

Andreas Killen

### Der Münsterberg-Effekt. Deutsche Filmpropaganda am Ende des Ersten Weltkrieges

2018

<https://doi.org/10.25969/mediarep/16833>

Veröffentlichungsversion / published version  
Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Killen, Andreas: Der Münsterberg-Effekt. Deutsche Filmpropaganda am Ende des Ersten Weltkrieges. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*. Hugo Münsterberg, Jg. 27 (2018), Nr. 1, S. 93–107. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16833>.

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

# Der Münsterberg-Effekt

## Deutsche Filmpropaganda am Ende des Ersten Weltkrieges

Andreas Killen

Am Abend des 22. April 1919 hielt Richard Kiliani von der Nachrichtenabteilung des deutschen Auswärtigen Amtes vor Dienstvätern des Amtes einen langen Vortrag zum Thema «Auslands-Filmpropaganda».<sup>1</sup> Während des Krieges hatte Kiliani die deutsche Propagandaarbeit in der Schweiz und anderen neutralen Ländern betreut. Nun, etwas weniger als sechs Monate nach dem Ende der Feindseligkeiten, wandte er sich der Bedeutung von Filmpropaganda als einer der Aufgaben der besiegten Nation zu. Wiederholt betonte er dabei die enorme Kraft des Films, «Massen-Emotionen» zu mobilisieren. Kiliani blieb nicht im Vagen, sondern verwies unmittelbar auf Ergebnisse der experimentellen Psychologie und berief sich auf ein Modell der Publikumsreaktion, das essenzielle Fähigkeiten wie Aufmerksamkeit, Gedächtnis und Willen in Rechnung stellte. Wirksame Propaganda, so argumentierte er, solle sich von der Wertschätzung des menschlichen Grundbedürfnisses nach Unterhaltung leiten lassen, während man sich der moralischen Gefahren, die mit dem sogenannten «Schund» und «Kitsch» verbunden sind, bewusst bleibe. Ausgehend von dem Gedanken, dass dem Film eine Hauptrolle unter den Methoden moderner Staatskunst zukomme, plädierte Kiliani für eine Strategie, die direkte, offene Propaganda vermeidet und sich stattdessen auf eine, wie er es nannte, «assoziative Technik» stützt:

Die Propagandawirkung kann und soll immer nur assoziativ, also nicht direkt, sondern indirekt angestrebt werden ... Die Zuschauer sollen den ei-

1 Vgl. Bundesarchiv (BA) R 901/71942, Kiliani, Auslands-Filmpropaganda, 22.4.1919.

gentlichen Propagandazweck so wenig wie möglich bemerken. Damit ist natürlich nicht gesagt, dass man in die Niederungen der Sensation, der Nervenaupeitschungen hinabzusteigen braucht. Der Schund, das wirklich Unmoralische sollte stets ausgemerzt werden, der Kitsch, also die rein stoffliche Spannung, [alles das] ist aber für primitivere Menschen häufig wirkliche Kunst.<sup>2</sup>

Obwohl ungenannt, bildet meines Erachtens sehr wahrscheinlich die Forschungsarbeit von Hugo Münsterberg eine Quelle dieser Erwägungen. Dessen 1916 erschienenes Buch *The Photoplay (Das Lichtspiel)*<sup>3</sup> hebt genau jene geistigen Fähigkeiten – Aufmerksamkeit, Gedächtnis sowie Emotionen – hervor, die Kiliani in den Mittelpunkt seiner Suche nach einem neuen Ansatz auf dem Gebiet der Filmpropaganda stellte. Kilianis Reden und Schriften erscheinen – so möchte ich hier zeigen – in ihrer Einschätzung der Möglichkeiten des Films als Propagandamedium durchaus «münsterbergisch». Das ist auf den ersten Blick nicht ohne Ironie, wenn man bedenkt, wie weit Münsterberg in *The Photoplay* seine eigenen Ansichten über den Film *expressis verbis* von solchen Möglichkeiten entfernt hat. Denn in seiner Filmstudie wurde er von der Argumentation geleitet, Film als eine Kunst ästhetisch zu legitimieren, wobei ihn die Möglichkeit der Filmpropaganda störte – zumal einer Propaganda, die sich wie der ihm verhasste Film *BATTLE CRY OF PEACE* (USA 1915, Wilfrid North, Stuart Blackton) gegen das Deutsche Reich wandte (vgl. Münsterberg 1996, 168).<sup>4</sup> Andernorts wie in *Grundzüge der Psychotechnik* (Münsterberg 1914, 419–439) befasste er sich hingegen durchaus ausführlich mit Propaganda, allerdings nicht mit filmischer und vor allem mit kommerzieller. Dennoch zeigte Münsterberg in seiner Analyse des Films aus der Sicht der modernen Experimentalpsychologie nicht nur, dass das junge Massenmedium eine neue Bedeutung und Seriosität erlangt hatte, er stellte zugleich die wissenschaftlichen Grundlagen für ein neues Paradigma der politischen Kommunikation bereit, das in der Nachkriegszeit von immenser Bedeutung war.

Basierend auf Materialien aus meinem kürzlich erschienenen Buch *Homo Cinematicus: Wissenschaft, Film und Making of Modern Germany*

2 Ibid., Bl. 298–99.

3 Vgl. Münsterberg 1916. Im Folgenden wird diese Studie nach der deutschen Ausgabe zitiert: Münsterberg 1996.

4 Anm.d.Übers.: Zur Rolle dieses Films im Propagandakrieg in kleineren europäischen Ländern während des Ersten Weltkriegs vgl. Gerber/Zwaan 2016.



1 BATTLE CRY OF PEACE (USA 1915, Wilfrid North, Stuart Blackton).  
Quelle: Svenska Filminstitutet, Stockholm.

(Killen 2017) möchte ich zeigen, dass Kiliani auf den von Münsterberg entwickelten Grundlagen an dem neuen Paradigma arbeitet.

Wer war Richard Kiliani? Über ihn ist wenig bekannt; man weiß lediglich, dass er zunächst am deutschen Konsulat in Australien arbeitete, bevor er 1914 nach Berlin zurückgerufen wurde. Während des Ersten Weltkriegs und in der Folgezeit leitete er die Presseabteilung des Auswärtigen Amtes. In dieser Funktion war er in vieler Hinsicht zentral mit Filmpolitik befasst; unter anderem beteiligte er sich an der Erarbeitung der neuen deutschen Zensurgesetzgebung von 1920. Die Ansichten, die er vertrat, und die Projekte, mit denen er sich in dieser Zeit befasste, deuten darauf hin, dass er – als bislang übersehene Figur – mit Blick auf die damaligen Bemühungen, Verbindungen zwischen dem sozialwissenschaftlichen Diskurs, der Propagandastrategie und dem neuen Massenmedium Film herzustellen, Aufmerksamkeit verdient. Im Folgenden seien daher die interessantesten Merkmale seiner Ansichten herausgearbeitet und Verbindungslinien zu Münsterberg gezogen. Die Hinwendung zu einigen seiner Vorhaben erlaubt es schließlich, einige grundlegende Zusammenhänge zu skizzieren.

Zunächst einige Hintergründe: In einem neueren Artikel über die Ursprünge des «Aufklärungsfilm» in der Weimarer Republik legt Philip Osten nahe, dass das deutsche Oberkommando von Münsterbergs Theorien zutiefst «angeregt» war, wiewohl er keine konkreten Quelle für diese Einschätzung nennt (Osten 2009, 98). Die von Kiliani geäußerten

Ansichten spiegeln allerdings tatsächlich eine bemerkenswerte Konvergenz mit jenen Entwicklungen in der letzten Kriegsphase wider, für die der berühmte Brief von General Erich Ludendorff zur Initiierung der UFA-Gründung nur das prominenteste Beispiel ist. Das Bestreben, den wahrgenommenen Defiziten auf dem Feld der Propaganda entgegenzuwirken, führte in den letzten Kriegsjahren zu einer Reihe von Bemühungen des Oberkommandos, ein koordiniertes Herangehen an die Aufgabe der Meinungsbildung im In- und Ausland zu entwickeln. In diesen Bemühungen reflektierte sich die konsolidierte neue Wertschätzung dessen, was Corey Ross «scientific management of political communication» (Ross 2008, 223) nennt. Besonderen Wert legten die Beamten auf den Film und auf das, worin General Ludendorff die «überragende Macht» des Mediums sah als Mittel der Aufklärung und der «planmäßige[n] und nachdrückliche[n] Beeinflussung der großen Massen im staatlichen Interesse» zu dienen.<sup>5</sup> Dieses Interesse setzte sich in der Nachkriegszeit fort, als zwischen verschiedenen Ministerien der neuen Regierung Gespräche über die Möglichkeit der Schaffung eines «Aufklärungsamtes» stattfanden.<sup>6</sup> In diesen Gesprächen trat ein Moment immer wieder hervor: Das Interesse der Beamten an wissenschaftlichen Analysen von Publikumsreaktionen, wie sie Münsterberg vorangetrieben hatte.

Richard Kiliani war eine Zentralfigur dieser Entwicklungen. Als Leiter der deutschen Kriegspropaganda in den neutralen Ländern beleuchtete er die Möglichkeiten des Mediums Film kritisch. In einer Flut von Vorträgen und Memoranden forderte er wiederholt für die deutsche Propagandaaarbeit eine neue Richtung, die stärker in den Realitäten der modernen Massengesellschaft gründen sollte. In einem Ton, der auf die Vertrautheit mit Schriften wie denen der Soziologin Emilie Altenloh und denen Hugo Münsterbergs hindeutet, stellte Kiliani in einem Memo vom August 1918 fest, dass wirksame Propaganda die «psychologischen Grundelemente des Films» berücksichtigen müsse, ebenso wie «das durch die neuzeitliche Entwicklung gesteigerte Unterhaltungs- und das durch die Mechanisierung des modernen Lebens gesteigerte Gemütsregungsbedürfnis der Massen.»<sup>7</sup> Obschon Kiliani mit «Schund» verbundene moralische Risiken sah, argumentierte er doch, dass solche Risiken die Behörden nicht für den natürlichen und

5 Erich Ludendorff, Chef des Generalstabes des Feldheeres, Gr.Hpt.Qu., an das Königliche Kriegsministerium, Berlin 4. Juli 1917: <https://www.filmportal.de/material/der-weg-zur-ufa-der-ludendorff-brief> (vgl. auch Verhey 1997, 100).

6 Vgl. BA R 43/1/2490, Reichkanzlei, 1919 sowie Ross (2008), 225.

7 BA R 901/71941, Kiliani, Denkschrift über Film-Propaganda im Ausland, 24.9.18, Bl. 134–45.

legitimen Wunsch der Massen nach gut gemachten Filmdramen blind machen sollten.<sup>8</sup> Angesichts der Tatsache, dass die deutsche Propaganda bisher häufig beim Publikum «Übersättigung» und «Langeweile» hervorgerufen habe, unterstrich er die Notwendigkeit eines völlig neuen Ansatzes, der auf ein psychologisch anspruchsvolleres Vorgehen ausgerichtet sein müsse. Als Vorbild für das, was er im Sinn hatte, berief sich Kiliani – wie er es noch mehrfach tun sollte – auf D.W. Griffith' Film *INTOLERANCE* (USA 1916). Diesen Film pries er sowohl als überragende dramatische Leistung als auch als Beispiel für eine hochwirksame Form «versteckter Propaganda».<sup>9</sup> An dieser Stelle mag es von Interesse sein, die Ansicht von Vachel Lindsay zu erwähnen, der in Münsterbergs Buch eine Art «Guide» für Griffith' *INTOLERANCE* sah (Lindsay 1996, 126).

In dem eingangs erwähnten langen Vortrag, den er neun Monate später im April 1919 halten sollte, entwickelte Kiliani diese Themen weiter. Gleich zu Beginn stellt er fest, dass es notwendig sei, die Propagandaarbeit mit den Erkenntnissen der Laboratoriumspsychologie in Einklang zu bringen und die Aufgabe anzugehen, die «Massen-Psyche» auf «sachliche» Weise zu beeinflussen. Er macht deutlich, dass dieser neue Ansatz nicht nur Fragen der Technik beinhalte, sondern auch die Anerkennung breiter gesellschaftlicher und politischer Realitäten. Durch den Einsatz der von der modernen Psychologie empfohlenen «assoziativen Technik» könnten neutrale Ausländer durch eine wirksame Filmpropaganda nun von den neuen Demokratisierungstendenzen Deutschlands überzeugt werden: «Wir müssen mit den alten deutschen Erbfehlern (nicht nur in der Propaganda), mit unserer mangelnden Einstellung auf die umgebende Umwelt endgültig aufräumen.»<sup>10</sup> Durch die richtige Dosierung von Unterhaltung und Beeinflussung könnten die Möglichkeiten des Films voll ausgeschöpft werden. Der Film, schreibt er, der «durch millionen Augen und millionen Gehirne geht»<sup>11</sup> macht jedem Verstand das Wesen eines Problems klar:

Diese präzise Formulierung politischer Gedanken ist nun nach der Natur der Sache ganz wesentlich ein Attribut demokratisch regierter Länder. [...] Die Demokratien sind ihrer ganzen Struktur nach auf eine scharf herausgearbeitete, schlagwortartige Problemformulierung angewiesen.<sup>12</sup>

8 Ibid.

9 Ibid.

10 Kiliani, siehe Anm. 1, Bl. 290.

11 Ibid.

12 Ibid.

Lassen sich solche Aussagen als Indiz für eine gewisse Amerikanisierung des deutschen Propagandadiskurses verstehen, so wird diese Tendenz durch Kilianis Verweise auf die Behauptungen eines ungenannten «guten Kenners Amerikas» noch unterstrichen – eines Experten, der behauptet habe, der Film mache die Schauspielkunst unsterblich.<sup>13</sup>

Es ist verlockend, in diesem ungenannten «guten Kenner Amerikas» Hugo Münsterberg zu sehen, zumal er in Deutschland als Deuter und Vermittler Amerikas hervorgetreten war.<sup>14</sup> Leider lässt sich diese Annahme nicht mit letzter Sicherheit belegen. Sicher ist aber, dass die von Kiliani in seinem Vortrag geäußerten Ansichten erhebliche Gemeinsamkeiten mit der Filmstudie Münsterbergs aufweisen. Bevor ich näher darauf eingehe, sei darauf hingewiesen, dass Kiliani zwar klar innerhalb der Parameter des massenpsychologischen Diskurses operierte, dabei aber keiner Massentheorie in der Art von Gustave Le Bon (1910) folgte. Vielmehr stellte er sich die Massen als potenziell demokratische Subjekte mit «legitimen» Wünschen und Rechten vor. Die Realisierung dieses Potenzials erschien ihm indes alles andere als selbstverständlich: Kiliani betonte die enorme Kraft des Films, Menschen sowohl «zu Verbrechen, zum Kriege, zu Revolutionen» als auch zu «Ordnung, Friede und Arbeit» zu bewegen.<sup>15</sup> Gerade diese janusköpfige Qualität erfordere die Hinwendung zur modernen wissenschaftlichen Psychologie, deren Erkenntnisse dazu beitragen könnten, die Kräfte des Mediums als Instrument des «Masseneinflusses» voll auszuschöpfen. Richtig entwickelt, nach den Mitteln wissenschaftlicher Experten, könnte das Kino als eine sozial konstruktive, ja transformative Kraft genutzt werden; und seine Öffentlichkeit – dieser «primitivere» Typus, auf den Kiliani sich in seiner Rede vom April 1919 bezog – könnte im staatlichen Interesse erkannt, verstanden und erobert werden.

In einem Brief vom 17. Dezember 1917 an Harry Graf Kessler, der von 1916 bis 1918 in der Schweiz an der Botschaft in Bern für die deutsche Auslandspropaganda verantwortlich zeichnete, bekräftigte Kiliani diese Ansicht und argumentierte: «Wir haben uns bisher viel zu viel auf den gebildeten Zuschauer konzentriert, während der Feind seine Propaganda an die breite Masse richtet.»<sup>16</sup> Dies hatte wichtige Auswirkungen unter mehreren Aspekten. Im Zentrum der Erwägungen

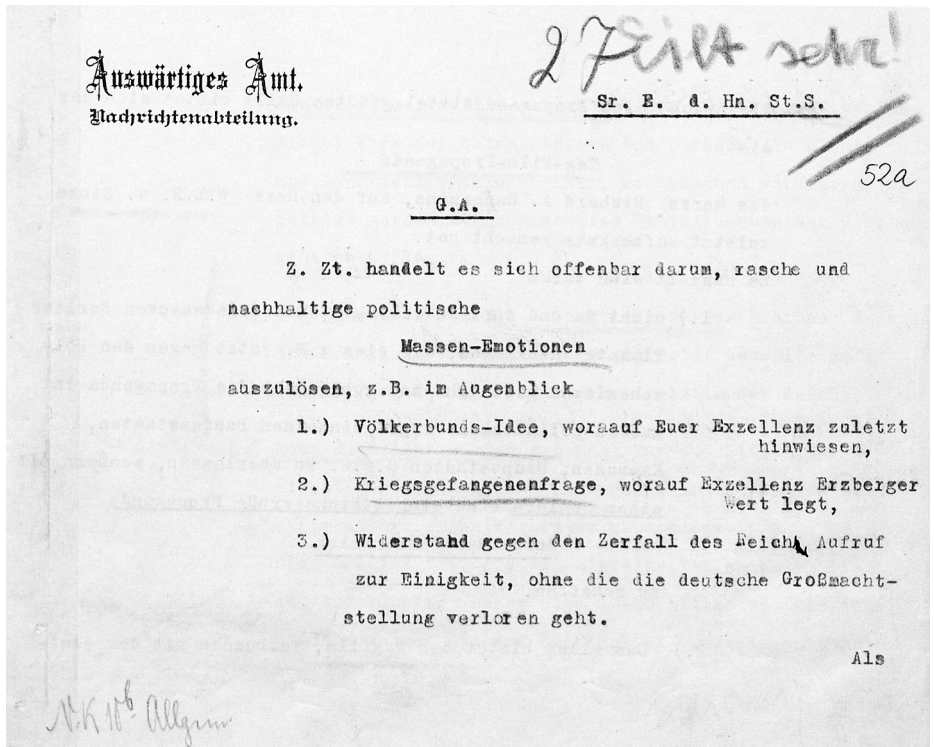
13 Ibid, Bl. 280.

14 Vgl. unter anderem Münsterbergs zweibändiges Buch *Die Amerikaner* (Münsterberg 1904).

15 Kiliani, siehe Anm. 1, Bl. 281.

16 BA R 901/71951, Kiliani an Kessler, 17.12.1917, Bl. 370–371.





Kilianis über Film stand seine Wertschätzung der Fähigkeit des Mediums, emotional aufgeladene Reaktionen des Massenpublikums zu stimulieren. Dies formulierte er wiederum explizit politisch: In einem undatierten Memo, das wahrscheinlich aus den Monaten unmittelbar nach Kriegsende stammt, als die Gefahr des nationalen Zerfalls ganz real schien, schrieb er: «Zur Zeit handelt es sich offenbar darum, rasche und nachhaltige politische Massen-Emotionen auszulösen».<sup>17</sup> Angesichts der Situation sah Kiliani den Bereich des affektiven Lebens als eine strategische Front, die von höchster Bedeutung für das politische Überleben Deutschlands sei – umso mehr, als sich inzwischen die Misserfolge traditioneller Ansätze manifestierten. Vor allem in dieser Hinsicht sind seine Ansichten eng mit denen Münsterbergs verbunden, dem das Kino nicht weniger als eine Art «emotion machine» galt – um mit Giuliana Bruno (2018, 109) zu sprechen.

2 Aus Kilianis  
Unterlagen des  
Auswärtigen  
Amts.

<sup>17</sup> BA R 910/71942, Kiliani, (undatiert) Bl. 52a-52b.



Wie Bruno hervorhob, identifizierte Münsterberg in *The Photoplay* den Ausdruck von Emotionen eng mit der Technologie des Films. Die «unvergleichliche Intensität» (Münsterberg 1996, 35) des Bildes wirke sich zusammen mit dem Einsatz solcher Techniken wie der Großaufnahme, der Rückblende und des schnellen Schnitts auf bis dahin beispiellose Weise aus. Wenn es um die Stimulierung von Emotionen geht, so zeige sich die Überlegenheit des Films gegenüber der Bühne in der Art, wie die Großaufnahme dramatische Schlüsselemente isoliert – so Münsterberg in einer zentralen Formulierung: Sehen wir nur noch auf «die Finger des Helden, die den Revolver umklammern, mit dem er sein Verbrechen begeht», so wird dies zum «Mittelpunkt unseres gesamten emotionalen Reagierens» (ibid., 55). In einer Weise, die dem hypnotischen Zustand sehr nahe kommt, wird unser gesamtes Gesichtsfeld und damit unser Bewusstsein von diesem Bild dominiert: «Diesem einen Punkt entspringen unsere Gefühle, und unsere Gefühle wiederum konzentrieren unsere Sinne auf diesen Punkt» (ibid.). Eine Variation dieses Herangehens findet sich in der späteren Erörterung, wie geschickte Kameraarbeit bestimmte Arten von viszeralen Reaktionen hervorrufen könne. Münsterberg beruft sich hier auf das Beispiel der Hypnose und zitiert eine Szene, in der ein Patient von seinem Arzt hypnotisiert wird:

Wenn wir auf der Leinwand einen Mann sehen, der in der Arztpraxis hypnotisiert wird, so mag der Patient dort mit geschlossenen Augen liegen, nichts in seinen Zügen drückt seinen emotionalen Zustand aus, und nichts strahlt auf uns aus. Wenn nun aber lediglich der Doktor und der Patient unverändert und stabil bleiben, während im gesamten Raum zuerst alles zu beben, dann zu schwingen und immer rascher seine Form zu verändern beginnt, sodaß uns ein Schwindelgefühl überkommt und die Umgebung der hypnotisierten Person eine grausig unheimliche Unnatürlichkeit annimmt, dann werden wir selbst von dem seltsamen Gefühl erfaßt. (Ibid., 70)

Wenden wir uns nun wieder Kiliani zu, so zeigt sich, wie er – indem auch er den Wert der experimentellen Psychologie für das Verständnis der Funktionsweise des Films bei seinem Publikum betont – Münsterbergs Art zu argumentieren genau entspricht:

Machen wir uns einmal die experimentell-psychologischen Erfordernisse vollkommen klar, in die der Beeinflussungsvorgang bei der Bild- und Film-Propaganda und sicherlich bei jeder Propaganda zerfällt. Sie wendet sich an wahrnehmende, denkende, fühlende und wollende Menschen, die sie nachhaltig und so vollkommen wie möglich beeinflussen will und zwar

durch: a) Aufmerksamkeitsregung im Wege eindringlicher Bearbeitung der Sinne; b) durch Hinterlassung eines bleibenden Eindrucks auf das Gedächtnis; c) durch Änderung der geistigen, der Willenseinstellung. Da hält der Film jeden Rekord unter allen Propagandamitteln der Erde: er nimmt den ganzen Menschen, meist auf Stunden, in der denkbar umfassendsten Weise gefangen, er ist ein atemloses THEATER und wenn man die Leute unbefangen studiert, wie sie stundenlang an die Leinwand gebannt sind, dann sagt man sich: auf diesem Wege kann man ihnen, wenn man geschickt vorgeht, jede gute, aber auch jede schlechte Idee wirksamer an den Verstand bringen als durch irgendetwas auf der Erde.<sup>18</sup>

Wie die Hypnose, die andere große Technik des Unbewussten, bot das Kino einzigartige Möglichkeiten, die viszeralen und emotionalen Register der menschlichen Existenz zu erschließen. Vom üblichen Vorwurf der Kinoreformer, dass der populäre Film «auf die niedrigsten Instinkte» des Publikums spekuliere und gefährliche «unterschwellige Impulse» erwecke, nahm Kiliani Abstand und verließ sich stattdessen auf den konzeptuellen Apparat der wissenschaftlichen Psychologie, um zu betonen, dass gerade diese Tendenz den Film für die Propaganda – und damit auch für postautoritäre Strategien des Regierens – so unschätzbar wertvoll mache.

Ähnliche Auffassungen, das sei angemerkt, waren in offiziellen Kreisen durchaus schon in Umlauf. Einige deutsche Beamte hatten bereits in der frühen Kriegszeit die Notwendigkeit eines neuen Propagandaansatzes erkannt und damit begonnen, ihre frühere Feindschaft dem populären Film gegenüber zu überdenken. Der deutsche Staat habe den politischen Einfluss, den der Film durch Massensuggestion ausübt, völlig unterschätzt, schrieb ein solcher Vertreter 1916: «Die publizistische Rüstung ist Grundelement des modernen Krieges und dass heißt auch die Beeinflussung der breiten Massen durch den Film.»<sup>19</sup> Während dieses Memo noch die obligatorische Ablehnung von «Schund» enthielt, gaben andere Beamte zu bedenken, dass wirksame Filmpropaganda selbst von den «verdorbensten» populären Genres viel lernen könne. Die Popularität solcher Genres spiegele letztlich ihre Fähigkeit wider, «latente Instinkte», «die noch im Unterbewusstsein der Zuschauer schlummern», zu erschließen:

Der Erfolg hängt an der gleichen Mitarbeit der Phantasie und der Logik wie beim Detektivfilm [...] Der Regisseur muss genaue Einsicht in die psycho-

18 Kiliani, siehe Anm.1, Bl. 267–268.

19 BA R 901/71946, Altmann, «Der Film als Politisches Werbemittel», 4.8.16, Bl. 77–85.

logische Verfasstheit des Zuschauers haben. [...] Die Stimmungen zu erfassen und zu beeinflussen und diese Erkenntnis mit der Phantasie spannend auszugestalten, ist die psychologische Aufgabe des Propaganda-Films.<sup>20</sup>

In seinem Bemühen, solche Einsichten in konkrete filmische Begriffe zu übersetzen, war Kiliani bereit, weit zu gehen. Unter den zahlreichen Vorhaben, die er verfolgte, sei hier eine Handvoll erwähnt. Unter anderem gehörte dazu ein von Harry Graf Kessler vermittelter Auftrag für satirische Animationsfilme an die späteren Dadaisten Helmut Herzfeld (der bald als John Heartfield Prominenz erlangen sollte) und George Grosz.<sup>21</sup> Ein weiteres Projekt war der Einsatz einer neuen Erfindung, die als «Tagfilm» bezeichnet wurde – eine Art kinematographischer Freilicht-Werbetafel, die Kiliani für die Durchführung von Experimenten zur Mobilisierung von «Massen-Emotionen» ideal erschien:

Das alles bietet der Tagfilm, verbunden mit dem elektrischen Tagfilm-Automaten, der in kurzer, eindringlicher Form auf allen Plätzen und Straßen, in Stadt und Land schlechthin überall, wo Menschen vorübergehen, gezeigt werden kann: also eine Beeinflussung der Massen größten Stiles.<sup>22</sup>

Und schließlich suchte er, den Komponisten Richard Strauss für ein monumentales Filmprojekt zu gewinnen. Es sollte explizit nach dem Vorbild von *INTOLERANCE* gestaltet sein. Für Kiliani war es fraglos, dass Griffith' Film nicht nur im Sinne der Filmkunstentwicklung einen großen Durchbruch darstellte, sondern zugleich eine «wichtige Propagandafunktion» besitze. Er erklärte Strauss seine Auffassung, dass die deutsche Zukunftspropaganda grundsätzlich auf «vollständig assoziativem Weg» erfolgen müsse, wobei «die zu beeinflussende Volksmenge» durch «die Fabel und das Kunstwerk so gefesselt» werde, «dass sie die Propagandaabsicht zunächst gar nicht bemerkt.»<sup>23</sup>

Das wichtigste seiner Projekte war wohl der Film *DIE WIRKUNG DER HUNGERBLOCKADE AUF DIE VOLKSGESUNDHEIT* (D 1921). Er zeugt von den Kontinuitäten zwischen den in der Kriegszeit entwickelten Techniken der Massenmobilisierung und denen der Nachkriegsgesellschaft.<sup>24</sup>

20 BA R 901/71951, Bufa, Okt. 1917, «Der Propaganda-Film und seine Bedingungen», Bl. 170–181.

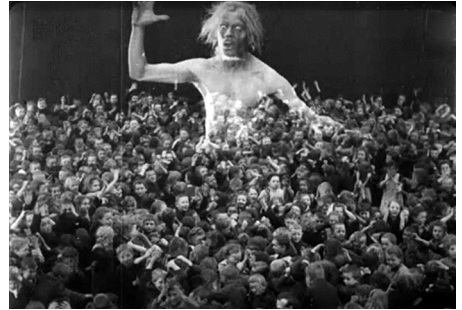
21 Vgl. die Dokumente in BA R 901/71951; BA R 901/71942 und BA R 901/71943.

22 Kiliani, siehe Anm. 17.

23 BA R 901/71943, Kiliani an Strauss, 21.8.1919, Bl. 224. Dieser Brief scheint bei Strauss keine Reaktion ausgelöst zu haben.

24 See BA R 901/72199, «Hungerblockadefilm».

**Millionen elender Kinder rufen  
der gesamten zivilisierten  
Menschheit zu :  
Schützt die Welt vor dem  
Schrecken einer neuen Blockade!**



Konzipiert als Teil einer Kampagne, die angesichts der britischen Blockade gegen Deutschland die internationale Empörung wecken sollte, zeichnete er das Bild von einem nationalen Drama, das um die Verbrechen der Entente-Ungerechtigkeit kreiste. Die Ursprünge der Blockade bis 1914 zurückführend, brachte der Film sie mit dem Krieg in Verbindung, mit einem Krieg anderer Mittel, der teils mit Hilfe der Seestreitkräfte und teils durch die politische Beeinflussung in neutralen Nationen mit dem Kino und anderen publizistischen Mitteln geführt wurde. In der Schlusszene des Films wird der «Schrecken der Blockade» von einer animierten monströsen Erscheinung verkörpert, die inmitten einer Menschenmenge, formiert aus Tausenden von Kindern, aufsteigt und sie als Gespenst von Krankheit und Tod bedroht (Abb. 3). Abgesehen von diesem dramatischen Schlussbild bleibt der Film streng dokumentarisch. Wiederholt kombiniert er statistische Informationen über Sterblichkeit, Krankheiten, Mangelernährung und Geburtenraten mit Bildern menschlichen Leidens und zeigt so anschaulich wie möglich die durch die Blockade hervorgerufene «biologische Katastrophe». Doch trotz der erheblichen Finanzmittel, die in die Herstellung des Films investiert wurden, deutet seine Produktionsgeschichte darauf hin, dass der von Kiliani empfohlene Ansatz an einflussreicher Stelle noch immer auf Widerstände stieß. Die Produktion wurde durch ständige Auseinandersetzungen über die richtige Dosierung von medizinischen und statistischen Informationen einerseits und dramatischeren Elementen andererseits verzögert, wobei Kiliani immer wieder auf Drehbuchrevisionen drängte, die das Ziel hatten, die emotionale Wirkung des Films zu steigern. Obwohl die Bilder oft machtvoll erscheinen, löst der Film nur wenige jener Möglichkeiten emotionaler Technik ein, die Kiliani in seinen Reden hervorgehoben

3 Szenen aus  
DIE WIRKUNG DER  
HUNGERBLOCKADE  
AUF DIE VOLKS-  
GESUNDHEIT  
(D 1921).

hatte. Im Hinblick auf diese vergebenen Möglichkeiten müsse er als Misserfolg betrachtet werden – so sah es auch Kiliani in einem Brief an einen Vertreter der UFA, in dem er bemerkte, dass schon die Vorführung der ersten Bilder eine fast «kindliche Unfähigkeit» und Hilflosigkeit der Lehrfilmabteilungen gezeigt habe. Dort mögen gute Ärzte am Werk sein, in Sachen Propaganda und Filmtechnik seien sie aber völlig unerfahren.<sup>25</sup> Ein späteres Memo eines Verbündeten von Kiliani betonte die Notwendigkeit «echter Dramaturgie» statt einer «ermüdenden Anhäufung von Tatsachenmaterial».<sup>26</sup> Kiliani erwähnte seine Enttäuschung über dieses Projekt auch in einem Schreiben an Strauss.

Dennoch wurden mit diesem Film erste Samen eines späteren Stils gelegt. DIE WIRKUNG DER HUNGERBLOCKADE AUF DIE VOLKSGESUNDHEIT erscheint rückblickend als Vorbote eines Nachkriegsgenres, das die Aufklärung der deutschen Bevölkerung über ein breites Spektrum an Themen öffentlicher Gesundheit fördern sollte. Eine entscheidende Rolle bei der Realisierung des Films spielte Curt Thomalla, der als Leiter des Medizinischen Filmarchivs der UFA mit der späteren Entwicklung und Geschichte dieses Genres identifiziert werden sollte (vgl. Osten, 2009; Schmidt, 2000). Thomallas Dienst in einem Kriegsspital prägte seine Identität als Mitglied der medizinischen Frontgeneration, und diese Erfahrung begünstigte sowohl seine Tendenz, sich immer wieder auf die Lehren des Krieges zu berufen, als auch seine Bereitschaft, mit innovativen und immer radikaleren Lösungen für die Gesundheitskrisen zu experimentieren, denen Deutschland in der Nachkriegszeit ausgesetzt war. Im Laufe der 1920er-Jahre entwickelte er einen einflussreichen hybriden Stil, der den Dokumentarfilm mit dramatischen Elementen verband. Darin kam seine Überzeugung zum Ausdruck, dass die erfolgreichste «Aufklärung» in einer Form vermittelt werde, die dem Publikum unbewusst bleibe. Diesen Ansatz nutzte er unter anderem in Filmen, die sich für die Zwangssterilisation von «unheilbar psychisch Kranken» aussprachen (mehr in Killen 2017, Kapitel 4).

### Fazit

Curt Thomallas Status als Vertreter einer medizinischen Frontgeneration, die mutige Experimente zur filmischen Aufklärung unternahm, unterstreicht den zeitlichen Kontext des Krieges, in dem Münsterbergs Studie erschienen war, und in dem sie Resonanz in den Arbeiten von

<sup>25</sup> Vgl. R 901/71976, Kiliani an Wiedemann, 26.6.1919, Bl. 97–99.

<sup>26</sup> R 901/71944, «Hungerblockadefilm», Volz an die Ufa, Bl. 205–211.

Kiliani, Thomalla und anderen fand. Zahlreiche weitere Beispiele für diese Verknüpfung lassen sich anführen. So fiel zum Beispiel Münsterbergs Idee, die Massen mittels Film in die Praxis des psychologischen Testens einzuführen, wie er sie in *PARAMOUNT PICTOGRAPH* (USA 1916) umzusetzen suchte,<sup>27</sup> mit der Einführung massenhafter IQ-Tests unter den US-Militärrekruten in den letzten Phasen des Weltkriegs zusammen. Ähnlich verhielt es sich mit Münsterbergs Vorkriegsarbeit zur Verhütung von Arbeitsunfällen, die zu einem wichtigen Leitmotiv der Nachkriegssozialpolitik in Deutschland wurde. Beispielweise organisierte Curt Thomalla 1929 die «Reichsunfallverhütungswoche», eine große einwöchige Ausstellung, bei der über 30 Filme zu diesem wichtigen gesellschaftlichen Thema gezeigt wurden (vgl. Killen 2014).

Münsterbergs Pionierarbeiten auf dem Gebiet der Psychotechnik hatten mit einer Reihe von Techniken zur Verwaltung und Mobilisierung von Humanressourcen (der Bereich der Menschenökonomie) ein wesentliches Vermächtnis für die Nachkriegszeit formiert. Dasselbe gilt auch für seine Filmstudie, die in mancher Hinsicht ein folgerichtiges Ergebnis seiner Arbeit in der Arbeitspsychologie darstellt. Ungeachtet der unbeantwortbaren Frage, ob der von Kiliani erwähnte namentlich nicht genannte Amerika-Experte, der «gute Kenner Amerikas», nun tatsächlich Münsterberg war, ist es in jedem Fall offensichtlich, dass Kiliani den breiteren Kontext evoziert, in dem Münsterbergs Filmuntersuchung erschien: eine Konstellation zwischen wissenschaftlichen und kulturellen Entwicklungen, aus der ein höchst folgenreiches neues Modell politischer Kommunikation hervorging.

Tritt man nun einen Schritt zurück und versucht, die historische Bedeutung dieses Modells zu bestimmen, so muss die Bedeutung des Ersten Weltkriegs betont werden. Peter Holquist (1997) hat diesen Krieg als wesentliche Scheidelinie hin zur politischen Moderne identifiziert – als einen Moment, der eine konsequente Verlagerung des Fokus der Regierungsführung vom Territorium hin zur Bevölkerung markiert und von der Entstehung neuer Regierungstechniken begleitet wird. Unter ihnen wurde die Filmpropaganda besonders wichtig, oft unter dem Stichwort «Volksaufklärung». Die Betrachtung von Kilianis Werk gibt uns ein neues Verständnis davon, wie grundlegend

27 Anm.d.Übers.: Bei *PARAMOUNT PICTOGRAPH* (USA 1916) handelt es sich um ein populäres, ab dem 6. Februar 1916 zunächst im Wochenrhythmus neu in die Kinos kommendes «Magazin auf der Leinwand», das Beiträge zur Geschichte der Nation und zu wissenschaftlichen Themen enthielt; hierfür konzipierte Münsterberg eine Reihe kurzer Beiträge zur psychologischen Selbsttestung für das Kino-Publikum, vgl. Kleines Dossier in diesem Heft.

Münsterbergs Filmstudie für dieses neue Modell war. Auch wenn der Psychologe in seiner von «Film als Kunst»-Ideen geleiteten Argumentation in *The Photoplay* jeden unmittelbaren Bezug zu propagandistischen Bestrebungen ablehnte, trug seine Studie dennoch dazu bei, die wissenschaftlichen Grundlagen für bedeutsame Neuerungen in diesem Bereich zu schaffen. Wohl kein Anspruch war hierfür bedeutender als der, das Reich der Emotionen zu beherrschen. Versteht man *Gouvernementalität* mit Foucault als ein Cluster von Techniken zur Beeinflussung des Verhaltens von Individuen und ganzen Öffentlichkeiten, dann wird deutlich, dass die Analyse, Regulierung und Mobilisierung von Emotionen zentrale Momente solcher Techniken waren. Münsterberg scheint dem am nächsten zu kommen, wenn er am Ende seines Buches die «unvergleichliche Macht» des Films betont, «wenn es um die Formung und den Aufbau der nationalen Seele geht» (Münsterberg 1996, 100), und einige Zeilen später zu dem Schluss kommt, dass dies am wirkungsvollsten geschieht, wenn es das Publikum erlebt, «ohne sich der erzieherischen Bedeutung bewusst zu sein» (ibid., 101).

Aus dem Amerikanischen von Jörg Schweinitz

## Literatur

- Bruno, Giuliana (2009) Film, Aesthetics, Science: Hugo Münsterberg's Laboratory of Moving Images. In: *Grey Room* 36, S. 88–113. (Siehe die deutsche Version dieses Textes in diesem Heft.)
- Gerber, Adrian / Zwaan, Klaas de (2016) The Battle for Meaning. A Cross-National Film Reception Analysis of THE BATTLE CRY OF PEACE in Switzerland and the Netherlands during the First World War. In: *Early Popular Visual Culture* 14, 2, S. 168–187.
- Holquist, Peter (1997) Information is the Alpha and Omega of Our Work: Bolshevik Surveillance in its Pan-European Context. In: *Journal of Modern History* 69, S. 415–50.
- Killen, Andreas (2017) *Homo Cinematicus: Science, Motion Pictures, and the Making of Modern Germany*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- (2014) Accidents Happen: Industrial Accidents in German History. In: *Catastrophes: A History of a Concept*. Hg. v. Nitzan Lebovic und Andreas Killen. Berlin: De Gruyter, S. 75–92.
- Le Bon, Gustave (1910) *Psychologie der Massen* [frz. 1894], Leipzig: Kröner.
- Lindsay, Vachel (1996) Lichtspielfortschritt [amerik. 1917]. In: Münsterberg (1996), S. 125–127.



- Münsterberg, Hugo (1996) *Das Lichtspiel: Eine Psychologische Studie [1916] und andere Schriften zum Film*. Hg. v. Jörg Schweinitz. Wien: Synema.
- (1916) *The Photoplay: A Psychological Study*. New York: Appleton.
- (1914) *Grundzüge der Psychotechnik*. Leipzig: Barth.
- (1904) *Die Amerikaner*. 2 Bde., Berlin: Mittler 1904.
- Osten, Philipp (2009) Emotion, Medizin und Volksbelehrung: Die Entstehung des «deutschen Kulturfilms». In: *Gesnerus. Swiss Journal of the History of Medicine and Sciences* 66, S. 67–102.
- Ross, Corey (2008) *Media and the Making of Modern Germany: Mass Communication, Society, and Politics from the Empire to the Third Reich*. Oxford: Oxford University Press.
- Schmidt, Ulf (2000) «Der Blick auf dem Körper». Sozialhygienische Filme, Sexualaufklärung, und Propaganda in der Weimarer Republik. In: *Geschlecht in Fesseln*. Hg. v. Malte Hagener. München: Edition Text + Kritik, S. 23–46.
- Verhey, Jeffrey (1997) Some Lessons of the War: The Discourse on Propaganda and Public Opinion in Germany in the 1920s. In: *War, Violence, and the Modern Condition*. Hg. v. Bernd Hüppauf. Berlin: De Gruyter, S. 99–118.