

Ripon College

Amerikanische und Nationalistische Sozialistische Propaganda des Zweiten Weltkriegs: Eine
Vergleichung

Ethan Freiermuth

Professor Sopcak

DEU 400,01

Elmer Davis und Joseph Goebbels: zu ihrer Zeit waren sie die Führer der zwei größten Propaganda Organisationen der freien und unfreien Welt. Der kolossale Kampf gegen die Kräfte des Guten und des Bösen, der Kampf um die Zukunft der Welt, hat nicht mit dem Zweiten Weltkrieg angefangen, sondern wird vorher in den Herzen des Volkes geführt. Franklin Delano Roosevelt und Adolf Hitler waren auch derselben Meinung dazu. Aus diesem Grund wurden das Office of War Information (OWI) und das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda gegründet, um ihre jeweilige Bevölkerung hinter die Ziele der Nationen zusammenzubringen. Die bekanntesten Propagandawerke der Zeit waren der Nazi Film „Triumph des Willens“ (1934) und die widersprüchliche amerikanische Filmserie „Why We Fight,“ (1942-1945). Diese Werke exemplifizieren nicht nur die Methode und der Stil des Propagandahandwerks, sondern auch die Ziele, die die Regierungen wünschten dadurch zu fördern. Die Analyse amerikanischen und nationalsozialistischen Film-Propaganda der Dreißiger und Vierziger demonstriert, Ideologie hat ein großen Einfluß auf die Methode und den Stil, die im Propagandahandwerk benutzt wurden.

In den dreißiger und vierziger Jahren war Film ein starkes Medium. Hitler dachte Film war eine der besten Methoden, die „Massen“ von seiner Weltanschauung zu überzeugen. Radio wurde in den dreißiger Jahren sehr verbreitet von allen Wirtschaftsklassen gehört, und viele Menschen lasen Plakate und andere schriftlichen politischen Schriftwerke, aber Goebbels und Hitler glaubten, dass Film und Bilder einen stärkeren Einfluß auf die Ansichten des Volkes hatten:

„Größere Aussicht besitzt schon das Bild in allen seinen Formen, bis hinauf zum Film. Hier braucht der Mensch noch weniger verstandesmäßig zu arbeiten; es genügt, zu schauen, höchstens noch ganz kurze Texte zu lesen, und so werden viele eher bereit sein, eine bildliche Darstellung aufzunehmen, als ein längeres Schriftstück zu lesen.“ (Hitler, 526)

Es gibt praktikable Auswirkungen infolge, zum Beispiel die Nazis weniger Text oder Erzählung in ihren Propaganda als in amerikanischen Propaganda benutzt haben. Kinematografie wurde zur gleichen Zeit wie dem Nazimacht entwickelt, und die Nazis erkannten schnell der Macht des Films und den neuen filmischen Methoden. Gleichzeitig produzierte Hollywood in den dreißiger Jahren einige der bekanntesten Filme aller Zeiten, die weltweit gezeigt wurden: *Gone With the Wind* (1939), *Snow White and the Seven Dwarfs* (1937), *Modern Times* (1936), *King Kong* (1933), usw. (IMDb). Die sogenannte „goldene Ära“ Hollywoods hat 1929 angefangen, und dauerte durch den Zweiten Weltkrieg hindurch. Zum Zeitpunkt, an dem die Vereinigten Staaten in den Zweiten Weltkrieg eintrat, wurde es ersichtlich, dass wenn man die Meinungen des Volkes beeinflussen wollte, sollte man Film als Medium verwenden.

Trotz der Wichtigkeit des Film und den Propaganda in den faschistischen und alliierten Kriegsanstrengungen und in der Nazi-Ideologie hatten, gibt es wenige Forschung darüber, die ein Vergleich macht und nicht auf Großbritannien, Plakate, oder die Entmenschlichung und Ermordung der Juden fokussiert ist. Obwohl diese Themen ein Teil der Geschichte sind, fehlt ihnen oft die widersprüchliche Natur der Nazi und amerikanischen Filmpropaganda. Xifra und Girona bemerken, dass die zwei grössten Ziele

der amerikanischen Regierung waren, das amerikanische Volk zu informieren und feindliche Propaganda entgegenzuwirken (40). Heerführer George C. Marshall betonte wie wichtig es war, nur die Wahrheit gegen die Lügen der Achsenmächte zu benutzen und zu zeigen, weil er eine ermutigte Bevölkerung und psychologisch und ideologisch starke Soldaten brauchte (Xifra und Girona, 41). Deswegen wurde die ganze amerikanische Propaganda-Anstrengung gegründet: eine Herausforderung an Faschismus zu äußern. Nazismus, andererseits, war erst kürzlich als eine Herausforderung an die Demokratie entwickelt worden, eine Tatsache, die Hitler und Goebbels deutlich gemacht hatten. Ein stärkerer ideologischer Unterschied gibt es nicht. Auf diese Weise kämpften die Ideologien absichtlich direkt durch Filme und Kinos gegeneinander, um die Bevölkerung der Welt von ihrer unveränderbaren Wahrheit zu überzeugen. „The Conquest of Europe on the Screen: The Nazi Newsreel, 1939–40“ von Siegfried Kracauer, diskutiert die verschiedenen filmischen Methoden, die in Nazi und amerikanischen Wochenschauen benutzt wurden. Darin argumentiert Kracauer, dass deutsche Kinematografie bestimmte Methoden betont, z.B. sie benutzten Foto und Musik mehr als gesprochene Wörter. Deswegen waren ihre Wochenschauen sehr wirksam, mehr wirksam als amerikanische Wochenschauen, insbesondere bei der Demoralisierung der besetzten Bevölkerungen des Westens (Kracauer, 337).

Das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda wurde am 13. März 1933 unter Reichsminister Joseph Goebbels gegründet, um das deutsche Volk von den Wahrheiten des Nazismus und die Bevölkerung anderer Länder von den „Friedlichen“ Intentionen des Dritten Reichs zu überzeugen. Laut einer Verordnung vom 30. Juni 1933

oblagen dem Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda schließlich „alle Aufgaben der geistigen Einwirkung auf die Nation, der Werbung für Staat, Kultur und Wirtschaft, der Unterrichtung der in- und ausländischen Öffentlichkeit über sie und der Verwaltung aller diesen Zwecken dienenden Einrichtungen“ (Bundesregierung). Alle Medien, in denen man eine Idee kommunizieren könnte, waren gesetzlich vom Reichsministerium kontrolliert.

Goebbels, ein Doktor der Philosophie und bekannt für seinen Antisemitismus, arbeitete vor dem Krieg, um die Deutschen von ihrer Übermenschlichkeit und ihrem unvermeidlichen Sieg zu überzeugen, und während des Kriegs, um die Kriegsunterstützung und die Moral aufrecht zu erhalten. Deswegen produzierten die Nazis Filme, die die Gefühle des Patriotismus und der Überlegenheit einflößten, und keine Werke, die gegen diese Ziele hätte arbeiten können. Die Nazi-Bewegung ist in der Einheit des deutschen Volkes als eine untrennbare Gesellschaft geerdet, deswegen ist es logisch, dass alle Männer und Frauen ihrer Arbeit und ihre Leben für die Interesse der Gesellschaft geben sollten (O'Shaughnessy, 59). Es gibt kein Unterschied dazwischen, was für die Partei oder den Staat gut ist, und was für den Einzelne gut ist: die Möglichkeit existiert einfach nicht. Alle Arbeit, alle Leiden, alle Opfer leiten ihre Bedeutung von der Bewahrung und der Stärkung der „arischen“ Rasse ab, und es war nur durch die Kämpfe und den Arbeit der Weltkriegsgeneration (damals die derzeitigen Generation), dass das Paradies des tausendjährigen Reichs gebaut werden könnte (60). Deswegen war das Ziel allen Nazi Propaganda die Deutsche mit diesem Endziel zu begeistern. Um das Endziel zu erreichen, glaubten die Nazis es war nötig, die ganze Macht eines Staates in einem Führer, der die

Volksgemeinschaft und ihre Interessen vertraten, zu verkörpern: das Führerprinzip.

Deswegen konzentrierten die Nazis oft auf die Förderung ihrer "Marke": der Führer, Herr Hitler (58-59). In Bezug auf die besetzten oder alliierten Länder, war die Ziel der Propaganda den Mythos der deutschen unüberwindbaren Überlegenheit und ihres unaufhaltsamen Militärs überzeugen.

Die Propaganda-Absichten den Nazi Filme werden am besten durch einen Überblick deutlich gemacht, weil der einzigartige Stil der Nazis nur durch den Abspielen diese Filme klar gemacht werden kann. Deshalb ist diese Analyse in drei Teile aufgeteilt: *Triumph des Willens*, Kinofilme, und "Die Deutsche Wochenschau." *Triumph des Willens*, das bekannteste Propagandawerk aller Zeiten, filmte die 1934 Naziparteikongress und wird nach 1935 inner- und außerhalb Deutschlands gezeigt. Das Film ist bemerkenswert, weil es fast keine Erzählung hat, sondern lässt die (absichtlich ausgewählten) Bilder und Szene für sich sprechen. Es fängt mit der Ankunft des Führers an, und wann sein Flugzeug aus den Wolken wie Jesus absteigt, wird eine stereotypische deutsche Stadt gezeigt. Hitler wird mit einer Parade, einer Militärkapelle, und einer laut jubelnden Masse begrüßt und redet später aus einem Hakenkreuz dekorierten Hotelbalkon vor der Menge des deutschen Volkes. Der ganze Film ist von Massen, Musik, und Reden gevollt. Obwohl der Film das Jahr 1934 darstellt, ist er überhaupt nicht auf die Gegenwart sondern auf der Zukunft nach dem Sieg des Nazismus konzentriert. Deswegen zeigt es fröhliche, gesunde, lächelnde Menschen, um die Deutschen von den Paradies der Zukunft zu überzeugen. Blondhaarige, körperbetonte Jungen spielen und arbeiten miteinander als eine Gemeinschaft. Männer, die aus allen Ecken Deutschlands stammen, erklären ihre Einheit und ihren industrieller

Fortschritt. Volksgemeinschaft: dies ist die Botschaft dieses Films. Egal, was es kostet, *Triumph des Willens* zeigt eine Vision, auf die hingearbeitet werden sollte. Er zeigt das Ende, das die Mittel rechtfertigen sollten.

Nazikinofilme mischten Nationalismus, Faschismus, Selbstopfer, und deutsches Militarismus zusammen mit freudigen Liedern. Der U-Boot-Kapitän erinnert seine Kameraden, „Reihen schließen. Die Mission und Stärke ist in dir verkörpert,“ und die leise Antwort wird gegeben: „Ich könnte zehn Tote für Deutschland sterben, ein hundert“ (*Morgenrot*, 1933). Nachdem er sich das Leben riskiert, um Nazi Propaganda zu verteilen und wird von einem Dutzend kommunistischen Männern geschlagen, legte Hitlerjunge Quex auf dem Boden und sagt: „Unser Banner strömt vor uns.“ Danach wird das Horst-Wessel Lied gespielt und gesungen, während die Blutfahne und marschierende Soldaten eingeblendet werden (*Hitler Jugend Quex*, 1933). Die Nazis wollten wegen Filme wie *Hitler Jugend Quex* und militärische Filme wie *Pour le Merit* (1937) und *Stukas* (1941) eine Kultur der Selbstaufopferung und des absoluten volksgemeinschaftlichen Loyalität verursachen. Obwohl diese Filme wie direkte Propaganda scheinen, von den 1150 Filmen, die zwischen 1933 und 1945 produziert wurden, waren nur ein Sechstel als Propagandafilme bestimmt. Himmler hat die Filmindustrie angewiesen, politische Botschaften in ihren Filmen zu einflechten, aber ihre primäre Rolle als Unterhaltung zu erhalten (Lieser). Filme wie *Heimkehr* (1941) porträtierten Volksdeutsche in Polen und ihrer „Unterdrückung,“ und endet mit einem Gefängnislied über Deutschland, um den Überfall auf Polen zu rechtfertigen. Andere Filmemacher versuchten, die Nazis als eine Weiterführung des zweiten Reiches darzustellen, als Auswuchs einer seit langem

überlegenen deutschen Kultur, besonders militärischer Kultur. Weil Hitler jedem verbot, ihn darzustellen, nahmen Filmemacher bekannte historische Figuren an seiner Stelle. Bismarck und Friedrich der Große wurden am häufigsten ausgewählt, und sie wurden als Kritiker der Demokratie, Verteidiger gegen den gottlosen Kommunismus, erfolgreiche und mutige deutsche Staatsmänner und Militärstrategen dargestellt (Lieser). Die Vergangenheit und die Gegenwart sollten geändert werden, um sich mit der Nazi Erzählung anzugleichen.

Um ihre ideologischen Ziele zu unterstützen, entwickelten deutsche Kinematographen viele neue Filmhandwerke, die für die Nazis einzigartig waren. Durch deutsche filmische Werke der Nazizeit hindurch, konzentrierten sich Filmemacher auf die Macht der Musik und des Bilds anstatt auf die Macht der Erzählung und des Textes. Dem *Triumph des Willens* ähnlich, wurden nur 31% der Bilder deutschen Wochenschauen mit Text oder Erzählung verbunden, im Gegensatz zu amerikanischen Wochenschauen, wo der Prozentsatz bei mehr als 90 Prozent liegt (Kracauer, 155). Im Vergleich zu den Amerikanern machten die Nazis längere, verbundene Geschichten aus ihre Wochenschauen zu Themen wie „Sieg im Westen,“ die eine Sichtung einer Million Fuß Filmrollen brauchte (ibid., 156). Nazifilmemacher kreierten Erzählungen statt Berichte und benutzten aus der große Menge des Filmmaterial nur absichtlich gewählte Bilder, die Nazi Propaganda als Realität präsentieren und die Wahrheit verdunkeln könnten. Deswegen hatten die Nazis kinematografischen Regeln, die diese Entscheidungen informierten, z. B. man dürfte nie deutsche Leichen oder blutige Szenen zeigen, weil die Nazis wollten, dass niemand ihre Siege in Frage stellt oder die wahren Kosten und die erschreckliche Natur des Krieges zu weiss. Auch dürfte man keine lebenden feindlichen Soldaten zeigen, damit ihre

„Rassenfeinde“ nicht humanisiert wurden (Lieser). Krieg wurde als blutloser, strategischer Konflikt wie Schach gezeigt: der Feind ist nur ein Punkt auf einer Karte oder nur ein Hauch Artillerie-Rauch. Die Deutschen haben keine Zerstörung verursacht, das wurde von ihren Feinden getan. Wenn deutsche Soldaten in Filmen oder Wochenschauen gezeigt wurden, gab es nur zwei Möglichkeiten: sie waren entweder ernsthafte, pflichtgebundene Männer, wenn sie gegen Verräter kämpften, oder sie gingen lachend und singend in die Schlacht, wenn sie gegen fremde Feinde kämpften. Die Nazis entwickelten viele kinematografische Methoden, aber bestimmt nur diejenigen, die die Wahrheit verdunkelten.

Als die Vereinigten Staaten in den Krieg eintraten, wollte die amerikanische Regierung einen Widerspruch gegen die ideologische Vision der Welt der Nazis vorbringen. Amerikanischer Präsident Franklin Delano Roosevelt glaubte, dass er seine Leute von dem Krieg gegen alle Achsenmächte überzeugen musste. Bis zum Angriff auf Pearl Harbor waren Die Amerikaner überzeugte Isolationisten, deswegen brauchten sie eine klare Ursache, die die Mobilisierung der gesamten Nation rechtfertigen könnte. Roosevelt war aber zögerte, eine von der Regierung kontrollierte Propagandakampagne zu beginnen, und deswegen wurde das Projekt als Informationskampagne bezeichnet. Das OWI, oder Office of War Information, wurde 1942 gegründet, um amerikanischen Unternehmen und Werbetreibenden Empfehlungen (nicht Befehle) zu geben, das amerikanische Volk über den Krieg zu informieren, und die Ziele des Krieges zu erklären. Congress und Roosevelt wollten die Wahrheit erklären, dass dies ein Weltkrieg gegen Unterdrückung und Lügen und für Freiheit und Demokratie war. Und so wurde die gesamte amerikanische Propaganda-Anstrengung vom Anfang eine Reaktion auf die Nazis, weil Congress kein

Ministerium wie das bedrückende Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda gründen wollte und den Krieg als eine Verteidigung der friedliebenden und freien Menschen der Welt betrachteten.

Um einen Unterschied zwischen den Alliierten und den Achsenmächten in der Perspektive der Menschen zu schaffen, versuchte OWI, die Alliierten als freie und friedliche Menschen, die kämpfen, um die Welt von der Tyrannei abzuhalten. Wegen diesen Ziele wurden die Intoleranz und die Unterdrückung innerhalb der Alliiertenländer absichtlich heruntergespielt. Obwohl die Sowjetunion ihre Leute unterdrückte und marschierte viele Länder wie Estland und Westpolen ein, wurden sie in amerikanischer Propaganda nur als ein freies, friedliches, und christliches Land gezeigt, das nur in der Verteidigung ihrem Heimat gegen dem Einmarsch der bösen Nazis kämpfte (Capra, Chapter V). Die Sowjetunion wurde als ein multikulturelles, musikliebendes, mutiges Land der freien Einzelpersonen gezeigt, das den Vereinigten Staaten ähnelte. In den USA gab es damals grosse Rassenspannungen, aber OWI und das amerikanische Militär wollten Kultur- und Rassenkämpfen minimieren, um einer Einheitsfront gegen Faschismus zu schaffen (Fleegler, 62-63). Dasselbe galt für die weit verbreiteten und kulturell vielfältigen britischen und französischen Kolonien. Die Botschaft war, dass alle Länder und Menschengruppen der Welt zusammenstehen müssen, sonst fallen sie allein. Die amerikanische Regierung wollte die Erde in die freie und die unfreie Welt teilen, und, um das zu tun, ignorierte alliierte Unterlassungen, ihren gepriesenen Werten zu entsprechen (obwohl am Ende des Krieges die Propaganda ihre Gesellschaften zum Besseren veränderte). Genau wie immer standen die Alliierten und die Vereinigten Staaten für die

Freiheit, die Wahrheit, und den Frieden und gegen die Tyrannei und die Sklaverei der Achsenmächte, die die ganze Welt unterdrücken wollten.

Die *Why We Fight* Filmserie von Frank Capra war ein Spezialprojekt des amerikanischen Heeres unter General George C. Marshall, das versuchte, der Krieg für amerikanischen Soldaten (und später dem amerikanischen Volk) zu rechtfertigen und die Fortschritt des Krieges zu erklären. Durch die Filmserie hindurch wird immer die Hartnäckigkeit freier Menschen gegen die lügende, aggressive Achsenmacht gezeigt. Sie fängt mit dem Aufstieg des Nazismus und des Nationalismus an und erklärt, dass „Geschichte kehrt sich um,“ weil angesichts schwerwiegender Herausforderungen das deutsche Volk „ließ einen anderen für sich denken,“ und hat alle ihre Freiheiten und ihre individuellen Gedanken für Versprechen von Rache und ihrer Übermenschlichkeit aufgegeben. Der Satz „Hören auf zu denken und glauben sie an mich“ wurde oftmals benutzt, um faschistische Diktatoren und ihre Anhänger zu beschreiben. *Why We Fight* beschreibt die Deutschen als kriegsliebende, aggressive Menschen mit „einer angeborenen Liebe zur Reglementierung und Disziplin,“ aber solche war eine typische Entmenschungstaktik. Meistens zeigte amerikanische Propaganda die Achsenmächte als voll von getäuschten Menschen, die ganz von der Eroberung und der Rache versessen waren. Der Punkt, den sie versuchten zu vermitteln, war, dass die Deutschen getäuscht wurden, sich selbst Sklaven zu machen, und sie wurden auch die Welt genauso machen, wenn die Möglichkeit gegeben wurde. Als Bastion der Freiheit und das Arsenal der Demokratie traten die USA an den Krieg ein, um dieses Ereignis zu vermeiden, und musste den Krieg völlig beenden, um zukünftige Bedrohungen für den Frieden zu verhindern. Die Deutschen

verursachten viel Zerstörung und Leiden für die Menschen Europas, und amerikanische Propaganda versuchte, diese Menschen und Menschen, wer noch kämpften, als starke aber unwillige Krieger zu zeigen. Sie wollten Mitgefühl einflößen, damit das amerikanische Volks die wichtige, weltformmende und weltumspannende Natur des Freiheitskampfes gegen der Tyranie verstehen würde.

Wie Nazi Propaganda amerikanische Propaganda hatten auch einen einzigartigen Stil, der aber eher die Wahrheit, die Moralität, und die Einzelne betont. Während die Nazis Bilder „für sich sprechen ließen,“ erklärten die Amerikaner jede Szene und jedes Ereignis mit genauen Details (Kracauer, 160-161). Die USA erlaubte, ihre Verluste und ihre militärischen Versagen gefilmt und gemeldet zu werden, und deswegen wurde ihre Propaganda für glaubwürdiger gehalten. Auf diese Weise wurde es einfacher gemacht, die Lügen der deutschen Propaganda zu begreifen. Tatsächlich legten die Amerikaner Wert darauf, wie und wie viel die Nazis gelogen haben zu demonstrieren. In *Why We Fight* wird deutsche Propaganda als ein schwarzer, lügen-verteiler Rundfunksender gezeigt. Ein Erzähler sagte, „Verträge an die Deutschen waren immer etwas zu ignorieren,“ und später zitiert Hitler:

Ich bin bereit, alles zu unterschreiben und zu unterzeichnen. Ich werde alles tun, was mir meine Politik erleichtern kann. Ich bin bereit, alle Grenzen zu garantieren um Nichtangriffspakte und Freundschaftsverträge mit wem auch immer abzuschließen. (Capra, Chapter II)

Der Erzähler erklärt, dass jedes Land, in das die Nazis einmarschiert sind, wurden von den Deutschen erzählt, dass sie sich nicht Sorgen machen sollen, weil die Nazis friedliche

Menschen und ihre Freunde waren. Er folgt immer mit einem Beispiel und einem Zitat. Die Beschreibungen der folgenden Invasionen wurden immer in Personalkosten beschrieben und gezeigt. Leere Schulen, weinende Kinder, verstörte Mütter und verkrüppelte Männer sind oft-gezeigte Szenen. Auf der anderen Seite wird der alliierte Beitrag von Fabrikarbeitern, Krankenschwestern, Soldaten, und britischen Home Guards immer als die frei gegebenen Anstrengungen der Einzelpersonen beschrieben.

Die Amerikaner haben auch kinematografische Methoden während des Krieges entwickelt, und obwohl sie Nazi Filme als Forschung benutzten, ist ihr kinematografisches Handwerk deutlich anders. Die prominenteste Taktik außer Zitaten, die von amerikanische Propaganda verwendeten wurden die Appelle an die Religion, patriotische Botschaften, und die Karikaturdarstellungen. *Why We Fight* beginnt mit einem Überblick über einige Religionen, die in den USA praktiziert werden, Christentum, Judentum, Islam, Buddhismus, und erklärt, wie die Nazis keinen Grundprinzipien dieser Moralitäten befolgen, besonders nicht die „goldene Regel.“ Durch amerikanische Propaganda hindurch gibt es viele Szenen von abgeschlossenen oder zerstörten Kirchen und Synagogen. Hymnen werden mit zahlreichen Bilder oder Filmerollen gespielt oder gesungen. *Why We Fight* ist mit biblischen Anspielungen zahlreich, z.B. in bezug auf Großbritannien: „Die Kiefer des Nazi-Wals sind bereit, Jonas zu verschlucken“ (Capra, Chapter IV). Der Punkt ist klar: Hitler ersetzt das Wort Gottes durch sein eigenes, und will keinen anderen Gott als sich selbst.

So wurde es dargestellt: allein Hitler als Diktator hält die Macht, und so funktioniert seine Tyrannei genau wie andere vergangene Tyranneien, gegen der die USA gekämpft hatten. Hitler und die Nazis wurden oft mit König George der dritte von Großbritannien

verglichen, gegen welchen die frühen amerikanischen Patrioten um ihre Freiheit kämpften. Als die Nazis in die Sowjetunion einmarschierten sind, wurden die Nazis mit die Germanen oder Napoleon verglichen. Amerikanische Propaganda wollte den zweiten Weltkrieg als einen von vielen darstellen, die im Laufe der Geschichte von tyrannischen Despoten geführt wurden. Deshalb füllten Amerikaner ihre Propaganda aus Szenen von ihrer Geschichte oder die Geschichte von anderen alliierten Ländern, mit patriotischen Musik, und Wahrzeichen wie das Weiße Haus, Big Ben, die Freiheitsstatue, oder der Kreml. Jedes Kapitel von *Why We Fight* endet mit „Hail Columbia“ (die bis 1931 die US-amerikanische Nationalhymne war) oder einem ähnlichen patriotischen Lied, der klingenden Freiheitsglocke, und einem Zitat von General George C. Marshall: „Der Sieg der Demokratien kann nur mit der völligen Niederlage der Kriegsmaschinen Deutschlands und Japans abgeschlossen werden.“ Auch um den Krieg mit der Ideale der Freiheit und der Demokratie zu verbinden, stellte die amerikanische Regierung Disney an, damit sie animierte Propaganda für die Kriegsanstrengungen anfertigen könnte. Im Gegensatz zu den Deutschen enthalten amerikanische Wochenschauen und Propagandafilme verschiedene Animationen, um die Ursachen und die Begründungen des Krieges leichter verständlich zu machen. Zum Beispiel, die von der Nazis kontrollierte Länder wurden immer in Schwarz gezeigt, wie eine Welle der Dunkelheit, die über Europa fällt. Schwarze Bombenflugzeuge, Hakenkreuze, oder Nazi Adler trüben den Himmel von Großbritannien. Diese Darstellungen sollten Emotionen ansprechen, aber sie haben nicht betrügerisch versucht, die Realität falsch darzustellen. Das ist der größte Unterschied zwischen amerikanischer und nationalsozialistischer Propaganda.

Für die Nazis war der Krieg ein Mittel, durch das sie eine neue Welt aufbauen konnten, aber für die Amerikaner war der Krieg nötig, damit die Menschen frei in ihr friedliches Leben zurückkehren könnten. Wegen der Prävalenz und der Macht, die das Film zu dieser Zeit hatte, haben beide die Vereinigten Staaten und das dritte Reich sich ihre Propaganda-Anstrengungen auf diesem Medium konzentriert. Propaganda war aber im dritten Reich fast wie ein Kunstwerk, das geschaffen werden musste, aber in den Vereinigten Staaten war Propaganda Nachrichten, die genau berichtet werden mussten. Als Antwort auf die Lügen und Fälschungen des dritten Reiches entschieden die Vereinigten Staaten die Wahrheit als Propaganda zu nutzen, um Menschen zu informieren, damit sie an die Kriegsanstrengungen der Alliierten glauben würden. Deswegen waren nationalsozialistische und amerikanische Propaganda-Anstrengungen des zweiten Weltkriegs das Produkt ihrer eigenen Gesellschaften und die Ziele, für die sie kämpften. Kinematografische Methoden wurden von Ideologie inspiriert.

Zitierte Werke

Bundesregierung. "Reichsministerium Für Volksaufklärung Und Propaganda (RMVP)."

Nationalsozialistischer Reichsministerien, Staatsministerin Für Kultur Und Medien, 22 Mar. 2018. Web. Accessed 11/6/2016.

Capra, Frank. "Why We Fight" Directed and Written by Frank Capra. 1942-1945.

Fleegler, Robert L. "Forget All Differences until the Forces of Freedom Are Triumphant': The World War II--Era Quest for Ethnic and Religious Tolerance." *Journal of American Ethnic History*, vol. 27, no. 2, Winter 2008, pp. 59–84. *EBSCOhost*. Web. Accessed 10/10/2018.

Hitler, Adolf. "Mein Kampf" Zentralverlag der NSDAP., Frz. Eher Nachf., G.m.b.H., München. 1927. Web. Accessed. 10/30/2018.

Kracauer, Siegfried. "The Conquest of Europe on the Screen: The Nazi Newsreel, 1939-40." *Social Research*, vol. 82, no. 1, Spring 2015, pp. 153–174. *EBSCOhost*. Web. Accessed 10/25/2018.

Lieser, Erwin. "Deutschland Erwache: Film als Propaganda im NS-Staat." Directed and Written by Erwin Lieser. 27 Aug. 1968.

O'Shaughnessy, Nicholas. "Selling Hitler: Propaganda and the Nazi Brand." *Journal of Public Affairs* (14723891), vol. 9, no. 1, Feb. 2009, pp. 55–76. *EBSCOhost*. Web. Accessed 11/20/2018.

Riefenstahl, Leni. "Triumph des Willens" Directed and Written by Leni Riefenstahl. 1934.

"The Greatest Films Of The 20's And The 30's." *IMDb*, IMDb.com, 1 Mar. 2013. Web. Accessed 11/6/2018.

Xifra, Jordi, and Ramon Girona. "Frank Capra's Why We Fight and Film Documentary Discourse in Public Relations." *Public Relations Review*, vol. 38, no. 1, 2012, pp. 40–45.