



«Nur Mut, er wird systematisch weiter amputiert»,  
deutsches Plakat für Frankreich, signiert SPK, undatiert.



«Sie geben ihr Blut, gebt Eure Arbeit, um Europa vor dem  
Bolschewismus zu retten», deutsches Plakat für Frankreich,  
um 1942.



Der alliierte Vorstoss in Italien als «Schneckenfeldzug», deutsches Plakat für Frankreich, 1944.



«Europa gegen den Bolschewismus vereint», deutsches Plakat für Frankreich, um 1943.





«Schwarzmarkt – ein Verbrechen gegen die Volksgemeinschaft»,  
deutsches Plakat für Frankreich von Ph.H. Noyer, 1943.





**KOOPT EN LEEST «DE ZWARTE SOLDAAT»**

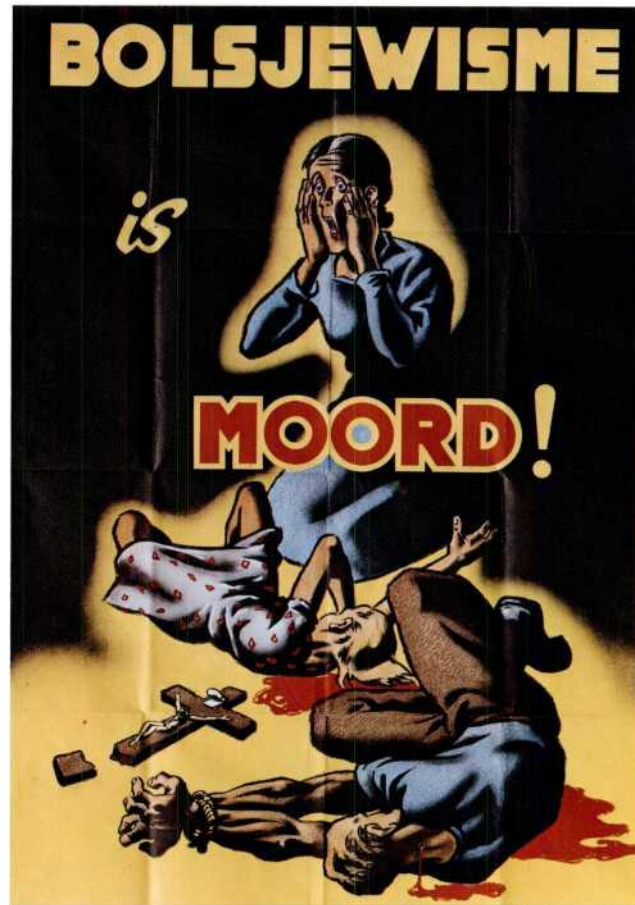
HET BLAD DER W. A.-UITGAVE . ' STAFKWARTIER W.A.-MALIEBAAN 76'UTRECHT

FL. 2.15 P. JAAR GIRO 400107

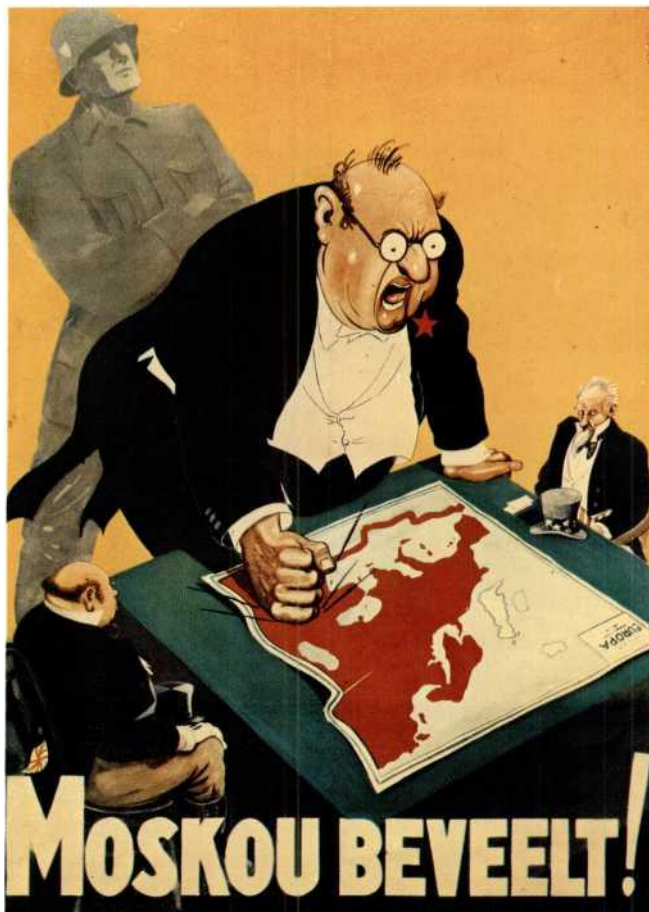




«Holländer, die Waffen-SS ruft Euch», deutsches Plakat für Holland, um 1943.



«Bolschewismus ist Mord!», deutsches Plakat für Holland, undatiert.

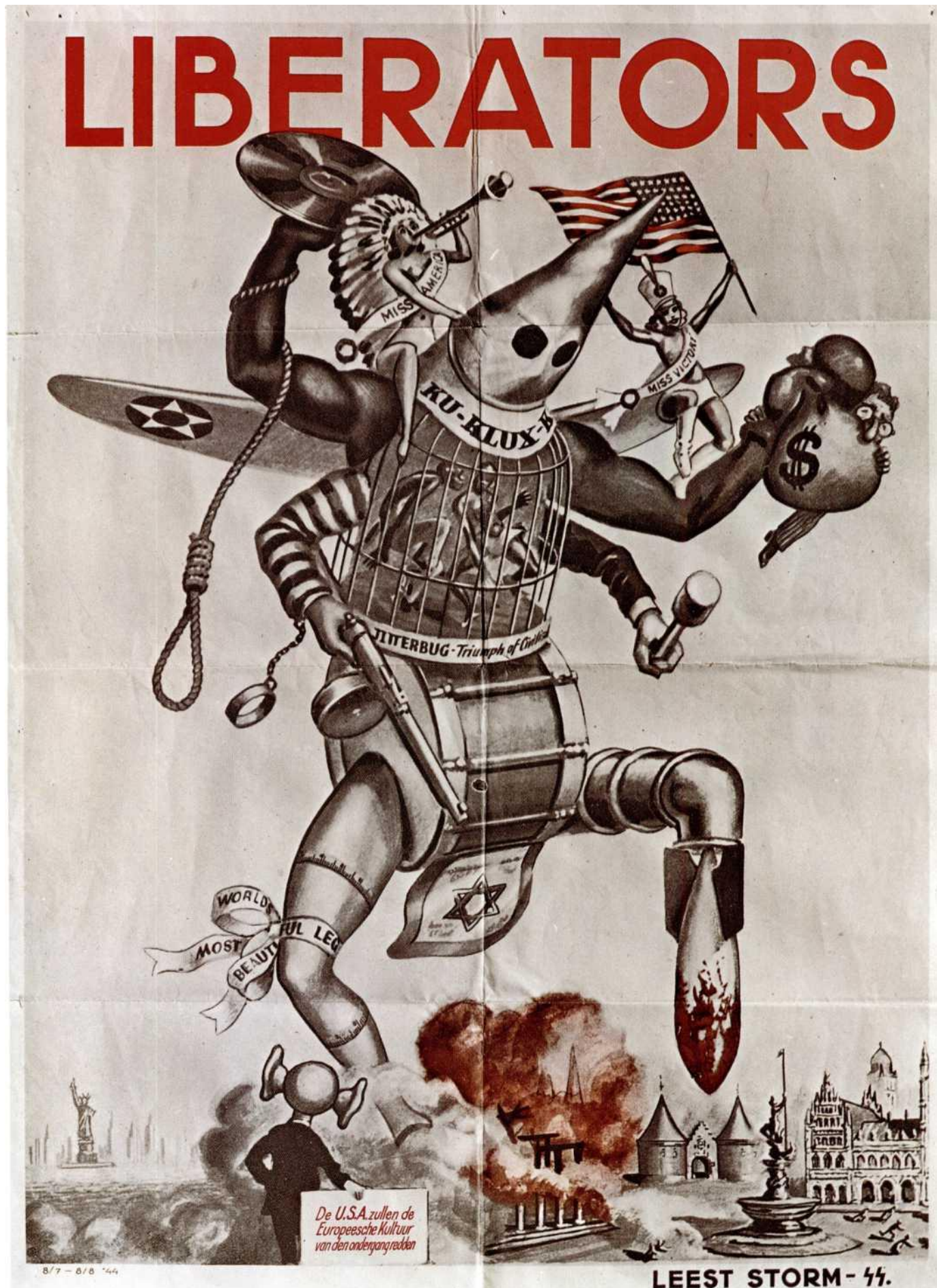


«Moskau befiehlt!», deutsches Plakat für Holland, undatiert.



«Beweis, dass Du ein echter Holländer bist. Melde Dich zur Waffen-SS», deutsches Plakat für Holland, um 1943.





«Befreier – Die USA werden die europäische Kultur vor dem Untergang retten», deutsches Plakat für Holland, 1944.





»Alles in Ordnung, Madame la Marquise«, Plakat der deutschen Besatzungsmacht in Belgien, undatiert.



»Komm zur NSKK-Gruppe Luftwaffe«, deutsches Plakat für Belgien. Wieland, undatiert.



Europa ist angetreten! Mit der Flämischen Legion gegen den Bolschewismus, deutsches Plakat für Belgien. Claudius, um 1943.



Deutsches Rekrutierungsplakat der Waffen-SS für Belgien. Bertau, um 1943.





ILMASTA  
UHKAA  
VAARA.



**KAIKKI KANSALAISET  
VÄESTÖNSUOJELUTYÖHÖN**

*Finnisches Luftschutzplakat aus dem Jahr 1938  
von T. Kivihari.*





Plakat der Bewegung Freies Frankreich in den USA für eine französischsprachige Rundfunksendung. Jean Carlu, undatiert.



Plakat der Bewegung Freies Frankreich in den USA von Henri Laussucq, undatiert.

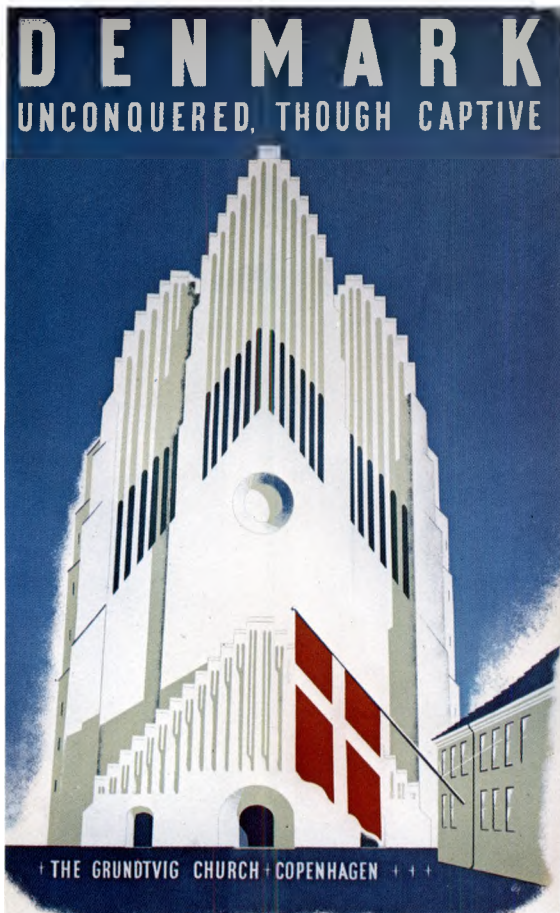


Plakat des Informationszentrums der belgischen Exilregierung in New York. V. Rotter, um 1944.



Plakat des Informationszentrums der belgischen Exilregierung in New York. R. Sturbelle, undatiert.





Eine dänische Kirche als Symbol des Widerstands. USA, undatiert.



Plakat des tschechoslowakischen Informationsdienstes in den USA. Adolf Hoffmeister, undatiert.



Plakat der Greek War Relief Association in New York, undatiert.



»Jugoslawien«, in den USA veröffentlichtes Plakat von Vladimir Ivanovic, undatiert.





Antideutsche holländische Postkartenserie von Smits und Nico Broekman «zur Erinnerung an fünf leidvolle Jahre», 1945.





*Antideutsche belgische Postkarte, 1944.*



SECHSTES KAPITEL

# DIE SOWJETUNION PROPAGANDA FÜR DEN FRIEDEN 1917-1945

Wir glauben, dass «Alexander Newski»  
bald wieder in den Kinos laufen wird.

SERGEI EISENSTEIN  
*zu Margaret Bourke White kurz vor  
dem deutschen Einmarsch  
im Juni 1941.*



Gemeinsam war der Sowjetunion und Hitlerdeutschland vor dem Zweiten Weltkrieg die Beachtung, die sie den neuen Massenmedien und technischen Erfindungen des 20. Jahrhunderts schenkten – dem Rundfunk, dem Film, der Presse, aber auch dem Automobil, dem Flugzeug und der drahtlosen Telegrafie. Beide Regime sahen darin Mittel zur Beherrschung ihrer Mitmenschen. Während in den westlichen Demokratien in jener Zeit die Kommunikationsmedien vorwiegend in privater Hand waren und die Menschen unterhalten und finanziellen Gewinn bringen sollten, waren sie in der Sowjetunion und im Dritten Reich ein Staatsmonopol, das vorwiegend für Propagandazwecke eingesetzt wurde.

Weitere Ähnlichkeiten in den Propagandasystemen der beiden Länder sind wohl bekannt: die Indoktrination der Jugend von Kindesbeinen an, die ständige Wiederholung von Parolen und Schlagwörtern, die Hetzreden gegen die bürgerlichen «Plutokratien», die Zensur aller Nachrichten aus dem Ausland, die plötzlichen Richtungswechsel der Regierungspolitik. In einer Hinsicht jedoch gab es einen wichtigen Unterschied.

Während sich die Nationalsozialisten wie auch Mussolinis Faschisten sehr kampfbetont und kriegerisch gaben und durch ständige Zurschaustellung von Macht – Militärparaden, Massenaufmärsche und kriegerische Reden – das übrige Europa so einschüchtern wollten, dass es sich freiwillig unterwarf (z.B. wirkte sich so der Film *Feuertaufe* in Norwegen und den Niederlanden aus), stellten sich die Sowjets stets als Vorkämpfer für den Frieden hin. Hitler und Mussolini zeigten sich häufig in Uniform, während die sowjetischen Machthaber, wenn sie sich – selten genug – ausserhalb der Kremldauern zeigten, stets als Personifizierung friedliebender Wohlständigkeit in dunklen Anzügen und Hüten gekleidet waren. Die Inbesitznahme des Wortes «Frieden» durch die Sowjets ist eine der bemerkenswertesten Propagandaleistungen unserer Zeit. Sie nahmen es vollständig in Beschlag, machten es zu einem nur ihnen zustehenden Begriff.

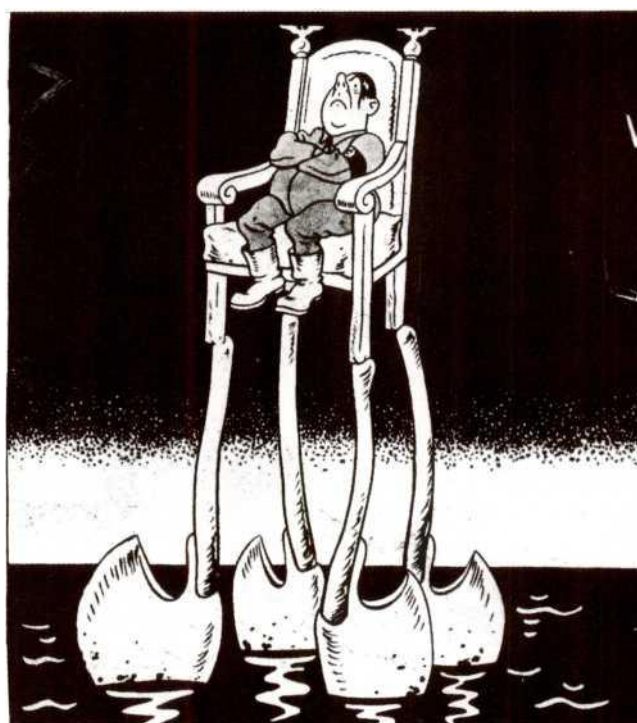
Die Namen ihrer Auslandsorganisationen in den Vereinigten Staaten bestätigen dies: Amerikanisches Komitee für den Kampf gegen den Krieg, Amerikanische Liga gegen Krieg und Faschismus, Weltkongress gegen den Krieg, um nur einige zu nennen. Für den politisch nicht sonderlich interessierten westlichen Bürger, der sich aber der Schrecken des modernen Kriegs bewusst war, klangen solche Namen und Begriffe attraktiver als die kriegerischen Hetzreden von Hitler und Mussolini.

Wo die Propagandamaschinerie vom Staat kontrolliert wird, ist es leicht, Widersprüchlichkeiten durch die Verwendung eines speziellen Wortschatzes zu kaschieren. So war beispielsweise für die meisten Menschen der sowjetische Einmarsch in Finnland 1939/40 Krieg. Für die Sowjetpropagandisten jedoch war es «eine Grenzberichtigung zum Schutz der friedliebenden Sowjetunion vor einem Angriff der westlichen imperialistischen Kriegstreiber».

Schon lange bevor ein Goebbels auf der politischen Bühne auftauchte, waren sich die Kommunisten der Wichtigkeit von Propaganda voll bewusst. Bereits 1902 hatte Lenin in seinem Buch *Was ist zu tun?* auf ihre Bedeutung für die Revolution hingewiesen. 1910 richtete sein Stellvertreter in Baku, Josef Stalin, ein richtiges Propagandabüro ein, das durch Banküberfälle finanziert wurde. Als 1917 die Oktoberrevolution siegte, wurde in Moskau die Abteilung für Agitation und Propaganda (Agitprop) geschaffen, die fortan alle Informationsmedien kontrollierte. In seinem Buch hatte Lenin

*Bis Ende 1933 unterhielten die Sowjets freundschaftliche Beziehungen zu Nazi-Deutschland, obwohl Hitler die KPD zerschlagen hatte, doch nachdem im Januar 1934 der deutsch-polnische Nichtangriffspakt unterzeichnet worden war, befürchteten sie, Deutschland würde die polnischen Ansprüche auf Teile der Ukraine unterstützen. Bis zum Abschluss des deutsch-sowjetischen Nichtangriffspakts im August 1939 wurden Hitler und die Nationalsozialisten von sowjetischen Karikaturisten immer wieder aufs Korn genommen, so 1936 von Boris Efmow mit der Karikatur «Auf einem wackligen Thron».*

ON A SHAKEY THRONE.



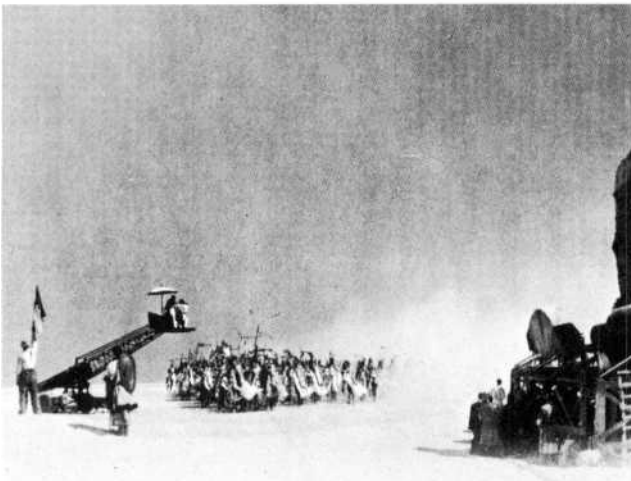
^<y. E^u^ /x>.

Unten: Sergei Eisenstein führt Regie bei seinem Film «Alexander Newski» (1938), dessen Wirkung durch die dramatische Musik von Sergei Prokowjew noch gesteigert wurde.

Thema des Films war der russische Sieg über den Deutschen Ritterorden bei Nowgorod im 13. Jahrhundert – eine unverhohlenen warnende Anspielung auf Hitlers «Drang nach Osten».

Seite 213 oben: Nikolai Tscherkasow als Alexander Newski. Er beendet den Film mit den an die Zuschauer gerichteten Worten: « Wer mit dem Schwert gegen uns zieht, wird durch das Schwert umkommen. Das ist das Gesetz des russischen Landes und wird es immer bleiben.»

Seite 213 unten: Die Krieger von Nowgorod sammeln sich auf dem Eis des Peipussees zur Schlacht gegen den Deutschritterorden. Nach dem Stalin-Hitler-Pakt verschwand der Film bis zum deutschen Überfall auf die UdSSR 1941 aus den Kinos.



einen interessanten Unterschied zwischen Agitation und Propaganda gemacht. Er schrieb: «Agitation ist für die unwissenden Massen bestimmt, denen eine einzige, einfache Idee durch ständige Wiederholung eingehämmert wird. Der Propagandist jedoch hat es mit komplexeren Fragen und Ideen zu tun – mit so vielen, dass er nur von wenigen verstanden werden kann.» Deshalb arbeitete nach Lenin der Agitator hauptsächlich mit dem gesprochenen Wort, der Propagandist mit dem geschriebenen. In seinem Buch *Die Vergewaltigung der Massen* machte der Schriftsteller Sergei Tschakotkin den gleichen Unterschied hinsichtlich der Russen, die er in zwei Gruppen einteilte, in die zehn Prozent, die die aktive Minderheit waren, und die neunzig Prozent, die die dumpfen, dummen Massen ausmachten. Für die Massen müsse die Propaganda einfach, kategorisch und direkt sein.

Schon nach kurzer Zeit kamen alle Druckmedien – Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, Flugschriften und Plakate – in die Hände der Staatlichen Publikationsgesellschaft, die nicht nur Lektorate und Redaktionen, sondern auch die Druckereien und die Papierzuweisungen kontrollierte. Es gab eine Zensurabteilung, die alle Manuskripte, Bücher, Drehbücher, Zeichnungen, Musikstücke und sogar Landkarten prüfte. Am 12. November 1920 wurde der Hauptausschuss für politische Erziehung der Republik gegründet, der alle politischen Körperschaften in den Regionen, Distrikten, Städten und Dörfern überwachte.

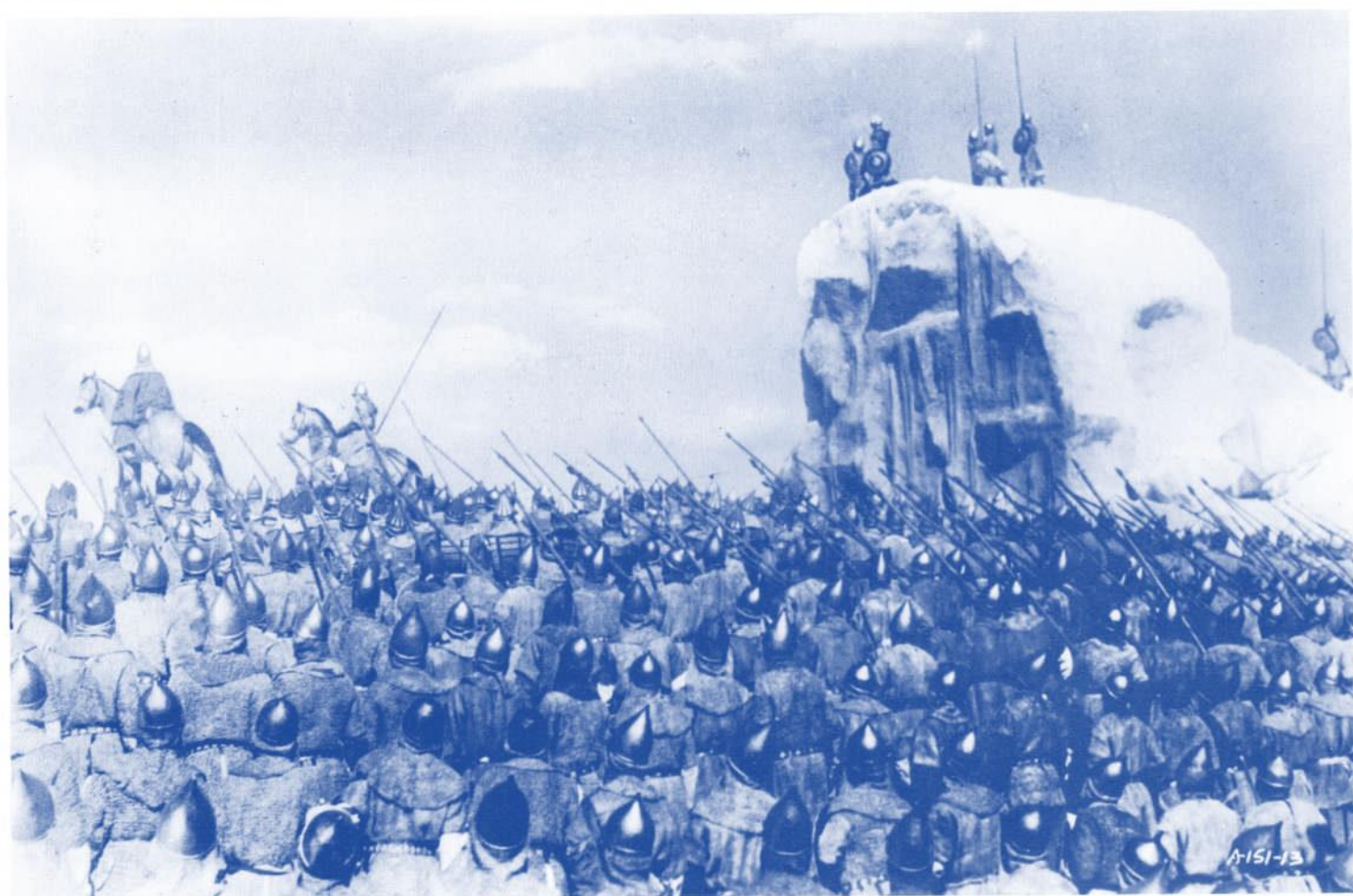
Ein drängendes Problem war das weitverbreitete Analphabetentum, doch hier kamen neue Erfindungen wie der Film und der Rundfunk zu Hilfe. Auf dem Lande wurden Gemeinschaftsempfangsanlagen in gemeindlichen «Lesehäusern», Klubs, Schlafhäusern, Kulturhäusern, Museen, Parks und an anderen Stellen eingerichtet und die Landbevölkerung aufgefordert, dorthin zu gehen und die Sendungen anzuhören. In den Lesehäusern kamen zum Rundfunk die Plakate. Diese Häuser waren primitiv gebaut und hatten einen Boden aus gestampftem Lehm. Die Bauern mussten dorthin gehen, um sich über die Ernährungslage, die Rationierung, lokale Neuigkeiten usw. zu informieren. Während sie dort waren, hörten sie aus dem Radio Berichte über die Ungerechtigkeiten des alten zaristischen Systems und die Segnungen der neuen bolschewistischen Ordnung.

Sehr wertvoll für die an Analphabeten gerichtete Propaganda war in jenen frühen Tagen das Plakat. Als noch der Bürgerkrieg tobte, waren die Fenster der Presseagentur Rost in jeder Stadt und jedem Dorf mit Plakaten in leuchtenden Farben gepflastert, die so bekannte Künstler wie Majakowski entworfen hatten und auf denen die Siege der Roten Armee verherrlicht wurden. Um eine vereinfachte Darstellung des Fünfjahresplans zu geben, wurden bebilderte Wandzeitungen eingesetzt.

Ebenso schnell nutzten die Kommunisten den Film zur Indoktrination der Analphabeten. Sie waren Neuerer auf dem Gebiet des Dokumentarfilms, und ihre Filme übten eine starke Wirkung aus. *Turksib* beispielsweise verzichtete auf den erzählenden, menschlichen Aspekt und war eine reine Werbung für den Bau der turkestanisch-sibirischen Eisenbahnlinie. Andere Filme behandelten Aspekte des Fünfjahresplans und sollten den Bauern und Arbeitern einhämmern, dass kein Opfer zu gross sein könne, um die gesetzten Ziele zu erreichen.

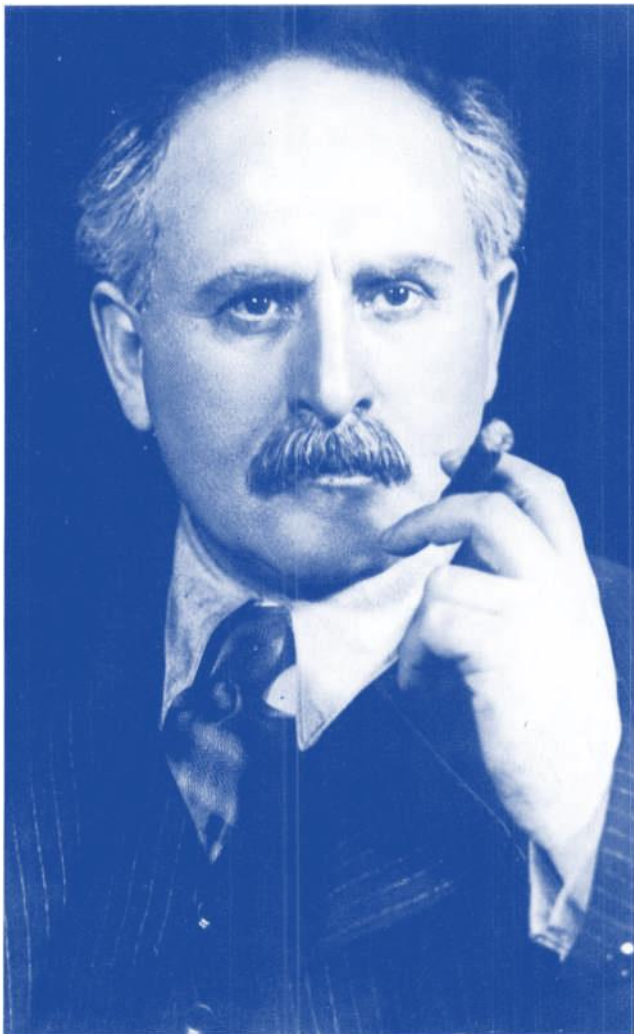
Als in den dreissiger Jahren offenbar wurde, dass in einem künftigen Krieg Deutschland der Gegner sein würde, wurden einige Filme gedreht, um das Volk darauf vorzubereiten. Der grosse Regisseur Sergei Eisenstein







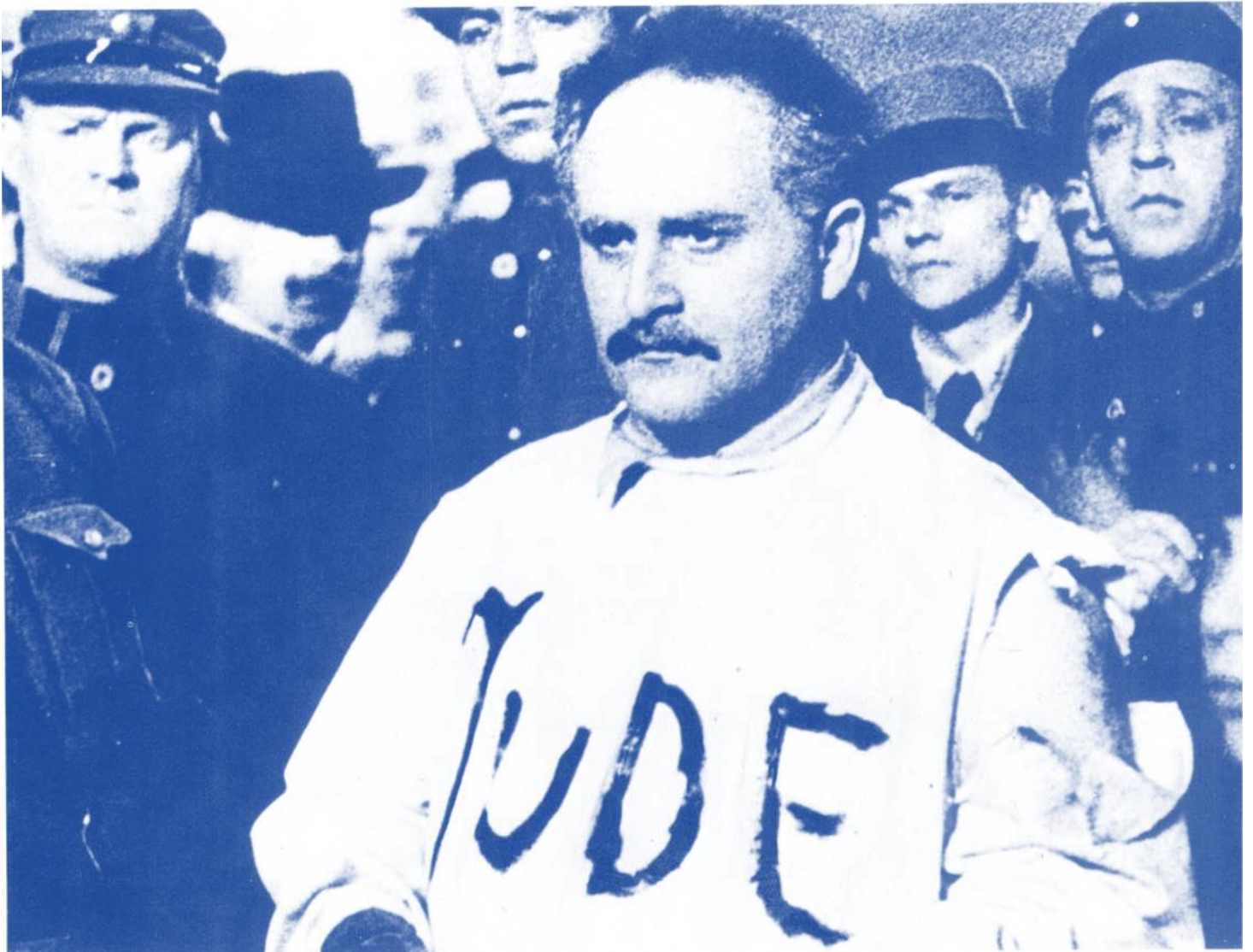
Unten: Sergei Meschinski als von den Nazis verfolgter jüdischer Arzt in Professor Mamlock (1938), dem massivsten antinazistischen Film vor dem Krieg, der bald nach seiner Fertigstellung als Propagandafilm auch in England und den USA gezeigt wurde. Seite 215 oben: Eine Szene aus dem antinazistischen Film Die Familie Oppenheimer (1939) von Grigori Roschal nach einem Roman des jüdischen Schriftstellers Lion Feuchtwanger (1933), in dem die Verfolgung einer jüdischen Familie erzählt wird. Seite 215 unten: Eine Szene aus Professor Mamlock. Der jüdische Arzt wird vor seiner Hinrichtung durch die Strassen geführt und von Sympathisanten der Nazis verhöhnt.



erhielt den Auftrag, einen Film über Alexander Newski zu drehen, den russischen Helden des 13. Jahrhunderts, der den Deutschritterorden geschlagen hatte. Der daraus zu ziehende Schluss war, dass die Russen unter Stalin wiederholen könnten, was sie unter Newski getan hatten. *Alexander Newski* (1938) war sofort populär und wurde in der ganzen Sowjetunion gezeigt. Eisenstein erhielt die höchste sowjetische Auszeichnung, den Leninorden. Stalin, der sich persönlich für die Dreharbeiten interessiert hatte, gratulierte ihm. Als die Sowjetunion 1939 mit Hitler einen Nichtangriffspakt schloss, verschwand der Film aus den Kinos – tauchte aber sofort wieder auf, als Hitlerdeutschland 1941 die Sowjetunion überfiel. Zwischen Film und Wirklichkeit gab es eine Parallele: Newski hatte 1242 den Deutschritterorden auf dem Peipussee bei Leningrad besiegt, wo 1944 den Deutschen dasselbe Schicksal widerfuhr. Weitere antifaschistische Filme waren *Die Familie Oppenheimer* (1939) über Judenpogrome und Konzentrationslager in Hitlerdeutschland und *Professor Mamlock* (1938) über einen berühmten jüdischen Chirurgen, der sich den Nazis widersetzte. Beide Filme wurden 1939 abgesetzt, aber nach dem deutschen Überfall 1941 wieder gezeigt.

Kurz nach der Oktoberrevolution, als die Propaganda noch in den Kinderschuhen steckte, machten ihre ersten modernen Anwender, die Bolschewisten, viele Fehler. Sie waren klug genug, zu erkennen, dass die Religion, die Lenin als «Opium für das Volk» bezeichnet hatte, ein starker Feind ihrer Indoktrinationsbemühungen sein würde. Da sie das Denken des Volkes total kontrollieren wollten, beschlossen sie, die Religion über Nacht zu vernichten. Damit aber überspannten sie den Bogen. Ihr «Verband militanter Atheisten» organisierte eine Prozession durch die Strassen Moskaus, bei der alle Götter und Propheten gezeigt wurden. Zu sehen waren Buddha zu Pferd in anstössiger Verfassung, die in wollüstiger Pose auf dem Rücken liegende Jungfrau Maria und ein abstossend aufgemachter Priester, der einem schönen Mädchen unzüchtige Anträge machte. Im Dezember 1922 errichtete der Verband militanter Atheisten mitten auf dem Leningrader Newski-Prospekt ein Schafott, auf dem Puppen, die Götter, Religionsstifter, Heilige, Päpste und Propheten symbolisierten, enthauptet und dann verbrannt wurden. In der Sowjetpresse wurden Geistliche aller Konfessionen ständig wegen ihrer angeblichen Schwelgereien und Orgien angegriffen, die sie an religiösen Festen abhielten. An Ostern war ein Moskauer Schaufenster mit einer Wachscarbeit geschmückt, das sechs wodka-trinkende Popen in einem kleinen Boot und umgeben von vielen leeren Flaschen zeigte. In dieser Frühzeit wurde auch Kirchengrundbesitz eingezogen und oft absichtlich zerstört. Die Kirchen mit allem, was sich in ihnen befand, Ikonen, Sakralgefäße, liturgische Kleidung, Glocken usw., wurden verstaatlicht und in Warenhäuser, Kinos, Vorratslager und Ställe umgewandelt. Ein solches Vorgehen mag einige Wirkung gehabt haben, aber die meisten Arbeiter und Bauern, um die sich das Regime in erster Linie kümmerte, waren durch diesen Gottesfrevel zutiefst schockiert. Ein führender Kommunist, Zarianow, beklagte sich über die geringen Ergebnisse, die die Gottlosen-Propaganda erbracht habe. Er prophezeite, dass die Soldaten, die während ihres Militärdienstes der Gottlosen-Propaganda ausgesetzt waren, nach ihrer Rückkehr ins Zivilleben innerhalb weniger Wochen wieder zu den Popen gehen würden. Nach seiner Meinung war die Gottlosenkampagne völlig falsch aufgezogen worden. Die 2000jährige Herrschaft der Kirche könne nicht durch primitives Geschwätz ausgelöscht werden.







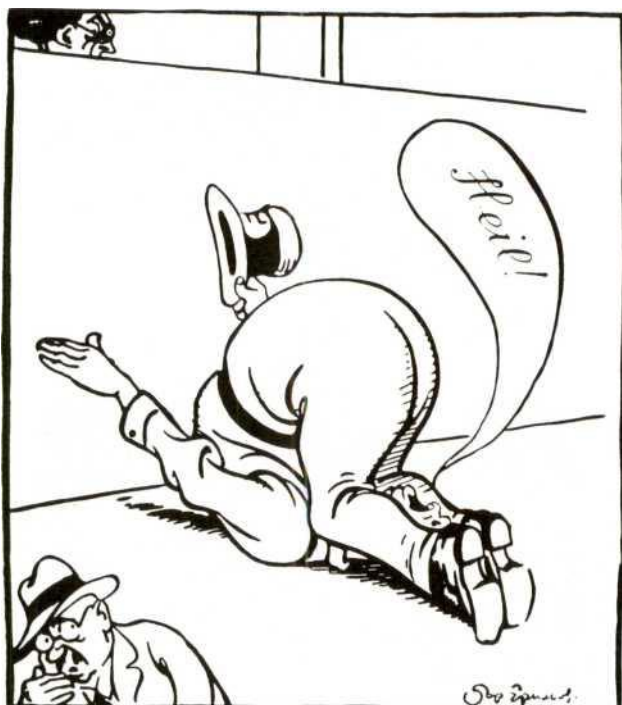
Oben: «Das Tor nach Stalingrad», Karikatur von Daniel Fitzpatrick in der St. Louis Post-Dispatch.

Unten: Boris Efimows Kommentar zu der den Nazis willfährigen deutschen Presse, um 1936. Nach Unterzeichnung des Hitler-Stalin-Pakts wurde die deutsche Presse angewiesen, «auf die weltanschaulichen Verschiedenheiten beider Staaten weder in positiver noch negativer Hinsicht einzugehen» und nur wohlwollende Kommentare zu veröffentlichen.



GATEWAY TO STALINGRAD  
NOVEMBER 25, 1942

COUNTENANCE OF THE UNIFIED PRESS.



Dennoch hielten die Kommunisten an der Absicht fest, die Kirche zu vernichten, die sie als «ein Übel wie Trunksucht und Prostitution» bezeichneten. Aber sie verzichteten jetzt auf eine offene Verfolgung und bedienten sich raffinierterer Methoden. Spottlieder auf religiöse Themen und Personen wurden ersetzt durch ernsthafte Vorträge, Gespräche und Seminare, bei denen wissenschaftlich argumentiert wurde. Im verborgenen bemühte man sich, zwischen Kirche und Gläubige einen Keil zu treiben, während man den Popen erlaubte, ihren täglichen Geschäften unbehelligt nachzugehen.

Die kommunistische Auslandspropaganda war von Anfang an diskreter. Das Grundthema war der Frieden, und man berücksichtigte die Mentalitäten der verschiedenen Völker. Für die kommunistische Ideologie waren die Vereinigten Staaten das wichtigste Zielland. Dazu sagte Stalin: «Wenn es in Amerika zu einer revolutionären Krise kommt, wird dies der Anfang vom Ende des gesamten Weltkapitalismus sein.»

Als die Amerikanische Liga für Frieden und Demokratie verkündete: «Wir wollen gemeinsam darauf hinwirken, dass die Herstellung und der Transport von Munition und anderer für die Führung eines faschistischen Krieges notwendiger Materialien unterbunden werden», konnten die Amerikaner einem so löblichen Ziel nur beipflichten. Auch war wenig einzuwenden gegen die Proklamation der kommunistischen Partei Kaliforniens: «Denkt daran, dass die Sowjetunion mit 185 Millionen Menschen gegen den Krieg ist. Unterstützt die Friedenspolitik des einzigen sozialistischen Landes der Welt, der Sowjetunion.»

In den zwanziger Jahren, bevor Hitlerdeutschland zum Hauptfeind wurde, richtete sich die Sowjetpropaganda hauptsächlich gegen die starken westlichen «Plutokratien» und die Schrecken, die ihr kapitalistisches System zwischen 1914 und 1918 verursacht hatte. Man verkündete der Welt, dass die Kapitalisten ihre Aggression wiederholen würden, diesmal gegen die Sowjetunion als «Mutterland des internationalen Proletariats und einzigem Faktor für seine Emanzipation». Die Kommunisten stellten sogar den kommenden Krieg als wünschenswert hin, würde er doch den Kapitalismus mehr schwächen als den Kommunismus. Mit den Worten des Komintern-Kongresses von 1928 würde er «die Basis der proletarischen Bewegung überall verbreitern und die Welt dem Sieg des Kommunismus näherbringen». Diese Propaganda wurde von der Sowjetunion über Kurzwelle in siebenzehn Sprachen in alle Welt ausgestrahlt. Der Sender Noginsk bei Moskau war einer der stärksten der Welt. Als 1942 Titos Partisanen in Jugoslawien aktiv wurden, richtete die UdSSR in Tiflis den Sender «Freies Jugoslawien» ein, der angeblich in Jugoslawien stand. Später tat man ein Gleiches für Bulgarien und die Slowakei. In der Sowjetunion konnten wie in Deutschland, Italien und anderen Ländern, in denen alle Kommunikationsmedien zentral gelenkt wurden, Propagandakampagnen über Nacht in ihr Gegenteil verkehrt werden. Am 23. August 1939 unterzeichneten die Sowjetunion und Deutschland, die sich jahrelang beschimpft und bedroht hatten, einen Freundschafts- und Nichtangriffspakt, in dem die Teilung Polens festgelegt wurde. Wenige Tage nach der Unterzeichnung, am 1. September 1939, drangen deutsche Truppen in Polen ein und lösten den Zweiten Weltkrieg aus. Drei Wochen später, als die Deutschen jeden polnischen Widerstand gebrochen hatten, marschierten auch die Sowjets ein. Damals wurde der Pakt mit Deutschland in Moskau als friedenserhaltende Massnahme hingestellt und folgendermassen erklärt:



«Die Unterzeichnung des Nichtangriffspaktes zwischen der Sowjetunion und Deutschland ist kein Kriegsbündnis zwischen den beiden Staaten. Es ist kein Übereinkommen für die Teilung Polens... Im Gegenteil ist der Pakt der einzige echte Beitrag für die Sicherheit Polens, den es bis jetzt gegeben hat. Dadurch hat die Sowjetunion einen echten Beitrag zu einem Verständnis der gegenwärtigen Krise in Europa geleistet. Sie hat einen echten Beitrag zum Frieden und zur Sicherheit Europas, der Vereinigten Staaten und der ganzen Welt geleistet.»

Der Kriegsausbruch 1939 brachte keine unmittelbaren Veränderungen der Sowjetpropaganda. Obwohl sich die Sowjetunion immer noch als Vorkämpfer für den Frieden darstellte, wurde doch begonnen, das Volk auf einen Krieg vorzubereiten. Die Streitkräfte wurden erheblich verstärkt. Ein kleiner, aber bezeichnender Hinweis auf diesen Wandel war die Ausgabe von Briefmarken, die die sowjetische Militärmacht zeigten. Abgebildet waren Handgranaten werfende Rotarmisten und auf Panzer herabstossende sowjetische Flugzeuge. Als im Juni 1941 die Deutschen angriffen und die Sowjets ein Bündnis mit den westlichen Demokratien eingingen, gab es Briefmarken mit den im brüderlichen Gespräch vereinigten Grossen Drei mit den jeweiligen Fahnen über ihnen. Gleichzeitig wurde der Welteroberungsanspruch des Kommunismus weniger betont. Zur Hebung der Kampfmoral appellierte man mehr an die Vaterlandsliebe als an die kommunistische Gesinnung, der Krieg wurde offiziell zum «Grossen vaterländischen Krieg» erklärt. Es entstanden Filme mit so sprechenden Titeln wie *Keine grössere Liebe* und *Im Namen des Vaterlands*. In gewissem Umfang wurde auch die Geschichte umgeschrieben; Zaren, die sich in der Vergangenheit auf dem Schlachtfeld ausgezeichnet hatten, wurden gelobt und als leuchtende Beispiele für die Gegenwart bezeichnet. Die häufigen Anspielungen auf Newski und Suworow in den Reden Stalins sollten jedermann auf die Verbindungen zwischen Russlands Vergangenheit und Gegenwart aufmerksam machen. Ein frühes Kriegsplakat, das einen russischen Arbeiter im Kampf mit einem Bojaren zeigte und das vielleicht noch aus der Zeit des Bürgerkriegs stammte, verschwand rasch wieder. Jetzt wurde ein nationaler, kein sozialer Kampf ausgefochten.

Die allgemeinen Propagandathemen gab Stalin mit seinen Tagesbefehlen und seinen Reden an Nationalfeiertagen vor. In seiner Rede zum 24. Jahrestag der Oktoberrevolution am 6. November 1942 zum Thema «Heiliges Russland» appellierte er an den Nationalstolz, indem er nicht nur die grossen russischen Heerführer der Vergangenheit aufführte, sondern sie auch in Beziehung stellte zu grossen Kulturschaffenden wie Puschkin, Tolstoi, Tschechow und Tschaikowski. Die Generallinie der Propaganda wurde damals vom Rat der Volkskommissare und von der Allrussischen kommunistischen Partei festgelegt. Ausgegeben wurde sie vom Propagandaministerium an die vielen sozialen und technischen Organisationen des Landes, die Gewerkschaftskooperativen, die Komsomol, den Verband der Intellektuellen, den Verband der Filmschaffenden, den Schriftstellerverband, den Verband der Kunstschaffenden, um nur einige wenige zu nennen. Die Direktiven waren auf die Gegebenheiten der einzelnen Organisationen zugeschnitten.

Wie die Sowjetführer bereits zwanzig Jahre früher im Bürgerkrieg erkannt hatten, war das Plakat für Analphabeten das wirkungsvollste Propagandamittel. Schon einen Tag nach dem deutschen Überfall erschien in den Moskauer Strassen ein erstes Plakat mit der Inschrift:

Die sowjetischen Plakatünstler zeigten die Nazis unverhohlen als Monster und abscheuliches Gewürm.

Oben: «Wir werden Deine Zähne zerschmettern, Henker, wir werden Dich mit dem roten Schwert der Vergeltung köpfen», Postkarte von 1941.

Unten: «Vernichtet die Schlange!», ukrainisches Plakat von 1941. Nach anfänglichen Niederlagen verteidigte die Rote Armee erbittert die Ukraine.



**ЗНМУ1ННО ФААМНУ!**



Goebbels war eine Hauptzielscheibe sowjetischer Karikaturisten wie Boris Efimow und der Kukriniksi.

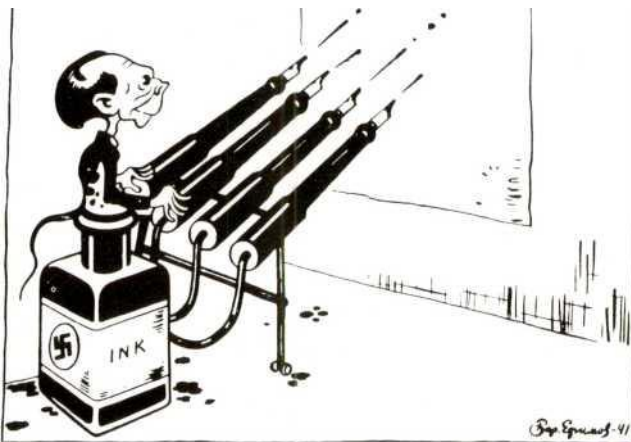
Oben: Efimow zeichnete ihn als Elakkanoier, der mit einer Batterie von Füllfederhaltern Tinte verspritzt.

Unten: Für die Kukriniksi war Goebbels das Maschinengewehr Hitlers, das statt Kugeln Propagandalüngen verschießt.

#### GOEBBELS ANTI-AIRCRAFT BATTERY

+r&O&- 50^r6+03- 10.000

SOVIET AIRCRAFT SHOT  
DOWN!



«Wir werden die faschistische Schlange zerschmettern und auslöschen!» Innerhalb weniger Tage wurden Aushängetafeln der Tass aufgestellt und mit Tass-Plakaten beklebt. Als Lord Beaverbrook 1941 die Sowjetunion besuchte, war er von den sowjetischen Plakaten so beeindruckt, dass er Stalin bat, ihm eine Auswahl dieser Plakate mitzugeben; sie wurden danach in England gezeigt. Einige der besten Sowjetkünstler der Zeit knüpften an Majakowski und die Tradition des Bürgerkriegs an: Sokolow-Skaja, Denisowski, Lebedew, die Kukriniksi (ein Pseudonym aus den Anfangsbuchstaben dreier Künstler, die zwanzig Jahre lang gemeinsam arbeiteten: Michail Kuprianow, Porfiri Krylow und Nikolai Sokolow). Viele der Plakate erinnerten an die Grosstaten russischer Nationalhelden. Auf einem stand Alexander Newski, der 1242 den Deutschritterorden geschlagen hatte, neben Suworow, der 1787 die Türken besiegt hatte; um einen Bezug zur Gegenwart herzustellen, wurde ihnen Wassili Tschapajew zugesellt, der im Bürgerkrieg eine bolschewistische Division gegen Koltschaks Weisse Truppen geführt hatte. Eine Parallele zur grossen sowjetischen Gegenoffensive 1941-42 westlich von Moskau wurde durch ein Plakat geschaffen, das den General Kutusow zeigte, der hunderdreissig Jahre früher einen anderen Eindringling vor den Toren der Hauptstadt zurückgeschlagen hatte – Napoleons Heerscharen.

In der schweren Zeit 1941 war es ein Ziel dieser Propaganda, dem Volk einzuhämmern, dass Mütterchen Russland siegen müsse. Plakate mit riesigen russischen Händen und Zangen, die die Kehle eines Deutschen umfassen, brachten die mit den ersten Gegenangriffen wachsende Siegeszuversicht zum Ausdruck. Oft zeigten die Plakate Karikaturen von Naziführern, besonders von Goebbels, den Efimow in der satirischen Zeitschrift *Krokodil* als Mickymaus mit Hakenkreuzschwanz darstellte, während ihn Lebedew als blökenden Esel zeigte. Man stellte Pétain dar, wie er Frankreich unter deutsche Soldatenstiefel legte, und Hitler, der Hess an einer Angel als Köder England anbot, um es zu veranlassen, sich seinem antibolschewistischen Kreuzzug anzuschliessen. Andererseits zeigte eine Broschüre mit Zeichnungen von Scharmidow deutsche Greuelthaten, Plünderungen, Hinrichtungen und Massengräber.

Solche Zeichnungen füllten auch die Wandzeitungen, die politische und militärische Erfolge verkündeten. Sie konnten bis zu drei Meter hoch und halb so breit sein und waren in verschiedenen Farben gehalten. Allein in Moskau arbeiteten rund 200 Künstler an diesen Plakaten, die, wie im Bürgerkrieg, in den Fenstern der Tass-Agentur im ganzen Land hingen. Sie gingen auch an Fabriken, Kolchosen, amtliche Einrichtungen, Militäreinheiten und Kriegsschiffe sowie an Krankenhäuser und Lazarette, so dass jeder Sowjetbürger sie ständig vor Augen hatte. Oft trugen sie einprägsame Verse von Dichtern wie Marschak oder Bedni, dem Kinderbuchverfasser.

Die grosse Beliebtheit der Plakate und Zeichnungen in der Sowjetunion beruhte auf ihrer Einfachheit und der allgemeinverständlichen, eindringlichen Darstellungsweise der Künstler. Die Plakatkunst machte in den Kriegsjahren eine mehrphasige Entwicklung durch. Die ersten Plakate, besonders die von Moor, zeigten noch einen gewissen Einfluss der Bürgerkriegsplakate. Typisch für diese Phase waren eine abstrakte, symbolische Behandlung der Themen, ein ausgeprägter formaler Schematismus und eine begrenzte Farbskala (Rot, Schwarz und Weiss). Später veränderten sich die Plakate. Das war hauptsächlich der Tatsache zu verdanken, dass Künstler,



die vorher Staffeleigemälde und Buchillustrationen geschaffen hatten, sich jetzt als Plakatkünstler betätigten. Sie bevorzugten heroische Gestalten, die an die Gefühle appellierten. Der konventionelle ornamentale Bildaufbau wurde durch eine realistische Wiedergabe ersetzt. Die Niederlage der Deutschen vor Moskau, die gigantische Schlacht um Stalingrad, die siegreichen Vormärsche der Roten Armee, die Befreiung der sowjetischen Gebiete und die Siege der westlichen Alliierten – all das spiegelte sich auf den Tass-Plakaten. Es gab kein einziges wichtiges Ereignis im Krieg, keine internationalen oder inländischen Geschehnisse, die nicht auf dem einen oder anderen der Tass-Plakate seinen Niederschlag gefunden hätten.

Ein ausschliesslich sowjetisches Propagandamittel im Krieg war der Propagandazug. In den Wagen wurden Druckerpressen aufgestellt und Kinoros eingerichtet, und bemannt waren sie mit Agitatoren, Schauspielern und Künstlern. Sie fuhren durch das Land, hielten Vorträge und Film- und Theatervorführungen und informierten über den Krieg. Sie drangen gelegentlich sogar ins Frontgebiet vor, wo der Zug getarnt auf einem Nebengeleis abgestellt wurde.

Auch der Film spielte bei den sowjetischen Kriegsbemühungen eine wichtige Rolle. Schon drei Tage nach dem deutschen Überfall wurden die ersten Filme aus der Kampfzone gezeigt. Danach gab es mit Kameras ausgerüstete Kriegsberichterstatter an allen Fronten. In den Moskauer U-Bahn-Stationen wurden Filmprojektoren aufgestellt, so dass die Menschen kostenlos die Kriegsberichte sehen konnten. Man führte wieder antideutsche Filme auf wie Eisensteins *Alexander Newski*. Die Barbarei der Deutschen wurde in *Zoja* (1944) gezeigt. Darin ging es um das Schicksal der Partisanin Zoja Kosmodemjanskaja, die hinter der deutschen Front gekämpft hatte und gefangengenommen, misshandelt und gehängt worden war. Ein anderer Film über den Partisanenkampf, *Sekretär des Bezirksausschusses*, wurde 1942 mit dem Stalinpreis ausgezeichnet. Um die Schrecken des Lebens in Hitlerdeutschland aufzuzeigen, drehte Michail Romm 1944 den Film *Mädchen Nr. 217*, in dem eine grausame deutsche Familie ein russisches Mädchen als Sklavin hält.

Die Gesellschaften für Dokumentarfilme wurden reorganisiert und bekannte Regisseure angeheuert. Da es auf rasche Herstellung und Verbreitung ankam, waren die ersten Dokumentarfilme kurz, aber bis zum Ende des Krieges setzten sie sich zu einer vollständigen Chronik der Kriegsgeschichte zusammen: *Die Niederlage der deutschen Armeen vor Moskau* (1942); *Belagerung von Leningrad* (1942), *Schlacht um die Ukraine* (1943), *Schlacht um Orel* (1943), *Berlin* (1945), *Wien* (1945). Diese Filme zeigten nicht nur, wie die Schlachten gewonnen, sondern auch, wie sie geplant wurden.

Um die Beziehungen zu den jetzt mit der Sowjetunion verbündeten kapitalistischen Staaten zu verbessern, wurden die Komintern aufgelöst und die revolutionäre «Internationale» aus den sowjetischen Liederbüchern herausgenommen. Um sein Regime in den Augen der christlichen Welt annehmbarer zu machen, vollzog Stalin im Juli 1941 eine totale Kehrtwendung. Bis 1939 und 1940, als die Sowjets die Hälfte von Polen, die baltischen Staaten und einen Teil Finnlands und Rumäniens annektierten, war die atheistische Politik weitergeführt worden. Die Union der Atheisten unter Jaroslawski hatte ihre Tätigkeit auf die besetzten Gebiete ausgedehnt; allein aus Ostpolen wurden bis Mitte 1940 etwa 4'000 Geistliche aller Konfessionen deportiert und durch 25'000 atheistische Agitatoren ersetzt. Doch das

*Kukriniksi nannten sich drei sowjetische Künstler, die als Karikaturisten häufig Goebbels aufs Korn nahmen. Eine der grössten rhetorischen Leistungen von Goebbels war seine Sportpalast-Rede nach der Niederlage in Stalingrad, in der er den vernichtenden Schlag zum Anlass nahm, die Deutschen zum totalen Krieg aufzurufen.*

*Unten: Goebbels diktiert einer willfährigen deutschen Presse den Wehrmachtsbericht.*

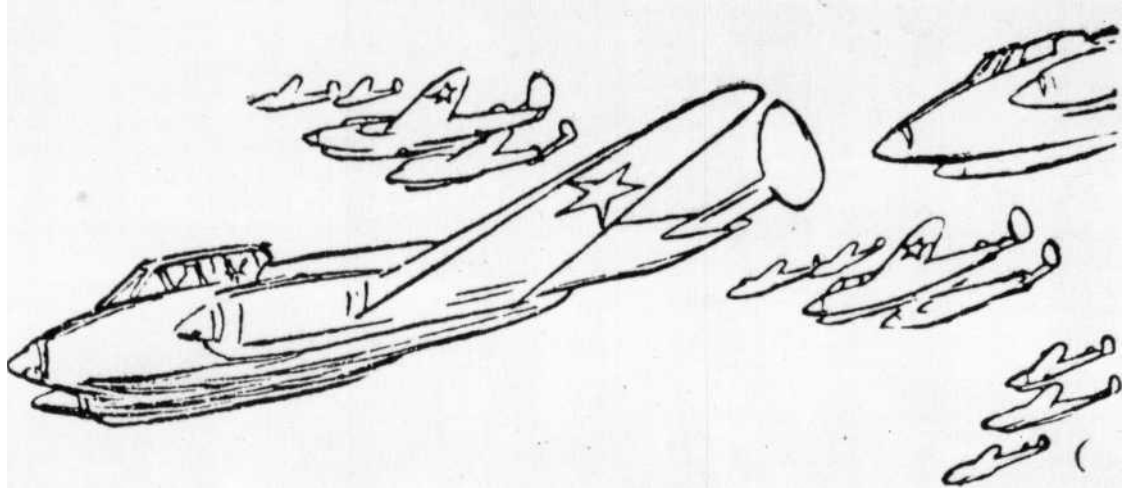
*Seite 220: Vergeblich versuchen Hitler und Goebbels, die sowjetische Luftwaffe mit ihren Propagandalügen aufzuhalten.*

*Seite 221: Je näher die deutsche Niederlage rückte, desto mehr wurde Goebbels nicht als Witzfigur, sondern als Verrückter hingestellt.*

## LIE-LOCATORS







LES MENTEURS DE BERLIN



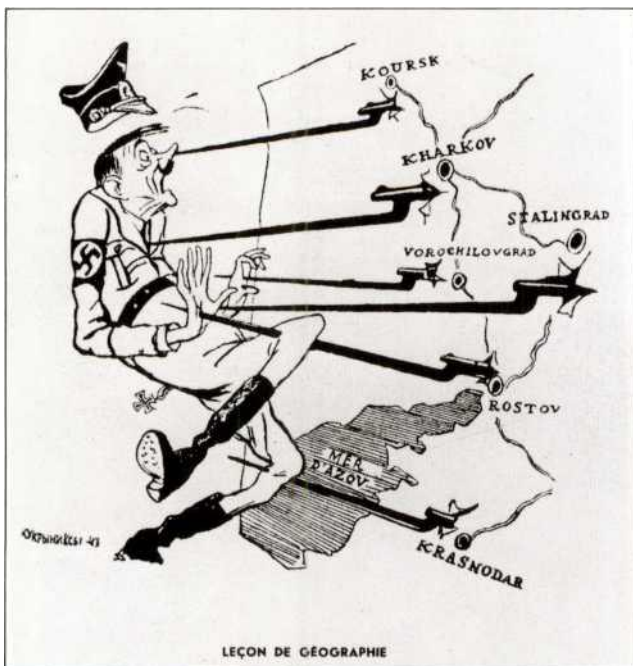
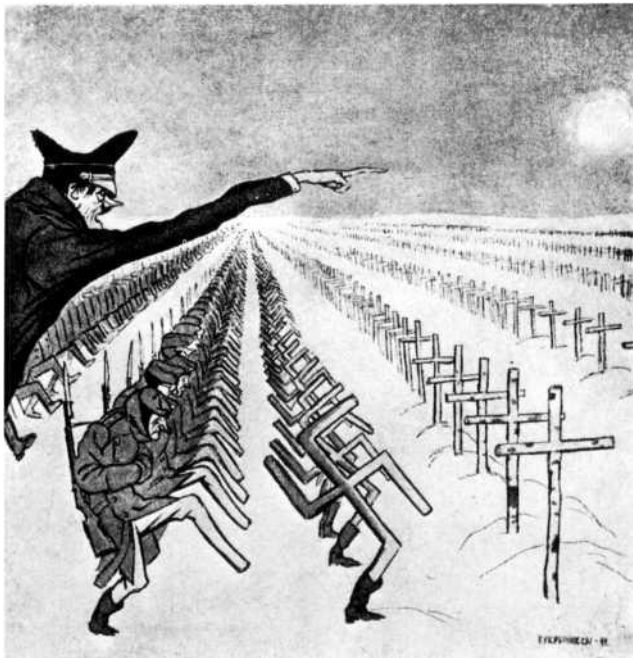




Oben: Während den deutschen Offensiven des Jahres 1942 konnten die Karikaturisten nur ihrer Überzeugung Ausdruck geben, dass die Härte des russischen Winters die Deutschen besiegen werde.

Unten: Als Wendepunkt des Krieges erwies sich die Niederlage der Deutschen in Stalingrad, und ab 1943 profitierten die Karikaturisten von einer Abfolge sowjetischer Siege.

Seite 223: Eine ernsthaftere Darstellung Hitlers durch die Kukriniki, 1943.



änderte sich über Nacht. Eine der ersten Handlungen Stalins nach dem deutschen Einmarsch im Juni 1941 bestand darin, den Tod Jaroslawskis zu melden (der, wie sich später herausstellte, keines natürlichen Todes gestorben war). Dem aus Polen stammenden amerikanischen Geistlichen Stanislas Orlemanski gegenüber bekundete Stalin sogar seine Bereitschaft, «mit dem Papst gegen die Verfolgung und Unterjochung der katholischen Kirche in Deutschland zusammenzuarbeiten» mit dem Argument, er sei ein «Vorkämpfer für Gewissens- und Religionsfreiheit». In Moskau wurde ein Kirchenministerium gegründet, dessen Aufgabe es war, «freundschaftliche Beziehungen zwischen der Regierung und den Religionsgemeinschaften zu schaffen». In den schweren Tagen, als die Deutschen vor Moskau standen, waren die Sowjets bereit, Hilfe von jeder nur denkbaren Seite anzunehmen. Sie gestatteten sogar den polnischen Streitkräften unter General Anders eigene Feldgeistliche; etwa fünfzig polnische katholische Priester, die 1939 in sowjetischen Straflagern verschwunden waren, wurden für diesen Zweck freigelassen. In Moskau wurde die Französische Kirche wieder geöffnet und der polnischen katholischen Gemeinde zur Verfügung gestellt.

In der an die Deutschen gerichteten Propaganda ging die Sowjetunion anders vor als die westlichen Alliierten, die 1942 in Casablanca die Forderung nach einer bedingungslosen deutschen Kapitulation aufgestellt hatten. Die Westmächte machten keinen Unterschied zwischen Hitler und einer möglichen Gegenregierung, falls es in Deutschland zu einem Sturz der Naziherrschaft kommen würde. Die Sowjets hingegen unterschieden sehr sorgfältig zwischen dem deutschen Volk und seinen Naziführern, von den Sowjets «Hitlers» genannt. In den an die Deutschen gerichteten Nachrichtensendungen betonten sie, dass sie zwar mit den Nazis nicht verhandeln würden, aber das deutsche Volk, die Arbeiter, die sie auf ihrer Seite wähten, nicht bekämpfen würden. Zusammengefasst wurde Stalins Haltung in dem Satz: «Die Hitlers kommen und gehen, aber das deutsche Volk bleibt bestehen.»

Die an die deutschen Kriegsgefangenen (von denen es nach Stalingrad viele Zehntausende gab) gerichtete Propaganda zielte vor allem darauf, sie gegen die Machthaber aufzubringen, die sie in die Irre geführt hatten. Sie appellierte an den Berufsstolz deutscher Offiziere, indem sie ihnen klarmachte, dass Hitler den Ostfeldzug stümperisch und laienhaft führte, und so fand sich eine Gruppe deutscher Generäle bereit, die Bewegung «Freies Deutschland» zu gründen. Die Sowjets hatten inzwischen so viele Gefangene gemacht, dass die deutsche Militärführung nicht mehr genau die Gefallenen und in Gefangenschaft Geratenen feststellen konnte und sie deshalb einfach als vermisst führte. Die deutschen Angehörigen konnten nur herausfinden, ob ein Vermisster lebte, wenn sie die für Deutschland bestimmten sowjetischen Rundfunksendungen abhörten, in denen von Zeit zu Zeit Listen mit den Namen deutscher Gefangener verlesen wurden. Dann wurde angekündigt, dass ein Gefangener ans Mikrofon käme und die Angehörigen seine Stimme hören könnten. Man liess Zeit genug, bis sich in Deutschland die Menschen vor dem Radio eingefunden hatten; in der Zwischenzeit gab es politische und militärische Gespräche und ausführliche Meldungen über deutsche Niederlagen und alliierte Siege. Dann wandte sich der russische Sprecher an die Angehörigen des Gefangenen: «Frau A. aus München, Ihr Mann ist hier im Studio. Er wurde bei Rostow gefangenengenommen. Er hat







Oben: «Rache!», Plakat von Dementri Schmarinow. Als die Deutschen 1942 grosse Teile der Sowjetunion überrannten, versuchte man, durch solche Plakate den Widerstandgeist der Bevölkerung zu wecken.

Unten: Als der Endsieg näher rückte, gab es eine Flut von Plakaten zum Ruhm der Roten Armee.



einen Arm verloren, erhält aber, wie Sie von ihm selbst hören werden, gute medizinische Betreuung und wird sich erholen. Sie haben Glück, Frau A., wenn die Hitlerbande zerstört sein wird, werden Sie Ihren Mann wieder sehen. Aber Millionen anderer deutscher Frauen und Mütter haben nicht soviel Glück. Ihre Männer und Söhne werden nicht zurückkehren. Die verbrecherischen Absichten der Hitlerbande haben sie ums Leben gebracht.» Manchmal sagte der Ansager auch: «Herr Z., hier ist Ihr Sohn. Er wurde verwundet und auf der Strasse nach Bobruisk gefangengenommen. Herr Z., was hatte Ihr Sohn auf dieser winterlich verschneiten Strasse nach Bobruisk so tief in Russland zu suchen?»

Die Sowjets hatten insofern Glück, als die Deutschen für die Mentalität der Menschen in den besetzten Ostgebieten ausserordentlich blind waren. In der Ukraine und in Weissrussland hätten sie beste Möglichkeiten gehabt, waren doch dort viele Menschen antisowjetisch eingestellt und begrüsst die deutschen Truppen begeistert als «Befreier». Aber Goebbels' grosse Propagandamaschinerie trat im Osten kaum in Aktion, und das gilt für alle russischen Gebiete, die 1941 und 1942 von den Deutschen besetzt wurden. Es gab keinen ukrainischen oder russischen Ferdinand, der für seine Landsleute per Rundfunk die Schwächen und Missetaten der kommunistischen Partei darstellte oder versuchte, zwischen das Volk und die Sowjetführung einen Keil zu treiben. Der Grund hierfür war ganz einfach. Die Nazis betrachteten die slawischen Völker als analphabetische Untermenschen, an die man keine Propagandaanstrengungen verschwenden müsse. Nach ihrer Meinung reichte es aus, sie brutal zum Gehorsam zu zwingen. Hätten sich die Nazis den Ukrainern gegenüber verständnisvoller verhalten, hätten sich die Dinge anders entwickeln können. Aber die Propaganda ergriff nicht die Gelegenheit, und die Nazis blieben Gefangene ihres Rassenwahns.

Die Sowjetpropaganda in den Kriegsjahren war sowohl im Ausland als auch beim eigenen Volk ungemein erfolgreich. Im Ausland kamen den Sowjets die Sympathien der Engländer und Amerikaner zugute, die als Waffenbrüder denselben Schwierigkeiten ausgesetzt waren und den Hass auf den gemeinsamen Feind teilten. Die Sowjets stellten sich als Befreier hin, die nach dem Sieg die von ihnen befreiten Länder Osteuropas wieder räumen würden. Am 6. November 1941 hatte Stalin in einer Rede gesagt: «Unser Motto ist: Keinerlei Einmischung in die inneren Angelegenheiten anderer Völker! Die Staatsgrenzen sind unverletzlich!»

Im Land selbst hatten die Propagandisten den Vorteil, dass sie es mit einem Volk zu tun hatten, das nach zwanzig Jahren Kommunismus an drakonische Disziplin und zahllose politische Kehrtwendungen gewöhnt war. Diese Disziplin und der Appell an die tiefwurzelnde Heimatliebe des Volkes ermöglichten es Stalin, einen erfolgreicher Krieg zu führen, als Hitler sich je hätte träumen lassen.



# ФАШИЗМ НАСТУПАЕТ



ДЕНИ 30.

**РАЗДАВИМ ГАДИНУ  
МОЩНЫМ КОНТРАНАСТУПЛЕНИЕМ  
ПРОЛЕТАРИАТА**

»Der proletarische Gegenangriff wird das faschistische Untier besiegen«,  
Plakat von Viktor Deni, dreißiger Jahre.





»Begegnung über Berlin«, sowjetisches Plakat der Kukriniksi, um 1943.



»Tötet das faschistische Untier!«, Plakat von Viktor Deni, 1942.



»Hut ab!, sagt der Faschist. – Kopf ab!, sagt der Partisan.« Kukriniksi, 1941.



»Zangen kappen Klauen«, Karikatur der Kukriniksi, um 1942.



**WHAT IS AN "ARYAN"?**  
**HE IS HANDSOME**



**AS GOEBBELS**

REPRODUCED FROM SOVIET WAR POSTER 1941 · BY RUSSIAN WAR RELIEF INC





«Die Grossen Drei binden den Feind in Knoten»,  
Karikatur der Kukuriniki, 1942.



«Waffen für die Front von sowjetischen Frauen»,  
Plakat von Alexei Kokorekin, 1942.



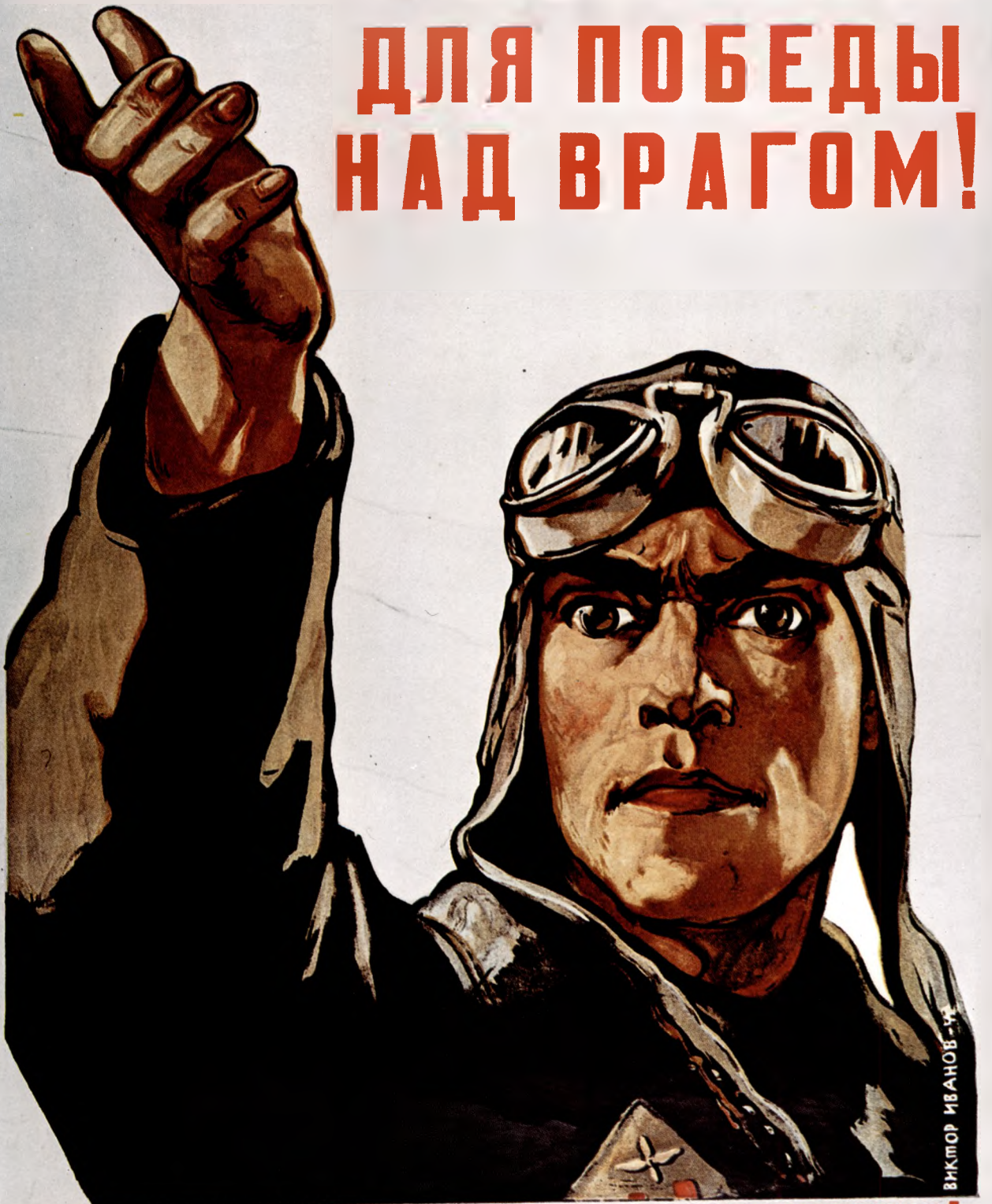
нУСТЬ ВАОХНОВАНЕТ ВАС  
В 3 ТОМ ВОМНЕ МУХЕСТВЕННЫМ ОБ РА 3  
НАУМХ ВЕАМКМХ ОРЕАКОВ!

«...М. СТААМН

«Möge das Beispiel Eurer Ahnen Euch in diesem Krieg beseelen»,  
Plakat von Viktor Iwanow und O. Burowa, 1942.



**ДАЙТЕ ФРОНТУ БОЛЬШЕ  
ОРУЖИЯ И БОЕПРИПАСОВ  
ДЛЯ ПОБЕДЫ  
НАД ВРАГОМ!**



**ВЫШЕ ЗНАМЯ СОЦИАЛИСТИЧЕСКОГО СОРЕВНОВАНИЯ!**

»Mehr Waffen und Munition für die Front zur Vernichtung des Feindes«,  
Plakat von Viktor Iwanow, 1942.



ОКНО № 470  
ТАСС

# МОРЯКИ ГВАРДЕЙЦЫ

ФАШИСТСКИЙ ПИРАТ, НЕ НАДЕЙСЯ  
ЖИВЫМ ОТ ГВАРДЕЙЦЕВ УЙТИ,  
КОЛЬ ВРАГ ПОВСТРЕЧАЛСЯ ГВАРДЕЙЦАМ-  
ОБЛОМКИ ПЛЫВУТ НА ПУТИ!

Худ. К. Вялов. Текст-Вас. Лебедев-Кумач.

»Der faschistische Pirat kann unseren Seestreitkräften nicht entkommen«, K. Wjalow, um 1942.





**СОРЕВНУЙТЕСЬ  
НА ЛУЧШУЮ ПОМОЩЬ ФРОНТУ!**

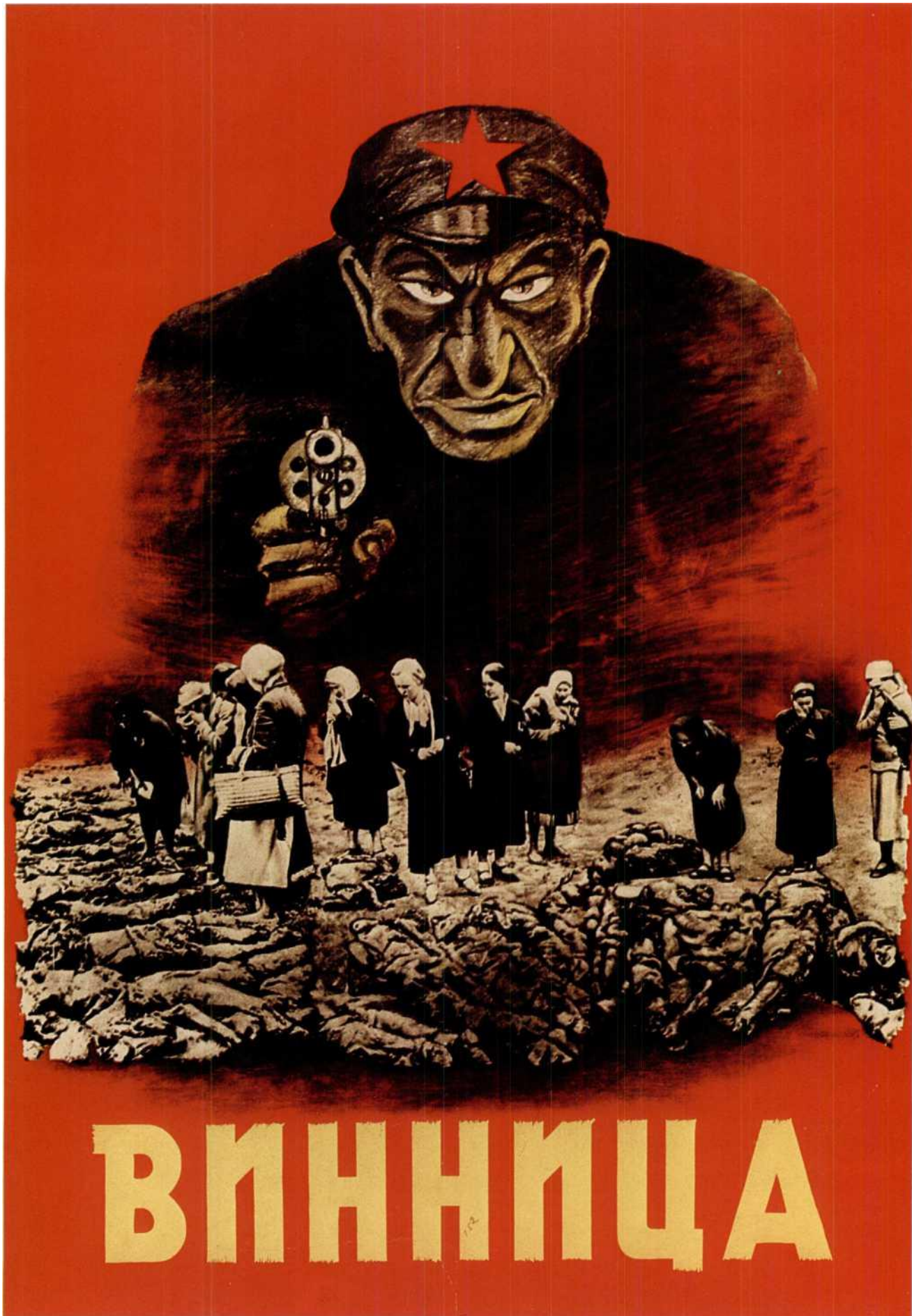
от 13.VII 1942 г. Изд. № 1111 Объем 1 л

Государственное издательство  
«ИСКУССТВО»  
Москва 1942 Ленинград

Типография Госпланакадема, Москва, Элеватор № 501

»Folgt dem Beispiel dieses Arbeiters, produziert mehr für die Front!«  
Plakat von Alexei Kokorekin, 1942.





*Jüdischer Kommissar über den Opfern von Winniza.  
Deutsches Plakat für das besetzte Russland, undatiert.*





Deutsches Plakat für die Ukraine mit der Darstellung sowjetischer Greuelthaten, undatiert.



Deutsches Plakat für das besetzte Osteuropa mit der Darstellung sowjetischer Greuelthaten, undatiert.





«Kämpft tapfer, Söhne von Suworow und Tschapajew!» Plakat der Kukriniki, 1941.



«Die Feuerkraft unserer Waffen ist auf den Feind gerichtet», Malzew, 1941.



# Во имя Родины ВПЕРЕД БОГАТЫРИ!



For the Motherland's Sake, Go Forward, Heroes





«Sei ein Held!» Abschiedsworte einer Mutter an ihren Sohn. Sowjetische Briefmarke, 1941.



Sowjetische Briefmarken zu Ehren der Kriegshelden und zum 25. Jahrestag der Komsomol (sowjetische Jugendorganisation), 1942-1944.





Sowjetische Ordens-Briefmarkenserie. Oben der Orden des Grossen Vaterländischen Kriegs und der Alexander-Newski-Orden. Unten der Marschall-Suworow-Orden und der Feldmarschall-Kutusow-Orden.



Oben sowjetische Briefmarkenserie zu Ehren der Kriegshelden. Unten Sondermarke zum Tag der Alliierten gegen Deutschland am 14. Juni 1944.



ОКНО № 645  
ТАСС

# НАША АЗБУКА



О  
ОСПЫ НА ГЕББЕЛЬСА ПОХОЖИ  
ЭНИ ОРУТ ОДНО И ТО ЖЕ

художник - В. ЛЕБЕДЕВ

ТЕКСТ - С. МАРШАК

*Goebbels und ein Esel klingen gleich. Karikatur von Wladimir Lebedew, undatiert.*





Ein General der Ostfront wartet auf Hitlers Befehle, während dieser nachdenkt. Karikatur der Kukuriniki, 1944.





БИКТОР ИВАНОВ

ТОВАРИЩИ! НОВЫМИ ТРУДОВЫМИ ПОДВИГАМИ  
**ВЫ ПОМОЖЕТЕ НАМ**  
ВОДРУЗИТЬ НАД БЕРЛИНОМ ЗНАМЯ ПОБЕДЫ!

E. 3045 - 1944

»Kameraden! Eure erneuten Anstrengungen werden bewirken, daß die Siegesflagge über Berlin gehißt werden kann«, Plakat von Viktor Iwanow, 1944.



# AUFSTIEG UND FALL JAPANS 1931-1945

Enthalten wir uns aller müssigen Vergnügungen.  
Mindestens zwei Stunden täglich wollen wir an der frischen Luft Sport treiben.  
Danken wir unseren Bauern für jede Mahlzeit,  
und achten wir darauf, dass nicht ein einziges Korn vergeudet wird.



Zu Beginn dieses Jahrhunderts wurde Japan vom Westen mit einer gewissen wohlwollenden Herablassung behandelt. Der amerikanische Commander Matthew Perry hatte den Japanern 1853 die zweifelhaften «Segnungen» der «westlichen Zivilisation» gebracht, und ein zweiter amerikanischer Marineoffizier, Leutnant Linkerton in Puccinis *Madame Butterfly*, trug dazu bei, in der westlichen Phantasie das Bild eines «Landes der Kirschblüten und Chrysanthem» zu schaffen. Unter den westliche Nationen hatte Grossbritannien, beeindruckt durch den japanischen Sieg über den russischen Koloss im Jahr 1904, den «tapferen kleinen Japaner» im Ersten Weltkrieg als Bundesgenossen begrüsst. Aber zehn Jahre nach Kriegsende war dieses positive Bild von Japan fast völlig ausgelöscht. Aus dem tapferen kleinen Japaner war in westlichen Augen «der Preusse des Fernen Ostens» geworden. Wie konnte dies geschehen?

Als Japan zu Beginn des Jahrhunderts noch im Begriff war, aus seinem mittelalterlichen Kokon zu schlüpfen, betrachtete man es mit einer Bevölkerung von 50 Millionen Menschen als höchst profitablen Absatzmarkt für westliche Produkte, als eines der Länder, in denen europäische und amerikanische Produzenten viel Geld scheffeln konnten. Aber sobald die letzten Reste des Mittelalters beseitigt waren, wurde Japan in nur zwei Jahrzehnten aus eigener Kraft zu einer Industrienation. Dank der zahlreichen und billigen Arbeitskräfte drang es nicht nur bald in die traditionellen westlichen Märkte ein, sondern unterbot sogar die Preise der westlichen Produzenten im eigenen Land.

Während der Weltwirtschaftskrise der frühen dreissiger Jahre erlegten Amerikaner und Europäer den japanischen Produkten hohe Strafzölle auf. Japan musste sich deshalb nach anderen Abnehmern umsehen. Wichtigster Kohle- und Eisenlieferant war China, und bald wurde klar, dass sich Japan dort und in anderen asiatischen Nachbarländern seine Hauptmärkte aufbauen musste, auf die es sich auf Dauer stützen konnte. Das musste zu einem Konflikt mit den westlichen Mächten führen, die bis dahin das Gebiet politisch und kommerziell beherrscht hatten. Von nun an sah man im Westen und in den Vereinigten Staaten Japan mit anderen Augen.

Beschleunigt wurde dieser Prozess durch Japans wachsende Unbeliebtheit im Westen, nachdem es im September 1931 in China eingefallen war unter dem Vorwand, die Chinesen hätten eine Strecke der in japanischem Besitz befindlichen mandschurischen Eisenbahnlinie bei Mukden gesprengt. In Wirklichkeit war dies durch japanisches Militär getan worden, um einen Kriegsgrund zu schaffen. In Amerika stiess der japanische Einmarsch auf fast einhellige Ablehnung, und man begann, eher in Japan als in einer europäischen Macht den Feind in einem zukünftigen Krieg zu sehen. Obgleich der Kongress auf Neutralität pochte und erklärte, die Vereinigten Staaten würden sich aus dem japanisch-chinesischen Konflikt heraushalten, galten doch die amerikanischen und englischen Sympathien ganz eindeutig China, dem diese Länder halfen, indem sie als Nachschubweg für Kriegsmaterial die Birma-Strasse erbauten. Am 18. April 1933 erklärte Japan China zu seinem Einflussgebiet und zeigte sein Missvergnügen über die Kritik des Westens dadurch, dass es aus dem Völkerbund austrat und später auch aus der Seefahrtkonferenz. Es war klar, dass es früher oder später zu einer Konfrontation mit dem Westen kommen musste.

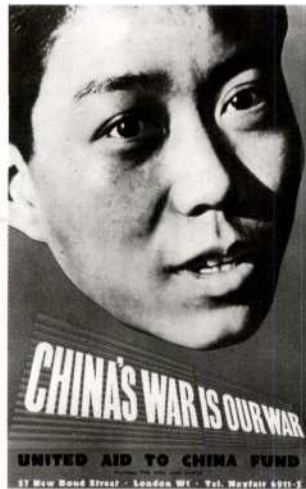
China musste sich, auf sich selbst gestellt, gegen eine moderne Militär-

Oben: Der im August 1928 von 15 Staaten unterzeichnete Kellogg-Briand-Plan sah vor, Differenzen zwischen Ländern mit friedlichen Mitteln zu schlichten. Durch die Besetzung der Mandschurei brach Japan 1932 diesen Pakt. Wie diese zeitgenössische amerikanische Karikatur zeigt, konnte der Völkerbund dagegen nichts ausrichten. Unten: Japan als raffgieriger Aggressor auf einer chinesischen Karikatur von Tschang Ting.





Plakate zur Unterstützung der Nationalchinesen unter Tschiang Kai-schek. Links oben ein Plakat für den Kuomintang-Führer. Rechts oben ein englisches Plakat für chinesisch-englische Freundschaft im Krieg. Darunter ein Plakat zu Ehren der chinesischen Luftwaffe. Seite 245: Chinesisches Holzschnittplakat mit dem Text: «Nationale Einheit! Tiefgestaffelte Verteidigung macht China zur Festung, die den Feind vernichten wird!»



macht verteidigen. Die chinesische Propaganda musste sich in den ländlichen Gegenden, in denen fast alle Menschen Analphabeten waren und es kaum Rundfunk und Presse gab, fast ausschliesslich auf das gesprochene, gesungene oder geschauspielte Wort stützen; das Theater war bei den chinesischen Bauern seit jeher beliebt. Die Tschiang-Kai-schek-Regierung setzte mit grossem Erfolg auch das Plakat ein, um Rekruten für den Kriegsdienst zu mobilisieren. Hinter der Front waren Propagandagruppen im Einsatz; sie bestanden aus bis zu fünfzig Schauspielern, Musikern oder Plakatmalern, die in Lastwagen von Einsatzort zu Einsatzort gebracht wurden. Bei einem Rückzug beklebten sie die Mauern mit in Japanisch geschriebenen Plakaten, auf denen gesagt wurde, dass es von den Japanern barbarisch sei, andere Asiaten mit Bomben zu belegen, die Chinesen aber kulturell zu hoch stünden, um Gleiches mit Gleichem zu vergelten. Viel mehr konnten sie nicht tun, denn für Vergeltungsschläge fehlte den Chinesen noch eine Luftwaffe. Wo Druckmaschinen und andere Mittel der Vervielfältigung nicht verfügbar waren, griff man zum *Pi Pao*, der handgeschriebenen Wandzeitung, die kurze Artikel, Zeichnungen, Lieder, Gedichte und Karikaturen enthielt und auf die Mauern geklebt wurde. Darin wurden die Japaner attackiert und Ereignisse von nationaler Bedeutung gefeiert, so der Abschluss neuer Verträge mit den USA und Grossbritannien oder die Unterbindung des Opiumhandels. 1937 wurde im britisch verwalteten Hongkong eine «Verteidigungs-Filmorganisation» gegründet, ein Zusammenschluss mehrerer kleiner Firmen, die im kantonesischen Dialekt rasch und billig Propagandafilme herstellten.

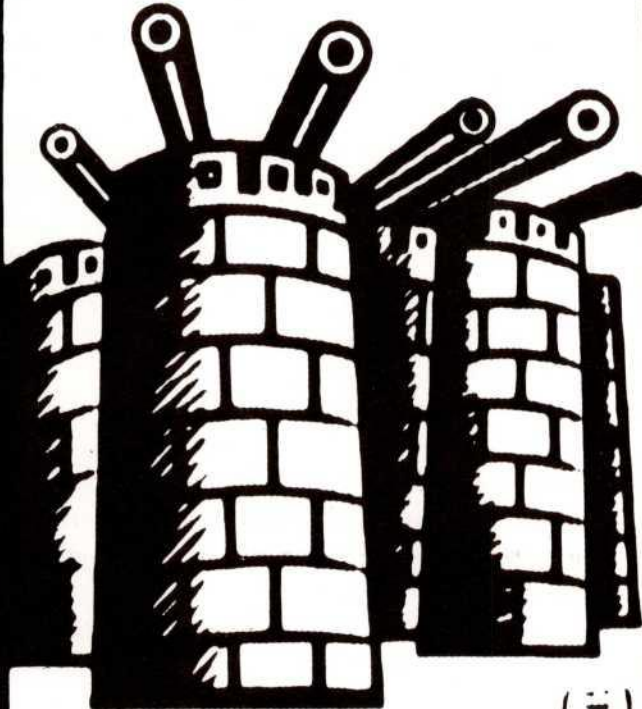
Plakate setzten auch die japanischen Invasoren ein, um den Chinesen einzuhämmern, dass die Europäer, vor allem aber die Amerikaner ihre schlimmsten Feinde wären. Sie stellten all die Übel des Opiumhandels gross heraus, der angeblich von England und den Vereinigten Staaten um des eigenen schnöden Gewinns willen gefördert worden war. Schauspieler wurden als Karikaturen typischer Westmensen kostümiert, hatten lange Nasen aus Wachs und blonde Lockenperücken.

Bis zum Einfall in China hatten die Japaner Propaganda mit einer gewissen Verachtung betrachtet. Sie weigerten sich sogar, dieses Wort zu benutzen, und sprachen stattdessen vom «Krieg der Gedanken». Von Kindesbeinen an war ihnen eingetrichtert worden, dass sie ein geistig höherstehendes Volk seien als die westlichen Nationen, dass sie in einem gottgesegneten Land lebten und ihr Kaiser ein direkter Nachfahr der Sonnengöttin sei. Sie hatten beobachtet, welchen Gebrauch die Europäer während des Ersten Weltkriegs von der Propaganda gemacht hatten, und glaubten, über solche Täuschungsmanöver erhaben zu sein. Noch 1937 schrieb ein gewisser Herr S. Shiba einen Brief an die *Japanese Times*, in dem er Japans Unvermögen beklagte, seine Sache der Welt klarzumachen. Er schrieb: «Die Japaner glauben immer noch, dass der Krieg der Gedanken mit dem wahren Geist japanischer Ritterlichkeit unvereinbar ist, dass *bushido* und Propaganda um Welten auseinander liegen.»

Aber wie bei einer industriellen Weiterentwicklung des Landes eine «Verwestlichung» unvermeidbar war – sonst hätte man den überlegenen Waffen des Westens nichts Ebenbürtiges entgegensetzen können –, so musste man auch mit der psychologischen Kriegführung des Westens gleichziehen. Seit dem Beginn des Chinafeldzugs hatte das japanische Aussenministerium inoffizielle Propaganda in Form von Reisebüros, Reiselektüre, Handelsdelegationen usw. organisiert. Ein «Amt für Gedankenüberwachung» wurde 1932 vom Erziehungsministerium gegründet. Heer

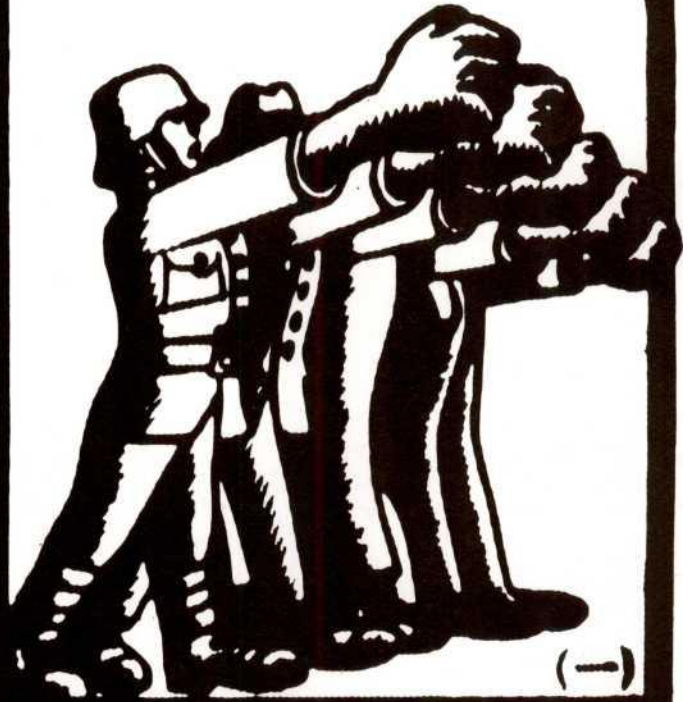


# 堅強壁壘



(三)

# 人人敵愾



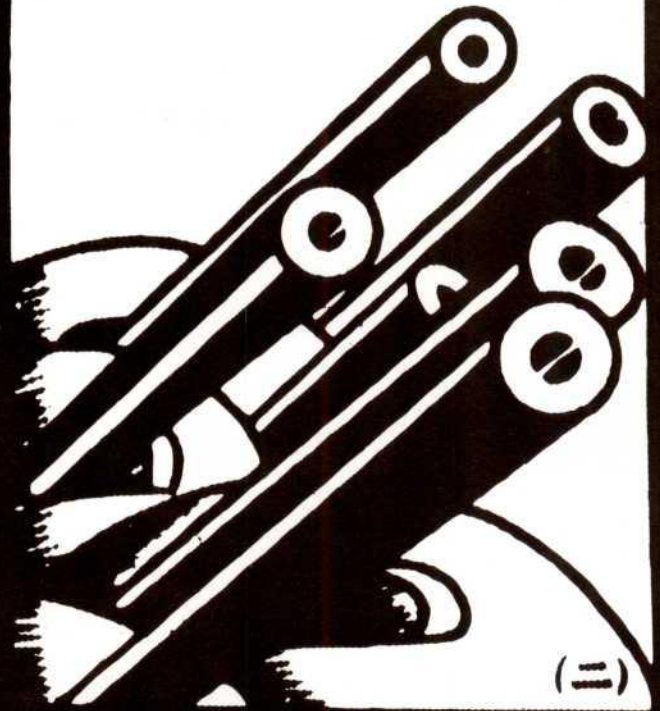
(一)

# 制敵死命



(五)

# 步步設防



(二)

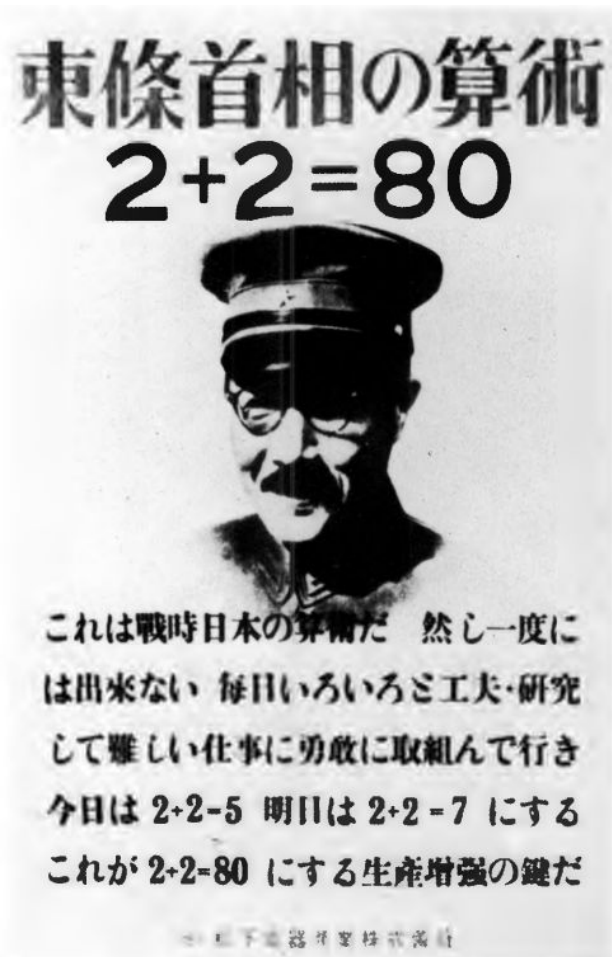


Zahllose Plakate sollten in Japan die Kriegsbegeisterung lebendig erhalten.  
Links oben: Ein Plakat von 1939 warb für Flugreisen.

Rechts oben: Dieses Plakat kündigte eine Luftschutz-Ausstellung an.

Unten: General Tojo lächelt auf einer Wandzeitung der Matsushita-Elektrizitätsgesellschaft.

Seite 247: The ABC Weekly war eine englischsprachige Propagandazeitschrift für den fernöstlichen Raum.



und Marine erhielten eigene Pressedienste. Dem Büro des Premierministers wurde ein regierungsamtliches Informationsbüro angeschlossen, dessen Aufgabe es war, die öffentliche Meinung in Japan zu beeinflussen und im Ausland Sympathie für Japan zu wecken. Das Büro hatte sorgfältig die englischen und deutschen Propagandatechniken des Ersten Weltkriegs geprüft und begann sie jetzt nachzuahmen. Als sich die europäischen Nationen in «Besitzende» und «Habenichtse» zu teilen begannen, wurden unvermeidlich die sich selbst als Habenichtse bezeichnenden faschistischen Staaten zu natürlichen Verbündeten der Japaner. Nach einem Satz aus Hitlers *Mein Kampf* behaupteten die Japaner, dass auch sie zu wenig «Lebensraum» hätten und die westlichen Imperialisten Japan in seinen eigenen Gewässern ersäufen wollten.

Obwohl sie erst später loslegten, hatten die japanischen Führer es in vieler Hinsicht leichter als Goebbels in Deutschland, die öffentliche Meinung zu manipulieren. Der preussische Gehorsam, den Goebbels nach Kräften zu fördern versuchte, herrschte nicht überall im Deutschen Reich. Die Japaner hingegen waren, was die Unterwerfung unter die Obrigkeit anging, allesamt Preussen. Der Durchschnittsjapaner war seit Jahrhunderten durch die strikte Befolgung eines starren Wertesystems geformt worden. Bis spät ins 19. Jahrhundert hinein von allen nichtjapanischen Lebensformen abgeschnitten, hatte er niemals demokratische Traditionen kennengelernt, kannte nicht die liberalen Vorstellung von einer Beteiligung des Volkes an der Regierung, wusste nichts von individuellen Menschenrechten, Gewissens- und Redefreiheit usw., was in Deutschland, wo es die Renaissance und die Befreiungskriege gegeben hatte, durchaus bekannt war. Japan war schon immer von einer kleinen Oligarchie regiert worden, die ihren Willen einer fügsamen Bevölkerung aufzwang.

1924 wurde von Baron Miranuma der Kokuhonscha-Verband gegründet, um «die Ideologien des Volkes zu formen und das *Kokutai* bekannt zu machen», worunter in etwa «die Einzigartigkeit Japans durch die Regierung eines auf übernatürlichen Ursprung zurückgehenden Herrschers» zu verstehen ist. In den dreissiger Jahren wurde dies zur wichtigsten ideologischen Vereinigung in Japan, und eine Schrift *über Kokutai* wurde vom Unterrichtsministerium an allen Schulen und Universitäten verteilt. Gross herausgestellt wurde auch *Hakko Ichiu*, ein anderes wiederbelebtes altes japanisches Schlagwort. Nach der japanischen Überlieferung wurde es vom ersten menschlichen Kaiser Japans, Jimmu, benutzt, um Japans göttliche Sendung zu bezeichnen. Der Slogan mit der Bedeutung «die acht Ecken der Erde unter ein Dach bringen» gab einer unverblümt expansionistischen Politik einen religiösen Beigeschmack. Alle Völker der Erde sollten unter japanischer Führung zu einer einzigen glücklichen Familie werden. In Japan waren Staatskunst und praktische Politik seit jeher mit der Religion verwoben. Das komplizierte politische Spiel wurde hinter einem religiösen Schirm gespielt.

Bis zur Mitte der dreissiger Jahre war die japanische Regierung infolge dieser Entwicklung zu einem Handlanger des Militärs geworden. Die Generale hatten legislative und exekutive Macht erlangt und bildeten eine unabhängige Körperschaft, die nur dem Thron gegenüber verantwortlich war. Von da an spielte das japanische Parlament die gleiche Rolle wie Hitlers Reichstag, war zur Bewilligungsmaschinerie für Regierungserlasse geworden. Das Militär übte nicht nur Politik aus, sondern gestaltete sie auch. 1935 wurde General Sadao Araki Unterrichtsminister, ein Amt, das bei Kriegsausbruch der Ministerpräsident, General Tojo, übernahm. Was die militaris-



# THE ABC WEEKLY

Vol. 66 No. 9 Tokyo, Mon., March 4, 1940 (Edited by N. Imai) Price 2 sen



ARCH 10 is the Army Day.

The War Ministry has **issued** many **posters** like the **one** shown here.

It has also published 120,000 pamphlets to **remind** the people of the day.

A future **grand champion** sumo **wrestler** is in Fukuoka Prefecture.

He is K. Minematsu **by name**.

Though **only** 16-years old, he is **already** five feet, eight inches tall.

He **weighs** 150 pounds.



March 10—the 10th of March (三月十日), the Army Day (陸軍記念日), the War Ministry [ministri] (陸軍省).

cf. {the War Minister (陸軍大臣).

has issued [ifu:d] (発行した), poster (ポスター, ビラ), like the one shown here (ここに示したものの様だ).

I want to have one like that.  
(それのやうなのが好き.)  
cf. It's not the one I lost.  
(それは僕のなくしたのではない.)

also (亦), has published [publifait] (刊行した), pamphlet [pæmfli:t] (パンフレット, 小冊子), to remind the people of the day (國民に當時を想起せしめるために).

The picture reminds me of my childhood.  
(その寫眞を見ると私の子供時代を想ひ出します.)  
cf. I beg to remind you of your promise.  
(約束を御忘れたい様に.)

a future grand champion [fju:tʃæmpian] (未來の横綱,

横綱の雛子), sumo wrestler [résla] (相撲, 力士), Prefecture [pɹi:fektʃə] (縣), by name (名は).

Do you know all the students by name?  
(生徒の名を皆知つて居るか?)  
cf. No, but I know every one of them by sight.  
(否, しかし顔は皆知つて居る.)

Though only (まだ...だけれども), already (すでに), is tall (身長が だけある), weigh [wei] (體重がある), pound (斤度).

### ＜ 本文應用練習課題 ＞

- ① このポスターや小冊子は戦地 (the front) へ送られます。
- ② 僕も君の持つてるやうなのを買ひ度い。
- ③ 陸軍省は上記の命令 (order) を發した。
- ④ 彼の顔を見たら先日の約束を想ひ出した。
- ⑤ Answer:—  
1. How tall do you stand?  
2. How much do you weigh?



Oben: Dieses Flugblatt rief zur Solidarität der asiatischen Länder gegen die Engländer und Amerikaner auf. Japan wollte sich an die Spitze eines wiedererstarkten Asiens stellen. Trotz des allgegenwärtigen Schlagworts «Asien den Asiaten» hatten Japans asiatische Nachbarn schwer unter der japanischen Unterdrückung zu leiden. Unten: Ein japanisches Flugblatt mit der Falschmeldung, die Vereinigten Staaten hätten 1942 den Japanern Friedensgespräche angeboten.



## EXTRA

### The Yankees Tender The Olive Branch

### Singapore Neutral Zone?

#### Lisbon 14th.

**News has been received here that America has proposed her separate peace negotiation to Nippon. The proposal was made on 14th January 1942.**

**President Roosevelt is of the view that Singapore ought to be declared a Neutral Zone.**

**The Nippon is considering this Peace Proposal.**

tische Indoktrination der Jugend anging, so zeigten die japanischen Generäle, dass sie von Hitler und Mussolini nur wenig zu lernen hatten. Die Militarisierung verwandelte das Erziehungssystem zu einer verlässlichen Waffe im neuen «Krieg der Gedanken». Den Kindern wurde eingetrichtert, dass im Kampf gefallene Soldaten zu den Göttern im japanischen Walhall, Jasukundi, kämen und dass der Krieg mit China gerecht und den Göttern wohlgefällig sei. In jeder Schule begann der Unterricht am Morgen mit einem Marsch auf den Schulhof, wo die japanische Flagge gehisst und die Nationalhymne gesungen wurde. Jeder Familie wurde nahegelegt, den Tag zur gleichen Zeit mit der Rundfunkgymnastik zu beginnen. An allen höheren Schulen und Universitäten gab es Offiziere für die vormilitärische Ausbildung. Wer unerlaubt dabei fehlte, wurde bestraft, und dreimaliges Fernbleiben zog die Verweisung von der Schule nach sich. Die Offiziere kamen unangemeldet in die Klassenzimmer und Vorlesungssäle, und sie konnten nach eigenem Ermessen die Lehrer und Dozenten vor allen Schülern und Studenten kritisieren. An der Jesuitenuniversität von Jochi mussten die unterrichtenden Patres zusammen mit den Studenten die vormilitärische Ausbildung absolvieren. Stipendien gab es nicht für gute Leistungen, sondern für Studenten, die dem Ideal der japanischen Militärs am besten entsprachen. Die Geschichtsbücher wurden umgeschrieben, und bald wurde aus dem Geschichtsunterricht eine Vorlesung über Ethik und Moral. Bücher über die Göttlichkeit des Kaisers und die Pflicht des Bürgers, alles, das Leben eingeschlossen, auf dem kaiserlichen Altar zu opfern, wurden an allen höheren Schulen und Universitäten zur Pflichtlektüre. Bis 1939 wurden die Universitätslehrer durch die jeweiligen Fakultäten berufen, danach durch den General Araki. Als der Zweite Weltkrieg ausbrach, wurde in allen Erziehungsanstalten des Landes besonderer Wert auf «Schiffahrt, Luftfahrt, Reiten und Mechanik» gelegt.

Von den Nationalsozialisten hatten die japanischen Militaristen gelernt, dass der Rundfunk bei der Indoktrination der Jugend eine wichtige Rolle spielen kann. Anders als ein gedrucktes Buch reagiert der Rundfunk unmittelbar und sofort auf Tagesereignisse. 1935 wurde landesweit der Schulfunk eingeführt. Zweimal im Monat gab es eine Morgenansprache über Rundfunk, in der Gegenwartsereignisse tendenziös erörtert wurden. Typische Titel solcher Sendungen waren: «Der Geist von Loyalität, kindlicher Frömmigkeit, Ergebenheit und Gehorsam», «Eine Kraft – die Japaner», «Warum unsere Streitkräfte stark sind».

Die Kontrolle über das geschriebene Wort – Bücher und Presse – war schon Anfang der dreissiger Jahre vom Informationsministerium übernommen worden. Schriftsteller wurden aufgefordert, staatlichen Gruppierungen beizutreten, in denen sie unterwiesen wurden, über welche Themen zu schreiben war. Angeblich wegen Papierknappheit wurde die Zahl der Zeitungen verringert. Der eigentliche Grund war, dass man die Presse in den Händen einiger regierungsfreundlicher Pressemagnaten konzentrieren wollte. Von den 1'200 Zeitungen des Jahres 1936 gab es 1940 noch 900. Kurz vor Kriegsausbruch 1941 wurden alle Zeitungen in «gemeinnützige Einrichtungen» verwandelt.

Streng kontrolliert wurden die Ausländskorrespondenten der japanischen Presse. Sie mussten ihre Berichte den örtlichen japanischen Botschaften, Legationen und Konsulaten vorlegen, die unerwünschtes Material aussortierten. Nach ihrem Eintreffen in Tokio wurden die Auslandsmeldungen vom Militär noch einmal zensiert. Bis sie auf dem Schreibtisch der Chef-



redakteure ankamen, enthielten sie selten mehr als das, was die Presseagentur der Regierung, Domei, zu melden hatte. Diese 1936 gegründete Agentur hatte das Monopol der Auslandsberichterstattung, ohne seine Dienste konnte keine Zeitung existieren (vergleiche DNB in Hitlerdeutschland und Stefani im faschistischen Italien). Domei gab Richtlinien heraus, was gedruckt werden durfte, was zu betonen und was abzuschwächen war. Vor Domei hatte es in Japan zwei Presseagenturen gegeben, die Nippon Dempo in privater Hand und eine halbamtliche Agentur. Beide wurden in Domei verschmolzen.

Im Krieg wurden alle Formen der Regierungskontrolle stark ausgeweitet. 1942 wurde der Nationale patriotische Publizistikverband gegründet, dem Tausende von Journalisten, Schriftsteller, Radiosprecher, Romanautoren, Historiker und Philosophen angehörten. Als der Kriegsverlauf für Japan ungünstig wurde, erhielten sie den Auftrag, im ganzen Land Vorträge zu halten, um «dem Volk die Gefahren defätistischen Denkens» klarzumachen. Man veranstaltete «vaterländische literarische Versammlungen», um Bücher zu diskutieren, die sich mit «der Vernichtung der Engländer und Amerikaner» befassten. Um den verderblichen Einfluss des amerikanischen Jazz auszuschalten, wurden Gesamtjapanische Gesangsvereine gegründet, und auch harmlose Lieder wie «Dinah» und sogar «Auld Lang Syne» wurden verboten. Im ganzen Land wurden Grossveranstaltungen «zur Vernichtung von England und Amerika» organisiert. Nach dem Rundfunk und der Presse waren diese Grossveranstaltungen nach Nazi-Vorbild eine der wirkungsvollsten Propagandamassnahmen der Regierung.

Nach deutschem Vorbild gestaltet wurden auch «vaterländische Wochen» in regelmässigen Abständen, um das japanische Volk an seine Bürgerpflichten zu erinnern. Die «Woche für gute Geschäftsmoral und zur Verhinderung von unsauberen Geschäften» liess erkennen, dass es einen Schwarzmarkt gab, die «Woche gegen Unhöflichkeit und schlechtes Benehmen», dass die Menschen kriegsmüde wurden. Es gab auch eine regelmässige «Woche der Spionageabwehr». In Japan hatte man sich schon immer vor Spionen gefürchtet, und ein beträchtlicher Teil der inneren Propaganda warnte davor, Unbekannten Informationen zu geben. Weit verbreitet waren Plakate mit dem wohlbekannten Affentrio: Nichts Böses hören, nichts Böses sehen, nichts Böses sagen.

Die gegen die Engländer und Amerikaner gerichtete Propaganda hatte bereits Ende der dreissiger Jahre eingesetzt. Für alle Begriffe der westlichen Zivilisation, die irgendwie zu japanischen gesellschaftlichen Wertvorstellungen und Einrichtungen in Gegensatz standen, wurde der Begriff «gefährliche Gedanken» geprägt. Die angelsächsischen Länder wurden im Jargon der deutschen Nationalsozialisten als von Juden beherrschte Plutokratie hingestellt, ihre Kultur als seelen- und gottlos verunglimpft. Die einzigen Idole von Briten und Amerikanern, «Materialismus, Utilitarismus und Individualismus», seien ein diametraler Gegensatz zu den «geistigen» Werten der Japaner. Manchmal wurden Engländer und Amerikaner auch als «rotköpfige Barbaren des Westens» bezeichnet. Die amerikanische Kultur wurde als barbarisch und gleichzeitig dekadent hingestellt, gross herausgestrichen wurden Statistiken über rassische Unterdrückung und Lynchmorde an Schwarzen in den Vereinigten Staaten. Hollywoods konventionelle Klischees von Gangstertum und Verbrechen wurden als für das amerikanische Alltagsleben typisch hingestellt. Ebenso geschmäht wurden die Engländer in Kurzwellensendungen für die Völker Südostasiens. Man behauptete, die

*Oben: Japanisches antiamerikanisches Flugblatt für China mit dem Text: «Ein amerikanischer Sieg bedeutet Versklavung, ein japanischer Sieg Friede und Wohlfahrt.»*

*Unten: Ein mürrischer Tschiang Kaischek schaut zu, wie lächelnde Chinesen in die Festung der von den Japanern eingesetzten chinesischen Marionettenregierung in Nanking eilen. Das Flugblatt behauptete, dass Tschiangs Tschunking-Regime Hunger und Tod brächte.*



Ma^~~~~&m ^u^m^° UTOö^r « W\*W\* « WT.Öfö^HWIŞM – ^J#^^ ° MÀto





Unten: Fünf Pfadfinder (1939), der erste grosse japanische Kriegsfilm, erzählt die Geschichte einer Gruppe japanischer Soldaten während der Kämpfe in Nordchina.

Darunter: Schlamm und Soldaten (1939) war ein ebenso realistischer Kriegsfilm.

Seite 251 oben: Eine Szene aus Der blühende Hafen.

Seite 251 unten: Humanistische Vorkriegsideale prägten den Film Die Geschichte des Panzerkommandanten Nishizumi (1940).



Engländer tyrannisierten die Völker von Malaya, Birma, Indien und Hongkong, die aufgefordert wurden, sich zu erheben und das britische Joch abzuschütteln, unter dem sie litten.

Im Gegensatz zu dieser gegen England und Amerika gerichteten Propaganda stand eine Kampagne zur Verherrlichung der faschistischen Mächte, deren Methoden die japanischen Militaristen bewunderten. Nach der Unterzeichnung des Antikominternpakts mit Deutschland (1936) begann ein weitgespanntes kulturelles Austauschprogramm zwischen den beiden Ländern. Im Dezember 1941 wurde ein deutsch-japanisches Kulturabkommen unterzeichnet. Der Reichsrundfunk sandte über Relaisstationen Nachrichten für Japan, und umgekehrt gab es japanische Sendungen für Deutschland. Dieser Kulturaustausch zeitigte nicht immer glückliche Ergebnisse, was vor allem für Filme galt. Wie die Nazis wussten auch die Japaner, dass es für die Beeinflussung analphabetischer Massen kein besseres Mittel gab. Der filmbegeisterte Goebbels überredete die Japaner, sich an einem Filmprojekt zu beteiligen, das die Übereinstimmung des nazistischen Kastengeistes mit dem Rassenbewusstsein der Japaner zum Inhalt hatte und beides der dekadenten Schwäche der Demokratien gegenüberstellen sollte. Das Projekt hatte den Titel *Die neue Erde*, Regie führen sollten der Deutsche Arnold Fanck (Leni Riefenstahls Mentor) und Mansaka Itami, einer der führenden japanischen Regisseure. Fanck schrieb das Drehbuch. Es handelte von der Abkehr eines Japaners von der Demokratie und seiner Rückwendung zum Glauben seiner Väter und zu japanischen Wertbegriffen. Aber Fanck hatte zu wenig Verständnis für die japanische Mentalität (zumindest behauptete dies sein Kollege Itami), und das Drehbuch war psychologisch so verfehlt, dass Itami darauf bestand, es umzuschreiben. Das verärgerte den grossen Fanck mit dem Ergebnis, dass zwei Versionen des Films gedreht wurden, eine für das deutsche und eine zweite für das japanische Publikum. Obgleich *Die neue Erde* ein totaler Misserfolg war, bestand Goebbels auf einer zweiten Koproduktion mit dem Titel *Der Schwur des Volkes*, die freilich zu einem noch grösseren Fiasko wurde. Nach diesen beiden kostspieligen Versuchen einer Koproduktion wandten sich die Japaner für solche Unternehmungen an asiatische Partner.

Insgesamt machten die Japaner gute Filme und hatten in einem knappen Jahrzehnt sogar eine Tradition humanistischer Filme wie *Fünf Pfadfinder* geschaffen. Dieser Film handelte vom Krieg in China und war überraschend frei von japanischem Patriotismus; völlig objektiv stellte er das grausige Schicksal der Soldaten dar. Aber als sich der Krieg ausweitete, mussten sich die japanischen Filmemacher an die strengen Richtlinien halten, die vom Innenministerium ausgegeben wurden. Vorgeschrieben waren «gesunder Unterhaltungswert mit Themen, die im Dienste des Vaterlands stehende Menschen zeigen». Dazu gehörten die industrielle und agrarische Produktion und das Leben in ländlichen Gemeinden. Nach Pearl Harbor rief die japanische Regierung zur Darstellung kriegerischer Themen auf, die euphemistisch als «nationale politische Themen» bezeichnet wurden. Die militärische Führung war durch deutsche Filme wie *Feuertaufe* und *Sieg im Westen* sehr beeindruckt. Die japanischen Filmemacher wurden angewiesen, den Geist des totalen Opfers für das Vaterland und die Notwendigkeit, Befehle trotz aller Schwierigkeiten auszuführen, herauszustellen. Unwichtig seien dagegen persönlicher Erfolg, Liebe oder Vergnügen. Populäre Filme, die persönliches Glück, das Leben der Reichen und Müssiggänger, in Cafés rauchende oder trinkende Frauen







Dieses japanische Flugblatt zeigt, wie die Philippinen von den Völkern Asiens unter japanischer Führung vor den Gefahren des amerikanischen Imperialismus und der rassistischen Diskriminierung gerettet werden. Während philippinische Soldaten beim Todesmarsch von Bataan zu Tausenden umkamen, fabulierten die Japaner von der «geistigen Erneuerung des philippinischen Volkes». 1938 hatte Prinz Kono Japans Absicht verkündet, eine «neue Ordnung» zu schaffen, die die Stabilität in Ostasien auf Dauer gewährleisten sollte. Nach 1941 wurde diese Doktrin unter Betonung der Führungsrolle Japans in ganz Ostasien verbreitet. Dass die Japaner den Philippinen unter dem Kollaborateur Jorge Vargas formelle Unabhängigkeit gewährten, war nur ein taktischer Schachzug.

und sexuell freizügige Szenen zeigten, wurden verboten. An einem Tag im Monat konnten Familien, von denen ein Angehöriger beim Militär war, kostenlos das Kino besuchen. An diesem Tag wurde in allen Kinos und Theatern am Mittag eine Gedenkminute eingelegt, damit jeder für seine beim Militär dienenden Angehörigen beten konnte.

Abgesehen von einer Reihe von Filmen über Kriegsheldentaten mit offenkundigen Titeln wie *Torpedoboote*, *Leinen los!* über drei junge Marineoffiziere, die ein amerikanisches Schlachtschiff versenken oder *Falkenkämpfer und Freiwillige des Todes* über den Angriff auf Pearl Harbor gab es auch ein paar subtilere Filme. *Eine filmische Liebesgeschichte* wollte Jungesellinnen ermuntern, verkrüppelte Soldaten zu heiraten. Berichtet wird darin von einer Frau, die sich in einen verkrüppelten Kriegshelden verliebt, ihn heiratet und durch die Arbeit ihrer Hände ernährt. Aber es gab nur wenige solcher Filme. Die meisten waren pure Kriegspropaganda, die Heldinnen waren Arbeiterinnen in der Rüstungsindustrie oder, wie in *Wunderschön*, ein Mädchen in einem Rüstungswerk für optische Geräte; oder sie arbeiteten in einer Torpedofabrik, wobei die «Geschichte» eines Torpedos von seiner Fertigung bis zur Explosion unter dem Rumpf eines amerikanischen Schiffes gezeigt wurde.

Daneben gab es die üblichen Kriegsfilm über Spionage, so *Angst vor der fünften Kolonne* und *Wundertäter*, um das Misstrauen der Bevölkerung gegen Fremdlinge zu schüren, die «als Touristen, Techniker und Geschäftsleute, Studenten und Missionare auftreten, ohne dass man ihre wahren Absichten erkennt». Für sich spricht der Filmtitel *Die letzten Tage des Britischen Empire*. Ein massiv englandfeindlicher Film, *Internationaler Schmuggel*, zeigte, wie der britische konsularische Dienst einen Opium-Schmuggelring betreibt und der englische Konsul in Tokio, Mr. Perkins, einen teuflischen Plan schmiedet, um Japan ebenso den Engländern zu unterwerfen, wie China unterworfen worden war. Auch *Der Opiumkrieg* handelte von der Versklavung der Chinesen durch riesige Opiummengen. *Du bist das Ziel* handelte von amerikanischen Spionen, die in Japan eine bakterielle Seuche erzeugen wollen. Zweifellos stärkten solche Filme den Patriotismus und liessen die Alliierten als verbrecherische Schurken erscheinen. In dieser Hinsicht wurde der japanische Film seinen Kriegszielen durchaus gerecht.

Zwischen Dezember 1941 und Juni 1942 schien sich zumindest die militärische Überlegenheit der Japaner über Engländer und Amerikaner zu bestätigen. In einem halben Jahr hatten die Japaner ihre Feinde bis an die Grenzen Ostasiens zurückgeworfen und ein Zehntel der Erdoberfläche in Besitz genommen, ein Gebiet, zu dem ganz Französisch-Indochina, Thailand, Birma, die Philippinen, Ostindien und grosse Teile Chinas gehörten. Den Völkern dieses Gebiets wurde die «geistige» Natur der strengen japanischen Herrschaft eingebleut. So schrieb die japanisch kontrollierte *Shanghai Times*: «Dieser Krieg unterscheidet sich von allen anderen Kriegen dadurch, dass es ein konstruktiver, kein zerstörerischer Krieg ist. Er ist ein ganz und gar selbstloser Kreuzzug Japans zum Nutzen aller ostasiatischen Nationen.»

Das neue japanische Reich wurde als «Grossostasiatische Wohlstandssphäre» getarnt, in der jeder für das gemeinsame Ziel «Asien den Asiaten» arbeiten sollte. Dies war ein hervorragender Slogan, der weit besser und gerechter klang als Hitlers «Neue Ordnung». Es war nichts anderes als die asiatische Version der Monroe-Doktrin, und ebenso war die Wohlstandssphäre das japanische Gegenstück zur Atlantikcharta der Alliierten.





Als japanische Version der «Bürde des weissen Mannes» wurde das Wort *kodo* gebraucht.

Dass der Durchschnittsjapaner in der Heimat in der Wohlstandssphäre nur Idealismus sah, zeigten die preisgekrönten Slogans in einem Anfang 1942 von *der Japan Times* ausgeschriebenem Wettbewerb:

1. Japanisches Tun bedeutet Aufbau, feindliches Tun bedeutet Zerstörung.
2. Wir kämpfen mit Härte, wir bauen mit Freundlichkeit auf.
3. Kämpft weiter, bis Asien den Asiaten gehört.
4. In der Freiheit des Ostens liegt der Friede des Westens.

In jener zuversichtlichen Zeit wurde jede öffentliche Veranstaltung mit dem Absingen der Nationalhymne und der Verlesung der kaiserlichen Kriegserklärung abgeschlossen.

Nach der Vertreibung der englischen und amerikanischen Imperialisten würde, so sagte man, die ganze, so lange unterdrückte kulturelle Vielfalt der asiatischen Kultur neu aufblühen. So sprach man von der «geistigen Erneuerung des philippinischen Volkes» und verkündete, die Filipinos könnten fortan «unter strikter Beachtung der traditionellen ostasiatischen Werte» leben. Unter dem Kollaborateur Jorge Vargas wurde eine nominell unabhängige philippinische Regierung installiert.

In der kurzen Zeit, in der auf den Philippinen gekämpft wurde, wurden Flugblätter abgeworfen, um den Filipinos einzureden, dass die Japaner als Freunde und nicht als Feinde kämen:

«Gehorcht nicht den Amerikanern! Die japanischen Truppen sind Freunde, nicht Feinde der Filipinos. Gehorcht nicht den Befehlen der Amerikaner, die Eure Stadt in ein Schlachtfeld verwandeln können. Gehorcht ihnen niemals. Lasst alles, wie es ist, zerstört nichts, das den Filipinos gehört. Wir werden Euch und Eure Stadt beschützen!»

Auf einem anderen Flugblatt stand: «Rettet die schönen Philippinen vor der Kriegesfurie! Ergebt Euch sofort, werft Eure Waffen weg. Vergiesst nicht Euer Blut für Amerika. Kehrt in Euer schönes Zuhause zurück!»

Zur Beruhigung der zahlreichen Katholiken auf den Philippinen wurde ein Flugblatt abgeworfen, auf dem behauptet wurde, Papst Pius XII. unterstütze die Bemühungen der kaiserlichen japanischen Armee zur Durchsetzung der Religionsfreiheit. Es wurde versprochen, dass die Truppen die christlichen Kirchen beschützen würden.

Eine Vielzahl von Flugblättern wurde 1942 während des japanischen Vormarsches in Malaia abgeworfen. Eines wandte sich an die feindlichen Soldaten und gab Ratschläge für die Fahnenflucht: «Bindet ein weisses Tuch um den linken Arm, klettert im Schutz der Dunkelheit auf dieser Seite herab, wo Ihr auf Eure japanischen Brüder stossen werdet. Sie werden alle auf Euch warten und für Euch sorgen.»

Eine einfache Zeichnung auf einem Flugblatt zeigte einen britischen Soldaten, der eine eingeborene Frau verschleppte. Auf einem anderen vergnügten sich die Engländer, während die Indonesier kämpften. Ein von dem Kommandanten der japanischen Flotte unterzeichnetes Flugblatt begann mit dem biblischen Zitat: «Jetzt ist die Zeit des Krieges. Wahrlich, dies ist der Tag Eurer Errettung.» Allen gebildeten Indonesiern wurden Religionsfreiheit und «grosse Macht» versprochen.

In allen besetzten Ländern gründeten die Japaner in den Hauptstädten sofort Gesellschaften für kulturellen Austausch mit dem Hauptziel, die japa-

*Ein japanisches Flugblatt, das zur Solidarität zwischen Japan und den Philippinen aufruft. Für die Schulkinder in den japanisch besetzten Gebieten veröffentlichte die japanische Propaganda Schulbücher und Zeitschriften, für die Unterstufe Frontline Diary und The Co-Prosperity Sphere Children's Stories und für die Oberstufe Military Talks und Wartime Geography. Die japanische Sprache wurde für offizielle Dokumente gebraucht und an allen Schulen gelehrt. Für Analphabeten wurden Propagandafilme gefertigt und Radiosendungen in lokalen Dialekten ausgestrahlt. Die Menschen in den besetzten Gebieten mussten sich am japanischen Kaiserkult beteiligen und japanische Feste feiern. Zur Förderung der Indoktrination wurden Nachbarschaftsvereine und Ostasiatische Jugendverbände gegründet.*



**SHOULDER TO  
SHOULDER  
LET US BRING UP  
THE NEW PHILIPPINES**



*Unten und Seite 255: Iva Ikuko Tuguri, die ungezählte GIs als «Rose von Tokio» kannten, war eine Amerikanerin japanischer Herkunft, die in Los Angeles in Geologie promoviert hatte. Nach Abschluss ihres Studiums besuchte sie Japan, wo sie vom Kriegsausbruch überrascht wurde. Sie erklärte sich bereit, sich in täglichen Rundfunksendungen mit beliebten Melodien und freundlichen Worten an die amerikanischen Soldaten im Pazifik zu wenden, um in ihnen Heimweh zu wecken und ihre Kampfmoral zu untergraben. Nach dem Krieg wurde sie des Landesverrats angeklagt und zu einer Gefängnisstrafe verurteilt. Die «Rose von Tokio» war nicht die einzige Amerikanerin, die über Rundfunk Feindpropaganda verbreitete. In Berlin war es die «Achsel-Sally», die sich an amerikanische Soldaten auf den europäischen Kriegsschauplätzen wandte. Auch sie wurde nach Kriegsende als Landesverräterin verurteilt.*



nischen Sprache in ganz Ostasien einzuführen und das Englisch als Verkehrssprache abzulösen. Eine dubiosere Organisation gründeten sie in Indonesien, den «Jungfrauenverband», dessen Ziel es war, «alle indonesischen Mädchen zur Zusammenarbeit mit der japanischen Armee zu sammeln».

Die riesigen Gebiete, die von den Japanern so schnell besetzt worden waren, stellten sie vor eine Reihe von Problemen, die ähnlich, aber noch komplizierter waren als die Probleme, denen Hitler sich 1941 gegenüber sah. Auch er hatte mehr abgebissen, als er schlucken konnte. Aber wie ein Vergleich der asiatischen mit der europäischen Landkarte zeigt, waren die deutschen Truppen eher Hunderte als Tausende von Kilometern von der Heimat entfernt und führten einen Landkrieg. Zum Tausende von Quadratkilometern umfassenden neujapanischen Reich gehörten riesige Meeresflächen mit unzähligen Inseln in allen möglichen Grössen. Die politische Kontrolle über dieses Riesenreich erwies sich als ein technisches Problem, das nur mit Hilfe von Kurzwellenkommunikation gelöst werden konnte.

Die Japaner hatten schon einige Erfahrungen mit Kurzwellenpropaganda gesammelt und 1932 den Besitz von Kurzwellenempfängern in ganz Japan verboten, um zu verhindern, dass das eigene Volk durch ausländische Kurzwellensendungen beeinflusst wurde. Doch nun bestand die erste Aufgabe der japanischen Invasionstruppen darin, für die ganze Wohlstandssphäre ein Kurzwellen-Nachrichtensystem einzurichten. Starke Sender gab es in Batavia, dem heutigen Jakarta, in Singapur und Saigon. Von dort aus wurde vier Jahre lang ununterbrochen Propaganda für die japanischen Pläne zum Wohle Asiens gemacht und wurden Sendungen mit Schmähungen der «angloamerikanischen Tyrannen» ausgestrahlt.

Das nächste Kriegsziel war Australien mit der umliegenden Inselwelt, das im ganzen Jahr 1942 mit japanischen Propagandasendungen bombardiert wurde. Attackiert wurde die «weisse australische» Politik, die über ein Jahrhundert lang Australien zu einem Reservat für Europäer gemacht hatte, und damit trafen die Japaner den richtigen Ton. In Australien lebten damals nur sieben Millionen Menschen, die fast alle europäischer Herkunft waren, und das auf einem Kontinent, der nach vorsichtigen Schätzungen mindestens 100 Millionen Menschen ernähren konnte. Warum sollten die tropischen Nordregionen und die Wüstengebiete menschenleer bleiben, fragten die Japaner, nur weil Europäer in einem solchen Klima nicht leben konnten? Die fleissigeren und anspruchsvolleren Asiaten könnten diese Gebiete bewässern und in den australischen Wüsten Rosen blühen lassen – warum verwehrte man ihnen das? Warum sollten die Angelsachsen diesen ganzen Kontinent für sich behalten, ungeachtet der anderen Völker und ohne Rücksicht auf das Wohlergehen ihrer Nachbarn?

In der frühen Zeit, als die Japaner an allen Fronten siegten, kam diese Propaganda gut an. Nach deutschem Vorbild richteten die Japaner Gemeinschaftsempfangsanlagen ein, damit ihre neuen Untertanen indoktriniert werden konnten. Überall in den besetzten Ländern gab es auf öffentlichen Plätzen und Strassen Lautsprechersäulen. Euphemistisch als «singende Bäume» und «singende Türme» bezeichnet, wurden sie in der ganzen Wohlstandssphäre auch in den Schulen aufgestellt.

Besondere Aufmerksamkeit wurde dem jetzt an der Grenze des japanischen Machtbereichs liegenden Indien geschenkt. Die Japaner hofften, bald hindurchmarschieren zu können, um in Persien oder Afghanistan







Im weiteren Verlauf des Krieges wandten sich die Amerikaner mit zahllosen Flugblättern an die Japaner. Diese vom Office of War Information hergestellten Flugblätter erwiesen sich als wirkungsvollstes Propagandainstrument im Fernen Osten. Zuerst wurden sie auf japanische Truppen auf den pazifischen Kriegsschauplätzen abgeworfen, aber von Ende 1944 bis zur japanischen Kapitulation wurden auch die japanischen Inseln mit solchen Flugblättern überschwemmt, die von den immer näher an Japan heranrückenden Bombern abgeworfen wurden. Im Frühjahr und Sommer 1945 flatterten täglich solche Flugblätter auf japanische Städte herab und kündigten bevorstehende Luftangriffe an.



mit den deutschen Truppen zusammenzutreffen. Indien galt als Kandidat für die japanisch-grossasiatische Wohlstandssphäre. In Saigon wurde ein Sender «Freies Indien» installiert, der die Bewohner des Subkontinents aufforderte, sich gegen die britischen Besatzer zu erheben, solange die Engländer schwach und vollauf auf anderen Kriegsschauplätzen beschäftigt waren. Sender der «Indischen Unabhängigkeit» wurden auch in Bangkok und Singapur errichtet, ebenso ein «Indisch-muslimischer Sender». Die Japaner stellten eine «indische Nationalarmee» unter Subhas Chandra Bose auf. Zahllose Flugblätter wurden für die indischen Truppen in britischem Dienst abgeworfen, in denen sie aufgefordert wurden, zusammen mit den Japanern ihre Heimat vom britischen Joch zu befreien. Eine Karikatur zeigte zwei Inder, die einen als Witzfigur dargestellten englischen Soldaten in voller Auflösung und mit zeretzter Fahne jagten. Ein anderes englandfeindliches Flugblatt behauptete, dass es jetzt, da die japanische Armee «die teuflische britische Macht aus allen Teilen Ostasiens vertrieben» hatte, an der Zeit sei, Indien für die Inder zu befreien.

All das war für Asiaten gedacht. Für die Amerikaner und ihre australischen und neuseeländischen Verbündeten waren die Flugblätter und Rundfunksendungen anders gestaltet und zielten hauptsächlich darauf, sie untereinander zu entzweien. Den Amerikanern wurde in die Schuhe geschoben, sie wollten Australien zu ihrem 49. Bundesstaat machen. An die australischen Truppen wurden pornographische Flugblätter verteilt, auf denen amerikanische GIs und englische Tommys sich mit australischen Mädchen und Frauen vergnügten, während deren australische Freunde und Männer sich durch den Dschungel von Borneo schlugen. Den Australiern und Neuseeländern sagte man, dass die Engländer schon seit je sie als Kanonenfutter missbraucht hätten. Jetzt müssten ihre Soldaten fern von der Heimat in Nordafrika kämpfen, während der grösste Teil der englischen Armee sicher in der Heimat stünde.

Für die auf dem pazifischen Kriegsschauplatz verbliebenen amerikanischen Truppen, die nach Pearl Harbor so rasch zurückgeworfen worden waren, verpflichteten die Japaner ein japanisches Mädchen namens Iva Ikuko Toguri, das in Amerika aufgewachsen war und an der Universität von Los Angeles in Geologie promoviert hatte. Von den GIs freundlich «Rose von Tokio» genannt, moderierte sie täglich 15-Minuten-Sendungen sentimentaler Art, die an das Heimweh der Amerikaner appellierten und in denen ihre Heimat geschildert wurde, die sie zum Teil nie mehr wiedersehen würden. Gesendet wurden hervorragende Swingmusik und Sex-Gespräche mit einschmeichelnder Stimme. (Nach dem Krieg wurde Iva Ikuko Toguri von den Amerikanern zu zehn Jahren Gefängnis und einer Geldbusse von 10'000 Dollar verurteilt.)

Der Propaganda dienten auch auf Kurzwelle ausgestrahlte Kriegsgefangenenensendungen. Alliierte Kriegsgefangene durften durch das Mikrofon Botschaften an ihre Angehörigen zu Hause durchgeben. Zuvor wurden ihre Namen und Heimataadressen genannt, und den Zuhörern in Amerika und Australien wurde versichert, dass ihre Männer und Söhne am Eeben seien und es ihnen gut gehe. Einige Gefangene schilderten, wie gut man sie behandelte und welche Annehmlichkeiten es im Lager gäbe, frisches Obst und Gemüse, Tabak, Zucker... Ein Lager habe sogar eine eigene Bäckerei. Raffiniert in die Sendungen eingestreut waren ausführliche Nachrichten, die die Zuhörer anhören mussten in der Hoffnung, die Stimme eines Angehörigen zu vernehmen.

Technisch war das ganze Rundfunksystem sehr gut, doch litten die Sen-



dungen unter der fehlerhaften Aussprache der japanischen Moderatoren. Offensichtlich war es für die Japaner im Krieg schwer, Leute mit guten Fremdsprachenkenntnissen zu finden. Sätze wie «Mit Ausnahme eines Gefallenen waren alle japanischen Soldaten guten Mutes», «Die übrigen englischen Flugzeuge machten sich auf die Socken» oder «Japanische Männer sehen schrecklich aus, sind aber innerlich süß» weckten eher Heiterkeit als Furcht. Eine andere kuriose und völlig unsinnige Meldung von Radio Batavia im März 1943 lautete: «Grossbritannien macht sich wegen der Milchknappheit Sorgen. Deshalb erwägt die englische Regierung die Zählung aller Seidenraupen in Liberia..., aber erst müssen sie domestiziert werden.»

Ein ernsthafterer Mangel der japanischen Propaganda in der ersten Zeit des Krieges waren die falsche Einschätzung der amerikanischen Mentalität und die Unkenntnis amerikanischer Institutionen. Da sie wussten, dass dem amerikanischen Volk Frieden lieber war als Krieg, Handel lieber als Kampf, nahmen sie an, dass alle Amerikaner Roosevelt und seiner Regierung, die sie in den Krieg geführt hatten, ablehnend gegenüberstünden. Sie schätzten die Wirkung des Überfalls auf Pearl Harbor falsch ein, glaubten sie doch allen Ernstes, die Amerikaner betrachteten ihn als Verteidigungsmassnahme, zu der «Roosevelt und seine Clique» Japan gezwungen hätten. In Wirklichkeit gab dieser einzige Angriff am 7. Dezember 1941 den Alliierten eine Propagandawaffe in die Hand, gegen die auch die geschickteste japanische Agitation nichts ausrichten konnte: den «Dolchstoß in den Rücken». Unklugerweise nahmen die Japaner ferner an, dass ein grosser Teil des Kongresses und die Republikanische Partei, die Roosevelts Innenpolitik ablehnten, auch gegen seine Aussenpolitik seien. In anderen für Amerika bestimmten Sendungen rühmten sie sich, dass die geistige Stärke Japans seine Soldaten zu übermenschlichen Taten befähige, während der amerikanische Lebensstandard zu körperlicher und moralischer Schwäche führe. Sie behaupteten, dass dies durch die Niederlagen der Amerikaner in den ersten sechs Monaten des Krieges bestätigt werde. Es wäre deshalb für die Amerikaner besser, Frieden zu schliessen und die Grossostasiatische Wohlstandssphäre anzuerkennen.

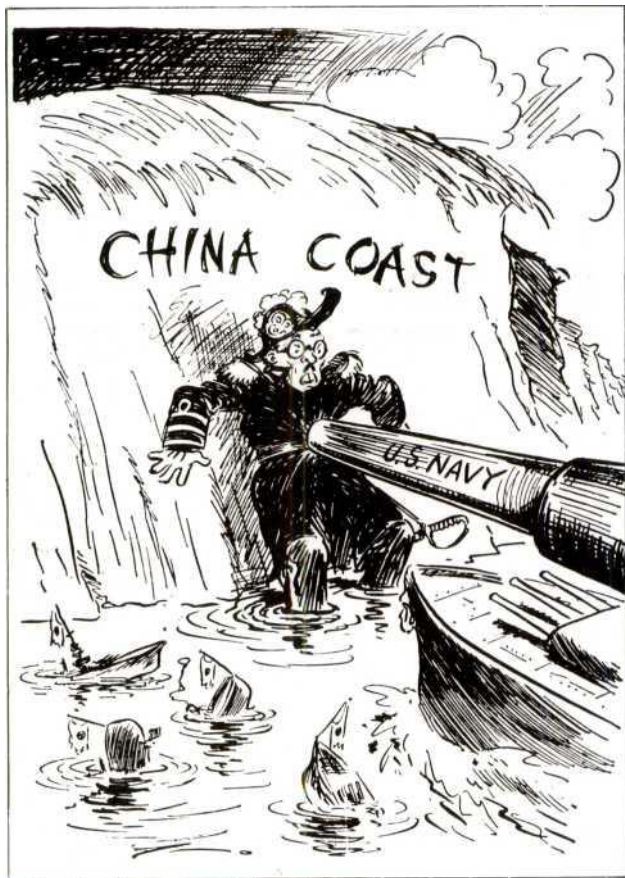
Beeinträchtigt wurde die Wirksamkeit der japanischen Propaganda auch durch die Zensur, die im Krieg dem militärischen Oberkommando das Nachrichtenmonopol sicherte. Das Informationsamt unterstand der direkten Kontrolle durch Armee und Kriegsmarine. Es gab sogar eine Zeit, in der Nachrichten, die das Auswärtige Amt aus eigenen Quellen erhalten hatte, der Zensur unterlagen. Die Domei-Presseagentur wurde von den Militärbehörden fortwährend gedrängt, mehr Meldungen und Fotografien zur Hebung der Moral zu veröffentlichen, und das galt unabhängig davon, wie der Krieg stand und welches Nachrichtenmaterial verfügbar war. Verschlimmert wurde es dadurch, dass Heer und Marine sich ständig in den Haaren lagen und für ihre Propaganda getrennte Organisationen aufgebaut hatten. Wenn das Heer einen Sieg verkündete, fühlte sich auch die Marine dazu verpflichtet. Heer und Marine waren aufeinander so eifersüchtig, dass das Heer eigene Werften, Frachtschiffe und sogar Fracht-Unterseeboote unterhielt und die Kriegsmarine, um sich nicht übertrumpfen zu lassen, ein eigenes Kraftfahrkorps für den Landtransport aufstellte. Beide hatten auch eigene meteorologische Stationen. Nach Guadalcanal stritten sie erbittert, ob Australien direkt auf dem Seeweg (dafür war die Marine) oder auf dem Landweg über Neuguinea (dafür war das Heer) angegriffen werden sollte.

*Anfang 1945 verkündeten die japanischen Medien immer noch militärische Siege, während die japanischen Fronten auf allen Kriegsschauplätzen zusammenbrachen. Die alliierte Blockade hatte Japan von den Rohstoffquellen abgeschnitten, und die Luftwaffe verstärkte ihre Bombardierungen japanischer Städte. General MacArthur rückte auf den Philippinen vor, während die Briten die Japaner aus Birma warfen. Die amerikanische Propaganda machte aus dem japanischen Schlagwort «Asien den Asiaten» den Slogan «Asien den Japanern». Gegen Ende des Krieges verbreiteten amerikanische Karikaturen die Zuversicht, dass das japanische Kaiserreich bald zusammenbrechen werde.*





Oben: Als die Alliierten im Pazifik immer mehr Siege errangen, stärkten amerikanische Karikaturisten die Zuversicht, dass Amerika den Pazifikkrieg gewinnen könnte. Unten: Die japanische Heimatfront wurde mit Falschmeldungen über japanische Siege getäuscht, während die japanischen Truppen immer weiter zurückgeworfen wurden.



Das hatte zur Folge, dass Australien, das man 1942 durchaus erfolgreich hätte angreifen können, überhaupt nicht angegriffen wurde.

Immerhin konnten solche Mängel überdeckt werden, solange Japan auf der Siegerstrasse war. In den ersten sechs Monaten gab es nur Siege zu melden. Obgleich ihre Bedeutung vom Oberkommando übertrieben wurde, wurde doch im grossen und ganzen die Wahrheit gesagt. Die japanische Propaganda hob in der Heimat die Kampfmoral und weckte Vertrauen in die Fähigkeit der Regierung, den Krieg zu gewinnen. Auch im Ausland war die Propaganda wirksam. Nach jedem neuen Sieg ertönte aus Tausenden von «singenden Bäumen» in der ganzen Wohlstandssphäre der *Kaigum*, der Marinemarsch.

Die Wende kam im Mai 1942, als der japanische Siegeszug durch die Schlacht im Korallenmeer vor der nordaustralischen Küste gestoppt wurde. Hier stiessen die Japaner zu ihrer Überraschung auf eine wiedererstartete amerikanische Seemacht, von der sie nach Norden zurückgejagt wurden und die ihnen mehr Verluste zufügte, als sie ihrerseits erlitt. Einen Monat später folgte die noch entscheidendere Schlacht bei Midway, in der die Amerikaner vier japanische Flugzeugträger versenkten, die bis dahin Hauptinstrument des japanischen Eroberungsfeldzugs gewesen waren. Als sieben Monate danach die Japaner von der Salomoneninsel Guadalcanal vertrieben wurden, hatte Japan den Zenit seines Eroberungskrieges überschritten. Es folgte ein dreijähriger langsamer, aber stetiger japanischer Rückzug nach Norden und Westen aus dem grossen Seegebiet, das zuvor so zügig erobert worden war.

Trotz dieses Gangs der Dinge weigerte sich das japanische Oberkommando, eine Niederlage auch nur in Betracht zu ziehen. Der Ministerpräsident, General Tojo, verkündete dem Reichstag am 27. Mai 1942, die Japaner hätten bei der Schlacht im Korallenmeer die ganze amerikanische Pazifikflotte vernichtet. Aber nur einen Monat später versenkte die angeblich vernichtete amerikanische Flotte bei den Midway-Inseln vier japanische Flugzeugträger und eine Reihe kleinerer Schiffe. Damit war die Beherrschung des Pazifiks durch japanische Flugzeugträger vorüber, doch die japanischen Führer gestanden sich dies nicht einmal insgeheim ein. Die Starrköpfigkeit dieser Männer kommentiert der Vizeadmiral Matsushima in seinem nach dem Krieg veröffentlichten Buch *Das falsche Siegeslied*. Als die Nachrichten von der Schlacht bei Midway einliefen, war er bei einer Pressekonferenz der Kriegsmarine in Tokio. Der Verlust von vier Flugzeugträgern weckte tiefes Erschrecken. Darauf sagte der Leiter der Presseabteilung: «Am wichtigsten ist es, dies zu verschweigen. Wenn je auch nur ein Teil der Wahrheit bekannt wird, wird es schwierig sein, die Lage unter Kontrolle zu halten.» Matsushima fährt fort: «Keiner sprach ein Wort. Auf Niederlagen waren diese Menschen nicht gefasst. Alle sasssen mit verschränkten Armen schweigend da. So hat die Presseabteilung der Marine ein Volk zum Narren gehalten.»

Zwar konnten diese Rückschläge dem japanischen Volk verheimlicht werden, aber bei dem kühnen und aufsehenerregenden Luftangriff auf Tokio, den General Doolittles B-25-Bomber am 18. April 1942 durchführten, war dies unmöglich. Die Japaner, die seit Jahrhunderten von der Unverletzlichkeit ihres Inselreiches überzeugt waren, waren geschockt. Natürlich wurde die Sache von der Presse heruntergespielt, wurden Doolittle und seine Flugzeugbesatzungen hingestellt als «Dämonen, die unterschiedslos auf unschuldige Zivilisten und Nichtkämpfer Bomben abwerfen». Als Beweis für



die vorzügliche Tokioter Luftabwehr wurden Flügel und Rumpf einer abgeschossenen B-25 gezeigt. Ein halbes Jahr später wurden drei der gefangenen amerikanischen Flieger hingerichtet. Seitens der Urheber des Überfalls auf Pearl Harbor war dies ein törichter und heuchlerischer Akt, weckte er doch in den Amerikanern wütende Rachegefühle. Von jetzt an wurde in Filmen und Karikaturen das Bild des «japanischen Affen» in den USA populär.

Nach den Seeschlachten im Korallenmeer und bei den Midway-Inseln begannen die Amerikaner die mühselige und verlustreiche Rückeroberung der pazifischen Inselwelt. Die Japaner wurden nach und nach von den Salomonen, den Martialen und den Karolinen vertrieben, bis Mitte 1944 die Marianen erreicht wurden, wo das strategisch wichtige Saipan lag. Das am Rand des asiatischen Küstenschelfs gelegene Saipan war etwa 2'200 Kilometer von Tokio entfernt. Von dort aus konnten die schweren amerikanischen Bomber endlich Angriffe auf die japanischen Inseln fliegen (Doolittles Maschinen waren von Flugzeugträgern gestartet). Nach einer zweiten grossen Flugzeugträgerschlacht bei den Marianen eroberten die Amerikaner die schwer befestigte Insel. Die Eroberung von Saipan war von grösstem Propagandawert. Nicht nur hatte man dem japanischen Volk eingeredet, Saipan sei uneinnehmbar, sondern von dort aus konnten die Amerikaner auch Mittelwellensendungen nach Japan ausstrahlen, und diese konnten von den japanischen Rundfunkgeräten empfangen werden. Bis dahin hatten die Amerikaner wegen der grossen Entfernungen ihre Propaganda nur auf Kurzwelle senden können, aber sie war wenig wirkungsvoll gewesen, da in Japan alle Kurzwellenempfänger von der Polizei eingezogen worden waren. Der Fall von Saipan war für Japan ein so schwerer Schlag, dass die Regierung Tojo zurücktreten musste. Da Japan jetzt eine strategische Position nach der anderen im Pazifik verlor, mussten die Propagandisten ihre vorherige Behauptung, diese Positionen seien strategisch wichtig, in ihr Gegenteil verkehren. Jetzt wurde behauptet, dass sie für die Amerikaner wertlos seien. Sowohl für Japan selbst als auch für das Ausland war eine solche Propaganda schlecht.

Der vielleicht grösste amerikanische Propagandaerfolg war der Abwurf von Flugblättern durch Flugzeuge über Japan. Das geschah erstmals während der Schlacht im Korallenmeer 1942. Damals schenkte das japanische Oberkommando den Flugblättern wenig Beachtung, besonders weil sie einen Mangel aufwiesen, der allen frühen amerikanischen Propagandaaktionen für Japan anhaftete: Sie waren in einem miserablen und völlig veralteten Japanisch gehalten. Auch die Illustrationen konnten auf japanische Soldaten kaum Eindruck machen. Eine zeigte einen essenden Japaner, der die Essstäbchen (wie Messer und Gabel bei uns) beidseits des Tellers abgelegt hatte, während die Japaner sie vor dem Teller parallel hinlegen. Auf anderen war bei Kimonos die linke Seite über die rechte geschlagen, während die Japanerinnen ihn anders tragen. Dies sind zwar nur Kleinigkeiten, aber sie beeinträchtigen die Glaubhaftigkeit der Propaganda. Dasselbe galt für die frühe Rundfunkpropaganda, in der der amerikanische Akzent von Ansagern und Kommentatoren unüberhörbar war. Wie die britischen mussten auch die amerikanischen Propagandisten im Verlauf des Krieges dazulernen.

Je näher die Amerikaner dem japanischen Inselreich kamen, desto besser verstand man es, diese sprachlichen und optischen Mängel abzustellen. Die Flugblätter, besonders jene, auf denen Luftangriffe angekündigt wurden und die zu Millionen auf Japan herabflatterten, wurden von der Bevölkerung eif-

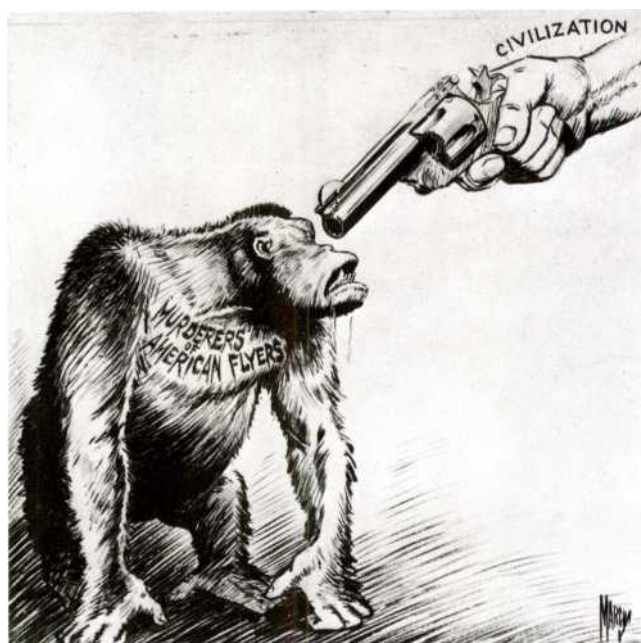
*Oben: Eine Karikatur von Cargill im Flint Journal, Michigan. Anfang 1944 hofften die Japaner immer noch, die von ihnen eroberten Gebiete halten zu können, aber die massiven Verluste der japanischen Luftwaffe kündigten den Niedergang japanischer Macht an.*

*Unten: Die amerikanische Propaganda für asiatische Dorfbewohner bediente sich einfacher Mittel. Hier wird den Asiaten versprochen, dass die alliierten Streitkräfte sie von den japanischen Invasoren befreien werden.*





Unten und Seite 261: Der amerikanische Luftangriff auf Tokio am 18. April 1942 unter Lieutenant Colonel James Doolittle war für die Japaner ein Schock, hatte man ihnen doch einge-redet, dass ihr Land «unverwundbar» sei. Die japanischen Zeitungen stellten die amerikanischen Piloten als Ungeheuer hin, die «hinterhältig einen unmenschlichen, unersättlichen und rücksichtslosen Luftangriff» durchführten. Als Vergeltung wurden gefangen genommene amerikanische Flugzeugbesatzungen hingerichtet, was Präsident Roosevelt als «Akt der Barbarei» verurteilte. Karikaturen von Edwin Marcus und Sy Moyer stellen die Japaner als blutrünstige Monster dar, ein Klischee, das von allen kriegsführenden Ländern benutzt wurde.



rig gelesen. Den Japanern war es strikt untersagt, solche Flugblätter in ihrem Besitz zu haben; sie wurden aufgefordert, sie sofort der Polizei auszuhandigen. Aber wenn es sich um Ankündigungen von Luftangriffen handelte, gehorchten nur wenige Menschen diesem Befehl.

Als die Amerikaner immer weiter nach Norden vorrückten, schienen die japanischen Propagandisten den Kopf zu verlieren. Sie begannen, Schlachten zu erfinden, die es überhaupt nicht gab, so eine Schlacht bei Bougainville, bei der die Amerikaner angeblich eine vernichtende Niederlage erlitten. Als General MacArthur 1942 die Japaner aus Guadalcanal verjagte, wurde behauptet, er sei wegen seiner schrecklichen Verluste jetzt «ein Nervenwrack aus Canberra». Als im Oktober 1943 amerikanische Streitkräfte Formosa angriffen, meldete der japanische Rundfunk sieben versenkte amerikanische Flugzeugträger, während in Wirklichkeit lediglich zwei amerikanische Kreuzer beschädigt wurden. Als Insel nach Insel ihnen entrissen wurde, verbreiteten die japanischen Militaristen Lügen und Halbwahrheiten und verheimlichten die Wahrheit, so dass fast keine Meldung mehr für bare Münze genommen werden konnte. In seinem Buch *Der verlorene Krieg* schreibt der Japaner Masuo Kato: «In der psychologischen Kriegführung war Japan hoffnungslos unterlegen, nicht wegen besonderer Geschicklichkeit der Alliierten, sondern weil die Propaganda der Alliierten auf Wahrheit beruhte, während die Japaner schon fast von Anfang an auf die Wahrheit verzichteten.»

In den letzten Stadien des Krieges griffen die japanischen Propagandisten – wie es Northcliffe im Ersten Weltkrieg getan hatte – auf Greuelgeschichten zurück, um patriotische Gefühle anzuheizen. Es wurde behauptet, dass die Amerikaner nach ihrem Sieg die ganze männliche Bevölkerung Japans ermorden und die Frauen als Prostituierte verschleppen würden. Ein Japaner, der etwas auf sich hielt, könne nur noch für das Vaterland sterben. Nach der blutigen Schlacht von Okinawa glaubten viele Menschen in Tokio fest daran, dass dort jede Frau von mindestens einem GI vergewaltigt worden war.

Eine wirksamere Propaganda gegen Kriegsende war die Aufstellung eines abgeschossenen B-29-Bombers mitten in Tokio, neben dem das kleine Jagdflugzeug gezeigt wurde, das den Giganten abgeschossen hatte. Dadurch sollte vor Augen geführt werden, wie verwundbar «Amerikas rohe Gewalt» durch die mutige Tat eines einzelnen war. Der Jagdfliegerpilot beschrieb, wie er über den amerikanischen Bomber hochgestiegen war und aus allen Rohren auf ihn gefeuert hatte. Er habe sich sehr klein gefühlt, sagte er, «wie eine Erdnuss auf einer Platte». Zahllose Menschen strömten herbei, um den Helden zu sehen. Schliesslich wurden die Kamikaze-Flieger geschaffen, um die Moral der Bevölkerung zu heben und zu ähnlichem Todesmut anzuspornen. Mit Bomben und Torpedos beladen, stürzten sich diese Piloten mit ihren Maschinen auf amerikanische Schiffe.

Ähnliche, wenn auch nicht ganz so extreme Opfer wurden dem gesamten Volk abverlangt, und eine Zeitlang taten die Japaner ihr Bestes. Selbst als ihnen klar wurde, dass sie den Krieg verloren hatten, war den meisten Japanern der Begriff des *Kokutai* so eingehämmert worden, dass sie an dem Glauben festhielten, das «Land Gottes» könne keinen Krieg verlieren. Japan musste in ihren Augen unbesiegbar sein, und man sagte ihnen, dass «die letzte Entscheidungsschlacht, durch die Amerika vernichtet wird, noch nicht geschlagen» sei. Aber zu diesem Zeitpunkt hatte die japanische Kriegsmarine, die allein diese Schlacht hätte ausfechten

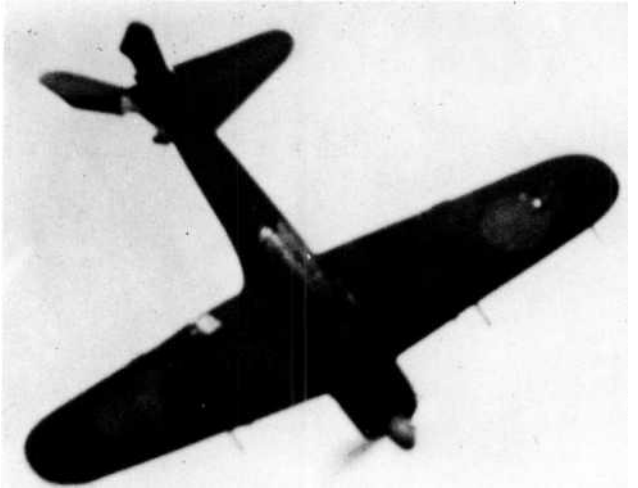






*Oben und Mitte: Japanische Kamikazeflieger stossen im Westpazifik auf ein amerikanisches Kriegsschiff herab. Man hatte den Piloten eingeredet, dass von ihnen die Rettung Japans abhänge und es eine besondere Ehre sei, für den Kaiser zu sterben.*

*Unten: Auf diesem Gemälde werden die jungen japanischen Flieger verherrlicht, die bereit sind, für ihr Vaterland zu sterben.*



können, praktisch aufgehört zu existieren. In ihrer Verzweiflung wollten die Führer der Bevölkerung einreden, dass freiwilliger Verzicht ein verborgenes Krätereservoir sei. Hunger – und die Versorgungslage wurde kritisch – bewiese die Widerstandskraft. Radio Tokio verkündete: «Durch Siegeszuversicht werden Kräfte mobilisiert.» Während die Menschen den Bombenhagel in den Luftschutzräumen erlebten, sagte man ihnen (und sie glaubten dies), dass durch Gymnastik hungrige Menschen wieder zu Kräften kämen.

Manche Leute mögen im japanischen Durchhaltewillen, während sich die Niederlagen häuften und Schiff nach Schiff, Flugzeugträger nach Flugzeugträger, die letzte Verteidigungslinie, in die Tiefe sank, etwas Positives sehen. Sie bewundern vielleicht, wieviel den Japanern daran gelegen war, gegenüber der Welt nicht das Gesicht zu verlieren, Würde zu zeigen, als der Krieg sich zu ihren Ungunsten entwickelte. Bis zuletzt wurde den japanischen Schiffsbesatzungen eingehämmert, dass sie bei der Aufgabe eines sinkenden Schiffes «in Würde» die Rettungsboote zu bemannen hätten, um sich vor der Welt nicht lächerlich zu machen. Man sagte ihnen, dass sie von den Amerikanern gefilmt würden.

Anfang 1945 wurde jedermann klar, dass die Gebietsverluste weit grösser waren, als offiziell zugegeben wurde. Bis zum Schluss führte Domei mutiger- und unerwarteterweise Meinungsbefragungen durch. Ein beträchtlicher Teil der Befragten war zwar nach wie vor patriotisch, aber mit den irreführenden oder gänzlich fehlenden offiziellen Informationen unzufrieden; man wünschte mehr Tatsachen über den Krieg zu erfahren, als amtlich verbreitet wurden.

Mit der Potsdamer Erklärung von 1945 wurde klar, dass das Ende nahte. Die Herrschenden verschwiegen dies dem japanischen Volk, aber sie erfuhren es durch Millionen von Flugblättern, die amerikanische Flugzeuge über Japan abwarfen. Aus der alliierten Forderung nach bedingungsloser Kapitulation und militärischer Besetzung des ganzen Landes wurde ihnen das Ausmass der Katastrophe klar. Die Enttäuschung über die Führung war total.

Dann kamen die beiden Atombomben, gefolgt von der letzten und bedeutendsten Propagandakampagne des Krieges, die vielleicht Hunderttausenden von Menschen das Leben rettete. Im Juli 1945 informierte die japanische Regierung Washington über neutrale Kanäle, dass man zu Friedensgesprächen bereit sei. Das bedeutete Verhandeln, und um sich eine gute Ausgangsposition zu sichern, beschloss die japanische Führung, dem Volk nichts von diesen Verhandlungen zu sagen. Das Amt für Kriegsinformation gab seine eigene Version heraus. Am Morgen des 14. August 1945 warfen amerikanische Flugzeuge rund drei Millionen Flugblätter über Tokio und anderen Grossstädten ab mit der Mitteilung, die japanische Regierung habe um Friedensverhandlungen nachgesucht. Das war ein wirkungsvoller Schlag gegen die Einwände der starrköpfigen Friedensgegner im japanischen Kabinett, die die amerikanischen Bedingungen ablehnten und weiterkämpfen wollten. Sicherlich hätte der Krieg in Bälde ein Ende gefunden, aber erst nach weiterem schrecklichem Blutvergiessen. Nach dem Krieg gaben japanische Politiker zu, dass, nachdem das Volk von den Friedensverhandlungen wusste, die Regierung zwangsläufig gezwungen war, die amerikanischen Bedingungen zu akzeptieren. Das amerikanische Aussenministerium stellte dazu offiziell fest: «Diese einzige Flugblattaktion hat vermutlich die ganzen OWI-Kosten während des gesamten Krieges wieder hereingebracht.»



Wohl nur wenige Propagandisten sahen sich solchen Schwierigkeiten gegenüber wie die japanischen im Zweiten Weltkrieg. Behindert und oft getäuscht wurden sie durch widersprüchliche Anweisungen aus dem Ministerpräsidentenamt, dem Armeehauptquartier und dem Marinehauptquartier. Überall eingengt waren sie durch strenge Zensurbestimmungen, amtliche Direktiven und die Weigerung der offiziellen Stellen, sich mit Tatsachen auseinanderzusetzen. Hätte man ihnen freie Hand gelassen, dann hätten sie den Slogan «Asien den Asiaten» mit Gewinn ausbeuten können, waren doch die japanischen Erfolge in der Frühzeit des Krieges in den besetzten Ländern fast ausschliesslich diesem Appell an das Gemeinschaftsgefühl der Asiaten zu verdanken, dem Aufruf, den pazifischen Raum von den weissen Besatzern zu säubern, die dort nichts verloren hatten, und zusammen mit den Völkern Ozeaniens beispielsweise die grossen ungenutzten Flächen Australiens zu erschliessen. Sie hatten eine Trumpfkarte in den Händen, konnten sie aber nicht ausspielen. Jeder Vorteil, den sie daraus hätten ziehen können, wurde durch das harte japanische Regime in den besetzten Gebieten zunichte gemacht. Da sie es nicht gewohnt waren, über andere Völker zu herrschen, erwiesen sich die Japaner als unflexible und engstirnige Herren. Wenn sie ihren neuen Untertanen Zugeständnisse machten, waren diese allzu offensichtlich taktischer Natur und sollten nach dem Endsieg widerrufen werden. So gewährten sie Unabhängigkeit den Birmesen, die am Rande ihres neuen Reiches lagen und deshalb schwieriger zu kontrollieren waren, und den Filipinos, die am höchsten entwickelt und am zahlreichsten waren, versagten sie aber (trotz anfänglicher Versprechungen) Indonesien und Malaisia, die Japan nur mittels der Marine kontrollieren konnte.

Ein weiterer Grund für ihren Misserfolg als Kolonialmacht war ihre Unfähigkeit, die Güterversorgung aufrechtzuerhalten, die die Engländer und Amerikaner während ihrer Herrschaft gewährleistet hatten. Dies war auf den Philippinen ganz offenkundig, wo die Oberschicht an amerikanische Autos, Kühlschränke und all jene anderen technischen Errungenschaften gewöhnt war, die in aller Welt als Zivilisationsmassstab gelten. Als die Japaner das nicht bieten konnten, verloren die Filipinos bald das Vertrauen in das ganze japanische Geschwätz von einer Wohlstandssphäre.

Das erkannten die Alliierten rasch und sagten den Menschen in den von Japan besetzten Gebieten, dass sie in einer «Gemeinsamen Armutssphäre» lebten. Ein ständiges Thema der amerikanischen Propaganda war, dass alle asiatischen Unabhängigkeitsbestrebungen durch die Tatsache zunichte gemacht würden, dass die Japaner das existierende ausgewogene Wirtschaftssystem zerstört und die Gebiete in ein «Asien den Japanern» verwandelt hätten. So verlor Japan den Krieg, wie ihn die Deutschen drei Monate früher und die Italiener schon vor zwei Jahren verloren hatten. Die berühmte Achse Berlin-Rom-Tokio hatte wenig mehr als fünf Jahre lang Bestand gehabt. Es gab Ähnlichkeiten zwischen den Achsenmächten, zwischen Ost und West, so in der starken militaristischen Indoktrination und im Glauben der Japaner wie der Deutschen, dass ihr Land eine schicksalhafte Sendung habe und der Krieg sich lohnen werde. Aber einen Faschismus oder Nazismus wie in Europa hat es in Japan nicht gegeben. Es gab keine Parteiorganisationen, die praktisch das Land beherrschten und die Propagandamedien streng überwachten. Es gab keinen Demagogen von der Art eines Hitler oder Mussolini, und auch eine Machtkonzentration in einer einzigen Hand gab es nicht. Die japanischen Militärführer teilten sich die Verantwortung, stritten heftig

Solche Flugblätter wurden täglich zu Millionen über Japan abgeworfen. Sie versprachen nach einer bedingungslosen Kapitulation einen ehrenvollen Frieden. Auf diesem Flugblatt wurde aus Trumans Rede anlässlich des Kriegsendes auf dem europäischen Kriegsschauplatz zitiert. Unten: Dieses amerikanische Flugblatt sollte den Japanern Roosevelts «Vier Freiheiten» erklären.





*Oben: Die zweite Atombombe wurde im August 1945 auf Nagasaki abgeworfen. Die verheerenden Auswirkungen beschleunigten zwar die japanische Kapitulation, kosteten aber Zehntausende von Menschenleben.*

*Unten: Blick auf Hiroshima nach der Atombombenexplosion, die in Bruchteilen von Sekunden die ganze Stadt zerstört hatte. Noch nie in der Menschheitsgeschichte hatte es Waffen mit solcher Zerstörungskraft gegeben.*

untereinander und regierten durch ausgehandelte Kompromisse. Sie versprachen ihrem Volk nie einen kurzen Krieg, wie es die Nazis taten – im Gegenteil, sie betonten stets, dass das Ende nicht absehbar sei. Man glaubte nicht, dass die frühen Siege unmittelbar entscheidend seien, sondern erhoffte eine kumulative Wirkung in der Zukunft in einem Kampf, der hundert Jahre dauern konnte. Gedauert hat er genau drei Jahre und vier Monate.







Sonderbriefmarken zum Tag der Einführung der allgemeinen Wehrpflicht am 1. Juni 1941. Mandschukuo.





Ostasiatische Solidarität. Titelblatt einer japanischen Zeitschrift, um 1943.

Oben: Sonderbriefmarke zum 2'600jährigen Bestehen des japanischen Kaiserreichs. Mandschukuo, 1940.

Unten: Japanische Sonderbriefmarke zum zehnjährigen Bestehen von Mandschukuo, 1942.





Japan beansprucht die Führungsrolle in Asien.  
Japanisches Flugblatt, um 1943.



Anti-alliierte japanische Propaganda für die  
Philippinen. Plakat von M. Tsurui Hodoobu,  
um 1943.





«Die Geschichte des Panzerkommandanten Nishizumi», japanisches Filmplakat für das besetzte Indonesien, um 1942.



Aufruf zur Zeichnung von staatlichen Schuldverschreibungen, Japan, undatiert.

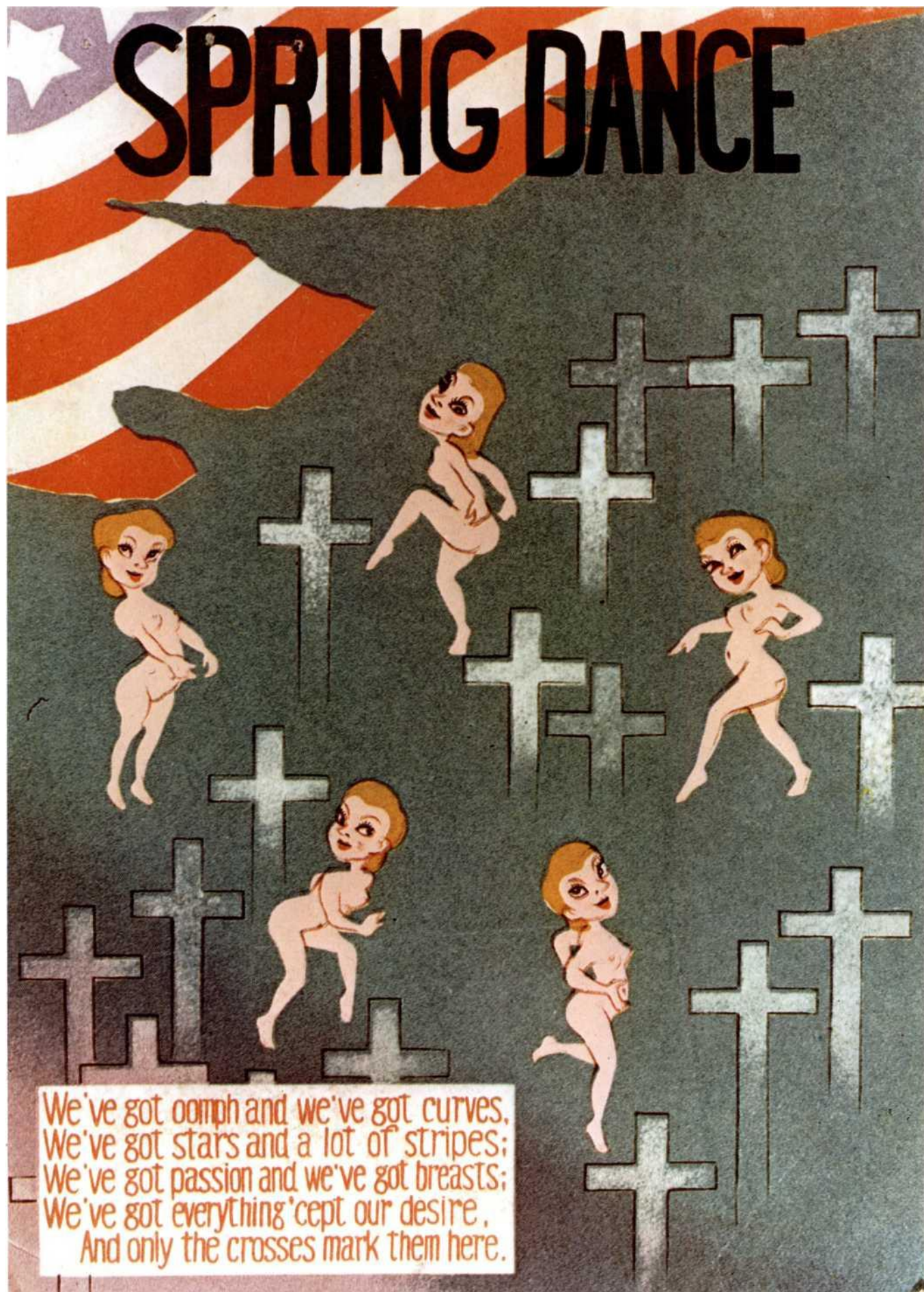


«Auf dem Weg zu einem wissenschaftlichen Japan. Erfindermesse», undatiertes japanisches Plakat.



«Verschliesse Deine Lippen!», japanisches Feind-hört-mit-Plakat, undatiert.





We've got oomph and we've got curves,  
We've got stars and a lot of stripes;  
We've got passion and we've got breasts;  
We've got everything 'cept our desire,  
And only the crosses mark them here.

Japanische Sex-Flugblätter für die alliierten Truppen erregten zum Teil Heiterkeit, waren aber wirkungslos.





Solche anti-amerikanischen japanischen Flugblätter waren für die auf Neuguinea kämpfenden Australier bestimmt.



Australische Frauen wurden auf japanischen Flugblättern für australische Soldaten als treulos hingestellt.





Drastische Darstellungen von Untreue auf einem japanischen Flugblatt für australische Soldaten.





Chinesische Sonderbriefmarken,  
1939-1945.





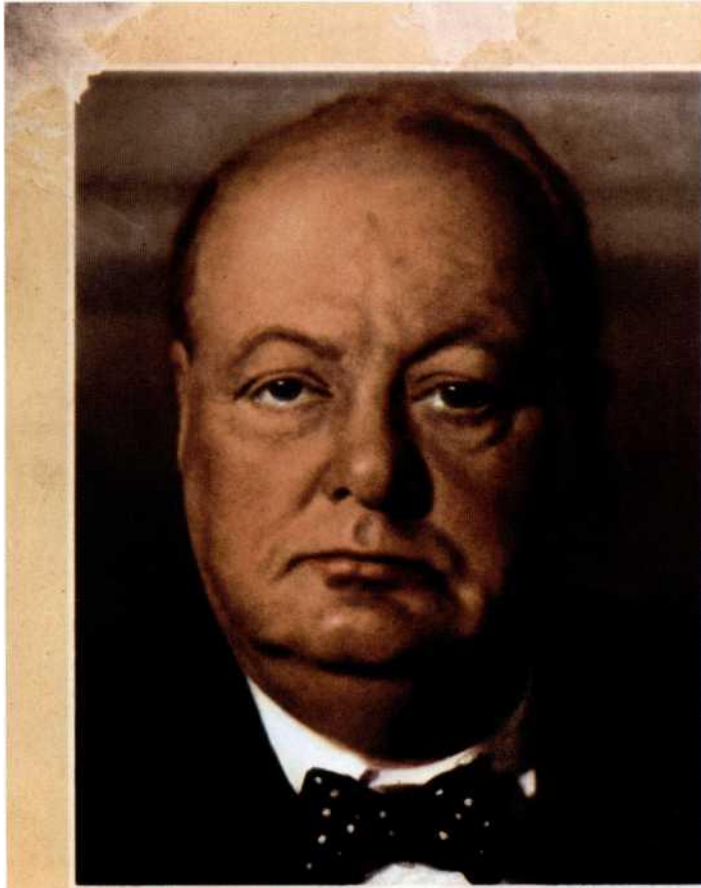
Plakat der United China Relief von Martha Sawyers, um 1943.





Auf diesem für China bestimmten amerikanischen Plakat wird Tschiang Kai-schek amerikanische Unterstützung zugesichert. Wong Siuling, um 1942.





WINSTON S. CHURCHILL



FRANKLIN D. ROOSEVELT



JOSEPH STALIN



Portrait of "Lift" Masunne

CHIANG KAI-SHEK

*Auf diesem undatierten englischen Plakat wird Tschiang Kai-shek den «Grossen Drei» zugesellt.*





« A ^ n  
w G r ^ & & a ^ m MM H ^  
IM V HU /K frAft  
ss fr T # ^ ^ fr <HB  
at « & m n frH ft \*  
Am • M £ £ « #)B  
t ij

i ^ Mis ^ n \$ £ » ♦ s Jt » ^ - « -TAW  
T ' fr ' æ . £ • & at ifo iA > n a r w w Ä RE M « ss  
H & X' JÜ B > h \* \$ kW \*\* ri « w w 5\$ I &  
W ' ft • il m ii ' j W # « l' B m ; \$ « h 3 S  
® B \* t \* « MST 3  
& nfT B « w ^ frB \* aosi ^ MA ^ TW

Auf diesem für China bestimmten amerikanischen Flugblatt wird der amerikanische Flieger als Kriegsgott dargestellt.



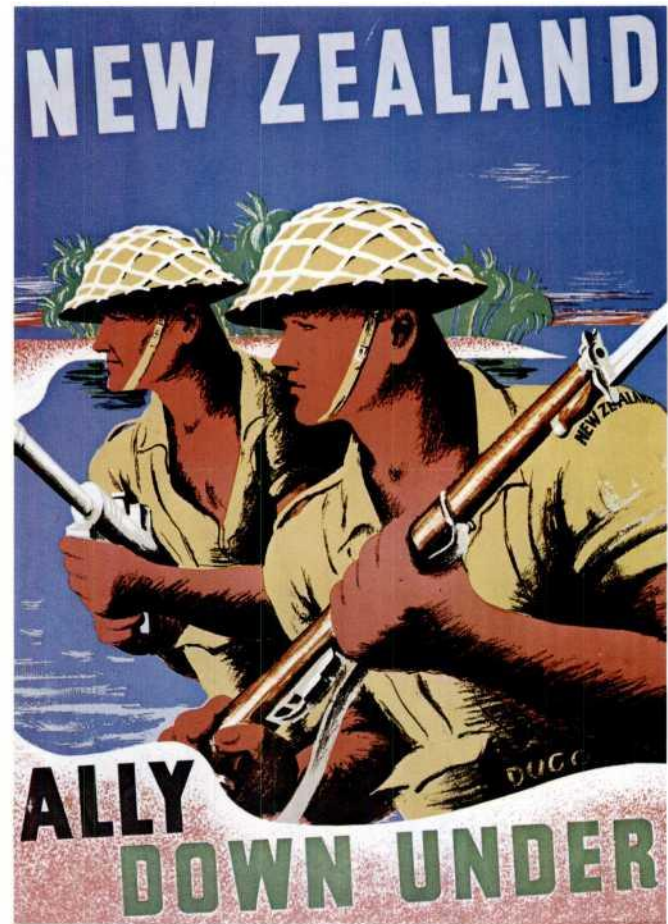


«Indien muss befreit werden», holländisches Plakat von Nico Broekman, 1945.



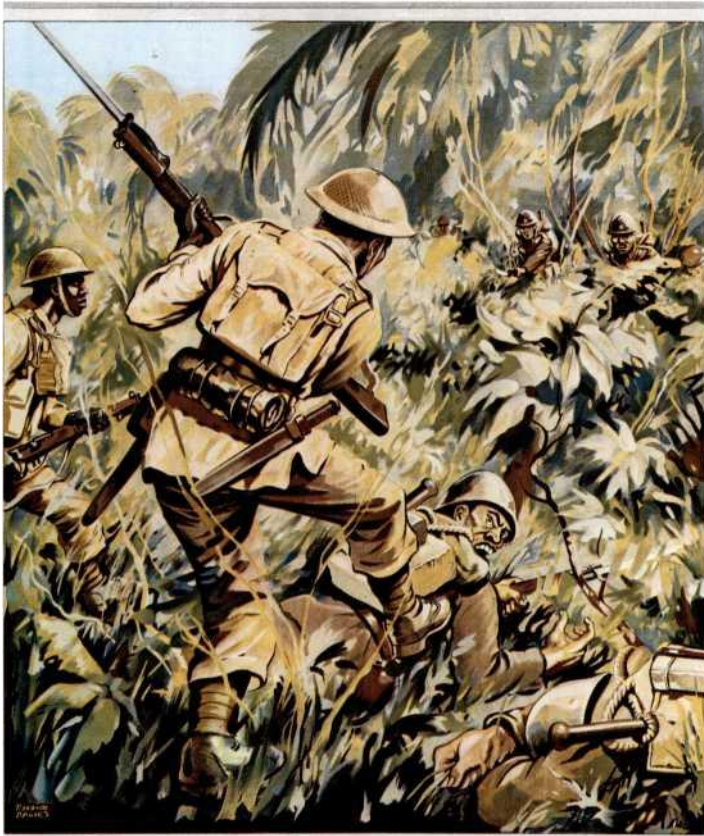


Ein amerikanisches Plakat ruft zum Widerstand auf den Philippinen auf um 1943.



Neuseeland als Verbündeter der Vereinigten Staaten, amerikanisches Plakat von Duco, undatiert.





# ASKARI WETU WASHINDA WAJAPANI

*Smash the Japs!*

Englisches Plakat zur Rekrutierung afrikanischer Soldaten für den Kampf gegen Japan. Roland Davies, undatiert.



# INDIE MOET VRIJ!

WERKTEN VECHTERVOOR! ^

Amerikanische Flugblätter kündigten den Japanern nach der Kapitulation Deutschlands noch härtere Schläge an. 1945.



«Arbeitet und kämpft für die Befreiung Indiens!», englisches Plakat von Pat Keely für die holländische Regierung, 1944.



**ATTENTION AMERICAN SOLDIERS!**

# **I CEASE RESISTANCE**

THIS LEAFLET GUARANTEES HUMANE TREATMENT TO ANY JAPANESE DESIRING TO CEASE RESISTANCE. TAKE HIM IMMEDIATELY TO YOUR NEAREST COMMISSIONED OFFICER.

*By Direction of the Commander in Chief.*



(し隠目、爲、護保族家、本日)

上の英文の内容は「この人は最早敵でなく国際條約により生命衣食住は勿論医療等が完全に保証さるべき者なり」と云い意味が書かれて居る  
左圖は既に當方に来て居られる諸君の戦友の一部

17-J-1



**Nachwort**

**Essay und Filmverzeichnis**

**Anmerkungen zu den Farbtafeln**

**Bibliographie**

**Register**

**Bildnachweis**



# NACHWORT

## von Daniel Lerner

### Der psychologische Krieg gegen Deutschland von der Invasion bis zum Sieg

Amerika trat mit dem grossen Knall von Pearl Harbor in den Krieg ein. Es beendete ihn mit den noch grösseren Knallen von Hiroshima und Nagasaki. Zwischen diesen beiden Ereignissen wurde neben dem militärischen auch ein psychologischer Krieg geführt. Die psychologische Kriegführung ist so alt wie Josuas Trompeten vor den Mauern von Jericho und die Gerüchte, die in Rom über Hannibal verbreitet wurden. Im Zweiten Weltkrieg jedoch wurde die psychologische Kriegführung zu einem wichtigen Teil der gesamten Kriegsstrategie und zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Militärstruktur. Die Eingliederung der Psychological Warfare Division (PWD) in Eisenhowers Stab schuf eine neue Dimension in der Geschichte des überzeugenwollenden Kommunikationswesens in Verbindung mit kriegerischen Aktionen.

Die historische Rolle der Kriegspropaganda wird durch die «Belagerung der Stadt» verdeutlicht<sup>1</sup>. Ihr Zweck war es, in die Wehrmauern Breschen zu schlagen und die Belagerten von jeder Versorgung abzuschneiden. Hierzu wurden im Lauf der Jahrhunderte viele einfallsreiche Techniken entwickelt. Wir wissen nicht, wie wirkungsvoll Josuas Trompeten waren, die er siebenmal blasen liess, während er um Jericho herumging, «und die Mauern fielen um». Auch wissen wir nichts Zuverlässiges über die Nützlichkeit des heititischen Rituals der Anrufung der Götter, das die Schutzgötter einer belagerten Stadt veranlassen sollte, ins eigene Lager überzuwechseln und den Feind ohne Schutz zu lassen. Wir wissen aber, dass das von den Griechen erbaute Trojanische Pferd es ihnen ermöglicht hat, in die stark befestigte Stadt der Antike einzudringen und sie zu erobern.

Die Belagerung einer Stadt spielt im Krieg immer noch eine Rolle, die sich freilich durch die Erfindung weitreichender Artillerie (die «Dicke Berta» im Ersten Weltkrieg) und von Langstreckenbomben (die «Fliegenden Festungen» des Zweiten Weltkriegs) stark verändert hat. Pablo Picassos *Guernica* und Archibald MacLeishs Hörspiel «Der Fall der Stadt» zeigen anschaulich die neuen Techniken, die im spanischen Vorspiel zum Zweiten Weltkrieg eingesetzt wurden. In diesem Krieg wurden die «strategischen» Luftangriffe auf feindliche Städte zu einer Selbstverständlichkeit des Luftkriegs. Als die Deutschen ihre unbemannten V-1- und V-2-Raketen auf Grossbritannien abschossen, bezeichneten sie sie als «Wunderwaffen», wenn aber die Alliierten deutsche Städte bombardierten, sprachen sie von «Terrorangriffen»<sup>2</sup>.

Während die psychologische Kriegführung bei der Belagerung von deutschen Städten wie Willingen und Aachen eine Rolle spielte, war doch die neue Waffentechnologie ausschlaggebend. Eine Festungsstadt gibt es praktisch nicht mehr, da sie gegen Artillerie und Luftangriffe nicht zu verteidigen ist. Militärische Bedeutung hat die Stadt heute als industrielles Zentrum, in dem Rüstungsmaterial hergestellt wird. Entsprechend änderte sich die Propaganda im Zweiten Weltkrieg. Mit einem damals gebräuchlichen Ausdruck zielte sie «auf den Mann hinter dem Mann hinter dem Gewehr»<sup>3</sup>. Während der Abschreckungspolitik des Kalten Krieges wurde dieses Konzept noch weitergeführt. Die USA und die UdSSR stellten ihr Atomraketen so auf, dass sie im Fall eines Krieges die wichtigsten Industriestädte des Gegners vernichten konnten. Diese Drohung der gegenseitigen Vernichtung hat in den letzten Jahrzehnten das entnervende «Gleichgewicht des Schreckens» gewahrt<sup>4</sup>.

Dieser kurze Rückblick zeigt, dass die Propaganda stets ein Instrument der Politik war und es auch heute noch ist. Propagandisten machen keine Politik, sondern sie erfinden Strategien der Symbolmanipulation, um die von anderen gemachte Politik durchzusetzen. Die Propaganda ist nur eines von vier Mitteln, deren sich die Politiker bedienen. Die anderen drei sind Diplomatie, Wirtschaftspolitik und Militäraktionen, die alle die konkrete Umwelt betreffen, in der die Menschen leben. Propaganda ist jenes Instrument, das nur die Symbole manipuliert, in denen die Menschen denken und glauben; sie arbeitet mit Drohungen und Versprechungen, um Ängste und Hoffnungen in den Menschen zu wecken. Sie beeinflusst menschliche Wünsche hinsichtlich dessen, was kommen sollte, und menschliche Erwartungen dessen, was geschehen wird.

Was Geld für die Wirtschaft ist, das sind Symbole für jegliche

- <sup>2</sup> Ausführliche Darstellung und Bewertung in U.S. Bombing Survey, *Effects of Strategic Bombing on German Morale* (Washington 1947).
- <sup>3</sup> Eine kritische Analyse hierzu findet sich in Hans Speier, «Psychological Warfare Reconsidered» in Daniel Lerner (Hsg.), *Propaganda in War and Crisis* (Arno Press, 1972), S. 463-492.
- <sup>4</sup> Früh befasst mit der «atomaren Erpressung» hat sich Hans Speier in *Social Order and The Risks of War* (The M.I.T. Press, 1967). Viieldiskutierte französische Beiträge zu dem Thema sind Pierre Gallois, *The Balance of Terror* (Houghton Mifflin, 1961) und Daniel Lerner und Raymond Aron (Hsg.), *France Defeats E.D.C.* (Praeger, 1957). In der *New York Times* hat sich auch der bekannte russische Physiker Sacharow dazu geäussert.

<sup>1</sup> Ausführlicher dargestellt in meinem Buch *Psychological Warfare against Nazi Germany* (The M.L.T. Press, Taschenbuch, 1971), S. 272-281.



Kommunikation – das Austauschmedium, das Wertmass, das Band, das Vergangenheit und Gegenwart mit der Zukunft verknüpft. Wenn Kommunikation überreden will – wenn sie als Propaganda fungiert –, manipuliert sie Symbole dergestalt, dass sie das zukünftige Verhalten der «Zielgruppe» bedingen (erleichtern oder einschränken). Im Krieg werden die Zielgruppen in vier Hauptkategorien eingeteilt: Feinde, Verbündete, Neutrale und Heimatfront. Die Propagandisten passen ihre Strategien und Taktiken der jeweiligen Zielgruppe an. Dem Feind gegenüber steht dessen schliessliche Niederlage im Mittelpunkt der Propagandastrategie; den Verbündeten gegenüber werden Freundschaft, Einigkeit und Zuversicht auf den Endsieg betont; gegenüber den Neutralen beteuern die Propagandisten ihre Aufrichtigkeit und die Gewissheit ihres Sieges; die Heimatfront wird ständig daran erinnert, dass Anstrengungen und Opfer nötig sind, um den Krieg zu gewinnen.

Allen strategischen und taktischen Varianten der Propaganda zugrunde liegt jedoch ein einziger Aktionsprozess, der stets dieselben Komponenten hat: einen Absender, eine Botschaft, einen Adressaten, einen Zweck, eine Technik und eine Wirkung. Dies sind die sechs wichtigen Variablen im Propagandaprozess, wie schon vor einem halben Jahrhundert Harold D. Lasswell erkannte, der das berühmte Paradigma formulierte: Wer sagt was zu wem, warum, wie und mit welcher Wirkung<sup>5</sup>?

Konzentrieren wir unsere Aufmerksamkeit auf Hitlerdeutschland als Ziel der psychologischen Kriegführung auf dem europäischen Kriegsschauplatz, besonders auf die Kampagne, die PWD und SHAEF (Psychological Warfare Division und Supreme Headquarters Allied Expeditionary Force) unter General Eisenhower von der Landung in der Normandie bis zur Kapitulation Deutschlands geführt haben. Um den Rahmen für die psychologische Kriegführung gegen Hitlerdeutschland abzustecken, muss man sich daran erinnern, dass die alliierten Spitzenpolitiker bei ihren Überlegungen stets die Verbündeten, die Neutrale und die Heimatfront im Auge haben mussten. Der Zweite Weltkrieg wurde auf alliierter Seite von einer gigantischen Koalition unabhängiger Staaten und Exilregierungen (hauptsächlich in London) geführt. Koalitionen sind ihrer Natur nach zeitweilige Verbindungen auf der Grundlage der Übereinkunft, Differenzen über das, wofür man ist, zugunsten dessen, wogegen man ist, zurückzustellen. Dieser Situation sah sich Wins-

ton Churchill gegenüber, als er vor dem Unterhaus sprach, das hitzig über die Kriegsziele debattierte, und einige Abgeordnete sich der bedingungslosen Kapitulation als Hauptziel widersetzten.

Er sagte: «Wie ich sehe, erwarten manche von mir, dass ich heute klar und endgültig den Plan einer künftigen Weltordnung darlege und die Atlantikcharta in genaue und konkrete Relation zu späteren Deklarationen und gegenwärtigen Ereignissen setze. Es ist leichter, solche Fragen zu stellen, als sie zu beantworten. Wir arbeiten zusammen mit dreiunddreissig verbündeten Nationen und vor allem mit zwei grossen Koalitionspartnern, die in mancher Hinsicht die Macht des britischen Empires weit übertreffen. Es wäre für mich als Chef der britischen Regierung und, wie ich hinzufügen möchte, für dieses Haus ein grosser Fehler, die gesetzlichen Grundlagen für alle diese unterschiedlichen Länder, eingeschlossen die beiden Grossmächte, mit denen wir zusammenarbeiten müssen, festzulegen, wenn die Welt wieder in einen guten Zustand zurückversetzt werden soll<sup>6</sup>.»

Damit haben wir den Rahmen abgesteckt, in dem der psychologische Krieg gegen Hitlerdeutschland geführt werden musste. Man kann sich kaum eine weltweite Koalition unter der Führung unterschiedlicherer Mächte vorstellen, als es damals die USA, die UdSSR, Grossbritannien und das Tschiang-Kai-schek-China (Kuomintang) waren. Dazu kamen Dutzende anderer von den Deutschen geschlagene und besetzte Länder, die grossenteils in alliierten Kommandozentralen durch Vertreter von Exilregierungen präsent waren, die unterschiedliche Meinungen vertraten und andere Prioritäten setzten. Man braucht sich nur an die Probleme zu erinnern, die ein einziger Exilpolitiker, General de Gaulle, den Alliierten machte, um zu erkennen, welche Missklänge der massvollen Rede Churchills vor dem Parlament zugrunde lagen.

Bei einer solchen Koalition, die einen totalen Krieg führte, der auch ein Weltkrieg war, war kaum ein anderes Kriegsziel denkbar als die bedingungslose Kapitulation der Achsenmächte, auf das sich die Spitzen der Alliierten hätten einigen können. Zwar galt dieses Ziel auch für das faschistische Italien und das kaiserliche Japan, doch eindeutig war es die Naziherrschaft über Europa, die völlig gebrochen werden musste, um das Hauptziel der Alliierten zu erreichen. Diesem Ziel galt die von PWD/SHAEF geführte Propagandakampagne.

Was die Organisation der PWD für diese Aufgabe angeht, ist der

<sup>5</sup> Harold D. Lasswell, *Propaganda Technique in World War I* (The M.I.T. Press, 1971).

<sup>6</sup> British Information Service, *A Selection From Speeches Made by Winston Churchill* (New York 1943).



Hinweis wichtig, dass die PWD eine «spezielle Stabssektion» unter dem Befehl von Eisenhowers Oberstem Hauptquartier war. Die PWD erhielt tatkräftige Unterstützung von zivilen Organisationen wie dem OWI (Office of War Information) und dem OSS (Office of Strategic Services) in den USA und von zivilen Einrichtungen wie der BBC (British Broadcasting Corporation) und der PWE (Political Warfare Executive) in Grossbritannien. Diese zivilen Organisationen hatten für die PWD Personal für Schlüsselfunktionen abgestellt.

Die meisten von ihnen, ob sie nun echte oder nur «verliebene» Dienstgrade hatten, waren eingefleischte Zivilisten mit grosser Erfahrung und Geschicklichkeit in der Manipulation von Symbolen. Colonel William S. Paley, dem Präsidenten von CBS (Columbia Broadcasting System), zur Seite stand ein Trio von Topleuten von NBC (National Broadcasting Corporation). Der inzwischen verstorbene C.D. Jackson, Seniorchef von Time-Life, leitete ein fähiges Team von Journalisten, Redakteuren und Autoren. Colonel (heute Judge) Murray I. Gurfein stand an der Spitze einer Nachrichtenabteilung, der hauptsächlich amerikanische und englische Soziologen angehörten. Der brillianteste Propagandastratege der PWD, Richard H.S. Crossman, war Professor in Oxford und wurde nach dem Krieg Labourabgeordneter, Regierungsmitglied, Chefredakteur von *The New Statesman* und Kolumnist des *Daily Mirror*. Saul K. Padover, der Chefanalytiker der PWD, ist vor Kurzem als Dekan der New School and Graduate Faculty in New York in Pension gegangen, lehrt aber weiter Geschichte und Politikwissenschaft; und dies tut in Grossbritannien auch Michael Balfour, damals stellvertretender Leiter der Nachrichtenabteilung. Martin F. Herz, für die Flugblätter der PWD zuständig, ist amerikanischer Botschafter geworden.

Mit einem Kader von so vielen hochintelligenten Zivilisten war es unvermeidlich, dass die PWD einige Probleme mit der militärischen Disziplin hatte. Ein Kollege, heute ein renommierter Soziologieprofessor in Chicago, erlitt Kopfverletzungen durch eine deutsche Bombe, weil er spät nachts noch im Büro arbeitete, anstatt in seinem Quartier zu schlafen. Ich selbst kam vor ein Kriegsgericht, weil ich spät in der Nacht im Quartier arbeitete, anstatt als wachhabender Offizier im Stab des Generals auf das Telefon aufzupassen.

Solche Geschichtchen über Intellektuelle in Uniform mögen amüsant klingen, aber wichtig ist, dass die PWD de facto eine militärische Organisation war. Befehligt wurde sie von General Robert A. McClure, der auf dem direkten Dienstweg General Eisenhower

Bericht erstatten konnte. Trotz häufiger kleiner Zwischenfälle galt in der PWD militärische Disziplin, und sie unterstand dem Kommando des Militärs. Wie wichtig das für die Propagandastrategie war, zeigte sich bei einer Meinungsverschiedenheit zwischen Churchill und Eisenhower.

Churchill interessierte sich lebhaft und ständig für Propagandaaktionen. Einmal stürmte er ins SHAEF-Hauptquartier mit einem unserer Flugblätter in der Hand und befahl: «Weg damit!»<sup>7</sup> Churchill beanstandete, dass man nicht die deutschen Werftarbeiter bitten müsse, ihre Werften für unsere späteren Aufgaben in Deutschland funktionsfähig zu halten; wir hätten sowieso genug Werften und könnten nach Belieben weitere errichten. Hätten wir Churchill gehorcht, dann hätte unsere ganze Propagandakampagne die latente Macht dieser verhältnismässig unbedeutenden unverschlüsselten Botschaft eingebüsst. Zwar hatte Churchill hinsichtlich der Lage in den Nordseehäfen recht, aber welche psychologische Wirkung wir mit diesem Flugblatt erzielen wollten, hatte er nicht erkannt. Die latente Botschaft ging weit über die Frage der Werften hinaus und lautete: Wir sind auf der Siegerstrasse und werden den Krieg bald gewinnen; daran kannst Du nichts ändern, aber Du kannst Dir und den Deinen das Leben nach dem Krieg erleichtern, wenn Du tust, was wir Dir sagen; also hängt Deine eigene Zukunft, über die natürlich wir entscheiden werden, davon ab, was Du jetzt tust.

Dieses Flugblatt und Dutzende anderer, die vor Luftangriffen über deutschen Städten abgeworfen wurden, wollten in erster Linie die Widerstandskraft der Bevölkerung brechen und deutsche Zivilisten daran gewöhnen, alliierten Anweisungen zu gehorchen. Deshalb verteidigte die PWD diese Flugblattserie gegen Churchills vorschnelle Ablehnung und setzte sich auf höchster Kommandoebene von SHAEF durch. Welche Werftkapazitäten später auch gebraucht wurden, gab es doch ein eindeutiges und gegenwärtiges alliiertes Interesse, die deutsche Zivilbevölkerung zur Aufgabe des Widerstands aufzufordern und an unsere Befehle zu gewöhnen.

Eine solche Propagandastrategie wurde durch das höchste Kriegsziel der bedingungslosen Kapitulation erfordert. Wenn sich die Deutschen bedingungslos ergeben sollten, wenn ihr Leben nach dem Krieg durch alliierte Beschlüsse und Anordnungen bestimmt werden sollte, dann war es wichtig, ihnen Gehorsam gegenüber den

<sup>7</sup> Der volle Wortlaut des Flugblatts findet sich in Lerner, *Psychological Warfare against Nazi Germany* (S. 238).



Alliierten anzuerziehen. In der Endphase des Krieges (nach dem Scheitern der Rundstedt-Offensive im Dezember 1944) wurde das Gehorsamstraining zu einer Hauptaufgabe der PWD-Propaganda. Als die Wehrmacht sich zurückzog, die deutsche Zivilbevölkerung in voller Auflösung war und die deutsche Autorität angezweifelt wurde, begann die PWD-Propaganda, in allen Medien Anweisungen und Befehle des durch SHAEF repräsentierten alliierten Oberkommandos zu erteilen.

Wir haben bereits oben ausgeführt, um was es in dem Flugblatt für die deutschen Werftarbeiter in allen wichtigen deutschen Hafencities ging. Ähnliche Flugblätter und Rundfunkbotschaften galten den Arbeitern in der deutschen Rüstungsindustrie (manchmal in der Form kleiner Sabotageausrüstungen mit genauen Gebrauchsanweisungen). An die Bewohner mancher Städte, die bombardiert werden sollten, richtete man genaue Anweisungen für das Verhalten im Luftschutzkeller, im Splittergraben oder in den umliegenden Wäldern. Alle diese Bemühungen, die Churchill fälschlicherweise als «Freundschaftsdienste» für die Deutschen wertete, schufen die Grundlage für passives Wohlergehen und sogar aktive Zusammenarbeit mit der alliierten Militärregierung, die schon wenig später ganz Deutschland regieren sollte.

Noch subtiler war das Gehorsamstraining für die deutschen Soldaten, und wenn diese sich besiegt und geschlagen fühlten, war es noch wirkungsvoller. Das klassische Beispiel war der über den deutschen Linien abgeworfene «Passierschein». Klare Absicht war es, den kapitulationswilligen deutschen Soldaten eine Art von Ermächtigung zu geben, die Waffen zu strecken. Das ganze Flugblatt war so gehalten, dass es autoritativ klang: Das praktische Format, der klare Druck auf gutem Papier und die Farbgebung liessen den Passierschein wie ein Hochschuldiplom aussehen. Die Sprache klang formell und offiziell; die Dekoration bestand in der Hauptsache aus den Militärsiegeln der Engländer und Amerikaner, und als deren Oberkommandierender hatte General Eisenhower den Aufruf unterschrieben.

Für die Durchführung einer solchen Kampagne – einer Kampagne, die deutsche Soldaten, Amtsinhaber und Zivilisten auf das vorbereiten sollte, was ihnen in den Kampfhandlungen und nach ihrer bedingungslosen Kapitulation bevorstand – war unbedingt eine «Strategie der Wahrheit» erforderlich. Da die PWD keine Pfadfindergruppe war, sondern eine militärische Abteilung, die einen totalen Krieg mit möglichst geringen Verlusten gewinnen helfen sollte, muss dies näher erläutert werden. Gleich einleitend sei gesagt, dass eine Strategie der Wahrheit nicht Ehrlichkeit und Aufrichtigkeit be-

deutet. Umgekehrt gibt es keinen staatlichen Propagandaapparat, der mit einer Strategie der Unaufrichtigkeit arbeitet. Zunächst einmal liegt die Betonung nicht auf «Wahrheit», sondern auf «Strategie», denn Wahrheit in der Propaganda steht in Relation zu ihrer Wirksamkeit. Bei einer Propagandaaktion kommt es in erster Linie auf ihre Wirksamkeit an, auch wenn man sie nach moralischen Kriterien bewerten mag. Propagandisten sagen nicht die Wahrheit, weil sie persönlich aufrichtig sind, wie sie auch keine Lügen erzählen, weil sie unaufrichtig sind. Je nach der Zielgruppe der Propaganda hängt die Entscheidung von der Einschätzung der Wirksamkeit ab.

Eine solche Entscheidung kann von der Persönlichkeitsstruktur des Propagandisten abhängen. So beschreibt Wallace Carroll die Neigung der OWI-Propagandisten für eine Strategie der Wahrheit mit folgenden Worten: «Viele von uns im OWI waren aufgrund unserer Ausbildung darauf bedacht, unsere Zielgruppen sachlich zu informieren. Nehmen wir als Beispiel Elmer Davis... Auch Edward Klauber, Ed Barrett, Ferdinand Kuhn und ich waren in den Traditionen des amerikanischen Journalismus erzogen worden. Auch wir neigten dazu, der Welt die Tatsachen des Krieges ungeschminkt vor Augen zu stellen. Diese Tatsachen standen in überwältigender Masse zugunsten der Alliierten, und so war anzunehmen, dass ihre Mitteilung einem alliierten Sieg dienlich war.»

Diese Männer neigten zu einer Strategie der Wahrheit weniger, weil sie anständige Menschen waren (natürlich waren sie das), als wegen ihrer vorhergegangenen Berufserfahrung als Journalisten. Jedenfalls verteidigten sie als Propagandisten ihre Neigung mit der pragmatischen Behauptung, dass sie «einem alliierten Sieg dienlich» sei. Wenn ihre Neigung nicht unter diesen Bedingungen zu rechtfertigen war, d.h., wenn die Darstellung nackter Tatsachen nicht einem alliierten Sieg dienlich war, entschieden sie sich anders. Dies gibt indirekt auch Mr. Carroll zu, wenn er schreibt: «Wirklich schwierig war für uns die Entscheidung, ob eine Nachricht weitergegeben oder zurückgehalten werden sollte, die Wahl zwischen der journalistischen Praxis und den Erfordernissen des Krieges, zwischen dem Drang, zu informieren, und der Leidenschaft, Leben zu retten, zwischen vollständiger Offenheit und purer Menschlichkeit.»

Auch die Männer, die die Politik der PWD bestimmten, hielten sich zurück, äusserten sich aber manchmal doch über den Unterschied zwischen der Strategie der Wahrheit und dem radikalen Konzept, das sich in die Worte fassen lässt: «Die Wahrheit, die ganze Wahrheit und nichts als die Wahrheit.» Allgemein war man sich dar-



in einig, dass manche Wahrheiten abgeändert werden und andere Wahrheiten völlig unterdrückt werden mussten. Die «Richtlinien für die psychologische Kriegführung» schreiben dazu diskret: «Klar ist, dass bei der psychologischen Kriegführung die Zielgruppen nicht zum Gegner gemacht werden dürfen. Deshalb sind bei der gegen feindliche Streitkräfte gerichteten psychologischen Kriegführung alle direkten Beschuldigungen und direkte Angriffe auf bekannte Empfindlichkeiten zu vermeiden.»

Das bedeutete im Klartext, dass sich die Propagandisten nicht übermässig um die «ganze Wahrheit» zu kümmern brauchten. Die «Richtlinien» machten auch klar, dass die PWD sich nicht durch ein «nichts als die Wahrheit» einengen lassen musste, galten sie doch nur für die «offene» Propaganda. Offene oder «weisse» Propaganda war die einzige Propagandaform der PWD, bei der den deutschen Zielgruppen die alliierte Urheberschaft genannt wurde. Die Regel der wahrheitsgemässen Aussage mit dem Verbot einer Abweichung von der Wahrheit bei Aussagen, die von den deutschen Zielgruppen überprüft werden konnten, musste in der weissen psychologischen Kriegführung streng befolgt werden. Keine solche Einschränkungen gab es bei der verdeckten «grauen» oder bei der «schwarzen» Propaganda der PWD. Graue Propaganda, bei der die Quelle nicht genannt wird, spezialisiert sich darauf, nicht «die ganze Wahrheit» zu sagen. Die schwarze Propaganda, die eine falsche Urheberschaft nennt, kann letztlich als Spezialisierung darauf verstanden werden, «alles andere» als die Wahrheit zu sagen.

Mit dieser Mehrgleisigkeit bezweckte man, dass die PWD sich in der grauen und schwarzen Propaganda alles erlauben konnte, aber der gute Name von SHAEF durch die weisse Propaganda gewahrt wurde. Da die weisse Propaganda als einzige eine genaue Quelle angab, glaubte man, dass den Alliierten bei verdeckten Lügen nichts offiziell «angehängt» werden könnte. Wie weit die Alliierten durch diesen strategischen Schachzug offiziell geschützt waren, ist fraglich angesichts der nach dem Krieg veröffentlichten Tatsachen über verdeckte Propaganda, die frühere Propagandisten verraten durften. Noch fraglicher ist, ob die Alliierten dadurch tatsächlich den Ruf der Ehrlichkeit wahren konnten, was vielleicht noch wichtiger ist als der offizielle Schutz. Wir wissen nicht, wie viele Deutsche sich über die Herkunft verdeckter alliierter Propaganda täuschen liessen – Geheimberichte, die wir erhielten, liessen den Schluss zu, dass es nicht viele waren. Offenbar wurden die beiden Hauptmedien verdeckter Propaganda, die Zeitung *Nachrichten für die Truppe* und der *Solda-*

*tensender West*, von den deutschen Zielgruppen eindeutig als alliierte Quellen identifiziert.

Höchst interessant und aufschlussreich in dieser Hinsicht ist die einhellige Meinung der Experten für verdeckte Propaganda, dass diese grossenteils und besonders im frühen Stadium einer verdeckten Operation gezwungen war, sich an die Regel der tatsächengemässen Berichterstattung zu halten. Der einfache Grund hierfür war, dass man einer Zielgruppe letztlich nur etwas einreden kann, wenn man sich zuerst dieser Zielgruppe gegenüber als glaubhaft erwiesen hat. Dies ist einer der wenigen von PWD-Strategen aufgestellten Grundsätze, der wahrscheinlich ein Axiom der Propaganda bleiben wird: Glaubhaftigkeit ist die Grundlage der Überredung. Ehe man jemanden dazu bringen kann, zu tun, was man will, muss er zuerst glauben, was man sagt. Eine notwendige Voraussetzung zur Gewinnung dieser Glaubwürdigkeit ist, dass man sich nicht beim Lügen erwischen lässt. Daher sind alle Propagandisten gezwungen, Fakten, die von der Zielgruppe überprüft werden können, wahrheitsgetreu wiederzugeben. Der offizielle Historiker der PWD hat das folgendermassen formuliert:

«Die Wahrheit [der Propaganda] kann und muss sicherlich selektiv sein, denn oft ist die Wahrheit für den Feind nicht glaubhaft. Aber ob selektiv oder nicht, die Verwendung von Unwahrheiten, die vom Feind als falsch bewiesen werden können, kommt in der Propaganda dem Schlachten der Gans gleich, die später vielleicht goldene Eier legt.»

Diese Einschränkung gilt für alle Propagandisten, ungeachtet des Landes oder der Politik, für die sie arbeiten. Die deutschen Propagandisten mussten sich, wenn sie glaubwürdig erscheinen wollten, ebenso an diese Regel halten wie die alliierten Propagandisten. Mr. Crossman schreibt:

«Ich habe nicht den Eindruck, dass sich die deutsche Propaganda viele absichtliche Lügen zuschulden kommen liess... Die meisten deutschen Lügen waren vermutlich bloss Versehen, wie auch die meisten deutschen Versprechungen auf der... Unfähigkeit der Politiker beruhen. Göring war nicht mutig, sondern töricht, als er in einer Rede versprach, dass keine einzige Bombe auf das Ruhrgebiet fallen werde, und das gilt auch für Hitler, als er im Oktober 1941 den endgültigen Zusammenbruch der Bolschewisten verkündete... Soweit wir wissen, war Goebbels, der Propagandapapst, wütend, als ihm solche Äusserungen zu Ohren kamen. Er war viel zu klug, um törichte Propagandaversprechungen zu machen oder absichtlich an kleineren Lügen festzuhalten. Er wusste, dass man eine grosse Lüge nur glauben machen kann, wenn man in den kleinen Dingen so wahrheitsgemäss wie möglich ist.»



Damit kommen wir zum Kern des Problems der Wahrheit. Wenn alle Propagandisten verpflichtet sind, überprüfbare Fakten wahrheitsgemäss wiederzugeben, wie unterscheidet sich dann die alliierte Strategie der Wahrheit von der Nazi-Strategie der grossen Lüge? Generell könnte man das so beantworten: Die Alliierten versuchten, ein wahrheitsgemässes Bild ihrer grundsätzlichen politischen Absichten zu vermitteln; die Nazis hingegen versuchten, ein falsches Bild ihrer grundlegenden politischen Absichten zu vermitteln.

Kurz gesagt: Die Nazis glaubten, dass die Deutschen eine Herrenrasse seien, und wollten Europa und andere Regionen der Welt ihrer Herrschaft unterwerfen. Sie behaupteten jedoch, dass sie an eine europäische Kultur glaubten (besonders an die französische Kultur, wenn sie sich an die Franzosen wandten, besonders an die italienische Kultur, wenn sie zu den Italienern sprachen, die sie aber inoffiziell als «dreckige italienische Schweine» bezeichneten, usw.) und eine «neue Ordnung» errichten wollten, an der alle Europäer gleichberechtigt teilhaben könnten. Sie wollten Europa beherrschen, gaben aber vor, lediglich Europa vor dem Bolschewismus retten zu wollen. Also stand ihre Wahrheitsliebe im Detail im Rahmen einer allumfassenden Verlogenheit.

Die Alliierten ihrerseits glaubten, dass der Nazismus eine Bedrohung für die freie Welt und den Weltfrieden sei und die Absicht habe, sie vollständig zu zerstören. Das sagten sie auch in ihrer Propaganda, ungeachtet, an wen sich diese richtete. Alliierte Ungenauigkeiten und sogar Verdrehungen im Detail standen also im Rahmen einer allumfassenden Wahrheit.

Die Nazis verliessen sich auf eine wahrheitsgemässe Wiedergabe von Details, um die Glaubwürdigkeit einer Propagandakampagne zu untermauern, die insgesamt nichts als ein grosser Schwindel war – eine systematische falsche Darstellung ihrer grundlegenden politischen Ziele. Dies ist ein Verfahren der schwarzen psychologischen Kriegführung und wird, wenn zur Richtlinie nationaler Propaganda erhoben, zur grossen Lüge. Da umgekehrt die alliierte Propaganda getreulich die Absichten der politischen Führung spiegelte, kann sie trotz häufiger Ungenauigkeiten und gelegentlicher Unwahrheiten als Strategie der Wahrheit bezeichnet werden.

Die alliierte Strategie war das Ergebnis des Entschlusses, nach der Festlegung der bedingungslosen Kapitulation als Kriegsziel dieses Ziel bekannt zu machen, anstatt es zu verheimlichen. Mit diesem Beschluss zeigten die alliierten Politiker eine grössere Rücksicht auf ethische Erwägungen als ihre nazistischen Gegenspieler und vielleicht eine grössere politische Weisheit als jene Propagandisten, die

sie veranlassen wollten, aus strategischen Gründen diese Politik zu ändern. Verantwortlich für die alliierte Strategie der Wahrheit waren Roosevelt und Churchill, die es den PWD-Propagandisten untersagten, ihre tatsächlichen Absichten durch «abschwächende» Versprechungen an die Deutschen zu verfälschen. Auf der anderen Seite war Hitler verantwortlich für die Nazi-Strategie der grossen Lüge, indem er zuließ, dass seine tatsächlichen politischen Absichten durch die Propaganda abgeändert und verfälscht wurden.

Eine Strategie der Wahrheit hätte für die Deutschen bedeutet, dass sie ständig den Europäern hätten einreden müssen, eine unter den deutschen Herrenmenschen organisierte deutsche Hegemonie zu akzeptieren. Nur so hätte die Propaganda getreulich die Absichten der Nationalsozialisten gespiegelt, selbst wenn sie damit lediglich erreicht hätten, Europa glauben zu machen, dass die Nazihegemonie gleichbedeutend wäre mit einem friedlichen Nebeneinander aller europäischen Staaten. Die Nazis haben nicht allein wegen ihrer Lügen den Krieg verloren, und ebensowenig hätten sie ihn gewonnen, wenn sie mehr bei der Wahrheit geblieben wären. Wenn sie genügend Macht gehabt hätten, hätten sie trotz der grossen Lüge ihre Ziele erreichen können. Eine Diktatur, die auf der Annahme beruht, dass durch Überredung nicht lösbare Konflikte stets durch Zwang gelöst werden können, braucht unter ihren langfristigen Zielen nicht die friedliche Zusammenarbeit zu betonen.

Für demokratische Prozesse jedoch, die auf der freiwilligen Zustimmung der Regierten basieren, muss der Zwang auf ein Minimum reduziert werden; Hauptinstrument der Regierung ist die Überredung. Langfristig ist die Glaubwürdigkeit eine Bedingung der Überredungskunst, und Voraussetzung ist ein Ruf der Wahrheitsliebe. Von ihrem Wesen her ist die Demokratie etwas Langfristiges, und ihre ureigenste Funktion als Regierung durch Übereinstimmung muss mit einer Strategie der Wahrheit verknüpft sein. Gut formuliert ist dies in einem Abraham Lincoln zugeschriebenen Ausspruch, dass man nicht das ganze Volk die ganze Zeit über täuschen könne. Wenn der Erfolg einer Regierung darauf beruht, Menschen zu täuschen, dann muss man bereit sein, den Menschen, die sich nicht täuschen lassen, die Köpfe abzuschlagen. Wenn man nicht mit dem Fallbeil regieren will, sondern durch Übereinstimmung, kann man dies nicht tun, indem man die Menschen täuscht.

Wie wir gesehen haben, wäre es irreführend, den Alliierten 100 Prozent Wahrheit und den Nazis 100 Prozent Lüge zuzuordnen.



Praktische Politik ist ein ständiger Kompromiss zwischen Ethik und Macht, zwischen dem Wünschenswerten und dem Möglichen, und bei den notwendigen Kompromissen kommt es darauf an, zu welcher Seite sie neigen. Es besteht also ein gradueller Übergang von der alliierten Strategie der Wahrheit zur Nazistrategie der grossen Lüge. Die auf beiden Seiten der Front geführten PWD-Kampagnen verfolgten die gleichen generellen Ziele: 1. Mithilfe bei der Gewinnung des Krieges durch Erleichtern der Kapitulation des Feindes; 2. Mithilfe bei der Erlangung wünschenswerter Friedensbedingungen (Kriegsziele).

Wir haben gesehen, dass die deutsche Propaganda sich auf das erste der genannten Ziele konzentrierte in der Annahme, die erwünschten Kriegsziele nach einem Sieg mit Gewalt erzwingen zu können. Hingegen erkannte die alliierte Führung, dass sie am Ende des Krieges nicht in der Lage sein würde, der ganzen Welt durch Gewalt und Befehle Bedingungen aufzuzwingen. Sie hatte es mit einer uneinheitlichen Koalition zu tun, deren Wünsche hinsichtlich der Friedensbedingungen durch Diskussion und Übereinkunft ausgehandelt werden mussten. In einer solchen Lage musste sie das zweite Ziel betonen, das heisst, die Aussichten für einen wünschenswerten Frieden, ohne das erste Ziel ungebührlich zu vernachlässigen. In diesem Punkt sind die «Richtlinien» sehr klar und bestimmt:

«Der Einsatz psychologischer Kriegführung bei militärischen Operationen ist unbedingt den Langzeitzielen unserer Regierungen unterzuordnen in dem Sinn, dass nichts mit dem Ziel unternommen werden darf, die Kampfmoral in Operationen zu untergraben, die Regierungspolitik gegenüber Deutschland nach dem Krieg vorwegnehmen würden.»

Da die bedingungslose Kapitulation die Grundforderung alliierter Politik war, erforderte die Strategie der Wahrheit, dass keiner deutschen Zielgruppe durch PWD-Aktivität der Eindruck vermittelt wurde, man könne zu anderen, annehmbareren Bedingungen kommen. Auch hierin waren die «Richtlinien» eindeutig und kategorisch:

«Von unseren Regierungen ist auch klargemacht worden, dass sie entschlossen sind, nicht nur den Nazismus zu zerstören, sondern auch das Konzept der Wehrmacht, die bei wiederholten deutschen Versuchen, andere Völker zu unterwerfen, sowohl Initiator als auch williges Werkzeug gewesen ist. Nichts bei der Durchführung dieser Richtlinie darf diesem Kriegsziel zuwiderlaufen.»

So setzte das Kriegsziel der bedingungslosen Kapitulation der

Achsenmächte, interpretiert im Sinne einer Strategie der Wahrheit, die Grenzen, innerhalb deren die PWD zu arbeiten hatte. Wenden wir uns nun den Propagandataktiken zu, die die PWD in diesen Grenzen entwickelt hat.

Auch hierfür gab es in den «Richtlinien» klare Vorgaben: «Hinsichtlich der Behandlung Deutschlands nach dem Krieg werden keine spezifizierten Versprechungen gemacht über die hinaus, die möglicherweise von Regierungssprechern verlautbart werden. Vor allem darf es keine Andeutungen geben, dass die Atlantikcharta möglicherweise auf Deutschland angewandt werden könnte.»

Um diese Richtlinie ganz eindeutig zu machen, führen die «Richtlinien» sieben Ziele an, die von den PWD-Taktikern der psychologische Kriegführung zu betonen waren und die man auf keinen Fall abschwächen dürfe:

1. Entmilitarisierung Deutschlands;
2. Bestrafung der Kriegsverbrecher;
3. Befreiung der von den Hitlerdeutschland eroberten Gebiete einschliesslich Österreichs;
4. Besetzung Deutschlands;
5. Zerstörung des Nationalsozialismus und des deutschen Militarismus;
6. Verhinderung von wirtschaftlichen Katastrophen in Deutschland, die der übrigen Welt schaden könnten;
7. schliessliche Wiedereingliederung Deutschlands «in die Weltfamilie demokratischer Nationen.»

Die Grundtechniken der darauf zielenden Propaganda wurden als seltsames Paar «Faktizität und Indirektheit» zusammengestellt. Die Faktizität verlangte von den PWD-Propagandisten, dass sie zumindest keine Lügen verbreiteten, die von den Zielgruppen leicht entdeckt werden konnten. Freilich war nach der erfolgreichen Landung in der Normandie und dem schnellen Vorstoss von General Pattons Dritter Armee durch Frankreich im Sommer 1944 klar, dass die faktische militärische Überlegenheit der Alliierten für sich selbst sprach. Die Technik der Indirektheit sollte im Vordergrund stehen. So wurde empfohlen, die deutsche Mentalität zu berücksichtigen: «Behandle den Deutschen als einen Mann, der, wenn er vom Feind offen zur Feigheit aufgefordert wird, das Gegenteil tun wird.» Oder bei den Anweisungen, wie die PWD strategische Luftangriffe behandeln sollte: «Eine Angstpropaganda zur Verstärkung der Bombenwirkung ist durch die Bomben selbst überflüssig geworden... Vermeide den Eindruck, dass wir die deutsche Kampfmoral zu brechen versuchen. Versuche vielmehr, indirekt Ressentiments gegen



die Tatsache zu wecken, dass die Luftwaffe, die die Nazis als ihre Erfindung beanspruchen, sich nun gegen Deutschland gewandt hat.»

Bereits besprochen haben wir die Grundlage für die Faktizität, die eine Anwendung der Strategie der Wahrheit beim Verfassen von Propagandatekten war. Grundlage für die Indirektheit war eine Einschätzung der Reaktionen auf von dem Feind in Kriegszeiten angebotene verbale Symbole. Ganz generell kann man bei logischer Überlegung sagen, dass vom Feind verwendete Symbole von Vorn herein verdächtig sind. Themen oder Symbole, die offenkundig den Interessen des Feindes dienen, sind in der Propaganda mehr als wertlos: Nicht nur bringen sie nicht das erwünschte Resultat, sondern oft erzielen sie genau die entgegengesetzte Wirkung und haben zur Folge, dass die Zielgruppe allen weiteren Aktionen des Feindes gegenüber misstrauisch ist. Dies geschah bei frühen Versuchen der PWD, im Lager der Deutschen Zwietracht zu säen. Martin F. Herz, Chef der Flugblattabteilung, schrieb dazu: «Eine Propaganda der Zwietracht, wie sie unsere Seite zwischen der Wehrmacht und der SS oder den Frontsoldaten und der Naziartei säen wollte, versagte fast immer, wenn sie mit weissen Medien versucht wurde. Grund: Die Absicht des Feindes ist zu offensichtlich.»

Bei den deutschen Zielgruppen, denen sich die PWD in den Jahren 1944 und 1945 gegenüber sah, war dieser Faktor von besonderer Bedeutung. Immer noch tief wurzelte bei deutschen Soldaten und Zivilisten die Überzeugung, die alliierte Propaganda (unterstützt durch den «Dolchstoss» in den Rücken seitens der Heimatfront) habe bewirkt, dass Deutschland den Ersten Weltkrieg verloren hatte. Jetzt richtete derselbe Feind wieder seine Propaganda gegen die Deutschen, weit massiver und mit verbesserter Technik. Ausserdem hatte Goebbels' Propagandamaschine die Absichten der Alliierten gegenüber den Deutschen, also ihre Kriegsziele, gründlich verteuelt, noch ehe sich die PWD dazu hatte äussern können. Also waren die deutschen Zielgruppen allen Propagandabotschaften der PWD gegenüber zutiefst misstrauisch und skeptisch. Unter diesen Umständen blieb der PWD gar nichts anderes übrig, als sich um eine sachliche Darstellung zu bemühen, auf die bekanntlich Deutsche grossen Wert legen.

Das Zurechtbiegen von Tatsachen war natürlich eine Technik, mittels derer die PWD bewirkte, dass diese ihren Zwecken dienten. Dazu schrieb der Historiker der 12. AG: «Die Männer von der *Frontpost* verloren nie die Tatsache aus den Augen, dass sie in erster

Linie Propagandisten und erst in zweiter Linie Journalisten waren. Anders gesagt, betrachteten sie es nicht als ihre Aufgabe, lediglich die deutschen Truppen mit Nachrichten zu versorgen, sondern sie wollten durch diese Nachrichten bestimmte Propagandabotschaften übermitteln.»

Die zu übermittelnden Propagandabotschaften gingen alle in die gleiche Richtung: Die deutsche Niederlage stand zwangsläufig bevor, weiterer Widerstand war zwecklos, und deshalb war für die Deutschen eine frühe Kapitulation das Beste. In diesem Sinn attackierte die PWD die deutsche Kampfmoral. Alle alliierten Propagandabemühungen folgten in den beiden letzten Kriegsjahren dieser Generallinie.

Die Wichtigkeit einer solchen einheitlichen Angriffslinie wird durch einen Vergleich mit dem Propagandastufenplan des Ersten Weltkriegs verdeutlicht. Dr. George C. Bruntz, ein Fachmann für alliierte Propaganda im Ersten Weltkrieg, nennt als die Ziele der fünf Propagandastufen:

1. Information,
2. Verzweiflung,
3. Hoffnung,
4. Zwietracht,
5. Revolution.

Wie schon ausgeführt, verzichtete die PWD im Zweiten Weltkrieg auf jeden Versuch, eine Revolution zu schüren, weil das nicht dem Kriegsziel einer bedingungslosen Kapitulation entsprach und man wusste, dass in Deutschland ein revolutionäres Potential fehlte. Ebenso gab es in Deutschland keine separatistischen und partikularistischen Strömungen, die man hätte nutzen können, um Zwietracht zu säen. Eine Propaganda der Hoffnung war wegen des grundlegenden alliierten Kriegsziels, der bedingungslosen Kapitulation und der folgenden Herrschaft einer Militärregierung, unmöglich. Eine Propaganda der Information im begrenzten Sinn einer Propaganda, die nur sachliche Fakten vermittelt, war überflüssig. Im Zweiten Weltkrieg war es nicht Sache der Propaganda, zu informieren, sondern sie sollte Verzweiflung wecken und die Kampfmoral brechen. Von den fünf oben genannten Propagandastufen des Ersten Weltkriegs blieb in der Endphase des Zweiten Weltkriegs für alle Aktionen der PWD nur noch die zweite Stufe übrig, deren Ziel es war, den Gegner in Verzweiflung zu stürzen.



# Essay und Filmverzeichnis von William Murphy

## Propagandafilme des Zweiten Weltkriegs

In beiden Weltkriegen galt der Film als wirkmächtige Propagandawaffe. Der deutsche Generalquartiermeister Erich Ludendorff schrieb 1917: «Der Krieg hat die Überlegenheit von Fotografie und Film als Informations- und Beeinflussungsmittel unter Beweis gestellt.» George Creel, Vorsitzender des United States Committee on Public Information, einer mit der Veröffentlichung von Regierungsberichten über den Krieg beauftragten Agentur des Ersten Weltkriegs, sagte, der Film könne eine Rolle ähnlich der des geschriebenen oder gesprochenen Wortes spielen. Lenin betonte die Bedeutung des Films für die bolschewistische Revolution und meinte, er könne zur wichtigsten aller Künste werden. In Krisenzeiten – der Weltwirtschaftskrise, dem Spanischen Bürgerkrieg und dem Zweiten Weltkrieg – wurde der Film zunehmend politisch befrachtet. Seine Macht, unkritische Menschen zu beeinflussen, machte ihn zu einem tauglichen Werkzeug zur propagandistischen Bearbeitung grosser Menschenmengen. Alle in den Zweiten Weltkrieg verstrickten Nationen benutzten den Dokumentarfilm nicht nur für Propagandazwecke, sondern auch zur Information und Unterweisung sowie für wissenschaftliche, statistische und juristische Zwecke. Wichtiger ist, dass auf beiden Seiten Filme (sowohl Dokumentarfilme als auch Spielfilme) benutzt wurden, um Kriegsziele aufzuzeigen und militärische und zivile Aktionen als dem Vaterland dienlich hinzustellen. Wie weit ihnen das gelang, ist von Land zu Land verschieden.

### GROSSBRITANNIEN

Da man in Grossbritannien schon eine zehnjährige Erfahrung mit Dokumentarfilmen hatte, war man dort besser als in jedem anderen Land darauf vorbereitet, im Zweiten Weltkrieg den Dokumentarfilm als Medium zu nutzen. Der moderne Dokumentarfilm entstand zwischen 1929 und 1939; bedeutendste Filmemacher waren John Grierson, Stephen Tallents und Alberto Cavalcanti. In die Praxis umgesetzt haben sie ihre bemerkenswert klaren Vorstellungen in Filmen für den Empire Market Board und die Government Post Office Film Unit. Dadurch wurde eine Generation von Filmschaffenden herangebildet, die im Dokumentarfilm weniger eine Kunstform als ein Mittel zur gesellschaftlichen und politischen Erziehung sahen. Als Themen wählten sie bewusst das eher Banale und Alltägliche, besonders die Arbeit in der englischen Industrie und im Handwerk sowie die Lebensbedingungen von Arbeitern und Handwerkern. *Nightmail* (1936), ein Dokumentarfilm über die nächtliche Arbeit in einem Postzug, enthielt viele Elemente des damaligen Dokumentarfilms, so besonders kühne Experimente mit musikalischer Unterma-

lung und dem Wechsel von Originalton mit der Stimme eines Sprechers.

Mit dem Ausbruch des Zweiten Weltkriegs Ende 1939 erlangte der englische Dokumentarfilm eine neue Bedeutung. Alberto Cavalcanti, der Leiter der GPO Film Unit, drehte als ersten Dokumentar-Kriegsfilm *First Days*, der die ruhige Entschlossenheit der Londoner in den ersten Kriegswochen zeigte. Die englische Regierung jedoch brauchte lange, bis sie sich entschloss, die in den vergangenen Jahren herangewachsenen Talente einzusetzen, und noch länger dauerte es, bis man eine nationale Strategie für den Einsatz des Filmes ausgearbeitet hatte. 1940 übernahm das Informationsministerium, dem die Verantwortung für staatliche Filmprojekte übertragen worden war, die GPO Film Unit, die später in Crown Film Unit umbenannt wurde.

Allmählich entstanden Filme, die sich freilich mehr mit den Lebensbedingungen und Eigenheiten der Briten beschäftigten als mit den Kriegsgegnern. In Fortsetzung der Filme der dreissiger Jahre konzentrierten sie sich auf das Alltagsleben von Durchschnittsmenschen unter den Belastungen und mit den Ängsten des Krieges. Beste Beispiele für solche Filme sind Humphrey Jennings' *London Can Take It* (1940), *Listen to Britain* (1941) und *Fires Were Started* (1943). Alle drei Filme zeigen das gefährliche und spannungsgeladene Leben während der Luftschlacht um England. Es sind dramatische und aufregende Dokumentarfilme, die auch propagandistische Elemente enthalten, führen sie doch die Tapferkeit und Entschlossenheit der Engländer im deutschen Bombenhagel vor Augen. Kaum notwendig war es in diesen und ähnlichen Filmen, die Menschen zu verstärkten Kriegsanstrengungen aufzufordern, weil ihnen der Krieg so nahe war. Als die herabfallenden Bomben die aggressiven Absichten der Deutschen überall sichtbar werden liessen, waren ausführliche Erläuterungen über die Kriegsursachen überflüssig. In Dokumentarfilmen über den Mut von Feuerwehrleuten und zivilen Luftschutzwarten wurde den Engländern mitgeteilt, was zu tun war, ohne das Warum zu erörtern.

Filme, die die tatsächliche Konfrontation mit dem Feind zeigten, schufen Vertrauen in Englands Fähigkeit, den Deutschen Paroli zu bieten. *The Lion Has Wings* (1940) und *Squadron 992* (1940) bekundeten, dass die englische Luftverteidigung ausreichend war, dass es die RAF 1940 trotz anfänglicher zahlenmässiger Unterlegenheit mit der deutschen Luftwaffe aufnehmen konnte. *Men of the Lightship* (1940) und *Western Approaches* (1944), zwei Berichte über Rettung und Überleben, stellten die Bedeutung des persönlichen Opfers im Krieg heraus. Auch in Dokumentarfilmen über militärische Ope-

rationen stand das menschliche Schicksal über dem kriegerischen Geschehen. *Target for Tonight* (1942), ein Film über die Planung und Durchführung eines RAF-Luftangriffs auf Ziele in Deutschland, schildert die Ereignisse so, wie sie von den Beteiligten erlebt wurden. Das gleiche gilt für *Desert Victory* (1943), den vielleicht besten Dokumentarfilm des Zweiten Weltkriegs.

### VEREINIGTE STAATEN

Der Krieg hatte viel mit der Akzeptanz von Dokumentarfilmen in den USA zu tun. Trotz des künstlerischen Erfolges von Robert Flahertys *Nanook of the North* (1922) bahnte dieser Film nicht eine neue Entwicklung des Dokumentarfilms an, wie es später John Grierson mit *Drifters* (1929) gelungen ist. *Aut Nanook* folgten ein paar «Zwitter» wie *Grass* (1925) und *Chang* (1927), Mischungen aus Spielfilm und Dokumentarfilm, die sich durch ihre exotischen Schauplätze auszeichneten. Spätere Spielfilme wie *I Am a Fugitive From a Chain Gang* (1932) und *Our Daily Bread* (1934) behandelten soziale Themen auf realistische Weise, benutzten aber Schauspieler und hatten eine fiktive Handlung. *March of Time*, die Monatsschau, die erstmals im Februar 1935 in die Kinos kam, förderte das Interesse am Dokumentarfilm, obgleich sie stilistisch kaum besser war als die Wochenschauen, die bereits seit 1911 in den Vereinigten Staaten gedreht wurden.

1936 brachte die US-Regierung ihren ersten modernen Dokumentarfilm heraus, *The Plow That Broke the Plains* unter der Regie von Pare Lorentz, der das Wiederansiedlungsprogramm des Landwirtschaftsministeriums propagieren sollte. In diesem klassischen Film über die Lebensbedingungen in Amerika standen die Auswirkungen der Landschaftserosion im Mittelpunkt. Ein Jahr später drehte Lorentz *The River* für die Farm Security Administration, einen Film, der wiederum die Folgen der Naturzerstörung durch den Menschen vor Augen führte. Er zeigte, wie die Bundesregierung einen Fluss vor dieser Zerstörung bewahren und das Mississippi-Flusssystem zum Nutzen aller regulieren wollte. Das eindrucksvolle Miteinander von Bildern, Worten und Musik machte diesen Film zum bleibenden Klassiker des amerikanischen Dokumentarfilms. Bestärkt durch den Erfolg dieser beiden Filme versuchte Lorentz, die Bundesregierung stärker in die Herstellung von Dokumentarfilmen einzubinden. Er wurde Leiter des 1938 von Präsident Roosevelt gegründeten U.S. Film Service und wollte einen hohen Qualitätsstandard der Regierungsfilme durch die Verpflichtung von so herausragenden Filmemachern wie Robert Flaherty und Jorid Ivens gewährleisten. Aber die von Lorentz gedrehten Filme waren höchst umstrit-

ten in einer Zeit, in der die Hollywooder Filmindustrie und viele Kongressabgeordnete der Überzeugung waren, die Regierung solle überhaupt keine Filme machen. Wichtiger noch: Diese Filme standen im Einklang mit den Propagandabemühungen für die New-Deal-Programme, die im Kongress auf weitgehende Ablehnung gestossen waren. Zwei Jahre nach der Gründung des Filmdienstes weigerte sich der Kongress, weitere Mittel dafür zu bewilligen. Die Legislative fürchtete den Dokumentarfilm als Propagandawerkzeug, ungeachtet der Ziele, denen er diente. Diese Furcht besteht immer noch, wie das Gesetz beweist, das die Vorführung von Filmen der U.S. Information Agency in Amerika verbietet. Im Krieg wurde Lorentz, der vielleicht beste amerikanische Dokumentarfilmer, dem Army Air Forces' Air Transport Command zugewiesen, wo sein Talent mit der Herstellung von Luftbildaufnahmen und von Ausbildungsfilmern für Piloten weitgehend verschwendet war.

Abgesehen von den regierungsamtlichen Filmen stand der amerikanische Vorkriegsdokumentarfilm politisch links im Gegensatz zu *March of Time* und zu den konservativeren Filmmeldungen der grossen Filmstudios. Unterstützt von einer Gruppe amerikanischer Autoren, der u.a. Lillian Hellman, Archibald MacLeish, John Dos Passos und Ernest Hemingway angehörten, drehte Ivens *The Spanish Earth* (1937), einen proloyalistischen Film über den Spanischen Bürgerkrieg. Ein Jahr später drehte er mit amerikanischem Kapital *Four Hundred Million* zur Unterstützung der Chinesen in ihrem Kampf gegen die japanischen Invasoren. Die Filme von Frontier Films, einer anderen politisch engagierten Gruppe von Filmemachern, unterstützen die Gewerkschaftsbewegung und verdammen den Faschismus im Ausland. An diesen umstrittenen, oft technisch nicht sonderlich qualitätvollen Dokumentarfilmen war Hollywood kaum oder überhaupt nicht beteiligt.

Die Anfänge des Zweiten Weltkriegs wurden von unabhängigen Dokumentarfilmern gezeigt, die den Krieg in die amerikanischen Kinos brachten. *Crisis* (1939) von Herbert Kline und Alexander Hamid zeigte die Besetzung des Sudetenlandes durch die Deutschen, um die Gefährlichkeit des Nationalsozialismus und die daraus erwachsende Gefährdung des Weltfriedens vor Augen zu führen. Klines *Lights Out in Europe* (1940) veranschaulichte den deutschen Bombenkrieg gegen die polnische Zivilbevölkerung, und Julien Bryans *Siege* (1939), von den Dächern Warschaus gefilmt, zeigte die Zerstörung dieser Stadt durch die Deutschen. In amerikanischen Filmen wie dem Wochenschau-Zuschnitt *The Last Stronghold* (1940) wurde zum Aufbau einer Verteidigungsfront gegen die deut-



sche Aggression aufgerufen. Der bekannteste dieser auf den Kriegseintritt der USA vorbereitenden Filme war *The Ramparts We Watch* (1940) unter der Regie von Louis de Rochemont für *March of Time*. Eine Verbindung von Spiel- und Dokumentarfilm, die die Haltung des Time-Verlagsimperiums spiegelt, zog der Film vereinfachte Parallelen zwischen dem amerikanischen Kriegseintritt im Ersten Weltkrieg und der gegenwärtigen Lage. Er schloss mit langen Ausschnitten aus dem deutschen Film *Feuertaufe* (1940), um vor den Absichten Hitlerdeutschlands zu warnen. Dies war in den USA die erste Verwendung von deutschem Filmmaterial für eine antinazistische Propaganda. Zudem brachten die grossen Filmstudios zwischen 1939 und 1941 mehrere antinazistische Spielfilme heraus. *Confessions of a Nazi Spy* (1939), *A Dispatch from Reuters* (1940) und *Manhunt* (1941) waren so eindeutig deutschfeindlich, dass sie von einem die Verbreitung von Kriegspropaganda untersuchenden Unterausschuss des Senate Interstate Commerce Committee gerügt wurden.

Deutsche Filme wie *Feuertaufe* und *Sieg im Westen* (1941), die in den USA gezeigt wurden, waren eher einschüchternd als informativ. Im Verleih der UFA Films Inc. in New York, die vom Reichspropagandaministerium kontrolliert wurde, fanden diese Filme in Gegenden mit starkem deutschstämmigem Bevölkerungsanteil und bei deutschen Vereinen und Bänden in den USA eine begeisterte Aufnahme.

Nach dem Kriegseintritt der Vereinigten Staaten machten sich die Militärs rasch ein beträchtliches Potential von Hollywoods Filmindustrie zunutze. Zu den bekannten Spielfilmregisseuren, die in den Dienst des Militärs gestellt wurden, gehörten Anatole Litvak, Gregg Toland, John Huston und William Wyler, die der Kriegsfilmproduktion etwas von Hollywoods «glamour» verliehen. John Ford und Frank Capra, die von der Kriegsmarine bzw. dem Heer in Beschlag genommen wurden, hatte man vor Kriegsausbruch Aufträge versprochen, und so warteten sie darauf, tätig werden zu können. Wie im Frieden blieben die Hollywood-Filmer oder zumindest jene, die jetzt Uniform trugen, von den erfahrenen Dokumentarfilmern getrennt, von denen viele vom neuerrichteten Office of War Information verpflichtet wurden. So übernahmen ohne klare Vorstellungen von der Dokumentarfilmtechnik, ohne die Erfahrung, eine gegebene Wirklichkeit mit der Kamera einzufangen oder statt mit Berufsschauspielern mit Laien als Akteuren zu arbeiten, die Spielfilmregisseure in Uniform die Hauptverantwortung dafür, den Krieg in die Kinos zu bringen, wobei sie sich hauptsächlich von ihren Hollywooderfahrungen leiten liessen.

Hollywoodregisseure haben den Stil der amerikanischen Dokumentarfilme während der Kriegsjahre sehr stark beeinflusst. Die für den Filmverleih bestimmten dramatischeren Farbfilme wurden geschickt so gestaltet, dass sie eher Gefühle ansprachen als Informationen vermittelten. John Fords *The Battle of Midway* (1942) berichtete nur wenig darüber, wie die amerikanische Kriegsmarine die japanische Flotte besiegte. Aus Gründen der Dramaturgie stellte Ford den japanischen Angriff auf die Midway-Inseln in den Vordergrund, während in Wirklichkeit die entscheidende Schlacht von den Schiffen und Flugzeugen beider Seiten auf hoher See ausgetragen wurde. Die Darstellung der geretteten amerikanischen Flieger, die im Film zu sehen war, triefte von patriotischer Sentimentalität, informierte aber nicht darüber, was diese Männer durchgemacht oder bewirkt hatten. Stattdessen zeigt Ford eine idealisierte Beziehung zwischen Piloten und ihren Freunden und Angehörigen in der Heimat.

Während die deutschen Filmemacher der Überzeugung waren, ihre Berichte mit Dokumentaraufnahmen glaubhaft machen zu müssen, hatten die aus der Spielfilmpraxis kommenden amerikanischen Regisseure mit der Authentizität nicht viel im Sinn. Der vom Office of Strategie Services produzierte Film *December 7th* unter der Regie von John Ford und Gregg Toland (dem Kameramann von *Citizen Kane*) schnitt Dokumentarfilmszenen vom Angriff auf Pearl Harbor und Spielfilmszenen zusammen. Eine dramaturgisch durchgestaltete Handlung, der Einsatz von Berufsschauspielern, zuckersüsse Musik und bunte Farben verwischten für ein Publikum, das leichte Filmkost gewöhnt war, den Übergang zwischen Spielfilmpassagen und Dokumentarszenen.

Als Regisseur kam John Huston dem informativen Dokumentarfilm am nächsten. Jeder der drei Filme, die auf von nach seinen Anweisungen aufgenommenen Dokumentarfilmpassagen beruhten, zeigte ohne Schnörkel, wie Menschen den Krieg erlebten: *Report from the Aleutians* (1944) die Erlebnisse eines Kampffliegers in einer gottverlassenen Ecke des Pazifiks; *San Pietro* (1944) den erbitterten Kampf und die hohen Verluste in einem kleinen italienischen Gebirgsdorf; und *Let There Be Light* (1946) die psychischen Schädigungen von Soldaten.

Kein anderes Land fühlte sich verpflichtet, den Krieg in moralischen Kategorien zu erklären, wie sie in amerikanischen Filmen zu finden sind. *Prelude to War* (1943), der erste der wichtigen «Why-We-Fight»-Filme über Kriegsursachen und Kriegsziele, teilt die Welt in gute und böse Ideologien. Die gute Demokratie wurzelt in Arbeitsethik, Individualismus und freien Wahlen; der böse Faschis-

mus in Angst, Gleichschaltung und Diktatur. Nach diesem Film waren die aggressiven Akte Deutschlands, Italiens und Japans nicht der einzige Grund für den Kriegseintritt der USA. Ebenso wichtig waren die verdammungswürdigen Strukturen der faschistischen Gesellschaft, deren gesichtslose Massen ihre individuelle Freiheit für rücksichtslose und kalt berechnende Diktatoren aufgaben, die die Welt erobern wollten. Ein anderer Film der «Why-We-Fight»-Serie, *War Comes To America*, feiert das politische und wirtschaftliche System Amerikas und zeigt dessen Bedrohung für den Fall auf, dass die Achsenmächte in Europa und Asien siegten. Der Isolationismus, der in der Vorkriegspolitik lange Zeit eine grosse Rolle gespielt hatte, wurde durch solche Filme endgültig überwunden.

Die meisten amerikanischen Kriegsfilm jedoch waren dank ihrer Sachlichkeit fast Reportagen. Diese Filme weckten keine Gefühle, auch wenn sie so packende Geschehnisse wie den Atombombenabwurf auf Hiroshima und Nagasaki und die Befreiung deutscher Konzentrationslager zeigten. Sie unterscheiden sich von den Tendenz- und Propagandafilmen durch den Versuch, die Menschen durch Anschauungsfilm über Politik und Moral zu motivieren.

Das Office of War Information war der bedeutendste zivile Produzent von Dokumentarfilmen für die Heimat und Übersee. Dem Office gehörten viele erfahrene Dokumentarfilmer und Leute an, die sich schon in den dreissiger Jahren für die sozialen Möglichkeiten dieses Mediums interessiert hatten. Lowell Mellett und Arch Mercey, die an die Arbeit von Lorentz anknüpften, waren für die OWI-Film zuständig, die in den USA gezeigt wurden. Aber auch sie hatten gegen den starken Widerstand des Kongresses und der Hollywood-Filmindustrie anzukämpfen. Als erstes wurden für ihre Filmprojekte nur noch geringfügige Mittel bewilligt, und 1943, mitten im Krieg, mussten sie ihre Arbeit einstellen.

Der Überseeabteilung von OWI hatte weniger unter der Feindseligkeit von Filmindustrie und politischen Instanzen leiden, da ihre Filme für ein ausländisches Publikum bestimmt waren. Die Filmmacher rekrutierten die besten Leute, die sie finden konnten: Alexander Hammid, Willard Van Dyke, Irving Lerner, Henwar Rodakiewicz und andere. Ihre gutgemachten Filme fingen den Zauber der amerikanischen Landschaft und das Alltagsleben des amerikanischen Volkes ein. Praktisch ohne gesellschaftskritische Tendenzen sind Filme wie *The Cumington Story*, *The Town* oder *Tuesday in November*; vielmehr werben sie für Toleranz und Demokratie.

## SOWJETUNION

Schon lange vor dem Zweiten Weltkrieg stand der sowjetische Film im Dienst der politischen Propaganda. Filme sollten nach Lenin die neue Ideologie der bolschewistischen Revolution verbreiten. Deshalb schloss 1919 der Siebente Kongress der Kommunistischen Partei den Film in die Künste ein, die den Kommunismus propagieren sollten. Im August desselben Jahres wurde die sowjetische Filmproduktion verstaatlicht und fortan von Partei und Staat kontrolliert.

In den zwanziger Jahren waren die Künstler der Sowjetunion sehr produktiv und experimentierfreudig, wovon der internationale Dokumentarfilm besonders in propagandistischer Hinsicht profitieren konnte. Dziga Wertow, einer der bedeutendsten Regisseure jener Zeit, gehörte zu den ersten, die Nachrichtenfilme benutzten, um aktuelles Geschehen zu dokumentieren und analysieren. Beispielhaft hierfür ist die Serie *Kinoprawda (Filmwahrheit)* der Jahre 1922-1925. Sergei Eisenstein, der führende Theoretiker des sowjetischen Films, zeichnete historische Ereignisse nach, die für die neue Regierung bedeutungsvoll waren. In *Streik* (1924) und *Zehn Tage, die die Welt erschütterten* (1927-28) bewies er die Wichtigkeit des Filmschnitts als Instrument der Dramaturgie. Er sah in der Einzeleinstellung die Grundeinheit des Films, die man nach den Gesetzen der Dialektik aneinanderreihen müsse, um zu präzisen visuellen Aussagen zu gelangen. Ein berühmtes Beispiel für diese Technik ist *Panzerkreuzer Potemkin* (1925) mit seiner packenden Treppenszene. So führte Eisenstein die Dialektik in den Filmschnitt ein.

Der grundlegendste Beitrag der sowjetischen Filmmacher zum Propagandafilm war ihre Fähigkeit, Spannung und Indoktrination in Filmen zu vereinen, die unterhielten und gleichzeitig soziales Bewusstsein formten. Ziel dieser Filme war nicht die Flucht in eine Welt des schönen Scheins, sondern die Identifikation der Kinobesucher mit den Volksmassen und den Alltagsmenschen, die in den gesellschaftskritischen Filmen die Hauptrolle spielten.

Aber selbst wenn sie sich auch strikt an die kommunistischen Vorgaben hielten, wurden ihre Filme häufig von betonköpfigen Kommissaren oder Parteifunktionären als «formalistische» und bourgeoise Avantgarde-Kunst abgelehnt: Die KP wünschte sich konventionellere Spielfilme mit sympathischen Helden, mit denen sich das Publikum identifizieren konnte. Filme wie Alexander Dowtschenkos *Erde*, ein romantischer Tribut an die Natur, wurden abgelehnt, da sie angeblich dem wirtschaftlichen Wiederaufbau schaden. In den dreissiger Jahren fielen alle der bedeutenderen



Sozialrealisten des vorhergegangenen Jahrzehnts in Ungnade. Dokumentarfilme beschränkten sich weitgehend auf Naturstudien, Reiseberichte und Biographien, während Spielfilme politische Themen wie den Bürgerkrieg, die Kollektivierung und die Moskauer Prozesse darstellten. Aber auch aussenpolitische Ereignisse beeinflussten die sowjetische Spielfilmproduktion. *Alexander Newski* (1938) weckte starke antideutsche Gefühle. In den späten dreissiger Jahren wurden weitere antifaschistische Filme gedreht, aber nach der Unterzeichnung des deutsch-sowjetischen Nichtangriffspakts am 23. August 1939 aus den Kinos verbannt. Natürlich wurden sie nach dem Einmarsch der Deutschen wieder auf den Spielplan gesetzt, und mit verstärktem Eifer wurden weitere antifaschistische Filme gedreht.

Der Zweite Weltkrieg, der insgesamt für die Sowjetunion eine Katastrophe bedeutete, brachte eine Wiederbelebung des Dokumentarfilms, der grössere Bedeutung erlangte als der Spielfilm. Fängst vergessene Regisseure wurden für Dokumentarfilme verpflichtet, bei denen es offenbar mehr Platz für Kreativität und weniger Zensur gab als bei der komplizierten Herstellung von Spielfilmen. Dank der unersättlichen Nachfrage nach Neuigkeiten von der riesigen Front schauten sich viele Leute die Dokumentarfilme an. Interessante Anfänge waren *Die Mannerheim-Linie* (1940), die die sowjetische Seite des Winterkriegs gegen Finnland zeigte, und *Befreiung* (1940) über die militärische Lage in der Westukraine vor dem deutschen Überfall.

Nach dem deutschen Einmarsch wurde die sowjetische Filmindustrie in entlegene Ostgebiete der UdSSR verlagert. Zentren der Kriegsfilmproduktion wurden die Zentralen und Ukrainischen Nachrichtenfilmstudios. Bei deren Produktionen handelte es sich hauptsächlich um Zusammenschnitte von Kriegsberichterstatter-Filmmaterial, denn nur selten konnte ein Regisseur an die Front gehen, um dort seine Kameraleute anzuweisen. Die auf sich selbst gestellten sowjetischen Kriegsberichterstatter, die hohe Verluste erlitten, schickten ihre Filme zu einer zentralen Produktionsstätte, wo sie zu fertigen Filmen zusammengeschnitten wurden.

Der heldenhafte Abwehrkampf vor Moskau wurde in für Amerika bestimmten Filmen gezeigt. Sie sollten der Welt vor Augen führen, wie tapfer sich die Rote Armee gegen die deutschen Eindringlinge schlug. Der Film *Die Niederlage der deutschen Armeen bei Moskau* wurde mit einer englischsprachigen Tonspur versehen und unter dem Titel *Moskau schlägt zurück* (1942) durch Republic Pictures in den USA in die Kinos gebracht. Weitere von amerikanischen Filmemachern überarbeitete Sowjetfilme, so *Unsere russische Front* (1941), sollten die sowjetisch-amerikanische Freund-

schaft festigen. Dem gleichen Zweck dienten auch sowjetische Wochenschauen mit englischem Kommentar.

Immer wiederkehrende Themen in den sowjetischen Dokumentarfilmen waren die Verwüstung der Heimat, Greuelthaten der Deutschen und die verbissene Hartnäckigkeit, durch die es dem russischen Volk trotz aller Schwierigkeiten gelang, die Faschisten schliesslich zu besiegen. Die Filme über den deutschen Ansturm auf Moskau, Leningrad und Stalingrad, der von den russischen Verteidigern siegreich abgewehrt wurde, sind thematisch und dramaturgisch ähnlich aufgebaut. Das gilt auch für die Dokumentarfilme von Dowtschenko, dessen Filme über die Kämpfe in der Ukraine seine tiefe Liebe zur Heimat spiegeln. Jeder Sowjetfilm der Kriegszeit musste mit dem Sieg enden oder zumindest einen Sieg in Aussicht stellen. Die Erfolge der deutschen Truppen wurden ständig verkleinert oder ganz verschwiegen. Stundenlange Filme zeigten Heerscharen von deutschen Kriegsgefangenen und Berge von zerstörter deutscher Ausrüstung. Beim Rückzug der Deutschen offenbarten sich immer wieder neue Greuelthaten, die die Deutschen an den osteuropäischen Völkern begangen hatten. Und wie britische und amerikanische Filme jede Erwähnung des Kommunismus unterliessen, wurde er auch in den für das Ausland bestimmten sowjetischen Filmen nur selten erwähnt, und ebenso verzichtete man auf jede Kritik an westlicher Demokratie und Kapitalismus. Diese ideologische Neutralität machte die sowjetisch-amerikanische Waffenbrüderschaft erforderlich.

## DEUTSCHLAND

Als Minister für Volksaufklärung und Propaganda sah Goebbels im Film ein Propagandainstrument, das vorzüglich geeignet war, das Volk für den Nationalsozialismus und später für die Kriegsziele der NS-Regierung zu begeistern. Er war die treibende Kraft bei der Verstaatlichung der deutschen Filmindustrie, die ab 1933 von seinem Ministerium kontrolliert wurde. Sowjetische Revolutionsfilme wie *Panzerkreuzer Potemkin* (1925) und *Die letzten Tage von St. Petersburg* (1927) sollen ihm die propagandistischen Möglichkeiten des neuen Mediums vor Augen geführt haben, auch wenn ihm ansonsten Kommunismus und Bolschewismus ein Greuel waren.

Der Dokumentarfilm verfolgte im Dritten Reich im Wesentlichen politische Ziele: Er sollte den Führer glorifizieren und die Ideologie des Nationalsozialismus verbreiten. Sogar die harmlosesten Kulturfilme sollten nach dem Willen des Propagandaministers dazu beitragen, deutsche Geschichte und Kultur aus nationalsozialistischer Sicht darzustellen. Die Führung der NSDAP erkannte rasch die Be-

deutung des Films als politisches Propagandawerkzeug. Einer der ersten von ihr geförderten Filme, *Hitlers Flug über Deutschland* (1932), führte vor Augen, wie Hitler vor der Präsidentenwahl 1932 mit dem Flugzeug in Deutschland von Wahlveranstaltung zu Wahlveranstaltung eilte. Weitere Wahlfilme folgten.

Nach der Machtergreifung ging man dazu über, die Massenaufmärsche anlässlich der Reichsparteitage in Nürnberg zu filmen und diese Filme im ganzen Deutschen Reich zu zeigen. Regie bei den Parteitagsfilmen führte Leni Riefenstahl, eine ehemalige Schauspielerin, die 1933 *Sieg des Glaubens* und 1934 *Triumph des Willens* drehte. Den zweiten Film konnte Leni Riefenstahl dank ihres grossen Ansehens verwirklichen, obwohl Goebbels, der die Regisseurin bitter hasste, dagegen war. *Triumph des Willens* gilt zu Recht als einer der bedeutendsten Propagandafilme der dreissiger Jahre. Er setzte nicht nur brillant den Riesenaufmarsch anlässlich des Parteitags in Szene, sondern vermittelte auch die Atmosphäre, lässt den patriotischen Taumel miterleben, der in den ersten Jahren des NS-Regimes breite Volksmassen erfasste. Der Film beginnt damit, dass Hitler in seinem Flugzeug wie ein Gott aus dem Olymp auf die fahngeschmückte Stadt herabschwebt und eine Beziehung des Nationalsozialismus zur Geschichte Nürnbergs hergestellt wird. Die Alliierten benutzten später Sequenzen aus diesem Film, um zu zeigen, wie die Deutschen ihre individuelle Freiheit zugunsten einer aggressiven Diktatur aufgaben.

Die unmittelbar nach Kriegsausbruch hergestellten deutschen Dokumentarfilme waren hinsichtlich ihrer Wirkung auf das Publikum bis ins letzte durchgeplant und verraten einen fast naiven Glauben an die Überzeugungskraft des Bildes. In diesen Filmen wurden (wenn auch ausgewählte) Tatsachen gezeigt, so dass die Begleitkommentare von untergeordneter Bedeutung waren. In Deutschland kamen sie gut an, waren sie doch zunächst die erste und einzige Begegnung der Deutschen mit einem Krieg, der sich ausserhalb der Grenzen ihres Reiches abspielte. Im Ausland freilich waren die tendenziösen Kommentare völlig fehl am Platz. Niemand nahm es dem Sprecher ab, wenn er beispielsweise in *Feuertaufe* (1940) den Polen die Schuld am Krieg zuschrieb. Dass ein solcher Film unverändert für die Vorführung im Ausland benutzt wurde, zeigt den Provinzialismus des Naziregimes. Dennoch waren dieser und andere Kriegsfilme wie *Sieg im Westen* (1941) auf ihre Wirkung auf das Ausland hin berechnet, sollten in erster Linie mögliche Gegner einschüchtern, führten sie diesen doch die tödliche Treffsicherheit der deutschen Luftwaffe und die alles niederwalzende Stärke der deutschen Panzer vor Augen. Die deutsche Taktik wurde als so fehlerlos wie

eine mathematische Formel hingestellt, der die degenerierten und demoralisierten Feinde Deutschlands nichts Ebenbürtiges entgegenzusetzen hatten.

Zweifellos waren diese Filme technisch gut gemacht und sprachen mit dramatischen Schnitten, packender Musikuntermalung und ungewöhnlichen Kameraeinstellungen die Gefühle unmittelbar an, aber ihre inhaltliche Dürftigkeit konnte dadurch nicht kaschiert werden. Unter einer trügerisch blendenden Oberfläche war die nationalsozialistische Propaganda unerbittlich und unversöhnlich und apel-lierte an niederste Instinkte. Selbst in einer Zeit, in der viele hasserfüllte Filme gedreht wurden, ist der Hass, von dem *Der ewige Jude* (1940) trieft, erschreckend; für die Nazis war dies ein Dokumentarfilm, der die «Minderwertigkeit der Juden» vor Augen führen sollte. In solchen Fällen wurde der Dokumentarfilm nicht zur Darstellung der Wirklichkeit benutzt, sondern als Mittel der Indoktrination nationalsozialistischer Wertvorstellungen und Ideologien.

## JAPAN

Den Japanern ist es nicht gelungen, von den Möglichkeiten des Nachrichten- oder Dokumentarfilms als Propagandawaffe wirklich zu profitieren. Ihre Kriegsfilme waren wenig informativ und bemühten sich zu wenig um dokumentarische Qualitäten. Dass die Japaner den Angriff auf Pearl Harbor nicht ausführlicher filmten, erwies sich als ein nicht wiedergutzumachender taktischer Fehler, standen doch dadurch für Wochenschauen und Dokumentarfilme nur kurze Filmsequenzen zur Verfügung, die keinen Eindruck von dem tatsächlichen Umfang der angerichteten Schäden vermittelten. Hauptmedium der filmischen Propaganda war der von der Regierung vom Drehbuch bis zum Verleih streng kontrollierte Spielfilm.

Schon eine so frühe Arbeit wie der vom Kriegsministerium geförderte Film *Japan in schwerer Zeit* (1933) verurteilte das Einsickern des westlichen Kulturimperialismus in die traditionelle japanische Gesellschaft. Der schädliche Einfluss der europäischen und amerikanischen Kolonialherren war das Thema vieler japanischer Filme, die später für die besetzten Länder gedreht wurden. *Siegeslied des Ostens* (1942), sicherlich der ehrgeizigste dieser Filme, handelte vom Rassismus gegenüber den Asiaten und von der Verwestlichung asiatischer Kulturen. Die in solchen Filmen aufgezeigte Alternative war ein Platz in Japans Grosser Ostasiatischer Wohlstandssphäre, in der die unabhängig gewordenen Völker sich des durch Japan geschaffenen Reichtums ohne westliche Beeinflussung erfreuen sollten. Weitere wichtige Filme dieses Genres sind *Die Errichtung*



einer neuen Ordnung in Ostasien (1939) und *Morgendämmerung der Freiheit* (1941).

Zahlreiche Filme wurden über den Chinakrieg gedreht, so *Japan marschiert nach Norden* (1934) und *Hammerschläge gegen China* (1937). Der später englisch synchronisierte Film *Warum China verteidigen* (1938) begründete den japanischen Einmarsch in China mit den «aggressiven Handlungen der chinesischen Nationalisten und der tieferliegenden Gefahr, die vom Komintern und dem kommunistischen Imperialismus ausgeht». Wie der deutsche Film *Feuertaufe* ist es ein aufrüttelndes Dokument, das den Überfall eines Landes durch ein anderes Land rechtfertigen will. *Paradies in Mandschukuo*, ein Teil der Propaganda für den Chinakrieg, zeigt dieses Gebiet als wirtschaftlich reich und unter japanischer Verwaltung blühend.

Die Filme *Die Schlachten von Hawaii und im Malaiischen Meer* (1942) und *Die Schlachten im Indischen Ozean* (1942) waren zwei ziemlich erfolgreiche Filme über den Seekrieg, aber die Glaubhaftigkeit des ersten Filmes wurde dadurch geschmälert, dass man im Studio mit Miniaturmodellen gefilmte Sequenzen in das von Kriegsberichterstatern gelieferte Filmmaterial einschneidet.

### FILMOGRAFIE

Die folgende Filmografie besteht aus ausgewählten Dokumentar- oder Informationsfilmen, die vor und während dem Zweiten Weltkrieg gedreht wurden. Die in den dreissiger Jahren produzierten Filme zeigen Ereignisse, die zum Krieg führten. Mit wenigen Ausnahmen sind nach dem Krieg geschaffenen Kriegsfilme nicht eingeschlossen, auch wenn sie authentisches Wochenschaumaterial zu enthalten scheinen, da sie die Geschehnisse nicht aus dem Blickwinkel der Kriegsjahre darstellen können. Ausgeschlossen sind auch (mit einer Ausnahme) reine Spielfilme, obwohl sie wegen der kriegszeitlichen Standpunkte und der Propagandabotschaften, die sie enthalten, von Interesse sind. Die ausgewählten Filme sind allem Anschein nach tatsachengetreu und wollen in der Hauptsache nicht unterhalten, sondern informieren.

Die Auswahl stellt nur einen kleinen und vielleicht subjektiven Querschnitt durch die Tausende von Filmen dar, die während des Krieges produziert wurden. Die grossen kriegführenden Nationen – Grossbritannien, die Sowjetunion, Japan, die Vereinigten Staaten und Deutschland – wurden am stärksten berücksichtigt, aber es sind auch Filme aus Italien, Kanada und China angeführt. Nicht eingeschlossen sind Filmserien wie Wochenschauen, die in allen wichtigen kriegführenden Ländern produziert wurden. Wo möglich, ist der

Name des Produzenten oder Regisseurs genannt, und jeder Film wird kurz charakterisiert.

Viele der genannten Filme sind für Studienzwecke in grossen Filmarchiven erhältlich, so in den National Archives und in der Library of Congress in Washington D.C.; dem Museum of Modern Art in New York; dem Imperial War Museum und dem National Film Archive in London und dem Bundesarchiv in Koblenz.

### GROSSBRITANNIEN

*Airscrew*, Shell Oil, Prod. Arthur Elton, Regie Grahame Thorp, 1940. Film für englische Fabrikarbeiter, zeigt die Herstellung von Flugzeugpropellern.

*Battle of the Books*, Informationsministerium, Prod. Paul Rotha, Regie Jack Chambers, 1941.

*Cameramen at War*, Realist Film Unit für das Informationsministerium, Prod. Len Lye, 1944. Kurzer Bericht über die Arbeit von Kriegsberichterstatern.

*The Curse of the Swastika*, Pathé, Prod. Fred Watts, 1940.

*Dangerous Comment*, Prod. Michael Balcon, 1939.

*The Dawn Guard*, Informationsministerium, Prod. John Boulting, Regie Ray Boulting, 1941.

*Desert Victory*, Army Film and Photograph Unit und RAF Film Production Unit, Prod. David MacDonald, Regie Ray Boulting, 1943. Der Kampf der 8. englischen Armee gegen Rommels Afrikakorps von El Alamein bis Tripoli.

*A Diary of Timothy*, Crown Film Unit, Prod. Basil Wright, Regie Humphrey Jennings, Buch E.M. Forster, 1945. Die Geschichte eines im Krieg geborenen Knaben und die von ihm und den anderen Kindern seiner Generation zu erwartenden Lebensbedingungen.

*Dustbin Parade*, Versorgungs- und Informationsministerium, Prod. John Taylor, Animatoren John Halas und Joy Batchelor, 1942.

*The Eighty Days*, Crown Film Unit, Prod. und Regie Humphrey Jennings, Kommentar Edward R. Murrow, 1944.

*Fires Were Started*, Crown Film Unit, Prod. Ian Dalrymple, Regie und Drehbuch Humphrey Jennings, 1943. Die gefährlichen Aufgaben der Feuerwehr während der Luftangriffe auf London.

*The First Days*, Government Post Office Film Unit, Prod. Alberto Cavalcanti, Regie Harry Watt, 1939. Zeigt die Londoner Atmosphäre im September 1939 und betont die ruhige Entschlossenheit und das Zusammengehörigkeitsgefühl der Bewohner der Hauptstadt.

*From the Four Corners*, Denham und Pinewood für das Informationsministerium, Prod. und Regie A. Havelock-Allen, 1941.

*Germany Calling*, Spectator Productions, Prod. Charles Ridley, 1941. Ausschnitte aus *Triumph des Willens* und aus anderen Reichsparteitagsfilmen, unterlegt mit dem Song «Doing the Lambeth Walk».

*The Heart of Britain*, Government Post Office Film Unit für Informationsministerium, Regie Humphrey Jennings, 1941.

*Hitler Listens*, Army Kinema Korps, 1944.

*Kill or Be Killed*, Informationsministerium für Kriegsministerium, Regie Len Lye, 1942. Instruktionsfilm für waffenlosen Kampf.

*The Lion Has Wings*, Royal Treasury, Prod. Alexander Korda, 1940. Über den Mut der zunächst den Deutschen zahlenmässig unterlegenen RAF.

*Listen to Britain*, Crown Film Unit, Prod. Ian Dalrymple, Regie Humphrey Jennings und Stuart McAllister, 1942.

*London Can Take It*, Crown Film Unit, Regie Harry Watt und Humphrey Jennings, 1940. Der Mut der Londoner während einer Nacht der Luftschlacht um England.

*Men of the Lightship*, Crown Film Unit, Prod. Alberto Cavalcanti, Regie David MacDonald, 1940. Zeigt deutschen Angriff auf unbewaffnetes Feuerschiff, dessen Besatzung sich zum rettenden Ufer durchkämpfen muss.

*A New Fire Bomb*, Shell Film Unit für Sicherheits- und Informationsministerium, Prod. Edgar Anstey, Regie Napier Beu, 1942.

*Newspaper Train*, Realist für Informationsministerium, 1941.

*The Next of Kin*, Ealing Studios für das Directorate of Army Kinematography, Prod. Michael Balcon, Regie Thorold Dickinson, 1942.

*Night Shift*, Versorgungs- und Informationsministerium, Prod. Paul Rotha, Regie Ian Chambers, 1942. Nachtschicht von Rüstungsarbeiterinnen.

*Ordinary People*, Crown Film Unit für Informationsministerium, Regie J.B. Holmes und Jack Lee, 1941.

*The Rape of Czechoslovakia*, Prod. Paul Rotha, Frank H. Cox, Regie Jiri Weiss, 1939. Der deutsche Einmarsch in der Tschechoslowakei.

*Salute to the Red Army*, Newsreel Association für Informationsministerium, Schnitt Raymond Perris, 1943.

*The Silent Village*, Crown Film Unit in Zusammenarbeit mit dem tschechischen Aussenministerium und der South Wales Miners Federation, Regie Humphrey Jennings. Erinnerung an die Menschen von Lidice in südwalisischer Umgebung.

*A Soviet Village*, Informationsministerium, Regie Paul Rothe, Leitung Jack Chamber, 1944.

*Spring Offensive*, Government Post Office Film Unit, Prod. Alberto Cavalcanti, Regie Humphrey Jennings, 1940. Englische Bauern arbeiten für die Heimatfront und die englischen Soldaten im Ausland.

*Squadron 992*, Government Post Office Film Unit für RAF, Prod. Alberto Cavalcanti, Regie Harry Watt, 1940. Rekonstruktion des Angriffs im

Firth of Forth in den ersten Kriegstagen, schildert die Rolle der Fesselballonsperren.

*Target for Tonight*, Crown Film Unit, Prod. Ian Dalrymple, Regie und Drehbuch Henry Watt, 1942. Schildert den Mut einer britischen Bomberbesatzung bei einem Luftangriff auf eine deutsche Stadt, zeigt Planung, Ausführung und Erfolg eines solchen Bombenangriffs.

*There Are the Men*, Strand Film für Informationsministerium, Prod. Donald Taylor, Regie Alan Osbiston, Drehbuch Dylan Thomas, 1943. Szenen aus *Triumph des Willens* mit propagandistischem Kommentar.

*They Also Serve*, Realist Film Unit für Informationsministerium, Regie Ruby Grierson, 1940. Die Rolle der englischen Hausfrauen im Krieg.

*The True Story of Lili Marlene*, Crown Film Unit, Regie Humphrey Jennings, 1944.

*Tunisian Victory*, Informationsministerium (englisch-amerikanische Koproduktion, 1944). Logistik einer Landung bei Dunkelheit während des Tunesienfeldzugs.

*V-1: The Robot Bomb*, Crown Film Unit, 1944.

*Wales Green Mountain, Black Mountain*, Strand für Informationsministerium, Prod. Donald Taylor, Regie John Eldridge, Kommentar Dylan Thomas, 1942.

*We Sail at Midnight*, Informationsministerium, Regie Julian Spiro, 1941. Versorgung eines englischen Panzerwagenwerks mit wichtigen Produktionsmaschinen.

*Western Approaches*, Crown Film Unit, Prod. Ian Dalrymple, Regie Pat Jackson, 1944. U-Boot-Drama, torpedierte und gerettete Besatzung, Zerstörung eines U-Boots.

*Words and Actions*, British Commercial Gas Association, Prod. Edgar Anstey, Regie Max Anderson, 1943.

*World of Plenty*, Informationsministerium, Prod. und Regie Paul Rotha, 1943. Auswirkung des Kriegs auf Nahrungsmittelverteilung und -verbrauch und Verantwortung der Regierung dafür.

*Yellow Caesar*, Ealing Studios Ltd., Prod. Michael Balcon, Regie Alberto Cavalcanti, 1941. Entlarvende Karikatur Mussolinis.

*Yesterday is Over Your Shoulder*, Informationsministerium, Deham and Pinewood Production Co., Prod. und Regie Thorold Dickson, 1940

## CHINA

*Dr. Bethune*, Yehan-Filmgruppe, Kamera Yu Yin Lsien, 1939. Zeigt den kanadischen Arzt Dr. Norman Bethune mit Guerillakämpfern in der Grenzregion.

*Nordchina gehört uns*, Nordwestfilmgesellschaft, 1939. Verlauf des Krieges in Nordwestchina und kommunistische Offiziere unter Kuomintang-Soldaten.



*Suiyuan, Mongolische Front*, Nordwestfilmgesellschaft, 1935.

*Yenan und die 8. Rote Armee*, Yenan-Filmgruppe, Regie Yuan Mujih, 1939.

### DÄNEMARK

*Das Getreide ist in Gefahr*, Regie Hagen Hasselbach, 1944. Parallele zwischen dem Auftreten einer Getreidekrankheit und dem deutschen Einmarsch in Dänemark.

*Eure Freiheit steht auf dem Spiel*, Regie Theodore Christensen.

### DEUTSCHLAND

*Adolf Hitlers Bauten*, UFA, Regie Walter Hege, 1938.

*Bauten im Neuen Deutschland*, Boehmer Film, 1939.

*Das Buch der Deutschen*, Tolirag Film, 1938.

*Bückeburg*, Reichspropagandaleitung (RPL), 1935

*Deutsche Panzer*, UFA, Regie Walter Ruttmann, 1941.

*Deutschland erwacht*, NSDAP, 1933. Die nationalsozialistische Bewegung bis 1933.

*Dr. Todt – Berufung und Werk*, Hauptamt für Technik der NSDAP, 1935.

*Einsatz der Jugend*, Regie Gunther Boehnert, 1939.

*Englische Krankheit*, UFA, Regie Kurt Stefan, 1939.

*Der ewige Jude*, DFG, Regie Fritz Hippler, Idee und Kommentar

Dr. E. Taubert, 1940. Nazistische Darstellung der «Judenfrage».

*Feldzug in Polen*, DFG und Deutsche Wochenschau, Regie Fritz Hippler, 1940. Bericht über den Polenfeldzug mit seinen grossen Schlachten.

*Feuertaufe*, Tobis für Reichsluftwaffenministerium, Regie Hans Bertram, 1940. Der Sieg im Polenfeldzug durch die Zusammenarbeit von Bodentruppen und Luftwaffe.

*Der Führer schenkt den Juden eine Stadt*, Aktuality Prag für Propagandaministerium und SS, Regie Kurt Gerron, 1944.

*Gestern und heute*, Reichspropagandaleitung der NSDAP, Regie Hans Weidemann, 1938.

*Herr Roosevelt plaudert*, 1943.

*Hitlers Flug über Deutschland*, NSDAP München, 1932. Hitlers Deutschlandflüge während des Wahlkampfs 1932; einer der ersten Partiefilme.

*Jud Süß*, Propagandaministerium, Regie Veit Harlan, 1940. Antisemitischer Spielfilm mit Walter Kraus in der Hauptrolle.

*Kampfgeschwader Lützow*, 1941.

*Mussolini in Deutschland*, Fox Tönende Wochenschau, 1937.

*Olympiade: Fest der Völker, Fest der Schönheit*, Prod. und Regie Leni

Riefenstahl, 1938. Die Olympiade in Deutschland 1936.

*Rundfunk im Krieg*, Lex-Film Berlin für Reichspropagandaministerium, 1944.

*Rund um die Freiheitsstatue*, Deutsche Wochenschau GmbH für Propagandaministerium, 1942.

*Sieg des Glaubens*, NSDAP, Regie Leni Riefenstahl, 1933. Der Nürnberger Reichsparteitag 1933.

*Sieg im Westen*, Filmabteilung des Propagandaministeriums, Prod. Fritz Hippler, Regie Svend Nolan, 1941. Der Frankreichfeldzug 1940.

*Soldaten von morgen*, Deutsche Film GmbH, Regie und Drehbuch Alfred Weidemann, 1941.

*Das Sowjetparadies*, Reichspropagandaleitung (RPL), Regie Friedrich Albat, 1943.

*Tag der Freiheit*, Reichsparteitagsfilm Berlin, Regie Leni Riefenstahl, 1935. Ein Loblied auf die Wehrmacht.

*Triumph des Willens*, NSDAP, Prod. und Regie Leni Riefenstahl, 1935. Der Nürnberger Reichsparteitag 1934.

*Unser Führer des Reiches Wiedergeburt*, NSDAP, 1934. Wahlfilm.

### FRANKREICH

*La Bataille du Rail*, Coopérative Générale du Cinéma Français, Regie und Drehbuch René Clément, um 1945. Eisenbahnsabotage durch die Résistance während der deutschen Besetzung von Frankreich.

*Journal de la Résistance*, Le Comité de Libération du Cinéma Français, 1944.

*La Tragédie de Mers-el-Kebir*, Service Cinématographique de la Marine Française, Kommentar Jean Antoine, 1940.

*Une et Indivisible*, L'Office Français d'Information Cinématographique, 1944.

### ITALIEN

*Schlacht im Ionischen Meer*, 1940. Der italienische Luft- und Seekrieg gegen die Briten im Mittelmeergebiet.

*Der erste Schlag gegen das Britische Empire*, 1940. Der italienische Feldzug gegen die Engländer in Somaliland und in Frankreich.

*Viertägige Schlacht*, Istituto Nazionale LUCE, 1940. Der italienische Einmarsch in Frankreich.

*Weg der Helden*, um 1936. Der Abessinienfeldzug.

### JAPAN

*Die Schlachten von Hawaii und im Malaiischen Meer (Seekrieg)*, Toho-Produktion, 1942. Im Stil eines Dokumentarfilms, aber mit gestellten Szenen und im Studio mit Miniaturmodellen gedrehten Passagen.

*Schlachten im Indischen Ozean (Gochin)*, 1942. Bericht über eine U-Boot-Mission im Indischen Ozean.

*Die Eroberung Birmas*, 1943.

*Morgendämmerung der Freiheit*, Toho-Produktion, 1942. Die Philippinen unter amerikanischer Herrschaft; die Eroberung der Inseln und die Segnungen der Japanischen Wohlstandssphäre.

*Hammerschläge gegen China*, 1937. Tatsachenberichte über japanische Soldaten in China.

*Japan rückt nach Norden vor*, 1934. Japanische Truppen in China.

*Japan in schwerer Zeit*, Kriegsministerium und Osaka Mainichi Zeitungsverlag, 1933. Ein Film über die militärische und geistige Stärke der Japaner, kritisiert westliche Kultureinflüsse in Japan.

*Die Eroberung Malalas*, 1943.

*Die Besetzung Sumatras*, 1943.

*Paradies in Mandschukuo*, o.J. Ein Propagandafilm über das von den Japanern kontrollierte Mandschukuo.

*Wiederaufgebautes China und Zusammenarbeit*, Nordchina-Filmgesellschaft, 1939.

*Für eine neue Ordnung in Ostasien*, Mandschurischer Filmverband, 1939.

*Siegeslied des Ostens*, Sampaguita Filmgesellschaft, 1942. Die Eroberung der Philippinen durch die Japaner.

*Warum China verteidigen?*, Internationaler Filmverband Japan, 1938. Schreibt die Schuld an dem japanischen Einmarsch den «aggressiven Aktionen» der Nationalchinesen und der fundamentalen Bedrohung durch die Komintern und den «roten Imperialismus» zu.

## KANADA

*Action Stations*, Canadian National Film Board, Regie Joris Ivens, 1943.

*Churchill's Island*, War Film Production Activities, Regie John Grierson, 1941. Gesamtplan für die Verteidigung Grossbritanniens von Einzelaktionen bis zur Gesamtstrategie.

*Food – Weapon of Conquest*, War Film Production Activities, 1942.

*This is Blitz*, War Film Production Activities, Regie John Grierson, 1942.

*The Thousand Days*, B.E. Norrish Inc. und Associated Screen Studios, Regie Gordon Sparling, 1943.

*World in Action*, Canadian National Film Board, Prod. und Regie John Grierson und Stuart Legg. Monatsschau mit Berichten von allen Kriegsschauplätzen und von der Heimatfront.

## NIEDERLANDE

*Der letzte Schuss*, Informationsministerium, Kamera und Regie John Ferno, o.J.

## POLEN

*Geschichte einer Stadt: Warschau*, Polish Film Unit in Great Britain, 1944.

*Schlacht bei Lenino*, Militärfilmabteilung der polnischen Armee, 1943.

## SOWJETUNION

*Schlacht um die Ukraine*, Zentrale Wochenschau Studios, Leitung Alexander Dowschenko, Regie Julia Solnzewa und L. Bodik.

*Schlacht von Witebsk*, Zentrales Dokumentarfilmstudio, 1944. Unter schweren Verlusten befreit die Rote Armee das seit über drei Jahren von den Deutschen besetzte Witebsk.

*Berlin*, Zentrales Wochenschaustudio, Regie Juli Raizman und J. Swilowa, 1945. Die Schlacht um Berlin bis zur Kapitulation der Deutschen.

*Ein Tag im Krieg*, Zentrales Wochenschaustudio, Regie Michael Slutski, 1942. An einem Tag, dem 13. Juni 1942, gedrehte Filme von allen Fronten.

*Sieg über Japan*, Dokumentarfilmstudio, Regie Alexander Sarkhi und Josef Heifitz, 1945.

*Sieg über die deutschen Armeen vor Moskau*, Regie Leonid Warlamow und Iija Kopalín, 1942. Die Rolle der Zivilisten bei der Verteidigung der Stadt, die Schlacht vor Moskau und der Gegenangriff der Roten Armee zur Befreiung russischer Städte. In den Vereinigten Staaten unter dem Titel *Moskau schlägt zurück* mit Kommentar von Edward G. Robinson gezeigt.

*Die Verteidigung Moskaus*, Zentrales Wochenschaustudio, Artkinó, 1941. Zeigt der Welt den Widerstand der Sowjets gegen die schliesslich zurückgeworfene Wehrmacht.

*Estnische Erde*, Regie W. Bjelajew, 1940.

*Der Kampf um unsere Sowjetukraine*, Zentrales u. Ukrainisches Wochenschaustudio, Alexander Dowschenko, Regie Julia Solnzewa und Jakow Awdekenko, 1943.

*Komsomolzen*, Regie Lydia Stepanowa und Sergej Gurow, 1943. Die Rolle der Komsomolzen seit 1918 und im Grossen Vaterländischen Krieg.

*Kampf um Leningrad*, Studio Leningrad, Regie Roman Karmen u.a., 1942.

*Befreites Frankreich*, Dokumentarfilmstudio, Hsg. Sergej Kutkewitsch, 1944. Alliiertes Filmmaterial über die Befreiung Frankreichs, in Russland neu zusammengestellt.

*Befreiung*, Studio Kiew, Regie Alexander Dowschenko und Julia Solnzewa, 1940. Die Zustände in der bis dahin polnischen westlichen



Ukraine und im westlichen Weissrussland, als die Rote Armee 1939 in Polen einmarschierte.

*Befreiung der Tschechoslowakei*, Regie Ilja Kopalín und Pera Atschewa, 1944. Zeigt die Geschichte der Tschechen als selbständige Nation seit 1918 und ihr Schicksal unter deutscher Besetzung.

*Die Mannerheim-Linie*, Regie W. Belajew, 1940. Der Winterfeldzug gegen Finnland.

*Männer des Schwarzmeers*, 1942. Sowjetische Land- und Seeoperationen gegen die Deutschen im Schwarzmeergebiet.

*Unsere russische Front*, Russische Kriegsleihengese., Artkino, Prod. Joris Ivens und Lewis Milestone, Kommentar Walter Huston, 1941. Neu zusammengestelltes Material sowjetischer Kriegsberichterstatter.

*Rächer des Volkes*, Zentrale Wochenschaustudios, Regie W. Belajew, 1943.

*Die Rote Armee*, 1940.

*Rote Tanks*, Lenfilmstudio, Artkino, Regie und Drehbuch S. Drapkin und R.O. Maiman, 1944. Ein Spielfilm um ein tapferes Panzerkorps, das den Feind in die Flucht schlägt.

*Die Belagerung Leningrads*, Wochenschaustudios, 1942. Das Leben und der Überlebenswille im belagerten Leningrad.

*Stalingrad*, Zentrale Wochenschaustudios, Leitung Leonid Warlamow, Musik Smirnow, 1943. Von den deutschen Luftangriffen bis zur Schlacht um Stalingrad und zur deutschen Kapitulation am 31. Januar 1943.

*Zur Donau*, Zentrales und Ukrainisches Wochenschaustudio, Regie Poselski und I. Kopalín, 1940.

*Waffenstillstand mit Finnland*, Zentrales Dokumentarstudio, Regie Juli Raizman, 1944. Die sowjetisch-finnischen Beziehungen 1939-1944.

*Die Ukraine in Flammen*, Zentrale Wochenschaustudios und Studio Kiew, Regie Alexander Dowtschenko und Julia Solnzewa, 1945. Die Sowjetoffensive in der Ukraine 1944.

## VEREINIGTE STAATEN

*Action at Anguar*, Signal Corps, 1945. Invasion und Eroberung der Insel Anguar durch die 81. Infanteriedivision («Wildcat») in ihrem ersten Einsatz.

*America's Hidden Weapon*, Warner Bros, für Office of War Information, Regie William McGann, 1944. Bauern und Hobbygärtner verbessern die Lebensmittelversorgung.

*Appointment in Tokyo*. Signal Corps in Zusammenarbeit mit Army Air Force und Department of the Navy, 1945. Der Krieg gegen Japan von der Besetzung von Corregidor durch die Japaner bis zur japanischen Kapitulation.

*Army-Navy Screen Magazine*, Signal Corps, Prod. Leonard Spiegel-

glass, 1943-45. Für die Soldaten bestimmtes Magazin mit Unterhaltung und Nachrichten von den Fronten.

*Attack: The Battle for New Britain*, Signal Corps, 1944. Die Strategie des New-Britain-Feldzugs und Berichte über das Leben im Dschungel.

*At the Front in North Africa*, Signal Corps. Prod. Darryl F. Zanuck, 1943. Von der Landung der Alliierten in Algerien bis zur Niederlage der Deutschen und Italiener in Tunesien.

*Autobiography of a Jeep*, Office of War Information, Prod. und Regie Joseph Krumbold, 1943. Planung, Produktion und Einsatz eines Jeeps, humorvoll aus dem Blickwinkel des Jeeps erzählt.

*The Battle for the Marianas*, Warner Bros, für Marine Corps, 1943. Dokumentarfilm.

*The Battle of Midway*, Department of the Navy, Regie John Ford, 1942. Der erste amerikanische Seesieg im Pazifik, im Mittelpunkt der Angriff auf die Insel und die Rettung abgeschossener Flieger.

*Baptism of Fire*, War Department, 1943. Spielfilm über die Ängste eines Soldaten vor dem ersten Einsatz, zeigt, wie Ängste und Befürchtungen in aggressive Mordlust umgewandelt werden.

*Bomber*, Office of Emergency Management, Drehbuch Carl Sandburg, 1941. Bericht über die Angriffskraft des B-26-Bombers.

*Brought to Action*, Office of Strategie Services und Department of the Navy, 1944. Die 7. Flotte in der philippinischen Bucht von Leyte.

*Challenge to Democracy*, War Relocation Authority, 1943. Umsiedlung und Internierung von Amerikanern japanischer Herkunft.

*China Strikes Back*, Frontier Films, Jay Jeyda, Irving Lerner und Sydney Myers, 1937. Der Feldzug der Roten Armee gegen die Japaner in Schensi.

*Conquest by the Clock*, RKO-Pathé, Regie Slavko Vorkapich, 1943. Die Bedeutung des Faktors Zeit in der Rüstungsindustrie.

*Crisis*, Herbert Kline und Alexander Hamid, 1939. Die fünfte Kolonne im Sudetenland, Warnung vor Kommendem, Nazigewalt gegen tschechische und deutsche Demokraten.

*The Cummington Story*, Office of War Information, Prod. Irving Lerner, Regie und Drehbuch Helen Grayson und Larry Madison, Musik Aaron Copland. Spielfilm über die Aufnahme von Kriegsflüchtlingen in einer Stadt in Neuengland.

*Dangerous Pennies*, Office of Price Administration, 1945.

*December 7th*, Office of Strategie Services, Prod. John Ford, Regie Gregg Toland, 1942. Spielfilm mit eingeschnittenem Dokumentarmaterial.

*The Enemy Japan – Dream of Empire*, Signal Corps, 1945. Die japanische Expansion in den dreissiger Jahren und im Zweiten Weltkrieg zur Sicherung von Rohstoffen.

*The Enemy Japan – The Land*, March of Time für Department of Navy, 1943. Joseph Grew, früherer amerikanischer Botschafter in Japan, beschreibt

das ländliche und industrielle Japan.

*The Enemy Japan – The People*, March of Time für Department of the Navy, 1943. Grew schildert die Auswirkungen von Schintoismus und Samurai-Ehrenkodex auf die japanische Mentalität.

*The Fighting Lady*, Department of the Navy, Prod. Louis de Rochemont, Leitung Edward Steichen, 1944. Die aus Rekruten bestehende Besatzung eines neuen Schiffes wächst zur Kampfeinheit zusammen. Zeigt den Angriff auf die Insel Truk in der Schlacht im Philippinischen Meer.

*The Fleet That Came to Stay*, Department of the Navy, 1945. Kamikaze-Angriffe während der Landung auf Okinawa und die Rolle der Kriegsmarine bei der Landung.

*The Four Hundred Million*, Contemporary Historians, Inc., Regie und Drehbuch Joris Ivens, 1938. Der japanische Überfall auf China.

*Der Führer's Face*, Walt Disney, 1943. Ein Zeichentrickfilm, in dem Donald Duck unter dem Naziterror zu leiden hat.

*Fury in the Pacific*, Department of the Navy, 1945. Die Eroberung von Pelelieu und Augur in den Palau-Inseln.

*Fellow Americans*, Office of Emergency Management, Regie Garson Kanin, Sprecher James Stewart, 1942. Die Reaktionen auf die Bombardierung von Pearl Harbor in vier typischen amerikanischen Städten.

*Gas Racket*, Office of Price Administration, 1943. Über den Verkauf von gestohlenen und gefälschten Benzingutscheinen.

*The Grain That Built a Hemisphere*, Walt Disney für Coordinator for Inter-American Affairs, 1943. Zeichentrickfilm über den Maisanbau in Nord- und Südamerika.

*Hands*, Signal Corps für Department of the Treasury, 1944. Ein Werbefilm für Kriegsanleihen.

*Here is Germany*, War Department, Prod. Frank Capra, 1945. Rückblick über die Geschichte Deutschlands für die amerikanischen Besatzungstruppen.

*How Good is a Gun?*, Signal Corps, 1944. Film für Arbeiter in der Rüstungsindustrie.

*How Strong is the Enemy?*, Office of Strategie Services, 1944. Schätzungen über die industrielle und militärische Stärke der Achsenmächte.

*Inside Nazi Germany*, March of Time, 1938. Erster in den amerikanischen Kinos gezeigter ausführlicher Bericht über die neuen Machthaber in Deutschland.

*Is Your Trip Necessary?*, War Activities Committee of the Motion Picture Industry, 1943. Die Amerikaner sollen weniger reisen, um Transportkapazität für das Militär freizumachen.

*Japanese Behaviour*, Office of Strategie Services, 1945. Mentalität und Lebensgewohnheiten der Japaner.

*Japanese Relocation*, Office of War Information, 1943. Die Zwangs-

umsiedlung und Internierung von Japanern und Amerikanern japanischer Herkunft in den USA.

*Just for Remembrance*, Signal Corps für Department of Treasury, 1944. Werbefilm für Kriegsanleihen.

*Justice*, Department of Treasury, 1944. Werbefilm für Kriegsanleihen.

*Know Your Ally Britain*, Army Signal Corps, Regie Anthony Veiller, 1943.

*Know Your Enemy Japan*, War Department, Begonnen unter Joris Ivens, fertiggestellt unter Frank Capra, 1945. Über die japanische Mentalität und die historische Abkapselung des Landes; betont den japanischen Totalitarismus und Militarismus.

*Last Stronghold*, RKO-Pathé, 1940. Filmischer Überblick über die Ereignisse seit 1914.

*A Letter from Bataan*, Paramount Pictures, Regie William H. Pine, um 1943. Setzt die Nachtblindheit eines Soldaten auf Bataan mit der Notwendigkeit der Lebensmittelrationierung in Verbindung.

*Let There Be Light*, Signal Corps, Regie John Huston, 1946. Psychologische Behandlung und Rehabilitation von im Krieg psychisch geschädigten Soldaten und ihre Wiedereingliederung in die Gesellschaft.

*The Liberation of Rome*, Signal Corps und The British Services Film Unit, 1944. Der Italienfeldzug der Alliierten von der Landung auf Sizilien bis zur Kapitulation Roms.

*Lights Out in Europe*, Herbert Kline, 1940. Der deutsche Einmarsch in Polen, die Inbesitznahme des Danziger Korridors und Übergriffe auf Zivilisten.

*The Memphis Belle*, Army Air Force First Motion Picture Unit, Regie William Wyler, 1944. Eine «Fliegende Festung» während eines Luftangriffs auf Wilhelmshaven.

*Mission to Moscow*, Warner Bros., Regie Michael Curtiz, 1943. Nach einem Buch von Joseph E. Davies, der von 1936 bis 1938 amerikanischer Botschafter in Moskau war, betont die Notwendigkeit einer engeren amerikanisch-sowjetischen Zusammenarbeit zur Bezwingung von Hitler-Deutschland.

*Mr. and Mrs. America*, Department of the Treasury, um 1943. Werbefilm für Kriegsanleihen.

*Mud and Soldiers*, Marine Corps, 1943. Ein bearbeiteter japanischer Kriegsspielfilm zur Verdeutlichung der militärischen Strategie.

*My Japan*, Department of the Treasury, 1943. Werbefilm für Kriegsanleihen mit erbeutetem japanischem Wochenschaumaterial.

*Nazi Concentration Camps*, U.S. Counsel for the Prosecution of Axis Criminality, 1945. Dokumentarfilm alliierter Kriegsberichterstatter über die Zustände in den KZs zum Zeitpunkt der Befreiung; in den Nürnberger Prozessen als Beweismaterial benutzt.



*The Nazi Plan*, U.S. Counsel für the Prosecution of Axis Criminality, 1945. Für die Nürnberger Prozesse zusammengestelltes Material über die Geschichte des Nationalsozialismus.

*The Negro Soldier*, War Department, 1944. Der Beitrag der Schwarzen zum amerikanischen Leben und zur Kultur und die Beteiligung von Schwarzen am Zweiten Weltkrieg.

*The New Spirit*, Walt Disney für Department of the Treasury, 1942. Ein Zeichentrickfilm mit Donald Duck, der die Steuern und Kriegsabgaben erläutert.

*News Review No. 1*, United Films/OWI, 1943. Weltweiter Krieg vom Dezember 1941 bis Februar 1943.

*News Review No. 2*, United Films/OWI, Leitung Helen Van Dongen, 1943. Kriegsberichte von allen Fronten.

*Out of the Frying Pan Into the Firing Line*, Walt Disney, 1943. Zeichentrickfilm als Aufruf zum Sparen von Fett.

*The Ramparts We Watch*, March of Time, Regie Louis de Rochemont, 1940. Amerikas Eintritt in den Ersten Weltkrieg, erlebt in einer amerikanischen Kleinstadt, mit Parallelen zu einem bevorstehenden neuen Krieg. Schliesst mit deutschem Wochenschaumaterial über den Polenfeldzug.

*The Rear Gunner*, Army Air Forces mit Warner Bros., Prod. Gordon Hollingshead, Regie Ray Enright, 1943. Film über die Ausbildung und den Einsatz eines Heckschützen der Luftwaffe.

*Reason and Emotion*, Walt Disney für The Coordinator of Inter-American Affairs, 1943. Zeichentrickfilm über die Gespaltenheit des Menschen und den Konflikt zwischen Demokratie und Faschismus.

*Remember these Faces*, Department of the Treasury, 1945. Werbefilm für Kriegsanleihen.

*Report from the Aleutians*, Army Signal Corps, Regie John Huston, 1944. Amerikanische Luftangriffe gegen die Japaner auf den Aleuten, schliesst mit der Eroberung von Kiska.

*Resisting Enemy Interrogation*, Army Air Forces, 1944. Schulungsfilm im Hollywood-Stil, der zeigt, dass auch ein harmloses Gespräch abgeschossener amerikanischer Flieger mit ihren deutschen Bewachern zu einer Katastrophe führen kann.

*Le Retour (The Return)*, United Films (französisch-amerikanische Koproduktion), Henri Cartier-Bresson und Richard Banks. Rückkehr französischer Kriegsgefangener aus einem deutschen Lager.

*Ring of Steel*, Office of Emergency Management, Prod. Phil Martin, Regie Garson Kanin, Kommentar Spencer Tracy, 1942. Tribut an die amerikanischen Soldaten, die die USA seit 1776 geschützt haben.

*Russians at War*, Office of War Information, Helen Van Dongen, 1943. Hinter der sowjetischen Front.

*The Russian People*, Helen Van Dongen und Joris Ivens, 1942. Ein Zu-

sammenschnitt von sowjetischen Wochenschauen.

*Safeguarding Military Information*, War Department, 1941. Film zum Thema Feind hört mit.

*A Salute to France*, United Films, Regie Jean Renoir, mit Maxwell Anderson u.a., 1945. Spielfilm mit Dokumentarfilmmaterial; französische, englische und amerikanische Soldaten sprechen über ihre Kriegserlebnisse.

*San Pietro*, Signal Corps, Drehbuch und Regie John Huston, 1944. Ein verlustreicher amerikanischer Angriff auf einen von Deutschen verteidigten italienischen Berg.

*Siege*, Julien Bryan, 1939. Der deutsche Angriff auf Warschau, von Dächern aus gefilmt, zeigt die Toten und Zerstörungen und die Reaktionen der Flüchtlinge.

*Silence*, Signal Corps für Department of the Treasury, 1944. Werbefilm für Kriegsanleihen.

*The Stilwell Road*, Signal Corps (englisch-amerikanische Koproduktion), 1945. Der Bau einer Strasse zwischen den alliierten Truppen in Birma und China, der Rückzug durch den birmanischen Dschungel, die Versuche, China aus der Luft zu versorgen und gleichzeitig Birma zurückzuerobern, um Luftbasen einrichten zu können.

*Story of Big Ben*, Pathé News für Naval Bureau of Aeronautics, 1944. Ein Loblied auf die Werftarbeiter.

*Story of a Transport*, Coast Guard, 1945. Der Umbau des Luxusliners *USS Manhattan* in das Torpedoboot *Wakefield*.

*Subject Germany*, Signal Corps, 1945.

*Target for Today*, Signal Corps für Army Air Force, Regie William Keighley, 1944. Pläne und Ziele der Bombardierungen Deutschlands bei Tageslicht.

*This is the Philippines*, Signal Corps, 1945. Kultur und Geographie der Philippinen und ihre Eroberung durch die Japaner.

*Thunderbolts*, Army Air Force, Regie William Wyler, 1945. Der Luftkrieg über Italien.

*To the Shores of Iwo Jima*, Warner Bros, für Department of the Navy, 1945. Koordinierte Kampfkationen zu Veranschaulichung der Kosten des Krieges.

*Toscanini: Hymn of the Nations*, Office of War Information, Prod. Irving Lerner, Regie Alexander Hamid, 1945.

*The Town*, Office of War Information, Prod. Joseph Krumboltz, Regie Joseph von Sternberg, 1944. Zeigt europäische Kultureinflüsse in einer Durchschnittsstadt des Mittleren Westens.

*Troop Train*, Office of War Information, 1943. Ein Truppentransport als Anschauungsmaterial für Zivilisten, die sich über erschwerte Transportbedingungen beklagen.

*The True Glory*, Signal Corps und British Ministry of Information,

Regie Carol Reed und Garson Kanin, 1945. Die alliierte Landung in der Normandie und der Vormarsch in Frankreich am Beispiel von Soldaten, die dort gekämpft haben.

*Two Down and One to Go*, War Department, Regie Frank Capra, 1945. Das Entlassungssystem der Army nach der Kapitulation Deutschlands. Film für amerikanische Soldaten in Europa, die glauben, bald in die Heimat zurückkehren zu können.

*The War 1941-44*, United Films. Der Krieg an allen Fronten.

*War Town*, Office of War Information, 1943. Die in Mobile, Alabama, spürbaren Auswirkungen der Rüstungsindustrie auf das Wohnungsproblem, das Schulwesen, die medizinische Versorgung usw.

*Why We Fight*, Filmserie des War Department, 1943-44.

*Prelude to War*, Regie Frank Capra, 1942. Die internationalen Ereignisse und die Entwicklung des Faschismus mit den Ursachen des Zweiten Weltkriegs und den Gründen des amerikanischen Kriegseintritts.

*The Nazis Strike*, Regie Frank Capra und Anatole Litvak, 1943. Der deutsche Vormarsch in Osteuropa mit Betonung der Propaganda, der Terrortaktiken und der Strategie.

*Divide and Conquer*, Regie Frank Capra und Anatole Litvak, 1943. Der deutsche Vorstoss in West- und Nordeuropa; die Eroberung der Niederlande, Dänemarks, Norwegens und Frankreichs.

*The Battle of Britain*, Regie Frank Capra, 1943. Die Luftschlacht über Grossbritannien.

*The Battle of Russia*, Regie Anatole Litvak, 1943. Geschichte Russlands unter dem Gesichtspunkt, dass die Russen Invasionsarmeen stets besiegt und zurückgeschlagen haben.

*The Battle of China*, 1944. Der chinesische Widerstand gegen die Japaner.

*War Comes to America*, Regie, Frank Capra, 1944. Die amerikanischen Errungenschaften und Ideale, die gegen den Faschismus verteidigt werden, zeigt die Abkehr vom Isolationismus und die Befürwortung eines Kriegseintritts der USA.

*Why We're Here*, War Department, 1944. Der Birmafeldzug.

*With the Marines at Tawara*, Warner Bros, für U.S. Marine Corps, 1944. Zeigt die verlustreiche Eroberung von Tawara durch die Amerikaner.

*World at War*, Office of the Coordinator of Government Films, Prod. Samuel Spewack, 1943. Zusammenstellung von westlichem und erbeutetem deutschem Wochenschaumaterial über die Zeit von 1931 bis 1942 mit dem Tenor, die faschistische Aggression habe unweigerlich zum Angriff auf Pearl Harbor und die westliche Hemisphäre führen müssen.

*The World in Flames*, Paramount News, 1940. Bericht über die Ereignisse, die zum Zweiten Weltkrieg führten. Befürwortet die Aufrüstung der USA zur Verteidigung der Demokratie.

*Yalta Conference*, Signal Corps, 1945.

*You John Jones*, MGM für The War Activities Committee of the Motion Picture Industry, 1942.



# Anmerkungen zu den Farbtafeln von Victor Margolin

## 1. Kapitel: DEUTSCHLAND

(S. 41) Dieses Wahlplakat zeigt die Gesichter von Hitler (bescheiden in der rechten oberen Ecke), Einstein (unter Hitler), Mussolini (unten links), den Boxweltmeister Max Schmeling (neben Mussolini) und Hindenburg (Mitte). Obgleich Hitler in der Präsidentenwahl 1932 von Hindenburg geschlagen wurde, der 53 Prozent der Stimmen erhielt, wurde ihm 1933 die Kanzlerschaft angeboten.

(S. 42) Goebbels soll am Entwurf dieses Plakates mitgewirkt haben. Die Fotomontage stammt von Heinrich Hoffmann, Hitlers «Leibfotograf».

(S. 44) Auf diesem Bild wird Hitler als neuer Messias dargestellt. Die Lichtstrahlen, die auf sakralen christlichen Darstellungen vom Heiligen Geist ausgehen, gehen hier von einem stilisierten Reichsadler aus.

(S. 45 oben links) Einstein verliess Deutschland 1933, in dem Jahr, in dem er aus der Preussischen Akademie der Wissenschaften ausgeschlossen wurde. Der Nobelpreisträger Philipp Lenard, der zuvor mit Einstein wissenschaftliche Meinungsverschiedenheiten gehabt hatte, ergriff die Gelegenheit, um Einstein im «Völkischen Beobachter» als Beispiel für den verderblichen Einfluss des Judentums auf die Naturwissenschaften scharf zu kritisieren. Der Turm, von dem der grosse Wissenschaftler herabgefegt wird, ist der von Eric Mendelsohn geschaffene Einsteinturm in Berlin.

(S. 48 oben rechts) Kraken wurden in der Kriegspropaganda oft als Symbol des Aggressors benutzt. Eine französische Karikatur aus der Zeit vor dem Einmarsch der Deutschen in Frankreich zeigt Hitler als Krake. Auch auf deutschen Plakaten für das besetzte Frankreich wurde Churchill als Krake dargestellt.

(S. 52) Dieses durch Übermalung einer Fotografie geschaffene Porträt zeigt Hitler in einer Pose, in der sich Herrscher seit der Renaissance darstellen liessen.

(S. 53 oben rechts) Diese Sammelaktion wurde vom Verband deutscher Jugendherbergen durchgeführt.

(S. 53 unten links) Kraft durch Freude war eine Freizeitorganisation für deutsche Arbeiterinnen und Arbeiter. Es gab Ferienlager, kulturelle Veranstaltungen, Urlaubsreisen, aber auch Sport- und Gymnastikveranstaltungen.

(S. 54) Der Volkswagen sollte ursprünglich 990 Mark kosten und in Wochenraten von 5 Mark angespart werden können. Über 300'000 Volksgenossen beteiligten sich an dieser Sparaktion. Insgesamt wurden über 100 Millionen Mark angespart, aber bei Kriegsausbruch wurde die Produktion auf Kübelwagen für die Wehrmacht umgestellt. Die ersten Volkswagen für den zivilen Markt wurden erst nach Kriegsende ab 1945 gebaut.

(S. 56 oben rechts) Wanderausstellungen waren im Dritten Reich wichtige Propagandaveranstaltungen. Es gab auch eine grossangelegte antisemitische Wanderausstellung mit dem Thema «Der ewige Jude».

(S. 58) Die Waffen-SS wurde 1940 gegründet und kämpfte mit der

Wehrmacht im Westen und an der Ostfront. Verbände der Waffen-SS begingen einige der scheusslichsten Kriegsverbrechen.

(S. 60 unten rechts) Solche Führerbilder nach einem Ölgemälde hingen an den Wänden von Büros und Schulen in ganz Deutschland.

(S. 61 unten) Solche Wandplakate wurden in Büros und Schulen aufgehängt. Flechtner entwarf mindestens vier weitere Plakate dieser Serie, die um 1938 begann und bis 1943 fortgesetzt wurde. Weitere Entwürfe stammten von Mjölfnir und Hohlwein.

(S. 62 oben links) Die beiden Blitze sind zu einem V angeordnet, dem Siegesymbol, das die Deutschen von den Alliierten übernahmen. Der den besiegten Bolschewismus symbolisierende erschlagene Drache findet sich auch auf anderen Plakaten (siehe S. 202 unten rechts).

(S. 62 oben rechts) Feind-hört-mit-Plakate gab es in allen kriegführenden Ländern, doch waren sie sehr unterschiedlich gestaltet. Während von den deutschen Plakaten mit dem Schatten eines Lauschers etwas Bedrohliches ausgeht, sind die englischen Plakate zum Teil recht humorvoll (vgl. S. 125).

(S. 62 unten links) Zu den «Volksschädlingen» gehörten auch der Feindhörer und der Schwarzhörer, Leute, die ausländische Sender und Feindsender hörten. Nach dem Fall von Stalingrad wurden solche Volksschädlinge streng bestraft.

## 2. Kapitel: ITALIEN

(S. 90 oben rechts) Der Faschismus beanspruchte die italienische Jugend von der Geburt bis zur Wehrfähigkeit.

(S. 93 oben links) Der faschistische Kämpfer zerstört den russischen Bären. Mussolini übertrieb den italienischen Anteil am Kampf gegen die Sowjetunion bei Weitem. Die bedrängten Verbände der Waffen-SS wurden zwar durch italienische, französische, skandinavische, niederländische und andere Freiwillige aus den besetzten Ländern verstärkt (siehe das Rekrutierungsplakat der Waffen-SS auf S. 93 unten rechts), aber diese spielten in den Kämpfen nur eine geringe Rolle.

(S. 93 oben rechts) Die Italien symbolisierende Wölfin, die Romulus und Remus säugt, hat wütend die englische Flagge zerfetzt. Solche emotionalen Darstellungen entsprechen der italienischen Mentalität.

(S. 96) Wie Mjölfnir und andere Karikaturisten benutzte auch Boccasile den schwarzen amerikanischen Soldaten als Symbol der Kulturbarbarei. Er zeigt ihn hier mit der Venus von Milo als Symbol der abendländischen Kultur, das von den amerikanischen Kulturbanausen mit zwei Dollar bewertet wird.

(S. 99 oben links) Goffredo Mameli (1827-1849) war ein italienischer Patriot, der mit Garibaldi kämpfte und in den Kämpfen von 1848-49 fiel. Er war Dichter, und sein Lied «Fratelli d'Italia» wurde zum Kampflied der Unabhängigkeitsbewegung. Mameli soll auf diesem Plakat die Verbindung

zwischen Garibaldis «Rothemden» und Mussolinis Soldaten herstellen.

(S. 99 oben rechts) Italienische Arbeiter verpflichteten sich wegen der hohen Löhne und der guten Arbeitsbedingungen ab 1940 für die deutsche Rüstungsindustrie. Sie wurden aber schlecht behandelt und bei Verstößen gegen die deutsche Disziplin sogar in Konzentrationslager geschickt.

(S. 100) Die Organisation Todt verwirklichte in Deutschland öffentliche Bauvorhaben. Nach Mussolinis Sturz wurden für Aufgaben in Italien auch Italiener eingesetzt.

(S. 103) Auch auf einem deutschen Plakat für das besetzte Holland wurde der «Befreier» als Dämon der Zerstörung verteufelt.

### 3. Kapitel: GROSSBRITANNIEN

(S. 125) Fougasse war der Überzeugung, dass man durch Humor bei den Engländern mehr erreichen könne als durch strenge Ermahnungen. Dennoch ist die Botschaft dieser Feind-hört-mit-Plakate verständlich und einprägsam.

(S. 128) Plakate von Games und anderer Grafiker des War Office hingen in Kantinen, Baracken, Sanitätsräumen und an anderen Plätzen, an denen Soldaten zusammenkamen. Games, der bei seiner Arbeit freie Hand hatte, bediente sich für seine Plakate einer surrealistischen Bildwelt, bei der die Fotomontage eine grosse Rolle spielte.

(S. 129) Plakat des Informationsministeriums für eine Kampagne gegen Geschlechtskrankheiten, 1943-44.

(S. 131) Auf diesem Plakat wird der Nationalsozialismus als Feind der christlichen Werte hingestellt. Dass das Kreuz grösser ist als das Hakenkreuz, soll den schliesslichen Sieg des Christentums symbolisieren.

(S. 133) Hammer und Sichel und der Davidstern sollen bedeuten, dass England von Bolschewisten und Juden beherrscht wird.

(S. 136 oben) Dieses eigenartige Propagandaplakat ist im Stil einer persischen Miniatur gehalten. Roosevelt und Stalin, von Churchill auf einer weissen Stute angeführt, verfolgen Hitler, Tojo und Mussolini, der durch einen Pfeil von Churchills Bogen von seinem Pferd gestürzt ist. Neben dem rechten Vorderfuss von Roosevelts Pferd findet sich die kalligraphische Signatur des Künstlers.

(S. 136 unten) Seveks stromlinienförmiger Stil erinnert an Cassandres Plakate der zwanziger und dreissiger Jahre. Der muskelstrotzende Riese symbolisiert die englische Siegeszuversicht nach fünf schweren Kriegsjahren.

### 4. Kapitel: VEREINIGTE STAATEN

(S. 165) Dieses Lied wurde durch Spike Jones und seine City Slickers berühmt.

(S. 170 oben) Shahns Plakat bezieht sich auf die Zwangsarbeit von Franzosen in der deutschen Rüstungsindustrie.

(S. 173 oben links) Der Künstler hat dem Onkel Sam sein eigenes Gesicht gegeben. Das Plakat wurde am 6. September 1944, drei Monate nach der Landung in der Normandie, veröffentlicht und spiegelt die amerikanische Zuversicht nach einer Reihe von Siegen auf dem europäischen Kriegsschauplatz.

(S. 173 unten) Rockwells Plakat wurde kurz nach der Eroberung von Bataan und Corregidor durch die Japaner im Frühjahr 1942 veröffentlicht. Damals sah es so aus, als ob die USA den Krieg im Pazifik verlieren würden.

(S. 174 oben rechts) Beim Plakatwettbewerb «United Hemisphere» des Museum of Modern Art gewann Gaydos den zweiten Preis. Jede Einsendung musste einen von zwölf Slogans verwenden, die ein neues Zusammengehörigkeitsgefühl in der westlichen Hemisphäre zum Ausdruck bringen sollten.

(S. 174 unten rechts) Grohes Plakat wurde in Fabriken aufgehängt, aber trotz des deutschen Stahlhelmes wussten die Arbeiter nicht, ob es ein deutscher oder ein amerikanischer Soldat war, der sie beobachtete. Ein Hakenkreuz oder ein Eisernes Kreuz auf dem Helm hätte Klarheit geschaffen, aber die Botschaft des Plakats war sowieso nicht eindeutig.

### 5. Kapitel: BESETZTES EUROPA

(S. 193) Die Rexistenpartei wurde 1935 von Léon Degrelle in Belgien gegründet. Der surrealistische Maler René Magritte reagierte auf den faschistischen Ton von Degrelles Propaganda, indem er Hitler als Spiegelbild des faschistischen Parteiführers malte. Das Plakat wurde vom Komitee antifaschistischer Intellektueller veröffentlicht.

(S. 195 oben rechts) Der Geist Pétains beseelt die französischen Kollaborateure.

(S. 195 unten links) Mutter und Kind wurden auf Kriegsplakaten häufig dargestellt. Dieses Plakat zeigt sie als Opfer des Krieges. Dies gilt auch für das Plakat auf S. 206 unten rechts, während sie auf dem Plakat auf S. 206 unten links Mut und Ausdauer symbolisieren. Auf einem kanadischen Plakat (S. 169) repräsentieren sie heilige Werte, die der Feind bedroht.

(S. 196 oben rechts) Die Deutschen betonten die bolschewistische Gefahr, um französische Arbeitskräfte für die Rüstungsindustrie anzuwerben.

(S. 199) Die W.A. (Wehrafdeling) war eine paramilitärische Organisation, die während der deutschen Besetzung der Niederlande Polizeifunktionen ausübte. «De Zwarte Soldaat» war die offizielle Zeitschrift der W.A.

(S. 202 oben links) «Tout va très bien, Madame la Marquise» ist der Anfang eines beliebten französischen Liedes. Zuerst versichert der Diener seiner Herrin, dass alles in Ordnung sei, um dann eine lange Aufzählung von Problemen anzufügen. Dieses Plakat soll besagen, dass Churchill den Europäern falsche Hoffnungen macht.

(S. 205 oben links) Die Hand mit den zum Siegeszeichen gespreizten



Fingern sieht wie eine Friedenstaube aus. Die Zeitungen im Vordergrund, «Vrij!» und «La Libre Belgique», waren die führenden Untergrundzeitungen.

## 6. Kapitel: SOWJETUNION

(S. 225) Dieses frühe deutschlandfeindliche Plakat zeigt einen russischen Arbeiter, der gegen einen deutschen Aristokraten kämpft. Der klassenkämpferische Ton verschwand später aus der Sowjetpropaganda. Im Grossen Vaterländischen Krieg wurde hauptsächlich an die Liebe zum Vaterland und weniger an die Loyalität zur Partei appelliert. Die Beschränkung auf die Farben Rot, Schwarz und Weiss ist für die russischen Plakate der zwanziger und dreissiger Jahre kennzeichnend.

(S. 226 unten rechts) Den sowjetischen Propagandisten war im Winter 1941 die Aufgabe gestellt, trotz schwerer Verluste den Glauben an den Endsieg zu stärken. Die riesigen Hände, die die Zangen halten, symbolisieren die wachsende Zuversicht, nachdem es gelungen war, die Deutschen vor Moskau zurückzuwerfen.

(S. 227) Mehr als bei den anderen Alliierten war bei den Russen Goebels eine Hauptzielscheibe der Propaganda. Efimow zeichnete ihn als Mickymaus mit Hakenkreuzschwanz, Lebedew verglich ihn mit einem blöken Esel (S. 238), und auch die Kukriniksi machten ihn auf vielen Karikaturen lächerlich.

(S. 228 unten rechts) Als Parallele zur Gegenoffensive der Roten Armee im Winter 1941-42 erinnern Iwanow und Burowa auf ihrem Plakat an die französische Niederlage von 1812. Die Gestalt im Hintergrund ist Michail Kutusow, der Oberbefehlshaber der russischen Armee, die Napoleon und seine Truppen 1812 zum Rückzug zwang.

(S. 234 oben) Um die Soldaten der Roten Armee anzufeuern, erinnerte die russische Propaganda an die grossen Kriegshelden des Landes. Ganz links sehen wir Alexander Newski, der 1242 den Deutschritterorden besiegte. Alexander Suworow (Mitte) schlug die Türken im Russisch-Türkischen Krieg 1787-91, und Wassili Tschapajew (rechts) führte im Bürgerkrieg eine bolschewistische Division gegen Koltshaks antisowjetische Truppen; er fiel 1919.

(S. 235) Der Appell an die Vaterlandsliebe machte Toidses Plakat zu einem der beliebtesten des Krieges. In seiner Rede über das «heilige Russland» am 6. November 1941 weckte Stalin patriotische Gefühle durch die Erinnerung an die Nationalhelden Russlands, an Generäle wie Donskoi, Suworow und Kutusow, aber auch an grosse Dichter wie Puschkin und Tolstoi. Dieser Appell an tiefwurzelnde Gefühle war wirksamer als jede ideologische Belehrung.

(S. 239) Als diese Karikatur veröffentlicht wurde, stiess die Rote Armee bereits auf die Grenzen des Deutschen Reiches vor, so dass man sich über Hitlers Militärstrategie lustig machen konnte.

(S. 240) Iwanows heroische Gestalten sind für den sozialistischen Realismus typisch, der auf den meisten sowjetischen Plakaten der Kriegsjahre zu finden war. Zwar wurden auch Karikaturen für Propagandazwecke eingesetzt, aber die kühnen avantgardistischen Experimente der zwanziger Jahre von Künstlern wie Rodschenko, Archipenko, Lissitzki, den Sternbergs, Prusakow und Klutskis hatten keinerlei Einfluss auf die Kunst der Kriegsjahre.

## 7. Kapitel: JAPAN

(S. 268 oben links) Kimisaburo Yoshimuras «Geschichte des Panzerkommandanten Nishizumi» (1940) war einer der bedeutendsten japanischen Kriegsfilme, der noch die humanistischen Vorkriegsideale Japans spiegelt. Er war propagandistisch in den besetzten Gebieten sehr wirksam, zeigte er doch, wie fürsorglich japanische Soldaten einer chinesischen Frau und ihrem Kind helfen.

(S. 270 oben) Bei ihrer Flugblattkampagne gegen die in Neuguinea kämpfenden australischen Soldaten befolgten die Japaner den Grundsatz «teile und herrsche». Den Australiern wurde drastisch vor Augen geführt, wie ihre Frauen und Bräute sich in der Heimat mit Amerikanern und Engländern vergnügten, während sie im Dschungel kämpfen mussten.

(S. 273) Die Künstlerin arbeitete im Stil von Milton Caniff, dessen Comicstrip-Figuren «Terry und die Piraten» während des ganzen Krieges gegen die Japaner kämpften.

(S. 275) Um die alliierte Präsenz in China akzeptabler zu machen, stellte die Propaganda in einem geschickten Schachzug Tschiang Kai-schek auf eine Stufe mit den «grossen Drei» – Churchill, Roosevelt und Stalin.

(S. 276) «Türgötter» nannte man kleinformatige chinesische Plakate, die Figuren aus der chinesischen Götterwelt zeigten. Die Bauern hängten sie im Haus auf und tauschten sie zu Neujahr aus. Die China-Abteilung des Office of War Information produzierte für die chinesische Landbevölkerung «Türgötter», die amerikanische Flieger zeigten und zur Zusammenarbeit mit den Alliierten aufforderten.

(S. 277) Dieses Plakat forderte die Niederländer auf, bei der Vertreibung der Japaner aus Niederländisch-Indien zu helfen (vgl. auch S. 279 oben rechts).

(S. 279 unten links) Dieses für japanische Soldaten und Zivilisten bestimmte Flugblatt kündete an, dass nach der deutschen Kapitulation schwerbewaffnete alliierte Truppen von Europa nach Asien verlegt würden. Die japanische Heeresführung wurde beschuldigt, die schwierige Lage Japans verursacht zu haben.

(S. 280) Ursprünglich stand auf diesem Flugblatt «I Surrender» (Ich ergebe mich) statt «I Cease Resistance» (Ich stelle den Widerstand ein). Die erste Fassung war erfolglos, weil es für einen japanischen Soldaten entwürdigend war, sich zu ergeben. Erst die zweite Fassung brachte einigen Erfolg.

# Bibliographie

- Altmann, John, «Movies' Role in Hitler's Conquest of German Youth» in *Hollywood Quarterly*, Jg. 3, Nr. 4, 1949.
- Anderson, Joseph und Donald Richie, *The Japanese Film: Art and Industry*, Grove Press, New York 1960.
- Arts Inquiry, *The Factual Film*, Oxford University Press, London 1947.
- Auckland, R.G., *Aerial Propaganda Over Great Britain*, St. Albans, Sandridge, o.J.
- Balcon, Michael, Ernest Lindgren u.a., *Twenty Years of British Film 1925-1945*, Falcon Press, London 1947.
- Barnouw, Eric, *The Golden Web; 1933-1953 (A History of Broadcasting in the United States)*, Oxford University Press, New York 1966-68.
- Bartlett, F.C., *Political Propaganda*, Cambridge University Press, Cambridge 1940.
- Bellanger, Co., *La Presse Clandestine*, Armand Colin, Paris 1961.
- Blobner, Helmut und Herbert Holba, «Jackboot Cinema» in *Films and Filming*, Bd. 3, Dezember 1962, S. 12-20.
- Boelcke, Willi A., *Kriegspropaganda 1939-1941. Geheime Ministerkonferenzen im Reichspropagandaministerium*, Deutsche Verlagsanstalt, Stuttgart 1966.
- Bosmajian, Haig A., «The Role of the Political Poster in Hitler's Rise to Power» in *Print*, Mai 1966, S. 28-31.
- Bourget, Pierre und Charles Lacratelle, *Sur les Murs de Paris, 1940-1944*, Hachette, Paris 1959.
- Bramsted, Ernest K., *Goebbels and National Socialist Propaganda, 1925-1945*, Michigan State University Press, 1965.
- Brenner, Hildegard, *Die Kunstpolitik des Nationalsozialismus*, Rowohlt, Hamburg 1963.
- Briggs, Asa, *The Birth of Broadcasting: The History of Broadcasting in the United Kingdom*, Oxford University Press, London 1961-65.
- Burden, Hamilton T., *The Nuremberg Party Rallies, 1923-39*, Praeger, New York 1967.
- Cannistraro, Philip, «II Cinema Italiano sotto il fascismo» in *Storia Contemporanea*, Jg. 3, Nr. 3, 1972.
- Cannistraro, Philip, «The Organization of Totalitarian Culture: Cultural Policy and the Mass Media in Fascist Italy», Dissertation 1971 (University Microfilms).
- Capra, Frank, *The Name above the Title: An Autobiography*, Macmillan, New York 1971.
- Carroll, Wallace, *Persuade or Perish*, Houghton Mifflin, Boston 1948.
- Causton, Bernard, «Art in Germany under the Nazis» in *London Studio*, Bd. 12, November 1936, S. 235-246.
- Childs, Harwood (Hsg.), *Propaganda and Dictatorship*, Princeton University Press, Princeton, N.J. 1936.
- Childs, Harwood und John B. Whitton, *Propaganda by Short Wave*, Arno Press, New York 1972.
- Cole, J.A., *Lord Haw-Haw and William Joyce*, Farrar, Straus & Giroux, New York 1964.
- Courade, François und Pierre Cadars, *The Nazi Cinema: A History*, Pitman, New York 1974.
- Daskal, V., «Adventures in Art under Hitler» in *Horizon*, Vol. 9, März 1944, S. 192-204.
- Delmer Sefton, *Black Boomerang*, Viking Press, New York 1962.
- de Mendelssohn, Peter, *Japan's Political Warfare*, Arno Press, New York 1972.
- Dickinson, Thorold und Catherine de la Roche, *Soviet Cinema*, Falcon Press, London 1948.
- Dougherty, William E. und Morris Janowitz, *Psychological Warfare Casebook*, veröffentlicht für Johns Hopkins University und Johns Hopkins Press, 1958.
- Dryer, Sherman, *Radio in Wartime*, Greenberg, New York 1942.
- Farago, Ladislav (Hsg.), *German Psychological Warfare*, Arno Press, New York 1972.
- Field, John C.W., *Aerial Propaganda Leaflets*, Francis Field Ltd., Sutton Coldfield, o.J.
- Fielding, Raymond, *The American Newsreel, 1911-1967*, Oklahoma University Press, Norman 1972.
- Fraser, Lindley, *Propaganda*, Oxford University Press, New York 1957.
- Furhammar, Leif und Folke Isaksson, *Politics and Film*, Praeger, New York 1971.
- Games, Abram, *Over My Shoulder*, Macmillan, New York 1960.
- Gee (Hsg.), *La Caricatura Internazionale durante la Seconda Guerra Mondiale*, Istituto Geografico de Agostini, Novara 1971.
- George, Alexander, *Propaganda Analysis: A Study of Inferences Made From Nazi Propaganda in World War II*, Row, Peterson, Evanston, Ill. 1959.
- Goebbels, Joseph, *Goebbels Tagebücher aus den Jahren 1942-43*, hsg. von Louis P. Lochner, Zürich 1948.
- Grunberger, Richard, *The 12-Year Reich: A Social History of Nazi Germany 1933-45*, Holt, Rinehart & Winston, New York 1971.
- Hadamovsky, Eugen, *Propaganda and National Power: The Organization of Public Opinion for National Politics*, Arno Press, New York 1972.
- Hale, Oron J., *The Captive Press in the Third Reich*, Princeton University Press, Princeton, N.J. 1964.



- Hardy, Forsyth (Hsg.), *Grierson on Documentary*, Faber & Faber, London 1966.
- Heiber, Helmut, *Goebbels: A Biography*, Hawthorne, New York 1972.
- Henslow, Miles, *The Miracle of Radio: The Story of Radio's Decisive Contribution to Victory*, Evans, London 1946.
- Higham, Charles und Jack Greenberg, *Hollywood in the Forties*, Zwemmer/Barnes, New York 1968.
- Hoffman, Hilmar und Peter Kress, «German Cinema of the Nazi Period» in *Film Library Quarterly*, Jg. 5, Nr. 2, Frühjahr 1972.
- Hitler, Adolf, *Mein Kampf* Eher Verlag, München 1925 und 1927.
- Hovland, C.I., A. Lumsdaine und F.D. Sheffield, *Experiments in Mass Communication*, Wiley, New York 1965.
- Howe, Ellie, *Studies in Psychological Warfare During World War II*, Rider & Co., London 1972.
- Hull, David, *Film in the Third Reich: A Study of the German Cinema 1933-1945*, University of California Press, Berkeley 1969.
- International Propaganda/Communications: Auszüge aus *The Public Opinion Quarterly*, Arno Press, New York 1972.
- Jarratt, Vernon, *The Italian Cinema*, Falcon Press, London 1951.
- Kirby, Edward M. und Jack W. Harris, *Star-Spangled Radio*, Ziff-Davis, Chicago 1948.
- Knight, Arthur, *The Liveliest Art: A Panoramic History of the Movies*, New American Library, New York 1957.
- Krabbe, Henning (Hsg.), *Voices from Britain: Broadcast History, 1939-1945*, Allen & Unwin, London 1947.
- Kracauer, Siegfried, *From Cagliari to Hitler: A Psychological History of the German Film*, Princeton University Press, Princeton, N.J. 1947.
- Kris, Ernst, Hans Speier u.a., *German Radio Propaganda: A Report on Home Broadcasts During the War*, Oxford University Press, London 1944.
- Lavine, Harold und James Wechsler, *War Propaganda and the United States*, Arno Press, New York 1972.
- Lean, Tangye, *Voices in the Darkness: The Story of the European Radio War*, Seeker & Warburg, London 1943.
- Lee, Alfred McClung und Elizabeth Briant Lee, *The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches*, Harcourt, Brace & Co., New York 1939.
- Lehmann-Haupt, Hellmut, *Art under a Dictatorship*, Oxford University Press, New York 1954.
- Leprohon, Pierre, *The Italian Cinema*, Praeger, New York 1972.
- Lerner, Daniel (Hsg.), *Propaganda in War and Crisis: Materials for American Policy*, Stewart, New York 1951.
- Lerner, Daniel, *Syke war – Psychological Warfare Against Germany*, MIT Press, Cambridge, Mass., 1974.
- Leyda, Jay, *Films Beget Films: A Study of the Compilation Film*, Hill and Wang, New York 1971.
- Leyda, Jay, *Kino: A History of the Russian and Soviet Film*, Macmillan, New York 1960.
- Linebarger, Paul M.A., *Psychological Warfare*, Arno Press, New York 1972.
- Lockhart, Sir R.H. Bruce, *Comes the Reckoning*, Arno Press, New York 1972.
- Low, David, *Autobiography*, Simon and Schuster, New York 1957.
- Malerba, Luigi und Carmine Siniscalco (Hsg.), *Fifty Years of Italian Cinema*, Edizione d'Arte, Rom 1954.
- Mandell, Richard, *The Nazi Olympics*, Macmillan, New York 1971.
- Manveil, Roger und Heinrich Fraenkel, *Goebbels*, Kiepenheuer & Witsch, Köln 1960.
- Manvell, Roger, *Films and the Second World War*, A.S. Barnes, Cranbury, N.J. 1974.
- Manvell, Roger und Heinrich Fraenkel, *The German Cinema*, Praeger, New York 1971.
- Marcorelles, Louis, «The Nazi Cinema» in *Sight and Sound*, Jg. 25, Nr. 4, Herbst 1955.
- Margolin, Leo, *Paper Bullets*, Froben Press, New York 1946.
- Meo, Lucy D., *Japan's Radio War on Australia, 1941-1945*, Cambridge University Press, New York 1968.
- Merton, Robert K., Marjorie Fiske und Alberta Curtis, *Mass Persuasion: The Social Psychology of a War Bond Drive*, Harper, New York & London 1946.
- Millo, Stelio, «Appunti sul Fumetto Fascista» in *Linus*, Jg. 2, Nr. 10, Januar 1966.
- Moltmann, Günter, «Goebbels Speech on Total War, Feb. 18, 1943» in Holborn, Hajo (Hsg.), *Republic to Reich: The Making of the Nazi Revolution*.
- Mosse, George L., *Nazi Culture: Intellectual, Cultural and Social Life in the Third Reich*, Grosset and Dunlap, New York 1966.
- Nishimoto, Mitoji, *The Development of Educational Broadcasting in Japan*, Charles E. Tuttle, Rutland, Vt. 1969.
- Padover, Saul K., *Experiment in Germany: The Story of an American Intelligence Officer*, Duell, Sloane and Pearce, New York 1946.
- Priestley, J.B., *All England Listened: The Wartime Broadcasts of J.B. Priestley*, Chilmark, New York 1967.
- Rolo, Charles, *Radio Goes to War*, Putnam, New York 1942.
- Rosengarten, F., *The Italian Anti-Fascist Press, 1919-1945*.
- Rotha, Paul, Sinclair Road und Richard Griffith, *Documentary Film*,

Faber and Faber, London 1952.

Rotha, Paul und Richard Griffith, *The Film Till Now: A Survey of World Cinema*, Humanities Press, New York.

Rotter, V., «The War of Posters» in *Art and Industry*, Jg. 36, Sept. 1945, S. 66-79.

Sadoul, Georges, *Le Cinéma pendant la Guerre 1939-1945*, Denoel, Paris 1954.

Sadoul, Georges, *French Film*, Falcon Press, London 1953.

Sauberli, Harry, «Hollywood and World War 11: A Survey of Themes of Hollywood Films about the War», Dissertation 1967.

Schockei, Erwin, *Das politische Plakat. Eine psychologische Betrachtung*, München 1938.

Selz, Peter, «John Heartfield's Photomontages» in *Massachusetts Review*, Winter 1963, S. 306-336.

Seth, Ronald, *The Truth Benders*, L. Frewin, London 1969.

Siepmann, Charles A., *Radio in Wartime*, Oxford University Press, New York 1942.

Speer, Albert, *Erinnerungen*, Frankfurt a.M., Berlin, Wien 1969.

Stedman, Raymond William, *The Serials: Suspense and Drama by*

*Installment*, University of Oklahoma Press, Norman, Okla. 1971.

Stoetzer, Carlos, *Postage Stamps as Propaganda*, Public Affairs Press, Washington, D.C. 1953.

Tannenbaum, Edward R., *The Fascist Experience: Italian Society and Culture, 1922-1945*, Basic Books, New York 1972.

Watt, Harry, *Don't Look at the Camera*, St. Martin's Press, New York 1974.

White, John Baker, *The Big Lie*, Evans Bros., London 1956.

Williams, L.N. und M., *Forged Stamps of Two World Wars*, London 1954.

Wollenberg, H.H., *Fifty Years of German Film*, Falcon Press, London 1948.

Wulf, Joseph, *Kunst und Kultur im Dritten Reich*, 4 Bände, Sigbert Mohn Verlag, Gütersloh 1963-64.

Wykes, Alan, *Goebbels*, Ballantine, New York 1973.

Wykes, Alan, *The Nuremberg Rallies*, Ballantine, New York 1970.

Zeman, Z.A.B., *Nazi Propaganda*, Oxford University Press, London 1964.



# Register

- A Pass in Promise* (Film) 21  
*A Record of Love* (Film) 252  
 Abessinien 80, 84  
 Abetz, Otto 179f.  
*Action de la Gueux* (Zeitung) 191  
 Afrikafeldzug 118, 146  
 Agitation 21 I  
*Alexander Newski* (Film) 212f., 214, 219  
 Alfieri 71  
 All Japanese Singster's Association 249  
 Allan, Jay 139  
 Amanauny, Emilien 191  
 Amann, Max 28  
 America First Committee 141, 151  
 American Committee for the Struggle against War 211  
 American Crusaders 141  
 American League against War and Fascism 211  
 American League for Peace and Democracy 216  
 Amicucci, Ermano 85  
 Amorico, Alberto 93  
 Ancona, Victor 168  
 Anders, General 222  
 Antisemitismus 33, 84, 88, 142, 184  
 Araki, General Sadao 246f.  
*Arditi* 67  
*Army-Navy Screen Magazine* 158  
 Artzybasheff, Boris 166  
 Asien den Asiaten 248 f., 263  
 Atherton, John 172  
 Australien 254, 256, 270f.  
*Avanguardisti* 73  
 Axis Sally 254
- Badoglio, Pietro 88  
 Balbo, Italo 69  
 Balfour, Michael 285  
*Balilla* 70ff., 80  
 Bargher, H. 46  
*Battle of Britain* (Film) 158  
 BBC 3 7f., 109, 188, 284  
 BDM (Bund deutscher Mädchen) 22  
 Beaverbrook, William Lord 218  
*Belagerung von Leningrad* (Film) 219
- Belgien 179, 182, 184f., 204f., 208  
 Bennett, Tex 151  
 Benton, Thomas Hart 170  
*Berlin* (Film) 219  
 Bernal, Arias 174  
 Berryman, Clifford 40, 139ff., 150  
 Bertiglia 94  
 Billinger, Richard 20  
 Bird, Cyril Kemmeth I 19, 125  
 Birma 263  
*Black Record* (Vansittard) 111  
 Blokzijl, Max 184  
 Blutfahne 18  
 Boccasile, Gino 81, 85, 87, 93, 96f.  
 Bogart, Humphrey 154f.  
 Bolschewismus 36f., 188  
 Borsody, Eduard von 20  
 Bose, Subhas Chandra 256  
 Bracken, Brendan 110  
 Breker, Arno 25f.  
 Briefmarken-Propaganda 24, 70, 217  
 British Psychological Warfare Department 144  
 British Union of Fascists 107  
 Broder 40  
 Broekman, Nico 207, 277  
 Bruce-Lockhart, Sir Robert 108ff.  
 Bruntz, George C. 290  
 Bücherverbrennung 30
- Campaign Division des MOI 116  
 Canevari, A. 89  
 Capitani, A. 93  
 Capra, Frank 152, 158ff.  
 Carlu, Jean 151, 181, 204  
 Cavalcanti, Alberto 119  
 Chamberlain, Neville 108ff., 188  
 Chaplin, Charles 29, 151  
 Chartres 185  
 Cherbourg 115  
 Childs, Marquis 141  
 China 243ff.  
 Churchill, Winston 28ff, 33f., 107ff., 179, 188, 192, 196, 284f., 288

- Chut* (Zeitung) 190  
 Ciano, Graf Galeazzo 82  
 Claudel, Paul 183  
 Clément, René 192  
 Colin, Paul 181  
 Colonel Britton 186  
*Comes the Reckoning* (Bruce-Lockhart) 110  
 Comicstrips 72f.  
 Committee of Public Information (USA) 139  
*Confessions of a Nazi Spy* (Film) 15 If.  
 Cooper, Duff 108ff.  
*Corriere della Sera* (Zeitung) 71  
 Corwin, Norman 148  
 Coughlin, Pater 141  
 Coward, Noel 116, 118, 120  
*Credere, Obbedire, Combattere* (Film) 80  
 Creel, George 139  
 Croce, Benedetto 72  
 Crossman, Richard H.S. 285, 287  
 Curtiz, Michael 186
- d'Annunzio, Gabriele 67, 72  
 Dalton, Dr. Hugh 108  
 Dänemark 34, 192  
 Davies, Roland 279  
 Davis, Elmer 144f.  
 de Gaulle, Charles 177, 284  
 Déat, Marcel 180  
 Degrelle, Léon 184f., 193  
 Delmer, Sefton 113  
 Deni, Viktor 225f.  
 Denisowski 218  
*Der Angriff* 13, 30  
*Der ewige Jude* (Ausstellung) 49, 182  
*Der Führers Face* (Film) 152, 158f., 165  
*Der Stürmer* 12, 20, 30  
*Der verlorene Krieg* (Kato) 260  
*Desert Victory* (Film) 118 Deutsch-Amerikaner 142f.  
 Deutschland 9ff.  
*Die Brennessel* 28f.  
*Die Familie Oppenheimer* (Film) 214f.  
*Die Kunst im Dritten Reich* 25
- Die Niederlage der deutschen Armeen vor Moskau*  
 (Film) 219  
*Die Rothschilds* (Film) 31  
 Disney, Walt 152, 158ff., 165  
*Divide and Conquer* (Film) 158  
 Dohanos, Steven 172  
 Domei 148f., 249, 257  
 Donald Duck 152, 158f.  
 Donovan, Colonel William O. 144  
 Doolittle, General James 258ff.  
*Dopolavoro* 76  
*Dorf im roten Sturm* (Film) 36f.  
 Drittes Reich s. Deutschland  
 Drittes Rom 70  
 Duce s. Mussolini, Benito  
 Dünkirchen 181
- Ebert, Friedrich 107  
 Eckart, Dietrich 28  
 Eden, Anthony 33f., 109  
 Efimow, Boris 81, 211, 216, 218, 227  
*Ein Arzt sucht seinen Weg* (Kunkel) 30  
 Einstein, Albert 45  
 Eisenhower, General Dwight D. 146, 284  
 Eisenstein, Sergei 209, 212f., 214, 219  
 Eiserner Vorhang 183  
 Elsass 185  
 Elsass-Lothringen 179  
*Enciclopedia Italiana* 69  
 England s. Grossbritannien  
 Entartete Kunst 25  
 Ente Italiano Audizione Radiofonica 80  
 Epstein, Jacob 25  
 Erster Weltkrieg 107, 183  
*Evening Standard* 119  
 Exhibitions Division des MOI 116
- Fall of the City* (Film) 283  
 Fanck, Arnold 250  
*Fasci di combattimento* 69f.  
*Fasci Femminili* 73  
 Feind-hört-mit-Plakate 62, 76, 115, 123ff., 172, 181, 268  
*Feldzug in Polen* (Film) 34



- Ferdonnet 32, 180  
 Feuchtwanger, Lyonei 214  
 Feuerschiffe 118  
*Feuertaufe* (Film) 32, 34  
*Fifth Column Fear* (Film) 252  
 Finnland 211  
 Fitzpatrick, Daniel 144f., 150, 190, 216  
 Fiume 67  
*Five Graves to Cairo* (Film) 84  
 Flagg, James M. 173  
 Flechtner, Otto 61  
 Flugblätter 32f., 110, 146f., 180, 259f., 285f.  
 Foro Mussolini 70  
 Fougasse s. Bird, Cyril Kenneth  
 Fox Movietone 152  
 Frankreich 177ff., 195ff.  
*Freiwillige des Todes* (Film) 252  
*Frontpost* (Zeitung) 147, 290  
*Fünf Pfadfinder* (Film) 250  
 Funk, Walter 181
- Games, Abram 114, 119, 124ff.  
 Garbo, Greta 29  
 Garibaldi, Giuseppe 87  
 Gaydos, John 174  
 Gentile, Giovanni 71f.  
*Gerarchia* 84  
 German-American Bund 142f.  
*Germany Calling* (Film) 118  
 Gestapo 184  
 Gid, Raymond 192  
 Giese, Hans-Joachim 32  
 Giolitti 69  
*Giornale dei Balilla* 72  
*Giornale del Fanciullo* 80f.  
*Giovani Fascisti* 73  
*Giovani Italiane* 73  
*Giovinezza* 71  
 Giraudoux, Jean 180  
 Glintzer, E. 45  
 Goebbels, Joseph 11, 29ff., 188, 192, 207, 218ff., 227, 238  
 Göring, Hermann 15ff., 37, 119
- Grandi, Graf 85  
 Graue Propaganda 287  
 Grohe, Glenn 174  
 Grossbritannien 37f., 84f., 107ff.  
 Grossdeutsches Reich 181  
 Grosser Vaterländischer Krieg 217  
 Gruppi Universitari Fascisti 72  
 Guadalcanal 258  
*Guernica* (Picasso) 283  
 Guignon, Henri 121  
 Gurfein, Murray I. 285
- Hakko Ichiu* 246  
 Halifax, Lord 119  
 Harmsworth, Alfred 107  
 Harris, Francis 110  
 Haus der Deutschen Kunst 25  
 Heartfield, John 14f.  
 Herweg 63  
 Herz, Martin F. 285, 290  
 Herzfeld, Wieland 14  
 Himmler, Heinrich 37, 119  
 Hindenburg, Paul von 16ff.  
 Hitler, Adolf 11ff., 16, 26, 34ff., 110, 119, 166f., 190f., 207, 226 f, 238  
*Hitler ist der Sieg* 40  
 Hitlerjugend 21f., 46, 61  
*Hitlerjunge Quex* (Film) 21  
 HJ s. Hitlerjugend  
 Hoffmann, Heinrich 42  
 Hoffmeister, Adolf 206  
 Hohlwein, Ludwig 24, 46, 50f.  
 Holland s. Niederlande  
 Hollywood 150ff., 184f.  
 Homosexualität 21f.  
 Horst-Wessel-Lied 18  
 Hus, Jan 186  
 Huston, John 152
- I Ragazzi di Mussolini* 77, 80  
*Il Corriere dei Piccoli* 72  
*Il Lavoro Fascista* (Zeitung) 68  
 Il Passo Romano 84

- Il Sole* (Film) 77  
*Il Tempo* 86  
*Il Teuere* 74  
*Illustrierter Beobachter* 13  
*In Which We Serve* (Film) 116ff.  
 Indien 256  
 Indische Nationalarmee 256  
 Indonesien 253f., 263, 279  
 Informationsministerium (England) 108f., 115f., 180  
*Inghilterra e Italia nel '900* (Smith) 86  
*International Smuggling Game* (Film) 252  
 Interventionisten 144  
 Irland 33  
 Isolationismus 139ff., 161  
 Italien 67ff.  
 Itami, Mansaka 250  
 Ivanovic, Vladimir 206  
 Iwanow, Viktor 228f.
- Jackson, D.C. 285  
 Jannings, Emil 31  
 Japan 241ff., 250ff., 256ff.,  
 Jaroslowski 222  
 Jennings, Humphrey 118  
 Jimmu 246  
 Johst, Hanns 29  
 Jones, Spike 158  
 Joyce Williams s. Lord Haw Haw  
*Jud Süß* (Film) 20, 48  
 Jugendindoktrination 21f., 71f., 80f., 245f.  
 Jugendorganisationen 22, 721.  
 Jünger, Ernst 21
- Kamikaze-Flieger 260ff.  
 Kamingespräche Roosevelts 147f.  
 Kato, Masuo 260  
 Katyn 38f.  
 Kaye, Sammy 147  
 KdF s. Kraft durch Freude  
 Kivihari, T. 203  
*Kladderadatsch* 28, 35  
 Knight, Eric 152  
 Kodo 253
- Koehler, Karl 168  
 Koerner, Henry 172  
 Kokorekin, Alexei 228, 231  
 Komintern-Kongress 1928 216  
 Kosmodemjanskaja, Zoja 219  
 Kotukai 246  
 Kraft durch Freude 53, 76  
 Krylow, Porfiri 218  
 Kuhn, Fritz 142  
 Kukriniksi 80, 86, 88, 190, 218ff., 226, 228, 239  
 Kunkel 30  
 Kuprinow, Michail 218
- L'Amérique en Guerre* 147  
*L'Annonce faite à Marie* (Claudel) 183  
*L'Unione Cinematografica Educativa* 77 ff.  
*L'Uomo della Croce* (Film) 74f., 80  
*La Difesa della Razza* 84  
*La Libre Amérique* (Film) 183
- La Libre Belgique* (Zeitung) 190  
*La Nave* (d'Annunzio) 67  
 Lacoste, G. 115, 123f.  
 Lanzinger, Hubert 43  
 Lasswell, Harold 110, 116, 284  
 Laussucq, Henri 204  
 Laval, Pierre 184, 188, 190  
*Le Monde du Travail* (Zeitung) 190  
*Le Soir* (Zeitung) 141  
*Le Soir Volé* (Zeitung) 141  
 Lebedew, Wladimir 218, 238  
*Lectura Duci* 77  
*Légion Volontaire Française* 183  
 Lenin, Wladimir
- Lerner, Daniel 283ff.  
*Les Inconnus dans la Maison* (Film) 182  
*Les Visiteurs du Soir* (Film) 192  
 Leva Fascisti 73  
 Libyen-Feldzug 108f.  
 Lindbergh, Charles 141  
 Litvak, Anatole 152  
 Llyod George, David 107  
*London Can Take It* (Film) 118  
 Lord Haw Haw 33



- Lorre, Peter 152  
 Low, David 109, 118f.  
*Luciano Serra Pilota* (Film) 80  
 Ludendorff, Erich 119  
 Luzzio, Alessandro 85
- MacArthur, General Douglas 260  
 MacLeish, Archibald 283  
 Magritte, René 193  
 Mailand 77  
 Majakowski 212  
 Malaia 253, 263  
 Mameli, Goffredo 69, 89  
 Manche, Lou 199  
 Mandschukuo 265ff.  
 Mayn, Thomas 29  
*March of Time* (Film) 152  
 Marconi, Guglielmo 72  
 Marcus, Edwin 260  
 Marianen 259  
 Martin, David Stone 150  
 Masaryk, Thomas 186  
 Massenaufmärsche 16ff.  
 Matejko, Theo 195  
 Matsushima, Vizeadmiral 258  
 Mauldin, Bill 150f.  
 McClure, Robert A. 285  
 Megret, Maurio 184  
*Mein Kampf* (Hitler) 12, 82  
*Men of the Lightship* (Film) 118  
 Midway 258  
 Mills, John 116  
 Ministerium für Volksaufklärung und Propaganda 1 Iff.  
*Miracle Worker* (Film) 252  
 Miranuma, Baron 246  
 Mix, Tom 151  
 Mjölfnir 12, 24, 60  
 MOI s. Informationsministerium  
 Monroe, James 146  
 Monte Cassino 147  
 Mosley, Sir Oswald 108, 197  
*Most Beautifully* (Film) 252  
 Mostra della Rivoluzione Fascista 81
- Mount, Reginald 129  
 Moyer, Sy 260  
*Mrs. Miniver* (Film) 151  
 Muni, Paul 74  
 Murrow, Edward R. 111  
 Mussert, Anton 184
- Mussolini, Benito 67ff., 81f., 111, 179
- Nachrichten für die Truppe* 287  
 Nacht der langen Messer 16  
 Nagel, Gunther 53  
*Nana* (Film) 21  
 Nasjonal Sämbling 183  
 Nationalsozialismus 11ff.  
 New Deal (Roosevelt) 148  
 Newbould, Frank 122  
 Newski, Alexander 212f.  
 Niederlande 182f., 200f., 207  
 Nippon Dempo 249  
 Nitti 69  
 Nockolds, Roy 122  
*Non abbiamo bisogno* 74  
 Nordafrika 35ff.  
 Normandie, Landung in der 38  
 Northcliffe, Lord 11, 107  
 Norwegen 34, 183f., 188  
 Noyer, Ph.H. 198  
 NSDAP s. Nationalsozialismus  
 NSKK 202  
 Nürnberger Reichsparteitage 17ff.
- Oakie, Jack 73  
 Odell, G.K. 169  
 Office of Facts and Figures (England) 174  
 Office of Strategie Services (USA) 144, 284  
 Office of War Information (USA) 144, 146, 150, 262f., 284  
*Ohm Krüger* (Film) 31, 182  
 Oistros 38f., 135  
*Olympia* (Film) 19f.  
 Olympiade 1936 19, 51  
*Ondine* (Giraudoux) 180  
 Organisation Todt 100  
 Orlemanski, Stanislas 222

- OSS 144, 284  
*Osservatore Romano* (Zeitung) 74  
 Österreichs Anschluss 27  
 Owens, Jessie 20  
 OWI 144, 150, 262f., 284  
 Ozon, José 87
- Padover, Saul K. 285  
 Paley, William S. 285  
*Panay* (Schiff) 152  
 Papst Pius XI. 74  
 Partridge, Bernard 119  
 Passierschein-Flugblätter 146, 280, 286  
 Patzer, George 109  
 Pavolini 71  
 Pearl Harbor 139ff., 148  
 Pease, Lute 139, 150  
 Perkins, Ma 150  
 Pétain, Marschall Henri 182, 188, 195  
 Pfadfinder 22  
 Philippinen 252ff., 278  
 Pi Pao 242  
 Picasso, Pablo 283  
*Piccole Italiane* 73  
 Pirandello, Luigi 72  
 Pius XL 74  
 Plakate 22ff., 81, 119, 188, 212, 218f., 242  
 Plank, Josef 28ff., 45, 48, 55, 57  
 Platz, Franz Josef 30  
 Polen 38ff., 185, 190, 217  
*Pontcarvel* (Film) 191f.  
*Popolo d'»Italia* (Zeitung) 71  
 Potsdamer Erklärung 262  
 Pound, Ezra 88  
*Prelude to War* (Film) 152  
 Preminger, Otto 154  
 Priestley, J.B. 116  
*Professor Mamlock* (Film) 214L  
 Propagandazug 219  
 Psychological Warfare Division 283ff.  
 Publications Division des MOI 116  
 Puccini, Giacomo 72  
 Pursell, Weimer 175
- PWD/SHAEF 283ff.  
 PWE 109, 284
- Quisling, Vidkun 183f.
- Radio Freies Indien 256  
 Radio Freies Jugoslawien 261  
 RAF 86f.  
 Rat der Volkskommissare 217  
 Rauschning, Hermann 12  
*Regime Fascista* (Zeitung) 71  
 Reichsfilmgesetz 19  
 Reichskulturkammer 30  
 Reichsparteitage 17ff.  
 Reichstheaterkammer 29  
 Résistance 184f., 188ff.  
 Rexistenpartei 185, 193  
 Ridley, Charles 118  
 Riefenstahl, Leni 18ff., 118  
 Ritter, Karl 21  
 Rockwell, Norman 150, 173  
 Roetter, Charles 33  
 Rogerson, Sydney 119, 137  
 Roosevelt, Franklin D. 110, 139ff., 148, 288  
 Rose von Tokio 254f.  
 Rothgaengel 60  
 Rotter, V. 205  
 Rundfunk 26f., 37f., 81, 110ff., 148, 254ff.  
 Rust, Dr. Bernhard 21  
 Russland s. Sowjetunion
- SA 24, 46, 61  
*SA-Mann Brandt* (Film) 21  
 Saarabstimmung 27  
 Saipan 259  
 Salomonen 258  
*San Demetrio London* (Film) 116, 118  
*Scarface* (Film) 74, 77  
 Schieben, General von 115  
 Schirach, Baldur von 22  
*Schlacht bei Orel* (Film) 219  
*Schlacht um China* (Film) 158  
*Schlacht um die Ukraine* (Film) 219



- Schlacht um Russland* (Film) 158  
 Schmarinow, Boris 224  
 Schocke, Erwin 22  
 Schottland 33  
 Schünzel 29  
 Schwarze Propaganda 11 Iff., 144  
 Schweitzer, Hans s. Mjölñir  
 Schwerin von Krosigk, Lutz Graf 19  
*Scipio Africanus* (Film) 80  
*Secret Service in Deepest Afrika* (Film) 151  
 Seitz, Franz 21  
 Seppla s. Plank, Josef  
 Seth, Ronald 147  
 Sevek 136  
 Seyss-Inquart, Artur 185  
 Shahn, Ben 150, 170f.  
 Shaw, George Bernard 29  
 Sherwood, Robert E. 144  
*Sieg im Westen* (Film) 34  
 Silberhemden 141  
*Simplicissimus* 28  
 Smith, Dennis Mark 86  
 Smith, Kate 139  
*Social Justice* (Zeitschrift) 141  
 Söderbaum, Kristina 20f.  
 Söhne der Wölfin 70, 72  
 Sokolow, Nikolai 218  
 Sokolow-Skaja 218  
 Soldatensender 114  
 Soldatensender West 287  
 Sondermeldungen 37  
 Sowjetunion 35ff., 209ff., 214ff., 222  
 Spanien 194, 197  
 Spanischer Bürgerkrieg 179, 194ff.  
 Speer, Albert 15ff., 26, 82  
 Spielmanns, Max 62  
 Sprachregelungen 28f.  
 Squadristi 60f., 69  
 SS 58, 184, 200, 202  
 Stahlhelm 47  
 Stalin, Josef 31, 55, 211, 216f., 224  
 Stalingrad 36  
*Standing Directive for Psychological Warfare* 286ff.  
 Stauber, K. 44  
 Stechschritt 84  
 Stefani 80  
 Steinhoff, Hans 21,31  
*Sternenbanner* (Zeitung) 147  
 Streicher, Julius 20, 30  
 Stroheim, Erich von 152f.  
 Sturbelle, R. 205  
 Suworow 218, 234, 237  
 Szyk, Arthur 151, 163, 166f.  
 Talmedge, R.H. 119  
*Target for Tonight* (Film) 118  
 Tass-Agentur 219  
*The Great Dictator* (Film) 73, 83, 151, 156f.  
*The Last Days of the British Empire* (Film) 252  
*The Life and Death of Colonel Blimp* (Film) 118  
*The Moon is Down* (Film) 151  
*The New Earth* (Film) 250  
*The Oath of the People* (Film) 250  
*The Opium War* (Film) 252  
*The Truth Benders* (Seth) 147  
*The Way Ahead* (Film) 116  
*They Also Serve* (Film) 118  
*This is London* (Murrow) J I 1  
*This is War* (Radioserie) 148ff.  
 Thomas, Bert 130  
 Thompson, Dorothy 144  
 Thorak, Josef 26  
 Tito, Marschall 216  
 Todt, Fritz 88  
 Toguri, Iva Ikuko s. Rose von Tokio  
 Tojo, Hideki, General 246, 258, 260f.  
*Torpedoboote, Leinen los* (Film) 252  
 Toscanini, Arturo 72  
 totaler Krieg (Goebbels) 36  
*Travail! Famille! Patrie!* 183  
*Triumph des Willens* (Film) 18f., 118  
*Truffle Eater* 38f., 135  
 Tschakotin, Sergei 212  
 Tschapajew, Wassili 218  
 Tschechoslowakei 186, 206  
 Tschiang Kai-shek 244ff., 272, 274f.

- Tunesien 37  
 Turati 74  
*Turksib* (Film) 212  
*Two Down, One To Go* (Film) 158
- UFA 19  
 United Newsreels 158  
 Untergrundpresse 190ff.
- V-1 und V-2 38, 186  
 V-Zeichen 186ff.  
 Valéry-Larbaud 183  
 Vansittard, Lord 111  
 Vargas, Jorge 253  
 Vatikan 71, 74, 76  
 VE (Radio) 26  
 Veidt, Conrad 152  
 Vereinigte Staaten 137ff.  
 Vergeltungswaffen 38, 186  
*Verräter und Patrioten* (Film) 21  
 Versailler Vertrag 179  
 Vichy-Frankreich 182ff., 195  
 Viktoria 188f.  
 Vittorio Emanuele III. 81  
*Völkischer Beobachter* 12, 28, 112  
 Volksempfänger 27
- War Comes to America* (Film) 158  
*Was ist zu tun* (Lenin) 21 If.  
 Waschruck, Erich 31  
 Watt, Harry 118  
 Wehrerziehung 21  
 Weisse Propaganda Ulf., 144, 287  
 Weltkongress gegen den Krieg 211  
*Why We Fight* (Filmserie) 158, 160  
 Widerstandsbewegungen 184ff., 190ff.  
*Wien* (Film) 219  
 Wilder, Billy 84  
 Wilson, Woodrow 139  
*Wings Over Honolulu* (Film) 77  
 Winterhilfswerk 35, 37  
 Witte, Hermann 53  
 Wochenschau 32, 152, 158  
 Wright, J. Olu 135
- Yates, Bert 175  
*Yellow Caesar* (Film) 119  
*You're Being Aimed At* (Film) 252
- Zarianow 214  
 Zill, R. Gerhard 60  
*Zoya* (Film) 219  
 Zwanzigster Juli 1944 40



# Bildnachweis

S. 11 (unten links) Library of Congress. S. 17 (unten links) Library of Congress; (oben rechts) Library of Congress; (unten rechts) National Archives; (Mitte rechts) Library of Congress. S. 18 (oben und unten) Library of Congress. S. 19 (oben) Library of Congress. S. 21 (oben) Library of Congress; (Mitte und unten) Museum of Modern Art Stills Library. S. 25 (unten) Library of Congress. S. 26 (oben, Mitte und unten) Library of Congress. S. 27 (oben) Harris Lewine Collection. S. 28 Library of Congress. S. 29 Library of Congress. S. 31 (oben und unten) Museum of Modern Art Stills Library. S. 32 Library of Congress. S. 33 (unten) Library of Congress. S. 35 (unten) Library of Congress. S. 36 Musée Royal. S. 37 (oben und unten) Herb Friedman Collection. S. 38 und 39 Richard Merkin Collection. S. 40 (oben) Richard Merkin Collection; (Mitte) Library of Congress; (unten) National Archives; (unten rechts) Library of Congress. S. 41 Library of Congress. S. 42 Library of Congress. S. 43 U.S. Army Historical Collection. S. 44 U.S. Army Historical Collection. S. 45 (oben links) Library of Congress; (oben rechts) Library of Congress; (unten links) Library of Congress; (unten rechts) Imperial War Museum. S. 46 (oben links) Library of Congress; (oben rechts) Bundesarchiv; (unten) Library of Congress. S. 48 (oben links) Library of Congress; (oben rechts) Library of Congress. S. 49 Library of Congress. S. 50 (oben rechts) Library of Congress. S. 52 Bundesarchiv. S. 53 (oben links) Library of Congress. S. 55 Library of Congress. S. 56 (oben links) Library of Congress. S. 57 (oben rechts) Library of Congress; (unten) Library of Congress; (oben links) Library of Congress. S. 58 Bundesarchiv. S. 59 Library of Congress. S. 60 (oben links) Imperial War Museum; (unten links) Library of Congress. S. 61 (unten) Imperial War Museum. S. 62 (oben links) Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire; (oben rechts) Bundesarchiv; (unten links) Bundesarchiv. S. 64 Milton Cohen Collection. S. 67 National Archives. S. 71 Culver Pictures, Inc. S. 74 Culver Pictures, Inc. S. 75 (oben) National Archives; (unten) Museum of Modern Art Stills Library. S. 78 und 79 National Archives. S. 82 (oben) Milton Cohen Collection. S. 84 National Archives. S. 85 National Archives. S. 87 Library of Congress. S. 88 National Archives. S. 91 (unten rechts) Milton Cohen Collection. S. 93 (unten links) Library of Congress. S. 94 (oben, Mitte und unten) Hoover Institute on War, Peace and Revolution. S. 95 Library of Congress. S. 98 (oben links) Archivio Capitolino; (oben rechts) Archivio Capitolino. S. 99 (oben links) Archivio Capitolino; (oben rechts) Archivio Capitolino. S. 100 Archivio Capitolino. S. 103 Archivio Capitolino. S. 104 Library of Congress. S. 107 (oben) National Archives. S. 112 (oben) Milton Cohen Collection; (unten) Herb Friedman Collection. S. 114 (oben) Imperial War Museum; (unten) Imperial War Museum. S. 115 (oben) Imperial War Museum; (unten) Imperial War Museum. S. 116 (oben und unten) Imperial War Museum. S. 117 Museum of Modern Art Stills Library. S. 118 Museum of Modern Art Stills Library. S. 120 Les Zeiger Collection. S. 121 Imperial War Museum. S. 122 (oben links) Library of Congress; (oben rechts) Library of Congress; (unten) Imperial War Museum. S. 123 Imperial War Museum. S. 124 (oben links) Imperial War Museum; (oben rechts) Imperial War Museum; (unten links) Imperial War Museum. S. 125 (oben links) Imperial War Museum; (oben rechts) Imperial War Museum; (unten links) Imperial War Museum; (unten rechts) Imperial War Museum. S. 126 (oben links) Imperial War Museum; (oben rechts) Imperial War Museum. S. 127 (oben links) Imperial War Museum; (oben rechts) Imperial War Museum. S. 128 Imperial War Museum. S. 129 Imperial War Museum. S. 130 (oben rechts) National Archives; (unten links) National Archives; (unten rechts) National Archives. S. 131 Imperial War Museum. S. 132 Library of Congress. S. 133 (oben und unten) Milton Cohen Collection. S. 134 Library of Congress. S. 135 Richard Merkin Collection. S. 136 (oben) Library of Congress; (unten) Imperial War Museum. S. 139 (oben und Mitte) Library of Congress; (unten) Les Zeiger Collection. S. 140 (oben und unten) Library of Congress. S. 141 (oben) Library of Congress; (unten) Culver Pictures, Inc. S. 142 (Mitte) Library of Congress. S. 143 (oben und unten) National Archives. S. 146 Herb Friedman Collection. S. 147 (oben und unten) Les

Zeiger Collection; (Mitte) National Archives. S. 148 (oben und unten) Les Zeiger Collection. S. 149 (alle) Les Zeiger Collection. S. 154 (alle) Culver Pictures, Inc. S. 156 (2. Reihe rechts) New York Public Library. S. 158 (oben) Les Zeiger Collection; (Mitte und unten) Museum of Modern Art Stills Library. S. 161 Library of Congress. S. 162 Richard Merkin Collection. S. 163 San Francisco Museum of Comic Art. S. 164 (oben links) National Archives; (oben rechts) National Archives; (unten links) Library of Congress; (unten rechts) Library of Congress. S. 165 Les Zeiger Collection. S. 166 (oben rechts) San Francisco Museum of Comic Art. S. 167 (oben links) San Francisco Museum of Comic Art; (oben rechts) Library of Congress; (unten) © Copyright Esquire Magazine. S. 169 National Archives. S. 171 National Archives. S. 172 (unten links) National Archives. S. 173 (oben links) National Archives; (oben rechts) National Archives; (unten) National Archives. S. 174 (oben rechts) National Archives; (unten links) National Archives; (unten rechts) National Archives. S. 175 (oben links) National Archives; (oben rechts) National Archives; (unten links) National Archives; (unten rechts) National Archives. S. 183 Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire. S. 185 (oben) Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire; (unten) Bibliothèque Nationale de Documentation. S. 186 (2. Reihe links) National Archives; (3. Reihe links) Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire; (3. Reihe rechts) Peter Robbs Collection. S. 190 (unten) Library of Congress. S. 191 (oben und unten) Musée de l'Armée et d'Histoire Militaire. S. 192 (oben links und rechts) Museum of Modern Art Stills Library. S. 195 (oben rechts) Musée des Deux Guerres Mondiales; (unten links und rechts) Musée des Deux Guerres Mondiales. S. 196 (oben links und rechts) Musée des Deux Guerres Mondiales. S. 197 (oben links) Musée des Deux Guerres Mondiales; (oben rechts) Musée des Deux Guerres Mondiales. S. 202 (oben links und rechts) Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire; (unten rechts) Musée de l'Armée et d'Histoire Militaire; (unten links) Library of Congress. S. 203 Musée des Deux Guerres Mondiales. S. 204 (oben links) Musée des Deux Guerres Mondiales; (oben rechts) Library of Congress. S. 205 (oben links) Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire; (oben rechts) Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire. S. 206 (oben links) National Archives; (unten links) National Archives; (unten rechts) National Archives. S. 208 Hoover Institution on War, Peace and Revolution. S. 217 (oben und unten) Library of Congress. S. 219 Library of Congress. S. 220 Library of Congress. S. 221 National Archives. S. 223 National Archives. S. 224 Imperial War Museum. S. 225 Imperial War Museum. S. 226 (oben links) Imperial War Museum; (oben rechts) Library of Congress. S. 227 (oben) Imperial War Museum; (unten links) Imperial War Museum; (unten rechts) Imperial War Museum. S. 229 Imperial War Museum. S. 230 Imperial War Museum. S. 231 Imperial War Museum. S. 232 Library of Congress. S. 233 (oben) Library of Congress; (unten) Library of Congress. S. 234 (oben und unten) Imperial War Museum. S. 235 Library of Congress. S. 238 Victoria and Albert Museum. S. 240 Imperial War Museum. S. 243 (oben) Library of Congress. S. 244 (oben rechts) Imperial War Museum. S. 249 (oben) Library of Congress; (unten) Library of Congress. S. 250 (oben und unten) Museum of Modern Art Stills Library. S. 251 (oben und unten) Museum of Modern Art Stills Library. S. 262 (oben) Wide World Photos, Inc. S. 263 (unten) Wide World Photos, Inc. S. 264 (unten) Wide World Photos, Inc. S. 266 (oben rechts) Library of Congress. S. 267 (oben links) Hoover Institution on War, Revolution and Peace; (oben rechts) Library of Congress. S. 268 (oben links) Library of Congress; (oben rechts) Library of Congress; (unten links) Library of Congress. S. 269 Library of Congress. S. 270 (oben und unten) Hoover Institution on War, Revolution and Peace. S. 271 Library of Congress. S. 274 National Archives. S. 275 National Archives. S. 276 Library of Congress. S. 278 (oben links) Musée des Deux Guerres Mondiales; (oben rechts) Library of Congress. S. 279 (oben links) Musée des Deux Guerres Mondiales; (oben rechts) Library of Congress. S. 279 (oben links) Library of Congress; (unten) Library of Congress. S. 280 Library of Congress.