

Gesellschaftliche Dimension

- Ideologie und Massenkultur

Ideologie und Massenkultur

Inhaltsverzeichnis

1. Kriegsideologie und moderne Massenkultur

1. Kriegsideologie und moderne Massenkultur

Die Vorstellung, dass Nationen soziale Konstrukte sind, wäre im Deutschen Kaiserreich kaum auf Zustimmung gestoßen. Gerade in Zeiten des Krieges galt die Nation als edelste Inkarnation des "deutschen Wesens". Das Deutsche Reich verstand sich ganz bewusst als Stellvertreter preußischer "Tugenden". Der Erste Weltkrieg galt deshalb auch als eine Auseinandersetzung der Ideen.

Der Erste Weltkrieg fand nicht nur auf den Schlachtfeldern statt, sondern er wurde auch in den Köpfen der Menschen ausgetragen. Parallel zum realen Kriegsgeschehen entwickelte sich ein "Krieg der Geister" oder auch ein "Kulturkrieg", in dem ein Krieg für gegensätzliche politische, gesellschaftliche und kulturelle Prinzipien propagiert wurde. Auf allen Seiten bemühten sich führende Dichter und Denker, den Sinn des Krieges zu bestimmen, den Vorrang der eigenen Nation zu begründen und die Kriegsgegner herabzusetzen. Dabei trat oft ein erschreckender Chauvinismus zutage, der nicht zuletzt zu einem "Zusammenbruch der internationalen Gelehrtenrepublik" führte. Während auf westlicher Seite der universelle Kampf von Zivilisation, Demokratie, Selbstbestimmung und Menschenrecht gegen die Autokratie und den preußisch-deutschen Militarismus beschworen wurde, hatten die deutschen Sinnstiftungen des Krieges einen mehr selbstbezogenen Charakter. Sie propagierten den Kampf um die Bewahrung und Verbreitung von "deutscher Freiheit" und "deutscher Kultur" durch den deutschen Militarismus, zu dem sich führende deutsche Intellektuelle wie Gerhart Hauptmann, Friedrich Naumann und Ernst Haeckel in ihrem Aufruf "An die Kulturwelt" 1914 feierlich bekannten, der international große Empörung hervorrief.

Zunehmend waren aber auch die Regierungen immer intensiver darum bemüht, durch aktive Propagandamaßnahmen die Berechtigung der eigenen Sache zu propagieren, die Kriegsmoral der Bevölkerung aufrecht zu erhalten und die Menschen zum Kriegseinsatz weiter zu mobilisieren. Dies kam allerdings nicht immer gut an. Je länger der Krieg sich hinzog, desto mehr suchten viele Menschen zum Entsetzen nationaler Tugendwächter nach Ablenkung und Zerstreuung von den Schrecken des Krieges.

Das "Augusterlebnis" und die "Ideen von 1914"

Der Kriegsbeginn stand politisch und gesellschaftlich im Zeichen einer überraschenden nationalen Einheit, die unter den Chiffren "Augusterlebnis" und "Geist von 1914" schnell mythisiert wurde und eine wesentliche Grundlage für die deutsche Ideologisierung des Krieges bot. Nachdem die bildungsbürgerlichen Vordenker im "Kulturpessimismus" der Vorkriegszeit wie Paul de Lagarde, Julius Langbehn oder Stefan George innere Zerrissenheit und kulturellen Verfall des deutschen Volkes diagnostiziert hatten, waren viele Menschen nun häufig überwältigt von der bei Kriegsbeginn entstandenen nationalen Geschlossenheit und dem nationalen Engagement großer Bevölkerungsteile. Das "Augusterlebnis" der nationalen Einheit schien einen neuen deutschen "Geist" hervorzubringen, in dem alle Probleme der Vorkriegszeit auf einmal "wie weggefeht" waren. Das deutsche Volk und die deutsche Nation schienen unter dem Einfluss des Krieges zu ihrem eigentlichen Wesen zurückzufinden und im Krieg zur Geltung zu bringen.

Dieses "deutsche Wesen" wurde sehr schnell und nachhaltig ideologisiert. Eine zentrale Rolle spielte dabei der Gegensatz zum westlichen Politik- und Gesellschaftsverständnis, das zum eigentlichen Feindbild der deutschen Kriegsideologie wurde. Dabei wurde die Tiefe der "deutschen Kultur" einer oberflächlichen westlichen "Zivilisation", die "Gemeinschaftlichkeit" des deutschen Volkes der Zerrissenheit westlicher "Gesellschaft", die Gebundenheit der "deutschen Freiheit" dem zerstörerischen Freiheitsbegriff des individualistisch-revolutionären Westens gegenübergestellt und zu Sinnstiftungen des Krieges verarbeitet. Kein geringerer als Thomas Mann brachte den Gegensatz 1918 in seinen "Betrachtungen eines Unpolitischen" auf den Punkt, als er das Deutschtum als "Kultur, Seele, Freiheit, Kunst" bestimmte, das es vor der Bedrohung durch die westliche Verbindung von "Zivilisation, Gesellschaft, Stimmrecht und Literatur" zu bewahren gelte.

Die "deutschen Ideen von 1914" firmierten als Gegenentwurf zu den "Ideen von 1789", die als historisch überholt galten und im Krieg überwunden werden sollten. Zugleich erlebten die bislang eher konservativ geprägten, teilweise aber auch unpolitischen kulturpessimistischen Vorstellungen der Vorkriegszeit nun durch ihre Verbindung mit den Bedingungen des Krieges eine deutliche Politisierung und gewannen zugleich eine zukunftsgerichtete Form. Die Organisation der Kriegswirtschaft wurde zur "deutschen Gemeinwirtschaft", ja zu einem typisch deutschen "Kriegssozialismus" verklärt, in dem das deutsche Volk als ein "Volk von Organisatoren" die organisierte Gesellschaft der Zukunft - die "Volksgenossenschaft des nationalen Sozialismus" - entwickle und im Krieg durch den Sieg Deutschlands zum Durchbruch ver helfe. "Zum zweiten Mal zieht ein Kaiser durch die Welt als Führer eines Volkes mit dem ungeheuer weltbestimmenden Kraftgefühl der allerhöchsten Einheit", so interpretierte der Nationalökonom Johann Plenge Wilhelm II. als neuen Napoleon. "Und man darf behaupten, daß die 'Ideen von 1914', die Ideen der deutschen Organisation zu einem so nachhaltigen Siegeszug über die Welt bestimmt sind, wie die 'Ideen von 1789'".

Im Kontext der deutschen Weltkriegsideologie gab es allerdings durchaus unterschiedliche politische Ausprägungen, die von rechts bis links reichten. Mit der antiwestlichen Stoßrichtungen waren mehrheitlich jedoch Tendenzen verbunden, die dem Pluralismus konkurrierender Interessen und den freiheitlich-individualistischen Tendenzen der modernen Gesellschaft ablehnend gegenüberstanden und ihnen volksgemeinschaftlich-autoritäre Konzepte entgegenstellten. Und je deutlicher mit der Zeit die inneren Widersprüche der deutschen Kriegsgesellschaft hervortraten, desto schärfer traten neben den äußeren auch die inneren Feindbilder des "Geistes von 1914" hervor. Sein anfänglich inklusiver, alle Gruppen der deutschen Gesellschaft integrierender

Charakter wurde zunehmend abgelöst durch die Wendung gegen den "inneren Feind", gegen Pazifisten, Sozialisten und Juden. Die Stigmatisierung und Unterdrückung kriegsgegnerischer Organisationen, aber auch die "Juden zählen" in der deutschen Armee, die den Vorwurf prüfen sollte, dass die Juden sich dem Militärdienst entzogen (was de facto falsch war), waren ein deutlicher Ausdruck davon. Mit dem "Geist von 1914" wurde, wie der Historiker Reinhard Rürup geurteilt hat, deutlich, "in welchem Maße die Gesellschaft in der Schlußphase des Kaiserreichs bereits für faschistische Krisenlösungen vorbereitet war". Dies spiegelte sich auch in der deutschen Kriegspropaganda wider.

Von der Zensur zur Propaganda

Der letzte Hieb ist die 8. Kriegsanleihe - Historisches Plakat.

[In Lightbox öffnen](#)

"Der letzte Hieb ist die 8. Kriegsanleihe" - Historisches Plakat. (© Bundesarchiv: Plak 001-005-044)

Bei Kriegsbeginn war von aktiver staatlicher Propaganda noch kaum die Rede. Zuerst ging es den zuständigen Militärbehörden vor allem darum, die öffentliche Meinung zu kontrollieren. Als Ergänzung zur Zensur organisierte und propagierte das neu geschaffene Kriegspresseamt die offiziellen Nachrichten und Verlautbarungen, und mit der Verbreitung der Kriegsschriften berühmter deutscher Schriftsteller und Gelehrter sollte im neutralen Ausland der "deutsche Krieg" gerechtfertigt werden. Bald kamen aber auch andere, modernere Formen hinzu. Die Werbung für die Zeichnung von Kriegsanleihen stützte sich zunehmend auf moderne Propagandaplakate, auch Schulkinder wurden für Werbekampagnen und Sammelaktionen mobilisiert. Das Programm einer für alle Jungen verpflichtenden "vormilitärischen Jugendausbildung" kam allerdings über freiwillige Ansätze nicht hinaus. Durchgesetzt wurde dagegen der Sparzwang für junge Arbeiter, dessen Erträge in die Kriegsanleihen flossen.

Durch Arbeit zum Sieg! Durch Sieg zum Frieden! - Historisches Plakat.

[In Lightbox öffnen](#)

"Durch Arbeit zum Sieg! Durch Sieg zum Frieden!" - Historisches Plakat. (© Bundesarchiv: Plak 001-003-045)

Insbesondere nach dem Machtantritt der 3. Obersten Heeresleitung im Sommer 1916 rückten die aktive "Volksaufklärung" und Mobilisierung der Bevölkerung immer stärker in den Mittelpunkt der staatlichen Propagandaaktivitäten. Im Januar 1917 wurde das "Bild-und-Film-Amt" (Bufa) gegründet, aus dem später die berühmte Filmfabrik UFA hervorging. Moderne Medien, die Fotografie und der Film rückten nun immer stärker in den Mittelpunkt der Propaganda. Drei Monate später wurde das Programm des "Vaterländischen Unterrichts" aufgelegt, in dem die Bevölkerung über die Ursachen und Notwendigkeiten des Krieges "aufgeklärt" werden sollte. Es folgte die Bildung einer Presseabteilung der Reichsregierung, die Gründung der Zentralstelle für Heimataufklärung und weiterer Aufklärungsorganisationen in den einzelnen Bundesstaaten. Schließlich war ganz Deutschland, ähnlich wie die anderen am Krieg beteiligten Länder, von

Propagandaorganisationen und Propagandaaktivitäten durchzogen. Ihre Erfolge allerdings sind schwer zu ermessen, und angesichts der Realitäten der Kriegsgesellschaft ließ nicht erst der Zusammenbruch von 1918 deutlich werden, dass die moderne Propaganda sich in einem deutlichen Spannungsverhältnis zur Realität des Krieges und zu den Bedürfnissen der Menschen entwickelt hatte.

Massenkultur in der Kriegsgesellschaft

Donnerwetter - tadellos! - Historische Postkarte, gestempelt 1916.

"Donnerwetter - tadellos!" - Historische Postkarte, gestempelt 1916.

Die Bevölkerung war aber nicht nur ein fremdbestimmtes Opfer der Propagandaapparate. Die Menschen versuchten vielmehr auf vielfältige Weise dem Zugriff von Propaganda und Mobilisierung zu entgehen und ihrem Leben noch etwas Freude abzugewinnen. Statt nationaler und kriegerischer Erbauung rückte so der Versuch, sich von den Schrecken und Zumutungen des Krieges zumindest für eine kurze Zeit abzulenken, in den Mittelpunkt der populären Massenkultur. Variété und Kino, Unterhaltungsliteratur, Sport und Tanzvergnügen erlebten deshalb im Ersten Weltkrieg trotz aller Not bzw. gerade deshalb eine teilweise stürmische Entwicklung, die auch die Nachkriegszeit prägte. Daran waren auch die Soldaten beteiligt. Spontane, bald aber auch von den Militärbehörden förmlich organisierte Schützengrabenzeitschriften und "Fronttheater" versuchten die Soldaten in Kampfpausen zu informieren und zu unterhalten, wobei ein Klamauk wie "Charleys Tante" zum beliebtesten Theaterstück wurde. Und die Soldaten begannen massenhaft, ihre Kriegserlebnisse auf Fotos festzuhalten. Sie lösten so geradezu einen Boom der Photographischen Industrie aus, der sich in der Amateurfotographie der Weimarer Republik fortsetzte. Eine ähnliche Entwicklung war für die Schallplatte und das Grammophon zu verzeichnen, technische Neuerungen, die das Musikerlebnis über die traditionellen Aufführungen hinaus verbreiteten. An die erste Stelle aber rückte zunehmend das Kino. Während hier offensichtliche Propagandafilme wenig Anklang fanden, waren mehr oder weniger realistische Darstellungen des Krieges weitaus beliebter. Vor allem aber waren die Menschen an Unterhaltungsfilmen interessiert, so wie sie in großer Zahl Groschenromane lasen und Tanzlokale besuchten - zum Entsetzen konservativer Beobachter, die immer lauter die Herrschaft einer "Schundkultur" und den öffentlichen Sittenverfall beklagten.

Deutscher Sieg - Historischer Zeitungsausschnitt, aus: Die Woche, Nr. 47, 21. November 1914.

"Deutscher Sieg" - Historischer Zeitungsausschnitt, aus: Die Woche, Nr. 47, 21. November 1914.

Verlinkungen:

->

Quellen:

Internetquellen

-> Kruse, Wolfgang: Kriegsideologie und moderne Massenkultur, in: bpb online, online verfügbar seit 06.05.2013 unter: <https://www.bpb.de/themen/erster-weltkrieg-weimar/ersterweltkrieg/155308/kriegsideologie-und-moderne-massenkultur/>, zuletzt geprüft am 22.10.2025.

->

->

Sekundärliteratur

->

->