sup>154</sup>

Die Bedeutung von Disziplin und Unterordnung in beiden ideologischen Systemen war wesentlich für die Aufrechterhaltung der Machtstrukturen. Durch die ständige Wiederholung dieser Werte in verschiedenen Medien, einschließlich Filmen, wurde ein gesellschaftliches Klima geschaffen, in dem Gehorsam und Pflichterfüllung als natürliche und unverzichtbare Tugenden betrachtet wurden.<sup>155</sup> Die Propaganda nutzte eine Mischung aus emotionaler Ansprache und rationaler Argumentation, um die Menschen von der Notwendigkeit und Richtigkeit dieser Werte zu überzeugen:

Gneisenau: [Ich glaube,] dass wir lieber sterben wollen, als unsere Stadt den Feinden übergeben. [...] Wer meiner Meinung ist, der gehe an seinen Platz auf die Wälle, in die Werkstätten, ein jeder an seine Arbeit!<sup>156</sup>

Die Ansprache von Gneisenau an die Bewohner von Kolberg enthält zentrale Elemente der Propagandasprache, die das Konzept von Disziplin und Unterordnung betonen. Zunächst wird durch die Formulierung *Ich glaube, dass wir lieber sterben wollen* ein starkes emotionales Signal gesetzt, das die Bereitschaft zum äußersten Opfer für die Gemeinschaft

---

<sup>153</sup> Loiperdinger, 1987, S. 74.

<sup>154</sup> Janáček, 2006, S. 119–128.

<sup>155</sup> Schmitz-Berning, 2010. *Sprache und Sprachlenkung im Nationalsozialismus* [online]. [Zugriff am: 20.01.2024]. Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/themen/parteien/sprache-und-politik/42752/sprache-und-sprachlenkung-im-nationalsozialismus/>

<sup>156</sup> Kolberg; Gneisenaus Rede ans Volk.

und das Vaterland betont. Hier wird die Idee vermittelt, dass der persönliche Tod weniger bedeutend ist als die kollektive Ehre und das Überleben der Gemeinschaft. Diese rhetorische Technik zielt darauf ab, ein Gefühl der Hingabe und des absoluten Pflichtbewusstseins zu erzeugen, das die individuellen Bedürfnisse und Ängste in den Hintergrund stellt.

Weiterhin benutzt Gneisenau die direkte Ansprache an jeden, der seiner Meinung sei, der gehe „an seinen Platz auf die Wälle, in die Werkstätten, ein jeder an seine Arbeit!“. Diese Aufforderung zur Handlung vermittelt Disziplin durch die klare Zuweisung von Aufgaben und Plätzen, wodurch eine strikte Hierarchie und geordnete Struktur etabliert wird. Die Wiederholung von *an seinen Platz* und *ein jeder an seine Arbeit* verstärkt die Vorstellung, dass jeder Einzelne eine spezifische Rolle und Verantwortung innerhalb der Gemeinschaft hat, die er gewissenhaft zu erfüllen hat.

Der Appell an die Einheit und die gemeinsame Anstrengung („wir lieber sterben wollen“) stärkt das kollektive Bewusstsein und die Bereitschaft zur Unterordnung unter ein gemeinsames Ziel. Hier wird der einzelne Bewohner von Kolberg nicht als isolierte Person betrachtet, sondern als Teil eines größeren Ganzen, dessen Stärke in der disziplinierten und koordinierten Zusammenarbeit liegt.

Durch die Verwendung von Begriffen wie *Wälle*, *Werkstätten* und *Arbeit* werden konkrete und alltägliche Bilder erzeugt, die die Anweisungen greifbar und unmittelbar nachvollziehbar machen. Dies unterstützt die Idee, dass Disziplin nicht nur im militärischen, sondern auch im zivilen Bereich erforderlich ist. Die Sprache schafft somit eine Verbindung zwischen dem Kriegsalltag und dem täglichen Leben der Bürger, wodurch die Disziplin in allen Lebensbereichen als notwendig und selbstverständlich dargestellt wird.

Die NS-Propaganda nutzte eine Vielzahl anderer sprachlicher Strategien, um das Ideal der Unterordnung des Einzelnen und Gehorsam zu betonen. Eine häufig verwendete Technik war die Verwendung von autoritativen Sprachformen, die eine klare Hierarchie zwischen Sprecher und Empfänger etablierten. Führungspersonen wurden oft in einer Weise dargestellt, die ihre Überlegenheit und Macht betonte, was den Eindruck verstärkte, dass

Gehorsam und Unterordnung gegenüber den höheren Autoritäten von größter Bedeutung waren:<sup>157</sup>

Gneisenau: Sie wollen führen und können nicht gehören?! [...] Was wird daraus, wenn jeder nur den Befehl ausführt, den er für richtig hält?!<sup>158</sup>

Zunächst betont der Satz „Sie wollen führen und können nicht gehorchen?!“ die enge Verbindung zwischen Gehorsam und Führungsfähigkeit. Hier wird die Vorstellung propagiert, dass wahre Führungskompetenz nur durch vorheriges Gehorchen und die Akzeptanz der Hierarchie erlangt werden kann. Es impliziert, dass jemand, der nicht bereit ist zu gehorchen, auch nicht in der Lage sein wird, effektiv zu führen. Diese rhetorische Technik dient dazu, Disziplin als eine Voraussetzung für Führung darzustellen und somit Gehorsam als erstrebenswert und notwendig zu etablieren.

Die rhetorische Frage „Was wird daraus, wenn jeder nur den Befehl ausführt, den er für richtig hält?!“ verwendet ein hypothetisches Szenario, um die Notwendigkeit strikter Befehlsstreue zu verdeutlichen. Durch die Betonung auf „jeder nur den Befehl ausführt, den er für richtig hält“, wird ein Bild von Chaos und Unordnung erzeugt. Diese Formulierung stellt die Konsequenzen von mangelndem Gehorsam dar und fördert die Idee, dass individuelles Handeln ohne Rücksicht auf Befehle die kollektive Anstrengung untergraben würde. Es wird vermittelt, dass die Einhaltung der Befehlskette unerlässlich ist, um das Ziel der Gemeinschaft zu erreichen.

Zusätzlich wird durch die Betonung der Begriffe *führen* und *gehören* die Dichotomie zwischen Führern und Geführten hervorgehoben. Diese klare Trennung unterstützt die Vorstellung einer geordneten Gesellschaft, in der jeder seine vorbestimmte Rolle spielt und durch Disziplin zur Stabilität und Stärke der Gemeinschaft beiträgt. Die rhetorische Frage am Ende des Zitats verstärkt diese Vorstellung, indem sie das Publikum dazu bringt, die negativen Folgen von mangelnder Disziplin und Unterordnung selbst zu reflektieren.

Die Sprache in diesem Zitat verwendet zudem ein autoritäres und forderndes Register, das die Hierarchie und die Notwendigkeit von Gehorsam unterstreicht. Gneisenaus

---

<sup>157</sup> Vgl. z. B. Bork, 1970, S. 26; 47.

<sup>158</sup> Kolberg; Gneisenau zu Nettelbeck.

Tonfall und Wortwahl erzeugen ein starkes Gefühl der Dringlichkeit und Notwendigkeit, die Disziplin zu wahren und die Befehlskette zu respektieren.

Die Sprache der Propaganda betonte auch die Notwendigkeit der Opferbereitschaft im Dienste des Kollektivs. Dies wurde oft durch die Verwendung von Begriffen wie *Pflicht*, *Opfer* und *Treue* ausgedrückt. Die Idee, dass individuelle Interessen den gemeinsamen Zielen untergeordnet werden müssen, wurde durch emotional aufgeladene Ausdrücke verstärkt, die den Eindruck erweckten, dass das Wohl der Gemeinschaft über allem stand. Auf das Privatglück muss man auch verzichten können, wenn es z. B. der Krieg verlangt: und was die große Liebe erst ausmacht, sind *Verzicht*, *Trennung*, *Opfer*, *geduldiges Warten*. Dies alles wird von der Frau erwartet, der Anspruch des Frontsoldaten Paul wird ganz eindeutig ausgedrückt:

Paul: Ich will wissen, für wen ich zurückkomme, dass da jemand auf mich wartet, auf mich allein, verstehst Du?!<sup>159</sup>

Und die früher ambitionierte Sängerin Hanna nimmt diese Rolle letztendlich gerne ein:

Hanna: Du glaubst gar nicht was ein Tag sein kann. Ein Tag mit dem Menschen, den man liebt. Ich glaub' man braucht gar nicht glücklich zu sein wenn man liebt – wirklich liebt.<sup>160</sup>

Dieses Zitat bietet eine subtile, aber tiefgehende Perspektive auf die Themen Unterordnung und Disziplin im Kontext des Gemeinwohls. Diese Aussage von Hanna spiegelt ihre emotionale Reife und die Bereitschaft wider, persönliche Bedürfnisse und Glück dem größeren Ganzen unterzuordnen.

Im Gegensatz zu den direkten Befehlen und klaren Hierarchien, die in *Kolberg* hervorgehoben werden, verwendet *Die große Liebe* eine persönlichere und emotionalere Sprache, um die gleichen Werte von Disziplin und Unterordnung zu vermitteln. Hannas Aussage zeigt ihre innere Akzeptanz, dass persönliches Glück und individuelle Wünsche hinter den Anforderungen und Verpflichtungen zurückstehen müssen, die der Krieg an sie und ihre Beziehung stellt.

Eine grenzenlose Opferbereitschaft beweist auch die junge Maria in *Kolberg*, die in der Schlacht die ganze Familie und ihr Zuhause verliert. Trotzdem ist sie nach wie vor

---

<sup>159</sup> Die große Liebe; Wendlandt zum anderen Soldaten.

<sup>160</sup> Die große Liebe; Hanna zu ihrem Freund Alexander.



kampfbereit und schaut zuversichtlich in die Zukunft. Nach dem Sieg der Bürger von Kolberg sagt ihr Pate Nettelbeck zu ihr:

Nettelbeck: Du hast alles hergegeben, Maria, was du hattest, aber es war nicht umsonst. Der Tod ist verschlungen in den Sieg, so ist das nun mal. Und das Größte wird immer nur in Schmerzen geboren. Und wenn einer die Schmerzen für uns alle auf sich nimmt, dann ist er groß. [...] Bist ja auch auf deinem Platz geblieben, hast deine Pflicht getan, dich nicht gefürchtet vorm Sterben.

Dieses Zitat veranschaulicht die tief verwurzelte Ideologie von Pflichtbewusstsein und Opferbereitschaft, die von Maria, einer volksnahen und ländlich geprägten Frau, verkörpert wird.

Maria repräsentiert die traditionelle, ländliche Bevölkerung, die sich durch Bodenständigkeit und einfache Tugenden auszeichnet. Ihre Unterordnung und Disziplin manifestieren sich in ihrer Bereitschaft, persönliche Opfer zu bringen und ihre Pflicht zu erfüllen, selbst wenn dies bedeutet, dem Tod ins Auge zu sehen. Marias Handlungen und Worte spiegeln eine tiefe Verwurzelung in der Gemeinschaft und ein starkes Gefühl von Verantwortung wider, das sie motiviert, trotz großer persönlicher Verluste weiterzumachen. Ihre Akzeptanz von *Schmerz* und *Leiden* als notwendige Bestandteile des *Sieges* illustrieren die propagandistische Botschaft von Tapferkeit und Opferbereitschaft für das Gemeinwohl.

Im Vergleich dazu stellt *Die große Liebe* die ambitionierte Sängerin Hanna dar, die ursprünglich als emanzipierte Frau der Weimarer Republik gezeichnet wird. Hanna, die zu Beginn des Films ihre Karriere und persönliche Freiheit schätzt, entwickelt sich im Verlauf der Handlung zu einer Figur, die lernt, persönliche Wünsche und Glück dem größeren Ziel unterzuordnen. Sie akzeptiert, dass wahre Liebe und Hingabe auch das Akzeptieren von *Leid* und *Entbehrung* umfassen können, was eine subtile Art der Propagierung von Disziplin und Unterordnung ist.

Diese unterschiedlichen Darstellungen spiegeln die jeweiligen sozialen und historischen Kontexte der Figuren wider, betonen jedoch gleichermaßen die Bedeutung von Disziplin und Unterordnung im Dienst des größeren Wohlstands und des nationalen Ziels. Während Maria durch ihre Einfachheit und Unerschütterlichkeit beeindruckt, zeigt Hannas Entwicklung die Fähigkeit zur Anpassung und Selbstaufopferung in einer Zeit des Wandels und der Unsicherheit.

Auch in der kommunistischen Propaganda spielen die Ideale von Unterordnung und Opferbereitschaft eine durchaus wichtige Rolle. Der einzelne soll sich allerdings nicht der Autorität des Führers fügen, sondern dem großen Ziel einer kommunistischen Gesellschaft. Die Protagonistin von *Das Mädchen Anna* hat Angst um ihren Ehemann, mit dem sie ein Kind erwartet: der Klassenkampf ist gefährlich, bei den kommunistischen Straßenaufmärschen werden Menschen verletzt oder inhaftiert. Sie verschließt deshalb die Tür und will Toník aus der Wohnung nicht rauslassen:

Anna: Toník, ich flehe dich an, geh nicht!

Toník: Was ist los mit dir? Hast du denn vergessen, wovon wir zusammen geträumt haben? Verstehst du nicht, wofür wir kämpfen?

Anna: Ich weiß das alles. Ich darf dich nicht länger aufhalten. Ich bitte dich nur um eins. Pass auf dich auf. Nicht für mir, nein. Für unsere Zukunft!

Die Protagonistin Anna, die sich Sorgen um das Wohlergehen ihres Ehemannes Toník macht, steht im Konflikt zwischen ihrer Angst um seine Sicherheit und dem Verständnis für die Notwendigkeit des Klassenkampfes. Dieses Dilemma zeigt sich deutlich in ihrem Zitat: „Toník, ich flehe dich an, geh nicht!“ Ihre innere Zerrissenheit und die Angst um ihre Familie spiegeln die menschliche Seite des politischen Kampfes wider.

Toníks Antwort erinnert Anna an ihre gemeinsamen Ideale und Träume von Freiheit und sozialer Gerechtigkeit. Seine Worte betonen die Bedeutung der kollektiven Ziele über persönliche Ängste und verdeutlichen die Propagandabotschaft von Disziplin und Unterordnung unter das Gemeinwohl. Durch diese rhetorische Frage ruft Toník die gemeinsamen Visionen und den Zweck ihres Kampfes ins Gedächtnis, was als Appell an die gemeinsame Sache dient und die persönliche Pflicht unterstreicht.

Annas Erwiderung „Ich weiß das alles. Ich darf dich nicht länger aufhalten. Ich bitte dich nur um eins. Pass auf dich auf. Nicht für mir, nein. Für unsere Zukunft!“ zeigt ihre innere Wandlung. Sie erkennt, dass sie Toník nicht länger zurückhalten kann, weil der Kampf für die Freiheit und Gerechtigkeit wichtiger ist als ihre persönliche Angst. Indem sie ihre eigenen Bedürfnisse und Ängste zurückstellt, unterwirft sie sich der größeren Vision einer gerechten Zukunft, was die Disziplin und Unterordnung unter die kollektiven Ziele verdeutlicht. Annas anfänglicher Widerstand und ihre spätere Akzeptanz zeigen den Konflikt zwischen persönlicher Sicherheit und kollektiver Pflicht. Ihre Veränderung

unterstreicht die propagandistische Botschaft, dass individuelle Opfer notwendig sind, um die kollektiven Ziele zu erreichen.

Durch ihre Unterordnung unter das größere Ziel der Freiheit und sozialen Gerechtigkeit und die Bereitschaft, persönliche Opfer zu bringen, verkörpert Anna die Ideale der Disziplin und Unterordnung, die im kommunistischen Propagandadiskurs zentral sind. Diese narrative Entwicklung betont, dass das individuelle Glück und die persönliche Sicherheit dem Wohl der Gemeinschaft und der Erreichung einer gerechten Gesellschaft untergeordnet werden müssen. Letztendlich wird ihr nämlich klar, dass man für die Freiheit und soziale Gerechtigkeit kämpfen und große Opfer bringen muss.<sup>161</sup>

### **4.2.3 Einsatzwille und Kampfgeist**

Der Einsatzwille und die Kampfgeist waren zentrale Ideale, die in der NS-Propaganda vor allem während des Kriegs verstärkt betont wurden. Sie wurden als notwendig erachtet, um die vermeintlichen Feinde des Reiches zu besiegen und den eigenen Platz in der Welt zu behaupten. In der Propagandasprache wurden Kriegsmetaphern und militärische Termini verwendet, um den Konflikt als eine Art heroischen Kampf darzustellen. Dies sollte das Gefühl der Einheit und des Zusammenhalts in der Bevölkerung stärken.<sup>162</sup>

Die Propagandafilme jener Zeit zeigten oft kraftvolle Bilder von Soldaten, die mit Entschlossenheit in die Schlacht zogen, begleitet von pathetischer Musik und inspirierenden Dialogen, um die Ideale der Kampfgeist und des Opfers für das Vaterland zu vermitteln. Die Nationalsozialistische Propagandamaschinerie versuchte vor allem am Kriegsende verzweifelt, die Bevölkerung weiterhin für den Krieg und den vermeintlichen Endsieg zu mobilisieren, obwohl die Niederlage der deutschen Streitkräfte bereits absehbar war.<sup>163</sup>

Ein Paradebeispiel dafür ist der Durchhaltefilm *Kolberg*, der den Heldenmut und die Beharrlichkeit der Bevölkerung von Kolberg während der napoleonischen Belagerung glorifizierte. Der Film sollte die Zuschauer dazu inspirieren, einen ausgesprochen fanatischen Verteidigungswillen zu entwickeln. Der Film ist dementsprechend voll von Aussagen, die eigentlich das Gleiche meinen: es gebe für das deutsche Volk nur zwei

---

<sup>161</sup> Tibitanzlová, 2001, S. 28–30.

<sup>162</sup> Bialas, 2014, S. 133-172.

<sup>163</sup> Holletz, 1996, S. 59-75.

Möglichkeiten: *Sieg* oder *totale Vernichtung*. Und jeder Volksgenosse solle bis zum Tod kämpfen und durchhalten, um sein Vaterland vor der Vernichtung durch den vordrängenden Feind zu retten:

Maria: Die Bürger von Kolbert wollen sich eher unter den Trümmern begraben lassen, als ihrem König und ihrem Lande untreu werden.<sup>164</sup>

Es genügt, zwei Wörter zu ersetzen, um die verdeckte Botschaft an die deutschen Zuschauer am Kriegsende zu entziffern: Die Bürger von *Deutschland* wollen sich eher unter den Trümmern begraben lassen, als ihrem *Führer* und ihrem Lande untreu werden. Während das Ideal der Opferbereitschaft vor allem von Maria verkörpert wird, steht der Bürgerrepräsentant Nettelbeck eben für die völkische Kampflust und deinen unerschütterlichen Durchhaltewillen:

Nettelbeck: Wir lassen nicht los. Ne! Da muss man uns die Hände einzeln abhacken oder uns erschlagen, einen nach dem anderen. [...] Ich hab's ja auch unserm König [=Führer] versprochen: Lieber unter den Trümmern begraben als kapitulieren.

Gneisenau: Jetzt können wir zusammen sterben!<sup>165</sup>

Nettelbeck repräsentiert das tüchtige Volk, Gneisenau die tapfere Generalität. Es mag wohl kein Zufall sein, dass er fast die gleichen Worte benutzt wie einst der Propagandaminister Joseph Goebbels<sup>166</sup>:

Gneisenau: Das Volk steht auf zur kommenden Völkerschlacht, Majestät, der Sturm bricht los! [...] Aus Asche und Trümmer wird sich wie ein Phönix ein neues Volk erheben, ein neues Reich!

Gneisenau ist sich der fast ausweglosen Lage sehr gut bewusst. Es ist allerdings der Glaube an den Endsieg, der ihm ermöglicht, den Kampf weiterzuführen und die Festung zu halten. Der Begriff *Festung* taucht im Film übrigens mehrmals auf und symbolisiert in der Propagandasprache ganz Deutschland. Manchmal wird allerdings das Wort Deutschland explizit verwendet:

Gneisenau: Militärisch gesehen haben wir keine Chance. Aber trotzdem sollen wir durchhalten, in dieser dunklen Nacht über Deutschland!<sup>167</sup>

---

<sup>164</sup> Kolberg; Maria zu Königin von Preußen.

<sup>165</sup> Kolberg; Gespräch zwischen Nettelbeck und Gneisenau.

<sup>166</sup> Nun, Volk, steh auf, und Sturm, brich los! (Joseph Goebbels, Berliner Sportpalast am 18. Febr. 1943)

<sup>167</sup> Kolberg; Gneisenau vor der Endschlacht.

Die Metapher von der *dunklen Nacht* stellt den Krieg als etwas Grauenhaftes, aber vorübergehendes an. Nach der Nacht kommt nämlich immer der helle Morgen. Der Durchhaltefilm strebte eine bestimmte Wirkung beim Publikum an: er hätte die Zuschauer einerseits zum Kampf ermutigen sollen, andererseits aber auch andeuten, was im Fall der Niederlage das deutsche Volk erwarte:

Nettelbeck: Die würden sich doch selbst ausrotten. Und sie verdienen auch gar nichts anderes, als ausgerottet zu werden!<sup>168</sup>

Die darunterliegende Botschaft an die damaligen Zuschauer könnte beispielsweise so lauten: Wenn sich das deutsche Volk im Weltkrieg nicht durchzusetzen vermag und besiegt wird, dann hat es eben kein Recht auf Existenz und verdient nichts anderes, als vernichtet zu werden. Es bleibt aber immer noch die Chance, dass sich alles zum Besseren wendet: und deshalb gilt es bis zum letzten Mann zu kämpfen. Ein weiteres herausragendes Beispiel dafür ist das *Bundeslied vor der Schlacht*, das sowohl den Beginn als auch das Ende des Films markiert. Dieses Lied, adaptiert von Theodor Körner (1813), dient als kraftvolles rhetorisches Instrument zur Stärkung der Idee der Volksgemeinschaft.

Chor: Ahnungsgrauend, todesmutig bricht der große Morgen an;  
und die Sonne, kalt und blutig leuchtet unsrer blut'gen Bahn.

In der nächsten Stunden Schoße liegt das Schicksal einer Welt  
und es zittern schon die Lose und der Würfel fällt.

Wer legt noch die Hände feig in den, wer legt noch die Hände feig in den Schoß?

Das Volk steht auf, das Volk steht auf! Der Sturm bricht los!

Dieses Marschlied ist reich an bildhafter Sprache und kraftvollen Metaphern, die das Konzept der Volksgemeinschaft in den Vordergrund rücken. Der Begriff *ahnungsgrauend* vermittelt ein Gefühl der Ungewissheit und Bedrohung, während *todesmutig* die Bereitschaft zum ultimativen Opfer unterstreicht, die von den Mitgliedern der Gemeinschaft erwartet wird. Die Erwähnung eines *großen Morgens*, der *kalt und blutig* leuchtet, deutet auf den bevorstehenden Kampf hin und stellt die bevorstehende Schlacht als schicksalhaften Moment dar, der das Schicksal der Welt bestimmen wird.

---

<sup>168</sup> Kolberg; Nettelbecks Rede zum Stadtrat.

Die Formulierung *liegt das Schicksal einer Welt* hebt nämlich die Bedeutung der bevorstehenden Ereignisse hervor und verleiht dem Kampf eine universelle Dimension, die über das Individuelle hinausgeht und das kollektive Schicksal betont. Dies schafft eine starke Bindung zwischen den Kämpfenden, indem es ihre individuellen Handlungen als entscheidend für das Wohl der gesamten Gemeinschaft darstellt.

Die rhetorische Frage „Wer legt noch die Hände feig in den Schoß?“ dient dazu, die Zuhörer zur aktiven Teilnahme zu motivieren und jegliche Passivität als feige und inakzeptabel darzustellen. Diese Zeilen fördern ein Gefühl der Dringlichkeit und des gemeinsamen Handelns. Der imperative Aufruf „Das Volk steht auf! Der Sturm bricht los!“ schließt das Lied mit einer kraftvollen, mobilisierenden Botschaft ab. Es wird eine entschlossene, kollektive Aktion beschworen, die das Gemeinschaftsgefühl verstärkt und die Bedeutung des kollektiven Kampfes betont.

In der Szene aus *Die große Liebe* spiegelt der Dialog zwischen Paul und Hanna den Einsatzwillen und die Kampflust wider. Paul und Hanna befinden sich in einem Moment der Ruhe, der durch die ständige Bedrohung durch Luftangriffe unterbrochen wird, was die Realität des Krieges verdeutlicht:

Paul: Schön, was?

Hanna: -Mhm. Wie ein Märchen.

Paul: Nein, viel schöner. Wie die Wirklichkeit.

Hanna: Ja, deshalb müssen wir in den Keller. In der Wirklichkeit gibt es Flaksplitter und Bomben.

Paul: Trotzdem ist die Wirklichkeit schön. Trotz der Gefahren. Vielleicht gerade, weil es Gefahren gibt.<sup>169</sup> Paul widerspricht in diesem Dialog Hanna und erklärt, dass die Wirklichkeit viel schöner als ein Märchen sei. Diese Aussage setzt die reale Welt über die Märchenwelt und betont die Schönheit der Realität, trotz der Schrecken des Krieges. Paul erkennt die Härten des Krieges an, findet jedoch in ihnen eine besondere Art von Schönheit, was die NS-Ideologie des heroischen Kampfes und der Bereitschaft, für das Vaterland zu leiden und zu kämpfen, widerspiegelt.

Hannas Antwort: „Ja, deshalb müssen wir in den Keller. In der Wirklichkeit gibt es Flaksplitter und Bomben.“ unterstreicht die harte Realität des Krieges. Sie bringt die Gefahren direkt zur Sprache und zeigt die ständige Bedrohung, der die Menschen ausgesetzt werden.

---

<sup>169</sup> Die große Liebe, Paul ist bei Anna zu Besuch.

Paul entgegnet mit einer bemerkenswerten Aussage: „Trotzdem ist die Wirklichkeit schön. Trotz der Gefahren. Vielleicht gerade, weil es Gefahren gibt.“ Diese Worte verkörpern das Ideal der Tapferkeit und der Bereitschaft, sich Gefahren zu stellen. Der Gedanke, dass die Schönheit der Wirklichkeit gerade durch die Präsenz von Gefahren verstärkt wird, dient dazu, den Einsatzwillen und die Kampflust zu glorifizieren. In diesem Gespräch wird die Kampflust durch die *Akzeptanz* und sogar die *Wertschätzung der Gefahren* des Krieges ausgedrückt. Die Vorstellung, dass das Leben und die Realität durch die Konfrontation mit Gefahr und Tod intensiver und schöner werden, soll die Zuschauer dazu inspirieren, sich mutig und entschlossen den Herausforderungen des Krieges zu stellen. Pauls Aussagen zielen darauf ab, die Härten des Krieges zu romantisieren und die Kampfbereitschaft der Menschen zu fördern. Indem die Gefahren des Krieges als etwas Positives dargestellt werden, wird die Kampflust idealisiert und die Bereitschaft, für das Vaterland zu kämpfen und zu sterben, wird als höchstes Gut dargestellt.<sup>170</sup>

Einsatzwille und Kampflust werden allerdings auch in der kommunistischen Propaganda gepriesen. Zwar behaupten die Kommunisten in *Das Mädchen Anna* Pazifisten zu sein, sie drohen allerdings ständig ihren Feinden und rufen zum gewaltigen Klassenkampf und Meutereien auf:

Šmeral: So werden alle Verräter und Hetzer schließlich entlarvt und bestraft werden, ob sie nun in Prag, Paris, London oder Washington sitzen. Wir werden sie bloßstellen!<sup>171</sup>

Jeder bewusste Arbeiter solle sich dieser Kampfgenossenschaft anschließen, auch wenn er dabei riskiert, die Arbeitsstelle zu verlieren, verhaftet oder sogar schwer verletzt zu werden. Der Protagonist Toník ruft zum offenen Kampf gegen die Polizei auf:

Sie wollen uns unterkriegen! Aber wir werden nicht nachgeben! Wir werden Widerstand leisten! Und wir werden siegen!<sup>172</sup>

Anna, die zu Beginn des Films als einfältiges Bauernmädchen vom Land nach Prag kommt, erlebt eine innere Verwandlung und schließt sich am Ende des Films dem kämpfenden Arbeitervolk an. Sie ist sogar bereit, zu den Waffen zu greifen:

Bürgerfrau: Passen Sie auf ihren Mann auf, man wird auf Sie schießen!

---

<sup>170</sup> Sadowski, 2000, S. 161-190.

<sup>171</sup> *Das Mädchen Anna*, Rede Bohumír Šmerals (Anführer von Sozialdemokraten)

<sup>172</sup> *Das Mädchen Anna*, Toník bei einer Arbeiterversammlung.

Anna: Ihr wollt uns erschießen?! Dann erschießen wir euch auch, Lady!<sup>173</sup>

Aus dem Vergleich der Filme geht hervor, dass in beiden Fällen die Propagandaapparate auf einfache Narrative und Wiederholung zurückgriffen, um die Botschaften im Bewusstsein der Menschen zu verankern. Sie schufen Heldenfiguren, die als Vorbilder für den Kampf dienten, sei es der arische Krieger im NS-Kontext oder der proletarische Kämpfer im kommunistischen Kontext.

---

<sup>173</sup> Das Mädchen Anna; Anna im Gespräch mit einer Bürgerfrau.



## Fazit

Das Ziel dieser Diplomarbeit war es, eine vergleichende Analyse der NS-Propaganda und der kommunistischen Propaganda in der Tschechoslowakei durch das Medium Film durchzuführen. Dies erfolgte durch die Untersuchung ausgewählter Filme aus beiden Ländern, um ein tieferes Verständnis für die rhetorischen Strategien und Erzähltechniken der Propagandaapparate zu ermöglichen. Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass trotz unterschiedlicher ideologischer Grundlagen ähnliche filmische und sprachliche Mittel verwendet wurden, um die Bevölkerung für die jeweiligen politischen Ziele zu gewinnen.

Die Untersuchung der Filme aus dem nationalsozialistischen Deutschland und der kommunistischen Tschechoslowakei verdeutlichte, wie beide Propagandaapparate auf starke Symbolik, emotionale Appelle und stereotype Darstellungen zurückgriffen, um ihre Botschaften zu vermitteln. Während die NS-Propaganda die Überlegenheit des deutschen Volkes betonte und die Kriegsanstrengungen legitimierte, fokussierte die kommunistische Propaganda auf den Klassenkampf und soziale Gerechtigkeit. Trotz dieser inhaltlichen Unterschiede zeigte sich, dass beide Propagandaformen einfache Narrative nutzten, um klare Identifikation und Mobilisierung zu erreichen.

Ein zentraler Aspekt dieser Arbeit war die Untersuchung der spezifischen filmischen und sprachlichen Mittel, die in den Propagandafilmen verwendet wurden. Die NS-Propaganda zeichnete sich durch die Verwendung von Superlativen, emotional aufgeladenen Begriffen und die Schaffung von Feindbildern aus. Die Filme nutzten visuelle und auditive Dramaturgie, um die Macht und Überlegenheit des Regimes zu unterstreichen und gleichzeitig die Feinde des Staates zu dämonisieren.

Auf der anderen Seite verwendete die kommunistische Propaganda in der Tschechoslowakei Begriffe wie *Proletariat*, *Klassenkampf* und *sozialistische Revolution*, um ihre Ideologie zu propagieren. Die Filme zielten darauf ab, die Solidarität unter den Arbeitern zu stärken und das Bild einer gerechten, klassenlosen Gesellschaft zu vermitteln. Heroische Darstellungen von Arbeitern und Bauern, die gegen die Unterdrückung durch kapitalistische Mächte kämpften, waren wiederkehrende Motive. Starke emotionale Appelle und stereotype Darstellungen spielten eine zentrale Rolle, um die Botschaften zu vermitteln und die Bevölkerung aufzuhetzen.

Zusammenfassend hat diese Diplomarbeit gezeigt, dass Propaganda, unabhängig von ihrer ideologischen Ausrichtung, ähnliche filmische und sprachliche Mechanismen nutzt, um Menschen zu beeinflussen und für sich einzunehmen. Die Analyse der filmischen Strategien in den ausgewählten Filmen schafft ein tieferes Verständnis für die manipulativen Techniken, die Propagandaapparate einsetzen, um ihre Ziele zu erreichen. Dieses Verständnis ist von großer Bedeutung, um kritisch und reflektiert mit medialen Botschaften umzugehen und die Mechanismen der Beeinflussung zu erkennen – auch in der heutigen Zeit.

Die Untersuchung der Propaganda im Kontext des Nationalsozialismus und der kommunistischen Tschechoslowakei verdeutlicht auch, wie Sprache, Bild und Ton in den Propagandafilmen interagieren, um ein kohärentes und überzeugendes Narrativ zu schaffen. Gerade die Kombination von Sprache, Bild und Ton verstärkte die Wirkung der Botschaften und ermöglichte es den Machthabern, tief in das Bewusstsein der Bevölkerung einzudringen. Dies zeigt die enorme Macht des Mediums Film, das durch seine multisensorische Ansprache eine besonders starke emotionale Wirkung entfaltet.

Ein weiterer wichtiger Punkt, der in dieser Arbeit herausgearbeitet wurde, ist die Rolle der Wiederholung und Vereinfachung in der Propagandasprache. Beide Regime nutzten einfache, leicht verständliche Begriffe und Slogans, die ständig wiederholt wurden, um ihre Botschaften zu verankern. Diese Strategie sorgte dafür, dass die ideologischen Inhalte tief in das kollektive Bewusstsein der Bevölkerung eindringen und dort dauerhaft verankert wurden.

Die Erkenntnisse dieser Arbeit haben auch eine hohe Relevanz für die heutige Zeit, in der die Medienlandschaft durch neue Technologien und Plattformen stark verändert wurde. Die Mechanismen der Propaganda sind jedoch weitgehend dieselben geblieben. In der heutigen digitalen Welt spielen soziale Medien und Online-Plattformen eine zentrale Rolle bei der Verbreitung von Informationen und Meinungen. Hier zeigt sich, dass die Strategien der Propaganda, wie die gezielte Manipulation von Sprache und Bildern, auch in den sogenannten Fake News und anderen Formen der Desinformation angewendet werden.

Ausblickend bieten sich zahlreiche weitere Forschungsmöglichkeiten an, um die Mechanismen der Propaganda und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft noch besser zu

verstehen. Eine mögliche Richtung für zukünftige Forschung wäre die Untersuchung der Rolle der sozialen Medien und der Algorithmen, die die Verbreitung von Informationen steuern, in der modernen Propaganda. Auch die Analyse von Propagandastrategien in verschiedenen politischen und kulturellen Kontexten könnte wertvolle Erkenntnisse liefern.

Zudem könnte die Weiterforschung sich mit der Frage auseinandersetzen, wie die filmischen Propagandastrategien in den heutigen Medien eingesetzt werden. Dies schließt die Untersuchung von Fake News, politischen Kampagnen und anderen Formen der modernen Propaganda ein. Eine detaillierte Analyse dieser Phänomene könnte dazu beitragen, wirksame Strategien zur Medienkompetenz und zur kritischen Auseinandersetzung mit medialen Inhalten zu entwickeln.

Insgesamt hat diese Diplomarbeit gezeigt, dass die Untersuchung von Propaganda und ihren filmischen Strategien nicht nur für das Verständnis der Vergangenheit, sondern auch für die Bewältigung der Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft von großer Bedeutung ist. Durch die kritische Auseinandersetzung mit den Mechanismen der Propaganda können wir lernen, manipulative Techniken zu erkennen und uns gegen ihre Einflüsse zu wappnen. Dies ist ein wichtiger Schritt, um eine informierte und aufgeklärte Gesellschaft zu fördern, die in der Lage ist, selbstständig und kritisch zu denken.

## Literaturverzeichnis

### Primärquellen:

HANSEN, Rolf, 1942. *Die große Liebe* [Film]. Deutschland: Universum Film AG.

HARLAN, Veit, 1945. *Kolberg* [Film]. Deutschland: Universum Film AG.

STEKLÝ, Karel, 1952. *Das Mädchen Anna* [Originaltitel: *Anna Proletárka*] [Film]. Tschechoslowakei: Československý státní film.

### Sekundärquellen:

ADORNO, Theodor W. und HORKHEIMER Max, 1969. *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Frankfurt/Main: S. Fischer Verlag.

AUJEZDSKÝ, Pavel, 2019. *Audiovizuální propaganda: české země mezi Sovětským svazem a Německem 1914-1989*. Brno: Janáčkova akademie múzických umění.

BEHRENBECK, Sabine, 1996. *Der Kult um die toten Helden Nationalsozialistische Mythen, Riten und Symbole 1923 bis 1945*. Vierow bei Greifswald: SH-Verlag.

BĚLIČ, Jaromír, 1968. Padesát let spisovné češtiny v samostatném státě. In: *Naše řeč*. Jg. 51, S. 257–268

BERG-SCHLOSSER, Dirk und STAMMEN, Theo, 2013. *Politikwissenschaft: Eine grundlegende Einführung*. 8. Auflage. Baden-Baden: 2013.

BIALAS, Wolfgang, 2014. *Moralische Ordnungen des Nationalsozialismus*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

BORK, Siegfried, 1970. *Missbrauch der Sprache. Tendenzen nationalsozialistischer Sprachregelung*. Bern: Francke Verlag.

BPB, 2023. *Was ist Propaganda?* [online] [Zugriff am: 04.04.2024]. Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/krieg-in-den-medien/130697/was-ist-propaganda/>

BRACHER, Karl Dietrich, 1969. *Die deutsche Diktatur. Entstehung, Struktur, Folgen des Nationalsozialismus*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

BÜHLER, Karl, 1934. *Sprachtheorie: Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Jena: Gustav Fischer.

BUSSEMER, Thymian, 2005. *Propaganda: Konzepte und Theorien*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

ČINÁTL, Kamil, 2012. Filmová paměť stalinismu: obrazy minulosti jako stabilizátor paměti a sociálních rámců kolektivního vzpomínání. In: P. Skopal (Hrsg.). *Naplánovaná kinematografie: Český filmový průmysl 1945 až 1960*. Prag: Academia, S. 304-320.

COURTADE, Francois und Pierre CADARS, 1975. *Geschichte des Films im Dritten Reich*. München: Hanser.

CULBERT, David, 1995. Joseph Goebbels and His Diaries. In: *Historical Journal of Film, Radio and Television*, Heft 1, S. 143-149.

FEDDERSEN, Harald, 1942: Ein neuer Zarah-Leander-Film: Die große Liebe im Ufa-Palast am Zoo. In: *Steglitzer Anzeiger*, 17.06.1942.

FESTINGER, Leon (Hrsg.), 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press.

FIDELIUS, Petr, 1998. *Řeč komunistické moci*. Praha: Triáda.

FIX, Ulla, 1996. Rituelle Kommunikation im öffentlichen Sprachgebrauch der DDR und ihre Begleitumstände: Möglichkeiten und Grenzen der selbstbestimmten und mitbestimmten Kommunikation in der DDR. In: Gotthard Lerchner (Hrsg.). *Sprachgebrauch im Wandel. Anmerkungen zur Kommunikationskultur in der DDR vor und nach der Wende*. 2. Auflage. Frankfurt/ Main: Verlag Peter Lang, S. 3–99.

FRAENKL, Pavel, 1929. Proletářská víra Ivana Olbrachta. In: *Sever a východ*, Heft 5, S. 104–109.

FRANKFURT, Harry G., 2005. *On Bullshit*. Princeton: Princeton University Press.

- FRÖHLICH, Elke (Hrsg.), 1993–1996. *Teil II: Diktate 1941–1945*. Bd. 1–15. München: K. G. Saur.
- FRÖHLICH, Elke (Hrsg.), 1998–2005. *Kompletierter Teil I: Aufzeichnungen 1923–1941*. Bd. 1–14. München: K. G. Saur.
- FROMM, Erich, 1976. *Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft*. Stuttgart: Deutsche Verlagsanstalt.
- GARNCARZ, Joseph, 2021. *Begeisterte Zuschauer: Die Macht des Kinopublikums in der NS-Diktatur*. Köln: Halem.
- HEINEMAN, Elizabeth, 2002. Sexuality and Nazism. The Doubly Unspeakable? In: *Journal of the History of Sexuality*, Heft 11/1, S. 22–66.
- HELLE, Horst, 2001. *Theorie der Symbolischen Interaktion: Ein Beitrag zum Verstehenden Ansatz in Soziologie und Sozialpsychologie*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- HERZOG, Dagmar, 2004. *Sexuality and German Fascism*. New York: Berghahn Books.
- HOFFMANN, Hilmar, 1988. *Und Fahne führt uns in die Ewigkeit: Propaganda im NS-Film*. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch.
- HOLLETZ, Jenny, 1996. Erlöst, die ihr nicht heilen könnt!: Rassistische Erziehung durch Filme. In: *Augen-Blick: Marburger Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 22, S. 59–96.
- HOPPE, Johanne, 2021. *Von Kanonen und Spatzen: Die Diskursgeschichte der nach 1945 verbotenen NS-Filme*. Marburg: Schüren.
- JACOBSON, Wolfgang; WELTEN, Kees und PRINZLER, Hans Helmut (Hrsg.), 2016. *Geschichte des deutschen Films*. Springer-Verlag.
- JANÁČEK, Pavel, 2006. Léta padesátá, kulturní politika a česká literatura. In: *Česká Literatura*. Heft 54/4, S. 119–128.
- JSNS, 2023. *Propaganda ve filmu* [online]. [Zugriff am: 04.08.2023]. Verfügbar unter: <https://www.jsns.cz/lekce/15628-5-propaganda-ve-filmu>
- KÄMPER, Heidrun, 2019. *Sprachgebrauch im Nationalsozialismus*. Heidelberg: Winter.

- KELSON, John F., 1996. *Catalogue of Forbidden German Feature and Short Film Productions*. Westport: Greenwood Press.
- KLAUSNITZER, Ralf, 2002. Überstaatliche Mächte Verschwörungsphantasien- und theorien in Publizistik, Literatur und Film des Dritten Reiches. In: Erhard Schütz und Gregor Streim (Hrsg.). *Reflexe und Reflexionen von Modernität 1933–1945*. Frankfurt/M.: Peter Lang, S. 125–172.
- KLEINHANS, Bernd, 2003. *Ein Volk, ein Reich, ein Kino: Lichtspiel in der braunen Provinz*. Köln: PappyRossa Verlag.
- KNAPÍK, Jiří und FRANC, Martin u. a., 2011. *Průvodce kulturním děním a životním stylem v českých zemích 1948–1967*. Praha: Academia.
- KNAPÍK, Jiří, 2004. *Únor a kultura: sovětizace české kultury 1948-1950*. Prag: Libri.
- KOŁODZIEJCZYK, Piotr, 2017. Narcissi in Nemeses. Self-Adoration as a Timeless Tool of Power and Propaganda in Ancient Egypt. In: Andrzej Bednarczyk (Hrsg.). *Project Narcissus*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Sztuk Pięknych, S. 144–154.
- KRATOCHVÍL, Antonín, 1990. *Žaluji III. Cesta k Sionu*. Praha: Dolmen.
- LANGEMEYER, Ines, 2009. Antonio Gramsci: Hegemonie, Politik des Kulturellen, geschichtlicher Block. In: Andreas Hepp u. a. (Hrsg.). *Schlüsselwerke der Cultural Studies. Medien – Kultur – Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften,
- LASSWELL, Harold D., 1927. The Theory of Political Propaganda. In: *The American Political Science Review*, Heft 21/3, S. 627–631.
- LEISER, Erwin, 1968. *Deutschland erwache! Propaganda im Film des Dritten Reiches*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- LOIPERDINGER, Martin, 1987. *Rituale der Mobilmachung: Der Parteitagfilm Triumph des Willens von Leni Riefenstahl*. Opladen: Leske u. Budrich.
- LOIPERDINGER, Martin und SCHÖNEKÄS, Klaus, 1991. Die große Liebe: Propaganda im Unterhaltungsfilm. In: Rainer Rother (Hrsg.). *Bilder schreiben Geschichte: Der Historiker im Kino*. Berlin: Wagenbach, S. 143–149.

- LOWRY, Stephen, 1991. *Pathos und Politik: Ideologie in Spielfilmen des Nationalsozialismus*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- LÜDTKE, Alf u. a. (Hrsg.), 1996. *Amerikanisierung. Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- MERKEL, Wolfgang, 1999. *Systemtransformation Eine Einführung in die Theorie und Empirie der Transformationsforschung*. Opladen: Leske u. Budrich.
- MÜHLENFELD, Daniel, 2006. Vom Kommissariat zum Ministerium. Zur Gründungsgeschichte des Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda. In: R. Hachtmann und W. Süß (Hrsg.). *Hitlers Kommissare. Sondergewalten in der nationalsozialistischen Diktatur*. Göttingen: Wallstein Verlag, S. 72–92.
- MÜLLER, Senya, 1994. *Sprachwörterbücher im Nationalsozialismus: Die ideologische Beeinflussung von Duden, Sprach-Brockhaus und anderen Nachschlagewerken während des „Dritten Reichs“*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Nationales Filmarchiv (Národní filmový archiv). *Filmkunstkollektiv-Fonds*, Aktenzeichen 2/2/1//3.
- Nationales Filmarchiv (Národní filmový archiv). *Filmrat-Fonds*, Aktenzeichen 2/1/46//1; 2/1/46//2; 2/2/56//2; 2/1/66//2.
- NOHLEN, Dieter und GROTZ, Florian (Hrsg.), 2015. *Kleines Lexikon der Politik*. 6. Auflage. München: C. H. Beck.
- OPĚLA, Vladimír, URBANOVÁ, Eva und URGOŠÍKOVÁ, Blažena, 2001. *Český hraný film: Czech feature film III: 1945–1960*. Praha: Národní filmový archiv.
- PAGE, Caroline, 2016. *U.S. Official Propaganda During the Vietnam War 1965-1973: The Limits of Persuasion*. London: Bloomsbury Academic.
- PARET, Peter, 1994. Kolberg (1945) as Historical Film and Historical Document. In: *Historical Journal of Film, Radio and Television*, Heft 4, S. 433–448.
- POLENZ, Peter von, 2020. *Geschichte der deutschen Sprache*. 11., überarbeitete Auflage. Berlin: De Gruyter.



SACHS-HOMBACH, Klaus und ZYWIETZ, Bernd (Hrsg.), 2018. *Fake News, Hashtags & Social Bots*. Wiesbaden: Springer.

SADOWSKI, Tanja, 2000. Die nationalsozialistische Frauenideologie: Bild und Rolle der Frau in der NS-Frauenwarte vor 1939. In: *Mainzer Geschichtsblätter*, Heft 12, S. 161-190.

SCHMITZ-BERNING, Cornelia, 1998. *Vokabular des Nationalsozialismus*. Berlin: De Gruyter.

SCHMITZ-BERNING, Cornelia, 2010. *Sprache und Sprachlenkung im Nationalsozialismus* [online]. [Zugriff am: 11.08.2023]. Verfügbar unter:

<https://www.bpb.de/themen/parteien/sprache-und-politik/42752/sprache-und-sprachlenkung-im-nationalsozialismus/>

SCHROTH, Joachim, 2016. *Geschichte als Legitimationsstrategie oder die Frage nach der Tradition des Durchhaltefilmes*. Berlin: LIT Verlag.

SCHWARK, Günther, 1942. Die große Liebe. In: *Film-Kurier*, Nr. 136 vom 13.6.1942, S. 3.

SEIBERT, Peter, 2003. Der Film: Kunst für das Volk bis zu seinen primitivsten Regungen: Film und Literatur im Nationalsozialismus. In: *Der Deutschunterricht* 55/4, Hannover: Friedrich Verlag, S. 74–88.

STRZELCZYK, Florentine, 2011. Macht Platz, Ihr Alten: Jugendorhetik und Generationskonflikt im nationalsozialistischen Film 1933. In: Carsten Gansel und Paweł Zimniak (Hrsg.). *Zwischenzeit, Grenzüberschreitung, Aufstörung. Bilder von Adoleszenz in der deutschsprachigen Literatur*. Heidelberg: Winter, S. 113–138.

TAJFEL, Henry und TURNER, John C, 1979. An integrative theory of intergroup conflict. In William. G. Austin und Stephen Worchel (Hrsg.). *The social psychology of intergroup relations*. Monterey: Brooks/Cole, S. 33-37.

TAUSSIG, Pavel, 1981. *Filmové hoře Ivana Olbrachta*. Praha: Československý filmový ústav

- THAMER, Hans-Ulrich, 1998. Geschichte und Propaganda: Kulturhistorische Ausstellungen in der NS-Zeit. In: *Geschichte und Gesellschaft: Zeitschrift für historische Sozialwissenschaft*. Heft 24/3. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 349-381.
- TIBITANZLOVÁ, Ivana, 2001. *Český hraný film III (1945–1960)*. Praha: Národní filmový archiv.
- WHORF, Benjamin Lee, 1969. *Sprache, Denken, Wirklichkeit: Beiträge zur Metalinguistik und Sprachphilosophie*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- WILDT, Michael, 2008. *Geschichte des Nationalsozialismus*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- WITAMWAS, Birgit. *Geklebte NS-Propaganda: Verführung und Manipulation durch das Plakat*. Berlin: De Gruyter, 2016.
- WITTE, Karsten, 1993. Film im Nationalsozialismus. In: Wolfgang Jacobsen; Anton Kaes und Hans Prinzler (Hrsg.). *Geschichte des deutschen Films*. Stuttgart: J.B. Metzler, S. 119–170.
- ZIMMERMANN, Rüdiger, 1996. Gewalt in der Sprache und durch Sprache. In: Hans-Joachim Diekmannshenke und Josef Klein. *Wörter in der Politik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 103–121.