

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Propaganda und Inszenierung im Nationalsozialismus

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



Nationalsozialismus und Zweiter Weltkrieg

Propaganda und Inszenierung im Nationalsozialismus

Nach einer Idee von Anne Ziemons



© Süddeutsche Zeitung Photo

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

Propaganda und Inszenierung im Nationalsozialismus

Nach einer Idee von Anne Ziemons

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

Die Schülerinnen und Schüler lernen:

Anhand verschiedener Text- und Bildquellen vollziehen die Schülerinnen und Schüler die Prinzipien der NS-Propaganda nach und erläutern diese (Sach- und Methodenkompetenz). Sie analysieren und deuten ihre Sprache und Stilmittel (Methodenkompetenz). Außerdem lernen sie, Strategien der Manipulation und Indoktrination durch Propaganda kritisch zu reflektieren (Reflexionskompetenz). Die Lernenden sind aufgefordert, Bezüge zwischen der NS-Propaganda und den heutigen Phänomenen wie Fake News, Populismus und den Sozialen Medien herzustellen und zu beurteilen (Orientierungskompetenz).

Überblick:

Legende der Abkürzungen:

BA Bildanalyse **IR** Internetrecherche **QA** Quellenanalyse

TA Textarbeit

Thema	Material	Methode
Das Wesen der Propaganda	M1–M2	QA
Wahlplakate und Reden im Nationalsozialismus	M3–M4	BA, QA
Sprache und Massenmedien in der NS-Propaganda	M8–M11	BA, IR, QA
Klausurvorschlag	M12	QA

Fachwissenschaftliche Hinweise

Ziele der NS-Propaganda

Bereits in Hitlers *Mein Kampf* wird ersichtlich, welche Bedeutung er der Propaganda beimisst. Nicht sachliche Argumentation, sondern der Appell an Emotionen stand im Vordergrund. Dabei konzentrierte man sich im Nationalsozialismus von Beginn an auf eingängige Schlagworte und prägnante Losungen. Diese wurden stetig wiederholt mit dem Ziel, Ängste in der Bevölkerung zu schüren, das Vertrauen in die noch junge Demokratie der Weimarer Republik sukzessive zu untergraben und der nationalsozialistischen Weltanschauung zum Durchbruch zu verhelfen. Propaganda diente dem Nationalsozialismus in der Phase der Machtergreifung als Mittel der Herrschaftssicherung durch Massenbeeinflussung und Indoktrination.

Die „Psychologie der Massen“

Die in Hitlers *Mein Kampf* schon früh formulierten Ideen der Massenbeeinflussung entsprachen zum Teil der zeitgenössischen Theorie der Massenpsychologie von Gustave Le Bon. Hitler machte sie politisch-ideologisch nutzbar.

28-jährig beobachtete der Arzt Gustave Le Bon im Jahr 1870, wie Soldaten nicht aus Pflichtgefühl, sondern mit einer ihm unverständlichen Begeisterung in den Krieg zogen, sich von der Masse mitreißen ließen, und starben für Ideen, die nicht die ihren waren. 25 Jahre später schrieb er seine Überlegungen in seiner Abhandlung über die *Psychologie der Massen* nieder. Darin entfaltet er den Gedanken, dass Menschen, die sich als Teil einer Masse begreifen, anders agieren, als Individuen es täten. Denn die Masse, so Le Bon, orientiert sich nicht an der Ratio. Ihr Handeln ist vom Unbewussten bestimmt, dominiert von Triebkräften und Emotionen. Sie trifft keine intelligenten Entscheidungen. Der Bildungsgrad der Beteiligten ist deshalb unerheblich. Denn als Teil der Masse gibt die oder der Einzelne seine Persönlichkeit und individuellen Überzeugungen weitgehend auf. Die Person wähnt sich mächtiger als zuvor, weil sie sich als Teil einer Bewegung begreift, die über sie hinausgeht. Sie agiert enthemmt und begeht Verbrechen, zu denen sie als Einzelne nicht fähig gewesen wäre. Die Masse ist auf einen Führer fixiert. Sie ist leicht zu beeinflussen, steht gleichsam unter Hypnose.

Die Instrumente der Macht

Das am 13. März 1933 gegründete „Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda“ unter der Leitung von Joseph Goebbels schuf auf institutioneller Ebene den Rahmen für die weltanschauliche Beeinflussung des deutschen Volkes und die Voraussetzungen für die vollkommene Kontrolle der öffentlichen Meinung. Das Ministerium

kontrollierte die Informationspolitik, das Kulturleben und die Unterhaltungsindustrie, überwachte die Nachrichtenbüros hinsichtlich ihrer politischen Konformität, gab verbindliche Sprachregelungen vor und veranstaltete eine tägliche „Reichspressekonferenz“, auf welcher die politischen Leitlinien dargestellt wurden. Ziel war die Durchdringung aller Lebensbereiche, die „geistige Mobilmachung“, die alle Volksgenossinnen und Volksgenossen geschlossen hinter dem Führer versammeln sollte.

Drei Funktionen nationalsozialistischer Propaganda werden unterschieden:

1. Die nationalsozialistische Partei warb für die Vorzüge der eigenen politisch-ideologischen Position mit dem Ziel, Anhängerinnen und Anhänger zu gewinnen. Dabei nutzte die NSDAP bereits für ihren Aufstieg neue Werbemedien zur Mobilisierung der Bevölkerung: wirkungsvoll inszenierte Großkundgebungen, spektakuläre Flugreisen Hitlers und aufwändig gestaltete Plakate.
2. Verunglimpfung konkurrierender Positionen: Personen, Parteien und Weltanschauungen, die den Überzeugungen des Nationalsozialismus widersprachen, wurden nach der Machtübernahme 1933 in den Massenmedien Rundfunk und Film gezielt verleumdet und diffamiert.
3. Die „kulturelle Gleichschaltung“ verfolgte das Ziel der Ausschaltung jedweder Gegenöffentlichkeit in allen Bereichen des öffentlichen und privaten Lebens mithilfe aller nur denkbaren Medien und Äußerungsmöglichkeiten (Schulbuch, Presse, Plakate, Massenaufmärsche, Massenmedien).

Form und Sprache der NS-Propaganda

Der Nationalsozialismus setzte in seiner Propaganda auf das gesprochene Wort, visuell-eindrückliche Erlebnisse und symbolhaltige Masseninszenierungen. Feierlich und pompös wurden Rituale inszeniert. Der Führer erschien allgegenwärtig. Der nationalsozialistische Feiertagszyklus konkurrierte mit dem christlichen. Ritualisierte Propagandahandlungen (Hitlergruß, Fahnenappelle, Fackelumzüge) festigten die Verbindung von „Führer“ und „Volksgemeinschaft“.

Im Mittelpunkt aller propagandistischen Inszenierungen stand die Person Hitlers selbst, dessen Ausstrahlung und rhetorische Suggestivkraft auch seine Gegner nicht bestritten. Mythisch überhöht als Heilsbringer, gleichsam omnipräsent, war er eingebettet in ein sorgsam inszeniertes Gesamterlebnis aus Aufmärschen und Fackelzügen. Der früh begründete Führerkult war eine der zentralen Triebkräfte der NS-Bewegung: Mit seiner Rede an das deutsche Volk am 10. Februar 1933 eröffnete Adolf Hitler im Berliner Sportpalast den Wahlkampf zu den Reichstagswahlen am 5. März 1933. Diesem Aufruf kam besondere Bedeutung zu, denn er war beispielhaft für die Propagandastrategie der Nationalsozialistinnen und Nationalsozialisten in der Phase der Machtübernahme. Alle Reden, die Hitler im Wahlkampf des „fünften Deutschlandfluges“ zwischen dem 15. Fe-

bruar und dem 4. März 1933 in Stuttgart, Dortmund, Köln, Frankfurt a. M., München, Nürnberg, Leipzig, Breslau, Berlin, Hamburg und Königsberg hielt, folgten der Dramaturgie seiner Rede vom 10. Februar 1933.

Stunden vor Beginn wurde das Publikum eingelassen. Zu seiner Unterhaltung spielten mehrere Kapellen. Eine halbe Stunde vor Eintreffen Hitlers gab der Reichspropagandaleiter Goebbels einen „Tatsachen- und Stimmungsbericht“ für die angeschlossenen Rundfunksender, währenddessen zahlreiche Fahnenabordnungen unter Marschmusik in die Halle einmarschierten. Dann sang das Publikum die Nationalhymne, bevor Hitler mit einer einkalkulierten Verspätung eintraf und seine halbstündige Rede hielt.

Zusätzlich zur Übertragung im Rundfunk wurde die Sportpalastrede an zehn öffentlichen Plätzen in Berlin über Lautsprecher übertragen. Allein dort erreichte sie eine halbe Million Menschen. Die Veranstaltung im Berliner Sportpalast wurde von verschiedenen Wochen-schaufirmen gefilmt und das Material in den letzten zehn Tagen vor der Wahl als Propagandamittel eingesetzt.

Der durch die NS-Propaganda gelenkte Sprachgebrauch war bewusst einfach gestaltet. Ziel war es, alle zu erreichen. Kurze, parataktische Sätze und schematische Begriffe stellten ein leichtes Verständnis sicher. Ideologische Gegensatzpaare wie „Arier“ und „Juden“ wurden ständig wiederholt mit der Intention, Freund-Feind-Denken in der Bevölkerung zu verfestigen. Später war es das Ziel, Nachrichten über Kriegsverluste von den Menschen fernzuhalten bzw. die grausamen Verbrechen während des Zweiten Weltkrieges durch Euphemismen wie „Endlösung“ zu verharmlosen.

© RAABE 2022

Didaktisch-methodische Hinweise

Im Rahmen des Themenfeldes „Diktaturen im 20. Jahrhundert als Gegenentwürfe zur parlamentarischen Demokratie“ (Bildungsplan Baden-Württemberg) erörtern die Lernenden obligatorisch Mittel der Machtübernahme, der Herrschaftspraxis und der Ideologie des Nationalsozialismus. Sie setzen sich mit der NS-Diktatur auseinander und begreifen Propaganda als ein prägendes Element dieser Zeit.

Natürlich geeignet „Propaganda“ den Schülerinnen und Schülern auch heute, wenn auch in anderer Form. Heute kommt vor allem den Sozialen Medien eine entscheidende Rolle zu. Ein Vergleich, wie jeweils die Massenmedien genutzt wurden und werden, um Meinungen und Diskurse bewusst zu manipulieren, bietet sich an.

Ziel dieser Reihe ist es, einen Einblick in die vielfältigen Formen und Stilmittel der NS-Propaganda zu geben.

Der erste Teil der vorliegenden Unterrichtsmaterialien (M1–M2) erfüllt zwei Funktionen. Zum einen dient er der Erarbeitung des Begriffs „Propaganda“. Zum anderen gibt er ei-

nen ersten Einblick in die Bedeutung der Propaganda innerhalb der NS-Weltanschauung. Diese wird anhand eines Auszuges aus Hitlers *Mein Kampf* (M2) erarbeitet. Die Mindmap (M1) dient zur Wiederholung von Vorwissen. Um die Bedeutung der Propaganda für Hitlers Weltanschauung erarbeiten zu können, sollten Grundzüge der NS-Ideologie im Vorfeld der Einheit bereits thematisiert worden sein. Die in der Quelle von M2 von Hitler getätigten Aussagen zum Wesen der Propaganda werden im weiteren Verlauf der Unterrichtssequenz mit den verschiedenen Beispielen der NS-Propaganda abgeglichen. Deutlich wird, wie konsequent Hitler und das NS-Regime die bereits früh gefassten Prinzipien und Zielsetzungen auf allen Ebenen umsetzten.

Im zweiten Teil (M3–M4) werden die Schülerinnen und Schüler mit einem wirksamen Propagandamittel der NSDAP in der Phase der Machtergreifung vertraut gemacht: dem politischen Plakat sowie der Analyse von Propagandastrategien in dieser Phase. Exemplarisch dient Hitlers Rede im Berliner Sportpalast 1933. Im März 1932 fanden die Wahlen für das Amt des Reichspräsidenten statt. Im Juli und im November kam es zu Neuwahlen des Reichstages. Die NSDAP wurde im Zuge dieser Wahlen zur stärksten Kraft im Deutschen Reich. Das ermöglichte ihr im Januar 1933 die Machtübernahme. Die Wahlplakate (M3) können auch arbeitsteilig erarbeitet werden. Die wirtschaftlichen und politischen Umstände 1932/1933 (Arbeitslosigkeit in Folge der Weltwirtschaftskrise, Präsidentschaftsregierungen, Parteiensystem, Ernennung Hitlers zum Reichkanzler sowie die Verordnungen des Reichspräsidenten „Zum Schutz des deutschen Volkes“ und „Zum Schutz von Volk und Staat“) sollten den Lernenden bekannt sein. Ist Zeit, kann gemeinsam mit den Lernenden eine Tonaufnahme der Rede angehört oder angeschaut werden.

Im folgenden Abschnitt (M5–M7) geht es um verschiedene Formen der NS-Propaganda: um das Reichspropagandaministerium, die Inszenierung von Reichsparteitagen und Plakate. Im Fokus von M5 steht die Auseinandersetzung mit dem im März 1933 neu gegründeten Propagandaministerium, dessen Aufgabe die staatliche Lenkung, Kontrolle und inhaltliche Ausrichtung von Presse, Literatur, Kunst, Film, Theater, Musik und Rundfunk war. Bereits der Name des Ministeriums verdeutlicht die Verharmlosung des tatsächlich Intendierten. Im Blickpunkt stand die „geistige Mobilmachung“. Erarbeitet wird dies anhand eines Textes von Joseph Goebbels. Deutlich herausgearbeitet werden sollte im Zuge der Textarbeit vor allem die Doppelfunktion des neu gegründeten Ministeriums: Neben der Aufklärung über Ziele der aktuellen Regierungspolitik, sollte aktiv Propaganda betrieben werden, um die Bevölkerung für sich zu gewinnen und zu radikalisieren. Manipulation und Zensur wurden hier in einer Institution zusammengeführt. Die Kontrolle des gesamten Kulturbereiches lag konzentriert in einer Hand. Ist die Chronologie der Ereignisse des Jahres 1933 nicht bekannt, sollte diese in Vorbereitung im Plenum erarbeitet oder wiederholt werden.

M6 setzt sich mit der Inszenierung des Reichsparteitages 1934 und der Analyse von Standfotos aus dem Parteitagfilm *Triumph des Willens* unter der Regie Leni Riefenstahls auseinander. Die Schülerinnen und Schüler erschließen sich einen weiteren Bereich propagandistischer Inszenierung der NS-Herrschaft: das Massenevent. Deutlich wird, dass die bis ins Detail geplanten Reichsparteitage einen Höhenpunkt nationalsozialistischer Selbstinszenierung und Festkultur darstellten. Zentrale Ereignisse des Jahres 1934 sollten bekannt sein: die Entmachtung der SA (30.06.1934), der Tod des Reichspräsidenten (02.08.1934) und die Volksabstimmung vom 19.08.1934. Nur dann können die Lernenden einordnen, wie mithilfe des Films die Herrschaftssicherung der NSDAP gefestigt werden sollte. Ein Gefühl von Zugehörigkeitsgefühl zu schaffen war eine weitere Strategie der NS-Propaganda. Dabei kam Plakaten (M7) eine zentrale Bedeutung zu.

Im letzten Teil (M8–M11) werden Sprache und Kommunikation im Nationalsozialismus unter die Lupe genommen. Zunächst erarbeiten sich die Lernenden einen Grundlagentext (M8) zu Sprache und Begrifflichkeiten in der NS-Zeit. Das Material kann auch zur Vorbereitung als Hausaufgabe bearbeitet werden.

Spätestens nach der Machtübernahme Hitlers wurde das Massenmedium Rundfunk zum zentralen Instrument nationalsozialistischer Propaganda. Das Programm kontrollierte Propaganda-Chef Joseph Goebbels persönlich. Die Jugendlichen analysieren zwei Quellentexte (M9) und arbeiten die wichtigsten Punkte heraus. Die Bedeutung von Massenmedien in einem totalitären Staat wird den Schülerinnen und Schülern noch einmal anhand von M10 deutlich. Sie beurteilen eine Aussage von Albert Speer und diskutieren die Rolle von Massenmedien in Demokratien und Diktaturen heute. Das Material bietet zahlreiche Anknüpfungspunkte für Diskussionen. Es kann auch arbeitsteilig mit M11 behandelt werden. Im Anschluss setzen sich die Lernenden mit der Wirkweise von Propaganda in der heutigen Zeit auseinander (M11). Der erste Text gibt der Lerngruppe Impulse, abschließend grundsätzlich über Erfolge und Schwächen der NS-Propagandamaschinerie zu reflektieren. Wendt verdeutlicht, dass es der NS-Propaganda entgegen der eigenen Darstellung nur begrenzt gelang, die Menschen zu überzeugen und deren Weltbild neu zu formen. Es gab Nischen im Alltag, in welche die Propaganda nicht reichte. Der zweite Textauszug ermöglicht, einen Gegenwartsbezug herzustellen bezüglich der Frage nach der Funktionsweise von Propaganda heute, indem er dezidiert auf die den Lernenden vertrauten Sozialen Medien und deren Einfluss eingeht. Sind wir Hasskommentaren und Falschmeldungen, Verschwörungstheoretikern und Social Bots hilflos ausgeliefert? Nicht ganz, meint Daniel Dettling. An der Prämisse, dass der Mensch frei sei, hält er fest. Er muss sich der drohenden postfaktischen Renaissance einer Gesellschaft des Nichtwissenswollens jedoch aktiv und bewusst entgegenstellen.

Literatur und Medien

- ▶ Breßler, Eva Susanne: Von der Experimentierbühne zum Propagandainstrument: Die Geschichte der Funkausstellung von 1924 bis 1939. Böhlau Verlag. Köln 2009.
Welche Rolle spielte die Funkausstellung in der Entwicklung des deutschen Rundfunks zwischen 1924 und 1939? Eva Susanne Breßler untersucht die Bedeutung der Ausstellung als technische Experimentierbühne in den Anfangsjahren von Hörfunk und Fernsehen und widmet sich der Instrumentalisierung der Veranstaltung in der NS-Zeit.
- ▶ Echternkamp, Jörg: Das Dritte Reich: Diktatur, Volksgemeinschaft, Krieg (Oldenbourg Grundriss der Geschichte Bd. 45). De Gruyter. Berlin/Boston 2018.
Dieser Band gibt einen fachlich fundierten Überblick über die Epoche, fasst den aktuellen Stand der Forschung zusammen und bietet eine ausführliche Bibliografie.
- ▶ Liebeswar, Claudia: Massenpsychologische Beeinflussung. Schwerpunkt: Propaganda im Dritten Reich. Grin Publishing. München 2010.
Diese Forschungsarbeit gibt einen kritischen Einblick in die Möglichkeiten der subtilen Beeinflussung durch gezielte Werbung und Propaganda. In den Blick genommen werden historische, psychologische und politische Aspekte der Werbung durch die NSDAP.
- ▶ Sennebogen, Waltraud: Die Gleichschaltung der Wörter. Sprache im Nationalsozialismus. In: Das „Dritte Reich“. Eine Einführung. Hrsg. v. Dietmar Süß und Winfried Süß. Pantheon Verlag. München 2008. S. 170–173.
Dieser Band bietet nicht nur einen kompetenten Überblick über alle wichtigen und bislang vernachlässigten Fragen zum „Dritten Reich“, er ermöglicht auch interessante Einblicke in neue Forschungserkenntnisse und aktuelle Debatten.
- ▶ Wendt, Bernd Jürgen: Das nationalsozialistische Deutschland. Beiträge zur Politik und Zeitgeschichte. Berlin. Landeszentrale für politische Bildungsarbeit Berlin. Berlin 1999.
Diese Überblicksdarstellung ist knapp gefasst und themenorientiert. Zugleich werden Forschungskontroversen angesprochen. Politische, ideologische, gesellschaftliche, wirtschaftliche und militärische Teilaspekte fügen sich zu einem Gesamtbild.

Internetadressen

- ▶ <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/krieg-in-den-medien/130697/was-ist-propaganda/>
Was ist Propaganda? Und in welchen Formen tritt sie auf? Charakteristika und aktuelle Erscheinungsformen fast dieser Artikel der Bundeszentrale fachlich fundiert zusammen.

- ▶ <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/ns-regime/innenpolitik/propaganda/>
Schon während der Weimarer Republik nutzte die NSDAP alle ihr zur Verfügung stehenden propagandistischen Mittel für ihren Aufstieg. Wie sich der Führerkult etablierte und die Volksgemeinschaft beschworen wurde, erläutert diese Seite des lebendigen Museums online.
- ▶ <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/die-neue-aura-der-propaganda/>
Über die Zukunft der politischen Kommunikation jenseits von Personalisierung, Profiling und Populismus berichtet diese Seite.

[Alle Links zuletzt abgerufen am 29.09.2022]

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Propaganda und Inszenierung im Nationalsozialismus

Das komplette Material finden Sie hier:

School-Scout.de

