

Frank Bösch

Medien im Nationalsozialismus: Transnationale
Perspektiven

<http://dx.doi.org/10.14765/zzf.dok.1.687>

Reprint von:

Frank Bösch, Medien im Nationalsozialismus: Transnationale Perspektiven,
in: Geschichte in Wissenschaft und Unterricht 62,9/10, 2011, S. 517-529

Copyright der digitalen Neuausgabe (c) 2017 Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam e.V. (ZZF) und Autor, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk wurde vom Autor für den Download vom Dokumentenserver des ZZF freigegeben und darf nur vervielfältigt und erneut veröffentlicht werden, wenn die Einwilligung der o.g. Rechteinhaber vorliegt. Bitte kontaktieren Sie: <redaktion@zeitgeschichte-digital.de>

Zitationshinweis:

Frank Bösch (2011), Medien im Nationalsozialismus: Transnationale Perspektiven,
Dokserver des Zentrums für Zeithistorische Forschung Potsdam,
<http://dx.doi.org/10.14765/zf.dok.1.687>

Ursprünglich erschienen als: Frank Bösch, Medien im Nationalsozialismus:
Transnationale Perspektiven, in: Geschichte in Wissenschaft und Unterricht 62.9/10,
2011, S. 517-529

Frank Bösch

Medien im Nationalsozialismus: transnationale Perspektiven

In der Geschichtswissenschaft wurde in den letzten Jahren häufiger für eine transnationale Perspektive geworben. Diese soll die bislang eher national orientierte Geschichtsschreibung erweitern, indem Interaktionen, wechselseitige Wahrnehmungen und Transfers zwischen Ländern und Kulturen berücksichtigt werden.¹ Bislang sind entsprechend konzipierte Studien jedoch noch rar, wenngleich viele Projekte in Arbeit sind. Zudem fällt eine gewisse Schwerpunktbildung auf: Epochal konzentrieren sie sich meist auf das ausgehende 19. Jahrhundert und die 1960/70er Jahre, thematisch auf einzelne Themen wie den Kolonialismus, die Migration, Wirtschaft, Wissenschaft oder soziale Netzwerke.² Damit blieben viele klassische Bereiche der Zeitgeschichtsforschung eher ausgespart – wie der Nationalsozialismus.³ Auch die Debatte um die angebliche „Modernität“ des Nationalsozialismus Anfang der 1990er Jahre hatte kaum zu Studien geführt, die das „Dritte Reich“ grenzübergreifend analysierten.⁴

Ein thematischer Zugang, der bei transnationalen Studien zudem bislang kaum untersucht wurde, ist die Geschichte der Medien. Wenn Historiker die Bedeutung von Medien berücksichtigten, dann geschah dies meist aus einem nationalen Blickwinkel, wie auch in der Medien- und Kommunikationswissenschaft lange üblich.⁵ Dies erstaunt, da Medien bereits lange vor dem Internet entscheidend zu Verflechtungen im Sinne einer „shared history“ beitrugen. Dies gilt etwa für den Buchdruck im 16. Jahrhundert ebenso wie für die Zeitungs- und Zeitschriftenkultur der Aufklärung und die Globalisierungsschübe, die neue elektronische Medien wie Telegrafie, Film, Radio und Fernsehen seit dem späten 19. Jahrhundert förderten. Methodisch erschöpft sich die Mediengeschichte dabei für Historiker nicht in der Geschichte der Medien selbst, sondern zielt vor allem auf ihre jeweilige politische, soziale und kulturelle Bedeutung ab.⁶

1 Vgl. etwa: *Kiran Klaus Patel*: Überlegungen zu einer transnationalen Geschichte. In: Zeitschrift für Geschichtswissenschaft 52, 2004, S. 626–645; *Gunilla Budde/Sebastian Conrad/Oliver Janz* (Hrsg.): Transnationale Geschichte: Themen, Tendenzen und Theorien. Göttingen 2006.

2 Vgl. exemplarisch: *Sebastian Conrad/Jürgen Osterhammel* (Hrsg.): Das Kaiserreich transnational. Deutschland in der Welt 1871–1914. Göttingen 2004.

3 Vgl. zu Ausnahmen, auch das Plädoyer von: *Kiran Klaus Patel*: In Search for a Second Historicization. National Socialism in a Transnational Perspective. In: *Konrad H. Jarausch/Thomas Lindenberger* (Hrsg.): *Conflicted Memories. Europeanizing Contemporary History*. New York 2007, S. 96–116.

4 Vgl. *Ricardo Baroja*: Die Ambivalenz der Moderne im Nationalsozialismus. Eine Bilanz der Forschung. München 2003.

5 Eine Ausnahme bildet besonders die Geschichte der Telegrafie; vgl. das Themenheft zur „Global Communication“ von: *Historical Social Research* 35, 2010, H. 1.

6 Vgl. zum Ansatz und zur Medienentwicklung ausführlicher: *Frank Bösch*: Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen. Frankfurt/M. 2011. Zu den laufenden Projekten, die damit in
Copyright (c) Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam e.V. und Autor

Insofern versteht sich der Artikel als ein Plädoyer, sowohl die Geschichte des Nationalsozialismus transnational einzubetten als auch bei den transnationalen Zugängen mediale Grundierungen zu berücksichtigen. Im Vordergrund steht hier zwar primär die deutsche Entwicklung, jedoch wird gefragt, welche Rolle grenzübergreifende Wahrnehmungen für den Nationalsozialismus hatten. Der Beitrag zeigt dabei exemplarisch drei Zugangsweisen für transnationale medienhistorische Arbeiten auf: Er fragt erstens nach möglichen Vorbildern und Interaktionen bei der Ausgestaltung der NS-Medienpolitik und betrachtet dabei besonders Bezüge zum faschistischen Italien; zweitens analysiert er die direkte grenzübergreifende mediale Kommunikation, die sich als ein Teil der Außenpolitik verstehen lässt; und drittens versucht er eine Einbettung des Nationalsozialismus in Entwicklungslinien der Moderne, wobei neben dem Transfer auch Vergleichsaspekte eine Rolle spielen. Ausgespart wird dabei bewusst der etablierte Zugang, die Darstellung des Auslandes in Medien zu untersuchen.⁷

Zur Rolle der Medien im Dritten Reich liegen bereits zahlreiche Studien vor. Da der Nationalsozialismus lange Zeit mit der Verführungskraft seiner Propaganda erklärt wurde, fand diese relativ früh größere Aufmerksamkeit. Markante Inszenierungen, wie der „Tag von Potsdam“ oder Goebbels' Sportpalastrede, wurden bereits vielfältig kritisch analysiert, ebenso einzelne Medien wie das Radio, Spielfilme und Wochenschauen sowie die Arbeit des Propagandaministers.⁸ Die Manipulation „der Massen“ war freilich zugleich eine durch die Massenbilder der Propaganda geschaffene Vorstellung. Neuere Forschungen machten die Grenzen der scheinbar perfekten Propaganda deutlich, ihre Unkoordiniertheit und die Politik des Unpolitischen.⁹ Ebenso wurde dafür plädiert, den Begriff Propaganda nicht mehr als analytischen Terminus zu verwenden, da er als Quellenbegriff eine einseitige Beeinflussung suggeriere und damit kommunikative Interaktionen „von unten“ überdecke, wengleich er immer einen Rezipientenbezug hat.¹⁰ Zudem wurde die Selbstanpassung der bürgerlichen Medien herausgestellt und der Widerstand von Blättern wie der „Frankfurter Zeitung“ kontrovers diskutiert.¹¹

Insgesamt blieb diese Forschung jedoch, bis auf ganz wenige Spezialstudien, vornehmlich auf Deutschland fokussiert.¹² Grenzübergreifende Werke zur Mediengeschichte des 20. Jahr-

Verbindung stehen, zählt auch das Gießener DFG-Graduiertenkolleg „Transnationale Medienereignisse. Von der Frühen Neuzeit bis zur Gegenwart“.

7 Hierzu liegen bereits Arbeiten vor; vgl. für den NS besonders weitgehend und gelungen: *Philipp Gassert*: Amerika im Dritten Reich: Ideologie, Propaganda und Volksmeinung 1933–1945. Stuttgart 1997.

8 Als jüngsten Forschungsüberblick vgl. *Daniel Mühlentfeld*: Was heißt und zu welchem Ende studiert man NS-Propaganda? Neuere Forschungen zur Geschichte von Medien, Kommunikation und Kultur während des „Dritten Reiches“. In: *Archiv für Sozialgeschichte* 49, 2009, S. 527–559. Als grundlegende Quellenedition: *Bernd Sösemann*: Propaganda. Medien und Öffentlichkeit in der NS-Diktatur. Stuttgart 2011.

9 Als neuen Überblick vgl. *Clemens Zimmermann*: Medien im Nationalsozialismus, Deutschland 1933–1945, Italien 1922–1943, Spanien 1936–1951. Wien 2007. Den begrenzten Erfolg von Goebbels sah jüngst: *Peter Longerich*: Joseph Goebbels. Biographie. Berlin 2010, S. 15. Sozialgeschichtlich zu den Erfolgen und Grenzen: *Corey Ross*: Media and the Making of Modern Germany, Mass Communications, Society, and Politics from the Empire to the Third Reich. Oxford 2008, S. 263–379.

10 *Mühlentfeld*: Was heißt (Anm. 8), S. 528. Bernd Sösemann sieht dagegen gerade wegen der Adressatenbezogenheit den Begriff „Propaganda“ als sinnvoll an, da er das Publikum mit einschließt; *ders.*: Propaganda (Anm. 8), S. XLI. Als Beispiel für Interaktionen im Kino: *Gerhard Stahr*: Volksgemeinschaft vor der Leinwand. Der nationalsozialistische Film und sein Publikum. Berlin 2001.

11 Vgl. etwa *Christoph Studt* (Hrsg.): „Diener des Staates“ oder „Widerstand zwischen den Zeilen“? Die Rolle der Presse im Dritten Reich. Berlin/Münster 2007.

12 So auch der jüngste Band: *Bernd Heidenreich/Sönke Neitzel* (Hrsg.): Medien im Nationalsozialismus. Paderborn 2010; als systematischen Überblick: *Norbert Frei/Johannes Schmitz*: Journalismus im Dritten Reich. München 1999.

hundreds sparten dagegen gerade die 1930/40er Jahre aus.¹³ Eine wichtige Ausnahme bildet ein neuer Überblicksband von Clemens Zimmermann, der zwar vornehmlich die Medien im Nationalsozialismus behandelt, aber zugleich in kürzeren Kapiteln vergleichend die Entwicklung in Italien und Spanien, und als Bilanz für Deutschland den „dynamischen und gleichmäßigsten“ Modernisierungsprozess feststellt.¹⁴ Aufbauend auf diesen vergleichenden Ansatz wäre nun zu fragen, welche Bedeutung die Wahrnehmung des Auslands für die deutsche Medienentwicklung hatte. Statt eines Vergleichs wird hier also eher nach grenzübergreifenden Verflechtungen gefragt.

1. Der Aufbau der Medienlenkung im Nationalsozialismus und italienischen Faschismus

Bereits die frühen Schriften der NSDAP-Führung wiesen zahlreiche vergleichende und lernende Blicke auf das Ausland auf. So eröffnete Hitler in „Mein Kampf“ das Kapitel zur Propaganda damit, dass er im Ersten Weltkrieg die Propaganda der Kriegsgegner genau studiert habe, die der deutschen vielfach überlegen gewesen sei. „An dieser feindlichen Kriegspropaganda habe auch ich unendlich gelernt“, bilanzierte Hitler, während die deutsche Führung die nötigen Adaptionen von den Briten und Amerikanern versäumt habe. Er bezeichnete die angelsächsische Medienpolitik als „psychologisch richtig“ und leitete daraus die Notwendigkeit ab, einfache, emotionale und eindeutige Botschaften wie Seifenwerbung fortlaufend zu wiederholen, die auf „das Fühlen der Masse“ Rücksicht nehmen und ihre „gefühlsmäßige Vorstellungswelt“ ansprechen.¹⁵ Derartige Preisungen der angelsächsischen Propaganda waren in den 1920er Jahren bei vielen Rechten, aber auch bei Liberalen und in wissenschaftlichen Texten üblich.¹⁶ Die hier postulierte Propagandawirkung verklärte zugleich die deutsche Niederlage und war ein Baustein der Dolchstoßlegende. Unabhängig davon, dass die deutsche Heeresführung tatsächlich im Ersten Weltkrieg nur eine bescheidene, konventionelle und unorganisierte Medienpolitik betrieb¹⁷, beeinflusste diese Wahrnehmung des Auslandes entscheidend die konkrete Ausgestaltung der NS-Propaganda, die entsprechend auf bewegende Emotionen, zugespitzte Vereinfachungen und anschauliche Wiederholungen setzte. Die Englischkenntnisse von NSDAP-Größen wie Hitler reichten zwar nicht für eine eigene Auswertung angelsächsischer Schriften, aber sie konnten auf populäre Beschreibungen und Adaptionen der alliierten Filme und Propagandapsychologie zurückgreifen.¹⁸ Vor allem wurde den Medien und der Propaganda so eine Bedeutung zugeschrieben, die sogar kriegsentscheidend sei.

Beim konkreten Ausbau der Medienlenkung nach 1933 spielte jedoch vor allem der Blick auf das faschistische Italien eine Schlüsselrolle, die bislang kaum systematisch untersucht wurde.¹⁹ Goebbels beschäftigte sich 1933 intensiv mit den italienischen Mediengesetzen und

¹³ Vgl. Ute Daniell/Axel Schildt (Hrsg.): Massenmedien im Europa des 20. Jahrhunderts. Köln 2010.

¹⁴ Zimmermann: Medien (Anm. 9), S. 263.

¹⁵ Adolf Hitler: Mein Kampf, Bd. I. München 1927, S. 193, 199–204.

¹⁶ Vgl. etwa: Erich Ludendorff: Meine Kriegserinnerungen 1914–1918. Berlin 1919, S. 290; Hans Thimme: Weltkrieg ohne Waffen. Die Propaganda der Westmächte gegen Deutschland, ihre Wirkung, ihre Abwehr. Stuttgart 1932, S. 182. Hinweise dazu auch in: Peter Longevich: Propagandisten im Krieg. Die Presseabteilung des Auswärtigen Amtes unter Ribbentrop. München 1987, S. 70.

¹⁷ Vor allem bis 1916. Vgl. Anne Schmidt: Belehrung – Propaganda – Vertrauensarbeit. Zum Wandel amtlicher Kommunikationspolitik in Deutschland 1914–1918. Essen 2006.

¹⁸ Vgl. Gerhard Paul: Aufstand der Bilder. Die NS-Propaganda vor 1933. Bonn 1992, S. 28–31.

¹⁹ Vergleichende Bände sparten dies eher aus; vgl. vorbildlich zur Verschränkung der hier nicht behandelten Werbung (von Daniela Liebscher) und zu den werbenden Texten des Grenzgängers Giuseppe

informierte sich teilweise darüber im persönlichen Austausch. So empfing er bereits im April 1933 den Chef des italienischen „Istituto Luce“ in Berlin, das dort die visuelle Propaganda betrieb, und den Goebbels schon drei Jahre zuvor in Italien kennengelernt hatte.²⁰ Im Mai 1933 reiste er erneut nach Italien und war von der Selbstzensurierung und der „Dopolavoro“ beeindruckt: „Der Faschismus ist modern und volksverbunden. Da sollen wir lernen“, bilanzierte er nach Besuchen der dortigen Propaganda-Organisationen und -Ausstellungen.²¹ Ebenso bemerkte er im folgenden Monat in einer Rede, „einiges aus dem italienischen Pressewesen ist auch für uns verwendbar.“²²

In der konkreten Medien- und Propagandapolitik entfalteten sich tatsächlich einige Adaptionen aus dem faschistischen Italien. Das galt bereits für die Neuorganisation der Journalisten. In Italien selektierten bereits seit 1927 faschistische Berufskammern (das „Sindacato nazionale fascista dei giornalisti“) und Berufsregister die Auswahl der Medienschaffenden. Redakteure mussten ihr beitreten, und ab den folgenden Jahren wurde ihnen dafür eine politische Unbedenklichkeitsbescheinigung abverlangt.²³ Dieses Kammerssystem begrenzte die Karriere von politisch Missliebigen und belohnte durch soziale Leistungen die opportunistische Integration der Journalisten. Die NSDAP übernahm bereits im September 1933 dieses Grundprinzip in erweiterter Form, indem sie die Reichskulturkammer mit verschiedenen Einzelkammern schuf, in die Medienschaffende, Künstler und ihre Verbände sich zwangsweise integrieren mussten, wenn sie weiterhin aktiv sein wollten. Besonders das „Schriftleitergesetz“ vom Oktober 1933 erforderte in enger Anlehnung an Italiens Gesetz, dass Journalisten vorab in langen Fragebögen überprüft und selektiert wurden.²⁴

Eine gewisse Vorbildfunktion hatte Italien auch bei der Ausbildung von Journalisten. In Rom entstand bereits 1929 eine faschistische Journalistenschule, die eine praxisnahe, anspruchsvolle und ideologische Ausbildung anstrebte.²⁵ Sie diente in Deutschland als Vorbild beim Aufbau der nationalsozialistischen Reichspreseschule in Berlin, die zwischen 1935 und Kriegsbeginn rund 750 Journalisten absolvierten.²⁶ Freilich brachten die Schulen in beiden Ländern nicht den gewünschten Erfolg und schlossen nach einigen Jahren. Bei den Verlegern war die Qualifikation der dort ausgebildeten Journalisten umstritten, und machtpolitische Rivalitäten und Unklarheiten bei der Finanzierung förderten in beiden Ländern ihre Schließung. In Deutschland setzte ihr 1939 auch der Kriegsbeginn ein Ende.²⁷

Renzetti (von Wolfgang Schieder) die Artikel in: *Armin Nolzen/Sven Reichardt* (Hrsg.): *Faschismus in Italien und Deutschland: Studien zu Transfer und Vergleich*. Göttingen 2005.

²⁰ Einträge in Goebbels Tagebuch 9. 4. 1933. In: *Elke Fröblich* (Hrsg.): *Die Tagebücher von Joseph Goebbels*, 32 Bde. München 1997–2008, zitiert Teil 1 Bd. 2/III, S. 165. Zur früheren Italien Reise vgl. Tagebuch Dezember 1929–Mai 1931, Teil 1, S. 196. Vgl. auch *Joseph Goebbels: Der Faschismus und seine praktischen Ergebnisse*. Berlin 1934, S. 167.

²¹ Einträge in Goebbels Tagebuch 4. 6. 1933. Teil 1, Band 2/III, S. 194–200, S. 198. Vgl. dazu *Longerich: Goebbels* (Anm. 9), S. 232 f., *Helmuth Michels: Ideologie und Propaganda. Die Rolle von Joseph Goebbels in der nationalsozialistischen Außenpolitik bis 1939*. Frankfurt/M. 1992, S. 146 f.

²² *Joseph Goebbels: Signale der neuen Zeit, 25 ausgewählte Reden*. München 1934, S. 167. Eine Übersetzungsfunktion dürfte damals vor allem gehabt haben: *Erich Röhrbein: Das italienische Preßrecht*. Berlin 1930.

²³ Die juristischen Anerkennung des Syndicato erfolgte 1927, bis 1930 baute es seine Struktur aus; *Stefania Galassi: Pressepolitik im Faschismus. Das Verhältnis von Herrschaft und Presseordnung in Italien zwischen 1922 und 1940*. Stuttgart 2008, S. 246–334.

²⁴ Diesen Zusammenhang deutet auch an: *Michels: Ideologie* (Anm. 21), S. 153.

²⁵ *Galassi: Pressepolitik* (Anm. 23), S. 360–384.

²⁶ Vom „italienischen Vorbild“ geht hier auch aus: *Wolfgang Müssé: Die Reichspreseschule: Journalisten für die Diktatur? Ein Beitrag zur Geschichte des Journalismus im Dritten Reich*. München 1995, S. 89 f.

²⁷ *Galassi: Pressepolitik* (Anm. 23), S. 384–389; *Müssé: Reichspreseschule* (Anm. 26), S. 230–237.

Im Filmwesen war Deutschland Italien schon vor 1933 überlegen, insbesondere dank des großen UFA-Konzerns, so dass Transferprozesse hier eher umgekehrt verliefen. Nach der „Machtergreifung“ baute Goebbels die Filmleitung im Rahmen der Reichsfilmkammer rasch aus: durch zentrale Vorkontrollen, Subventionen und Prädikate. Ausländische Filme, auch aus den USA, waren in den 1930er Jahren weiter erlaubt, erfreuten sich aber nur in den Großstädten größerer Beliebtheit.²⁸ In Italien hatten dagegen Anfang der 1930er Jahre eigene Filme nur eine marginale Bedeutung. Knapp zwei Drittel der Kinoeinnahmen spielten Filme aus den USA ein, weitere 20 Prozent deutsche und französische.²⁹ Goebbels hatte seine Pläne zur Ausgestaltung der Reichsfilmkammer bereits 1933 in Italien veröffentlicht. Auch in den folgenden beiden Jahren wurde seine Filmpolitik in Italien aufmerksam beobachtet und im Anschluss an die Maßnahmen der Reichsfilmkammer die Förderung und Kontrolle dort stark ausgebaut, teilweise sogar erfolgreich.³⁰ So entstand 1934 mit dem „Direzione Generale per la Cinematografia“ eine neue Filmabteilung im Propagandaministerium und drei Jahre später mit den „Cinecittà Studios“ 1937 ein zentraler neuer Produktionsort, der sich als Antwort auf Hollywood und die UFA verstand.³¹ Ebenso gründeten die Italiener 1935 mit dem „Centro Sperimentale di Cinematografia“ eine Filmschule, an die Deutschland drei Jahre später mit der Gründung der Deutschen Filmakademie in Babelsberg anschließen konnte, bei der künftige Filmschaffende auch an ausländischen Filmbeispielen ausgebildet wurden.³² In beiden Fällen war zugleich das 1919 gegründete Moskauer *Institut für Kinematographie* (WGIK) ein Vorbild, das als älteste Filmhochschule der Welt gilt und mit den internationalen Erfolg der sowjetischen Filme förderte. So hatten schon frühzeitig italienische Funktionäre Russland bereist, um die dortige Filmpolitik kennenzulernen.³³ Auch führende Nationalsozialisten empfahlen frühzeitig sowjetische Filme als vorbildliche Propaganda. So pries Goebbels Eisensteins „Panzerkreuzer Potemkin“ 1933 vor Filmschaffenden als Vorbild.³⁴

Eine transnationale Dimension hatte auch die inhaltliche Presselenkung des Nationalsozialismus, die vor allem über verstaatlichte Nachrichtenagenturen und über Presseanweisungen verlief. Die Wurzeln der Presseanweisungen liegen einerseits im Ersten Weltkrieg.³⁵ Andererseits korrespondiert ihr Aufkommen mit den Presseanweisungen im faschistischen Italien, wo sie den Journalisten bereits genaue Sprachregelungen vorgaben und in den 1930er Jahren auf einige tausend pro Jahr anstiegen. Die Nationalsozialisten nutzten das Steuerungsinstrument noch intensiver: Bis Kriegsbeginn produzierten sie rund 15.000 Anweisungen, danach

28 Vgl. *Karl Christian Führer*: Two-Fold Admiration: American Movies as Popular Entertainment and Artistic Model. In: *Ders./Corey Ross* (Hrsg.): *Mass Media, Culture and Society in Twentieth-Century Germany*. Basingstoke 2008, S. 97–113.

29 *Steven Ricci*: *Cinema and Fascism. Italian Film and Society, 1922–1943*. London 2008, S. 57.

30 *Ruth Ben-Giat*: Italian Fascist and National Socialists. The Dynamics of an Uneasy Relationship. In: *Richard A. Etlm* (Hrsg.): *Art, Culture, and Media under the Third Reich*. Chicago 2002, S. 257–284, S. 261 f.; *Dies.*: *Fascist Modernities. Italy 1922–1945*. Berkeley 2001, S. 89.

31 Vgl. *Jaqueline Reich*: Mussolini at the Movies. Fascism, Film, and Culture. In: *Dies./Piero Garofalo* (Hrsg.): *Re-viewing fascism: Italian cinema, 1922–1943*. Bloomington 2002, S. 3–29, S. 10

32 Vgl. zu Italien: *Reich/Garofalo* (Hrsg.): *Re-viewing fascism; zum wissenschaftlichen Kontext der Babelsberger Einrichtung: Clemens Zimmermann*: *Filmwissenschaft im Nationalsozialismus. Anspruch und Scheitern*. In: *Armin Kohle/Frank Engehausen* (Hrsg.): *Zwischen Wissenschaft und Politik. Studien zur deutschen Universitätsgeschichte*. Stuttgart 2001, S. 203–217, S.214; die Eröffnungsrede in: *Wolfgang Jacobsen*: *Babelsberg: ein Filmstudio 1912–1992*. Berlin 1992, S. 239–244.

33 *Ben-Giat*: *Italian Fascist* (Anm. 30), S. 261.

34 *Felix Moeller*: *Der Filmminister. Goebbels und der Film im Dritten Reich*. Berlin 1998, S. 61 sowie S. 152.

35 Vgl. *Jürgen Wilke*: *Presseanweisungen im zwanzigsten Jahrhundert. Erster Weltkrieg – Drittes Reich – DDR*. Köln 2007, S. 16–22.

geschätzte 60.000 weitere. Die Ministerien gaben dabei dezidierte Anordnungen zu Inhalten, Sprachregelungen, zur Platzierung von Artikeln und zu Vorgängen, die nicht veröffentlicht werden sollten. Dies förderte die Gleichförmigkeit der Presse, obwohl die tatsächliche Umsetzung bisher kaum erforscht ist. Wie eine Lokalstudie für zwei Mannheimer Zeitungen zeigte, kam es nur in fünf Prozent der Fälle zu Abweichungen.³⁶ Zugleich zeigen die Anweisungen in beiden Diktaturen die permanente Unzufriedenheit mit der eigenen Medienpolitik.

Im Laufe der 1930er-Jahre verliefen die Adaptionen nicht nur beim Film zunehmend umgekehrt von Deutschland nach Italien. Der rasante Ausbau von Goebbels' Propagandaministerium beeindruckte die Italiener nachhaltig, so dass sie 1935 ebenfalls ein eigenes Propagandaministerium schufen, das *Ministero per la Stampa e la Propaganda*, welches zwei Jahre später als „*Ministero della Cultura Popolare*“ („*Minculpop*“) firmierte. Goebbels' spätere Tagebucheinträge zeigen, dass die Nationalsozialisten sich selbst als Lehrmeister für das Nachbarland verstanden. Bei Treffen mit italienischen Politikern dozierte Goebbels 1936 etwa mehrfach, warum die italienische Propaganda schlecht sei und was sie verbessern müsse; umgekehrt brachte Mussolini Wünsche an die deutsche Propaganda vor.³⁷ Denn längst war die jeweilige Propaganda zu einem Teil der Außenpolitik geworden, die die Beziehungen der Diktaturen absichern sollte.

2. Medien und außenpolitische Beziehungen

Die Außenpolitik galt unter Historikern lange als ein Arkanbereich, der auf geheimen diplomatischen Verhandlungen beruht. Insofern berücksichtigten klassische außenpolitische Studien kaum die Rolle der Medien. Tatsächlich spielten (und spielen) Medien in der praktischen Arbeit der Diplomatie und dem Aushandeln internationaler Beziehungen eine wichtige Rolle.³⁸ Während zur alltäglichen Arbeit der Diplomaten die breite Presseauswertung, das Verfassen von Stimmungsberichten und der Kontakt zur Öffentlichkeit gehörte, versuchten heimische Außenpolitiker, Stimmungen im Ausland zu beeinflussen und über Medien Akzente zu setzen. Dies galt auch für das Dritte Reich.

Wie diese transnationale mediale Interaktion verlief, lässt sich bereits für die ersten Monate nach der „Machtergreifung“ verdeutlichen. Die nationalsozialistische Gewalt rief in der westlichen Medienöffentlichkeit, besonders in den USA, bereits im März 1933 große Empörung hervor, worauf die dortigen deutschen Botschaften und Konsulate von „deutschfeindlichen Stimmungen“ und den Boykottaufrufen gegenüber Deutschland berichteten. Darauf antworteten verschiedene Politiker und auch Außenminister Neurath mit direkten Stellungnahmen in der Presse, die sich teilweise explizit an das Ausland richteten. Ebenso wies das Auswärtige Amt die deutschen Botschaften an, diesen Meldungen entgegenzutreten, und versuchte in Berlin auf dortige Auslandskorrespondenten einzuwirken.³⁹ Auch Goebbels antwortete mit einem Artikel im Londoner *Sunday Express*.⁴⁰

36 Konrad Dussel: Wie erfolgreich war die nationalsozialistische Presselenkung? In: Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte 58, 2010, H. 4, S. 543–561.

37 Einträge in Goebbels Tagebuch vom 4.2.1936 u. 6.2.1936. In: Fröblich (Hrsg.): Die Tagebücher, Teil 1, Bd. 3/1 (Anm. 20), S. 374 f. und 375 f.

38 Vgl. etwa differenziert für die 1960er: Peter Hoeres: Außenpolitik, Öffentlichkeit, öffentliche Meinung. Deutsche Streitfälle in den „langen 1960er Jahren“. In: Historische Zeitschrift 291, 2010, S. 689–720.

39 Vgl. Eckart Conze u. a. (Hrsg.): Das Amt und die Vergangenheit: Deutsche Diplomaten im Dritten Reich und in der Bundesrepublik. Berlin 2010, S. 26 f. und 75–79; Michels: Ideologie (Anm. 21), S. 111 f.

40 Zur Presse und den Reaktionen vgl. Gassert: Amerika (Anm. 7), S. 200–206.

Diese grenzübergreifende mediale Interaktion war durchaus mit realen Handlungen verbunden, deren Erfolg wiederum grenzübergreifend über die Medien ausgehandelt wurde. So begründete die NS-Führung den von ihr initiierten gewaltsamen Boykott jüdischer Geschäfte am 1. April 1933 mit den Boykottaufrufen in den westlichen Medien. Auch die Verteidiger der deutschen Aktion kommunizierten über die Medien mit dem Ausland, so etwa der evangelische Generalsuperintendent Otto Dibelius, der am 4. April 1933 in einer Radioansprache den „Boykott“ als notwendige Reaktion gegen die „Auslandshetze“ rechtfertigte.⁴¹ Bei späteren Auseinandersetzungen wiederholte sich dieses Schema. Auch die expansive Politik des Regimes wurde mit einer transnationalen Medienkommunikation vorbereitet. So leitete es den „Anschluss“ Österreichs mit einer Pressekampagne ein, um den österreichischen Kanzler Kurt Schuschnigg unter Druck zu setzen, die von ihm initiierte Volksabstimmung zu verhindern und seinen Rücktritt zu erzwingen.⁴² Ebenso wurden die Herrschaftsansprüche gegenüber der Tschechoslowakei und der Anschluss des Sudetenlandes mit über 1000 (!) verschiedenen Anweisungen an die eigene Presse orchestriert, um auch gegenüber den anderen Ländern taktisch vorzugehen.⁴³

Goebbels' Tagebücher belegen dabei ebenfalls, dass er sich selbst und Deutschland in einer internationalen medialen Kommunikation sah und Medien als einen zentralen Teil der globalen Außenpolitik. Immer wieder notierte er, wie sich die Presse verschiedener Länder zueinander verhielt: „Italien hat seine Sorgen. Scharfe Pressefehde mit England. [...] Aber Mussolini hetzt nun auch die italienische Presse los“, heißt es etwa am 25.3.1937.⁴⁴ Vor allem bezog er dies natürlich auf Deutschland und auf sich. Auf Churchills erste Radio-Rede nach Kriegsbeginn antwortete er etwa gleich mit einer Gegenrede: „lasse sie gleich darauf in allen Weltsprachen senden. Sie wird ungeheuren Eindruck machen. Ich arbeite nun mit Zähigkeit am Sturz dieses Mannes“. Am nächsten Tag notierte er, seine Rede sei weltweit ausführlich wiedergegeben worden, „z. T. mit uns günstigen Kommentaren“.⁴⁵ Jenseits von Goebbels' Narzissmus und Selbstüberschätzung muss man diese Quellen als ein generelles Kennzeichen von Politik in der Moderne interpretieren – die Gestaltung internationaler Beziehungen durch wechselseitige mediale Beobachtung, Positionierung und Lenkungsversuche. Die umfassende Presseauschnittsammlung, die Politiker täglich erhielten, ermöglichte dies.

Besonders im Krieg unternahmen die Deutschen große Anstrengungen, um schnell und regelmäßig Zeitungen der Feindesländer zur Vorbereitung von Entscheidungen und Reaktionen zu erhalten. Neben den ausländischen Agenturmeldungen diente das Deutsche Nachrichtenbüro (DNB) als weitere Quelle für Informationen, während die Agentur „Transocean“ weltweit und „Europapress“ in Europa Nachrichten im Ausland verbreiteten.⁴⁶ Dabei bemühte sich das Auswärtige Amt vielfach, Meldungen in den ausländischen Medien zu platzieren, was in Schweden und Süd-Osteuropa am besten gelang. Ebenso lud es gezielt ausländische Journalisten nach Deutschland ein und hofierte die Auslandskorrespondenten in Berlin auch während des Krieges mit Sonderkonditionen.⁴⁷ Zudem suchte das Regime im

⁴¹ Vgl. *Saul Friedländer*: Das Dritte Reich und die Juden, Bd. 1: Die Jahre der Verfolgung 1933–1939. München 1998, S. 55.

⁴² *Longerich*: Goebbels (Anm. 9), S. 372 f.

⁴³ Statistische Auswertung nach: *Wilke*: Presseanweisungen (Anm. 35), S. 156; zur Strategie: *Michels*: Ideologie (Anm. 21), S. 386 f.

⁴⁴ Tagebucheintrag 25.3.1937. In: *Fröblich* (Hrsg.): Die Tagebücher, Teil 1, Bd. 4 (Anm. 20), S. 67 f., 67.

⁴⁵ Tagebucheintrag 23.10.1939. In: *Fröblich* (Hrsg.): Die Tagebücher, Teil 1, Bd. 7 (Anm. 20), S. 164 f. sowie Tagebucheintrag 24.10.1939. In: ebd., S. 165.

⁴⁶ Vgl. hierzu grundlegend: *Longerich*: Propagandisten (Anm. 16), S. 171–175 u. 49.

⁴⁷ Vgl. zum Folgenden: Ebd., S. 187–189, 201, 281–285.

Krieg neue Kooperationen, um global den Nachrichtenmarkt zu beeinflussen. Mit der spanischen Agentur EFE und dem Vichy-Dienst OFI wurde der Nachrichtenmarkt für Südamerika erschlossen, und es wurden verdeckte Auslandagenturen wie die „Americana“ in Brasilien aufgebaut. All dies sollte ein Ersatz dafür sein, dass das nationalsozialistische Deutschland von der Kooperation mit den großen Nachrichtenagenturen Reuters, Havas und Associated Press abgeschnitten war, die immerhin seit 1870 bestanden hatte. Der Erfolg der neuen Bemühungen war jedoch recht bescheiden. Auch der Versuch des Auswärtigen Amtes, in Lissabon eine eigene verdeckte Rundfunknachrichten-Agentur namens „Radio Mundial“ aufzubauen, scheiterte an mangelnder Akzeptanz.

Die nationalsozialistischen Presseanweisungen lassen sich ebenfalls als Form der transnationalen Kommunikation interpretieren. Fast jeden Tag wurden zahlreiche Anweisungen erstellt, die sich auf das Ausland bezogen, auf ausländische Meinungen antworteten und die Stimmung im Ausland beruhigen oder anheizen sollten. Allein bis 1939 bezogen sich knapp 5000 Anweisungen auf andere Länder, mit steigender Tendenz.⁴⁸ Dies reichte von allgemeinen Hinweisen wie „kein Triumphgeheul, um nicht andere Mächte zu verschlucken“ (30.9.1938) bis zu Detailanweisungen. An einem unspektakulären Tag, dem 1.12.1938, wurden die Journalisten etwa angewiesen, nicht gegen die englische Kolonial- und Palästina-Politik zu schreiben, um England nicht zu verärgern, nicht zu berichten über Zwischenrufe bei einer Rede des italienischen Außenministers sowie über eine Rede des Gesandten aus der Mandchurei, bis eine Abstimmung mit Japan erfolgt sei, und zurückhaltend den Staatsstreich in Rumänien zu vermerken. Zudem tadelte die Wehrmachtsführung am gleichen Tag journalistische Fehler bei der deutschen „Abwehr der Hetze des News Chronicle“.⁴⁹ Die deutsche Presselenkung lässt sich somit als Teil einer transnationalen Politik verstehen. Wie diese Meldungen national und international aufgriffen wurden, wäre jenseits der Wahrnehmung der Ministerien zu erforschen.

Zudem ermöglichte das Radio eine transnationale Kommunikation, die das Ausland beeinflussen sollte. Bekanntlich wurde der Zweite Weltkrieg durch eine Schlacht im Äther begleitet. Auslandssender versuchten in zahlreichen Sprachen die gegnerische Öffentlichkeit zu überzeugen. Großbritannien hatte bereits 1938 seine Appeasementpolitik mit einem zeitgleich gestarteten deutschsprachigen Sender flankiert, um die deutsche Bevölkerung gegen einen Krieg zu stimmen.⁵⁰ Von Deutschland aus funkten nach Kriegsbeginn Kurzwellensender in 30 Sprachen, bekannt als „Germany Calling“, „Hamburg Broadcast“ oder „Europasender“, oft als verdeckte Geheimsender. Immerhin ein Viertel der Londoner gab bei einer Umfrage 1940 an, gelegentlich das deutsche Programm zu hören. Als Grund nannten sie Neugier und Vergnügen, aber auch Informationsbedürfnisse, zumal so viele Engländer darüber sprächen.⁵¹ Die

⁴⁸ Wilke: Presseanweisungen (Anm. 35), S. 156. Zur Bedeutung des Auslandes auch: Horst Pöttker: Journalismus als Politik. Eine explorative Analyse von NS-Presseanweisungen der Vorkriegszeit. In: Publizistik 52, 2006, S. 168–182.

⁴⁹ Presseanweisungen 30.9.1938 und 1.12.1938. Ediert in: Hans Bohrmann/Gabriele Toepser-Ziegert (Hrsg.): NS-Presseanweisungen der Vorkriegszeit. Edition und Dokumentation. München 1984–2001, Bd. 6/III (1938), S. 909 u. 1141–1146.

⁵⁰ Stephanie Seul: Journalists in the Service of British Foreign Policy: The BBC German Service and Chamberlain's Appeasement Policy, 1938–1939. In: Frank Bösch/Dominik Geppert (Hrsg.): Journalists as Political Actors. Transfers and Interactions between Britain and Germany since the late 19th Century. Augsburg 2008, S. 88–109.

⁵¹ Vgl. (mit CD mit 24 Sendungen) Michael Doherty: Nazi Wireless Propaganda. Lord Haw-Haw and the British Public Opinion in Second World War. Edinburgh 2002, S. 94 f.; Rainer E. Lotz/Horst Bergmeier: Hitlers Airwaves – the Inside Story of Nazi Radio Broadcasting and Propaganda Swing. New Haven 1997.

Besetzung von Frankreich wurde ebenfalls per Radio vorbereitet. Goebbels versuchte sogar, über einen als Sprachrohr der Kommunisten aufgemachten Geheimsender „Humanité“ Unruhen auszulösen, und zwang den Ex-Fraktionsvorsitzenden der KPD, Ernst Torgler, zu Beitragen.⁵² Umgekehrt waren in Deutschland während des Krieges Dutzende Auslandssender empfangbar, von denen am häufigsten der deutsche Dienst der BBC und das Schweizer Radio Beromünster gehört wurden.⁵³ Allein im Auswärtigen Amt waren 700 Leute damit beschäftigt, ausländische Radiosender abzuhören, um gegenüber der eigenen Bevölkerung und dem Ausland diese Meldungen aufzugreifen.

Die Wirkung der alliierten Radiopropaganda ist schwer zu taxieren. Obgleich sie keinen breiten Widerstand auslöste, ist sie insgesamt hoch zu veranschlagen. Die Sendungen informierten über das Vorrücken der Alliierten und reduzierten so, im Unterschied zum Ersten Weltkrieg, frühzeitig den Siegesglauben, was wiederum die Abkehr vom Regime förderte. In Deutschland dürften die oft satirischen Beiträge über die NS-Elite den Spott über das Regime verstärkt haben. Dass zahlreiche deutsche Städte schließlich kampfflos übergeben wurden, lag auch an den genauen Informationen, die die Deutschen über das Vorrücken der Gegner hatten. Die transnationale Kommunikation verbreitete in Deutschland auch das Wissen um die NS-Verbrechen. So berichteten die deutschen BBC-Sendungen bereits seit 1942 gut informiert über die Massenmorde in Osteuropa, in der Woche vor Weihnachten 1942 etwa täglich.⁵⁴ Diese Berichte wurden wiederum von anderen Sendern aufgegriffen, wie vom niederländischen „Radio Oranje“. Allein durch die vielfältig gehörten Auslandssender war somit das Wissen über den Holocaust auch in Deutschland bereits vor 1945 deutlich größer als oft angenommen.⁵⁵ In besetzten Gebieten wie Frankreich oder den Niederlanden waren die Auslandssendungen aus London oft eine wichtige Brücke zu Exilorganisationen, die den Widerstand formierten. So mobilisierte Charles de Gaulle seit seiner berühmten Radio-Ansprache vom 18. Juni 1940 regelmäßig in der Sendung „Ici Londres“ zum Widerstand gegen die deutschen Besatzer.⁵⁶

Umgekehrt zeigten sich während des Krieges zunehmend die Grenzen der nationalsozialistischen Versuche, über die Medien grenzübergreifend zu werben. Im Printbereich gelang dies am ehesten noch der Hochglanzillustrierten „Signal“, die die Wehrmacht unter Beteiligung des Auswärtigen Amtes und des Propagandaministeriums herausgab. Sie erschien in 25 Sprachen, von portugiesisch bis lettisch, und erreichte im Ausland Auflagen von bis zu 2,4 Millionen. Dabei brachte sie kulturpropagandistische Geschichten von heldenhaften Soldaten, Familienidyllen und hübschen Frauen, wenngleich ideologisch etwas abgedämpft.⁵⁷ Wenig Erfolg hatten die Nationalsozialisten damit, per Film ihre Weltanschauung in die neutralen und besetzten Länder zu tragen. Wenngleich letztere sich kaum wehren konnten, bevorzugten die Zuschauer in fast allen Ländern weiterhin heimische Filme und Wochenschauen.⁵⁸

⁵² *Longerich*: Goebbels (Anm. 9), S. 445.

⁵³ *Michael Hensle*: Rundfunkverbrechen. Das Hören von „Feindsendern“ im Nationalsozialismus. Berlin 2003, S. 321.

⁵⁴ *Jeremy Harris*: Broadcasting the Massacres. An Analysis of the BBC's Contemporary Coverage of the Holocaust. In: *Yad Vashem Studies* 25, 1996, S. 65–98.

⁵⁵ Da die Meldungen jedoch nicht im Vordergrund der BBC-Programme standen, war die Verbreitung natürlich dennoch begrenzt; vgl. *Peter Longerich*: „Davon haben wir nichts gewußt!“. Die Deutschen und die Judenverfolgung 1933–1945. Berlin 2006, S. 241–247.

⁵⁶ *Matthias Wacziarg*: Der Mythos des Gaullismus. Heldenkult, Geschichtspolitik und Ideologie 1940–1958. Göttingen 2006, S. 46, 110.

⁵⁷ *Rainer Rutz*: Signal. Eine deutsche Auslandsillustrierte als Propagandainstrument im Zweiten Weltkrieg. Essen 2007, S. 73, 97.

⁵⁸ Vgl. die Beiträge in: *Roel Vande Winkel/David Welch* (Hrsg.): Cinema and the Swastika. The International Expansion of Third Reich Cinema. New York 2007.

Auch Filme, die gleich in anderen Sprachen gedreht wurden, hatten nur begrenzten Erfolg.⁵⁹ Nur in Italien gelang durch ein Abkommen ein gewisser deutscher Absatz, aber die weitreichenden Kooperationspläne der „Deutsch Italienischen Film Union“ versandeten. In den neutralen Ländern strahlten insbesondere die Schweizer deutsche Wochenschau- und Filmproduktionen aus, auch aus Mangel an eigenen Filmen. Die erhoffte Hegemonie als „europäisches Hollywood“ gelang den Deutschen aber sicher nicht.

3. Nationalsozialistische Medien im Kontext der westlichen Moderne

Die deutsche Medienlenkung der 1930er Jahre ähnelte zweifelsohne eher der in den Diktaturen in Italien, Spanien oder der Sowjetunion als in den westlichen Demokratien. Dennoch sollte eine transnationale Perspektive auf den Nationalsozialismus auch Korrelationen zu westlichen Entwicklungen in der Moderne einbeziehen, um generelle Trends, Spielräume und Vergleiche aufzuzeigen. Die Verwendung des Begriffs „Moderne“ ist dabei nicht mit „Modernisierung“ zu verwechseln. Er verweist vielmehr epochal auf ähnliche grenzübergreifende dynamische Veränderungen und Selbstwahrnehmungen in den industrialisierten Ländern seit dem 19. Jahrhundert.⁶⁰ Zu diesen Trends zählen etwa der Glaube an die mögliche Weltgestaltung und neben Prozessen wie der Technisierung, Säkularisierung und expandierenden Staatlichkeit auch die Medialisierung. Um die unterschiedlichen weltanschaulichen und moralischen Ausformungen der Demokratien und Diktaturen zu unterstreichen, wurde dabei von den „Ambivalenzen der Moderne“, „multiplen Modernen“ oder der „illiberalen Moderne“ gesprochen.

Ein grenzübergreifendes Merkmal war dabei der Glaube, Gesellschaften könnten durch Medien gestaltet werden. Er führte in zahlreichen Ländern im 20. Jahrhundert zu einer intensivierten Medienpolitik, die im Nationalsozialismus besonders radikal ausgeprägt war. In allen Ländern zeichnete sich dabei eine „Vergesellschaftung der Politik“ ab, also Integration weiter Bevölkerungsteile in politische Diskurse, die medial grundiert war. Dies ging mit einer allgemeinen „Medialisierung des Politischen“ einher, bei der Politiker sich auf Medienlogiken einstellten.⁶¹ Die Jahre um 1930 waren dabei in vielen Ländern ein gewisser Wendepunkt. So wurde das Radio Anfang der 1930er Jahre von sehr unterschiedlichen Regimen als politisches Sprachrohr entdeckt: In den USA verteidigte Präsident Roosevelt seit 1933 regelmäßig in den „Fireside chats“ per Radioansprache seine Politik⁶², in Großbritannien erhielten Minister und Parteiredner Sendezeiten,⁶³ und in Deutschland sprach bereits die Regierung Papen 1932 regelmäßig im Radio, während der Kanzler den Reichstag mied.⁶⁴ Ebenso kam es bei der Organisation des Radios in fast allen Ländern um 1930 zu einem verstärkten

⁵⁹ Vgl. *Chris Wahl: Sprachversionsfilme aus Babelsberg. Die internationale Strategie der Ufa 1929–1939.* München 2009, S. 237–343.

⁶⁰ Den Begriff Moderne stärker an die Selbstbeschreibung zu koppeln fordert *Christof Dipper: Moderne.* In: *Docupedia-Zeitgeschichte* (<http://docupedia.de/zzg/Moderne>, 10. 11. 10). Vgl. auch die konzeptionellen Texte in: *Ute Schneider/Lutz Raphael* (Hrsg.): *Dimensionen der Moderne.* Frankfurt/M. 2008, S. 73–91.

⁶¹ Vgl. *Christoph Classen/Klaus Arnold: Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert.* In: *Klaus Arnold u. a. (Hrsg.): Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert.* Leipzig 2010, S. 11–26, S. 15.

⁶² *Douglas B. Craig: Fireside Politics, Radio and Political Culture in the United States, 1920–1940.* London 2000.

⁶³ *Paddy Scammell/David Cardiff: A Social History of British Broadcasting, Bd. 1.* Oxford 1991, S. 51.

⁶⁴ *Konrad Dussel: Deutsche Rundfunkgeschichte. Eine Einführung.* Konstanz 1999, S. 74

Eingreifen des Staats. So wurde in Frankreich der wichtigste Sender „Radio Paris“ 1933 verstaatlicht, im privatwirtschaftlichen Radiosystem der USA nationale Networks gefördert, in Großbritannien und Italien exklusive nationale Lizenzen vergeben, und in Deutschland erfolgte bereits 1932 eine vollständige Verstaatlichung. Ein gemeinsames Charakteristikum der Moderne war anscheinend die Vorstellung, über das Radio die politische Einheit der Nation zu fördern – sei es unter demokratischen oder diktatorischen Vorzeichen. Die Nationalsozialisten radikalisierten hier also einen Trend, der sich nicht nur in Deutschland bereits vor 1933 abzeichnete.

Da Medien die Macht zugeschrieben wurde, die Moral und Gesellschaft zu verändern, nahmen zeitgleich international Zensurmaßnahmen zu. Das galt besonders für den Film. In fast allen Demokratien etablierten sich schon seit den 1920er Jahren vielfältige Zensurpraktiken, gerade auch in Deutschland. Selbst in den liberalen USA mündeten sie seit 1934 in eine institutionalisierte Selbstzensur der Filmwirtschaft, um einer staatlichen zuvor zu kommen. Dies schränkte die künstlerische Entfaltung überall ein, wenngleich in den Diktaturen besonders dramatisch. Erst in den späten 1950er-Jahren wurden die medialen Spielräume überall deutlich größer.⁶⁵

Da Medien sich an Märkte richten, bei denen Konsumenten auswählen, nahm in Demokratien wie Diktaturen der Unterhaltungsanteil zu. Selbst im Nationalsozialismus erhöhte sich im vormals bildungsbezogenen Radio der Anteil an populärer Musik und Unterhaltung, wenngleich besonders am Vorabend häufig weltanschauliche Wortbeiträge zu hören waren.⁶⁶ Während des Krieges sorgte die Konkurrenz der Auslandssender dafür, dass selbst moderne Tanzmusik wie Jazz, die das Regime eigentlich ablehnte, auch im heimischen Programm häufiger zu hören war. Die transnationalen Sender wirkten dabei auf die nationale Kommunikation zurück. Goebbels begründete 1941 die verstärkte Ausstrahlung von abendlicher Unterhaltungsmusik explizit damit, dass die Hörer sonst „wegen der schmissigen Musik“ vor allem englische Sender wählten.⁶⁷ Tatsächlich lockten die Auslandssender mit moderner Musik, Kabarett und Informationen. Für die Auslandssender aus Deutschland spielten umgekehrt eigens gegründete Bands, wie „Charlie and his Orchestra“, regelmäßig modernen Jazz ein, der dann auch zu den deutschen Hörern wanderte. Durch die Publikumsorientierung erreichte der Nationalsozialismus einen Anstieg der Hörerdichte, wie sie oft dem billigen „Volksempfänger“ zugeschrieben wurde. Aber auch dies entsprach nur einem generellen Trend in den westlichen Industrieländern. Die größte Hörerdichte in Europa erreichte dabei nicht NS-Deutschland, sondern Großbritannien, Schweden und Dänemark, und in Frankreich und Norwegen stieg sie stärker an als in Deutschland.⁶⁸ Zudem war das Radio eben keine Vorbedingung für die Stabilität des Faschismus: In Italien blieb die Radiodichte vielmehr trotz aller Anstrengungen gering.

Auch beim Film lassen sich Bezüge zur westlichen Entwicklung ausmachen. Da die Nationalsozialisten ein populäres Kino mit großem Publikum und hohen Einnahmen anstrebten, nahmen sie sich Hollywood vielfältig zum Vorbild – von der Ästhetik bis hin zur ökonomischen Vermarktung von Stars.⁶⁹ Entsprechend dominierten im Dritten Reich nicht expli-

65 Als internationaler Vergleich: *Geoffrey Nowell-Smith* (Hrsg.): *The Oxford History of World Cinema*. Oxford 1996.

66 *Dussel*: *Rundfunkgeschichte* (Anm. 64), S. 92–94.

67 Vgl. *Hans Jörg Koch*: *Das Wunschkonzert im NS-Rundfunk*. Köln 2003, S. 117.

68 *Wolfgang König*: *Volkswagen, Volksempfänger, Volksgemeinschaft. „Volkserzeugnisse“ im Dritten Reich. Vom Scheitern einer nationalsozialistischen Konsumgesellschaft*. Paderborn 2004, S. 84.

69 Ähnlichkeiten zwischen Hollywood und NS-Filmen stellt deshalb fest *Jens Eder*: *Das populäre Kino im Krieg*. In: *Harro Segeberg* (Hrsg.): *Mediale Mobilmachung I. Das Dritte Reich und der Film*. München 2004, S. 369–416, S. 416.

zite Propagandafilme wie „Der ewige Jude“, sondern scheinbar unpolitische Komödien und Melodramen.⁷⁰ Dabei erzielten die deutschen Kinos, wie die der meisten westlichen Länder, Ende der 1930er Jahre Zuschauerrekorde. Die protektionistische Filmpolitik, der Übergang zum Tonfilm und die wachsenden Zuschauerzahlen stärkten die deutsche Filmindustrie. Dennoch kamen in Deutschland in den 1930er Jahren noch gut 20 Prozent der gezeigten Spielfilme aus den USA, weitere 20 Prozent aus anderen Ländern, insbesondere aus Österreich.⁷¹ Dabei passte Hollywood sich an den deutschen Markt an und verzichtete etwa auf erkennbare jüdische Charaktere. Die Synchronisation und der deutsche Schnitt veränderten die US-Filme zusätzlich. Hollywoods Rückzug vom deutschen Markt erfolgte eher aus ökonomischen Gründen, da Zensur, Kontingentverordnungen und das Währungsgefälle wirtschaftliche Risiken bargen.⁷² Erst als sich die fehlende internationale Konkurrenzfähigkeit des deutschen Films abzeichnete, kam es Ende der 1930er-Jahren zu stärkeren Einschränkungen von US-Produktionen und 1940 zu deren Verbot. Führende Nationalsozialisten schätzten dennoch die US-Filme weiterhin als gemeinschaftsbildende Vorbilder.⁷³ So notierte Goebbels, nachdem er 1940 „Vom Winde verweht“ sah: „Eine große Leistung der Amerikaner. Das muß man öfter sehen. Wir wollen uns ein Beispiel daran nehmen.“⁷⁴ Parteigrößen und Regisseure pries er den Farbfilm als Vorbild, und insbesondere der Film „Kolberg“ (1945) gilt als deutsche Adaption.⁷⁵

Kaum Bezüge zu den Entwicklungen in westlichen Ländern scheint die Pressepolitik der Nationalsozialisten gehabt zu haben. Die zahlreichen politischen Zeitungs- und Zeitschriftenverbote und Aufkäufe durch den NSDAP-Verlag, die Lenkung durch Presseanweisungen und die ideologische Einseitigkeit der meisten Artikel hatten kein Pendant in den Demokratien. Dennoch wäre bei künftigen Forschungen zu überlegen, ob diese Zwangsmaßnahmen zumindest indirekt mit Trends der westlichen Moderne korrespondierten. So war die NS-Pressekonzentration zwar politisch gewollt, hatte aber auch ökonomische Ziele, da viele Verlage nach der Weltwirtschaftskrise unrentabel waren. Zeitgleich kam es auch in den westlichen Nachbarländern zu einer ökonomisch bedingten Konzentration, die den Aufstieg einzelner mächtiger Medienunternehmer begünstigte.⁷⁶ In der Bundesrepublik zeigte sich dieser Trend dann ebenfalls ab 1954. Auch die NS-Pressekonferenzen hatten ein gewisses demokratisches Pendant, nämlich die zunehmend vertrauten Gespräche und Abstimmungen zwischen ausgewählten Journalisten und den Regierungen im Westen, etwa die seit den 1920er Jahren formalisierten britischen Lobby-Gespräche.⁷⁷ Hier ging es zwar nicht um Anweisungen, aber sie stehen zumindest für eine neuartige Interaktion von Journalisten und Regierungspolitikern.

Ebenso wären indirekte inhaltliche Kongruenzen zu überprüfen. Auf den ersten Blick finden sich nur Differenzen: Während in der angelsächsischen Presse der Nachrichten- und Boulevardjournalismus expandierte, entstand im NS ein recht einheitlicher Parteijournalis-

70 David Welch: *Propaganda and the German Cinema, 1933–1945*. London 2001, S. 36.

71 Markus Spieker: *Hollywood unterm Hakenkreuz. Der amerikanische Spielfilm im Dritten Reich*. Trier 1999, S. 337.

72 Ebd., S. 331–334.

73 So auch Teile der Filmkritik und NS-Elite; vgl. *Führer: Admiration* (Anm. 28), S. 107; *Ross: Media* (Anm. 9), S. 315.

74 Eintrag in Goebbels Tagebuch vom 30. 7. 1940. In: *Fröblich* (Hrsg.): *Die Tagebücher*, Bd. 8 (Anm. 20), S. 245.

75 Vgl. *Moeller: Der Filmminister* (Anm. 34), S. 13 und 76; *Eder: Populäre Kino* (Anm. 69), S. 383.

76 Diesen Trend bilanziert auch: *Ross: Media* (Anm. 9), S. 388.

77 *Andrew Sparrow: Infamous Scribbler. A History of Parliamentary Journalism*. London 2003, S. 58–61.

mus. Dennoch bestanden einzelne transnationale Bezüge. Dies gilt einerseits für ästhetische Adaptionen wie bei der NS-Zeitschrift „Signal“, die sich von der Aufmachung her am amerikanischen „Life-Magazin“ orientierte⁷⁸, und den modernen Visualisierungstechniken der Illustrierten insgesamt.⁷⁹ Andererseits galt das für Boulevardformate wie die „Berliner Illustrierte Zeitung“, die scheinbar unpolitisch über die heile Welt des Nationalsozialismus berichteten, aber gerade dadurch das Regime stützten. Selbst der ideologische, stark skandalisierende Journalismus der NS-Presse korrespondierte in gewisser Weise indirekt mit dem Aufstieg des Boulevardjournalismus in den westlichen Demokratien. Der emotionalisierende Stil und der Anspruch, die gesamte Bevölkerung und nicht nur einzelne Milieus anzusprechen, bildeten gewisse Parallelen, so sehr die verleumderischen Inhalte der NS-Blätter sich von ihnen unterschieden.

4. Fazit

Der Artikel plädierte dafür, die Analyse des Nationalsozialismus und der Mediengeschichte durch eine transnationale Perspektive zu ergänzen. Wie sich zeigte, lassen sich zahlreiche grenzübergreifende Interaktionen ausmachen. So förderte die Wahrnehmung einer westlichen Überlegenheit in der Propaganda frühzeitig den Ausbau der Medienpolitik, und insbesondere die Medienpolitik des faschistischen Italiens diente zunächst vielfach als Vorbild bei der Organisation, Ausbildung und Lenkung der Journalisten. Transnational war zudem die mediale Kommunikation, die als wichtiger Teil der Außenpolitik zu verstehen ist. Zugleich wurde deutlich, dass der Nationalsozialismus trotz aller Zwangsmaßnahmen durchaus mit einigen Trends in den westlichen Demokratien korrelierte, wie der populären Publikumsorientierung, der Medialisierung der Politik oder der Annahme, man könne durch Medien die Gesellschaft gestalten.

Zweifelsohne hat die transnationale Perspektive Grenzen. Man kann ihr vorhalten, dass sie zu sehr auf Akteure blickt, die das Ausland beobachten und Interaktionen fördern. Allerdings sind selbst Medien keine abstrakten Strukturen, sondern von Menschen gemacht. Eine Berücksichtigung von Akteuren ist zudem gerade beim Nationalsozialismus sinnvoll, wo Politiker wie Goebbels tatsächlich einen großen Gestaltungsspielraum hatten, wenngleich im Rahmen genereller medialer Logiken. Ebenso kann man transnationalen Zugängen vorwerfen, dass sie oft ähnliche Prozesse aufzeigen, aber die Quellen oft wenig explizite Belege dafür bieten, dass die Wahrnehmung des Auslandes tatsächlich als Vorbild diente. Gerade in den Gesellschaften der Moderne muss man jedoch von einer permanenten wechselseitigen Beobachtung über die Medien ausgehen, was in Wahrnehmungen und Entscheidungen einfließt, auch wenn dies nicht eigens aufgeführt wird. Eine transnationale Geschichtsschreibung sollte solche Korrelationen durchaus ausmachen, die eigentliche Analyse aber auf ähnliche Phänomene mit direkten Bezügen konzentrieren.

⁷⁸ Rutz: *Signal* (Anm. 57), S. 165.

⁷⁹ Vgl. Patrick Rössler: „Wir zerstreuen uns zu Tode“. Formen und Funktionen der Medialisierung des Politischen in illustrierten Zeitschriften der NS-Zeit. In: Arnold u. a. (Hrsg.): *Von der Politisierung* (Anm. 61), S. 183–235, S. 234.