

# Türkische und deutsche Kriegspropaganda im Ersten Weltkrieg am Beispiel von Postkarten<sup>1</sup>

Mehmet Osman Toklu , Ankara

## Öz

### *Posta Kartları Örneğinde Dünya Savaşında Türk ve Alman Savaş Propagandası*

İlk defa öldürme endüstrisinin ürünleri olan birçok yeni silahın kitlesel olarak kullanıldığı Birinci Dünya Savaşı (1914–1918), aynı zamanda insanlık tarihindeki ilk medya savaşıydı. Yüksek baskı sayısına sahip bir basın, reklamlar ve sinemalar Birinci Dünya Savaşı'nın başlangıcından çok daha önce Avrupa ve Amerikan kültürünün yaygın bir parçası olmuştu. Bu çerçevede, Dünya Savaşı, medya sistemi üzerinde muazzam bir hızlandırıcı etkiye sahipti. Savaş, devletlerin eşgüdümündeki propaganda ile bağlantılı olarak, ilgili ülkelerde toplumsal yaşamın neredeyse her yönünü kapsamıştı. Birinci Dünya Savaşı sırasında kitaplar, gazeteler, dergiler, posterler, afişler, broşürler, resimler, madalyalar, kartpostallar, fotoğraflar, müzik ve sinema, radyo yayınları gibi medya araçları, hatta seramik ve cam objeler gibi çok farklı nesnelere bile savaş propagandası amacıyla kullanıldı.

Bu bildiriye, Birinci Dünya Savaşı öncesi ve sırasında hem Merkezi Güçler hem de İtilaf Devletleri ve Müttefikler tarafından propaganda malzemesi olarak yaygın bir biçimde kullanılan Alman ve Osmanlı propaganda kartpostalları örnekleriyle incelemiştir. Almanya ve Avusturya'da basılan bu kartpostallarda, çoğunlukla Türk, Alman, Avusturyalı ve Bulgar çocuklar, özellikle ilgili devletlerin üstünlüğüne, savaşın doğruluğuna halkı ve özellikle çocuklarını inandırmak, savaşın acılarını ve sefaletini önemsizleştirmek için propaganda amaçlı bir motif olarak kullanılmıştır. Bu bildiriye, bu kartpostallara yansıyan, Batı'ya özgü bakışa dayalı Türk imgesi de ele alınacaktır.

**Anahtar Sözcükler:** Birinci Dünya Savaşı, Propaganda, Savaş Propagandası, Propaganda Kartpostalları, Propaganda Kartpostallarında çocuk motifi, Türk ve Alman Kartpostalları.

## Abstract

Der Erste Weltkrieg (1914 -1918), in dem viele neue Waffen, die Produkte der Industrie des Tötens erstmals flächendeckend eingesetzt wurden, war auch der erste Medienkrieg in der Geschichte der Menschheit. Eine auflagenstarke Presse, Werbeaktionen und Kinos waren längst vor dem Beginn des ersten Weltkriegs ein weit verbreiteter Bestandteil der europäischen und amerikanischen Kultur. Der Weltkrieg übte jedoch außerordentlich beschleunigende Wirkung auf das Mediensystem aus, das in Verbindung mit einer von Staaten koordinierten Propaganda fast jeden Bereich des gesellschaftlichen Lebens in den jeweiligen Ländern ergriff. Viele Medienmittel, wie Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Plakate, Maueranschläge, Flugblätter, Bilder, Medaillen, Postkarten, Fotografien, Musik und Filme, Rundfunksendungen, sogar auch ganz verschiedene Keramik- und Glasgegenstände wurden während des Ersten Weltkrieges zum Zweck der Kriegspropaganda verwendet.

In diesem Beitrag werden vor allem die deutschen und osmanischen Propagandapostkarten von diesen oben erwähnten Propagandamaterialien anhand von Beispielen behandelt, da Postkarten vor und während des Ersten Weltkriegs als Propagandamaterial sowohl von den Mittelmächten als auch von den Ententen und Alliierten gebraucht worden sind und dieses beliebte Medium sehr breite Verwendung

<sup>1</sup> Dieser Artikel ist die erweiterte Fassung meines gleichnamigen Vortrags auf dem XIV. Türkischen Internationalen Germanistik Kongress an der Atatürk Universität in Erzurum "Ex Oriente Lux: Orient in der deutschen Sprache, Literatur und Kultur" vom 25. bis 27. Oktober 2018.

zeigte. In diesen Karten, die in Deutschland und Österreich gedruckt wurden, wurden sehr oft türkische, deutsche, österreichische und bulgarische Kinder auch als ein Propagandamotiv verwendet, um die Bevölkerung besonders Kinder von der Überlegenheit der jeweiligen Staaten und der Richtigkeit des Krieges zu überzeugen und das Leid und Elend des Krieges zu verharmlosen. Unser Anliegen ist es, das auf dem okzidental Blickwinkel beruhende Türkenbild zu untersuchen, das sich in diesen Postkarten spiegelt.

**Schlüsselwörter:** Der Erste Weltkrieg, Propaganda, Kriegspropaganda, Propagandapostkarten, Kinder als Motiv der Propagandapostkarten.

Der Erste Weltkrieg (1914 -1918), der der erste industriell geführte Massenkrieg und der erste "totale" Krieg der Menschheitsgeschichte war, wurde in Europa, dem Nahen Osten, in Afrika, Ostasien und auf den Weltmeeren geführt und dessen wesentlichen Beteiligten Deutschland, Österreich-Ungarn, das Osmanische Reich und Bulgarien einerseits sowie Frankreich, Großbritannien, Russland, Serbien, Belgien, Italien, Rumänien, Japan und die USA andererseits waren. Am Ende des Krieges befanden sich 25 Staaten mit insgesamt 1,35 Milliarden Menschen im Kriegszustand, das waren rund drei Viertel der damaligen Erdbevölkerung, und niemals zuvor war die Zivilbevölkerung so unmittelbar ins Kriegsgeschehen einbezogen (wissen.ARD.de 2018).

Im Ersten Weltkrieg kämpften nicht nur Armeen in solch gigantischen Größenordnungen gegeneinander, sondern wurden so viele neue Waffen, die Produkte der Industrie des Tötens, erstmals oder erstmals flächendeckend eingesetzt, um sich gegenseitig zu töten. Zu den neuen Waffen gehörten: Flammenwerfer, Maschinengewehre, Panzer, schwere Kanonen, Giftgas, Bomben, die die Zeppeline auf Antwerpen in Belgien oder auf englische Städte warfen. Am Ende des Ersten Weltkriegs, der auch als „Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts“ bezeichnet wird, starben mehr als 17 Millionen Menschen und mehr als 20 Millionen Menschen wurden verletzt. (Kriegssammlung: 2014)

In diesem Rahmen ist es auch wichtig, zu erwähnen, dass der Erste Weltkrieg ein Nährboden für den Nationalsozialismus in Deutschland war und so zum Vorläufer des Zweiten Weltkriegs wurde:

Ohne den Ersten Weltkrieg und dessen Hinterlassenschaft ist das Dritte Reich nicht denkbar. Die Popularität des Nationalsozialismus hatte entscheidende psychologische Wurzeln, die ohne dieses Vermächtnis nicht erklärt werden können. Das gleiche gilt auch für seine Fähigkeit, die Erinnerung an den Weltkrieg und das durch dieses zweifelsohne hervorgerufene Trauma zu beeinflussen und für politische Zwecke zu instrumentalisieren. Die Machtergreifung der NSDAP, die Militarisierung der Gesellschaft während der Hitler-Diktatur (deren sichtbares Zeichen die Omnipresenz von Uniformen auf deutschen Straßen war), die Ausweitung der Propaganda sowie der unaufhörliche Anstieg der ideologischen Indoktrination als Vorbereitung auf einen weiteren Krieg waren allesamt fundamental geprägt durch eine tendenziöse Wahrnehmung des Ersten Weltkriegs. (Krumeich 2010: 7)

Der Begriff „Propaganda“ wird im *Duden deutschen Universal Wörterbuch* wie folgt erklärt:

1. systematische Verbreitung politischer, weltanschaulicher o. ä. Ideen u. Meinungen mit dem Ziel, das allgemeine Bewusstsein in bestimmter Weise zu beeinflussen: die kommunistische, nationalsozialistische P.; Mitten im Krieg, zur Zeit einer gefährlichen

patriotischen Begeisterung und einer fatalen chauvinistischen P. (Reich-Ranicki, Th. Mann 138); P. machen, treiben; eine breite P. [für etw.] entfalten; das ist [doch] alles nur P. (ugs.; sind leere, lediglich der Propaganda dienende Phrasen). 2. (bes. Wirtsch.) Werbung, Reklame: er macht P. für seinen Film, sein Buch. (Duden 1989: 1187)

Meiner Meinung nach ist das Wort „Werbung“ ist keine Äquivalenz des Begriffs „Propaganda“, „da als Propaganda jene Form der Werbung im weiteren Sinn bezeichnet wird, bei der es nicht darum geht, den Adressaten zu einem wirtschaftlichen Verhalten, das in der Regel in einem als erstrebenswert dargestellten Konsumverhalten besteht, zu verleiten, sondern ihm politische oder religiöse Überzeugungen zu vermitteln und ihn solcherart zu einem bestimmten sozialen Verhalten zu motivieren“ (Zeitlupe, 2014).

Kriegspropaganda als Werkzeug der gezielten Massenbeeinflussung gibt es erst seit dem 19. Jahrhundert. Propaganda sollte die Kriegsbegeisterung innerhalb der Bevölkerung und vor allem innerhalb der eigenen Soldaten stärken und sie damit mit Enthusiasmus in den Krieg ziehen lassen. Sie sollte zu einer bestimmten politischen Gesinnung motivieren, die Kriegsbegeisterung stärken, oder die Soldaten zum Durchhalten aufrufen (Seiss 2012: 61-65). Auf rationaler Ebene wird mit der im Interesse von Staat und Volk unausweichlichen Notwendigkeit des Waffenganges argumentiert, anders gesagt, sollten sie dazu dienen, die Bevölkerung von der eigenen Überlegenheit und der Richtigkeit des Krieges zu überzeugen und das Leid und Elend des Krieges zu verharmlosen. Die Kriegsbegeisterung zeigte sich hauptsächlich in den Städten. Der Aufruf zur Mobilisierung im August 1914 war der Höhepunkt der Kriegsbegeisterung. Man rechnete mit einem Blitzkrieg und dass man Weihnachten als Sieger wieder in der Heimat verbringen würde. Vor allem an der Front ließ die Kriegsbegeisterung schnell nach, als der Krieg nicht schnell gewonnen werden konnte und in einen Stellungskrieg überging. Je länger der Krieg dauerte, umso stärker brauchte man die Unterstützung der Öffentlichkeit. So wurde die Propaganda intensiviert (Seiss 2012: 61-65).

Der Erste Weltkrieg war auch der erste Medienkrieg in der Menschheitsgeschichte. Zwar nahmen die Massenmedien 1914 nicht ihren Anfang. Eine auflagenstarke Presse, Werbeplakate und Kinos waren bereits vor Ausbruch des Konfliktes ein weit verbreiteter Bestandteil der europäischen wie amerikanischen Kultur. Der Weltkrieg wirkte sich jedoch außerordentlich beschleunigend auf ein Mediensystem aus, das in Verbindung mit einer staatlich koordinierten Propaganda fast jeden Bereich des gesellschaftlichen Lebens zu erfassen im Stande war. Viele Medienmittel, wie Bücher, Zeitungen, Plakate, Maueranschläge, Flugblätter, Bilder, Medaillen, Postkarten, Fotografien, Musik und Filme, Rundfunksendungen, sogar auch ganz verschiedene Keramik- und Glasgegenstände wurden während des Ersten Weltkrieges zum Zweck der Kriegspropaganda verwendet (Kriegssammlung: 2014).

In diesem Beitrag werden die als Propagandamaterial verwendeten Postkarten der Mittelmächte behandelt.

Postkarte, die für kurze schriftliche Mitteilungen bestimmte, ein bestimmtes Format aufweisende, ohne Umschlag verschickte Karte, ist seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ein beliebtes und wegen ihres niedrigen Preises und ihrer billigen Versandkosten immer breite Verwendung gefundenes Korrespondenz-/Kommunikationsmittel geworden, daher sind Postkarten vor und während des Ersten

Weltkriegs als ein ideales Propagandamaterial sowohl von den Mittelmächten als auch von den Ententen und Alliierten gesehen und gebraucht worden:

Die Idee, die Postkarte als Propagandaträger zu benutzen, hatte sich nicht erst im Ersten Weltkrieg entwickelt. Bereits vor dem Ersten Weltkrieg wurde die Postkarte als Propagandamittel eingesetzt. Den Höhepunkt erreichte die Propaganda mit Postkarten aber im Ersten Weltkrieg, als alle beteiligten Mächte die Postkarte nutzten, um ihre Gesinnung zu verbreiten. Die Postkarte hatte sich schnell als ein Massenmedium für alle Bevölkerungsschichten durchgesetzt (Seiss 2012: 61-65).

Die Zahlen der verschickten Postkarten zeigen die weitverbreitete Verwendung dieses beliebten Kommunikationsmittels: Im Jahre 1913 verschickten die Deutschen 1.792.824 Postkarten, während die Zahl der verschickten Postkarten in 1890 314.296.000 war. Japan nahm mit im Jahre 1931 verschickten 1.504.860.312 Postkarten den zweiten Platz. Großbritannien, wo 1913 903.188.000 Postkarten geschickt worden sind, stand an der dritten Stelle (Polat 2012: 245).

Meistens in Deutschland oder Österreich in verschiedenen Arten und Qualitäten hergestellten Postkarten wurden nicht nur in diesen Ländern, sondern auch in allen Kriegsgebieten in drei Kontinenten verwendet, außerdem wurden zahlreiche Postkarten für den osmanischen Markt und den roten Halbmond gedruckt.

Einer der sehr oft vorkommenden Themenbereiche auf den Postkarten sind die Porträts der Monarchen der verbündeten Staaten, Österreich-Ungarn, Deutschland, Türkei und Bulgarien, in Uniformen, und diese Postkarten waren meist mit den Fahnen und nationalen Symbolen der jeweiligen Länder geschmückt und mit Parolen wie „im Kampf vereint“ oder „wir wollen sein einig wie ein Volk in Waffen und kämpfen für Freiheit und Recht“ versehen. Auf diesen Postkarten wurden die Herrscher der verbündeten Länder ganz siegesgewiss dargestellt, um die Motivation und Bereitschaft der Bevölkerung zu einem Krieg zu erhöhen. Die Gegner der Verbündeten stellten diese weniger lieblich dar, wobei es natürlich auch auf deutscher Seite ähnliche Postkarten gab (Zeithupe, 2014).

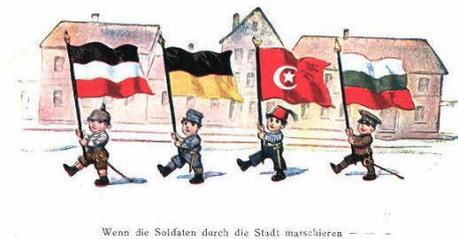


Ein anderes und sehr oft auffallendes Motiv waren die Soldaten der verbündeten Länder, die als heldenhafte Kämpfer für die Gute, ihre Bevölkerungen und ihre lieben Monarchen dargestellt wurden, wobei man Bedeutung und Wichtigkeit der Einigkeit betonte. Zwischen den deutschen, österreich-ungarischen und den türkischen Soldaten ist in der Darstellung kein Unterschied festzustellen. Das ist durchaus erstaunlich, da durchaus ein Überlegenheitsgefühl gegenüber dem Islam und dem Orient in der deutschen, österreich-ungarischen Bevölkerung vorhanden war. Bei der Darstellung der

Türkei auf den Kriegspropagandapostkarten kommen Stereotypisierungen aufgrund des geringen Wissens über den Orient sehr oft vor. Beliebte Symbole waren dabei: Halbmond, Rossschweif, Wasserpfeifen und Fes.



Kinder kommen als das am meisten auf den Postkarten zu sehende Motiv vor. In der meist grafisch gestalteten Propagandabotschaft dienen Kinder als Stilelement, durch welches eine Art Sympathiewerbung betrieben wird. Beispiele dafür sind Kriegspostkarten aus dem ersten Weltkrieg, in denen türkische, deutsche, österreichische und bulgarische Kinder „entweder als niedliche Minisoldaten in typischen Uniformen oder als fröhliche, pausbäckige, rotwangige, fahنشwingende und siegesgewisse Knaben dargestellt wurden“ (Zeitlupe, 2014).



Kinder der verbündeten Staaten, Österreich-Ungarn, Deutschland, Türkei und Bulgarien wurden auf diesen mit den Fahnen und als Metonymien zu bezeichnenden nationalen Symbolen der jeweiligen Länder geschmückten Postkarten in Uniform wie ihre Herrscher dargestellt und kamen auf denen Parolen wie „Einigkeit macht stark“ oder „wir halten fest und treu zusammen“ vor.



Kinder traten sehr oft beim Abschied ihrer Väter von zu Hause zur Front auf, wobei sich alle Familienmitglieder befanden oder kleine Mädchen wurden auf den Postkarten beim Beten um die Rückkehr ihrer Väter vom Krieg mit ihren Müttern zusammen dargestellt.



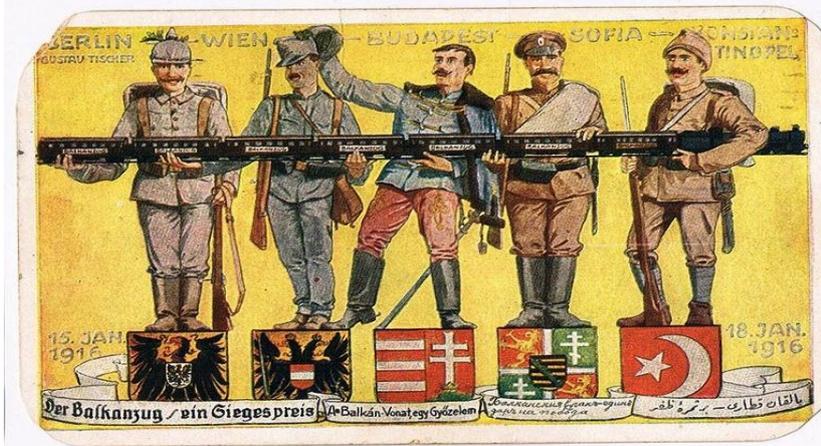
Es ist auch ganz seltsam, dass die Kinder, die wie Erwachsenen bekleidet waren, beim Rauchen von Zigaretten und Pfeifen abgebildet wurden, damit wird wahrscheinlich beabsichtigt zu zeigen, dass sie bereit zur Teilnahme am Kampf gegen den Feind waren.



Es ist auch auffällig, dass die türkischen Kinder als die deutschen und österreichischen Kinder körperlich kleiner illustriert wurden, was wohl mit dem Überlegenheitsgefühl dieser Länder gegenüber dem Orient erklärt werden kann.

Ein anderes Thema der Kriegspostkarten war der Balkanzug von Berlin nach Istanbul, der von der Mitropa (Mitteluropäische Schlaf- und Speisewagen-Aktiengesellschaft) während des Ersten Weltkriegs betrieben wurde. Als Ersatz für den seit Kriegsbeginn eingestellten Orient-Express übernahm er dessen Funktion im hochwertigen

Reiseverkehr zwischen Mitteleuropa und der Balkanhalbinsel. Zugleich sollte er die Mittelmächte enger miteinander verbinden. Mit Ende des Krieges wurde der seit Januar 1916 verkehrende Zug wieder eingestellt.



In diesem Beitrag werden versucht, die kennzeichnenden Merkmale der Propagandapostkarten, die vor und während der Ersten Welt verwendet wurden, darzustellen. Dank der hohen Anzahl dieser verschiedenartigen Propagandapostkarten und der auf denen dargestellten Themen bieten sie wirklich ein sehr breites Untersuchungsfeld an, daher würde eine ausführlichere Behandlung dieses Gegenstands über den Rahmen dieser Arbeit hinausgehen. In diesem Rahmen soll auch erwähnt werden, dass die Kriegspropaganda und die Kriegsbegeisterung in den vor und während des Ersten Weltkriegs erschienenen Kinder- und Jugendbüchern ein umfangreiches und interessantes Untersuchungsthema bildet.

## Literaturverzeichnis

- Duden** (1989): *Deutsches Universal Wörterbuch*, Mannheim, Wien, Zürich: Duden Verlag.
- Krumeich, Gerd** (Hg.) (2010): *Nationalsozialismus und Erster Weltkrieg*, Essen: Großburgwedel © Klartext Verlag.
- Polat, Ü. Gülsüm** (2012): "Savaş, Propaganda ve Kartpostallar" in: *Avrasya İncelemeleri Dergisi (AVİD)*, 1/2, 243–268.
- Seiss, Barbara** (2012): *Propaganda im Ersten Weltkrieg*, Magisterarbeit, Universität Wien.

## Internetquellen

- wissen.ARD.de** verfügbar unter: [http://www.ard.de/home/wissen/Erster\\_Weltkrieg/629098/index.html](http://www.ard.de/home/wissen/Erster_Weltkrieg/629098/index.html) [letztes Zugriffsdatum: 10.10.2018].
- Kriegssammlung:** verfügbar unter: <https://www.fixpoetry.com/fix-zone/2014-06-11/kriegssammlung> [letztes Zugriffsdatum 10.10.2018].
- Zeitlupe:** verfügbar unter: <http://www.zeitlupe.co.at/werbung/propaganda1.html> [letztes Zugriffsdatum: 10.10.2018].