

Karin Moser (Hg.)

Hearing is Believing

Radio(-Programme) als strategisches
Propagandainstrument

Hearing is Believing
Radio(-Programme) als strategisches
Propagandainstrument





unipress

Karin Moser (Hg.)

Hearing is Believing

Radio(-Programme) als strategisches
Propagandainstrument

Mit 14 Abbildungen

V&R unipress



OESTERREICHISCHE NATIONALBANK
EUROSYSTEM



universität
wien

Historisch-Kulturwissenschaftliche Fakultät



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<https://dnb.de> abrufbar.

Unterstützt durch Fördergelder des Jubiläumsfonds der Oesterreichischen Nationalbank
(Projektnummer: 18100). Gedruckt mit freundlicher Unterstützung des Dekanats der Historisch-
Kulturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien und des FSP Wirtschaft und Gesellschaft
aus historisch-kulturwissenschaftlicher Perspektive.

© 2023 Brill | V&R unipress, Robert-Bosch-Breite 10, D-37079 Göttingen, ein Imprint der Brill-Gruppe
(Koninklijke Brill NV, Leiden, Niederlande; Brill USA Inc., Boston MA, USA; Brill Asia Pte Ltd,
Singapore; Brill Deutschland GmbH, Paderborn, Deutschland; Brill Österreich GmbH, Wien,
Österreich)

Koninklijke Brill NV umfasst die Imprints Brill, Brill Nijhoff, Brill Hotei, Brill Schöningh, Brill Fink,
Brill mentis, Vandenhoeck & Ruprecht, Böhlau, V&R unipress und Wageningen Academic.
Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen
schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Umschlagabbildung: Grafik erstellt von Johannes Kaska
Lektorat: Gudrun Likar
Druck und Bindung: CPI books GmbH, Birkstraße 10, D-25917 Leck
Printed in the EU.

Vandenhoeck & Ruprecht Verlage | www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com

ISBN 978-3-8470-1306-8

Inhalt

Karin Moser	
Editorial	7
Solveig Ottmann	
Volksempfänger-Effekt: Extrempolitischer Aktivismus im Internet	17
Philipp Henning	
Die »Oszillation von Lüge und Wahrheit«: Strategischer Hasstransfer und politisierter Islam in der NS-Rundfunkpropaganda auf Arabisch	31
Felix Berge	
Jenseits von »Tankenden« und »Getankten«: Rundfunkpropaganda und »Gerüchtemacherei« in der deutschen Mehrheitsgesellschaft im Zweiten Weltkrieg	45
Florian-Jan Ostrowski	
Zwischen Information und Propaganda. Archäologie, Urgeschichte und Bodendenkmalpflege im österreichischen Rundfunk der 1920er- und 1930er-Jahre	59
Christine Ehardt	
Hörfilm tut not! (Radio-)Ästhetik als Programm und Propaganda im österreichischen Rundfunk der 1930er-Jahre	83
Michael Kuhlmann	
»Die Macht des Rundfunks«. RIAS Berlin und der Aufstand des 17. Juni 1953 in der DDR	93

Kristina Wittkamp	
Unterhaltung und Musiksendungen auf Radio Majak in den 1960er- und 1970er-Jahren	107
Adrian Hänni	
Ein geheimes Propagandainstrument der Papstkirche: Radio Omegas Sendungen in die Sowjetunion im Kalten Krieg	119
Anton Hubauer	
»Es war damals 1938«: Die Ausblendung der NS-Zeit in den Radiobeiträgen der USIA/USIS. Ein Erfahrungsbericht aus dem Archiv der Österreichischen Mediathek	135
Karin Moser	
Vertraute Stimmen aus der Ferne: Emigrant*innen als US-amerikanische Kulturagent*innen der United States Information Agency (USIA)	149
Frank Mehring	
»My new fellow Americans!« Die amerikanische Einbürgerung als radiophones Propagandainstrument im Zweiten Weltkrieg	171
Cornelia Szabó-Knotik	
Kriegsgefangene kehren heim	195
Elias Berner	
Die Zukunft, Boogie-Woogie und das Wienerlied im Sender Rot-Weiß-Rot: ein Fallbeispiel	207
Valentin Bardet	
Musikpropaganda im besetzten Deutschland: Konzeption, Kontinuitäten und Ambivalenz am Beispiel des SWF-Sinfonieorchesters	223
Stephan Summers	
Amerika-Bilder und Musikkontrolle – Zensur im Musikprogramm der amerikanischen Besatzungssender im Jahr 1946	235
Wolf Harranth	
Appendix: Das Dokumentationsarchiv Funk	251
Autorinnen und Autoren	259

Karin Moser

Editorial

Über Jahrzehnte galt das Radio als die modernste und aktuellste Nachrichtenquelle. Bis sich das Fernsehen in den 1960er-Jahren durchzusetzen begann, verfügte der Hörfunk als Live-Nachrichten-Medium über ein Alleinstellungsmerkmal. In den 1920er-Jahren avancierte das Radio »zum Symbol eines innovativen, modernen und urbanen Lebensgefühls«,¹ das den Hörer*innen neue Welten und Tonlandschaften eröffnete. Erstmals drang ein medialer Apparat in die private Sphäre der Menschen ein und vermochte es, über Sprache und akustische Zeichen ganz unmittelbar Botschaften an die Hörer*innen zu übermitteln. Dieses »intime« und sehr »persönliche« Massenmedium,² dessen Wirkmacht zugleich faszinierte und beunruhigte, sollte durch die Einbindung in staatseigene Institutionen gezähmt und möglichst kontrolliert werden.³

Über Jahrzehnte war es von politisch strategischer Bedeutung, sich des Sprachrohrs Rundfunk zu bedienen. In zahlreichen Ländern war das Radio zentral behördlich reguliert, sollte einen Bildungs- und Kulturauftrag erfüllen sowie zu einer nationalstaatlichen Identitätsbildung beitragen.⁴ Die Repräsentant*innen verschiedenster politischer Systeme nutzten den Hörfunk zur Konstruktion imaginierter Gemeinschaften und zur Propagierung von Selbst-, Fremd- und Feindbildern. Der Streit um die Vorherrschaft über politische, gesellschaftliche, kulturelle und ökonomische Diskurse wurde auch über Radioprogramme ausgetragen. Politische Vorgaben, Entscheidungen und Handlungen wurden per Radio im Sinne der Regierungskräfte kommentiert und die Bevölkerung entsprechend instruiert, beeinflusst und bisweilen dirigiert. Gerade au-

1 Christine Ehardt, *Radiobilder. Eine Kulturgeschichte des Radios in Österreich*, Wien 2017, 64.

2 Marshall McLuhan, *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, Frankfurt am Main 1970, 289.

3 Knut Hieckethier, *Einführung in die Medienwissenschaft*, Stuttgart 2020, 292.

4 Vgl. Johannes Müske/Golo Föllmer/Walter Leimgruber, Einleitung: Radio und Identitätspolitik, in: Johannes Müske/Golo Föllmer/Thomas Hengartner/Walter Leimgruber (Hg.), *Radio und Identitätspolitik. Kulturwissenschaftliche Perspektiven*, Bielefeld 2019, 9–20, 10–13.

toritäre Regime bedienten sich des Hörfunks als ideologisches Dauerbeschallungsinstrument, über welches Programmatiken, Selbst- und Fremdwahrnehmungen sowie Verhaltens- und Handlungsweisen ›von oben‹ verordnet und emotionell aufbereitet wurden.

Doch auch oppositionelle Kräfte nutzten den »Äther«, um unterdrückte Informationen zu verbreiten und vor allem in diktatorischen Systemen für Freiheit und Demokratie zu werben. Dabei waren es etwa Emigrant*innen, die während des Zweiten Weltkriegs gemeinsam mit den Alliierten Radioprogramme konzipierten und gestalteten, um die Menschen in NS-Deutschland und in den besetzten Gebieten in deren jeweiligen Sprachen zu erreichen. Viele der im Zweiten Weltkrieg tätigen Exilant*innen setzten ihre Arbeit nach 1945 auf der einen oder anderen Seite des Eisernen Vorhangs fort.

Aus Sicht der Westalliierten (allen voran der USA) eignete sich aus damaliger Perspektive kein anderes Medium besser dazu, um (politische) Grenzen zu überwinden. Für die US-Außenpolitik hatte der Rundfunk im Sinne von »Hearing is Believing« eine wichtige Funktion in der Informationspolitik. Ost und West versuchten durch eigens konzipierte Radioformate unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen und für die eigenen gesellschaftspolitischen Ideen zu gewinnen. Bei der Programmkonzeption waren die jeweiligen soziokulturellen Bedürfnisse des Landes und der fokussierten Zielgruppen zu berücksichtigen. Zugleich stellte sich die Frage, wie inhaltliche Schwerpunkte didaktisch, rhetorisch, aber auch emotional und ästhetisch am besten aufbereitet werden sollten, um die Hörer*innen unter Berücksichtigung von deren persönlichen Wünschen und Bedürfnissen anzusprechen und letztlich nachhaltig für das jeweilige beworbene Gesellschaftsmodell zu begeistern.

Das »private« und »intime« Medium Radio bot dabei im Speziellen die Möglichkeit, sich als Teil eines Kollektivs zu erfahren. Während das Hören im Rahmen eines familiär-privaten Umfelds zu Hause oder in Gaststätten, Vereinen, Klubs etc. eine offensichtliche persönliche Gemeinschaftserfahrung war, konnte auch das ›einsame‹/alleinige bzw. ›geheime‹ Konsumieren von Hörfunksendungen ein Gefühl von Zugehörigkeit erzeugen. Das Wissen um das Hören spezieller Programmschienen wurde abseits des unmittelbaren gemeinsamen Konsums mit Gleichgesinnten geteilt und verband die Mitglieder dieser ›verschwoerenen‹ Hörgemeinschaften.

Gerade im Bereich des »nation-building«⁵ wie auch bei der Ausformung persönlicher Identitäten spielte das Radio eine bedeutende Rolle. Selbst- und Fremdwahrnehmungen wurden vom Hörfunk mitbestimmt, der Blick auf Räume, Gesellschaften und Kulturen (etwa über Bildungs-, Musikprogramme, Ma-

5 Daniel Morat/Hansjakob Ziemer (Hg.), Handbuch Sound. Geschichte – Begriffe – Ansätze, Stuttgart 2018, 355.

gazine) erweitert. Akustische Zeichen, Stimmen und Töne sind hierbei maßgeblich an der Vermittlung diverser Identitätsangebote beteiligt. Musik kann kulturelle und nationale Grenzen überschreiten und schafft dadurch neue Begegnungszonen.⁶ Jazz und Rock 'n' Roll waren etwa für die Jugend in Nachkriegseuropa Ausdruck eines modernen Lebenskonzepts. Als »Soundtrack der Befreiung«⁷ sind populäre US-amerikanisch inspirierte Lieder schließlich in die Gedenkkultur vieler Nachkriegsgesellschaften eingegangen.⁸

Stimmen wiederum schaffen über direkte Ansprache, die Verwendung von Dialekten und spezifischen Soziolekten Nähe und Verbundenheit. Gut eingeführten, wiedererkennbaren Sprecher*innen wird tendenziell mehr und bewusster zugehört, sie erscheinen glaubwürdig, da vertraut. Die emotionale Kraft der Stimme kann berühren, aufrütteln, begeistern, Empathie erzeugen, aber auch Ablehnung hervorrufen, provozieren und radikalisieren. Dabei durchleben Gefühle »historische Konjunkturen«, sie aktivieren »soziales Handeln, setzen Menschen individuell und kollektiv in Bewegung, formen Gemeinschaften und zerstören sie, ermöglichen Kommunikation oder brechen sie ab. Sie beeinflussen den Rhythmus und die Dynamik sozialen Handelns.«⁹

Medien an sich dienen der Zerstreung, konstituieren und stiften aber auch Sinn und erzeugen Emotionen. Sie verändern die Form, den Ausdruck und die Intensität von Gefühlen, wobei diese sich in bestimmten historischen Phasen und Gesellschaften wandeln und an Bedeutung gewinnen können.¹⁰ Dies trifft im Besonderen auf den Kalten Krieg zu, jene Zeit der bipolaren Ordnung, die zwei Blöcke als jeweils eigene emotionale Gemeinschaften schuf. Gefühle wurden bewusst eingesetzt, um sich zu positionieren und potenzielle Zielgruppen für die eigene Sache zu motivieren. Angst und Vertrauen traten als einander entgegengesetzte (Gefühls-)Haltungen auf beiden Seiten der politischen Hemisphäre

6 Frank Mehring, *Liberation Songs: Music and the Cultural Memory of the Dutch Summer of 1945*, in: Hans Bak/Frank Mehring/Mathilde Roza (Hg.), *Politics and Cultures of Liberation. Media, Memory, and Projections of Democracy*, Leiden/Boston 2018, 149–176, 151.

7 Hans Bak/Frank Mehring/Mathilde Roza, *Introduction: Politics and Cultures of Liberation*, in: dies. (Hg.), *Politics and Cultures of Liberation*, 2018, 1–16, 3 f., 6.

8 Frank Mehring konstatiert hierbei zu Recht, dass sich Historiker*innen bislang wenig mit dem »sound« und »soundtrack« der Geschichte auseinandergesetzt haben. Tatsächlich eröffnet sich hier für die historische Forschung noch ein weites und ergiebiges Feld. Siehe auch: Mehring, *Liberation Songs*, 2018, 150.

9 Ute Frevert, *Was haben Gefühle in der Geschichte zu suchen?*, in: *Geschichte und Gesellschaft*, 35 (2009), 183–208, 192, 202.

10 Vgl. dazu die Ausführungen des Historikers Frank Bösch: ders., *Medien und Emotionen: Zugänge der Geschichtswissenschaft*; in: Anne Bartsch/Jens Eder/Kathrin Fahlenbrach (Hg.): *Audiovisuelle Emotionen. Emotionsdarstellungen und Emotionsvermittlung durch audiovisuelle Medienangebote*, Köln 2007, 142–155, 142–143.

auf,¹¹ wobei Radiomeldungen, Reportagen, aber auch Musiksendungen unterschiedliche emotionale Ebenen bespielten. Nicht zu vergessen ist hierbei, dass die Medienaneignung, also das Hören der Sendungen selbst, den Rahmen für soziale und somit emotionale Erlebnisse schafft¹² und eben dieses »Gefühlswissen« immer wieder abrufbar ist.

Ein besonderes Augenmerk sollte zudem stets den Gestalter*innen der Sendungen geschenkt werden. Inhalt und Form des Gehörten wird von ihnen grundlegend bestimmt. Sie beziehen mitunter Position, werden von Dynamiken mitgerissen und motivieren durch Themensetzungen und Fragekonstruktionen die interviewten Personen zu gewünschten Statements. Doch auch die Verinnerlichung politischer Vorgaben – bis hin zu eigenständig gesetzten Zensurschritten – hat eine unmittelbare Auswirkung auf die Gestaltung der Sendungen. Die vehemente Resonanz, die manche Radiobeiträge auslösten, überforderte indes mitunter politische Machthaber wie auch die Radiogestalter*innen selbst.

Bei der Konzeption der Sendungen greifen Redakteur*innen auf neue und alte Töne zurück, sie verwenden bereits gesendetes Material wieder und geben diesem bisweilen einen neuen Bedeutungszusammenhang. Inwiefern Sendematerialien überhaupt erhalten und gesammelt werden, hängt von Rundfunkanstalten, (Medien-)Archiven, in die Gestaltung involvierten Institutionen (z. B. Parteien, religiöse Dachorganisationen), aber auch von den Radiomacher*innen selbst ab, die bestimmen, welche Quellen in ihre Vor- und Nachlässe Eingang finden.¹³ Manuskripte, kultur- und medienpolitische Akten, Mitschriften (etwa vom politischen Gegner), Programmzeitschriften, Hörer*innen-Befragungen, Interviews, Ego-Dokumente (Briefe, Tagebücher, Memoiren etc.) sowie die Radiobeiträge selbst geben Aufschluss über zeitgenössische Kontexte. Viele Quellen sind über die Jahrzehnte verloren gegangen, völlig unerwartet finden sich aber auch Materialien in privaten oder politischen Sammlungen, die lange unentdeckt oder unter Verschluss waren. Im Zuge der Digitalisierung sind in den letzten Jahren schließlich immer mehr radiorelevante Quellen für die Forschung zugänglich und abrufbar geworden.

Der vorliegende Band greift die eben skizzierten Themenkomplexe auf und beruht auf der Tagung »Hearing is Believing: Radio(-Programme) als strategi-

11 Siehe hierzu allen voran: Hélène Miard-Delacroix/Andreas Wirsching, Emotionen und internationale Beziehungen im Kalten Krieg, in: dies. (Hg.), Emotionen und internationale Beziehungen im Kalten Krieg, Berlin/Boston 2020, 1–22, 9–10.

12 Bösch, Medien, 2007, 143.

13 Martin Hanni verwies in seinem Vortrag, den er leider nicht in diesem Band veröffentlichen konnte, darauf, dass der Schriftsteller, Dramaturg und Radiopionier Felix Gasbarra Akten zu seiner Person aus den 1930er- und 1940er-Jahren aus seinem Nachlass entfernt hat, wohingegen Gasbarras Tätigkeit aus der Zeit davor sehr gut dokumentierbar ist. Zu Hannis Beitrag siehe: Programm (univie.ac.at), Web_Abstract_Hanni.docx (live.com) (1.5.2022).

sches Propagandainstrument«,¹⁴ die im November 2020 an der Universität Wien stattfand. Im Zentrum der Konferenz stand die Auseinandersetzung mit Strategien zur Ausgestaltung und Bewerbung nationaler Selbstbilder und gesellschaftspolitischer Systeme sowie die Inszenierung von Fremd- und Feindbildern im Rundfunk. Wissenschaftler*innen der Geschichts-, Kultur- und Politikwissenschaft, der Medienwissenschaft sowie der Literatur-, Theater- und Musikwissenschaft gaben hierbei Einblick in ihre Forschungsarbeiten.¹⁵ Die nun vorliegenden Beiträge reflektieren auch den interdisziplinären Austausch und diverse Debatten, die während der Tagung geführt wurden.

Im Eröffnungstext erläutert Solveig Ottmann, ausgehend von Marshall McLuhans Konzept des *acoustic space*, wie die Medienlogik des Radios sich im Internet wiederfindet. Anhand des ›Infokriegs‹ der extrempolitischen, neu-rechten Identitären Bewegung zeigt sie, wie medientheoretisches Wissen über das Radio zum Verständnis aktueller Kommunikationsformen beitragen kann.

Philipp Henning widmet sich vor dem Hintergrund von Siegfried Kracauers Betrachtungen zur »Totalitären Propaganda« der arabischsprachigen Rundfunkpolitik NS-Deutschlands im Zweiten Weltkrieg. Ab 1941 kam es hier zu einer Radikalisierung, wobei religiöse Inhalte bewusst instrumentalisiert und missbraucht wurden und das NS-Regime den Versuch unternahm, den Islam zu »nationalsozialisieren«.

Felix Berge untersucht Formen der informellen Kommunikation zur Zeit des Nationalsozialismus. Das geheime Hören von Feindsendern war im Verlauf des Kriegs vielen zur Gewohnheit geworden. Daraus gewonnene Informationen und deren Verbreitung verfolgte das NS-Regime in sogenannten ›Heimtücke‹-Verfahren. Welche Dynamiken so erworbenes Wissen entwickeln konnte, zeigt der Autor am Beispiel russischer Sendungen, in welchen die Namen von Kriegsgefangenen verlesen wurden.

Wie schnell der Rundfunk zu einem (politischen) Werkzeug umfunktioniert werden konnte, belegen zwei Beiträge, die sich mit der österreichischen Radio-Verkehrs-AG (RAVAG) in der Zwischenkriegszeit befassen. Florian-Jan Ostrowski beleuchtet in seinem Artikel die enge mediale Verflechtung von archäologischer Forschung und Rundfunk in den 1920er- und 1930er-Jahren. Radioprogramme dienten zur Vermittlung von archäologischen Inhalten im Sinne der Volksbildung und Unterhaltung, wobei man auf eine national ausgelegte, pädagogisch-didaktische Erzählung setzte. Im Nationalsozialismus wurden im

14 <https://hearing-is-believing.univie.ac.at/> (1.5.2022).

15 Die Tagung und der vorliegende Band sind im Rahmen des vom Jubiläumsfonds der Österreichischen Nationalbank geförderten Projekts »Die Radioberichterstattung der United States Information Agency (USIA) für Österreich 1953–1979: US-amerikanische Selbst- und österreichische Außenansichten« (Projektnummer 18100) entstanden, das von 2019 bis 2022 am Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Wien durchgeführt wird.

Hörfunk archäologische Erkenntnisse im Sinne einer völkisch-nationalen Mythenbildung umgedeutet und missbraucht. Christine Ehardt hingegen widmet sich in ihrem Text dem Phänomen des »Hörfilms«. Zum einen wurden damit featureartige Beiträge sowie Reportagen benannt. Zum anderen wurde eine ästhetische Kategorisierung von Hörkunstarbeiten vorgenommen. Medientechnisch orientierten sich beide Begriffsverwendungen an der (filmischen) Verfahrensweise der Montage. Ehardt geht den Hörerlebnissen und Live-Sendungsformaten sowie dem Verhältnis von Ästhetik und Programm als Mittel propagandistischer Erlebniskultur nach.

Die Rundfunkpolitik der Ost- und Westmächte im »Kalten Krieg der Emotionen« bildet einen weiteren Schwerpunkt des vorliegenden Bands. Den Beginn macht Michael Kuhlmann, der in seinem Beitrag verdeutlicht, welche unglaublich politische Wirkkraft die Radioberichterstattung haben konnte. So spielte der RIAS (Rundfunk im amerikanischen Sektor von Berlin) im Verlauf des Volksaufstands in der DDR, am 17. Juni 1953, eine nicht unbedeutende und vor allem aktive Rolle. Die Redakteure zeigten offen ihre Sympathie für die oppositionelle Bewegung, schwenkten aber in der Berichterstattung auf Deeskalation um, als Ostberlin den Ausnahmezustand verkündete.

Kristina Wittkamp analysiert in ihrem Artikel die sowjetische Rundfunkpolitik im Kalten Krieg, die von Senderstörungen über Konterpropaganda bis hin zur Erhebung von Programmpräferenzen der Hörer*innen reichte. Mit dem Formatsender Radio Majak wurde bewusst ein inhaltliches und politisches Gegenangebot zu den Westsendern geschaffen. Der Sender diente nicht nur als Nachrichtenquelle, sondern trug mit seiner an westlichen Programmen ausgerichteten Konzeption zu einer spezifischen Identitätsbildung bei und sprach vor allem ein junges Publikum an.

Eine dem Osten entgegengesetzte Propagandainitiative untersucht Adrian Hänni wiederum in seinem Text über die Geschichte von Radio Omega, einem Sender, der zwischen 1962 und 1966 religiöse, russischsprachige Kurzwellenprogramme in die Sowjetunion übermittelte. Das Staatssekretariat im Vatikan deckte einen signifikanten Teil der Ausgaben von Radio Omega ab, weshalb man zu einem gewissen Grad von einer verdeckten »Radiofront« des Heiligen Stuhls sprechen kann. Das Programm, das auch auf nicht-christliche Zielgruppen abzielte, sollte den atheistischen Kommunismus bekämpfen und zur Zersetzung des sowjetischen Regimes beitragen.

Zwei Autor*innen haben einen umfassenden Originaltonquellenbestand der Radioabteilung *Broadcasting Service* (IBS) der USIA für Österreich der 1950er- bis 1970er-Jahre, der sich in der Österreichischen Mediathek findet, zum Ausgangspunkt ihrer Beiträge gemacht. Anton Hubauer legt seinen Fokus auf das nahezu völlige Ausblenden des Nationalsozialismus in den Radiobeiträgen der USIA/USIS für Österreich. Obwohl die Mehrzahl der Redakteur*innen selbst vor

dem NS-Terrorregime geflohen war, durften die Mitarbeiter*innen im Zuge ihrer Arbeit für die USIA diese Thematik nicht offen ansprechen. Vielmehr mussten sie wiederholt mit einstigen NSDAP-Mitgliedern, die später für die US-Regierung tätig waren (etwa im Bereich der Raumfahrttechnik), Interviews führen, die in ihrer einstigen Heimat und über den Österreichischen Rundfunk zur Ausstrahlung kommen sollten.

Karin Moser macht ebjenese österreichischen Exilant*innen zum Mittelpunkt ihrer Untersuchung, die aufgrund ihrer komplexen, spezifisch emotionalen Verbundenheit zur ›alten‹ und zur ›neuen Heimat‹ von US-Propagandastrategen als Radiomitarbeiter*innen angeworben wurden. Davon ausgehend, dass sich Gefühlsgemeinschaften (*emotional communities*) durch einen eigenen emotionalen Stil und Ausdrucksnormen auszeichnen und ein auf gemeinsamen Erfahrungen basierendes »Gefühlswissen« abrufbar ist, analysiert sie den Gestaltungsmodus und die Emotionalisierungsstrategien zweier Redakteure anhand ausgewählter Sendungen.

Während in den Beiträgen der USIA-Radioabteilung für Österreich die emigrierten Redakteur*innen ihre Entwurzelung ausblendeten und ihre Verbundenheit zur ›alten Heimat‹ demonstrierten, hatten Exilant*innen in der von Frank Mehring untersuchten Radiosendung »I'm an American« ein öffentliches Bekenntnis zu ihrer neuen Heimat und neuen Identität abzulegen. Mehring erläutert, wie während des Zweiten Weltkriegs die US- Einbürgerungszeremonie vom State Department propagandistisch instrumentalisiert wurde. Nur ausgewählte, als erfolgreich geltende bzw. weithin bekannte Emigrant*innen durften sich in den Dienst der politischen Propaganda stellen und in gut vorbereiteten, emotionalen Stellungnahmen über ihre überbordenden Gefühle in Hinblick auf die Verleihung der US-amerikanischen Staatsbürgerschaft berichten.

Emotionale Bekenntnisse und die Inszenierung nationalstaatlicher Gefühlsgemeinschaften zeichnen auch jene Radiosendungen aus, welchen sich Cornelia Szabó-Knotik in ihrem Text nähert. Eine Reportage aus dem Jahr 1953, die sich der Heimkehr österreichischer Kriegsgefangener widmet, bezeugt die identitätsstiftende Bedeutung dieses Ereignisses. Die Rückkehr der einstigen Soldaten symbolisierte mit der Abkehr von der (nicht thematisierten) NS-Vergangenheit zugleich einen Neubeginn der österreichischen Heimat. Die neuerliche Verwendung dieses Sendematerials in historischen Editionen weist auf die Ikonisierung des Heimkehrer-Narrativs (in Literatur, Radio, Film) im Rahmen der österreichischen Erinnerungskultur hin.

Dem österreichischen Nachkriegsradio, und hier vor allem der Bedeutung der Musik, wendet sich Elias Berner in seinem Artikel zu. Er verweist auf die Rolle der Musik in den konkurrierenden Sendern Rot-Weiß-Rot und RAVAG, um schließlich anhand einer musikalischen Kabarettnummer der 1950er-Jahre transportierte nationale Stereotypen zu untersuchen. Zugleich zeigt er, wie das

Wienerlied über musikalische Einflüsse (z. B. Boogie-Woogie) neu interpretiert wird.

Wie sehr Musik sich dazu eignet, kulturelle Brücken zu schlagen und die Außenwahrnehmung zu optimieren, zeigen die Beiträge von Stephan Summers und Valentin Bardet. Stephan Summers widmet sich der Musik- und Manuskriptzensur durch US-Kontrolloffiziere nach dem Zweiten Weltkrieg. Am Beispiel einer Sendung von Radio Stuttgart mit Musik aus dem US-amerikanischen Musical *Oklahoma* beschreibt er, wie mittels der Zensur Bedeutungsebenen scheinbar gezielt gesteuert wurden. Valentin Bardet analysiert wiederum die Musikpolitik der französischen Kontrollmacht in Deutschland anhand des Südwestfunk-Sinfonieorchesters, das Ende 1945 in Baden-Baden gegründet wurde. Er zeigt dabei die Richtlinien der »Propagande musicale française en Allemagne occupée« auf, die darauf abzielten, das Ansehen Frankreichs in Deutschland zu heben und zugleich das Verhältnis zwischen den beiden Nationen zu verbessern.

Den Band beschließt ein Artikel von Wolf Harranth, dem einstigen Leiter des Dokumentationsarchivs Funk. Er hat die dem Band zugrunde liegende Tagung mit seinen Diskussionsbeiträgen und Hinweisen bereichert. Harranth stellt die Sammlungen des Dokumentationsarchivs Funk vor und annotiert einzelne Vorträge durch Informationen zu ergänzenden Quellenbeständen. Wolf Harranth ist im August 2021 überraschend verstorben. Mit der Veröffentlichung seines letzten Textbeitrages soll seiner nochmals gedacht und ihm gedankt werden.

An dieser Stelle sei nun auch den fördergebenden Institutionen sowie den an der Tagung und der Entstehung des Bands beteiligten Personen gedankt. Die Abhaltung der Tagung sowie die Veröffentlichung dieser Publikation wurden von der *Historisch-Kulturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien*, dem *Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte* und dem *Forschungsschwerpunkt Wirtschaft und Gesellschaft aus kulturwissenschaftlicher Perspektive der Historisch-Kulturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien* finanziell unterstützt.

Ausgangspunkt für die Tagung und den vorliegenden Band ist das von der Herausgeberin geleitete und vom *Jubiläumsfonds der Österreichischen Nationalbank* geförderte Projekt »Die Radioberichterstattung der United States Information Agency (USIA) für Österreich 1953–1979: US-amerikanische Selbst- und österreichische Außenansichten«. Dem *Jubiläumsfonds der Österreichischen Nationalbank* sei hier für die Förderung nochmals großer Dank ausgesprochen. Vorarbeiten in Hinblick auf Tagung und Publikation konnten im Zuge einer von der Herausgeberin wahrgenommenen Gastprofessur für politische Geschichte

und Mediengeschichte an der *Universität Hradec Králové* (Tschechische Republik) im Wintersemester 2018/19 geleistet werden.¹⁶

Für die tatkräftige Unterstützung bei der Durchführung der Tagung und der Umsetzung der vorliegenden Publikation gilt mein Dank Stefan Ancuta, Thomas Angerer, Dieter Bacher, Ingrid Böhler, Julia Danielczyk, Franz X. Eder, Alexander Golovlev, Michaela Hafner, Gisela Harranth, Veronika Haydn, Elisa Heinrich, Gregor Holzinger, Clemens Jobst, Monika Kaczek, Johannes Kaska, Barbara Kerb, Kai Knörr, Margareth Lanzinger, Gudrun Likar, Claudia Mohl, Beate Pamperl, Corinna Peres, Philipp Rohrbach, Elisabeth Röhrlich, Annemarie Steidl und Elisabeth Streit.

Schließlich sei allen Autor*innen für ihre vielschichtigen und bereichernden Textbeiträge gedankt.¹⁷ Die Publikation soll den Anstoß für weitere interdisziplinäre und internationale Radioforschungen und kooperative Zusammenarbeiten geben.

16 Work on this conference proceedings was supported by the Visiting Professorship provided by the Institute of History, Philosophical Faculty of the University of Hradec Králové in the Winter 2018/2019.

17 Ich danke auch allen Vortragenden, die es aus zeitlichen Gründen leider nicht geschafft haben, ihre Beiträge für den Band beizusteuern.

Solveig Ottmann

Volksempfänger-Effekt: Extrempolitischer Aktivismus im Internet

»Hätte es Facebook in den 1930er-Jahren gegeben [...], hätte es Hitler für seine Lösung der Judenfrage werben lassen.« Obwohl diese Aussage von Sacha Baron Cohen aus dem Jahr 2019 auf die umstrittene Konzernführung Facebooks abzielt, verweist sie auch auf das politische Potenzial dieser Plattform und sozialer Medien im Allgemeinen. »Es sei die ›größte Propagandamaschine der Geschichte‹, die da eine Handvoll Internetkonzerne mit den sozialen Medien in die Welt gesetzt hätten.«¹

Galt in den 1930er-Jahren für Hitler und vor allem für Goebbels noch das Radio als *das* Propagandamedium, so hat es diesen Status aufgrund offensichtlicher Gegebenheiten mittlerweile weitgehend eingebüßt: Propaganda adressiert die Menschen idealerweise dort, wo sie ›zu Hause‹ sind – kluge Propagandist*innen nutzen das Medium/die Medien, mit dem/denen sie ihr Zielpublikum am unmittelbarsten erreichen und somit am nachhaltigsten beeinflussen können. Dieses ›Zuhause‹ findet sich heute größtenteils auf Facebook, Twitter, YouTube & Co; entsprechend nutzen politische Bewegungen besonders soziale Medien, um Netzwerke zu knüpfen und die größtmögliche Reichweite für die Verbreitung der eigenen Überzeugungen zu erzielen.

Scheint diese strategische Nutzungsweise ›neuer Medien‹ zunächst keine Schnittstelle mit dem Radio der 1930er-Jahre bzw. dem Medium *per se* aufzuweisen, ändert sich dies, wenn der Blick auf die grundlegende Medienlogik gerichtet wird. Zieht man Marshall McLuhans Konzept des *acoustic space* heran, kann deutlich gemacht werden, inwiefern die Medienlogik des Internets die Medienlogik des Radios weiterführt. Exemplarisch für eine solche Mediennutzung wird in diesem Beitrag die Identitäre Bewegung (IB) herangezogen. Diese Vereinigung, die sich als extrempolitische, im neurechten Spektrum verortete Jugendbewegung formierte, nutzt das Internet als ›natürliches‹ Habitat für ihren ›Infokrieg‹. Im Folgenden soll dieser Infokrieg deshalb als Fallbeispiel dienen,

¹ Sacha Baron Cohen vor der Anti-Defamation League; zit. n. Maik Fielitz/Holger Marcks, Digitaler Faschismus. Die sozialen Medien als Motor des Rechtsextremismus, Berlin 2020, 7.

um die medialen Wirkmächte herauszuarbeiten und so aufzuzeigen, wie medien-theoretisches Wissen über das Radio für das Verständnis aktueller Kommunikationsformen fruchtbar gemacht werden kann.

Identitäre Bewegung: Metapolitische Gegenöffentlichkeit und patriotischer Widerstand

2017 beschreibt Martin Sellner, prominentester Kopf der deutschsprachigen IB², wie man als junge Aktivist*innengruppe, die noch keine »Partner mit konkreter politischer Macht« hat, vorgehen muss, um Zwischenerfolge zu erzielen. Man müsse vor allem Informationskampagnen führen, »die man sich wie ›Feldzüge im Infokrieg‹ vorstellen kann«.³ Diese Feldzüge erstrecken sich dabei von (Straßen-)Aktionen bis hin zu Online-Kampagnen. Ziel ist es, sich Gehör für die eigenen Themen zu verschaffen, die in der Parteienlandschaft und im öffentlichen Diskurs als marginalisiert empfunden werden. Als (extrempolitische) Aktivist*innengruppe und damit als ›soziale Bewegung‹⁴ bleibt der IB dafür ausschließlich der Weg der Gegenöffentlichkeit, die über ›alternative Medien‹ etabliert wird. ›Alternative Medien‹ bzw. ein ›alternativer Mediengebrauch‹ definieren sich dabei als »a proclaimed and/or (self-)perceived corrective, opposing the overall tendency of public discourse emanating from what is perceived as the dominant mainstream media in a given system«.⁵

Die IB positioniert sich in der Außendarstellung als Zusammenschluss junger, intellektueller, rechtskonservativer Patriot*innen, die sich um die Grundwerte der Gesellschaft und der Verfassung sowie die kulturelle Identität sorgen. Es werden also (vermeintlich) demokratie- und gesellschaftsfähige Anliegen verfolgt und allzu belastete Begriffe wie u. a. ›Rasse‹ vermieden.⁶ Stattdessen wird

2 Die IB unterteilt sich in länderspezifische Gruppierungen. Hier wird die deutschsprachige Bewegung, die die IB Österreich und die IB Deutschland einschließt, zusammengefasst. Ausführlich zu den Strukturen, Inhalten und der Ideologie der IB siehe z. B.: Julian Bruns/Kathrin Glösel/Natascha Strobl, *Die Identitären: Handbuch zur Jugendbewegung der Neuen Rechten in Europa*, 3. Aufl., Münster 2017; Andreas Speit (Hg.), *Das Netzwerk der Identitären: Ideologie und Aktionen der Neuen Rechten*, 1. Aufl., Berlin 2018; Judith Goetz/Joseph Maria Sedlacek/Alexander Winkler (Hg.), *Untergangster des Abendlandes: Ideologie und Rezeption der rechtsextremen »Identitären«*, 2. Aufl., Hamburg 2018.

3 Martin Sellner, *Identitär! Geschichte eines Aufbruchs*, 3. Aufl., Schnellroda 2017, 190.

4 Vgl. Heiko Beyer/Anette Schnabel, *Theorien sozialer Bewegungen: eine Einführung*. Frankfurt am Main/New York 2017, 9–16.

5 Kristoffer Holt, *Right-Wing Alternative Media*, London/New York 2019, 11.

6 Es bestehen Verbindungen zu rechtsextrem(istisch)en Kreisen, es sind rechtsextrem(istisch)e Personen, und es werden extrempolitische bis rechtsextrem(istisch)e Positionen im Kader vertreten. 2014 äußert der österreichische Verfassungsschutz, dass sich »in den Reihen der Bewegungseliten amtsbekannte Neonazis befinden und Kontakte in andere rechtsextremis-

das Konzept des Ethnopluralismus propagiert, und man beruft sich auf die Theorie der ›kulturellen Hegemonie‹ von Antonio Gramsci; weiterhin wird vor dem ›Großen Austausch‹ gewarnt und zum Kampf gegen diesen aufgerufen.⁷ Als zentrale Denk- und Handlungsmaxime dient das auf den französischen Theoretiker Alain de Benoist zurückgehende Konzept der Metapolitik,⁸ bei dem »die Einflussnahme auf den vorpolitischen, zivilgesellschaftlichen Raum« im Mittelpunkt steht, »in den die ›Identitären‹ ihre ›Kulturwerte‹ mit dem Ziel einer langfristigen Veränderung des gesellschaftlichen Denkens einfließen lassen und dadurch grundlegende gesellschaftliche Fragen in ihrem Interesse beantworten wollen.«⁹ In den Worten Erik Lehnerts im neurechten Magazin *Sezession* ist Metapolitik »nichts anderes als eine politische Lagebeurteilung, die von der Frage ausgehen muß, wer der Feind ist, wo er steht und mit welchen Mitteln er den Kampf führt.«¹⁰ Die Ergebnisse dieser Lagebeurteilung bestimmen das Handlungsrepertoire für den ›patriotischen Widerstand‹ und werden schließlich in einen strategischen Infokrieg überführt.

Im Infokrieg werden alle zur Verfügung stehenden Kanäle genutzt und neue Kanäle¹¹ geschaffen, um die eigenen extremkonservativen bzw. ›identitären‹ Anliegen in die Öffentlichkeit zu tragen und den vorpolitischen Raum sowie den gesellschaftlichen Diskurs zu besetzen. Den Stimmen des ›patriotischen Widerstands‹ und damit den »Stimmen, die ein wichtiges Korrektiv darstellen«, soll eine Plattform gegeben werden, wie Sellner am 6. Mai 2020 auf YouTube formulierte.¹² Die Auffassung, sich als Korrektiv gegen den ›falschen‹ politischen

tische Szenebereiche bestehen«. Verfassungsschutzbericht für 2014: 14. Vgl.: <https://bvt.bmi.gv.at/401/files/Verfassungsschutzbericht fuer das Jahr 2014.pdf> (30. 4. 2021). Der deutsche Verfassungsschutz stufte die IBD nach Jahren der Beobachtung Mitte 2019 als gesichert rechtsextremistisch ein.

7 Zum Ethnopluralismus siehe z. B. die szeneeigenen Ausführungen von: Martin Lichtmesz, Ethnopluralismus: Kritik und Verteidigung, Schnellroda 2020; Thor v. Waldstein, Metapolitik: Theorie – Lage – Aktion, Schnellroda 2015. Zur kulturellen Hegemonie siehe z. B.: Lia Becker/Mario Candeias/Janek Niggemann/Anne Steckner (Hg.), Gramsci lesen: Einstiege in die »Gefängnishefte«, Hamburg 2017; Stefan Müller, Strategische Lektüre(n) von Rechts? Die Rezeption gramscianischer Hegemonietheorie durch die »Neue Rechte«, in: Kritische Justiz 53/3 (2020), 335–347. Zum Großen Austausch siehe: Renaud Camus, Revolte gegen den Großen Austausch, Schnellroda 2016.

8 Vgl. Alain de Benoist, Kulturrevolution von Rechts: Gramsci und die Nouvelle Droite, Krefeld 1985.

9 Judith Goetz, »... in die mediale Debatte eindringen« – »Identitäre« Selbstinszenierungen und ihre Rezeption durch österreichische Medien, in: Goetz/Sedlacek/Winkler (Hg.), Untergangster, 2018, 91–112, 104.

10 Erik Lehnert, Metapolitik und Aufklärung, in: Sezession 67 (2015), 18–21, 19.

11 So z. B. die »erste patriotische Nachrichten App« Okzident News. Siehe: <https://okzident.news/> (4. 6. 2021).

12 Martin Sellner, Soziale Isolierung lässt uns verkümmern – COMPACT 5/20, in: YouTube.de, 6. 5. 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=WHOJBAOQafQ> (6. 4. 2021).

Kurs und die ›von oben‹ gesteuerte ›Staatspropaganda‹ in den ›Mainstream-Medien‹ zur Wehr setzen zu müssen, mündet in einer allumfassenden Kommunikationsoffensive. Eine Kommunikationsoffensive, die – so soll im Folgenden gezeigt werden – sämtliche Kanäle mit den eigenen Inhalten durchtränken möchte und sich dafür die Funktionsweise des Internets zunutze macht.

Radio und Volksempfänger: *The Medium is the Message*

Was kann uns die Nutzung des Radios für NS-Propagandazwecke über die heutige Kommunikationsweise extrem politischer Aktivist*innen lehren? Trotz aller Differenzen scheint ein Vergleich möglich, da nicht mediensystematische Bedingtheiten, sondern mit McLuhan »die Eigenart und die Auswirkungen«¹³ und die kulturelle Wirkmacht¹⁴ der Medien in den Blick genommen werden.

Das Radio weist eine bewegte Geschichte auf: Seit seiner Einführung sorgte es hinsichtlich seines technischen und daraus resultierenden sozialen, kulturellen, aber vor allem auch politischen (Missbrauchs-)Potenzials gleichermaßen für Faszination und Schrecken. Im Dezember 1924 beschreibt der Hochfrequenz-techniker Hans Bredow das Radio nicht nur als »gemeinsamen Sprechsaal«, sondern gar als »liebes Familienmitglied«, das es für »Millionen von Menschen geworden« sei, da es »Freude und Anregung um sich« verbreiten würde.¹⁵ Schon wenige Jahre später wird diese Auffassung von Joseph Goebbels pervertiert, wenn er im Jahr 1933 bemerkt: »Ich halte den Rundfunk für das allermodernste und für das allerwichtigste Massenbeeinflussungsinstrument, das es überhaupt gibt. Ich bin der Meinung, dass der Rundfunk überhaupt das Volk an allen öffentlichen Angelegenheiten teilhaben lassen muss [...].«¹⁶ Goebbels lenkte den Blick auf das Medium. Für ihn wird der Rundfunk zum »Sprachrohr der politischen Führung zum deutschen Volke« und das Radiohören selbst zur staatspolitischen Pflicht: »Wer Rundfunk hört, wer am Rundfunk die gewaltigen Willensbekundungen unseres Volkskanzlers Adolf Hitler erlebt, reiht sich ein in die große Schick-

13 Marshall McLuhan, *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, Frankfurt am Main 1970, 287.

14 Vgl. Florian Sprenger, (Be-)gründungen und Figurprobleme. Marshall McLuhans Denken über Medien und seine Folgen, in: Daniela Wentz/André Wendler (Hg.), *Die Medien und das Neue*, Marburg 2009, 81–95, 82.

15 Hans Bredow, Hans Bredows Bilanz nach dem ersten Rundfunkjahr. Weihnachtsansprache 1924, in: SWR.de, 8.1.2019, <https://www.swr.de/swr2/wissen/broadcastcontrib-swr-31434.html> (25.4.2021).

16 Mitteilungen der RRG vom 30.3.1933; zit. n. Hans Sarkowicz, »Nur nicht langweilig werden ...«. Das Radio im Dienst der nationalsozialistischen Propaganda, in: Bernd Heidenreich/Sönke Neitzel (Hg.), *Medien im Nationalsozialismus*, Paderborn 2010, 205–234, 209.

salseinheit des nationalsozialistischen Staates.«¹⁷ Das Medium Radio, das Marshall McLuhan rückblickend auf die faschistischen 1930er-Jahre als *tribal drum*¹⁸ beschreibt, wird zum verbindenden Element, zur Stammestrommel, gegen die die »erdhafteren und weniger visuellen Völker Europas« – also v.a. die Deutschen – »nicht gefeit« gewesen seien.¹⁹ Ihr »Stammeszauber« sei nicht an ihnen »abgeprallt«, vielmehr sei »unter den Klängen des Faschismus« die alte »Sippenbindung« wieder erwacht.²⁰

Auch McLuhan lenkt den Blick somit auf das Medium selbst. »Sein Anspruch liegt darin, die konstitutive Funktion von Medien hervorzuheben, indem deren Effekte wiederum als Ursachen begriffen werden [...]. Indem McLuhan das Augenmerk auf die Vermittlungswege lenkt, kommt die Medialität auch dort zum Vorschein, wo sie verborgen sein mag.«²¹ Aus dieser Perspektive führt McLuhan die genannte Anfälligkeit für das Radio darauf zurück, dass die Radiohörer*innen, gleichzeitig aber auch die erst im Entstehen befindliche Medienwirkungsforschung unfähig waren, »die Sprache und die Botschaft der Medien als solche zu begreifen.«²² Die Konzentration auf die Inhalte habe den Blick auf die Medien selbst verstellt. Doch sind gerade die Vermittlungswege, also die Medien selbst, zu betrachten. Sie konstituieren die Nachricht. Kurzgefasst: *The Medium is the Message*.²³

Adolf Hitler appellierte an die Emotionen der Menschen, schrie seine Botschaft als Demagoge in die Köpfe und Herzen der Menschen. Dafür brauchte er die anwesende Masse, sprach nicht für das Radiomikrofon, sondern ließ sich damit übertragen.²⁴ Goebbels jedoch agierte persuasiver, strategischer, oft leise und subtil, aber ebenso bestimmt. Zunächst sollte das Radio in den Alltag einziehen, sich dann die Inhalte als geschlossenes ideologisches Weltbild wie ein Mantel über die Einzelnen und die Volksgemeinschaft legen. Ohne Frage waren die Inhalte penibel gewählt und ideologisch perfektioniert. Wichtiger aber scheint, dass Goebbels mittels geschickter Programmstrukturen, der endlosen Wiederholung ideologischer Inhalte – aber besonders durch deren flächendeckende Verbreitung – die Funktionsweise *des Mediums* zur Beeinflussung aus-

17 Berliner Lokalanzeiger vom 22.10.1933; zit. n. Joseph Wulf, *Presse und Funk im Dritten Reich. Eine Dokumentation*, Gütersloh 1964, 269.

18 Vgl. Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, 1. Aufl., Cambridge, MA 1994 [1964], 297–307.

19 McLuhan, *Die magischen Kanäle*, 1970, 286.

20 Ebd., 286f.

21 Sprenger, *(Be-)gründungen und Figurprobleme*, 2009, 83.

22 McLuhan, *Die magischen Kanäle*, 1970, 287.

23 Vgl. ebd., 7–21.

24 Vgl. z. B. Cornelia Epping-Jäger, *Stimmgewalt: Die NSDAP als Rednerpartei*, in: Doris Kolesch/Sybille Krämer (Hg.), *Stimme: Annäherung an ein Phänomen*, 1. Aufl., Frankfurt am Main 2006, 147–171.

nutzte. Als *Massenmedium* und auf der medienmaterialistischen Basis des *broadcasting*-Prinzips – der Rundum-Dissemination von Signalen, die prinzipiell jede*r empfangen kann – schuf Goebbels »die Voraussetzung für die Gesamtbeteiligung aller«. Das Radio weitete das »Zentralnervensystem« der Menschen aus, die »hypnotisiert zur Stammestrommel« tanzten.²⁵

Eine der gängigsten Thesen zur Wirkmacht des Radios ist, dass es »die meisten Menschen [...] persönlich [berührt], von Mensch zu Mensch, und [...] eine Atmosphäre unausgesprochener Kommunikation zwischen Autor, Sprecher und Hörer« schafft.²⁶ Die Unmittelbarkeit des Mediums wird hier also von McLuhan ins Feld geführt: das Radio als persönliches und intimes Medium. Ein Medium, das »die Macht hat, die Seele und die Gemeinschaft in eine einzige Echokammer zu verwandeln«.²⁷ Eine Echokammer, in der zwar (überwiegend) Einzelne vor dem Apparat sitzen, diese aber doch gleichzeitig zu einem großen Ganzen – im Falle des Nationalsozialismus gar zur Volksgemeinschaft – verschaltet werden. Mit dem Radio sollte auch der letzte Winkel des Deutschen Reiches erreicht werden. »Die ubiquitäre Distanzlosigkeit der Radiostimme, die keine Grenze zwischen Öffentlichem und Privatem respektiert«,²⁸ sollte die Hörer*innen umgarnen. Der Volksempfänger wurde zum Symbol für diese Strategie: zentralistisch, von oben, »in a top-down fashion«²⁹ wurde die Lebenswelt durchtränkt. Bildlich zusammengefasst findet sich dies im bekannten Werbeplakat der 1930er-Jahre, wenn ein gigantisch großer Volksempfänger VE 301 die ihn umdrängende Volksmenge überragt und von der Parole gerahmt wird: *Ganz Deutschland hört den Führer mit dem Volksempfänger*.³⁰

25 McLuhan, Die magischen Kanäle, 1970, 287.

26 Ebd., 288f.

27 Ebd., 289.

28 Macho Macho, Stimmen ohne Körper: Anmerkungen zur Technikgeschichte der Stimme, in: Kolesch/Krämer (Hg.), Stimme, 2006, 130–146, 141.

29 Alicia Wanless/Michael Berk, The Audience is the Amplifier: Participatory Propaganda, in: Paul Baines/Nicholas O’Shaughnessy/Nancy Snow (Hg.), The Sage Handbook of Propaganda, Thousand Oaks, CA 2019, 85–104, 87.

30 Vgl. dazu z. B. Holger Schramm, Musik im Radio, in: Holger Schramm (Hg.), Handbuch Musik und Medien: Interdisziplinärer Überblick über die Mediengeschichte der Musik, Wiesbaden, 41–64, 46, https://doi.org/10.1007/978-3-658-21899-7_2. Das Plakat findet sich z. B. hier: https://media.springernature.com/original/springer-static/image/chp%3A10.1007%2F978-3-658-21899-7_2/MediaObjects/464392_2_De_2_Fig1_HTML.jpg (2. 8. 2021).

Implosion im elektronischen Zeitalter: Medien des *reconfigured acoustic space*

Die nationalsozialistische Instrumentalisierung des Volksempfängers trieb auf die Spitze, was McLuhan generell dem Medium zuschreibt: »Das Radio ließ zum ersten Mal die elektronische Implosion massiv erleben, jene Umkehrung der Tendenz und Bedeutung der alphabetischen westlichen Welt.«³¹ Diese elektronische Implosion³² soll im Folgenden als das verbindende Element – das die Vermittlungswege in den Fokus rücken und das Internet sowie die vernetzten Medien als Weiterführung des Radios denken lässt – aufgezeigt werden.

So begreift McLuhan die Urphase als *acoustic age*, in dem der Mensch als *tribal man* – darauf referenziert die *tribal drum* – lebte. Diese präliterale, prä-technologische Welt des Menschen war – verkürzt gesprochen – von Interaktionen und Kommunikation geprägt, die im unmittelbaren Umfeld stattfanden und mit allen Sinnen erfahrbar waren: dem *acoustic space*. Die fortschreitende Schriftkultur mit Kommunikationsformen über immer größere räumliche wie zeitliche Distanzen hinweg prägte den sich schrittweise vollziehenden Übergang vom *acoustic age* zum *written age* (Gutenberg-Galaxis). Als Meilensteine dieser Entwicklung gelten das phonetische Alphabet, die Schrift, der Bruchdruck bzw. die Druckerpresse und damit das massenhafte Distribuieren von schriftlich fixiertem Wissen, was maßgebliche Transformationen der menschlichen Weltbeziehungen und Kommunikationserfahrungen zeitigte. Dieser nun perspektivische, also visuell geprägte, abstrakte Erfahrungsraum, der *visual space*, brachte tiefgreifende Veränderungen mit sich. ›Real‹ war nicht mehr nur das, was sinnlich erfahrbar war, sondern was (er)denkbar wurde.

Für das 19. Jahrhundert beobachtete McLuhan erneut eine massive Transformation. Die Welt wurde durch Vernetzung zum globalen Dorf, das elektrische Zeitalter begann. Mit den elektrischen Medien entstanden neue Kommunikationsmodi, so z. B. die »secondary orality, the orality of telephones, radio, and television, which depends on writing and print for its existence«.³³ Die Linearität, die den *visual space* prägt, wird durch die einsetzende Gleichzeitigkeit elektrischer Kommunikation ergänzt. Nach Telegrafie und Telefon sollte das Radio der (erste) *big player* des elektrischen Zeitalters werden und massiven Anteil an der

31 McLuhan, Die magischen Kanäle, 1970, 289.

32 Es handelt sich dabei um eine Hauptthese McLuhans, der die Menschheitsgeschichte in durch (Medien-)Technologien geformte Phasen einteilt. Seine Kernthese(n) ziehen sich durch sein ganzes Werk. Zusätzlich zum Zitierten sei genannt: Marshall McLuhan, The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man, Toronto 1962; Marshall McLuhan/Eric McLuhan, Laws of Media: The new Science, Toronto/Buffalo 1988.

33 Walter J. Ong, Orality and Literacy. The Technologizing of the Word, London/New York 1982, 2.

Ausbildung des *reconfigured acoustic space* haben. Medial vermittelte Kommunikation hob raumzeitliche Entfernungen auf und ließ den Kommunikationsraum ›implodieren‹. Trotz der Zwischenschaltung eines Mediums war nun eine (er)denkbare und sinnlich erfahrbare Sphäre entstanden, in der Kommunikationsmodi ohne körperliche Anwesenheit oder Nähe bestimmend sind, die diese aber zu simulieren vermögen. Die zeit- und raunabhängige Übertragung ermöglichende *broadcasting*-Technologie entfesselte eine ubiquitäre Adressierbarkeit der Einzelnen als Masse, der nun keine Grenzen mehr gesetzt waren.

Entscheidend ist dabei nun gerade *nicht*, dass es sich beim Radio um ein akustisch-auditives Medium handelt, mit dem Stimmen bzw. Töne ausgesendet werden, um in McLuhans Verständnis als akustisch-taktil³⁴ Medium zu gelten. Vielmehr ist die Logik von Sinnesmodalitäten und Kommunikationsmodi ausschlaggebend, die McLuhan in den zuvor genannten Menschheits- und Kulturgeschichtsphasen erkennt und im Zeitalter der elektrischen Medien zusammenfallen sieht. Nimmt man diese Gedanken als Denkfigur und Episteme ernst, eröffnet der *acoustic space* einen alternativen Zugang zum Verständnis der Funktionsweise, Medienlogik und kulturellen Wirkmacht des Internets.

Volksempfänger-Effekt: Der Infokrieg im *acoustic space*

Ihren Ausgangspunkt nahm die Identitäre Bewegung im engeren Sinne in Frankreich mit der *Génération Identitaire* und deren YouTube-Video *Déclaration de guerre* im Herbst 2012; fortan breitete sie sich über ganz Europa aus.³⁵ Im Unterschied zu den ›Alten Rechten‹, von denen sich die ›Neuen Rechten‹ aktiv abgrenzen, bezieht die IB ihr ideologisches Repertoire von den konservativen Intellektuellen der Weimarer Zeit, die »das weltanschauliche Grundgerüst des Nationalsozialismus [...] geprägt haben«³⁶ – so z. B. Carl Schmitt oder Martin Heidegger. Sie führt die dort angestrebte ›Kulturrevolution von rechts‹ fort und macht diese zu ihrem obersten Ziel. Seit Beginn nutzt die IB dafür »alle Kanäle des Internets und der sozialen Netzwerke sehr geschickt und strategisch geplant«³⁷ für ihre Zwecke und setzt auf ein weitverzweigtes Publikationsnetz und geradezu marketingstrategische Öffentlichkeitsarbeit. Ihre Markenzeichen sind

34 Vgl. dazu besonders: Marshall McLuhan, Playboy Interview: Marshall McLuhan – A Candid Conversation with the High Priest of Popcult and Metaphysician of Media, in: Playboy (1969), 53–72, 158.

35 Vgl. Simone Rafael, Identitäre im Internet. Von Crowdfunding bis Meme Wars, in: Speit (Hg.), Das Netzwerk der Identitären, 2018, 127–141, 127f.

36 Samuel Salzborn, Rechtsextremismus: Erscheinungsformen und Erklärungsansätze, 4. Aufl., Baden-Baden 2020, 79.

37 Ebd., 127.

»Jugendlichkeit, Aktionismus, Popkultur und die Corporate Identity«,³⁸ die Aktivist*innen sind im Internetzeitalter und mit dem Web groß geworden. Auch das politische und publizistische Umfeld – bestehend aus »patriotischen« Verlagen, Blogs und Zeitschriften, politischen Netzwerken, Thinktanks und Neurechten Zentren – ist enorm.³⁹ Verschiedenste Mechanismen werden genutzt, um mittels des Infokriegs die angestrebte Diskursverschiebung voranzutreiben.

Zunächst war der Infokrieg darauf ausgerichtet, sich »Handlungsfreiheit, eigene Plattformen und Sprechorte«⁴⁰ zu erkämpfen. Um als geschlossene Gruppe auftreten zu können, grenzte man sich von Alt-Nazis ab, sortierte radikal aus und hierarchisierte intern. Sellner kommentiert: »Es bräuchte ein eigenes Buch, den Kampf um die IBD in Stahlgewittern und Kommentarspaltenkämpfen zu erzählen.«⁴¹ »Offizielle« Facebook-, YouTube- und Twitter-Kanäle wurden eingerichtet, Memes erstellt und verbreitet, Websites, Webshops etc. etabliert und penibel darauf geachtet, mittels des Lambda-Logos und einer einheitlichen visuellen Handschrift Geschlossenheit auszudrücken.⁴² Ferner wurden medienwirksam ausschaltbare Aktionen und Besetzungen des öffentlichen Raums durchgeführt, um Symbolbilder zu kreieren und Größe zu markieren.⁴³ Es gründeten sich Regionalgruppen, Workshops, Sommercamps und Akademien wurden durchgeführt. Kurz: Über die Jahre entstand ein umfassendes, identitär-patriotisches Aktions-, Ideologie- und Kommunikationsnetz, das den meta- und vopolitischen, also den gesellschaftlichen Diskursraum an möglichst vielen Punkten im eigenen Sinne unterwandern und besetzen soll. So entstand eine Art Kommunikationssphäre in der Kommunikationssphäre, die auf der Idee des *broadcasting*-Prinzips aufbaut. Durch die Präsenz auf allen Kanälen soll jede*r erreichbar sein; jederzeit, überall soll die metapolitische Arbeit der Aktivist*innen les-, sicht- und hörbar sein: als unverschleierte, »patriotische« Botschaften oder auch weniger offenkundig und in subtilerem Gewand, um Netz-User*innen »weltanschauliche Inhalte subkutan zu verabreichen.«⁴⁴

Mag es zunächst so erscheinen, als würde dies zu einer Atomisierung der Inhalte führen, da diese auf eine unüberblickbare Fülle an Kanälen verteilt werden und so kaum ein geschlossenes Narrativ im Sinne dessen, was oben als symbolischer Volksempfänger deklariert wurde, erzeugt werden kann, ist das

38 Bruns/Glösel/Strobl, *Die Identitären*, 2017, 68.

39 Vgl. ebd., 159–215.

40 Sellner, *Identitär!*, 2017, 86.

41 Ebd., 177.

42 Vgl. zur visuellen Identität: Bruns/Glösel/Strobl, *Die Identitären*, 2017, 269f.

43 Vgl. Sellner, *Identitär!*, 2017, 84. Symbolische Okkupation und ästhetische Interventionen sind hier als maßgebliche Strategien zu nennen.

44 Daniel Hornuff, *Die Neue Rechte und ihr Design. Vom ästhetischen Angriff auf die offene Gesellschaft*, Bielefeld 2019, 11.