Zeitschrift: Schweizer Soldat : Monatszeitschrift für Armee und Kader mit FHD-Zeitung

Herausgeber: Verlagsgenossenschaft Schweizer Soldat

Band: 56 (1981)

Heft: 7

Artikel: Die Kriegspropaganda

Autor: Kurz, Hans-Rudolf

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-706041

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Die Kriegspropaganda

ERSCHLOSSEN EMDDOK
MF 2Ø9 1135

Oberst Hans-Rudolf Kurz, Bern

Das Kriegsmittel der Propaganda ist ebenso alt wie der Krieg selber. Aus dem frühen Altertum, dem alten China (Sun Tsu) und dem alten Testament sind zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten der Kriegspropaganda überliefert, die uns zeigen, wie dieses Kampfmittel immer angewendet wurde. In der neueren Zeit war es vor allem Napoleon, der sich in virtuoser Weise der Propaganda bediente. Metternich sagt von ihm, dass ihm die Zeitungen so viel nützten, «wie ein Heer von 300 000 Mann».

In der Zeit seit dem Ersten Weltkrieg hat die Kriegspropaganda technisch und quantitativ eine ungeheure Entwicklung erlebt. Der Ausbau und der Umfang aller Kommunikationsmittel, aber auch die wachsende Bedeutung der ideologischen Elemente des Krieges gaben der Propaganda eine ausserordentlich gesteigerte Bedeutung. Noch zu Beginn des Krieges 1914/18 wurde sie zwar von einzelnen Heeresleitungen als des Soldaten unwürdiges und unfaires Kriegsmittel abgelehnt und nach dem Zweiten Weltkrieg war es die Sowjetunion, welche die Kriegspropaganda als Verbrechen gegen die Menschlichkeit international ächten wollte – dennoch ist die Propaganda ein modernes Kriegsmittel, auf das heute keine Kriegspartei mehr zu verzichten bereit ist.

Wesentliche Förderung und immer neue Anregungen erhält die militärische Propaganda von ihrem *zivilen Bruder,* der als geschäftsfördernde Werbung, Reklame usw. im modernen Wirtschaftsleben eine dominierende Rolle spielt und einen (bisweilen beängstigend grossen) Anteil des wirtschaftlichen Aufwands für sich beansprucht.

Die militärische Propaganda ist ein *Mittel des psychologischen Krieges.* Sie bedeutet eine planmässig betriebene Einflussnahme auf die freie Meinungsbildung aller Betroffenen. Die Propaganda ist ein Kampf ohne Waffen, der darauf ausgerichtet ist, die geistige Haltung derer zu lenken, die in ihrem Einflussbereich stehen.

Die Zielsetzung der Kriegspropaganda kann *militärtechnischer Natur* sein, indem sie den militärischen Führungsentscheid zu beeinflussen sucht. Sie strebt an, die gegnerische Führung über die Lage und die eigenen Verhältnisse *irrezuführen,* indem sie die eigene Situation, die Kampfkraft und Moral, die eigenen Waffen, die Versorgung und die eigenen strategischen Möglichkeiten in ein möglichst günstiges Licht stellt und anderseits Schwächen, Belastungen, Verluste usw., des Gegners übertreibt. Damit soll die gegnerische Führung veranlasst werden, die Lage beim Feind als günstig und die eigene Lage als ungünstig zu beurteilen; dementsprechend sollen die Entschlüsse ausfallen. Das Mittel dieser Form von Propaganda ist vor allem die Kriegsberichterstattung mit Heeresberichten, frisierten Lageberichten aller Art, den Propagandafilmen usw.

Dieser militärisch-technischen steht die *generelle Propaganda* im Krieg gegenüber, die ganz allgemein gegen Volk und Armee des Gegners gerichtet ist und dessen geistige Einstellung zum Krieg, seine Kampfbereitschaft und Durchhaltemoral zum Gegenstand hat. Diese Art der Propaganda kann gegen zwei völlig verschiedene Gruppen von Empfängern gerichtet sein:

1. Auf der einen Seite ist die Propaganda ein vielbenütztes Mittel zur Stärkung der Kampfbereitschaft und des Durchhaltewillens der *eigenen* Armee (und ihrer Verbündeten) und des *eigenen Volkes.* Sie soll mittels möglichst rosiger Lagedarstellungen und hoffnungsvoller Zukunftsaussichten die eigenen Kräfte anspornen und ihren Glauben an den Erfolg des eigenen Kampfes stärken. Diese Propaganda vergrössert die eigenen Erfolgsaussichten und schildert die Lage beim Feind in düsteren Farben. Damit sollen der Mut gestärkt und defaitistische Stimmungen überwunden werden. Als Meister dieser Aufpeitschungspropaganda für das eigene Volk bleibt *Josef Goebbels* in einschlägiger Erinnerung.

2. Vor allem aber ist die Kriegspropaganda *gegen den Feind gerichtet.* Sie ist ein Stoss in seinen Rücken, der ihn demoralisieren, seinen Glauben an die gute Sache zerstören und sein Vertrauen auf den Erfolg herabsetzen soll. Das Gift der Propaganda soll Defaitismus und Kleinmut verbreiten, Misstrauen säen und die Kritik an der eigenen Führung und den eigenen Zielen anspornen. Die Propaganda ist ein *Angriff auf die Moral des Feindes.*

Ein wesentliches Element dieser Propaganda liegt auch in der geistigen Stärkung der *Opposition* in den Reihen des Feindes.

Die Propaganda ist gegen *alle Stufen* von Volk und Armee des Feindes gerichtet. In der Armee soll sie sowohl die Führung als den einzelnen Soldaten erreichen. Sie soll den Defaitismus verbreiten, der sagt «es nützt doch alles nichts». Der einzelne Mann soll an seiner Aufgabe irre werden und zum Feind überlaufen (wo ihm der Himmel auf Erden versprochen wird). Auch im Volk soll die Propaganda sowohl die leitenden Instanzen verunsichern als auch die «öffentliche Meinung» der breiten Masse beeinflussen. **In seinem klassisch gewordenen Armeebefehl vom 11. Mai 1940 sagt General Guisan hierüber: «Nachrichten, die durch Radio, Flugblätter oder andere Mittel verbreitet werden könnten, und die den Widerstandswillen des Bundesrates oder des Generals anzweifeln, müssen als Lügen einer defaitistischen Propaganda betrachtet werden.»**

Die *technischen Mittel* der Propaganda sind praktisch unbegrenzt. Alles, was der Erreichung des Ziels dienen kann, wird herangezogen; der zerstörerischen Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Im Vordergrund steht naturgemäss der militärische Bereich; aber auch politische, künstlerische, ideologische und wirtschaftliche Propagandaformen können ihre Wirkung haben. Dass allerdings jeder aufs äusserste gesteigerten Propagandatätigkeit die Gefahr innewohnt, sich gegen die eigene Führung zu richten, so dass diese zum Opfer ihrer eigenen Propaganda wird, hat die jüngste Geschichte mehrfach gezeigt.

Im Vordergrund stehen als *Propagandaträger* die Massenmedien aller Art; die elektronischen Medien von Radio und Fernsehen haben den Vorzug der breitesten und lückenlosen Strahlungswirkung. Sehr grosse Bedeutung haben auch die verschiedenen Druckerzeugnisse, von den Zeitungen und Zeitschriften aller Art, über die Bücher, Broschüren, Plakate bis zu den zweckgerichteten Flugblättern. Auch der Film, aber auch künstlerische und kulturelle Werte (Theater, Literatur usw.) haben ihre Wirkungsmöglichkeiten. Daneben steht die Mund- und Flüsterpropaganda von Mensch zu Mensch mit ihrer grossen Gefahr der Gerüchtebildung.

Die Kriegspropaganda beginnt nicht erst in Kriegszeiten, sondern setzt – wie auch viele andere Formen des indirekten Kriegs – schon in den «Vorzeiten» von Krisen, Spannungen und Kriegen ein. Hier ist sie besonders wichtig und gefahrvoll, weil sie dazu beiträgt, frühzeitig das geistige Klima eines spätern Konflikts vorzubereiten – und hier, weil man ja im «Frieden» steht, viel zu wenig ernstgenommen wird. Wir spüren diese Gefahr täglich.

Die Propaganda muss nicht «unwahr» sein – auch in einer objektiven Darstellung kann unter Umständen gute Propagandawirkung liegen. In der Regel wird die Propaganda allerdings die eigene Betrachtung zum Ausdruck bringen und danach trachten, den Gegner möglich wirkungsvoll zu treffen. Sie wird die Werte auf ihre eigene Weise umdeuten, wird die eigenen Vorzüge unterstreichen und die Nachteile beim Gegner überbetonen. Dass sie sich in diesem Streben oft auch der Lügen bedient, haben wir im Zweiten Weltkrieg bis zum Überdruss erlebt. Vielfach geht es gar nicht darum, zu «überzeugen»; schon im «vernebeln» der klaren Sicht kann ein Propagandaerfolg liegen.

Die *Abwehr der Propaganda»* darf für uns nicht einfach in einer der feindlichen Propaganda nachgebildeten «Gegenpropaganda» bestehen. Neben der technischen Abwehr der gegen uns gerichteten Propaganda und dem unerlässlichen Verbot staatsgefährdender Propaganda geht es für uns darum, dem Angriff auf die Moral unseres Volkes und unserer Armee eine Stärkung dieser Moral gegenüberzustellen. Diese liegt in einer Vertiefung der sachlichen, zuverlässigen und zeitgerechten *Information* unseres Volkes – wie auch des Auslands. Wir müssen klar und deutlich unsern Standpunkt darlegen – aber wir dürfen keine Propaganda betreiben. **Unsere Aufklärungsarbeit besteht in einer wahrheitsgetreuen Orientierung über unsere Verhältnisse, um damit den einzelnen in die Lage zu versetzen, sich ein eigenes Urteil zu bilden. Damit vermag er der gegen uns gerichteten Propaganda zu widerstehen.**