

Theodor Venus

# Massenmedien und „Volksgemeinschaft“ – zur Rolle der Medien in Kriegszeiten und in totalitären Systemen im 20.Jh.

Aufschwung und wachsende Verbreitung von Massenmedien im Verlauf des 19. Jahrhunderts erforderten eine vollkommene Neukonzeption staatlicher Medienpolitik, die, etwas vereinfacht, als ein Übergang von negativer, d.h. repressiver, zu aktiver, d.h. positiv gestaltender Medienpolitik charakterisiert werden könnte.

Stellte die Forderung nach Öffentlichkeit bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts noch eine klassische Forderung im Konzept des Liberalismus dar und musste der freie Zugang zu Informationen, wie z.B. über die Sitzungen der Volksvertretung, den Verhandlungen der Gerichte, den Beratungen der Kabinette, erst mühsam erkämpft werden – ein Kampf, der z.T. erst im Laufe des 20. Jahrhunderts zum Erfolg führte –, so entwickelten Regierungen und andere staatliche Organe erst langsam ein neues Verhältnis zur Öffentlichkeit.

Die ersten Politikbereiche, in denen die Exekutive die „Mitarbeit“ der Presse oder einzelner Journalisten im Interesse der Staatsraison als erwünscht betrachteten, waren die Außenpolitik und militärische Konflikte. Die Zulassung ausgewählter, als vertraulich eingestufte Berichtersteller, bei militärischen Feldzügen, wie im Konflikt Österreichs mit Preußen im Jahre 1866 waren erste Anzeichen für diese Wende. Bereits vorher war die Gründung einer staatlichen Nachrichtenagentur erfolgt, des „Telegraphen-Korrespondenz-Büros“. Um dieselbe Zeit erfolgte die Gründung des „literarischen Büros“ im Wiener Außenministerium zur gezielten Beeinflussung der ausländischen Presse und deren Wiener Vertreter.

Eine ähnliche Chronologie auf dem Gebiet staatlicher Medieninstitutionen lässt sich etwa gleichzeitig in praktisch allen europäischen Staaten feststellen. Die Analyse der während des Ersten Weltkrieges insbesondere von den Mittelmächten praktizierten Medien- und Nachrichtenpolitik zeigt ein ausgeprägtes Doppelgesicht staatlichen Medienverständnisses: eine umfassende Zensurpraxis, die alles zu unterdrücken versucht, was die militärischen und politischen Kriegsziele gefährden könnte, geht erstmals in der Geschichte staatlicher Medienaktivität einher mit einem umfassend angelegten Versuch, Patriotismus und Durchhaltebereitschaft in der fiktiven „Volksgemeinschaft“ mittels einer bisher nie gekannten propagandistischen Offensive unter Einsatz aller zu diesem Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Medien (einschließlich Radio, Film und Plakat) zu erzeugen; symptomatisch ist die von Wilhelm II. zu Beginn des Krieges ausgegebene Losung „Ich kenne nur Deutsche !“

Von nahezu allen Seiten wird die umfangreiche Kriegspropaganda während dieses Krieges als bedeutendes Element für den Ausgang des Waffengangs angesehen. Eine Welle von wertender semiwissenschaftlicher Literatur darüber nach Kriegsende war die Folge. Es ist kein Zufall, dass im Schoße autoritärer, rechtsextremer Bewegungen, wie des italienischen Faschismus und der rasch wachsenden NSDAP dem Faktor Propaganda ein besonderes Gewicht bei der Zuweisung der Kriegsschuld beigemessen wurde. Ferner entsprach es dem aktivistischen Charakter beider Bewegungen, die daraus zu ziehenden „Lehren“ auf ihr eigenes Propagandakonzept anzuwenden, wobei Adolf Hitler manche seine in „Mein Kampf“ geäußerten

Ansichten auch zum Dogma für künftige propagandistische Aktivitäten des späteren NS-Regimes machte.

Ebenso wie Hitlers hat auch das Propagandakzept von Lenin, das intentional jedoch den erzieherisch-bildnerischen Faktor stärker in den Vordergrund rückte als das nationalsozialistische der mobilisierenden Rolle der Propaganda für den Staatsaufbau eine große Bedeutung beigemessen. Die Unterschiede in beiden Propagandakonzeptionen liegen u.a. darin, dass das bolschewistische Konzept zumindest bis 1938 eine eher internationalistische und defensive Stoßrichtung, das der NSDAP hingegen eine klare nationalistische, rassistische, aggressive und expansionistische Stoßrichtung hatte.

Beide Bewegungen versuchten, mittels Entfaltung einer umfangreichen, mehrdimensionalen Propagandastrategie das jeweilige politische bzw. Gesellschaftsmodell zu exportieren, wobei bis Ende der zwanziger Jahre die bolschewistischen Parteien, danach jedoch die autoritär-faschistischen Parteien größere Erfolge verzeichnen konnten.

Durch Inanspruchnahme und maximale Nutzung sämtlicher traditioneller wie auch moderner Kommunikationsmittel gelang dem Dritten Reich in den Jahren 1938-1945 eine bisher nicht für möglich gehaltene Mobilisierung des deutschen Volkes nach innen, um diese im Interesse einer aggressiven auswärtigen Politik nutzbar zu machen. Die demokratischen Regierungen, in ihrem Bestreben, der nationalsozialistischen Propaganda aufklärerisch entgegen zu wirken, konnten erst allmählich in dem Maße Erfolge erzielen, wie der aggressive Charakter der Politik Hitlers die propagierten „friedlichen“ Ziele ad absurdum führte.