

Filmtexte

Krieg und Propaganda 14/18

20. Juni bis 2. November 2014

Filmpropaganda

Der Film ist bei Kriegsausbruch noch keine 20 Jahre alt, dennoch ist das Kino bereits ein massenkulturelles Phänomen und wird daher als innovatives Propagandamedium eingesetzt. Filme der Zeit sind zwar stumm, die Vorführungen finden aber meist mit Musikbegleitung statt. Sprache wird über Zwischentitel vermittelt, die oft entscheidend zur Geschlossenheit der filmischen Erzählung beitragen. Das Kino wird zum patriotischen Erlebnisraum, zur Quelle von Information und Unterhaltung gleichermaßen. Es vermittelt in den Lichtspielhäusern der Heimat Eindrücke vom Kampfgeschehen und sorgt gleichsam für Zerstreuung vom Krieg. Vom fiktionalen Spielfilm bis zu dokumentarischen Formen und direkten Werbeansprachen bemühen sich eine Vielzahl von Filmgattungen um die Beeinflussung des Massenpublikums.

The Battle of the Somme: *The Battle of the Somme* gilt als erster abendfüllender Dokumentarfilm der Filmgeschichte. Erzählt wird chronologisch von den Vorbereitungen über den Angriff bis zu den Opfern der Schlacht. Die Darstellung des Sturmangriffs markiert dabei den dramatischen Höhepunkt: Zum ersten Mal sind vermeintlich authentische Bilder eines Sturmangriffs zu sehen, im Laufe dessen Soldaten scheinbar leblos zu Boden fallen. Auch wenn diese Aufnahmen die Frage nach der Authentizität der Kriegsberichterstattung aufwerfen, gelingt es dem Film aufgrund des unmittelbar an Kriegsschauplätzen entstandenen Materials einen glaubwürdigen Eindruck zu vermitteln. Einen entscheidenden Anteil daran haben die ungeschönten, authentischen Bilder der Toten, die in ihrer Drastik ein Novum für das damalige Publikum sind. | *The Battle of the Somme (Die Schlacht an der Somme)*, GB 1916, 73 min (Clip 7 min), Kamera: Geoffrey H. Malins, John B. McDowell, Produktion: British War Office, © Imperial War Museums, London

Bei unseren Helden an der Somme: Das vom Berliner Bild- und Filmamt produzierte Werk ist als direkte Reaktion auf den britischen Somme-Film entstanden, wirkt jedoch unentschlossen und fragmentarisch. Im ersten Teil bemüht sich der Film die feindliche Propaganda zu entkräften und Sympathien im neutralen Ausland zu gewinnen. Im zweiten Abschnitt wird ein Waldgefecht in größtenteils unbeschädigter Landschaft gezeigt und auch die als Grabenkrieg ausgewiesenen Aufnahmen wirken durch ihre unrealistischen Kamerapositionen und -perspektiven nicht wie authentische Bilder der Schlacht. Die Soldaten blicken aus frisch angelegten Gräben auffällig in Richtung Kamera, während die Kampfhandlungen wie inszenierte Manöver anmuten. Auch die Abbildung von Toten wird ausgespart, ein Soldatenfriedhof abseits der Front ist das einzige Indiz auf die Opfer des Krieges. | *Bei unseren Helden an der Somme*, D 1917, 33 min (Clip 6 min), Produktion: Bild- und Filmamt, © Filmoteca Española, Madrid

Britain's Effort: Zu Beginn von *Britain's Effort* wird ein karikaturesk übersteigertes Zerrbild von Wilhelm II. präsentiert. Mit dem Globus im Augenwinkel wetzt der Kaiser sein Messer, die entstehenden Funken formen die Ziffern 1914 und versinnbildlichen den deutschen Kriegswillen. Zugespielt wird dies im Anschluss, als Wilhelm II. gemeinsam mit Kaiser Franz Josef in Gestalt eines doppelköpfigen Monsters gierig nach Serbien greift. Diese Schmähszene gipfelt in der Darstellung Wilhelms als geflügelte Chimäre, die das wehrlose Belgien unterwirft. Dieser Affront erweckt die britische Symbolfigur John Bull aus ihrem Schlaf und führt zum Kriegseintritt. Im Folgenden verdeutlicht der Film im Sinne einer „Propaganda der Fakten“ die Kriegsanstrengungen des Empires. Mit den Mitteln des Animationsfilms werden dabei abstrakte Zusammenhänge schematisch vereinfacht und rhetorisch zugespielt. | *Britain's Effort (Britanniens Anstrengungen)*, GB 1918, 17 min (Clip 4 min), Regie: Lancelot Speed, Produktion: Lancelot Speed Films, © Imperial War Museums, London

Das Säugetier: Der frühe deutsche Animationsfilm verspottet die britische Kolonialpolitik und zeigt die karikatureske Metamorphose der Nationalfigur John Bull zu einem parasitären Polypen. Dessen expansives Machtstreben dehnt sich mit seinen Fangarmen über die Kolonien in Afrika, Indien und Jamaika immer weiter über den Erdball aus und kann erst durch deutsche Militärintervention gestoppt werden. Der Titel des Filmes spielt höhnisch auf die Mutation der Personifikation Großbritanniens an und wandelt sich schon zu Beginn von Säugetier in „Saugetier“. Dabei handelt es sich mittels Legetrick-Animation um eines der wenigen Beispiele für die aggressive Diffamierung des Gegners in der deutschen Filmpropaganda. | *Das Säugetier*, D 1917, 8 min (Clip 4 min), Animation: Robert L. Leonhard, Text: Hans Brennert, Produktion: Union-Film für Bild- und Filmamt, © Deutsche Kinemathek, Berlin

Rechtfertigungspropaganda: Der magische Gürtel / Wie Frankreich das Elsaß besaß: *Der Magische Gürtel* thematisiert die deutsche Reaktion auf die britische Seeblockade: den uneingeschränkten U-Bootkrieg gegen Handelsschiffe in britischen Gewässern. Als Ausdruck militärischer Stärke wird U 35 bei der Zerstörung von 10 Schiffen gezeigt. Dynamische Aufnahmen vermitteln unmittelbare Eindrücke vom maritimen Kampfgeschehen, während vor allem in den Zwischentiteln das eigene Vorgehen mit Hinblick auf das neutrale Ausland gerechtfertigt wird. Eine andere Propagandastrategie findet sich in *Wie Frankreich das Elsaß befreit*. Den Vorwürfen deutscher Barbarei wird mit der Kritik an Kollateralschäden des französischen Militärs entgegnet. Dabei weist die Argumentation deutliche Parallelen zu heutigen Propagandastrategien auf, so steht auch hier das Bombardement eines Krankenhauses für die Gräueltaten der Gegenseite und ruft somit Empörung beim Publikum hervor. | *Der magische Gürtel*, D 1917, 45 min (Clip 4 min), Regie: Hans Brennert, Produktion: Flora-Film für das Bild- und Filmamt, © Imperial War Museums, London; *Wie Frankreich das Elsaß befreit*, D 1917, 13 min (Clip 4 min), Produktion: Flora-Film für das Bild- und Filmamt, © Bundesarchiv-Filmarchiv, Berlin

For the Empire: Der britische Werbefilm für Kriegsanleihen bringt sein Anliegen mittels einer breiten Argumentation vor: Über den verlustreichen Einsatz der Soldaten und deren Familien soll schichtenübergreifend Verantwortungsbewusstsein geschaffen werden, während Aufnahmen zerstörter Städte in Belgien und Frankreich das Bedrohungsszenario betonen. England bleibt dieses Unheil aufgrund der Marinehoheit erspart, diese Sicherheit ist jedoch mit enormen Kosten verbunden. Der emotionalisierende Tenor wird anschließend abgelöst durch eine Aufrechnung der Finanzierungsmöglichkeiten von Rüstungsgütern, welche werbewirksam ins Bild gesetzt werden. Mit der finalen Darstellung des Anlagenkaufs schließt der Film mit einer regelrechten Anleitung des Publikums. | *For the Empire (Für das Empire)*, GB 1916, 8 min (Clip 4 min), Produktion: Gaumont für Wellington House / War Propaganda Bureau, © Imperial War Museums, London

Le Noël du poilu: Der französische Film thematisiert das Weihnachtsfest im Spannungsfeld von Krieg und Heimatfront. Der Kommunikation mittels Feldpostbriefen und Liebesgaben kommt dabei eine zentrale Rolle zu. Die moralische Unterstützung wird anhand der Kriegspatenschaft (frz. *Marraine de guerre*) vorgeführt und im Sinne einer Solidargemeinschaft quer durch die Bevölkerungsschichten proklamiert. Der sentimentale Film schließt mit einem bemerkenswerten Ende für einen Stummfilm: In einer affirmativen Szene stimmt die glücklich vereinte Familie das zur Zeit des Deutsch-Französischen Kriegs von 1870/71 unter französischen Soldaten populäre Lied „Le Petit Quinquin“ an. Die Dauer der Gesangsszene lässt vermuten, dass das Lied über den filmischen Raum hinaus in der keineswegs stummen Aufführungspraxis des damaligen Kinos direkt auf die Partizipation des Publikums abzielte. | *Le Noël du poilu (Soldatenweihnacht)*, F 1915, 39 min (Clip 6 min), Regie: Louis Feuillade, Produktion: Gaumont, © Gaumont Pathé, Paris

Shoulder Arms: Charlie Chaplins Kriegssatire nähert sich auf komödiantische Weise dem Kriegsgeschehen und bietet damit dem Publikum eine Möglichkeit, die Schrecken des Krieges zu verarbeiten. Komödie und Tragödie lagen für ihn stets nah beieinander und so verbindet der Film die Absurditäten des Militarismus mit der Darstellung des Grabenkampfes. Während zu Anfang vor allem der mühsame Alltag der einfachen Soldaten thematisiert wird, nimmt das Geschehen zunehmend groteske Züge an. So setzt der Protagonist Limburger als Wurfgeschoss ein oder schleicht sich als Baum verkleidet hinter die feindlichen Linien. Als es ihm schließlich sogar gelingt, den Kaiser gefangen zu nehmen und den Krieg zu beenden, erringt das Unterhaltungsmedium Film einen symbolischen Triumph über die Realität. | *Shoulder Arms (Gewehr über!)*, USA 1918, 45 min (Clip 6 min), Regie: Charles Chaplin, Produktion: Charles Chaplin Productions, © Roy Export S.A.S., Paris

Sturmzeichen: Der Handlungsort im Oberelsass ist erst nach dem Ende des Deutsch-Französischen Kriegs von 1870/71 an das Deutsche Reich gefallen. Dieser Umstand spielt eine große Rolle für das Bedrohungsszenario des Films, dessen französisches Feindbild im Produktionsjahr 1914 noch recht harmlos gestaltet ist. Trinkfreudige Soldaten besetzen in der

tempogeladenen Handlung ein Gasthaus, bedienen sich aber auch subtiler Mittel der Spionage. *Sturmzeichen* appelliert am Beispiel der beherzten Wirtstochter an das Verantwortungsgefühl der Zivilbevölkerung. Im Umfeld der Mobilmachung und patriotischen Euphorie zu Kriegsbeginn wird so unter verkehrten Tatsachen Achtsamkeit vor französischer Aggression gefordert. | *Sturmzeichen*, D 1914, 20 min (Clip 7 min), Regie: Willy Zeyn sen., Produktion: Projektions-AG Union, © Deutsche Kinemathek, Berlin

Der Heimat Schützengraben: Janssen will seinen Schwager Kramer von der Notwendigkeit der Kriegsanleihen überzeugen und bemüht deshalb in einer Beispielerzählung ein drastisches russisches Feindbild. Ähnlich dem Hunnen in der britischen Propaganda wird der Kosake hier als Bedrohung dargestellt, der auch vor dem Mord an unschuldigen Frauen und Kindern nicht zurückschreckt. Schutz davor bietet nur der deutsche Militarismus, an dessen Finanzierung alle Generationen, vom alten Mütterchen bis zu kleinen Kindern, mitwirken müssen. Der Werbefilm im Unterhaltungsgewand verdeutlicht seinen Appell, indem er im letzten Teil auf die öffentlichen Anleihekundgebungen der Zeit rekurriert und somit das Anliegen des Films mit der unmittelbaren Lebenswirklichkeit des Publikums verknüpft. | *Der Heimat Schützengraben*, D 1916, 8 min (Clip 6 min), Produktion: Imperator-Film-Co. für Reichsbank Berlin, © Deutsche Kinemathek, Berlin

Feind hört mit: Mit einer vorangestellten dokumentarischen Aufnahme von Hindenburg am Kartentisch unterstreicht der fiktionale Film den Wirklichkeitsbezug seines didaktischen Anliegens. In der folgenden Spielhandlung werden die Befehlskette und die feindlichen Abhörmaßnahmen detailliert gezeigt, um die Soldaten für den vertraulichen Umgang mit Informationen zu sensibilisieren. Am Beispiel des unachtsamen Funkers Krause werden mit spektakulären Gefechtsszenen die verheerenden Folgen von Spionage dargelegt. Der Film arbeitet im Sinne des heutigen „Edutainments“ mit Personalisierung und attraktiver Bildgestaltung – das schwarzweiße Ausgangsmaterial wurde im zeitgenössischen Prozess der Virage in Farbstoffbädern koloriert. Der belehrende Inhalt wird im attraktiven Unterhaltungsformat verpackt und legt die Vorführung in den über 900 Front-Kinos nahe. | *Feind hört mit*, D 1918, 18 min (Clip 8 min), Produktion: Bild- und Filmamt, © Deutsche Kinemathek, Berlin

The Leopard's Spots: Der Filmtitel bezieht sich auf das englische Sprichwort „A leopard cannot change its spots“ (Die Katze lässt das Mäusen nicht). Der Film zeigt, dass die Kriegspropaganda das Ende des gewaltsamen Konflikts überdauert. Etablierte Feindbilder, wie das des kindermordenden, betrunkenen Barbaren werden aktiviert und als naturgegebene Gesetzmäßigkeiten propagiert, um vor dem Kauf von deutschen Produkten zu warnen. Mittels einer Überblendung wird dabei die Transformation von Soldaten in Zivilpersonen realisiert und somit mit den gestalterischen Mitteln des Films die gleichbleibende, bösartige Natur des Gegners betont. | *The Leopard's Spots (Die Flecken des Leoparden)*, GB 1918, 3 min, Regie: Cecil M. Hepworth, Produktion: Hepworth Manufacturing Company für Ministry of Information, © British Film Institute, London

Wochenschauen: Die Wochenschau ist ein international verbreitetes Informationsformat, das in Kinos vor dem Hauptfilm aufgeführt wird. Ähnlich heutigen Nachrichtensendungen soll das Publikum über aktuelle Ereignisse unterrichtet werden und am Weltgeschehen teilhaben – erschwert wird dies jedoch von technischen Einschränkungen und politischer Zensur. Werden die Wochenschauen 1914 noch mit Begeisterung als authentische Berichte über den Krieg aufgenommen, verändert sich die Wahrnehmung zunehmend. Die als aktuell beworbenen Aufnahmen können ihr Versprechen nicht einlösen und zeigen oft hinter den Linien inszenierte, klischeehafte Szenen in Übungskontexten, die lediglich in den Zwischentiteln als echte Kampfhandlungen ausgewiesen werden. Neben der fehlenden Glaubwürdigkeit gibt es zwischen den häufig ereignisarmen Segmenten kaum einen inhaltlichen Zusammenhang. | *Messter Woche 12*, D 1915, 7 min (Clip 3 min), Produktion: Messter Film GmbH, © Bundesarchiv-Filmarchiv, Berlin; *Semana Messter 47 (Messter Woche 47)*, D 1915, 8 min (Clip 4 min), Produktion: Messter Film GmbH, © Imperial War Museums, London; *Annales de la Guerre 11*, F 1917, 11 min (Clip 6 min), Produktion: Section Cinématographique de l'Armée Française, © Imperial War Museums, London

Reklamefilme: Julius Pinschewer ist ein früher Vertreter des Deutschen Reklamefilms und wirkt in dieser Funktion an mehreren Kriegsanleihe-Kampagnen mit. In *Jung-Siegfried* wird dafür eine heldenhafte Ahnenreihe mit mythischem Vorkämpfer bemüht. Die Kriegsanleihe wird mit dem Schwert des Helden gleichgesetzt, das den Drachen zu erschlagen vermag. Eine ähnliche Strategie wird mit der Prominenten-Propaganda unter Einbeziehung des beliebten Generals Hindenburg verfolgt, dessen unterzeichnete Texttafel eine deutliche Sprache spricht: „Das deutsche Volk wird seine Feinde nicht nur mit dem Schwerte, sondern auch mit dem Gelde schlagen. Das wird die Kriegsanleihe beweisen.“ Tricktechnik und

eine faktische Argumentation von Anleihen als Kapitalanlage komplettieren die Werbebotschaft, die auch in *Worauf wir vertrauen* mittels Stopptrick-Animation deutlich vorgebracht wird. | *Jung-Siegfried; Ein Wort Hindenburgs über die Kriegsanleihe; Worauf wir vertrauen*, D 1917/18, jeweils 2 min, Regie: Julius Pinschewer, Produktion: Werbefilm GmbH für Reichsbank Berlin, © AG Loiperdinger + Pinschewer

Pressekontakt: Michaela Hille, T. 040 428134-800, F. 040-428134-999

E-Mail: presse@mkg-hamburg.de

Pressebilder: Download unter www.mkg-hamburg.de

Öffnungszeiten: Di – So 10 – 18 Uhr, Do 10 – 21 Uhr

Eintrittspreise: 10 € / 7 €, Do ab 17 Uhr 7 €, bis 17 Jahre frei
