



MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Von lauten Trommlern und leisen Einflüsterern“

Die Wiedergabe des jugendlichen Alltags in Jugendzeitschriften
während des Ersten Weltkrieges im Dienste der Propaganda

verfasst von / submitted by

Dominik Brand, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree
of

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2018 / Vienna, 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof Dr. Wolfgang Duchkowitsch

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 1. Juli 2018

Dominik Brand, Bakk. phil.

Danksagung

Niemand ist eine Insel. Mein aufrichtiger Dank ergeht deshalb an die folgenden Personen, die mich bei dieser Herausforderung ein Stück des Weges begleitet haben und mir mit Rat, Tat, Geduld und viel Verständnis zur Seite gestanden sind:

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch, der dabei geholfen hat, die Idee zu pflanzen.

Mag. Andreas Baumgartner, der mir das nötige Werkzeug vermittelt hat, damit daraus ein starker Baum wachsen konnte.

Und an meine Familie Ingrid, Désirée, Julian, Birgit, Anna und Caroline Brand, die dafür gesorgt haben, dass der Baum letztendlich Früchte getragen hat.

Inhaltsverzeichnis

1.0 Einleitung.....	1
2.0 Definition des Untersuchungsproblems	4
2.1 Erkenntnisinteresse	4
2.1.1 Subjektives Erkenntnisinteresse.....	4
2.1.2 Allgemeines Erkenntnisinteresse	5
2.1.3 Wissenschaftliches Erkenntnisinteresse.....	7
2.2 Forschungsleitende Fragestellung.....	9
2.2.1 Dimensionen und Kategorien der forschungsleitenden Fragestellung.....	10
3.0 Theoretischer Bezugsrahmen	12
3.1 Historische Perspektiven auf den Propaganda-Begriff	12
3.1.1 Frühe Propagandaforschung	15
3.1.2 Moderne Konzepte und Theorien.....	19
3.1.2.1 Der Agenda Setting-Ansatz.....	19
3.1.2.2 Propaganda als Form des strategischen Handelns.....	23
3.1.2.3 Abschließende Begriffsklärung.....	26
3.1.3 Propaganda in Kriegszeiten	27
3.1.4 Unterscheidbarkeit von Werbung, PR und Propaganda.....	30
3.1.5 Propaganda in der österreichisch-ungarischen Monarchie von 1914 bis 1918....	36
3.1.5.1 Organisation des Kriegspressequartiers ab 1917	37
3.2 Alltag und Identität	43
3.2.1 Propagandaforschung aus einer kulturwissenschaftlichen Perspektive	43
3.2.2 Medientechnologien, Kultur und Identität	44
3.2.3 Kriegspropaganda und Alltag – Das Moratorium des Alltags	50
3.2.3.1 Exkurs: Kriegsausstellung 1916/1917	53
3.2.4 Der Alltag: Die Theorie der Lebenswelt nach Alfred Schütz	55
3.2.4.1 Alltägliche jugendliche Lebenswelten im Ersten Weltkrieg: Bildung	56
3.2.4.2 Alltägliche jugendliche Lebenswelten im Ersten Weltkrieg: Soziales.....	59
3.3 Jugendzeitschriften zwischen 1914 und 1918.....	60

3.3.1 Historisches Mediendispositiv Jugendzeitschriften	60
3.3.2 Frühe Jugendliteratur	62
3.3.3 Jugendzeitschriften.....	63
4.0 Empirische Untersuchung.....	66
4.1 Daten zum Materialobjekt „Jung-Österreich“	66
4.2 Empirisches Instrumentarium	67
4.3 Ergebnisse der empirischen Untersuchung	71
4.3.1 Strukturelle Ergebnisse	71
4.3.2 Der Alltag in „Jung-Österreich“	80
4.3.2.1 Kontextualisierung von Technik und Krieg	82
4.3.2.2 Kontextualisierung von Geschichte und Krieg.....	84
4.3.2.3 Kontextualisierung von Natur und Krieg	86
4.3.2.4 Kontextualisierung von Gefahr und Krieg	87
4.3.2.5 Kontextualisierung von Spiel und Krieg	89
4.3.2.6 Kontextualisierung von Kunst und Krieg.....	90
4.3.2.7 Kontextualisierung von Geografie und Krieg.....	92
4.3.2.8 Kontextualisierung von Wirtschaft und Krieg.....	94
4.3.2.9 Kontextualisierung von Familie und Krieg	96
5.0 Schlussbemerkungen	98
6.0 Quellen- und Literaturverzeichnis	101
7.0 Anhang.....	110
7.1 Operationalisierung.....	110
7.2 Codebuch	113
7.3 Liste der analysierten Texteinheiten	140
7.4 Wordcloud zum theoretischen Bezugsrahmen.....	149
7.5 Curriculum Vitae.....	150
7.6 Abstracts.....	152

1.0 Einleitung

Der Begriff „Propaganda“ scheint derzeit wieder in aller Munde zu sein: Im Konflikt um die Ost-Ukraine werfen sich die teilnehmenden Parteien gegenseitig gezielte Fehlinformation der Öffentlichkeit durch die Massenmedien vor, in Deutschland und auch in Österreich stellen rechtskonservative bis rechtsextreme Bürgerbewegungen wie PEGIDA und die Identitären die etablierte Journalistik unter den beiden Sammelbegriffen „Lügenpresse“ und „Systemmedien“ unter Generalverdacht. Gleichzeitig beschäftigt die enge Verknüpfung von Politik und Boulevardmedien in Österreich eine kritische Öffentlichkeit seit Jahren. Und mit den jüngsten Flüchtlingsbewegungen aus Syrien, Afghanistan und dem Irak nach Europa ist auch eine Diskussion um sogenannte „Hass-Postings“ in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter entflammt. Dabei ist Propaganda ein Phänomen, das die Kommunikationswissenschaft schon von seinen Kinderschuhen an beschäftigt. Woher rührt also das scheinbar gesteigerte Interesse daran, was „die Medien mit den Menschen machen“? Die Verknüpfung digitaler Kommunikationswege und sozialer Netzwerke mit unserem alltäglichen Lebensbereich hat ohne Zweifel großen Anteil daran: Mit dem Siegeszug des Internet seit den späten 1990er-Jahren haben sich nicht nur neue Wege der Kommunikation ergeben, sondern in direkter Folge davon auch eine Vielzahl an neuen Möglichkeiten der politischen Partizipation. Eine wesentliche Funktion von JournalistInnen als SchleusenwärterInnen, die den Informationsfluss anhand nachvollziehbarer Kriterien lenken, kann so leicht umgangen werden und verliert infolgedessen gesellschaftlich an Bedeutung.¹ Gleichzeitig scheinen wir uns auch schlichtweg daran gewöhnt zu haben, bei unserem Medienkonsum permanent Überzeugungsversuchen politisch oder ökonomisch motivierter Natur ausgesetzt zu sein:

„Die Akzeptanz von Propaganda in der modernen Gesellschaft wird vor allem durch die Annahme legitimiert, dass Propaganda nur schwache Wirkungen beim Publikum auslöst, weil ein pluralistisches Mediensystem, ein autonomer Journalismus und die politische Bildungsarbeit zur Begrenzung der Wirkungsmacht von Propaganda beitragen. Den Beweis dafür [...] ist die Medienwirkungspsychologie aber bislang schuldig geblieben.“²

¹ Vgl.: Weischenberg, Siegfried: „Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen.“ Wiesbaden, 2004. S. 178

² Bussemer, Thymian: „Psychologie der Propaganda.“ In: Golz, Hans-Georg [Hrsg.]: „Aus Politik und Zeitgeschichte: Politische Psychologie. Ausg. 11/2007.“ Berlin, 2007. S. 25

Bussemers Befund aus dem Jahr 2007 liest sich beinahe wie eine Drohung – und ist damit symptomatisch für die Ambivalenz des Propaganda-Begriffs, der in seiner langen Geschichte stets zwischen zwei Extremen hin- und hergependelt ist: zwischen verheißungsvoller Wunderwaffe und größter Enttäuschung der frühen angewandten Kommunikationswissenschaft, zwischen haltloser Euphorie und resignierter Aufgabe, zwischen kriegstreiberischer Hetze und wesentlichem Bestandteil demokratischer Systeme. Nicht einmal über die AkteurInnen von Propaganda und schon gar nicht über die Wahl ihrer Instrumente scheint Einigkeit zu herrschen. Je nach Bedarf ist von „lauten TrommlerInnen“ oder „leisen EinflüsterInnen“ die Rede.

Es soll nicht der Anspruch dieser Arbeit sein, Ordnung in dieses fast ein Jahrhundert altes, interdisziplinäres Theoriegeflecht zu bringen. Vielmehr soll sie der Versuch sein, ein Angebot einer alternativen Perspektive zu schaffen. Deswegen beschäftigt sie sich mit Propagandaforschung aus einer kulturwissenschaftlichen Sichtweise und möchte eben jene Elemente in massenmedialen Angeboten isolieren, die den Alltag von Jugendlichen während des Ersten Weltkrieges thematisiert und beschrieben haben. Ergänzend zu den dazugehörigen theoretischen Überlegungen wurden eine qualitative Inhaltsanalyse sowie zur deskriptiven Darstellung eine quantitative Analyse der Jugendzeitschrift „Jung-Österreich“ durchgeführt, die in den Kriegsjahren von 1916 bis 1918 erschienen ist. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sollen die Vorteile einer kulturwissenschaftlichen Sichtweise auf den Propaganda-Begriff verdeutlichen.

Der Grund, warum sich der empirische Teil dieser Arbeit auf Jugendzeitschriften während des Ersten Weltkrieges konzentriert, während der theoretische Teil einen eher allgemeinen Anspruch erhebt, liegt in der Natur aller persuasiven Anstrengungen und Medienwirkungen: Sie sind in der Regel nur sehr schwer nachweisbar, da ihre Erzeugnisse keine direkten und unzweifelhaften Hinweise auf die Intentionen ihrer VerfasserInnen in sich tragen. Deswegen wurde bei der Wahl des Materialobjektes eine Eingrenzung auf Jugendmedien zur Kriegsvorbereitung vorgenommen, da sich in ihnen schlichtweg die markantesten Persuasionsversuche vermuten lassen. Mit der Zeitschrift „Jung-Österreich“ wurde ein Medium gewählt, das auch keinen Hehl aus seiner Propagandatätigkeit machte: Seine Gründung geht auf eine Initiative von Friedrich Freiherr von Giorgi, Minister der k.u.k.-Landwehr bis Sommer 1917, der bereits im Juni 1915 einen Aufruf zur militärischen

Jugendvorbereitung initiiert hatte, zurück. Der Zweck dieser Initiative: Jugendliche darauf einzustimmen, „*die geliebte Heimat mit den Waffen verteidigen [zu] können*“.³

Eine kurze Bemerkung zu geschlechterneutralem Sprachgebrauch: Die Art und Weise, wie wir unsere Welt konstruieren und wahrnehmen, ist zu einem maßgeblichen Teil von unserer Sprache abhängig. Viel zu lange waren Frauen nicht nur von der praktischen Gestaltung unserer verschiedenen Lebenswelten ausgeschlossen, sondern blieben auch in der deutschen Sprache beinahe unsichtbar. Um einen – zugegeben kleinen – Beitrag zur Änderung dieses Umstandes zu leisten, ist die vorliegende Arbeit um einen geschlechterneutralen Sprachgebrauch bemüht.

³ Kaltschmid, Paul: „Jung-Österreich im Jahre 1917. Von Hauptmann Paul Kaltschmid.“ In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 1, Wien, 1917. S. 1

2.0 Definition des Untersuchungsproblems

2.1 Erkenntnisinteresse

Im Sinne der Nachvollziehbarkeit des wissenschaftlichen Forschungsprozesses ist es wichtig, nicht nur die Ergebnisse einer Untersuchung und den Weg, der zu ihnen geführt hat, entsprechend zu präsentieren, sondern auch die verschiedenen Erkenntnisinteressen, die diesen vorangestellt sind, transparent aufzubereiten. Die wissenschaftliche Bearbeitung eines Themas hat immer drei spezifische Interessensgruppen: Auf der Mikroebene bringt natürlich zuallererst der/die ForscherIn seine/ihre persönlichen Vorerfahrungen, Interessen und Erwartungen in ein Projekt mit ein. Auf der Makroebene der Scientific Community steht die Auseinandersetzung in Tradition eines bereits stattgefundenen Diskurses und treibt diesen weiter voran. Letztendlich hat auf einer Mesoebene natürlich auch die Gesellschaft ein berechtigtes Interesse an der Bearbeitung eines Themas, schließlich bezieht sich die Wissenschaft aus ihr zu einem großen Teil ihre Legitimität.

Im Folgenden sollen deshalb das subjektive, das allgemeine und das wissenschaftliche Erkenntnisinteresse an einer akademischen Auseinandersetzung mit dem Zusammenhang von Kriegspropaganda und der Darstellung des Alltags in Jugendzeitschriften während des Ersten Weltkrieges offengelegt werden.

2.1.1 Subjektives Erkenntnisinteresse

Ausgangspunkt für die vorliegende Arbeit war ein Forschungsseminar im Wintersemester 2012/2013 bei Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften Wien. Dieses Forschungsseminar befasste sich mit Jugendzeitschriften während des Ersten Weltkrieges.

Die Idee, Propaganda unter dem Gesichtspunkt der medialen Wiedergabe des Alltags zu untersuchen, verbindet zwei meiner bevorzugten Erkenntnisinteressen in der Kommunikationswissenschaft: das der modernen Medienwirkungsforschung mit dem geschichtswissenschaftlichen Ansatz der Cultural Studies, der Phänomenen des Alltags

gegenüber den vermeintlich großen und bedeutenden historischen Ereignissen einer „kanonisierten“ Geschichtsschreibung den Vorzug gibt. Weitere Einflüsse stammen aus den von mir während meines Studiums der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften am Wiener Institut besuchten Vorlesungen von Prof. Dr. Guido Zurstiege zur frühen Medienwirkungsforschung sowie von Prof. Dr. Klaus Schönbach zum breiten Forschungsfeld der persuasiven Kommunikation.

Um einem kulturwissenschaftlichen Ansatz gerecht zu werden, habe ich versucht, einige interdisziplinäre Verweise in mein Forschungsvorhaben zu integrieren. So umfasst der hier gezogene theoretische Bezugsrahmen neben rein sozialwissenschaftlichen Herangehensweisen der klassischen Propaganda- und Medienwirkungsforschung auch Zugänge aus der geisteswissenschaftlichen Medienwissenschaft – etwa Odo Marquards „Kleine Theorie des Festes“ oder Erving Goffmans Überlegungen zur Ausgestaltung moderner Identitäten, die er mit dem Vokabular des Theaters beschreibt. Mit der „Lehre des gerechten Krieges“ hat sogar ein Forschungsansatz, der seinen eigentlichen Ursprung in der Rechtsgeschichte hat, seinen Weg in die vorliegende Arbeit gefunden.

Auch wenn der Erste Weltkrieg nicht der erste multinationale Konflikt war, der unter massenmedialer Begleitung und gezielten Beeinflussungsversuchen als „Pressekrieg“ geführt wurde – dies war der Krimkrieg der alliierten Streitmächte Großbritannien, Frankreich, dem Osmanischen Reich und Sardinien gegen Russland von 1853 bis 1856 –, so gilt er doch allgemein als „Urkatastrophe des 20. Jahrhunderts“.⁴ Eine Betrachtung der Propagandabemühungen ab 1914 erscheint mir aus heutiger Sicht besonders attraktiv, da diese damals zum ersten Mal durch wissenschaftliche Erkenntnisse gestützt und bis zu einem gewissen Grad professionalisiert erfolgten. Bildlich gesprochen, stellt die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Kriegspropaganda zur Zeit des Ersten Weltkrieges für mich also auch eine Reise zur Wiege der Kommunikationswissenschaften dar.

2.1.2 Allgemeines Erkenntnisinteresse

Propaganda ist in der öffentlichen Wahrnehmung stark mit den historischen Manipulationsbemühungen des Dritten Reiches verknüpft. Die zahlreichen

⁴ Vgl.: Dominikowski, Thomas: „Massenmedien und Massenkrieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose.“ In: Löffelholz, Martin [Hrsg.]: „Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation.“ Opladen, 2004. S. 59ff

Gedenkveranstaltungen, Ausstellungen und Publikationen zum hundertjährigen Jahrestag des Ausbruchs des Ersten Weltkrieges 2014 haben zwar einen wichtigen Beitrag zur Vermittlung eines akkurateren Geschichtsbildes geleistet, konnten die Bedeutung des Ersten Weltkrieges als ersten groß angelegten Informationskrieg, der erstmals auf Basis von wissenschaftlichen Erkenntnissen geführt wurde, letztendlich jedoch nicht nachhaltig vermitteln.

Dabei ist der Begriff aktueller denn je: Eine gesteigerte Medienkompetenz hat die Öffentlichkeit in den letzten beiden Jahrzehnten kritischer gegenüber einem stetig anwachsenden Strom an medial aufbereiteten Informationen werden lassen. Aufgrund der wachsenden Anzahl an verfügbaren Quellen und eines massenmedialen Globalisierungseffektes sind offensichtliche Fehlinformationen oder Manipulationsversuche heute in der Regel für das Publikum leichter zu durchschauen, als dies früher noch der Fall war. Trotzdem oder gerade deswegen sind Versuche, die öffentliche Meinung zu beeinflussen, keine Seltenheit, sondern gehören zu unser aller Alltag – im Falle von politischer Kommunikation könnte man sogar argumentieren, dass sie Teil unserer demokratisch geprägten Gesellschaft geworden sind.

Das kommunikative Phänomen Propaganda an sich hat – zumindest auf den ersten Blick – mit dem weit verbreiteten Schreckgespenst der gesichtslosen Manipulatoren, die je nach Bedarf entweder im Hintergrund leise die Fäden ziehen oder in der Öffentlichkeit lautstark trommeln, in der heutigen Realität wenig zu tun. Diese Erkenntnis hat im Laufe der Geschichte der Kommunikationsforschung im Allgemeinen und der Medienwirkungsforschung im Speziellen zu einer allgemeinen Ernüchterung geführt:

„Die Idee, man könne die Menschen mit klug dosierten und programmierten kommunikativen Angeboten zu irgendwelchen gewünschten Verhaltensweisen nötigen, ist zum einen autoritär, vor allem aber illusionär. Weder politische Beteiligung noch innere Sammlung, noch die Zuwendung zur Schriftkultur sind durch eine kommunikative Angebotsplanung erzwingbar. [...] Es weht der kalte Wind der Selbstverantwortung.“⁵

Aber auch schon weitaus früher, kurz nach dem Zweiten Weltkrieg und der wohl umfassendsten Phase der Auseinandersetzung mit Medienwirkungen und Persuasionsprozessen, kam Bernard B. Berelson zu einem ähnlichen Schluss und hielt zynisch

⁵ Glotz, Peter: „Die beschleunigte Gesellschaft. Kulturkämpfe im digitalen Kapitalismus.“ München, 1999. S. 210

fest: „*Some kinds of communication on some kinds of issues, brought to the attention of some kinds of people under some kinds of conditions, have some kinds of effects.*”⁶

Diese und ähnliche pessimistische Zeugnisse lassen den konkreten Nutzen einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Propaganda-Begriff nicht gerade unter günstigen Vorzeichen erscheinen. Die Lösung für ein solches Dilemma könnte darin liegen, Propaganda weniger als ein Instrument für allgemein gültige, einseitig geprägte Kommunikationsprozesse, sondern als spezifische Struktur strategischer, politischer Kommunikation zu sehen. Für eine politisch mündige Öffentlichkeit, die schließlich das Ziel von Propaganda ist, interessant bleiben allerdings einerseits die Regeln, denen politische Persuasionsversuche folgen, und andererseits die Art und Weise, wie diese erfolgen.

2.1.3 Wissenschaftliches Erkenntnisinteresse

In „Heart of Darkness“, einem der bekanntesten und meistdiskutierten Texte des polnischstämmigen Schriftstellers Joseph Conrad, fasst der fiktive Erzähler Marlow seine frühe Faszination für die Kolonialisierung Afrikas, Südamerikas und Australiens durch die europäischen Kolonialmächte im späten 19. Jahrhundert so zusammen:

*„Now when I was a little chap I had a passion for maps. I would look for hours at South America, or Africa, or Australia, and lose myself in all the glories of exploration. At that time there were many blank spaces on the earth. [...] But there was one yet – the biggest, the most blank, so to speak – that I had a hankering after. True, by this time it was not a blank space any more. It had got filled since my boyhood with rivers and lakes and names. It had ceased to be a blank space of delightful mystery. [...] It had become a place of darkness.”*⁷

Wenn man die Erkenntnisinteressen der Kommunikationswissenschaften auf eine fiktive Landkarte übertragen würde, dann wäre die Propagandaforschung in diesem Sinne und historisch gesehen einer der ersten Teilbereiche, in dem sich die „blank spaces“ auflösten. Dies geschah jedoch vorwiegend aus einer einseitigen Perspektive, die sich auf die vermeintlich vordergründigen und direkt beobachtbaren Phänomene von Propaganda beschränkte. Lange waren es ausschließlich die auf den ersten Blick als Kriegspropaganda

⁶ Berelson, Bernard B.: „Communications and Public Opinion.” In: Schramm, Wilbur [Hrsg.]: „Communications in modern Society.” Urbana, 1948. S. 172

⁷ Conrad, Joseph: „Heart of Darkness”. Stuttgart, 2007. S. 13f.

erkennbaren und von politischen MachthaberInnen direkt kommunizierten Medieninhalte, die für das Fach von Interesse waren. Ein solcher Ansatz greift jedoch zu kurz, ignoriert er doch die Überlegung, dass propagandistische Anstrengungen historisch gesehen nicht ausschließlich von politischen AkteurInnen unternommen wurden, sondern diese sich in der Regel auf eine bereitwillige Kooperation von nicht-staatlichen (Medien-) Unternehmen verlassen konnten. Die massenmediale Wiedergabe des Alltags in Kriegszeiten beispielsweise stellt bis heute in der Propagandaforschung ein weitestgehend unbearbeitetes Feld dar.

Zuletzt hat Thymian Bussemer 2008 das wissenschaftliche Erkenntnisinteresse der Propagandaforschung in seinem Hauptwerk „Propaganda: Konzepte und Theorien“ umfassend aufgearbeitet. Darin unterscheidet er in der entsprechenden Forschungstradition vier historische Phasen:

- Frühzeit der Propagandaforschung (1920–1945): Die ersten Versuche einer sozialwissenschaftlichen Systematisierung wurden im deutschsprachigen Raum von Edgar Stern-Rubarth, Friedrich Schönemann und Johann Plenge unternommen, allerdings konzentrierte sich das Forschungsinteresse in dieser Phase eher auf die USA. Mit „Propaganda Technique in the World War“ legte Harold D. Lasswell 1927 die erste größere Studie zum Thema vor. Mitte der 1930er-Jahre präsentierte der US-amerikanische Psychologe Leonard Doob die bedeutendsten Beiträge zur Propaganda-Theorie seiner Zeit.⁸
- Historische Aufarbeitung (1945–1960): In dieser Phase standen die Aufarbeitung und die Bewältigung der im Zweiten Weltkrieg gemachten Erfahrungen im Zentrum des wissenschaftlichen Erkenntnisinteresses. Sozialwissenschaftliche Case Studies und historisch-institutionsgeschichtliche Arbeiten dominieren deshalb die Literatur aus dieser Zeit. Exemplarisch dafür sei hier Terence H. Qualters „Propaganda and Psychological Warfare“ genannt.⁹
- Ideologiekritische Ansätze (1960–1980): In dieser Zeitspanne wurden zum ersten Mal moderne sozialwissenschaftliche Theorien und Methoden auf den Untersuchungsgegenstand angewendet. Prinzipiell versuchten die Forschungsarbeiten aus dieser Zeit, einen Zusammenhang zwischen Herrschaft in der bürgerlichen Gesellschaft und Propaganda herzustellen.¹⁰
- Diversifikation des Erkenntnisinteresses (1980–heute): Seit den 1980er-Jahren sind vor allem zwei Entwicklungen zu beobachten. Einerseits bemüht sich die

⁸ Vgl.: Bussemer, Thymian: „Propaganda: Konzepte und Theorien.“ Wiesbaden, 2008. S. 21f.

⁹ Vgl.: Ebenda. S. 22f.

¹⁰ Vgl.: Ebenda. S. 23

Geschichtswissenschaft, Propagandageschichte in die Gesellschaftsgeschichte zu integrieren, andererseits versucht die Kommunikationswissenschaft, Propaganda unter dem Paradigma der Medienwirkungsforschung zu untersuchen. Auch die kommunikativen, politischen und gesellschaftlichen Folgen von Propaganda stellen ein stark bearbeitetes Forschungsfeld dar.¹¹

Schließlich stellt auch die spezifische Geschichte des Wiener Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften ein berechtigtes Motiv für die Auseinandersetzung mit Propagandaphänomenen dar. Dieses ging aus den 1941 gegründetem „Institut zur Erforschung und Förderung des internationalen Pressewesens der Union nationaler Journalistenverbände“ bzw. dem 1942 gegründeten „Zeitungswissenschaftlichen Institut“ hervor – beides Institutionen, die sich als Propagandaschmieden explizit in den Dienst des Nationalsozialismus stellten.¹² Propagandaforschung aus einer modernen wissenschaftlichen Perspektive muss somit auch gleichzeitig eine kritische Auseinandersetzung mit der eigenen Fachgeschichte sein.

2.2 Forschungsleitende Fragestellung

Die forschungsleitende Fragestellung, an der sich die vorliegende Arbeit orientiert und der sie auch in der Auswahl ihres theoretischen Bezugsrahmens gleich einem Leitfaden folgen soll, ist vorwiegend deskriptiver Natur und zielt auf die Beschreibung der medialen Wiedergabe des jugendlichen Alltags in österreichischen Jugendzeitungen während des Ersten Weltkrieges ab:

In welcher Beziehung steht Kriegspropaganda zu einer möglichen veränderten medialen Repräsentation der primären Lebenswelt von Jugendlichen? Wie werden alltägliche Lebensbereiche von Jugendlichen in der Jugendzeitschrift „Jung-Österreich“ zwischen 1916 und 1918 thematisiert? Welche indirekten Bezüge zum gleichzeitig stattgefundenen Ersten Weltkrieg werden in diesen Beiträgen hergestellt? Wie sind diese beschaffen?

¹¹ Vgl.: Bussemer, Thymian: „Propaganda: Konzepte und Theorien.“ Wiesbaden, 2008. S. 23f.

¹² Vgl.: Hausjell, Fritz: „Franz Ronnebergers Wiener Jahre. Seine journalistische Tätigkeit und seine Mitarbeit am ‚Institut zur Erforschung und Förderung des internationalen Pressewesens der Union nationaler Journalistenverbände (UNJ)‘ in Wien 1941-1945.“ In: Duchkowitsch, Wolfgang, Hausjell, Fritz und Semrad, Bernd [Hrsg.]: „Kommunikation. Zeit. Raum. Band 1. Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft.“ Wien, 2004. S. 226ff.

Gemäß eines vorrangig qualitativ geprägten Forschungsansatzes verblieb die forschungsleitende Fragestellung für die gesamte Dauer des Forschungsprozesses offen für Erweiterungen, Eingrenzungen und Spezifizierungen jeglicher Art.

2.2.1 Dimensionen und Kategorien der forschungsleitenden Fragestellung

Aus der weiter oben beschriebenen forschungsleitenden Fragestellung lassen sich grob drei verschiedene Forschungsdimensionen isolieren, die, jeweils trennscharf voneinander abgegrenzt, den theoretischen Bezugsrahmen dieser Arbeit bilden sollen. Im Gegensatz zu den weiter unten beschriebenen Kategorien der forschungsleitenden Fragestellung sind diese drei Dimensionen jeweils geschlossen und wurden während des weiteren Forschungsverlaufs somit nicht mehr weiter ergänzt. Diese drei Dimensionen lauten:

1. Propaganda
2. Alltag
3. Jugend zwischen 1914 und 1918

Um die für die Kommunikationswissenschaft sowie die forschungsleitende Fragestellung wesentlichen Aspekte dieser drei Dimensionen näher zu bearbeiten, bot es sich an, sie weiter in Kategorien zu unterteilen. Um dabei dem Ansatz eines empirisch qualitativen Forschungsansatzes gerecht zu werden, verblieb das dabei entstandene Kategorienschema für die gesamte Dauer der Untersuchung offen und konnte gegebenenfalls ergänzt sowie auf Basis neuer Erkenntnisse laufend angepasst werden.

	Dimension „Propaganda“	Dimension „Alltag“	Dimension „Jugend zwischen 1914 und 1918“
Kategorie 1	Historische Perspektiven auf den Propaganda-Begriff	Propagandaforschung aus der Perspektive der Kulturwissenschaft	Bildung
Kategorie 2	Frühe Propagandaforschung	Medientechnologien, Kultur und Identität	Soziales
Kategorie 3	Der Agenda Setting- Ansatz	Kriegspropaganda und Alltag	Jugendzeitschriften zwischen 1914 und 1918
Kategorie 4	Propaganda als Form des strategischen Handelns	Das Moratorium des Alltags	Historisches Mediendispositiv Jugendzeitschriften
Kategorie 5	Begriffsklärung	Die Theorie der Lebenswelt nach Alfred Schütz	Frühe Jugendliteratur
Kategorie 6	Propaganda in Kriegszeiten		
Kategorie 7	Unterscheidbarkeit von Werbung, PR und Propaganda		
Kategorie 8	Propaganda in der österreichisch- ungarischen Monarchie von 1914 bis 1918		

Tabelle 1: Dimensionen und Kategorien der forschungsleitenden Fragestellung.

3.0 Theoretischer Bezugsrahmen

3.1 Historische Perspektiven auf den Propaganda-Begriff

Die etymologischen Wurzeln des Begriffs „Propaganda“ liegen im lateinischen Wort „propagare“, was so viel wie „ausbreiten“ bzw. „erweitern“ bedeutet. Der Ausdruck wurde ursprünglich von der römisch-katholischen Kirche eingeführt, die 1622 durch Papst Gregor XV die Sacra Congregatio de Propaganda Fide, die zentrale Missionsanstalt der römisch-katholischen Kirche, ins Leben rief. 1627 erweiterte Papst Urban VIII. diese zudem noch um eine Ausbildungsstätte für Missionare, das Collegium Urbanum de Propaganda Fide.¹³ Neben einem Museum und einer Bibliothek umfasste diese Ausbildungsstätte auch eine Druckerei zur massenhaften Reproduktion von Propagandaschriften und -bildmaterial.¹⁴ Die vornehmliche Aufgabe der Sacra Congregatio de Propaganda Fide war es, *„die elendiglichen verirrtten Schafe zur Herde Christi zurückzuführen, damit sie in ihm ihren Herren und Hirten erkennen.“*¹⁵ Die Schaffung dieser Einrichtung stellte eine Maßnahme der Gegenreformation dar, die bis ins 18. Jahrhundert andauerte.

Propaganda wurde also zumindest anfangs als ein Mittel zur Ausweitung des Herrschaftsbereichs verstanden, wobei die qualitative Beschaffenheit dieses Herrschaftsbereichs ruhig sowohl als sakral als auch als profan beschrieben werden kann, da Religion und Politik zu diesem historischen Zeitpunkt nach wie vor noch stark miteinander verknüpft und weit von einer Gewaltentrennung nach heutigem Standard entfernt waren. Auffallend ist, dass die historische Deutung von Propaganda zu diesem Zeitpunkt durchaus positiv erfolgte, schließlich sollte die Sacra Congregatio de Propaganda Fide den *„Glauben durch Propaganda und nicht durch Feuer und Schwert“*¹⁶ verbreiten – ein Auftrag, der aus heutiger Sicht zynisch erscheint, war die Hexenverfolgung durch die römisch-katholische Kirche, von der auch ProtestantInnen betroffen waren, doch bis 1650 in Europa auf ihrem Höhepunkt.

Eine politische Dimension bekam der Begriff „Propaganda“ erstmals zur Zeit der Französischen Revolution ab 1789. Der Ausdruck wurde ursprünglich von französischen

¹³ Vgl.: Brunner, Otto [Hrsg.]: „Geschichtliche Grundbegriffe. Band 5.“ o.O., 2004. S. 71

¹⁴ Vgl.: Kunczik, Michael: „Public Relations. Konzepte und Theorien.“ Köln, Weimar, Wien, 2010. S. 34

¹⁵ Buchli, Hanns: „6000 Jahre Werbung. Geschichte der Wirtschaftswerbung und der Propaganda. Band 2: Die Neuere Zeit.“ Berlin, 1962. S. 164f.

¹⁶ Ebenda. S. 164

RoyalistInnen im Exil verwendet und bezeichnete alle kommunikativen Maßnahmen und Anstrengungen, um den ausländischen Adel zu einer militärischen Intervention gegen das revolutionäre Frankreich und zur Wiederherstellung des alten politischen Status quo zu bewegen. Aber auch auf der Seite der RevolutionärInnen fand sich das erklärte Ziel, „de propager les principes de la vraie liberté“, also die Prinzipien der wahren Freiheit sowohl im In- als auch im Ausland zu propagieren. Mit der Julirevolution 1830 kam es zur Gründung der „Association de propagande démocratique“, die später von Fürst Metternich als „Netz der Revolution“, das in ganz Europa unter der in Paris „zentralisierten Oberleitung“ stehe, bezeichnet wurde.¹⁷ Als erster „Pressekrieg“, in dem moderne Massenmedien gezielt zur Manipulation sowohl im In- als auch Ausland eingesetzt wurden, gilt der Krimkrieg von 1853 bis 1856.¹⁸

Ende des 19. Jahrhunderts fällt der Begriff „Propaganda“ zudem in einem weiteren politischen Kontext immer häufiger: Anarchistische Gruppierungen in ganz Europa machten sich die Multiplikationseffekte der aufkommenden Massenpresse zunutze, um durch öffentliche Gewaltakte auf ihre politischen Ideale aufmerksam zu machen. Unter dem Schlagwort „Propaganda der Tat“ etablierte sich so eine aggressive politische Kommunikationsstrategie, die sich über die Aktionen der linksextremistischen Roten Armee Fraktion zwischen den 1970er- und 1990er-Jahren bis hin zum heutigen globalen Terrorismus erstreckt.¹⁹

Der russische Anarchist Pjotr Alexejewitsch Kropotkin, der neben Paul Brousse als einer der Mitbegründer der „Propaganda der Tat“ gilt, hielt bereits Ende des 19. Jahrhunderts fest:

„Durch Tatsachen, die sich der allgemeinen Aufmerksamkeit aufzwingen, dringt die neue Idee in die Köpfe ein und erobert Anhänger. Manche Tat macht in einigen Tagen mehr Propaganda als Tausende von Broschüren.“²⁰

Die Idee, dass sich einzelne Individuen die Multiplikationseffekte der modernen Massenmedien zunutze machen, um durch Gewalttaten auf ihre politischen Anliegen aufmerksam zu machen, wird seit den 1960er-Jahren im Rahmen eines weiteren kommunikativen Ereignisses immer wieder aufgegriffen, nämlich jenem der Protestsuizide

¹⁷ Vgl.: Kutz, Magnus-Sebastian: „Öffentlichkeitsarbeit in Kriegen. Legitimation von Kosovo-, Afghanistan- und Irakkrieg in Deutschland und den USA.“ Wiesbaden, 2014. S. 39

¹⁸ Vgl.: Dominikowski, Thomas: „Massenmedien und Massenkrieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose.“ In: Löffelholz, Martin [Hrsg.]: „Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation.“ Opladen, 2004. S. 59ff

¹⁹ Vgl.: Rötzer, Florian: „Propaganda der Tat. Gewaltinszenierung in der Echtzeitmedienwelt.“ In: Prange, Oliver [Hrsg.]: „Du: die Zeitschrift für Kultur. Band 63, Heft 736: Terrorismus: Alltag wie nie zuvor.“ Zürich, 2003. S. 75

²⁰ Kropotkin, Pjotr Alexejewitsch, zitiert nach Kaschner, Holger: „Neues Risiko Terrorismus: Entgrenzung, Umgangsmöglichkeiten, Alternativen.“ Wiesbaden, 2008. S. 33

und politisch motivierten Suizide. Im Gegensatz zum wesentlich älteren Konzept der „Propaganda der Tat“ richtet sich dabei die Gewalt nicht gegen RepräsentantInnen eines Staates oder unbeteiligte ZivilistInnen, sondern gegen die eigene körperliche Unversehrtheit. Prominente Beispiele dafür sind die öffentlichen Selbstverbrennungen von Jan Palach und Jan Zajic 1969 am Wenzelsplatz in Prag, die aus Protest gegen den Einmarsch des Warschauer Paktes in die ehemalige Tschechoslowakei erfolgten.²¹

Zwischen 1963 und 2003 sollen weltweit zwischen 800 und 3000 solcher öffentlichen Selbsttötungen stattgefunden haben.²²

Um 1900 wurde der Begriff Propaganda neben seiner ursprünglich sakralen und seiner später politischen Dimension schließlich um eine ökonomische erweitert, indem er im deutschen Sprachraum praktisch als Synonym für das damals geläufigere Wort „Reklame“ verwendet wurde. Damit wurden nicht nur kommunikative Maßnahmen zur Steigerung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen bezeichnet, sondern auch Aktionen zur Steigerung des öffentlichen Ansehens von Personen, die ohnehin schon im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit standen, etwa PolitikerInnen, SchauspielerInnen oder KünstlerInnen.²³

Der Begriff Propaganda ist laut heutigem Verständnis stark negativ aufgeladen und wird meist in Zusammenhang mit politischer Manipulation oder Persuasion, also einseitiger politischer Kommunikation, genannt. Dieses Phänomen lässt sich durch die eindeutige Forschungstradition in diesem Feld begründen, die sich hauptsächlich auf politische Kommunikation in Kriegszeiten oder unter diktatorischen Herrschaftsverhältnissen konzentriert. Die massenmedial vermittelten Persuasionsphänomene während der beiden Weltkriege – und hier besonders während des Zweiten Weltkrieges – und des Kalten Krieges bilden den überwältigenden Großteil der Literatur zu diesem Forschungszweig.

Vor dem Ersten Weltkrieg war Propaganda jedoch ein wertneutraler Begriff, der „*nicht als Instrument zur Verbreitung von Hass und Schrecken [...] wahrgenommen [wurde], sondern als Plan, dessen Ziele [...] ebenso gut, nützlich und positiv sein konnten.*“²⁴ Propaganda in seiner ursprünglichen Bedeutung weist zudem eine markante Ähnlichkeit mit den Merkmalen der Organisation moderner kommunikativer Kampagnen auf, die Ulrike Röttker herausgearbeitet hat: Kampagnen sind demnach

²¹ Vgl.: Graitzl, Lorenz: „Sterben als Spektakel: Zur kommunikativen Dimension des politisch motivierten Suizids.“ Wiesbaden, 2012: S. 120ff.

²² Vgl.: Biggs, Michael: „Dying without killing: Self-immolations 1963-2002.“ In: Gambetta, Diego [Hrsg.]: „Making Sense of Suicide Missions.“ New York, 2006: S. 173ff.

²³ Vgl.: Kutz, Magnus-Sebastian: „Öffentlichkeitsarbeit in Kriegen. Legitimation von Kosovo-, Afghanistan- und Irakkrieg in Deutschland und den USA.“ Wiesbaden, 2014. S. 40

²⁴ Miller, Mark Crispin. In: Bernays, Edward: „Propaganda. Die Kunst der Public Relations.“ Kempten, 2007. S. 138

„[...] dramaturgisch angelegte, thematisch begrenzte, zeitlich befristete kommunikative Strategien zur Erzeugung öffentlicher Aufmerksamkeit, die auf ein Set unterschiedlicher kommunikativer Instrumente und Techniken [...] zurückgreifen. Ziele von Kampagnen sind Aufmerksamkeit erzeugen, Vertrauen in die eigene Glaubwürdigkeit schaffen und Zustimmungen zu den eigenen Intentionen und/oder Anschlusshandeln erzeugen.“²⁵

Propaganda kann also, bildlich gesprochen, als Urvater der modernen Public Relations gesehen werden. Der Umstand, dass der Begriff Propaganda heute eher negativ besetzt ist, ist sicherlich auch darin begründet, dass es in Europa in der politischen Kommunikation wesentlich früher zu einer Professionalisierung gekommen ist als in allen anderen Kommunikationsfeldern.²⁶

Als Konsequenz der zunehmenden Abwertung des Begriffs Propaganda und als Vertreter einer eher pragmatischeren Strömung forderte Edward Bernays schon früh eine Rehabilitierung des Begriffs und verwies darauf, dass *„bewusste und zielgerichtete Manipulation der Verhaltensweisen und Einstellungen der Massen [...] ein wesentlicher Bestandteil demokratischer Gesellschaften“²⁷* sei.

3.1.1 Frühe Propagandaforschung

Die Propagandaforschung gilt als früher Vorläufer der heutigen Rezeptions- und Medienwirkungsforschung und stellt somit eines der ältesten – wenn nicht sogar das älteste – Erkenntnisinteressen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften dar. Erste Anstrengungen, massenhafte mediale Beeinflussung mit wissenschaftlichen Methoden auf Grundlage der Erkenntnisse der Massenpsychologie von Gustave Le Bon und Sigmund Freud zu erforschen, wurden bereits ab 1916 in den USA unternommen.

US-Präsident Woodrow Wilson befand sich zu diesem Zeitpunkt in der misslichen Lage, einen pazifistisch geprägten Wahlkampf unter dem Slogan „Frieden ohne Sieg“ geführt zu haben, während sich die Regierung unter seiner Administration auf einen baldigen Kriegseintritt geeinigt hatte. Innerhalb von sechs Monaten schaffte es das von ihm eingesetzte

²⁵ Röttker, Ulrike. In: Jarren, Otfried [Hrsg.]: „Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. o.O., 1998. S. 667

²⁶ Gries, Rainer: „Vertrauen kaufen. Produkte und Politik in Deutschland.“ Thüringen, 2006. S. 17ff.

²⁷ Bernays, Edward: „Propaganda. Die Kunst der Public Relations.“ Kempten, 2007. S. 11

Committee on Public Information – heute besser bekannt unter dem Namen „Creel-Kommission“, der neben Walter Lippmann auch Edward Bernays angehörte – *„die Bevölkerung in eine hysterische Begeisterung zu versetzen. Jetzt auf einmal wollte man alles Deutsche vernichten, die Deutschen in Stücke reißen, in den Krieg ziehen und die Welt retten.“*²⁸

1927 schließlich erklärte Harold D. Lasswell unter dem Einfluss der Geschehnisse des vergangenen Ersten Weltkrieges die Wichtigkeit der systematischen Erforschung persuasiver Techniken in der politischen Kommunikation:

*„In the great society, it is no longer possible to fuse the waywardness of individuals in the furnace of the war dance: a newer and subtler instrument must weld thousands and even millions of human beings into one amalgamated mass of hate and will and hope. A new flame must burn out the canker of dissent and temper in the steel of bellicose enthusiasms. The name of this new hammer and anvil of social solidarity is propaganda.“*²⁹

Lasswell formuliert hier einige wesentliche Merkmale der politischen Propaganda, nämlich die gezielte Steuerung und Manipulation der Massen durch politische Kommunikation und Argumentation auf einer verstärkt affektiven Ebene.

Innerhalb der Medienwirkungsforschung lässt sich die Propagandaforschung chronologisch in die erste von drei historisch etablierten Phasen der Entwicklung von Forschungsparadigmen einordnen. In dieser Phase, die etwa von 1900 bis 1940 andauerte, ging man von einer Allmacht der Medien aus. Ihnen wurde ein extrem hohes Potenzial unterstellt, Meinungen und Einstellungen zu formen, Lebensgewohnheiten zu verändern und menschliches Verhalten so zu beeinflussen, dass es den Wünschen der Herrschenden entspricht. Der Vollständigkeit halber soll hier erwähnt sein, dass sich ab etwa 1940 eine weitreichende Ernüchterung im wissenschaftlichen Diskurs einstellte, die in eine ebenso überspitzte Annahme der Wirkungslosigkeit von Massenmedien mündete. Ab 1965 wurde das Paradigma der starken Medienwirkungen unter einigen Vorbehalten und in überarbeiteter Form wiederaufgenommen.³⁰

Das grundlegende kommunikationswissenschaftliche Modell im Paradigma der starken Medienwirkungen war jenes basale Stimulus-Response-Modell, das von einer rein linearen Wirkung der Medien ausging. Prädispositionen oder Verarbeitungsvorgänge auf der

²⁸ Chomsky, Noam: „Media Control: Wie die Medien uns manipulieren.“ Hamburg, 2003. S. 28f.

²⁹ Lasswell, Harold D.: „Propaganda Technique in World War I.“ Massachusetts, 1971. S. 220f.

³⁰ Vgl.: Brosius, Hans-Bernd und Esser, Frank: „Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell.“ In: Holtz-Bacha, Christina [Hrsg.] et al.: „Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung.“ 43. Jg., Heft 4, Wiesbaden, 1998. S. 341ff.

RezipientInnenseite wurden in diesem Modell anfänglich zur Gänze ausgespart, ebenso wie Feedbackprozesse.³¹ Dieses ursprüngliche Stimulus-Response-Modell geht von fünf Postulaten aus:

- Die Stimuli der Massenkommunikation erreichen die RezipientInnen unmittelbar
- Die Stimuli sind eindeutig und werden infolgedessen weitgehend gleich wahrgenommen
- Infolge dieser Homogenitätsannahme kommt es zu ähnlichen oder identischen Reaktionen der RezipientInnen
- Der Inhalt und die Richtung des Effekts eines Stimulus werden gleichgesetzt
- Das Publikum der Massenkommunikation erscheint als eine undifferenzierte Masse³²

Dieses simple Konzept von Medienwirkungen wurde im Laufe der Jahre mehrmals angepasst und erweitert, u.a. durch den US-amerikanischen Psychologen und Propagandaforscher Carl Iver Hovland, der es zu einem wesentlich komplexeren Stimulus-Organism-Response-Modell adaptierte und dabei der RezipientInnenseite mehr Bedeutung beimaß.

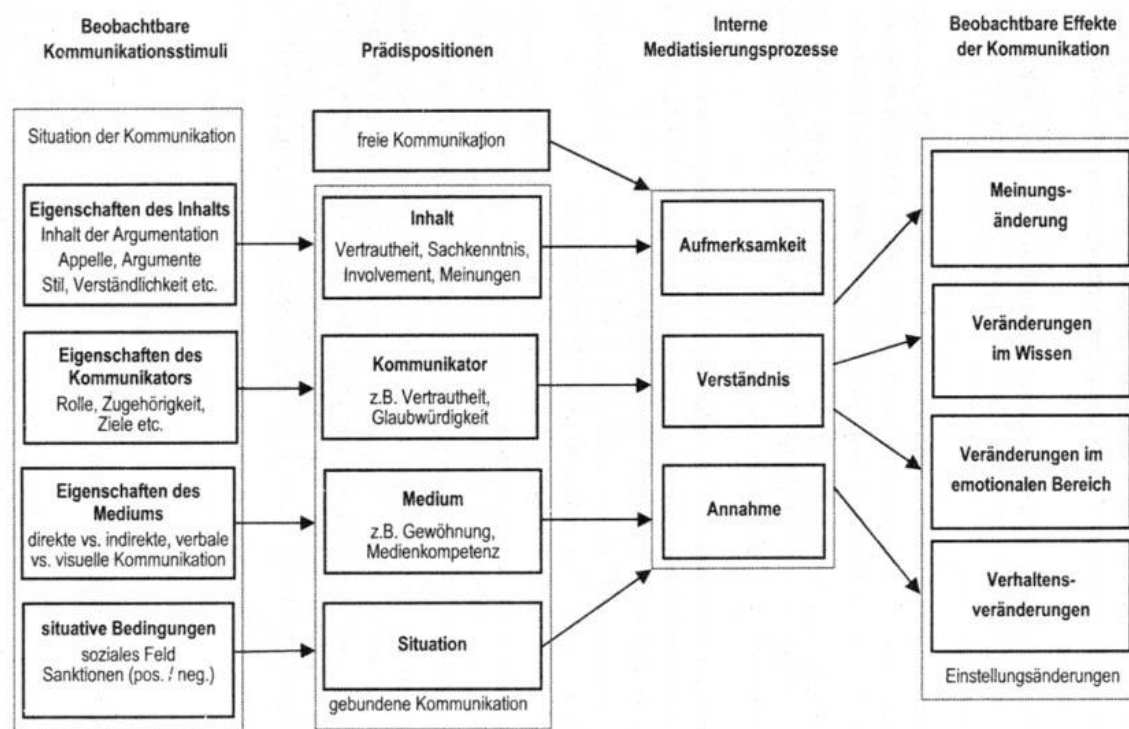


Abbildung 2: Erweitertes Stimulus-Response-Modell nach Carl Iver Hovland.³³

³¹ Vgl.: Bussemer, Thymian: „Gesucht und gefunden: das Stimulus-Response-Modell in der Wirkungsforschung.“ In: Holtz-Bacha, Christina [Hrsg.] et al.: „Publizistik. Vierteljahresshefte für Kommunikationsforschung“ 48. Jg., Heft 2, Wiesbaden, 2003. S. 176ff.

³² Jäckel, Michael: „Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung.“ Wiesbaden, 2011. S. 78

³³ Bonfadelli, Heinz: „Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven.“ Konstanz, 2004. S. 105

Auf der RezipientInnenseite ließen sich beobachtbare Kommunikationsstimuli so genauer unterteilen in Eigenschaften des Inhalts, Eigenschaften des Kommunikators, Eigenschaften des Mediums und situative Bedingungen des Kommunikationsprozesses. Der/die RezipientIn, der/die den vom/von der KommunikatorIn gesendeten Stimulus aufnimmt, wird in diesem erweiterten Modell nicht mehr nur einem leeren Gefäß gleichgesetzt, sondern verarbeitet diesen Stimulus abhängig von seiner/ihrer Prädisposition, also von seinem/ihrer Vorwissen um den/die KommunikatorIn, die Botschaft und das Medium sowie abhängig von internen Mediatierungsprozessen. Auch das Ergebnis von Persuasion ist in diesem Modell nicht mehr ausschließlich auf reine Verhaltensänderung beschränkt, vielmehr gelten Wissens-, Meinungs- oder Emotionsveränderungen ebenfalls als Symptome erfolgreich durchgeführter Persuasion.³⁴

Edward Bernays, der neben Ivy Lee heute als Vater der Public Relations bezeichnet werden kann, illustriert die anfänglich starke Überschätzung der Wirkung von Massenmedien sehr augenscheinlich, allerdings sind seine Aussagen im historischen Kontext der späten 1920er-Jahre zu sehen, also vor dem Aufschwung des Faschismus in Europa. Sie stehen eindeutig in der Forschungstradition der frühen Massenpsychologie seines Neffen Sigmund Freud und sehen RezipientInnen als machtlose, fast ausschließlich passive EmpfängerInnen, deren Manipulation sogar eine Art demokratischen Imperativ darstellt:

„Die bewusste und zielgerichtete Manipulation der Verhaltensweisen und Einstellungen der Massen ist ein wesentlicher Bestandteil demokratischer Gesellschaften. Organisationen, die im Verborgenen arbeiten, lenken die gesellschaftlichen Abläufe. Sie sind die eigentlichen Regierungen in unserem Land.“³⁵

Bernays schwächt seine eigene Aussage an späterer Stelle zwar etwas ab, indem er darauf verweist, dass Propaganda stets ein Werkzeug zur Verbreitung von wahren Aussagen mit meritorischem Wert sein müsse, trotzdem hält er an einer positiven Konnotation des Begriffs an sich fest:

„Wenn eine Gruppe von Menschen glaubt, eine Wahrheit erkannt zu haben, dann ist es nicht nur ihr Recht, sondern geradezu ihre Pflicht, diese Wahrheit zu verbreiten. [...] Propaganda wird nur dann unmoralisch, wenn ihre Urheber bewusst und gezielt Informationen verbreiten, die sie selbst als Lügen erkennen, oder wenn sie bewusst auf Wirkungen abzielen, die für die Öffentlichkeit nachteilig sind. Propaganda ist in

³⁴ Vgl.: Bonfadelli, Heinz: „Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven.“ Konstanz, 2004. S. 101ff.

³⁵ Bernays, Edward: „Propaganda: Die Kunst der Public Relations.“ Kempten, 2007. S. 19

seiner eigentlichen Bedeutung ein vollkommen positives Wort, mit ehrlichen Wurzeln und einer ehrenvollen Geschichte.“³⁶

Die Vorstellung linearer Kommunikationsprozesse, wie sie in den unterschiedlichen Stimulus-Response-Modellen vorzufinden ist, hat bis heute Auswirkungen auf die Kommunikationswissenschaften und wurde auch interdisziplinär oftmals angewendet. In seiner mathematischen Informationstheorie zur Datenkompression geht Claude Elwood Shannon etwa von einem fünfstufigen Kommunikationsprozess aus, der eindeutig von diesen Modellen inspiriert wurde: An der Quelle (1) wird die Nachricht ausgewählt und durch einen oder mehrere Sender (2) codiert. Über einen Kanal (3) gelangt die Nachricht an einen oder mehrere Empfänger (4), wo sie wiederum codiert wird und letztendlich an die Adresse einer Informationssenke gelangt.³⁷

3.1.2 Moderne Konzepte und Theorien

3.1.2.1 Der Agenda Setting-Ansatz

Ab den 1960er-Jahren wurde der Agenda Setting-Ansatz innerhalb der Kommunikationswissenschaften immer beliebter bei der Erklärung von Medienwirkungen – und damit auch für die moderne Propagandaforschung. Den Anstoß zu diesem Paradigmenwechsel gab Bernard C. Cohen, der die Grundannahme des Agenda Setting-Ansatzes pointiert zusammenfasste: *„The press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about.*“³⁸

Die Forschungstradition zum Agenda Setting-Ansatz lässt sich thematisch grob in vier Phasen unterteilen: In den frühen 1970er-Jahren stand die Überprüfung der von Cohen angestellten Grundbehauptung im Zentrum des Interesses. In weiterer Folge gewann die Untersuchung der Randbedingungen, die den Agenda Setting-Prozess beeinflussen, an Bedeutung. In der dritten Phase stand nicht mehr nur die Beeinflussung der Public Agenda im Fokus des wissenschaftlichen Erkenntnisinteresses, sie wurde vielmehr in Wechselwirkung mit Media

³⁶ Bernays, Edward: „Propaganda: Die Kunst der Public Relations.“ Kempten, 2007. S. 29

³⁷ Kloock, Daniela und Spahr, Angela: „Medientheorien. Eine Einführung.“ Paderborn, 2000. S. 169f.

³⁸ Cohen, Bernard C.: „The press and foreign policy.“ Princeton, 1963: S. 3

Agenda und Policy Agenda gesetzt. Schließlich rückte der Agenda Setting-Ansatz unter dem Schlagwort „Second Level Agenda-Setting“ näher an die Einstellungsforschung heran, indem er den Medien das Potenzial zur Schaffung von Attributen, unter deren Einfluss RezipientInnen Themen bewerten, zuschreibt („Framing“, „Priming“).³⁹

In Abgrenzung zu Modellen wie dem erweiterten Stimulus-Response-Modell nach Carl Iver Hovland zielt der Agenda Setting-Ansatz nicht auf einen direkten und kurzfristigen Medienwirkungsprozess ab, sondern auf mediennutzungsbedingte Aufmerksamkeits- und Lernprozesse: Themen („issues“), die in der Medienberichterstattung als relevant („salient“) präsentiert werden, werden demnach auch von RezipientInnen als relevant eingestuft. Medial weniger stark vertretene Themen neigen im Umkehrschluss dazu, von RezipientInnen eher als unwichtig eingestuft zu werden und nehmen im kollektiven gesellschaftlichen Bewusstsein einen niedrigen Stellenwert ein. Einen ersten Versuch, diese Grundannahmen der Agenda Setting-Hypothese empirisch zu belegen, unternahmen Maxwell E. McCombs und Donald L. Shaw während des US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes 1968 in Chapel Hill, North Carolina. Obwohl sie einen starken Zusammenhang zwischen der Betonung der berichteten Themen und dem Grad der Wichtigkeitszuschreibung durch die RezipientInnen verorten konnten, sollte auch nicht unerwähnt bleiben, dass ihre Studie besonders in Hinblick auf das empirische Instrumentarium (etwa zu geringe Sample-Größe oder die fehlende Erhebung der Mediennutzung) harter Kritik ausgesetzt war.⁴⁰

Ausgehend von Cohens Grundannahme über das Potenzial von Massenmedien, die Agenda der Öffentlichkeit zu beeinflussen, lassen sich drei unterschiedliche Forschungsansätze zur Agenda Setting-Hypothese ableiten. Wie wirksam der Agenda Setting-Effekt ist, hängt dabei letztendlich von der Aufdringlichkeit („obtrusiveness“) des Themas ab: Agenden, die von RezipientInnen auch tatsächlich und aus erster Hand erlebt werden können, werden tendenziell als weniger wichtig bewertet als solche, die sich außerhalb ihrer potenziellen Reichweite befinden.

- Das Awareness-Modell: Die Grundannahme dieses Modells besteht darin, dass RezipientInnen durch die Thematisierung in Massenmedien auf bestimmte Themen überhaupt erst aufmerksam gemacht werden und ebendiese Themen in diesem Prozess ihren Weg in den öffentlichen Diskurs finden.

³⁹ Vgl.: Rössler, Patrick: „The Agenda-Setting Function of Mass Media.“ In: Potthoff, Matthias: „Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung.“ Wiesbaden, 2016. S. 67f.

⁴⁰ Vgl.: Bulkow, Kristin und Schweiger, Wolfgang: „Agenda Setting – Zwischen gesellschaftlichem Phänomen und individuellem Prozess.“ In: Fahr, Andreas und Schweiger, Wolfgang [Hrsg.]: „Handbuch Medienwirkungsforschung.“ Wiesbaden, 2013. S. 172f.

- Das Saliency-Modell: Zusätzlich zur Thematisierungsfunktion kommt den Medien in diesem Fall auch eine Strukturierungsfunktion zu. Eine unterschiedlich starke Akzentuierung von Themen in den Medien hat demnach auch eine unterschiedlich starke Beachtung durch das Publikum zur Folge.
- Das Priority-Modell: Auch hierbei wird Medien eine Strukturierungsfunktion zugeschrieben. Im Gegensatz zum Saliency-Modell wird beim Priority-Modell jedoch die Themenhierarchie der Massenmedien vom Publikum spiegelbildlich übernommen.⁴¹

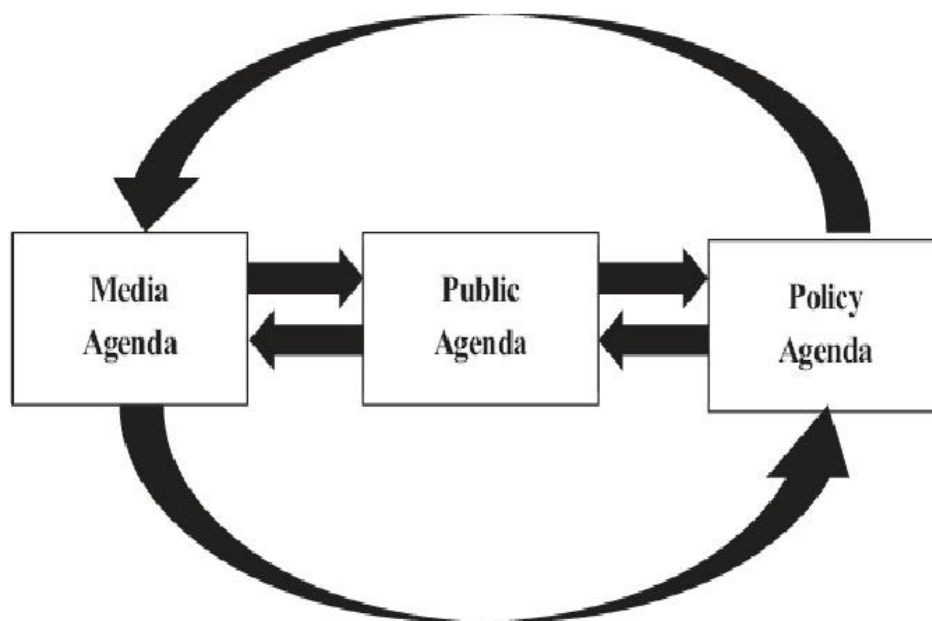


Abbildung 2: Interaktion von Media Agenda, Public Agenda und Policy Agenda nach Kristin Bulkow und Wolfgang Schweiger.⁴²

Im Rahmen des Agenda Setting-Prozesses lassen sich in der weiteren Forschungstradition von James W. Dearing und Everett Rogers außerdem drei unterschiedliche Formen von Agenden identifizieren, die jeweils in Wechselwirkung zueinander stehen: Media Agenda, Public Agenda und Policy Agenda (siehe: Abbildung 2).

Media Agenda meint den Inhalt und die Struktur der Berichterstattung, wie sie von den Massenmedien wiedergegeben wird. Bei der Identifizierung der Media Agenda – also jener Themen, die in einem bestimmten Zeitraum von Massenmedien als bedeutsam angesehen werden – kommen in der Praxis meist Inhaltsanalysen zum Einsatz, die quantitative Aspekte

⁴¹ Vgl.: Merten, Klaus: „Konzeption von Kommunikation. Theorie und Praxis des strategischen Kommunikationsmanagements.“ Wiesbaden, 2013. S. 112

⁴² Bulkow, Kristin und Schweiger, Wolfgang: „Agenda Setting – Zwischen gesellschaftlichem Phänomen und individuellem Prozess.“ In: Fahr, Andreas und Schweiger, Wolfgang [Hrsg.]: „Handbuch Medienwirkungsforschung.“ Wiesbaden, 2013: S. 176

der Berichterstattung erfassen sollen. Public Agenda fasst jene Themen zusammen, die in einem bestimmten Zeitraum von der Öffentlichkeit als wichtig angesehen werden. Zur Erhebung dieser Themen werden in der Regel quantitative Befragungen, aber auch qualitative Interviews durchgeführt. Policy Agenda bezeichnet in diesem Zusammenhang schließlich den thematischen Schwerpunkt, mit dem sich politische AkteurInnen und EntscheidungsträgerInnen befassen. Das empirische Instrumentarium zu Messung dieser Agenda ist unter den drei verschiedenen Agenden das wohl am wenigsten standardisierte. Die Analyse von Parlamentsdebatten, verabschiedeten Gesetzen oder der Wertigkeit des Budgets seien hier exemplarisch als mögliche Indikatoren genannt.⁴³

In Bezug auf die moderne Propagandaforschung setzt der Agenda Setting-Ansatz einen starken Kontrapunkt zu der mit dem Forschungsgegenstand historisch eng verknüpften Perspektive des Erweiterten Stimulus-Response-Modells. Der Hauptunterschied zwischen den beiden Modellen besteht nicht nur darin, dass Medienwirkungen im Falle des Agenda Setting-Ansatzes nicht länger vordergründig auf eine spezifische Verhaltens- oder Meinungsänderung des Publikums abzielen, sondern eine Thematisierungs- und Strukturierungsfunktion übernehmen. Ebenso wichtig erscheint die Annahme, dass Medien, die Öffentlichkeit und politische AkteurInnen sich in einem kontinuierlichen, wechselseitigen Austausch befinden, was die Setzung von Agenden betrifft.

Für die Propaganda ergibt sich unter diesem Gesichtspunkt eine neue Perspektive auf die Steuerung und Beeinflussung der öffentlichen Meinung: Alleine durch die Setzung der politischen Agenda lassen sich auch die öffentliche und die mediale Agenda beeinflussen. Wenn Medien weniger bestimmen, was RezipientInnen über ein bestimmtes Thema denken, als vielmehr Einfluss darauf nehmen, über welche Themen sie überhaupt nachdenken, unterstreicht das die Notwendigkeit von Propaganda, Einfluss auf die Setzung von Themen zu nehmen.

Propaganda kann somit eher als politische Kommunikationsstruktur als politische Kommunikationsmaßnahme verstanden werden. Außerdem kann es im Sinne des Second Level Agenda Setting-Ansatzes unter Umständen ausreichen, die Attribute, die zur Bewertung von spezifischen Themen herangezogen werden, zu beeinflussen, um letztendlich Meinungen und Einstellungen zu ebendiesen Themen zu beeinflussen. Besonders erwähnenswert scheinen hierbei die Konzepte „Framing“ und „Priming“.

⁴³ Vgl.: Jäckel, Michael: „Medienwirkungen kompakt. Einführung in ein dynamisches Forschungsfeld.“ Wiesbaden, 2012. S. 67f.

3.1.2.2 Propaganda als Form des strategischen Handelns

Jürgen Habermas hat in seiner Theorie des kommunikativen Handelns in den frühen 1980er-Jahren eine Klassifizierung verschiedener Dimensionen sozialer Handlungen vorgenommen (siehe: Abbildung 3). Strategisches Handeln unterscheidet sich demnach von kommunikativem Handeln, da es zweckgerichtet erfolgt und zur Durchsetzung eines bestimmten Ziels dient. Habermas konkretisiert strategisches Handeln nach den ausschlaggebenden Gesichtspunkten, ob dieses Ziel für das Gegenüber auch offen und nachvollziehbar verfolgt wird. Ist dies nicht der Fall, kommt es im Kommunikationsprozess zu einer Täuschung. Diese kann sowohl unbewusst (systematisch verzerrte Kommunikation) als auch bewusst (Manipulation) erfolgen.⁴⁴

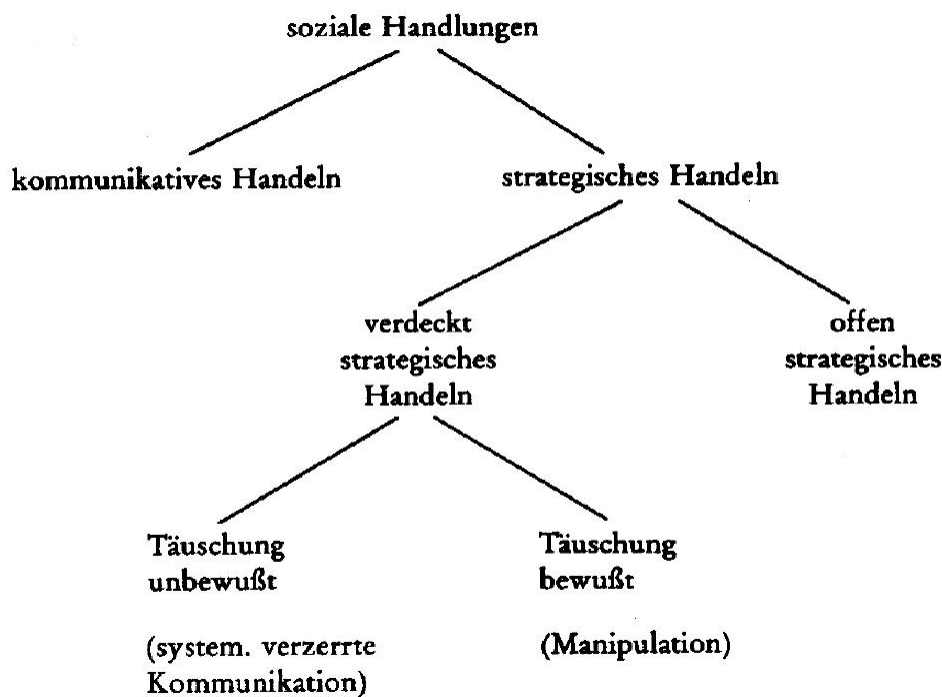


Abbildung 3: Schematische Darstellung der Kategorien sozialer Handlungen nach Jürgen Habermas.⁴⁵

In seiner Diskursanalyse weist Habermas außerdem darauf hin, dass jede kommunikative Äußerung zumindest einen der vier Geltungsansprüche Wahrheit, Wahrhaftigkeit, normative Richtigkeit und Verständlichkeit erfüllen muss – der Vollständigkeit halber sei hier auch der fünfte Geltungsanspruch in Habermas' Hauptwerk erwähnt, die Angemessenheit von Wertstandards, der die Rechtfertigung ästhetischer Standards betrifft, aber in der Literatur oft

⁴⁴ Vgl.: Habermas, Jürgen: „Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung.“ Frankfurt am Main, 1982. S. 446ff.

⁴⁵ Ebenda. S. 446

vernachlässigt wird. Verständlichkeit bezeichnet den Umstand, ob die am Kommunikationsprozess beteiligten Parteien dazu in der Lage sind, eine Botschaft auf der Ebene der Syntax und der Semantik zu entschlüsseln, sie also das gleiche oder zumindest ein ähnliches System zur Verständigung benutzen. Der Geltungsanspruch der normativen Richtigkeit gibt ein Urteil über die moralische Legitimität des Inhalts der Kommunikation ab. In Bezug auf Propaganda sind jedoch die beiden Geltungsansprüche Wahrheit und Wahrhaftigkeit besonders hervorzuheben: Während Wahrhaftigkeit die Offenlegung der tatsächlichen Absichten meint, betrifft Wahrheit die basale Frage, ob das in einem Sprechakt Geäußerte auch mit der tatsächlichen Realität übereinstimmt.⁴⁶

Folgt man Habermas' Modell sozialer Handlungen, so stellt Propaganda kein kommunikatives Handeln an sich dar, sondern es ist eher in der Kategorie des strategischen Handelns angesiedelt – allerdings trifft dies freilich auf beinahe jede Form der öffentlichen Kommunikation zu, da diese in der Regel ein konkretes Ziel verfolgen. Über den Geltungsanspruch der Wahrhaftigkeit lässt sich jedoch eine weitere Eingrenzung in offen und verdeckt strategisches Handeln vornehmen. Über den Geltungsanspruch der Wahrheit lässt sich schließlich unterscheiden, ob bewusst oder unbewusst Aussagen, deren Gehalt nicht mit der Realität übereinstimmt, verbreitet werden.

Propaganda verdeckt ihre strategischen Intentionen unter dem Deckmantel der Information. Ob dies mit oder ohne Absicht geschieht, ist von Fall zu Fall verschieden und in der Regel selbst mit wissenschaftlichen Methoden anhand von Medienerzeugnissen alleine nur sehr schwer belegbar. In Anlehnung an diese Denkrichtung schlug Heinz Bonfadelli eine spezifische, wenn auch in Abgrenzung zum heutigen Verständnis von Propaganda stehende Definition des Begriffs vor, indem er Propaganda definiert als

*„beabsichtigte und systematische soziale Beeinflussung von Denken, Handeln und Fühlen anderer Personen durch Kommunikation, und zwar interessenorientiert, d.h. zum eigenen Vorteil. Und sie geschieht mittels einseitiger, manipulativer Techniken.“*⁴⁷

Propaganda wird laut Bonfadelli also systematisch und geplant von einem/einer KommunikatorIn angewendet, um bei einem Publikum kognitive und affektive Veränderungen sowie einen Wandel im Verhalten zum eigenen Vorteil zu erzielen. Dabei werden verschiedene persuasive Techniken angewendet, die aber nicht zwangsläufig ausschließlich in der massenmedial vermittelten Kommunikation zum Einsatz kommen

⁴⁶ Vgl.: Geiger, Daniel: „Wissen und Narration. Der Kern des Wissensmanagements.“ Berlin, 2006. S. 123ff.

⁴⁷ Bonfadelli, Heinz: „Medienwirkungsforschung II. Anwendung in Politik, Wirtschaft und Kultur.“ Konstanz, 2000. S. 73

müssen. Ebenso wenig beschränkt sich Propaganda laut Bonfadelli auf die Vermittlung rein politischer Anliegen.

Generell unterscheidet die Literatur zwischen weißer, grauer und schwarzer Propaganda, wobei sich die einzelnen Kategorien nicht nur durch den Wahrheitsgehalt der eigentlichen Botschaft, sondern auch durch die Identifizierbarkeit der tatsächlichen UrheberInnen sowie der PropagandistInnen, die die Nachricht in ihrer endgültigen Form letztendlich verbreiten, unterscheiden. Weiße Propaganda bezeichnet demnach die Verbreitung von allgemein als wahr angesehener Information. Graue Propaganda hingegen verbreitet Behauptungen von zweifelhafter Qualität und versucht dabei, die eigentliche Beziehung zwischen Information und Informationsquelle zu verschleiern. Schlussendlich versucht schwarze Propaganda, die Identität der PropagandistInnen, die gezielt falsche Informationen verbreiten, zu verheimlichen.⁴⁸

Propaganda ist zudem weniger ein punktuelles Ereignis als vielmehr ein kontinuierlich fortlaufender Prozess, der ständig nach Stabilisierung verlangt. Besonders politische Propaganda ist – zumindest in Demokratien nach westlichem Verständnis – von einer kontrafaktischen Darstellung nur wenig gefeit und es bedarf daher einer laufenden Unterstützung und Kommunikation der eigenen Argumente, Standpunkte und Botschaften. *„Unterbleibt diese Stabilisierung [...], so verlieren Überzeugungen offenbar ebenso schnell ihre Kraft wie Images, die unabdingbar auf kontinuierliche Überfütterung angewiesen sind.“*⁴⁹

Thymian Bussemer hat den Begriff noch zusätzlich in vier Typen aufgespalten: Kriegspropaganda (psychological warfare) versucht, durch kommunikative Maßnahmen gegnerische Truppenverbände zu demoralisieren und gleichzeitig die Moral der eigenen Streitmacht zu stärken. Auslandspropaganda (public diplomacy) umfasst alle kommunikativen Maßnahmen, die ein Staat setzt, um seine strategischen Interessen und ökonomischen Ziele international durchzusetzen. In Abgrenzung dazu dient Soziologische Propaganda dem Zweck, der eigenen Bevölkerung bestimmte gewünschte Normen zu vermitteln. Schließlich bemüht sich Politische Propaganda in Demokratien (Politische Public Relations) darum, eine möglichst breite Zustimmung für geplante oder bereits gesetzte politische Maßnahmen zu generieren.⁵⁰

⁴⁸ Vgl.: Kunczik, Michael: „Public Relations. Konzepte und Theorien.“ Köln, Weimar, Wien, 2010. S. 35

⁴⁹ Merten, Klaus: „Struktur und Funktion von Propaganda.“ In: o.A.: „Publizistik: Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung. Band 45/2.“ o.O., 2000. S. 155

⁵⁰ Bussemer, Thymian: „Propaganda. Konzepte und Theorien.“ Wiesbaden, 2005. S. 35-37

3.1.2.3 Abschließende Begriffsklärung

Nach heutigem Verständnis von Propaganda scheint die von Thymian Bussemer vorgeschlagene Definition von Propaganda am ausgereiftesten, weil sie den Begriff auf politische und massenmedial vermittelte Kommunikation einschränkt sowie soziale Großgruppen wie politische Parteien und MachthaberInnen als KommunikatorInnen von Propaganda identifiziert. Bussemer versteht unter Propaganda die

„in der Regel medienvermittelte Formierung handlungsrelevanter Meinungen und Einstellungen politischer oder sozialer Großgruppen durch symbolische Kommunikation und [...] [die] Herstellung von Öffentlichkeit zugunsten bestimmter Interessen. [...] [Sie] zeichnet sich durch die Komplementarität vom überhöhten Selbst- und denunzierenden Feindbild aus und ordnet Wahrheit dem instrumentellen Kriterium der Effizienz unter. Ihre Botschaften und Handlungsaufforderungen versucht sie zu naturalisieren, so dass diese als selbstverständliche und nahe liegenden [sic] Schlussfolgerungen erscheinen.“⁵¹

Um zu illustrieren, wie stark die unterschiedlichen Zugänge zum Propaganda-Begriff mitunter voneinander abweichen, sei hier ergänzend ein Beispiel aus dem gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskurs in den Vereinigten Staaten von Amerika genannt: Der US-amerikanische Philosoph und Linguist Jason Stanley charakterisiert politische Propaganda vorwiegend als

„a contribution to public discourse that is presented as an embodiment of certain ideals, yet is of a kind that tends to increase the realization of those very ideals by either emotional or other nonrational means.“⁵²

In seiner Definition sieht Stanley Propaganda weniger als einen kommunikativen Prozess, sondern vielmehr als eine politische Technik moderner Mediokratien: Indem vorgegeben wird, ein bestimmtes gesellschaftliches Ideal zu schützen, wird gleichzeitig ein anderes empfindlich geschwächt.

Ein Beispiel dazu: 2001 verabschiedete der US-amerikanische Kongress den sogenannten PATRIOT Act (Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism Act). Dieses Gesetz stellte eine massive Beschneidung von BürgerInnenrechten dar: Es stellte u.a. sicher, dass Hausdurchsuchungen ohne das Wissen der betroffenen Personen sowie Telefon- und Internetüberwachungen ohne jegliche

⁵¹ Bussemer, Thymian: „Propaganda. Konzepte und Theorien.“ Wiesbaden, 2005. S. 24ff.

⁵² Stanley, Jason: „How Propaganda works.“ New Jersey, 2015. S. 45

richterliche Beschlüsse durchgeführt werden durften. Argumentiert wurde die Verabschiedung des PATRIOT Acts mit der Bekämpfung des globalen Terrorismus als Reaktion auf die Anschläge vom 11. September 2001. Unter dem Vorsatz, das gesellschaftliche Ideal „Sicherheit“ zu schützen, wurde also das gesellschaftliche Ideal „Recht auf Privatsphäre“ erfolgreich angegriffen und aufgeweicht – ein Vorgang, den Stanley als „undermining propaganda“ bezeichnet.⁵³

3.1.3 Propaganda in Kriegszeiten

Bernhard Rosenberger beurteilt nicht nur die Rolle der Medien während des Ersten Weltkrieges als gravierend, sondern schreibt ihnen auch eine Mitschuld am Kriegsausbruch an sich zu – allerdings in Wechselwirkung mit den anderen Ursachen:

„Die Massenmedien lösten mit ihrer Berichterstattung sozialpsychologische Prozesse aus, die dazu führten, daß [sic] pazifistische und auf internationale Verständigung zielende Stimmen in der Öffentlichkeit zwischen 1905 und 1914 immer weniger Beachtung fanden.“⁵⁴

Krieg bedeutet aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht immer auch ein erhöhtes Bedürfnis an aktueller Information – und das sowohl auf militärischer, ziviler, privater als auch öffentlicher Ebene. Militär und Politik haben im Kriegsfall deshalb ein besonderes Interesse daran, den Informationsfluss zu steuern und zu beeinflussen. Zwei extreme Werkzeuge dazu sind Zensur und Propaganda. Siegfried Quandt sieht sogar eine prinzipielle Verwobenheit von Krieg und Kommunikation: *„Der Krieg ist – besonders in modernen Gesellschaften – eben auch nicht zuletzt ein Kampf um die Stimmungs-, Meinungs- und Urteilsbildung, nach innen und außen.“⁵⁵*

Die Ziele, die Propaganda im Allgemeinen und Kriegspropaganda im Speziellen verfolgen, sind vielfältig. Propaganda in Kriegszeiten fasst alle kommunikativen Aktivitäten zusammen, die zur Erreichung der Kriegsziele der eigenen Konfliktpartei beitragen. Sie soll, wie Bussemer weiter oben beschreibt, den Gegner diffamieren und den Rückhalt in der eigenen Bevölkerung sichern.

⁵³ Vgl.: Stanley, Jason: „How Propaganda works.“ New Jersey, 2015. S. 47

⁵⁴ Rosenberger, Bernhard: „Zeitungen als Kriegstreiber? Die Rolle der Presse im Vorfeld des Ersten Weltkrieges.“ Köln, Weimar, Wien, Böhlau, 1998. S. 323

⁵⁵ Quandt, Siegfried: „Krieg und Kommunikation. Der Erste Weltkrieg als Beispiel.“ In: Quandt, Siegfried und Schichtel, Horst [Hrsg.]: „Der Erste Weltkrieg als Kommunikationsereignis.“ Gießen, 1993. S. 5

Die „Lehre des gerechten Krieges“, die ihren Ursprung bereits im griechischen Altertum hat und bis heute Einfluss auf das Kriegsvölkerrecht sowie das humanitäre Völkerrecht hat, identifiziert Faktoren, die dazu beitragen, dass die Kriegsführung eines Staates als legitim wahrgenommen wird. Dabei unterscheidet sie zwischen dem Recht zum Krieg (ius ad bellum) und dem Recht im Krieg (ius in bello).⁵⁶

Recht zum Krieg (ius ad bellum)	Recht im Krieg (ius in bello)
• Gerechter Grund • Richtige Absicht	• Immunität von Nicht-KombattantInnen
• Legitime Autorität • Krieg als letztes Mittel	• Verhältnismäßigkeit der eingesetzten Mittel
• Vernünftige Aussicht auf Erfolg • Verhältnismäßigkeit der Entscheidung, Krieg zu führen	

Tabelle 2: Faktoren zur Akzeptanz eines Kriegszustandes.⁵⁷

An dieser Stelle seien die einzelnen Aspekte des ius ad bellum und des ius in bello überblicksartig erklärt. Bemerkenswert dabei ist, dass bereits die Abwesenheit eines einzelnen Kriteriums reicht, um einem Krieg seine Legitimität im Allgemeinen abzusprechen.

- Gerechter Grund: Damit eine Kriegserklärung als legitim wahrgenommen wird, muss eine ausreichend überzeugende Erklärung für die Ergreifung dieser extremen Maßnahme vorhanden sein. Prinzipiell lassen sich hier Kriege aus Notwendigkeit

⁵⁶ Vgl.: Krause, Skadi: „Gerechte Kriege, ungerechte Feinde. Die Theorie des gerechten Krieges und ihre moralischen Implikationen.“ In: Malowitz, Karsten [Hrsg.] et al.: „Humanitäre Intervention. Ein Instrument außenpolitischer Konfliktbearbeitung. Grundlagen und Diskussion.“ Wiesbaden, 2008. S. 113ff.

⁵⁷ Vgl.: Kutz, Magnus-Sebastian: „Öffentlichkeitsarbeit in Kriegen. Legitimation von Kosovo-, Afghanistan- und Irakkrieg in Deutschland und den USA.“ Wiesbaden, 2014. S. 28

(etwa als Antwort auf einen direkten territorialen Angriff) und Kriege aus Möglichkeit (etwa die Unterstützung eines Bündnispartners) unterscheiden.⁵⁸

- Richtige Absicht: Dieser Punkt bezeichnet den Umstand, dass der Krieg auch tatsächlich aus den angegebenen (gerechten) Gründen geführt wird und nicht strategische Hintergedanken wie etwa die Vergrößerung des eigenen Territoriums dahinterstecken.⁵⁹
- Legitime Autorität: Die Erklärung des Krieges ist ein Privileg von Nationalstaaten und muss durch das Staatsoberhaupt erfolgen. Diese Regel erfüllt auch die Funktion, „Privatkriege“ durch Söldnerarmeen zu verhindern. Ein Krieg, der ohne eine offizielle Erklärung durch einen/einer anerkannten RepräsentantIn begonnen wird, gilt als ungerecht.⁶⁰
- Krieg als letztes Mittel: Dieses Kriterium verlangt, dass vor einer Kriegserklärung alle Mittel zur friedlichen und diplomatischen Beilegung eines Konfliktes Anwendung finden müssen, bevor als ultima ratio schließlich eine moralisch legitime Kriegserklärung erfolgen kann.⁶¹
- Vernünftige Aussicht auf Erfolg: Um die Aussicht, dass ein Krieg die (gerechten) Interessen eines Staates tatsächlich durchsetzen kann, beurteilen zu können, muss die taktische Gesamtsituation inklusive aller Faktoren, die über Erfolg und Niederlage entscheiden können, berücksichtigt werden. Außerdem muss die Frage, ob mit einem militärischen Sieg die gesteckten politischen Ziele auch tatsächlich erfüllt werden können, unbedingt positiv beantwortet werden.⁶²
- Verhältnismäßigkeit der Entscheidung, Krieg zu führen: Dieses Kriterium verlangt, dass die zu erwartenden Folgen der Unterlassung einer Kriegserklärung schwerer wiegen würden als die zu erwartenden Verluste aller Beteiligten im Falle eines Krieges.⁶³
- Immunität von Nicht-KombattantInnen: Zum Schutz der Zivilbevölkerung und der Schonung ihrer Infrastruktur dürfen in einem Krieg nur jene Ziele angegriffen werden, die in Beziehung zu einer direkten kriegerischen Aktivität des Gegners stehen.

⁵⁸ Vgl.: Knesebeck, Philipp: „Soldaten, Guerilleros, Terroristen: Die Lehre des gerechten Krieges im Zeitalter asymmetrischer Konflikte.“ Wiesbaden, 2014. S. 121f.

⁵⁹ Vgl.: Ebenda. S. 122f.

⁶⁰ Vgl.: Ebenda. S. 127

⁶¹ Vgl.: Ebenda. S. 126f.

⁶² Vgl.: Ebenda. S. 129f.

⁶³ Vgl.: Ebenda. S. 125

Begründet wird dies dadurch, dass Soldaten durch ihre Einwilligung, in den Krieg zu ziehen, ihr Recht auf Unversehrtheit freiwillig aufgeben.⁶⁴

- Verhältnismäßigkeit der eingesetzten Mittel: Prinzipiell ist gerade nur so viel Gewalt anzuwenden, wie nötig ist, um den Gegner zu überwinden. Damit sollen unnötige Massaker vermieden werden. Außerdem ist zum Erreichen der Kriegsziele eine Strategie zu wählen, die sowohl möglichst wenige zivile als auch nicht-zivile Opfer fordern wird.⁶⁵

In Bezug auf Kriegspropaganda liest sich diese Aufstellung beinahe wie eine „Wunschliste“ der zu vermittelnden Botschaften. Schließlich ist es eines der erklärten Ziele von Kriegspropaganda, die Moral der eigenen Truppenverbände zu stärken und gleichzeitig den Gegner zu demoralisieren. Die Überzeugung der eigenen Bevölkerung von der Gerechtigkeit der eigenen Sache und der Legitimität sowie der bedingungslosen Notwendigkeit, Krieg zu führen, stellt ein probates Mittel dar, um sich Unterstützung im In- und auch Ausland in Form von potenziellen Verbündeten zu sichern.

Gleichzeitig muss Kriegspropaganda versuchen, sowohl die eigenen als auch die UnterstützerInnen der gegnerischen Konfliktpartei davon zu überzeugen, dass diese möglichst wenige der in der „Lehre des gerechten Krieges“ vorgeschlagenen Kriterien erfüllt und somit moralisch im Unrecht ist.

Der Begriff „Gerechtigkeit“ wird in der persuasiven Kommunikation in Kriegszeiten also nicht nur zum Spielball, der zwischen den einzelnen Parteien hin- und hergeworfen wird, er wird in gewisser Weise auch zum erstrebenswerten Preis in einer groß angelegten Auseinandersetzung um den Geltungsanspruch der Wahrheit und der Deutungshoheit über die eigenen Motive.

3.1.4 Unterscheidbarkeit von Werbung, PR und Propaganda

Die Unterscheidbarkeit der Begriffe Propaganda, Werbung und Public Relations bzw. Öffentlichkeitsarbeit ist selbst heute in den Kommunikationswissenschaften ein Thema mit großem Diskussionsbedarf. Dass bis heute keine trennscharfe Abgrenzung erfolgt ist, verwundert jedoch nur auf den ersten Blick, schließlich beschäftigen sich diese drei Konzepte

⁶⁴ Vgl.: Knesebeck, Philipp: „Soldaten, Guerilleros, Terroristen: Die Lehre des gerechten Krieges im Zeitalter asymmetrischer Konflikte.“ Wiesbaden, 2014. S. 214

⁶⁵ Vgl.: Ebenda. S. 217f.

allesamt mit Phänomenen der persuasiven Kommunikation – was sie wiederum klar von Journalismus unterscheidet – und finden in der Regel medienvermittelt und öffentlich statt. Trotzdem sind heute besonders die Werbeindustrie und das hochgradig professionalisierte Berufsbild der Public Relations darum bemüht, sich von der Propaganda möglichst eindeutig abzugrenzen. Ein Grund dafür liegt mit Sicherheit in der starken historischen Vorbelastung des Begriffs in Europa und dem hohen Stellenwert von Propaganda im Dritten Reich. In den USA etwa wird dieses Abgrenzungsverlangen nicht als so dringlich empfunden.⁶⁶

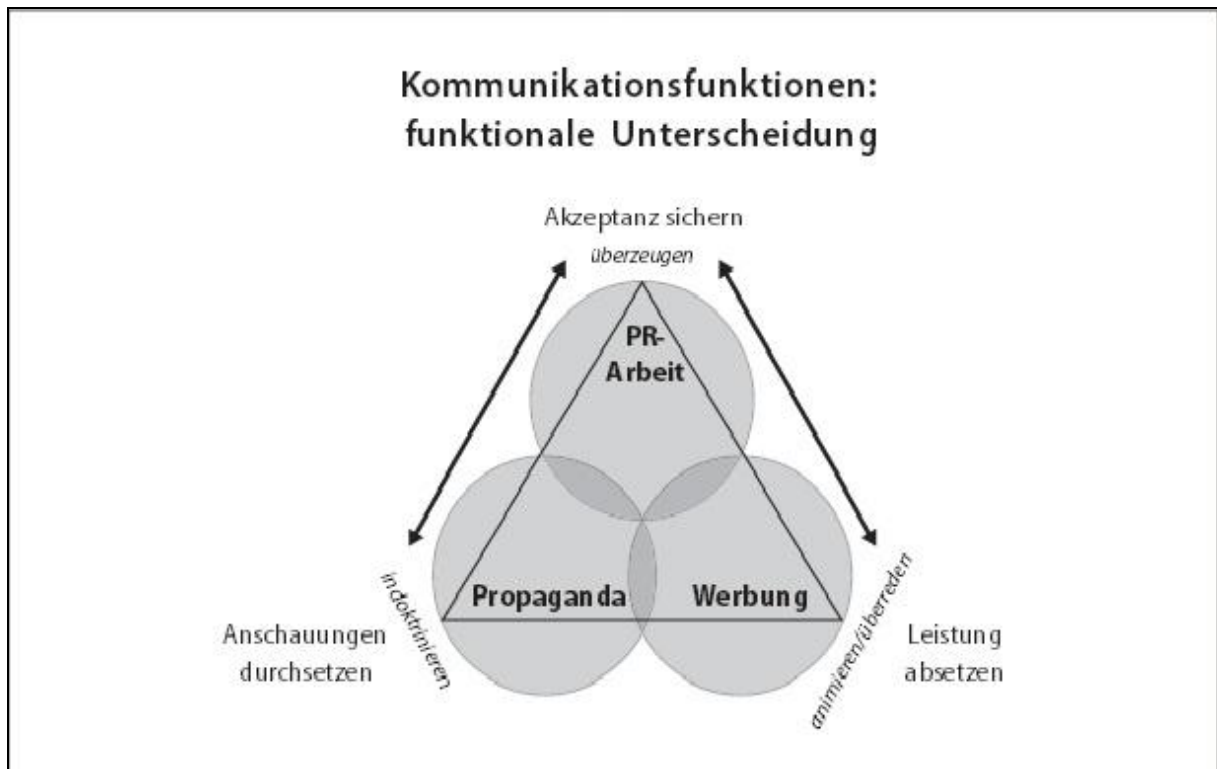


Abbildung 4: Funktionale Abgrenzung von PR-Arbeit, Propaganda und Werbung, vorgeschlagen von Peter Szyszka und konkretisiert durch Romy Fröhlich.⁶⁷

Peter Szyszka versucht, eine Abgrenzung der beiden Begriffe Public Relations und Propaganda über den Umweg der Meinungsvielfalt vorzunehmen: Für ihn zielt PR-Arbeit darauf ab, „*organisationale Geltungsansprüche unter den Bedingungen von Meinungswettbewerb durchzusetzen*“. Propaganda hingegen operiert in „*Meinungsmonopol-Situationen oder will selbiges herbeiführen*“.⁶⁸ Dieser Vorschlag beruht auf der innerhalb des Faches weit verbreiteten Annahme, dass sich Public Relations historisch gesehen in drei

⁶⁶ Vgl.: Fröhlich, Romy: „Zur Problematik der PR-Definition(en).“ In: Bentele, Günter [Hrsg.], Fröhlich, Romy und Szyszka, Peter: „Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon.“ Wiesbaden, 2015: S. 115

⁶⁷ Ebenda, S. 116

⁶⁸ Szyszka, Peter: „Vom Wiener Kongress bis zur Weimarer Republik. Die Frühgeschichte Deutscher PR-Arbeit aus theoriegestützter Perspektive.“ In: Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung (AHK)“: „medien & zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart.“ Wien, 26. Jahrgang, Heft 1, 2011: S. 22

wesentlichen Etappen weiterentwickelt hätten: Zunächst wurde PR als Form der Publicity verstanden, also als Möglichkeit, die Öffentlichkeit gezielt zu manipulieren („The public be fooled“). Abgelöst wurde dieses Paradigma von einer Funktion der Information der Öffentlichkeit („The public be informed“). Abgeschlossen wird der Wandel von Propaganda zur modernen PR durch einen gegenseitigen Dialog, in den PR und die Öffentlichkeit treten („The public be understood“).⁶⁹ In diesem Licht erscheint Peter Szyszkas vorgeschlagener Abgrenzungsversuch zumindest diskussionswürdig, immerhin hatte Michael Kunczik schon einige Jahre zuvor festgestellt, dass *„die bei PR-Praktikern beliebte Meinung, PR sei im Gegensatz zu einseitiger Propaganda ein zweiseitiger, dialogischer Prozess, eine große Illusion“* sei.⁷⁰

Peter Szyszka und Romy Fröhlich schlagen an anderer Stelle eine differenziertere Abgrenzung der Begriffe Public Relations, Propaganda und Werbung durch ihre jeweiligen Funktionen, also durch die spezifischen Ziele der KommunikatorInnen, vor: Demnach soll Propaganda durch Indoktrination – also in Abwesenheit kritischer Argumente – vorrangig eine bestimmte Ideologie verbreiten, während PR-Arbeit eher einen durch Argumente unterstützen Weg einschlägt, um gesellschaftliche Akzeptanz für ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Idee zu schaffen. Werbung hingegen versucht, durch Überredung oder Aktivierung eine Leistung direkt abzusetzen, d.h. etwa den Absatz eines Produktes zu fördern, die Nachfrage einer Dienstleistung zu erhöhen oder die Unterstützung durch WählerInnenstimmen zu steigern. In Abgrenzung zu Propaganda und PR hat Werbung also eine verstärkt quantitative Dimension (siehe: Abbildung 4).

Eine Unterscheidung dieser drei Begriffe lässt sich in Anlehnung an dieses Abgrenzungsmodell durch das Elaboration-Likelihood-Modell von Richard Petty und John T. Cacioppo konkretisieren. Dieses unterscheidet grundsätzlich zwei Pfade persuasiver Kommunikation: den peripheren und den zentralen Pfad persuasiver Argumentation. Zentral zu argumentieren bedeutet, sachlich betont zu argumentieren, Wert auf die Überprüfbarkeit seiner Argumente zu legen und auch den gegnerischen Standpunkt anzuerkennen, um eine möglichst langfristige Überzeugung vom eigenen Anliegen zu erreichen. Der periphere Pfad

⁶⁹ Vgl.: Merten, Klaus: „Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft.“ Münster, 1999. S. 283-285

⁷⁰ Kunczik, Michael: „Public Relations: Angewandte Kommunikationswissenschaft oder Ideologie? Ein Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit.“ In: Armbrrecht, Wolfgang und Zabel, Ulf J. [Hrsg.]: „Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung.“ Opladen, 1994. S. 225ff.

der Überzeugung argumentiert hingegen stark gefühlsbetont und versucht eher durch Quantität als Qualität der Argumente, einen kurzfristigen Effekt zu erzielen.⁷¹

Welcher der beiden Pfade persuasiver Argumentation im Einzelfall erfolgsversprechender ist, hängt von der jeweiligen Situation und vor allem vom Grad der Involviertheit des Publikums ab: Ist das Publikum in der Lage, komplexe Informationen zu verarbeiten, und weist es zusätzlich noch ein hohes Interesse am Gegenstand der Kommunikation auf, so liegt eine „High-Involvement-Situation“ vor und es empfiehlt sich, den zentralen Pfad der Argumentation zu wählen. Der periphere Pfad der Überzeugung sollte hingegen dann eingeschlagen werden, wenn das Publikum dem Gegenstand der Argumentation nur wenig Bedeutung beimisst und die Annahme vertritt, dass eine Entscheidung nur geringe Auswirkungen auf den weiteren Verlauf seines Lebens haben wird bzw. gar nicht in der Lage ist, tiefgreifende Argumente zu erfassen und gegeneinander abzuwägen. In diesem Fall spricht man von einer „Low-Involvement-Situation“.⁷²

Zurück zum Modell der funktionalen Abgrenzung von PR-Arbeit, Propaganda und Werbung. In diesem Kontext lässt sich festhalten, dass Werbung eher einen peripheren Pfad der Argumentation wählt, während die Public Relations vorrangig zentral argumentieren. Propaganda allgemein und Kriegspropaganda im Speziellen argumentieren auf einer verstärkt affirmativen Ebene und liefern einseitige Argumente, wählen also wie die Werbung den peripheren Pfad der Argumentation. Dazu kommt, dass die Kompetenz der RezipientInnen, multiple und vielschichtige Argumente zu einem komplexen Thema zu verarbeiten, gerade zur Zeit des Ersten Weltkrieges im Vergleich zu heute in der Regel nicht besonders stark ausgeprägt war. Andererseits will Propaganda durchaus langfristige Einstellungsänderungen erzielen, die mit der Akzeptanz einer bestimmten Ideologie sogar bis auf die Identitätsebene reichen. Diese Diskrepanz äußert sich im Modell von Peter Szyszka und Romy Fröhlich durch die Überschneidungspunkte, die sich diese drei Begriffe teilen.

Auch Klaus Arnold sieht das wesentliche Unterscheidungsmerkmal zwischen Propaganda, Public Relations und Werbung darin, dass Propaganda versucht, unter dem Einsatz von Macht in Form von positiven und negativen Sanktionen Ideologien zu verbreiten. Public Relations verfolgen hingegen keinen derart allgemein gültigen Deutungsanspruch, sondern konzentrieren sich auf Partikularinteressen. Sie versuchen eher, durch kommunikative Maßnahmen ein möglichst positives Image von Personen, Firmen oder Organisationen in der

⁷¹ Vgl.: Schönbach, Klaus: „Verkaufen, Flirten, Führen. Persuasive Kommunikation – ein Überblick.“ Wiesbaden, 2013. S. 65f.

⁷² Vgl.: Perloff, Richard M.: „The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century.“ New York, 2010. S. 214ff.

Öffentlichkeit zu erzeugen. Am wenigsten komplex sind in diesem Zusammenhang die singulären Interessen von Werbung, die lediglich dem Absatz eines Produktes oder der Verbreitung einer Idee dienen.⁷³

FUNKTION	ÜBERREDUNG	MANIPULATION	ÜBERZEUGUNG
Anwendung	<i>Werbung</i>	<i>Propaganda</i> (Publicity)	Public Relations
Ziel	Ausführung eines singulären Aktes	Akzeptanz einer vorgegebenen Entscheidung	Erzeugung von Vertrauen
Situation	Hier und jetzt	Immer und ewig	Auf lange Zeit
Mentaler Zugriff (Wirkung)	Positiv besetzte Aspekte und Assoziationen betonend	Ängstigend/verheißend, mit Ausschließcharakter	Vertrauensbildend, Glaubwürdigkeit steigernd
Modus	Emotiv	Emotiv/kognitiv	Emotiv/kognitiv
Reflexive Modi	Bewertungen (sachl.), Erfolg (temp.), Orientierung an anderen (soz.)	Reflexive Bewertungen (richtige Werte)	Bewertungen (sachl.), Erfolg (temp.), Orientierung an anderen (soz.)

Tabelle 3: Das Differenzierungsmodell von Klaus Merten.⁷⁴

In eine ähnliche Kerbe schlägt der Unterscheidungsvorschlag von Klaus Merten (siehe: Tabelle 3). Neben der kommunikativen Absicht findet sich hier jedoch ein weiteres Abgrenzungsmerkmal, nämlich das der moralischen Legitimität. Propaganda handelt demnach mit Ausschließcharakter und unterbindet abweichende Meinungen und Standpunkte durch die Androhung zukünftiger Sanktionen, die mögliche Gegenargumente unterdrücken sowie potenzielle KritikerInnen verängstigen und in letzter Konsequenz verstummen lassen sollen, bevor sie überhaupt öffentlich auftreten können. Gleichzeitig wird die Annahme der eigenen Botschaft als erstrebenswert dargestellt oder eine abstrakte Belohnung in Aussicht gestellt (in totalitären Systemen könnte das etwa die Aussicht auf ein starkes „Wir-Gefühl“ sein). Anders als bei den Public Relations oder der Werbung soll so RezipientInnen die Möglichkeit genommen werden, eigene Entscheidungen und

⁷³ Arnold, Klaus: „Was ist Propaganda?“ In: Deutscher Fachjournalisten-Verband [Hrsg.]: „Fachjournalist.“ Berlin, Heft 11, 2004. S. 14f.

⁷⁴ Merten, Klaus: „Einführung in die Kommunikationswissenschaft.“ Berlin, 2007. S. 261

Einschätzungen bezüglich der kommunizierten Inhalte zu fällen. Gewünscht wird lediglich die Akzeptanz einer bereits für sie getroffenen Entscheidung. Diese Entscheidungen betreffen ideologische Fragen und sollen – wiederum in Abgrenzung zu Public Relations und Werbung – auf immer und ewig Gültigkeit haben. Das Problem einer Abgrenzung auf moralischer Ebene besteht natürlich darin, dass sowohl Public Relations als auch Werbung keineswegs immer altruistische Ziele verfolgen.

Besonders im englischen Sprachraum hat sich in den letzten Jahren ein weiteres archetypisches Konzept etabliert, das sowohl den historischen Wandel von Propaganda zu Public Relations beschreibt als auch ein grobes qualitatives Bewertungstool von PR-Arbeit nach ethischen Gesichtspunkten darstellt. Dabei wird von vier unterschiedlichen Grundsituationen ausgegangen, die sich zwischen den Polen „Propaganda“ und „exzellente PR-Arbeit“ bewegen:

- Falsche Information wird an ein passives Publikum gesendet, um die Interessen der KommunikatorInnen zu verfolgen
- Wahre Information wird an ein passives Publikum gesendet, um die Interessen der KommunikatorInnen zu verfolgen
- Ein Austausch zwischen KommunikatorInnen und Publikum findet statt, wobei die Interessen der KommunikatorInnen im Vordergrund stehen
- Die KommunikatorInnen und das Publikum treten in einen gleichberechtigten Dialog, wobei die Interessen aller involvierten Parteien im Vordergrund stehen⁷⁵

Basierend auf diesem – zugegeben etwas groben – Modell, fällt für den britischen PR-Wissenschaftler Kevin Moloney die Beurteilung des gegenwärtigen Standes der Public Relations wenig schmeichelhaft aus:

*„Most UK PR has been, and still is, principally manipulative communications, merging into weak propaganda at it's most manipulative – more ‚ordering‘ and ‚telling‘ than ‚listening‘ and ‚talking‘.“*⁷⁶

Letztendlich lässt sich über die Sinnhaftigkeit oder auch die Notwendigkeit, die Begriffe Propaganda, Public Relations und Werbung voneinander abzutrennen, sicherlich diskutieren. Nicht umsonst verweist Klaus Merten selbst darauf, dass in der Mediengesellschaft *„die Unterscheidung zwischen Fakt und Fiktion weniger denn je trennscharf möglich ist“*.⁷⁷

⁷⁵ Vgl.: Moloney, Kevin: „Rethinking Public Relations. The spin and the substance.“ London und New York, 2000. S. 86

⁷⁶ Ebenda. S. 87

⁷⁷ Merten, Klaus: „Kommunikation und Persuasion.“ In: Bentele, Günter [Hrsg.], Fröhlich, Romy und Szyszka, Peter: „Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon.“ Wiesbaden, 2015. S. 393

Michael Kunczik bezeichnet das Bestreben einer Abgrenzung dieser drei Begriffe sogar als „*semantische Spielereien*“.⁷⁸

3.1.5 Propaganda in der österreichisch-ungarischen Monarchie von 1914 bis 1918

Die Zensur der Presse kann archetypisch auf zwei verschiedene Arten erfolgen: durch die Beanstandung ungewollter Inhalte vor der eigentlichen Veröffentlichung oder durch Beschlagnahmung nach dem Erscheinen. Das Zensurwesen der Presse in der österreichisch-ungarischen Monarchie war insofern einzigartig, da es eine Art Mischform dieser beiden Modelle darstellte. Nach Fertigstellung eines Druckwerkes und kurz vor der Veröffentlichung musste der Staatsanwaltschaft, deren Aufgabe es war, unliebsame Inhalte zu beanstanden, ein Bürstenabschnitt zur Verfügung gestellt werden. Der/die HerausgeberIn des Druckwerkes stand im Falle der Beanstandung eines oder mehrerer Artikel nun vor der Wahl, die Druckfahnen der betroffenen Bereiche komplett neu zu gestalten – was einen teuren und zeitaufwendigen Prozess darstellte, der besonders im Bereich der tagesaktuellen Publizistik kaum zu bewerkstelligen war – oder einfach die betroffenen Elemente aus dem Druckwerk zu entfernen, was durch einen weißen Fleck an dieser Stelle danach allerdings für den/die LeserIn deutlich sichtbar war.⁷⁹

Dieses Vorgehen brachte zwei indirekte Effekte mit sich: Einerseits kam es dadurch zu einer Form der Selbstzensur, da JournalistInnen und HerausgeberInnen aus Angst vor der Staatsanwaltschaft ihre Berichte schon im Vorfeld an die oft nur schwer nachvollziehbaren und willkürlich erscheinenden Auswahlkriterien der Zensurbeamten anpassten. Andererseits machten die weißen Flecken in den verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften ihre LeserInnen unmissverständlich auf die Arbeit der Zensoren aufmerksam, regten ihre Fantasie an und sorgten nicht selten für wilde Spekulationen und Gerüchte, die die politische Brisanz der ursprünglichen Nachricht deutlich übertrafen. In einem offenen Brief fassten Viktor Adler, Friedrich Austerlitz und Max Winter die Situation um das Jahr 1914 treffend zusammen:

⁷⁸ Kunczik, Michael: „Public Relations. Konzepte und Theorien.“ Köln, Weimar, Wien, 2010. S. 39

⁷⁹ Vgl.: Halliday, John D.: „Censorship in Berlin and Vienna during the First World War. A comparative view.“ In: Modern Humanities Research Association: „The Modern Language Review Vol. 83.“ London, 1988. S. 617f.

„Die innere Unruhe in der Bevölkerung, die fühlbare Erschütterung des ursprünglichen Vertrauens hat ganz bestimmt in allererster Linie das sinnlose Herumwüten in den Spalten der Zeitungen auf dem Gewissen. Der Leser muss ja nachgerade zu dem Schlusse kommen, daß [sic] dort, wo der weisse [sic] Fleck ist, die gefährliche Wahrheit stand.“⁸⁰

3.1.5.1 Organisation des Kriegspressequartiers ab 1917

Das Kriegspressequartier unterstand direkt dem Armeeoberkommando und war die zentrale Propagandaeinrichtung der österreichisch-ungarischen Monarchie während des Ersten Weltkrieges. Bereits 1909 existierte für den Kriegsfall der Entwurf einer „Mobilisierungsinstruktion für das Kriegsattachéquartier und das Kriegspressequartier“. Zu Kriegsbeginn 1914 übernahm Maximilian von Hoen die Leitung des Kriegspressequartiers, wurde jedoch aufgrund der Unzufriedenheit des Armeeoberkommandos mit seiner Arbeit am 15. März 1917 auf Anordnung Kaiser Karls von Wilhelm Eisner-Bubna abgelöst, der sich sogleich daran machte, die Organisation dieser Einrichtung völlig neu auszurichten. Dies belegt alleine die veränderte Anzahl der Bediensteten des Kriegspressequartiers sehr eindrucksvoll: Als Eisner-Bubna 1917 die Leitung der Institution übernahm, hatte sie 292 Beschäftigte. Bis Kriegsende stieg der Personalaufwand auf 880 an.⁸¹

Der Aufbau des Kriegspressequartiers unter Wilhelm Eisner-Bubna erfolgte in elf Untergruppen, die in einer hierarchischen Beziehung zum Armeeoberkommando standen und untereinander arbeitsteilig agierten. Im Folgenden seien diese elf Untergruppen und ihre vordergründigen Aufgaben gemäß der Dienstordnung des Kriegspressequartiers von 1917 exemplarisch aufgeschlüsselt.⁸²

- **Kommandant:** Der Kommandant des Kriegspressequartiers sollte ein höherer Stabsoffizier des Generalstabs sein, dem sowohl die Leitung als auch die

⁸⁰ Adler, Viktor, Austerlitz, Friedrich und Winter, Max in einem offenen Brief, erhalten im Archiv der Bundespolizeidirektion Wien. Kriegsakte 1914/2610/13. Zitiert nach: Halliday, John D.: „Censorship in Berlin and Vienna during the First World War. A comparative view.“ In: Modern Humanities Research Association: „The Modern Language Review Vol. 83.“ London, 1988. S. 617

⁸¹ Vgl.: Holzer, Anton: „Die andere Front. Fotografie und Propaganda im Ersten Weltkrieg.“ Darmstadt, 2007. S. 32ff.

⁸² Vgl.: k.k. Hof- und Staatsdruckerei: „Dienstordnung für das Kriegspressequartier.“ Wien, 1917. Im Eigentum des Österreichischen Staatsarchivs, abrufbar über wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/dienstordnung/#/?a=artefactgroup257. Stand: 8.12.2015. S. 3ff.

Repräsentation des Kriegspressequartiers nach außen hin zukam. Dazu standen ihm ein Stellvertreter und ein Adjutant zur Seite, der über publizistische Fähigkeiten verfügen sollte.⁸³

- **Inlandstelle:** Die vorrangige Aufgabe der Inlandstelle bestand in der Sichtung und Erfassung der Presseerzeugnisse der österreichisch-ungarischen Monarchie. Dieser Vorgang war einem modernen Presseclipping nicht unähnlich: Referenten der einzelnen Sprachgruppen (Wiener, ungarische, polnische und ukrainische Presse sowie Presse der Alpen- beziehungsweise Sudetenländer) isolierten für die höheren Kommandostellen wichtige Inhalte, paraphrasierten und übersetzten sie falls nötig und reichten sie an die redaktionelle Abteilung weiter.⁸⁴

Ebenfalls Teil der Inlandstelle war die Zensurgruppe, die die Zensur von Artikeln und Telegrammen von den einzelnen Kriegsberichterstatern sowie „allgemeine Zensurangelegenheiten“ übernahm. Weiters regelte die Inlandstelle das Feldzeitungs- und Feldbüchereiwesen sowie das Fronttheater.⁸⁵

- **Auslandstelle:** Analog zur Inlandstelle beobachtete die Auslandstelle die wesentlichen Presseerzeugnisse der gegnerischen Kriegsparteien. Von besonderem Interesse war dabei „alles, was die allerhöchsten Herrschaften und das Herrscherhaus betrifft, alle Gefechts- und Schlachtberichte, Vermutungen über militärische Pläne, die Beurteilung vorgefallener Aktionen, Berichte über die Stimmung, Verluste, das Kriegsgefangenen- und Spionagewesen, die politische und wirtschaftliche Lage und die Beurteilung der eigenen Situation durch den Feind und die Neutralen“.⁸⁶
- **Propagandagruppe:** Die Aufgaben der Propagandagruppe wurden eher kryptisch und allgemein formuliert: Ihre vorrangigen Verpflichtungen bestanden „in der aktiven Propaganda im In- und Ausland für das Heer und die Flotte“, „in der Förderung aller Aktionen, die geeignet erscheinen, Ruhm und Ansehen der Monarchie zu mehren“ und „in der Abwehr der gegen die Monarchie und ihre Wehrmacht gerichteten feindlichen Propaganda“. Zur Planung und Durchführung von Propagandaaktionen in der heimischen Presse standen eigene literarische Referenten zur Verfügung, die eng mit der Redaktion zusammenarbeiteten.⁸⁷

⁸³ Vgl.: k.k. Hof- und Staatsdruckerei: „Dienstordnung für das Kriegspressequartier.“ Wien, 1917. Im Eigentum des Österreichischen Staatsarchivs, abrufbar über wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/dienstordnung/#/?a=artefactgroup257. Stand: 8.12.2015. S. 7f.

⁸⁴ Vgl.: Ebenda. S. 9-11

⁸⁵ Vgl.: Ebenda. S. 11

⁸⁶ Vgl.: Ebenda. S. 11f.

⁸⁷ Vgl.: Ebenda. S. 12

- **Redaktion:** Die Redaktion war das operative Herzstück der österreichisch-ungarischen Propagandamaschinerie: Hier wurde das gesamte militärische Nachrichtenmaterial zur Einflussnahme auf die in- und ausländische Presse gesammelt und verarbeitet. Neben offiziellen Meldungen sollten hier auch inoffizielle Meldungen, deren Urheber nicht zweifelsfrei erkennbar sein sollten, in Form von Kommentaren „besonderer Vertrauensmänner“ im In- und Ausland verbreitet werden. Durch die Herausgabe der österreichisch-ungarischen Kriegskorrespondenz und militärische Wochenberichte für Berichterstatter und Zeitungen sollte Medien die Möglichkeit gegeben werden, vermeintlich authentische Gefechtsberichte wiederzugeben, die „von unserer Wehrmacht handeln und zu deren Popularisierung dienen“. Das Kriegspressequartier beanspruchte ein Monopol auf die massenmediale Wiedergabe von Gefechtsereignissen und nutzte dieses gezielt, um die öffentliche Meinung zu manipulieren.⁸⁸
 - **Kunstgruppe:** In der Kunstgruppe sollte ausgewählten Künstschaftenden die Möglichkeit geboten werden, den Krieg direkt an der Front mitzuerleben, das Erlebte künstlerisch festzuhalten und so „ihre Kunst in den Dienst des Vaterlandes zu stellen“. Zu ihnen zählten insbesondere Kriegsmaler, aber auch Kriegsbildhauer fanden sich an der Front. Offiziell gehörten die Mitglieder der Kunstgruppe der Armee an und unterschieden sich auch in ihrer Adjustierung nur minimal von Soldaten für den Kampfeinsatz. Sogar der kreative Output war streng reglementiert: Für je eine Woche Feldarbeit erwartete sich die Leitung der Kunstgruppe eine zur Ausstellung geeignete Skizze, für je einen Monat Heimarbeit ein Gemälde oder Kunstwerk. Gesammelt wurden die auf diese Weise entstandenen Kunstwerke in einer zentralen Bildersammelstelle, von wo aus sie für den Verkauf und zur Organisation von Ausstellungen weitergeleitet wurden. Die Zensur der Kunstwerke oblag dem Leiter der Kunstgruppe.⁸⁹
- Das Kriegspressequartier erkannte den hohen Wert künstlerischer Arbeiten für Propagandazwecke, weshalb es in seiner Dienstordnung dezidiert eine enge Zusammenarbeit der Kunst- mit der Propagandagruppe anordnete und festhielt:

„Die Kunstgruppe muss dessen stets eingedenk bleiben, welch hoher propagandistischer Wert den geschaffenen Werken der Kriegsmaler zukommt

⁸⁸ Vgl.: k.k. Hof- und Staatsdruckerei: „Dienstordnung für das Kriegspressequartier.“ Wien, 1917. Im Eigentum des Österreichischen Staatsarchivs, abrufbar über wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/dienstordnung/#/?a=artefactgroup257. Stand: 8.12.2015. S. 13f.

⁸⁹ Vgl.: Ebenda. S. 14-17

und noch zukommen wird und wie gerade sie geeignet sind, im verbündeten und neutralen Lande einen Beweis unserer angezweifelte Kultur zu erbringen.“⁹⁰

- **Lichtbildstelle:** Im Gegensatz zur Malerei wurde der Wert der fotografischen Bildberichterstattung zu Propagandazwecken vom Armeeoberkommando verhältnismäßig spät erkannt.⁹¹ Mit der Schaffung der Lichtbildstelle sollte dieses Versäumnis nachgeholt werden. Dabei wurde bereits an die Zeit nach dem Krieg gedacht, denn ihre Aufgabe war es nicht nur, Bildmaterial für die in- und ausländische Presse zu sammeln, sondern auch Material für die kriegsgeschichtliche Forschung vorzubereiten. Die operativen Aufgaben der Lichtbildstelle bestanden vorwiegend in der Versorgung der Redaktion und der Propagandagruppe mit für ihre Zwecke geeignetem Bildmaterial. Verarbeitet wurden die an der Front entstandenen Negative zentral in zwei durch das Militärgeografische Institut geleiteten Ateliers, in denen am Bildmaterial auch Manipulationen vorgenommen wurden.⁹²
- **Filmstelle:** Die Filmstelle war die einzige Institution, der es erlaubt war, kinematografisches Bildmaterial von den Kriegsbemühungen der österreichisch-ungarischen Monarchie anzufertigen. Das so entstandene Filmmaterial sollte zu Propagandafilmen verarbeitet werden, die „nicht nur propagandistisch und belehrend wirken, sondern auch für spätere Zeiten und die Kriegsgeschichte historisch wertvolle Dokumente bilden“ sollten. Zur Inszenierung von Propagandafilmen wurden eigene Filmdramaturgen beschäftigt, die „Wahrheit und Dichtung wirksam miteinander verweben“ sollten. Weitere, nicht unwesentliche Aufgaben der Filmstelle waren die direkte Programmierung der Feldkinos und die indirekte Programmierung der Kinos im Inland.⁹³

⁹⁰ k.k. Hof- und Staatsdruckerei: „Dienstordnung für das Kriegspressequartier.“ Wien, 1917. Im Eigentum des Österreichischen Staatsarchivs, abrufbar über wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/dienstordnung/#/?a=artefactgroup257. Stand: 8.12.2015. S. 17

⁹¹ Vgl.: Holzer, Anton: „Die andere Front. Fotografie und Propaganda im Ersten Weltkrieg.“ Darmstadt, 2007. S. 32

⁹² Vgl.: k.k. Hof- und Staatsdruckerei: „Dienstordnung für das Kriegspressequartier.“ Wien, 1917. Im Eigentum des Österreichischen Staatsarchivs, abrufbar über wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/dienstordnung/#/?a=artefactgroup257. Stand: 8.12.2015. S. 17-19

⁹³ Vgl.: Ebenda. S. 19-23

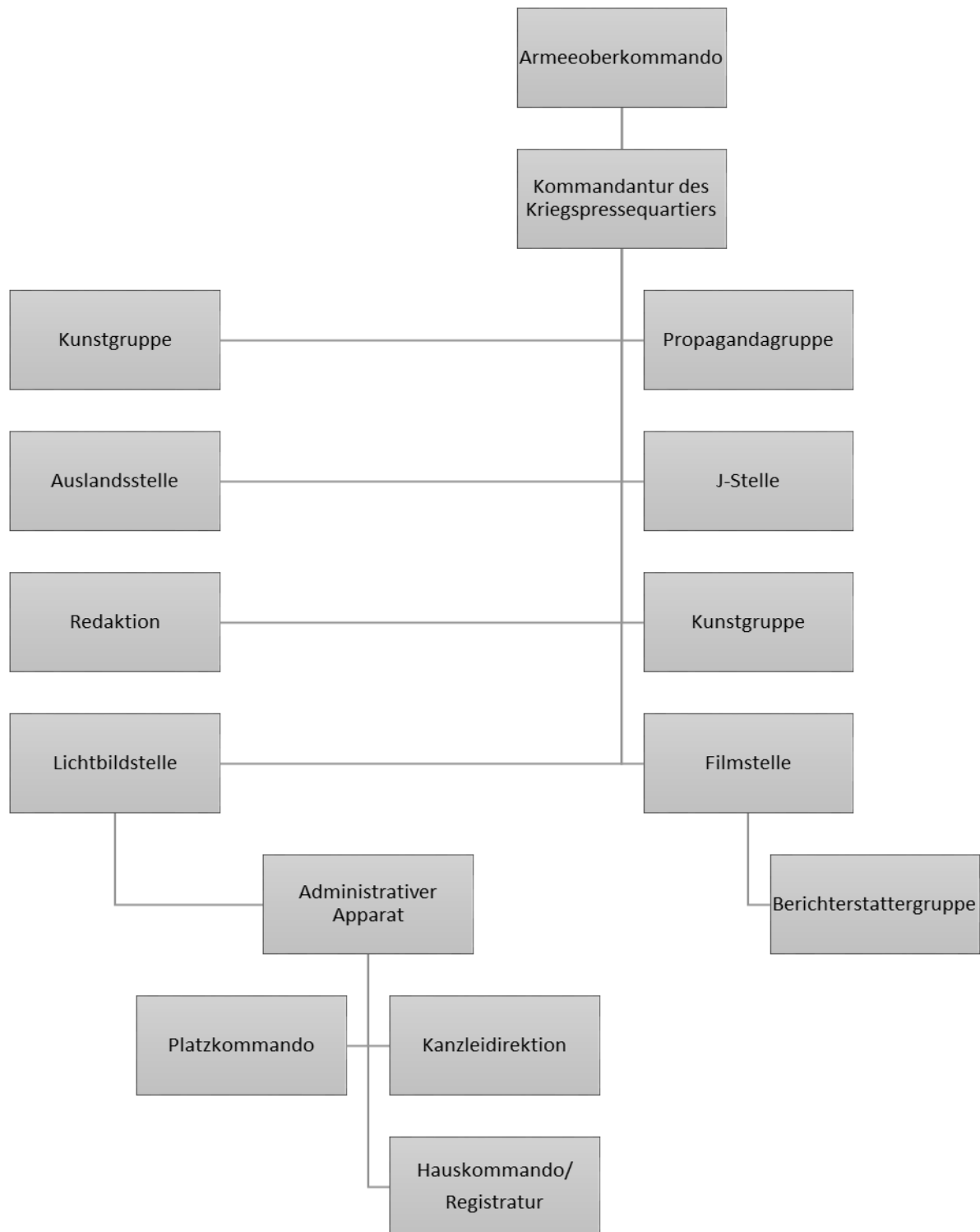


Abbildung 5: Organigramm des Kriegspressequartiers ab 1917.

- **J-Stelle:** Durch den Kriegseintritt Italiens am 23. Mai 1915 auf Seiten der Entente eröffnete sich für die österreichisch-ungarische Monarchie eine weitere Front im Süden, auf die man nicht vorbereitet war, schließlich war Italien 1882 dem Dreibund zwischen Österreich-Ungarn und Deutschland beigetreten.⁹⁴ Mit der J-Stelle wurde eine Institution geschaffen, die sich ausschließlich um die potenzielle Rückgewinnung dieses verlorenen Bündnispartners zu kümmern hatte. Dazu sollten eine eigene Kriegsgefangenenzeitung erstellt und patriotische Inhalte zur Veröffentlichung durch die ausländische Presse in Italien gestreut werden. Auch die Verfassung von Flugschriften, Karikaturen und Korrespondenzkarten zur ausdrücklichen Verbreitung an der Südwestfront fiel in den Aufgabenbereich der J-Stelle.⁹⁵
- **Berichterstattergruppe:** Den Referenten der Berichterstattergruppe kam eine eher untergeordnete Rolle zu: Sie unterstützten die Redaktion und organisierten Exkursionen der In- und der Auslandgruppe an die Front. Außerdem waren sie Ansprechpartner für die Instandsetzung technischer Apparate zur Kriegsberichterstattung.⁹⁶
- **Administrativer Apparat:** Dieser gliederte sich im Wesentlichen in drei verschiedene Bereiche, die eher militärische als kommunikative oder propagandistische Funktionen erfüllten, der Vollständigkeit halber aber hier kurz erwähnt seien: Dem Platzkommando unterstanden der Proviantoffizier und der Chefarzt, der Kanzleidirektion die Expedition sowie das Hauskommando und die Registratur stellte eine Art Archiv dar, in dem sämtliche von der In- und Auslandstelle bearbeiteten Nachrichten sowie die Kriegskorrespondenz zu kriegswirtschaftlichen und kriegshistorischen Zwecken katalogisiert wurden.⁹⁷

⁹⁴ Bihl, Wolfdieter: „Der Erste Weltkrieg: 1914-1918. Chronik – Daten – Fakten.“ Wien, 2010. S. 34

⁹⁵ Vgl.: k.k. Hof- und Staatsdruckerei: „Dienstordnung für das Kriegspressequartier.“ Wien, 1917. Im Eigentum des Österreichischen Staatsarchivs, abrufbar über wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/dienstordnung/#/?a=artefactgroup257. Stand: 8.12.2015. S. 23f.

⁹⁶ Vgl.: Ebenda. S. 24f.

⁹⁷ Vgl.: Ebenda: S.25-28

3.2 Alltag und Identität

3.2.1 Propagandaforschung aus einer kulturwissenschaftlichen Perspektive

Kultur kann prinzipiell aus zwei unterschiedlichen Perspektiven verstanden werden: „Kultur als Text“ sieht Kultur als etwas Manifestes und in sich Abgeschlossenes und meint damit in der Regel von Menschen gestaltete Produkte. Im Gegensatz dazu versteht das Konzept der „Kultur als Handlung“ Kultur als Rituale in genau festgelegter Form, als wiederkehrende Handlungen und als Interaktionen in einem sehr weiten Sinn. Während sich die Forschungstradition der Geisteswissenschaften lange Zeit eher darauf beschränkt hat, Kultur als Text zu sehen, konzentrierten sich die empirischen Sozialwissenschaften ursprünglich eher auf das Konzept „Kultur als Handlung“.⁹⁸

Im Laufe der 1960er-Jahre des vergangenen Jahrhunderts lösten sich diese bis dahin starr voneinander abgegrenzten Erkenntnisinteressen zunehmend auf und es entstand die Tendenz, kulturelle Handlungen selbst als Text zu sehen. Aus diesen neuen Überlegungen heraus ergab sich im Centre for Contemporary Cultural Studies in Birmingham das Forschungsparadigma der Cultural Studies. Im Zentrum der Arbeiten der Cultural Studies stehen bis heute die Bedingungen der kulturellen Selbstvergewisserung von gesellschaftlichen Gruppen sowie von Einzelnen in ihrem unmittelbaren Lebenszusammenhang, im Alltag und in ihrer kulturellen Repräsentation.⁹⁹

Auch in der Geschichtswissenschaft fand diese neue Perspektive Anwendung: Hatte man sich früher fast ausschließlich für die „großen“ geschichtlichen Ereignisse wie Kriege, soziale Bewegungen und Umwälzungen – also jene Ereignisse, die in der Regel weitreichende Veränderungen auf einer Mesoebene mit sich brachten – interessiert, begann ab den 80er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts der Einzug des Alltags als wissenschaftliche Kategorie in die Geschichtswissenschaft. Die Untersuchungen konzentrierten sich nun auf die Mikroebene des Alltags, also etwa die Geschichte alltäglicher Personen oder Institutionen. Alltägliche historische Lebensbereiche – und hier eher private als öffentliche – erfuhren so eine rapide Aufwertung im Erkenntnisinteresse der Geschichtswissenschaft. Ein weiterer

⁹⁸ Hickethier, Knut: „Einführung in die Medienwissenschaft.“ Stuttgart, Weimar, 2003. S. 224f.

⁹⁹ Vgl.: Ebenda. S. 227

Nebeneffekt dieser neuen Perspektive war zudem der Anfang einer feministischen Geschichtsschreibung.¹⁰⁰

3.2.2 Medientechnologien, Kultur und Identität

Die Grundlage für die Annahme, dass Persönlichkeiten und Identitäten durch Medientechnologien im Allgemeinen und Propaganda im Speziellen überhaupt beeinflusst werden können, liegt in der Analytischen Psychologie von Carl Gustav Jung begründet, besonders in jenem Teilbereich der menschlichen Psyche, den Jung die „Persona“ nennt. Die „Persona“ ist laut Jung einem Schutzfilter gleichzusetzen, der über das Ego – also das zutiefst individualisierte, unverfälschte Selbst – gelegt wird, dabei kollektiv wahrgenommene Wertvorstellungen, Normen und akzeptierte Verhaltensweise annimmt und in die nach außen hin sichtbare Persönlichkeit integriert.¹⁰¹ Oder, wie Jung selbst festhält: „*The persona is a compromise between the individual and society based on what it appears to be.*“¹⁰²

Das Konzept der „Persona“ birgt für das Individuum sowohl Vor- als auch Nachteile: Einerseits erleichtert oder ermöglicht es sogar erst das Zusammenleben des Einzelnen im Austausch mit seiner sozialen Umwelt, indem es für die Gesellschaft als nachteilig empfundene Eigenschaften des Egos reguliert und unterdrückt, andererseits kann die „Persona“ auch so dominant werden, dass sie die wesentlichen persönlichen Eigenschaften eines Individuums verdrängt und es fortan gänzlich „in seiner Rolle aufgeht“.¹⁰³

Für die Medienwirkungsforschung und in weiterer Folge auch die Propagandaforschung interessant daran ist, dass die Maßstäbe, nach denen gesellschaftlich anerkannte Verhaltensweisen antizipiert und gemessen werden, keineswegs starr und unveränderbar sind. Vielmehr werden sie in Beobachtung der eigenen Umwelt ständig neu ausgehandelt, auch wenn grundlegende Konventionen zugegebenermaßen nur schwer zu beeinflussen sind und auch durchaus ein ganzes Leben lang konsistent bleiben können. Dieser ständige Beobachtungsprozess hat sich mit dem Erscheinen der Massenmedien zunehmend von einem individuellen zu einem kollektiven Prozess gewandelt. Unter diesem Gesichtspunkt gewinnt

¹⁰⁰ Vgl.: Hermann, Friederike: „Was JournalistInnen von der Alltagsgeschichte lernen können.“ In: Röser, Jutta, Thomas, Tanja und Peil, Corinna [Hrsg.]: „Alltag in den Medien – Medien im Alltag.“ Wiesbaden, 2010. S. 155ff.

¹⁰¹ Vgl.: Jacobi, Jolande: „Psychology of C. G. Jung.“ London, 1999. S. 33ff.

¹⁰² Jung, Carl Gustav: „Two Essays on Analytical Psychology.“ London, 1999. S. 165

¹⁰³ Vgl.: Jacobi, Jolande: „Psychology of C. G. Jung.“ London, 1999. S. 36

auch die Technizität von Medien bei der Konstruktion von Persönlichkeit und Identität an Bedeutung.

Eine wesentliche Idee der VertreterInnen des Technological Turn rund um Marshall McLuhan und Harold Innis in den 1960er- und 1970er-Jahren war es, Technologien (und hier besonders Medientechnologien) weniger als rein kulturvermittelnde und zwischengeschaltete Instanzen , sondern vielmehr als kulturstiftende Variablen zu sehen: „*Es ist nämlich nicht nur der Geist, es sind auch die Technologien, welche die Kultur einer Gesellschaft historisch prägen, und hier vor allem die Medientechnologie der Kommunikation und des Transports.*“¹⁰⁴ Mit dem Wandel der Technologien ergibt sich also auch ein kultureller Wandel, der wiederum einen Wandel kollektiver und individueller Identitäten mit sich bringt.

Historisch gesehen waren es natürlich unterschiedliche Technologien, die Menschen zu unterschiedlichen Zeitpunkten unterschiedlich stark beeinflusst haben. McLuhan benennt in einem vierstufigen Modell Technologien, deren Anwendungen die Entwicklung des Menschen unterschiedlich stark beeinflusst haben: In der frühen Phase der Oralität ermöglichte es die gesprochene Sprache erstmals, u.a. arbeitsteilige Prozesse innerhalb von Gruppen zu organisieren. Dies hatte den Vorteil, dass die Überlebenswahrscheinlichkeit und der Zusammenhalt der Gruppe nachhaltig gestärkt wurden. Bis heute stellt die gemeinsame Sprache einen wichtigen Basisfaktor für Gruppenzugehörigkeit und somit das Zustandekommen kollektiver Identitäten dar.¹⁰⁵

Die Anfänge der Phase der Literalität sieht McLuhan mit dem Erscheinen der ersten Hochkulturen, die sich der Technologie der Schrift bedient haben. Mittels Schrift war es dem Menschen möglich, dem gesprochenen Wort Kontinuität zu verleihen. Normen, Verträge und Mythen, die vorher mündlich überliefert worden und somit sowohl zeitlich als auch räumlich begrenzt waren, lösten sich von den physischen Eingrenzungen ihrer UrheberInnen und erlangten so bis zu einem gewissen Grad Unsterblichkeit. Für die Sprache und die Schrift ist festzuhalten, dass diese beiden Technologien ebenso eine Voraussetzung für das Ausüben von Herrschaft und Macht im feudalen Sinne darstellten.¹⁰⁶

Das Zeitalter der Gutenberg-Galaxy setzt McLuhan mit der Entwicklung des modernen Buchdrucks (primitivere Technologien zur Vervielfältigung von Schrift waren in China bereits wesentlich früher bekannt) durch Johannes Gutenberg in der Mitte des 15. Jahrhunderts an. Die massenweise maschinelle Reproduktion von schriftlichen und bildlichen Informationen führte auf den ersten Blick zu einer Demokratisierung und Stärkung des

¹⁰⁴ Hartmann, Frank: „Medienphilosophie.“ Wien, 2000. S. 239f.

¹⁰⁵ Vgl.: McLuhan, Marshall: „Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters.“ Bonn, 1995. S. 136f.

¹⁰⁶ Vgl.: Ebenda. 1995. S. 137f.

„einfachen“ Volkes, da die händische sowie kosten- und zeitintensive Vervielfältigung von Informationen davor fast ausschließlich profanen und sakralen Eliten zur Verfügung gestanden hatte. De facto blieben jedoch in Europa weite Bevölkerungsteile bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts von diesen wesentlichen Kulturtechniken ausgeschlossen. Voraussetzung dafür, dass die Vorteile des Buchdrucks auch vom „einfachen“ Volk spürbar wurden, war eine breite und alle Bevölkerungsschichten umfassende Alphabetisierung, die erst mit wesentlicher Verspätung einsetzte. Trotzdem führte die Entwicklung dieser Technologie nach und nach zu einer nachhaltigen Bewusstseinsbildung sozial benachteiligter Bevölkerungsschichten, die sich in politischen, sakralen und kulturellen Revolutionen und Umwürfen widerspiegelte.¹⁰⁷

Die jüngste technologische Entwicklungsphase der Menschheit titulierte McLuhan als die Ära des Global Village: Durch die weltweite elektronische Vernetzung wird ein steter Informationsfluss ermöglicht, der die Welt scheinbar „zu einem Dorf zusammenwachsen lässt“. Besonders die Technologie des Internet ermöglicht es, von einem entlegenen Standort aus fast gleichberechtigt am Weltgeschehen zu partizipieren.¹⁰⁸ Daniela Kloock und Angela Spahr betonen die Wichtigkeit dieser Erkenntnis:

„Die Elektrizität, die angefangen mit dem Telegraphen [sic] das Zusammenrücken der Welt zum ‚global village‘ herbeiführte, läßt [sic] den Menschen heute pluralistisch in vielen Kulturen gleichzeitig leben. So wird jedes Denken, das die eigene mediale Bedingtheit nicht wahrhaben will und auf seiner Superiorität gegenüber anderen Formen beharrt, praktisch ad absurdum geführt.“¹⁰⁹

Für die Bildung individueller und kollektiver Identitäten spielen Technologien und ihre Implementierung in alltägliche Lebensbereiche laut McLuhan also eine wichtige Rolle. Diese Erkenntnis ist konsistent mit seiner Annahme, dass es sich bei Medien prinzipiell um „extensions of man“, also Erweiterungen des menschlichen Körpers, handelt. Die durch Medientechnologien erweiterten Sinne erlauben es, bildlich gesprochen, den Blick auf die Welt zu schärfen und in geografisch weit entfernte Regionen „hineinzuhören“, „hineinzusehen“ oder sogar „hineinzufühlen“.¹¹⁰ Der alltägliche Lebensbereich erweitert sich durch diese Technologien zuerst geografisch, indem Gebiete, die vorher bedeutungsschwach waren, mittels ihrer Hilfe und der durch sie vermittelten Informationen mit Bedeutung aufgeladen werden. Gleichzeitig ermöglichen sie eine zusätzliche Palette an neuen Kontakten,

¹⁰⁷ Vgl.: McLuhan, Marshall: „Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters.“ Bonn, 1995. S. 138 f.

¹⁰⁸ Vgl.: Ebenda. 1995. S. 139ff.

¹⁰⁹ Kloock, Daniela und Spahr, Angela: „Medientheorien. Eine Einführung.“ Paderborn, 2000. S. 43

¹¹⁰ Vgl.: McLuhan, Marshall: „Understanding Media. The Extensions of Man.“ New York, London, 1964. S. 24f.

mit denen ohne die Notwendigkeit physischer Präsenz Informationen ausgetauscht werden können.

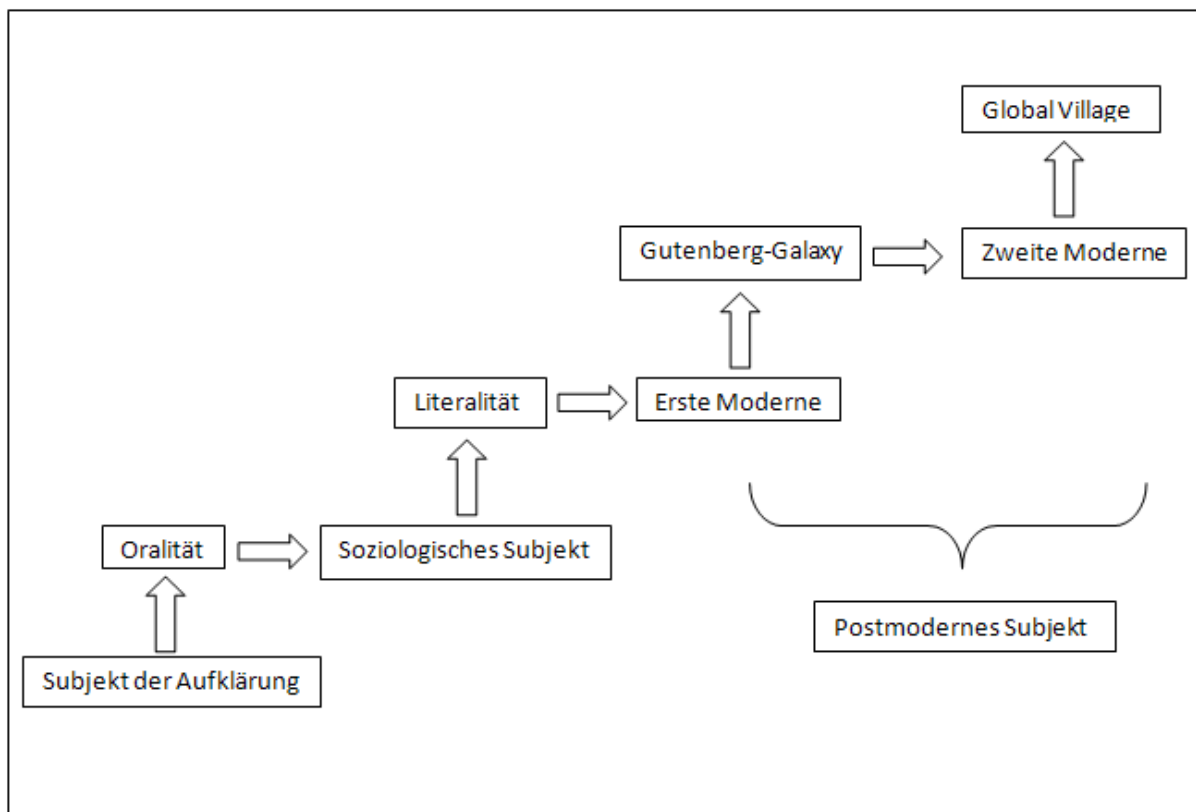


Abbildung 6: Synthese der technologischen Entwicklungsphasen nach McLuhan mit dem Modell der historischen Entwicklung von Identitätskonzepten nach Hall und Keupp zu einem Stufen-Modell.

Die Bedeutung der Entwicklung von Medientechnologien und deren Anwendung auf alltägliche Lebensbereiche für Identitätskonzepte lässt sich gut aus dem Modell zur historischen Entwicklung von Identitäten des britischen Soziologen Stuart Hall ableiten. Dieses lässt sich beinahe als Schablone für McLuhans Modell zur Entwicklung von Identitäten lesen. Am Anfang steht für ihn das Subjekt der Aufklärung. Hall versteht darunter eine Phase, in der der Mensch als zentriertes und einheitliches Wesen lebt. Für kleinere Gruppen wie etwa die Familie reicht in dieser Phase die Sprache als Mittel der Organisation aus. Die zweite Epoche, die des „soziologischen Subjekts“, beschreibt eine Identität zwischen dem Individuum und der Gesellschaft. Damit eine Gesellschaft kontinuierlich Bestand hat (und Kontinuität ist ein wesentliches Merkmal von Gesellschaft), bedarf es einer zeitunabhängigen Technologie wie der Schrift oder, in einem späteren Stadium, des Buchdrucks. Als drittes Stadium menschlicher Identitäten sieht Hall das postmoderne Subjekt, das in einer komplexen Gesellschaft lebend, nicht mehr nur mit einer einzigen Identität zu

fassen ist, sondern sich aus verschiedenen Identitäten zusammensetzt.¹¹¹ Heiner Keupp unterteilt wiederum diese postmoderne Identität in zwei Phasen: In der „Ersten Moderne“ spricht er von so genannten „Patchwork-Identitäten“, die in ihrem Aufbau noch bestimmten Mustern folgen und eine gewisse Ordnung innehaben. Im Rahmen der „Zweiten Moderne“ kommt es zu, wie sie Keupp treffend bezeichnet, „Crazy-Quilt-Identitäten“, die keinem unmittelbar nachvollziehbaren Schema folgen und bildlich einem „Fleckerlteppich“ gleichgesetzt werden können.¹¹²

Das Konzept der Segmentierung in verschiedene Teilidentitäten findet sich auch beim Soziologen Erving Goffman, der dieses Phänomen mit dem Vokabular des Theaters beschreibt, wieder: Im Laufe seines Alltags übernimmt der postmoderne Mensch zahlreiche verschiedene Rollenbilder. Dies geschieht im Wissen darüber, dass das Publikum seiner „Darbietung“ in der Regel über diese Bescheid weiß und wiederum selbst eine Rolle spielt. Im Laufe seiner „Vorstellung“ kann er auf ein standardisiertes Repertoire an bewussten oder unbewussten Ausdrücken zurückgreifen, das Goffman „Fassade“ nennt. So stehen für die glaubhafte Darbietung einer Rolle sowohl szenische als auch persönliche Komponenten zur Verfügung.¹¹³

An dieser Stelle sei ein Beispiel zur Illustration von Goffmans Gedankengang genannt: Ein Arzt empfängt in seiner Praxis einen Patienten. Er wird dabei ohne Probleme in seiner Rolle als Arzt erkannt, weil er sich sowohl mit szenischen „Requisiten“ (etwa den verschiedenen Untersuchungsinstrumenten in seiner Praxis) als auch persönlichen Komponenten (dazu zählt etwa der weiße Arztkittel als Symbol seines Berufsstandes) umgibt. Nach der Begrüßung fragt er seinen Patienten, wie es ihm geht. Da der Patient ohne Probleme erkennt, dass dieser seine Frage in der Rolle des Arztes an ihn in der Rolle des Patienten richtet, beginnt er, von seinen gesundheitlichen Beschwerden zu berichten.

Am Abend desselben Tages streift der Arzt zusammen mit seinem Arbeitskittel auch seine dazugehörige Rolle vorübergehend ab und macht sich auf den Weg nach Hause, wo er seine Frau, die ebenfalls von der Arbeit zurückgekehrt ist, trifft. Er stellt ihr dieselbe Frage, die er seinem Patienten wenige Stunden zuvor gestellt hat, diesmal hat sich aber mit seiner Fassade auch seine Rolle geändert: Auf der „Bühne“ der eigenen vier Wände und in seiner Freizeitkleidung nimmt er nun die Rolle des Ehemanns an. Dessen ist sich auch seine Frau bewusst, die seine Frage als Aufforderung versteht, von ihrem Alltag zu erzählen.

¹¹¹ Vgl.: Hall, Stuart: „Die Frage der kulturellen Identität.“ In: Hall, Stuart: „Ausgewählte Schriften. Band 2.“ Hamburg, 1994. S. 181f.

¹¹² Vgl.: Eickelpasch Rolf und Rademacher, Claudia: „Identität.“ Bielefeld, 2004. S. 26f.

¹¹³ Vgl.: Goffman, Erving: „Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag.“ München, 2008. S. 23ff.

Während Menschen früher weitestgehend in einer oder nur wenigen Erfahrungswelten lebten, stellt sich die typische Situation der Menschen in einer modernen Gesellschaft heute anders dar:

„Die verschiedenen Bereiche ihres Alltagslebens bringen sie in Beziehungen zu außerordentlich verschiedenartigen und oft sehr gegensätzlichen Bedeutungs- und Erfahrungswelten. Das moderne Leben ist typischerweise in sehr hohem Grade segmentiert.“¹¹⁴

Vor allem nationale Identitäten werden durch die Globalisierung und ihre Folgen wie stärkere Migration und verstärkten Kontakt mit anderen Kulturen („McDonaldisierung“) besonders dezentriert und durchmischt. Hall spricht hier von „Terrains der Verstörung“.¹¹⁵ Die Rolle der Nation ist aber auch in einer globalisierten Welt nach wie vor eine starke geblieben – oder, um es im Sinne von Heiner Keupp auszudrücken: Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Nation macht nach wie vor einen großen Teil unseres „Crazy Quilts“ aus.

Eine Voraussetzung dafür, dass sich die nationale Idee in Europa überhaupt verbreiten konnte, war der ab dem 16. Jahrhundert einsetzende Bedeutungsverlust der Religion als alleiniger Vermittler absolut gültiger Wahrheiten über ethnische Differenzen hinweg. Damit verbunden waren auch die Abwendung von Latein als Sprache der Eliten sowie die Erfindung des Buchdruckes zur massenhaften Verbreitung von Ideen und die Entstehung des Kapitalismus. Die Erfindung des Buchdruckes führte auch zu einer veränderten Wahrnehmung der Zeit: Faktisch unverbundene, aber in gleichen Gesellschaften stattfindende Ereignisse begünstigten die Wahrnehmung einer gemeinsamen Nation, die sich auf eine gemeinsame Zukunft zubewegt. Erst im 19. und 20. Jahrhundert begannen auch die bis dahin vorrangig religiös legitimierten monarchistischen Dynastien, sich eines nationalen Konzeptes zur Legitimierung ihres Herrschaftsanspruches zu bedienen.¹¹⁶

Nationen sind im Wesentlichen durch vier Eigenschaften gekennzeichnet: Sie sind prinzipiell vorgestellte Gemeinschaften, da ihre einzelnen Mitglieder untereinander dispers sind, sich in der Regel also nicht persönlich kennen. Trotz dieser Abwesenheit von Face-to-Face-Kontakten wird die Nation aber als eine verbindende Gemeinschaft wahrgenommen. Nationen grenzen sich zweitens von anderen Nationen ab, sei es durch geografische, sprachliche, kulturelle oder ideologische Trennlinien. Nationen agieren weiters souverän, haben also die

¹¹⁴ Berger, Peter, Berger, Brigitte und Kellner, Hansfried: „Das Unbehagen in der Modernität.“ Frankfurt/Main, 1973. S. 60

¹¹⁵ Vgl.: Hall, Stuart: „Ein Gefüge von Einschränkungen. Gespräch zwischen Stuart Hall und Christian Höller.“ In: Engelmann, Jan [Hrsg.]: „Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies Reader.“ Frankfurt/Main, 1999. S.104

¹¹⁶ Vgl.: Anderson, Benedict: „Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts.“ Frankfurt/Main, 2005: S. 22-33

politische Entscheidungsgewalt über ihre jeweiligen Territorien selbst inne. Schließlich werden Nationen von ihren einzelnen Mitgliedern als Gemeinschaften und kameradschaftliche Verbünde von Gleichgesinnten wahrgenommen.¹¹⁷

Da es sich bei Nationen also um künstliche, aber historisch etablierte Konstrukte handelt, muss eine nationale Identität erst gebildet und anschließend auch gepflegt werden. Dies geschieht laut Hall im Wesentlichen durch fünf Faktoren: die Erzählung der Nation, die Betonung der Kontinuität und Zeitlosigkeit der Nation, die Erfindung einer Tradition, den Gründungsmythos sowie die Idee eines reinen, ursprünglichen Volkes.¹¹⁸ Eine meist unbewusst wahrgenommene Funktion von Massenmedien ist es, diese fünf Punkte zu festigen und kontinuierlich zu verbreiten.

3.2.3 Kriegspropaganda und Alltag – Das Moratorium des Alltags

Eine eingehende wissenschaftliche Beschäftigung mit der Beziehung von Kriegspropaganda und der Darstellung von Alltag in den Medien hat laut Recherchestand noch nicht stattgefunden. Sehr wohl kann aber der Beziehung von Kriegspropaganda und Alltag eben jene Doppeldeutigkeit unterstellt werden, die Margret Lünenborg der Beziehung von Journalismus und Alltag angemerkt hat, indem sie die mittels des Journalismus verbreiteten Inhalte vordergründig in starker Abgrenzung zum Alltäglichen sieht (denken wir nur an die beinahe in jedem Handbuch zur JournalistInnenausbildung bemühten Nachrichtenfaktoren Relevanz, Prominenz, Überraschung oder Konflikt), auf einer latenten Ebene aber darauf hinweist, dass Produkte des Journalismus in einem alltäglichen Kontext geschaffen und rezipiert werden und es darüber hinaus eine wichtige Funktion des Journalismus ist, dem Alltag Kontinuität zu verleihen. Ebenso werden journalistische Medienangebote in den Händen eines dispersen Publikums selbst zu alltäglichen Objekten mit Kontinuität und Stabilität stiftenden Funktionen.¹¹⁹ Ähnlich verhält es sich, so scheint es zumindest, mit Kriegspropaganda, da die von ihr gewählten Wege der Verlautbarung von Anliegen meist dieselben sind wie die des Journalismus.

¹¹⁷ Vgl.: Anderson, Benedict: „Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts.“ Frankfurt/Main, 2005: S. 14-16

¹¹⁸ Vgl.: Hall, Stuart: „Die Frage der kulturellen Identität.“ In: Hall, Stuart: „Ausgewählte Schriften. Band 2.“ Hamburg, 1994. S. 202f.

¹¹⁹ Vgl.: Lünenborg, Margret: „Fernab vom Alltag: Journalismus und seine Realitätskonstruktionen.“ In: Röser, Jutta, Thomas, Tanja und Peil, Corinna [Hrsg.]: „Alltag in den Medien – Medien im Alltag.“ Wiesbaden, 2010. S. 138ff.

Eine wesentliche Erkenntnis zur Beziehung von Krieg und Alltag kommt aus einer in diesem Zusammenhang auf den ersten Blick eher ungewöhnlich anmutenden Quelle: Odo Marquard hat in seinen Überlegungen zum Wesen des Festes Folgendes angemerkt: „*So gehört das Fest zur Lebensexzentrität des Menschen; als eine Art Aussetzung, Unterbrechung des Alltags, [...] als eine Art Moratorium des Alltags.*“¹²⁰ Marquard meint damit, dass das Wesen des Festes darin liegt, den Alltag, der innerhalb jeder Gesellschaft Kontinuität und Sicherheit stiftet, unter kontrollierten Bedingungen für einen vorübergehenden Zeitraum außer Kraft zu setzen. Dabei ist es wichtig, dass das Fest eher die Ausnahme als die Regel bildet, also nicht pervertiert wird und den Alltag, den es eigentlich nur für eine vorübergehende Dauer aufschieben soll, gänzlich auslöscht.

Eben eine solche Perversion des Festes sieht Marquard im Krieg. Der Krieg stellt für ihn eine generelle und totale Suspension des Alltags dar, die sich darin äußert, dass bisher weitestgehend stabile und kontinuierliche Strukturen aus den Fugen geraten und durch Unsicherheit ersetzt werden. Eine erhöhte Bereitschaft, in den Krieg zu ziehen, kommt laut Marquard nur deswegen zustande, weil Menschen ihre gegenwärtige Lage als bedrückend empfinden und sich nach Veränderungen – seien es politische, ökonomische oder kulturelle – sehnen. Oder, wie es Marquard selbst formuliert:

„*Jede Warnung vor dem Krieg bleibt zu harmlos, die nicht vor dieser Quelle des Kriegswunsches warnt und erkennt: Der Krieg ist für die Menschen nicht nur schrecklich, sondern zugleich von den Menschen auf schreckliche Weise gewünscht: als Entlastung vom Alltag, als Moratorium des Alltags.*“¹²¹

Der Begriff des totalen Krieges taucht im Zusammenhang mit der vollständigen Mobilisierung der Gesellschaft zum ersten Mal 1917 in Frankreich auf („la guerre totale“). Damit ist auch ein Abbau der Schranken zwischen dem Militär und ZivilistInnen verbunden, indem die Zivilbevölkerung nicht nur zum wirtschaftlichen Rückgrat der Kriegsführung, sondern in der Folge eben auch ein Ziel für den militärischen Gegner wird. Die Plünderung Belgiens durch die Deutschen, die alliierte Seeblockade gegen die Mittelmächte und die Bombardierung Londons sind einige Beispiele für diese aufgezwungene Verflechtung des zivilen Alltags mit den militärischen Handlungen. Auch die Motive für den Krieg haben sich geändert: Während im 18. Jahrhundert noch etwa um den Besitz einer einzelnen Provinz oder eines einzelnen Landstriches gekämpft wurde, soll der Gegner im Ersten Weltkrieg nicht nur

¹²⁰ Marquard, Odo: „Kleine Philosophie des Festes.“ In: Schultz, Uwe [Hrsg.]: „Das Fest. Eine Kulturgeschichte von der Antike bis zur Gegenwart.“ München, 1988. S. 415

¹²¹ Ebenda. . S. 416

besiegt, sondern militärisch, politisch und als Machtfaktor gänzlich ausgeschaltet und handlungsunfähig gemacht werden.¹²²

Für die historische Kriegspropagandaforschung ergibt sich daraus eine neue Perspektive. Denn wenn ein mögliches Motiv für den Eintritt oder den Erhalt eines Krieges die totale Aufschiebung des Alltags ist, lässt sich daraus folgern, dass es eine Aufgabe der Kriegspropaganda sein muss, die mediale Repräsentation ebendieses Alltags gezielt zu unterwandern, zu durchdringen und nach Möglichkeit außer Kraft zu setzen.

Diese Perspektive rechtfertigt es, sich im Rahmen der Kriegspropagandaforschung auch auf Medienberichte über auf den ersten Blick völlig alltägliche und triviale Ereignisse zu konzentrieren und jene Elemente daraus zu isolieren, in denen der Alltag durch eine starke und wertende Kontextualisierung mit dem Krieg verändert oder aufgehoben wird.

Ein Einwand gegen diese Form der Kriegspropagandaforschung könnte natürlich lauten, dass der Krieg, besonders in seiner Totalität, wie er in den ersten beiden Weltkriegen stattgefunden hat, Auswirkungen auf alle Lebensbereiche hat und deshalb naturgemäß auch die Berichterstattung über alltägliche Themen in ein neues Licht rückt. Dieser Einwand ist natürlich vollkommen gerechtfertigt, vergisst aber, dass Krieg ein Zustand ist, der aktiv erhalten und fortlaufend kommuniziert werden muss. Den modernen Massenmedien kommt in diesem Prozess eine wesentliche Rolle zu. Walter Lippmann hat ebendiese Rolle der Massenmedien bei der Kommunikation von Krieg in seinem Vorwort zu „Public Opinion“ anekdotisch treffend auf den Punkt gebracht:

„There is an island in the ocean where in 1914 a few Englishmen, Frenchmen, and Germans lived. No cable reaches that island, and the British mail steamer comes but once in sixty days. In September it had not yet come, and the islanders were still talking about the latest newspaper which told about the approaching trial of Madame Caillaux for the shooting of Gaston Calmette. It was, therefore, with more than usual eagerness that the whole colony assembled at the quay on a day in mid-September to hear from the captain what the verdict had been. They learned that for over six weeks now those of them who were English and those of them who were French had been fighting in behalf of the sanctity of treaties against those of them who were Germans. For six strange weeks they had acted as if they were friends, when in fact they were enemies.“¹²³

¹²² Vgl.: Förster, Stig: „Eine Welt in Waffen.“ In: Gaede, Peter-Matthias et al.: „Geo Epoche. Der Erste Weltkrieg.“ Hamburg, Nummer 14, 09/2004. S. 84

¹²³ Lippmann, Walter: „Public Opinion.“ New York, 1997. S. 3

3.2.3.1 Exkurs: Kriegsausstellung 1916/1917

Zur Illustration der propagandistischen Notwendigkeit einer fortlaufenden Vermittlung des Kriegszustandes und der Vermischung des Alltags an der militärischen Front mit jenem der Zivilbevölkerung in der Heimat sei an dieser Stelle auf eine der größten Propagandaaktionen der österreichisch-ungarischen Monarchie während des Ersten Weltkrieges verwiesen: die Kriegsausstellung, die ab 11. Juli 1916 in weiten Teilen des Wiener Praters, einem der Bevölkerung offenstehenden Naherholungsgebietes, von der Heeresverwaltung organisiert und durchgeführt wurde.

Dabei wurde auf einer Ausstellungsfläche von rund 50.000 Quadratmetern versucht, der Wiener Bevölkerung einen Einblick in den Alltag an der Front zu bieten. Die Kriegsausstellung fand vor dem Hintergrund statt, dass der Rückhalt und die Befürwortung des Krieges durch die Bevölkerung im Abnehmen begriffen war: Im April 1916 war bereits die vierte Auflage der Kriegsanleihe beworben worden, im November/Dezember 1916 sollte bereits die fünfte folgen, um die Fortsetzung des Krieges auch wirtschaftlich bewältigen zu können. Wie wichtig die finanzielle Unterstützung der Kriegsbemühungen durch die zivile Bevölkerung war, zeigt der Umstand, dass bis zur achten und letzten Kriegsanleihe im Mai/Juni 1918 insgesamt 53,72 Milliarden Kronen durch Kriegsanleihen gesammelt wurden. Österreich-Ungarn finanzierte seinen Krieg also zu drei Fünftel durch Kriegsanleihen und nur zu zwei Fünftel durch Steuern und ähnliche Staatseinnahmen.¹²⁴

Im Vorwort des Katalogs zur Ausstellung heißt es zu den Beweggründen der Veranstaltung:

*„Was die Kriegsausstellung anstrebt, ist eine Belehrung der Bevölkerung, die [...] sie überzeugen soll, wofür die grossen [sic] Mittel, die aufgewendet werden müssen, um den Krieg glücklich zu bestehen, aufgewendet werden müssen. [...] Die Bevölkerung wird sich ein Bild über alles das machen, was mit dem Kriege im innigen Zusammenhang steht, und wenn überhaupt die Opferwilligkeit der Bevölkerung noch steigerungsfähig ist, ermutigt werden, auszuharren.“*¹²⁵

Zu den Ausstellungsobjekten gehörte neben diversen Kriegsgeräten wie Artilleriegeschützen, während der Kampfhandlungen erbeuteten „Trophäen“, Bekleidung und Alltagsgegenständen

¹²⁴ Vgl.: Rauchensteiner, Manfred: „Der Erste Weltkrieg und das Ende der Habsburgermonarchie 1914-1918.“ Wien, 2013, S. 596

¹²⁵ O.A.: „Offizieller Katalog der Kriegsausstellung Wien 1916. Mit einem Ausstellungsplan, zwei kleinen Plänen und vielen Illustrationen. Herausgegeben vom Arbeits-Ausschuss.“ Wien, 1996. S. 5f. Im Eigentum der Wienbibliothek, abrufbar über <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/thumbview/458947> (Stand: 11.4.2016)

der Soldaten sowie Erzeugnissen der Kunstgruppe des Kriegspressequartiers auch ein detailgetreu nachgebautes System aus Schützengräben und Bunkern, das von den BesucherInnen eigenständig betreten und erkundet werden konnte.¹²⁶

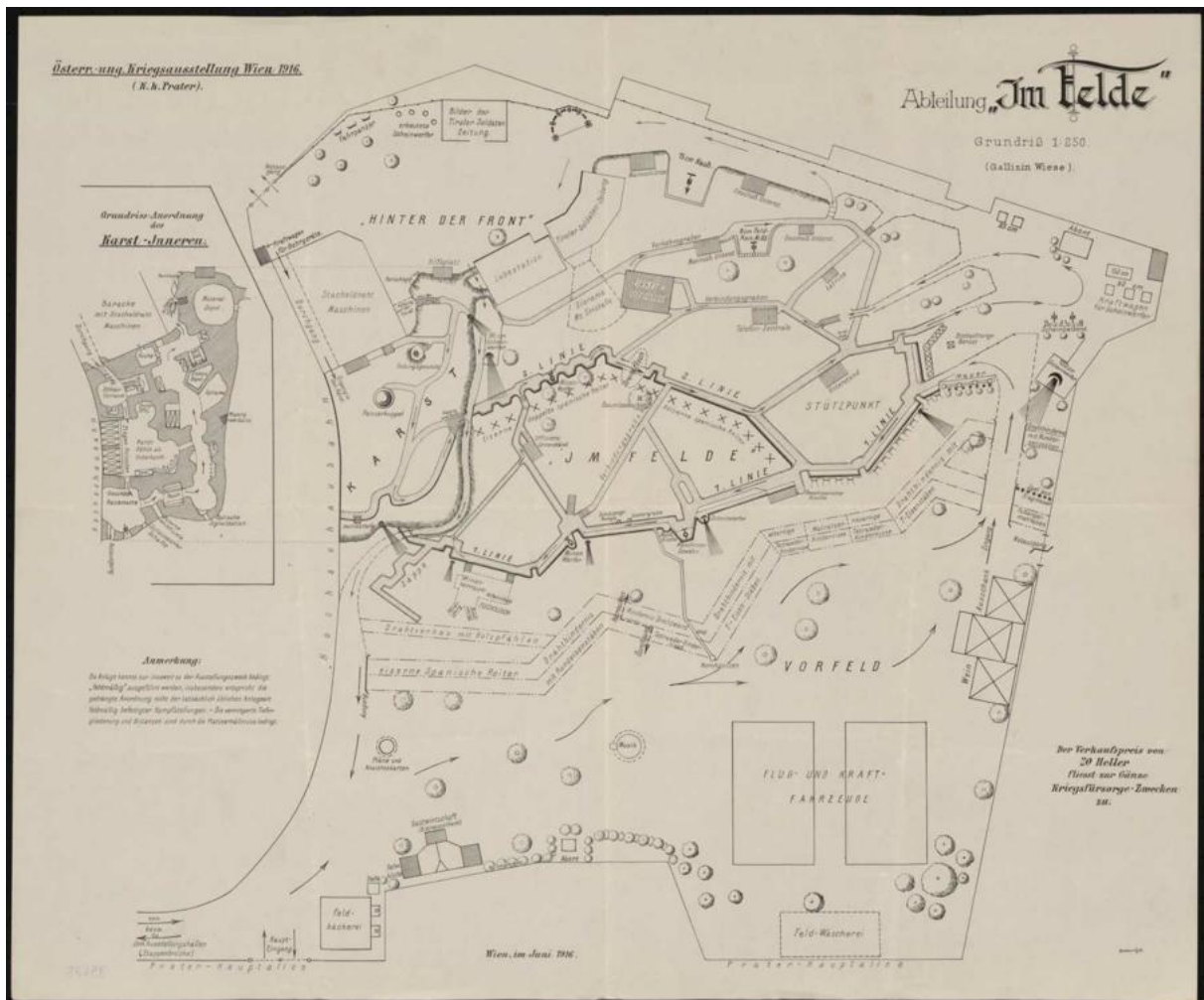


Abbildung 7: Grundrissplan der Abteilung „Im Felde“ der Kriegsausstellung 1916/1917.¹²⁷

Die Kriegsausstellung 1916/1917 in Wien stellt den Höhepunkt der propagandistischen Tätigkeit der österreichisch-ungarischen Monarchie während des Ersten Weltkrieges dar. Dabei wurde nicht nur versucht, ein Bild vom Alltag der Soldaten an der Front zu zeichnen, sondern ihn für die zivile Bevölkerung auch tatsächlich und unmittelbar erleb- und nachvollziehbar zu machen – etwa durch die Begehung der nachgebauten Schützengräben und Bunkeranlagen, die Verköstigung der BesucherInnen durch Nahrungsmittel, die jenen an der

¹²⁶ Vgl.: Sommer, Monika: „Zur Kriegsausstellung 1916 im Wiener Prater als mächtige Antwort der Monarchie an das feindliche Ausland.“ In: Pfoser, Alfred [Hrsg.] et al.: „Im Epizentrum des Zusammenbruchs: Wien im Ersten Weltkrieg.“ Wien, 2013. S. 502ff.

¹²⁷ O.A.: „Österr.-ung. Kriegsausstellung Wien 1916 (k.k. Prater) ... Abteilung Im Felde.“ Wien, 1916. Im Eigentum der Wienbibliothek, abrufbar über <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/titleinfo/473229> (Stand: 11.4.2016)

Front ähnlich waren, und die Integration von Kriegsinvaliden in die Ausstellung. Die Einbettung des kriegesischen Alltags in den Kontext eines der Öffentlichkeit zugänglichen Naherholungsgebietes in einem Ballungsraum wie Wien stellt den Versuch einer Verschmelzung zweier vollkommen unterschiedlicher Lebenswelten im Dienste der Kriegspropaganda dar.

3.2.4 Der Alltag: Die Theorie der Lebenswelt nach Alfred Schütz

Als Vertreter der phänomenologischen Soziologie hat Alfred Schütz einen Begriff Edmund Husserls aufgegriffen, nämlich den der „Lebenswelt“.

„Die Lebenswelt ist [...] die fraglos gegebene Wirklichkeit: Sie ist sowohl Schauplatz wie Ziel meines bzw. unseres Handelns. Die Welt, die der Mensch erlebt und in der er handelt, ist ihm vorgängig, d.h. es ist die Welt, in der sich der Mensch immer schon befindet.“¹²⁸

Die alltägliche Lebenswelt ist also jener Bereich alltäglicher Erfahrungen, in dem Menschen routiniert handeln und den sie durch ihr Handeln auch tatsächlich verändern können. Da sich die alltäglichen Lebenswelten mehrerer Individuen zum Teil stark überlappen, nehmen Menschen hier jedoch auch Veränderungen wahr, die von „MitbewohnerInnen dieser Sinnprovinzen“ verursacht werden. Als primäre Realität wird die alltägliche Lebenswelt als selbstverständlich hingenommen und in der Regel nicht hinterfragt.¹²⁹

Die alltägliche Lebenswelt stellt jedoch keine starre, unveränderbare Konstante dar, sondern muss mittels Wissensvorräten, Erfahrungen und Typisierungen immer wieder neu ausgelegt werden. Wissensvorräte bestehen aus routinisiertem Wissen, das im Alltag angewendet wird, ohne dass dessen Anwendung weiter reflektiert würde. Bereits in der Vergangenheit gemachte Erfahrungen bilden das Grundgerüst für neue Erfahrungen und bestimmen so wesentlich, wie diese eingeordnet und in bereits bestehende kognitive Schemata integriert werden. Schließlich dienen Typisierungen der Reduktion von Komplexität in einer sich tendenziell ständig erweiternden alltäglichen Lebenswelt.¹³⁰

Räumlich gesehen spaltet die Theorie der Lebenswelt die Realität in drei Zonen der Erfahrung auf: Die Welt in aktueller Reichweite ist jener Abschnitt der Realität, an dem auch tatsächlich

¹²⁸ Treibel, Annette: „Einführung in soziologische Theorien der Gegenwart.“ Wiesbaden, 2006. S. 87

¹²⁹ Vgl. Schütz, Alfred und Luckmann, Thomas: „The Structures of the Life-World.“ USA, 1973. S. 3ff.

¹³⁰ Vgl.: Treibel, Annette: „Einführung in soziologische Theorien der Gegenwart.“ Wiesbaden, 2006. S. 87f.

Veränderungen vorgenommen werden können. Sie ist tagtäglich unmittelbar beobachtbar und jener Ort, an dem der Großteil unserer Erfahrungen gesammelt wird und der den Kern der subjektiv wahrgenommenen Wirklichkeit bildet. Schütz unterscheidet davon die Welt in potenzieller Reichweite, die sich wiederum aus der Welt in wiederherstellbarer und der Welt in erlangbarer Reichweite zusammensetzt. In wiederherstellbarer Reichweite befinden sich jene Elemente der Realität, die sich früher einmal in aktueller Reichweite befunden haben, dies zum aktuellen Zeitpunkt aber nicht mehr tun. Trotzdem besteht die Möglichkeit, dass diese Elemente in Zukunft wieder in aktuelle Reichweite aufrücken. Die Welt in erlangbarer Reichweite ist zukunftsorientiert und beschreibt jene Sinnprovinzen, die sich in der Gegenwart zwar noch nicht in aktueller Reichweite befinden, es in Zukunft aber vielleicht tun werden.¹³¹

Diesen Lebenswelten lassen sich verschiedene Relevanzzonen zuordnen, die je nach Situation und spezifischem Interesse unterschiedlich hohe Grade an Relevanz erreichen: Die Zone der primären Relevanz ist der Welt in aktueller Reichweite zuzuordnen, die Zone der geringen Relevanz ist in der Welt der potenziellen Reichweite anzusiedeln, da aktive Handlungspotenziale zu einem gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht gegeben sind. Schließlich fallen all jene Elemente, die sich außerhalb unseres Handlungsrahmens befinden und dies vermutlich auch nie sein werden, in die Zone der absoluten Irrelevanz.¹³²

Gemäß der oben angestellten Vermutung über einen möglichen Zusammenhang von Kriegspropaganda und Alltag soll die vorliegende Arbeit sich in ihrer Analyse auf die Welt in aktueller Reichweite und ihre Zone der primären Relevanz konzentrieren.

3.2.4.1 Alltägliche jugendliche Lebenswelten im Ersten Weltkrieg: Bildung

Das Staatsgrundgesetz vom 21. Dezember 1867 und das Reichsvolksschulgesetz vom 14. Mai 1869 stellten die Grundpfeiler für das bis ins Jahr 1962 vorherrschende Bildungssystem in Österreich und nach den Reformbemühungen durch Maria Theresia und Joseph II. die historisch gesehen dritte weitreichende Verbesserung des österreichischen Bildungssystems dar. Den Anstoß dazu hatten die bedeutende militärische Niederlage gegen die Preußen bei Königgrätz im Jahr 1866 und der damit verbundene Verlust der österreichischen

¹³¹ Vgl.: Hanke, Michael: „Alfred Schütz: Einführung.“ Wien, 2002. S. 43ff.

¹³² Vgl: Richter, Rudolf: „Grundlagen der Verstehenden Soziologie: Soziologische Theorien zur interpretativen Sozialforschung.“ Wien, 1995. S. 85f.

Vorrangstellung im deutschen Raum gegeben. Auf der Suche nach Gründen für diese Niederlage hatte sich u.a. herausgestellt, dass zwei Drittel der österreichischen Soldaten – im Gegensatz zu den preußischen – Analphabeten waren. Das Reichsvolksschulgesetz und das Staatsgrundgesetz definierten die Schulbildung dezidiert als öffentliche Aufgabe und lockerten somit den Einfluss der römisch-katholischen Kirche auf die Bildung. Der Schuleintritt war mit vollendetem sechsten, der Abschluss mit vollendetem 14. Lebensjahr vorgesehen. Die Ausbildung erfolgte archetypisch in fünf Jahren Volksschule, auf die drei Jahre Bürgerschule folgten. Eine Ausnahme stellten jedoch die vorwiegend bäuerlich geprägten Gebiete der österreichisch-ungarischen Monarchie wie Galizien, Istrien, Dalmatien, Görz oder die Bukowina dar: In diesen Gebieten blieb die Schulpflicht aufgrund des hohen Bedarfs an Arbeitskräften im primären Wirtschaftssektor auf sechs statt acht Jahren beschränkt. Außerdem sah das Reichsvolksschulgesetz neben einer Erweiterung des Lehrplans auch eine Professionalisierung des LehrerInnenberufs vor.¹³³

Im Bereich der höheren bildenden Schulen wurde das humanistische Gymnasium aufgrund des verstärkten Andrangs ab 1908 durch das eher technisch und naturwissenschaftlich orientierte Realgymnasium ergänzt. Bei den Berufsschulen etablierte sich eine Vielzahl an Höheren Fachschulen bzw. Gewerbeschulen, die den SchülerInnen nach Abschluss der Volksschule die notwendigen Fertigkeiten für die Ausübung eines Gewerbes vermitteln sollten. Exemplarisch seien hier Gewerbeschulen, fachliche Fortbildungsschulen und im Bereich des kaufmännischen Schulwesens Handelsakademien, die jedoch privat betrieben wurden, genannt.¹³⁴

Die über die Volksschule und die anschließende Bürgerschule hinausgehenden Bildungsangebote für Mädchen und junge Frauen blieben trotz geschlechterneutraler Formulierung im Staatsgrundgesetz von 1867 lange Zeit eher bescheiden. Mädchenlyzeen, Mädchengymnasien und Mädchenrealgymnasien standen praktisch ausschließlich Mädchen aus begüterten Familien offen. Unter den berufsbildenden Schulen für junge Frauen lassen sich drei Gruppen von Bildungseinrichtungen zusammenfassen: Lehranstalten für Hauswirtschaft, Lehranstalten für gewerbliche Frauenberufe und Lehranstalten für soziale Frauenberufe.¹³⁵

Die weitgehenden Bildungsreformen hatten zur Folge, dass die Alphabetisierungsrate auf dem heutigen Staatsgebiet von Österreich bis 1910 rapide anstieg: In der Hauptstadt Wien waren

¹³³ Vgl.: Engelbrecht, Helmut: „Geschichte des österreichischen Bildungswesens. Erziehung und Unterricht auf dem Boden Österreichs. Band 4: Von 1848 bis zum Ende der Monarchie.“ Wien, 1986. S. 111ff

¹³⁴ Vgl.: Scheipl, Josef und Seel, Helmut: „Die Entwicklung des österreichischen Schulwesens von 1750 bis 1938.“ Graz, 1987. S. 64-67

¹³⁵ Vgl.: Ebenda. S. 73f.

1910 nur mehr 2,04 Prozent der Gesamtbevölkerung über zehn Jahren primäre Analphabeten, konnten also weder schreiben noch lesen. Die wenigsten Analphabeten waren mit 0,53 Prozent der Gesamtbevölkerung in Bregenz zu finden, die höchste Analphabetenrate hatte der Bezirk Völkermarkt in Kärnten mit 25,59 Prozent der Gesamtbevölkerung. Unter den 84 Bezirken, die heute auf österreichischem Staatsgebiet liegen, lag der Anteil der Analphabeten im Durchschnitt (arithmetisches Mittel) bei rund 4,3 Prozent der Gesamtbevölkerung (Median: 2,79). Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern wie Deutschland oder Großbritannien war die Literalität der österreichischen Bevölkerung verhältnismäßig stark ausgeprägt. Genauere Angaben zur Alphabetisierungsrate in Österreich nach Gemeinden auf Grundlage der Volkszählung von 1910 sind der Abbildung 7 weiter unten zu entnehmen.¹³⁶

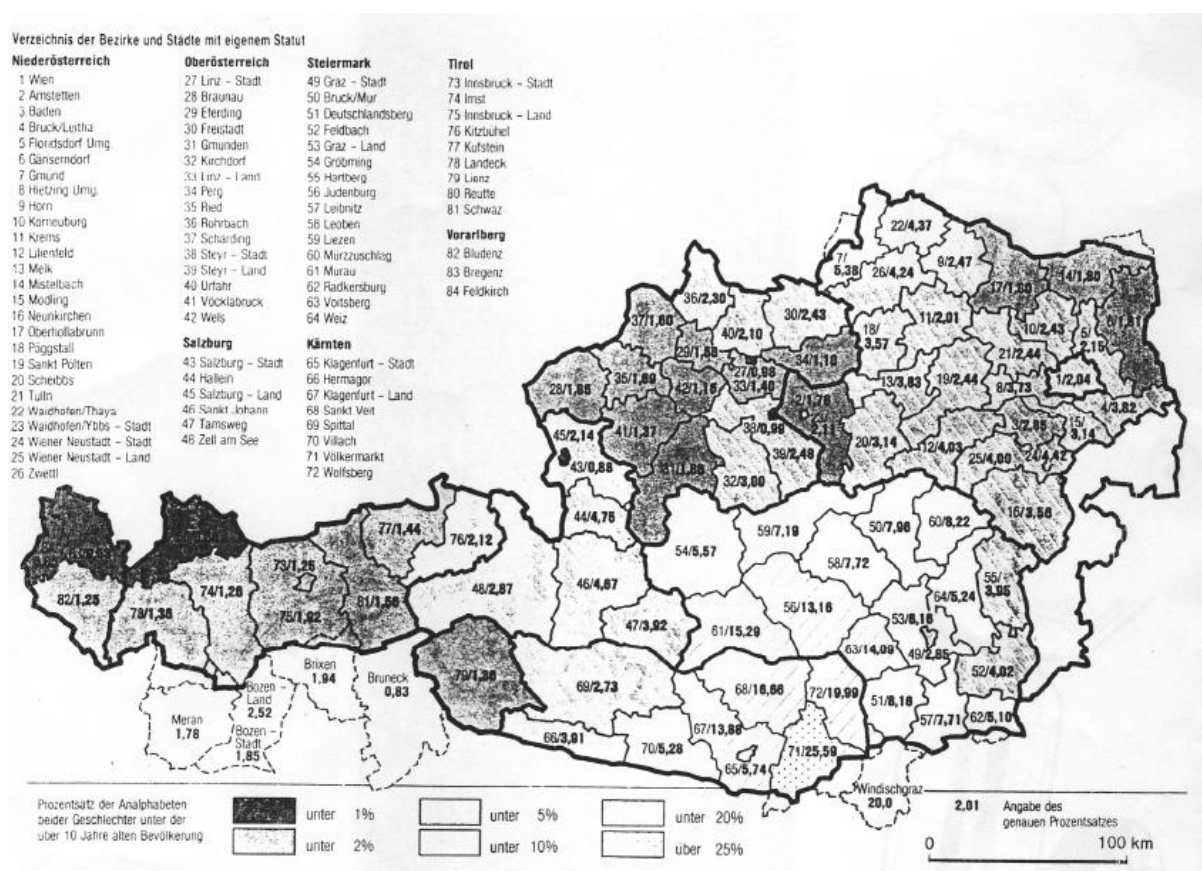


Abbildung 8: Alphabetisierungsgrad in Österreich anhand der Volkszählung von 1910.¹³⁷

Im Verlauf des Ersten Weltkrieges wurden die öffentlichen und privaten Bildungsstätten immer stärker zu Orten, an denen die Wissensvermittlung bewusst mit propagandistischen Botschaften an die Jugend vermischt wurde. Wie bereitwillig manche PädagogInnen das Bildungssystem in den Dienst der Propaganda für die österreichisch-ungarische Monarchie

¹³⁶ Vgl.: Engelbrecht, Helmut: „Geschichte des österreichischen Bildungswesens. Erziehung und Unterricht auf dem Boden Österreichs. Band 4: Von 1848 bis zum Ende der Monarchie.“ Wien, 1986: S. 466

¹³⁷ Ebenda. S. 466

stellten, zeigt die folgende Bemerkung aus einer Zeitschrift für Lehrerinnen und Lehrer aus dem Jahr 1916:

*„Alles steht im Zeichen des Krieges: Die Art der Ernährung, die Kleidung, die gesamte Literatur. Unser ganzes Sinnen und Denken ist auf den Krieg gerichtet. Wir sehen jetzt alles unter einem anderen Gesichtswinkel, betrachten alles ‚im Licht der Kriegsidee‘. Wir treiben in der Schule Kriegsgeographie [sic], pflegen die Geschichte der Gegenwart, behandeln Kriegsgedichte, singen Kriegs- und Soldatenlieder und schöpfen den Stoff für Naturlehre aus dem Gegenwartsleben.“*¹³⁸

3.2.4.2 Alltägliche jugendliche Lebenswelten im Ersten Weltkrieg: Soziales

Auf den ersten Blick scheint das Familienleben in der österreichisch-ungarischen Monarchie während des Ersten Weltkrieges vor allem durch eine grundsätzliche Unterscheidung gekennzeichnet zu sein: die Teilnahme wehrfähiger Männer am Krieg und der Verbleib von Frauen, Kindern, Jugendlichen und älteren Männern im zumindest vor militärischen Handlungen vorerst sicheren Hinterland. Österreich-Ungarn mobilisierte zwischen 1914 und 1918 rund neun Millionen Soldaten – eine beachtliche Zahl, wenn man bedenkt, dass zu Kriegsbeginn 1914 insgesamt 52,8 Millionen Menschen in der österreichisch-ungarischen Monarchie lebten. Von neun Millionen Soldaten wurden wiederum 1,5 Millionen (17%) im Verlaufe des Krieges getötet, 1,9 Millionen (21%) wurden verwundet und 1,7 Millionen (19%) gerieten in Gefangenschaft.¹³⁹

Allerdings wurde der Erste Weltkrieg zum ersten Mal in der Geschichte der Habsburgermonarchie als „totaler“ Krieg geführt und zielte somit auf die Mobilisierung der gesamten Gesellschaft an. Unter diesem Gesichtspunkt ergibt sich eine spezifischere dichotome Unterscheidung des Familienlebens in der österreichisch-ungarischen Monarchie während des Ersten Weltkrieges: den Kriegsalltag an der militärischen Front, der sich den von der allgemeinen Wehrpflicht betroffenen „Bürgersoldaten“ bot, und – praktisch als Pendant zum republikanischen Konzept des bewaffneten „Bürgersoldaten“ an der militärischen Front – der Alltag an der sogenannten „Heimatfront“, der neben Frauen und nicht-wehrfähigen

¹³⁸ Hassenpflug, Eduard: „Natur und Krieg. Kriegsnaturgeschichte für Schule und Haus.“ Beiheft zur Zeitschrift „Schaffende Arbeit und Kunst in der Schule Nr. 64.“ Leipzig, Prag, Wien, 1916. S. 6. Zitiert nach: Leonhardt, Verena: „Kriegspropaganda im Schulunterricht zur Zeit des Ersten Weltkriegs.“ Wien, 2013. S. 46

¹³⁹ Vgl.: Unterseher, Lutz: „Der Erste Weltkrieg: Trauma des 20. Jahrhunderts.“ Wiesbaden, 2014. S. 127f.

Männern auch Kinder und Jugendliche vereinnahmte. Bereits 1912 war dies durch das Kriegsleistungsgesetz vorbereitet worden, wodurch sichergestellt wurde, dass wichtige Betriebe unter militärische Führung gestellt werden konnten und die nicht-wehrfähige Bevölkerung zu verschiedenen Formen der „Dienstleistungen im Kriegsfall“ herangezogen werden konnte.¹⁴⁰ Die Familie zur Zeit des Ersten Weltkrieges zeichnet sich also einerseits durch ihre räumliche Zerrissenheit, andererseits durch ihre gemeinsame Betroffenheit von einem durch die Auswirkungen des Krieges geprägten Alltag aus.

Wirtschaftlich gesehen war der Alltag an der „Heimatfront“ sowohl durch einen Mangel an Rohstoffen als auch an Arbeitskräften geprägt. Besonders die Landwirtschaft und in direkter Folge davon die Versorgung der zivilen Bevölkerung mit Grundnahrungsmitteln schrumpfte im Verlaufe des Krieges beträchtlich. Der Mangel an Arbeitskräften führte einerseits dazu, dass besonders Frauen, aber auch junge Erwachsene sich gezwungen sahen, die durch den Krieg entstandenen Lücken am Arbeitsmarkt zu füllen. Andererseits konnte das Versorgungsproblem trotz Gegenmaßnahmen wie strenger Rationierung und anderer Konsumeinschränkungen letztendlich nicht gelöst werden. Hungerunruhen, Streiks und schließlich der völlige Zusammenbruch der Grundversorgung im „Steckrübenwinter“ 1916/1917 waren die Folge.¹⁴¹

3.3 Jugendzeitschriften zwischen 1914 und 1918

3.3.1 Historisches Mediendispositiv Jugendzeitschriften

Der Begriff „Dispositiv“ wurde ursprünglich in den 1970er-Jahren von Michel Foucault und in weiterer Folge in den 1980er-Jahren vor allem von Gilles Deleuze, Jean-Louis Baudry und Jean Comolli jeweils unterschiedlich geprägt. Seine etymologischen Wurzeln finden sich im französischen „dispositif“, was so viel wie „Vorrichtung“, „Anordnung“ oder „Apparat“ bedeutet. Gemeint sind damit jene gesellschaftlichen Konstruktionen, die regeln, wie ein spezifischer Medieninhalt oder Sachverhalt wahrgenommen wird, also noch vor der

¹⁴⁰ Vgl.: Hämmerle, Christa: „Heimat/Front: Geschlechtergeschichte(n) des Ersten Weltkriegs in Österreich-Ungarn.“ Wien, 2014. S. 10f.

¹⁴¹ Vgl.: Sandner, Günther: „Was Menschenkraft zu leisten vermag. Otto Neurath und die Kriegswirtschaftslehre.“ In: Dornik, Wolfram [Hrsg.]: „Frontwechsel: Österreich-Ungarns ‚Großer Krieg‘ im Vergleich.“ Wien, 2014. S. 377-379

Bewertung und Einschätzung von Eindrücken durch Informationen welcher Art auch immer stehen. Diese Wahrnehmungsdispositive bestimmen etwa darüber, was gesellschaftlich konsensual als normal bzw. anormal gilt oder wie kollektiv Wahrheit und Wissen konstruiert werden.¹⁴²

Damit ist der Begriff „Dispositiv“ eng verknüpft mit dem Begriff „Diskurs“ und zielt ab auf *„institutionalisierte, somit geregelte, auf Dauer gestellte diskursive Praktiken in verschiedenen, als zentral erachteten gesellschaftlichen Praxisfeldern und Handlungsbereichen.“*¹⁴³

Unter diesem Gesichtspunkt stehen öffentliche Diskussionen und Debatten, aber auch alltägliche Äußerungen und Meinungen bis hin zu normativen Kodizes meist unterbewusst unter einem Vorzeichen, das eine Aussage über den gegenwärtigen Zustand einer Gesellschaft zulässt. Ebendieses Vorzeichen bzw. Dispositiv ist dabei laut Foucault *„das Netz, das zwischen diesen Elementen geknüpft werden kann“*.¹⁴⁴

In Bezug auf Medien bietet der Begriff „Mediendispositiv“ in einer zu Foucault in Abgrenzung stehenden Lesart eine Möglichkeit, strukturelle Effekte bestimmter Medienformen auf Menschen und deren sozialer Praxis zu beschreiben. Er zielt also vorrangig darauf ab, *„Medien als apparativ konsolidierte Anordnungen zu beschreiben, die Menschen zu Subjekten machen, indem sie diesen eine spezifische und eindeutige Wahrnehmung vorschreiben“*.¹⁴⁵

Folgt man Jean-Louis Baudrys Ansatz zu Mediendispositiven, lassen sich sowohl der Medienapparat selbst als auch sein räumlicher Kontext losgelöst von seinen spezifischen Inhalten analysieren. Zur Illustration sei hier das Mediendispositiv Kino kurz angerissen, mit dem sich Baudry intensiv beschäftigt hat: Aus ökonomischen und technischen Gründen ist Kino zuallererst ein kollektives Erlebnis, das zumeist einander völlig unbekannte Menschen in einem abgeschlossenen Raum zusammenbringt, ohne dass diese direkt miteinander interagieren. Der Apparat des Filmprojektors diktiert dabei aufgrund seiner spezifischen technischen Beschaffenheit eine Mediennutzung in Dunkelheit, die ZuschauerInnen lediglich eine Blickrichtung nach vorne auf die Leinwand erlaubt. Eine ungestörte Vorstellung verlangt von den ZuschauerInnen ebenso, dass sich diese zumindest für die Dauer des gezeigten Films ruhig verhalten. Nicht zuletzt wird auch vom/von der ZuschauerIn erwartet, das Gesehene und

¹⁴² Vgl.: Hackett, Knut: „Einführung in die Medienwissenschaft.“ Stuttgart/Weimar, 2003. S. 186f.

¹⁴³ Bührmann, Andrea D. und Schneider, Werner: „Vom Diskurs zum Dispositiv. Eine Einführung in die Dispositivanalyse.“ Bielefeld, 2008. S. 25

¹⁴⁴ Foucault, Michel: „Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit.“ Berlin, 1978. S. 119

¹⁴⁵ Stauff, Markus: „Das neue Fernsehen. Machteffekte einer heterogenen Kulturtechnologie.“ Bochum, 2004. S. 14

Gehörte zwar als audiovisuelles Kinoerlebnis wahrzunehmen, sich aber auch gleichzeitig willentlich darauf einzulassen und als Narration zu verstehen („Willentliche Aussetzung der Ungläubigkeit“ / „Willing Suspension of Disbelief“).

Das Mediendispositiv Kino bestimmt also maßgeblich über das körperliche wie auch geistige Verhalten, zwingt RezipientInnen eine bestimmte Form der Weltwahrnehmung auf und drängt ihnen durch die technische Simulation eines spezifischen Selbstwertverhältnisses eine bestimmte Form der Subjektivierung auf – und das alles unabhängig von den spezifischen narrativen Inhalten des Kinofilms.¹⁴⁶

3.3.2 Frühe Jugendliteratur

Historisch gesehen fällt die Auseinandersetzung mit Kinder- und Jugendliteratur ab dem späten 18. Jahrhundert vorwiegend in das Erkenntnisinteresse der Pädagogik und der Entwicklungspsychologie. Der Terminus „Kinder- und Jugendliteratur“ kann dabei abhängig von seinem Kontext verschiedene Bedeutungen einnehmen, von denen drei besonders hervorzuheben sind: Zunächst kann er die Gesamtheit aller von Kindern und Jugendlichen rezipierten Texte bezeichnen (Kinder- und Jugendlektüre). Sind damit die ausdrücklich für Kinder und Jugendliche als Lektüre empfohlenen und publizierten Texte gemeint, spricht man von intentionaler Kinder- und Jugendliteratur. Schließlich werden jene Texte, die eigens für Kinder und Jugendliche verfasst wurden, als spezifische Kinder- und Jugendliteratur bezeichnet. Die Funktionen von Kinder und Jugendliteratur lassen sich historisch gesehen grob in die drei Felder Alphabetisierung, Einweisung in religiöse Dogmen sowie Vermittlung von Grundwissen und Verhaltensregeln zusammenfassen.¹⁴⁷

Erste Ansätze einer pädagogisch motivierten Kinderliteratur findet man im deutschsprachigen Raum bereits im Mittelalter. Die meist noch in Latein verfassten Texte sollten den geistlichen und adeligen Nachwuchs in den Glauben einweisen sowie auf eine tadellose Lebensführung vorbereiten. Diese frühen Texte intentionaler Kinderliteratur trugen zudem maßgeblich zur Alphabetisierung bei. Erst mit der Aufklärung Mitte/Ende des 18. Jahrhunderts wurde

¹⁴⁶ Vgl.: Lepa, Steffen, Krotz Friedrich und Hoklas, Anne-Kathrin: „Vom Medium zum Mediendispositiv. Metatheoretische Überlegungen zur Interpretation von Situations- und Diskursperspektive bei der empirischen Analyse mediatisierter sozialer Welten.“ In: Krotz, Friedrich [Hrsg.] et al.: „Die Mediatisierung sozialer Welten.“ Wiesbaden, 2014. S. 120f.

¹⁴⁷ Vgl.: Kümmerling-Meibauer, Bettina: „Kommunikative und ästhetische Funktionen historischer Kinder- und Jugendbücher.“ In: Leonhard, Joachim-Felix [Hrsg.] et al.: „Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 1. Teilband.“ Berlin, New York, 1999. S. 560f.

erstmal eine klare Unterscheidung zwischen Kindern und Adoleszenten getroffen, wobei man annahm, dass der Übergang von einer Lebensphase in die andere im Zeitraum zwischen zwölf und 14 Jahren erfolgte. Auch finden sich in dieser Phase erste Beispiele für spezifische Kinder- und Jugendliteratur wie die 1779 erschienene Adaption von Daniel Defoes Roman „Robinson Crusoe“ als „Robinson der Jüngere“ von Joachim Heinrich Campe. Bis zur Romantik bleibt die Kinder- und Jugendliteratur jedoch vorrangig ein didaktisches Werkzeug zur Vermittlung von Werten und Wissen. Der Vorgang des Lesens als personenbezogener, genießender Akt bleibt vorerst suspekt.¹⁴⁸

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts hat sich die spezifische Kinder- und Jugendliteratur in drei Bereichen besonders stark entwickelt: im Bereich der Adaption des Abenteuerromans für ein jugendliches Publikum, im Bereich einer erlebnisorientierten vaterländischen Erzählliteratur und im Bereich der erzählenden Mädchenliteratur. Im Zuge der gesteigerten Kommerzialisierung von Jugendliteratur kommt es aber auch zu Überschneidungen mit dem Kolportagebuchhandel: Die frühe „Heftchen-Literatur“ versuchte in Anlehnung an den „Groschenroman“ in 32 bzw. 64 Seiten kurzen Ausgaben gezielt, ein junges Publikum anzusprechen. Die kurzen Geschichten mit meist fantastischen oder abenteuerlichen Inhalten erfreuten sich großer Beliebtheit, wurden von PädagogInnen aber fast einhellig als „Schundliteratur“ abgetan.¹⁴⁹

3.3.3 Jugendzeitschriften

Eine erste Hochblüte erlangten Kinder- und Jugendzeitschriften in Österreich in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts, allerdings blieb diese bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts fast ausschließlich auf Wien beschränkt. Im Gegensatz zu den für ein jugendliches Publikum bestimmten Publikationen davor, die sich im Sinne der Aufklärung als moralisch-pädagogische Institutionen sahen, finden sich ab den 1860er-Jahren zunehmend aufwendig gestaltete Publikationen, die sich merkbar im Spannungsfeld zwischen marktwirtschaftlichen und pädagogischen Interessen bewegen. Die AutorInnen dieser Zeitschriften waren meist LehrerInnen, die sich dadurch ein willkommenes „Zubrot“ verdienen konnten. Schließlich

¹⁴⁸ Vgl.: Eger, Sandra: „Jugendliteratur in der politischen Bildung.“ Potsdam, 2015. S. 16-18

¹⁴⁹ Vgl.: Wilkending, Gisela: „Die Kommerzialisierung der Jugendliteratur und die Jugendschriftenbewegung um 1900.“ In: Kaschuba, Wolfgang und Maase, Kaspar [Hrsg.]: „Schund und Schönheit. Populäre Kultur um 1900.“ Köln, Weimar, Wien, Böhlau, 2001. S 224ff

lässt sich um 1880 ein weiterer Meilenstein in der Geschichte der österreichischen Kinder- und Jugendzeitschrift verorten: Der relativ späte Beginn der Massenproduktion im Habsburgerreich, begünstigt durch die Verbreitung der Schnellpresse und der Abschaffung des Zeitungsstempels 1897, markiert auch den Beginn einer starken Polarisierung zwischen einem liberal gesinnten und einem radikal-konservativen Lager, die sich beide in eigenen Publikationen um eine jugendliche Zielgruppe bemühten.¹⁵⁰

Inhaltlich beschäftigten sich Kinder- und Jugendzeitschriften in Österreich bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts vorrangig mit der Vermittlung von Tugendwerten, Wissensvermittlung und Unterhaltung. Anpassung, Unterordnung, Gehorsam und Autoritätsglaube wurden als gesellschaftlich akzeptierte Umgangsformen vorgeführt. Außerdem finden sich in den betroffenen Publikationen oft patriotische bis militaristische Einschläge. Manfred Ritthammer fasst die Folgen der Vermittlung eines einseitigen und naiv-angepassten Weltbildes folgendermaßen zusammen: *„Die Jugend war zur Weltkriegskatastrophe systematisch ‚erzogen‘ worden, indem ursprünglich hohe moralische Grundsätze radikal ausgelebt wurden.“*¹⁵¹

Ein weiterer inhaltlicher Schwerpunkt findet sich in der Vermittlung von religiösen Inhalten. So überrascht es auch nicht, dass römisch-katholisch geprägte Publikationen wie etwa „Das kleine Ave Maria“, herausgegeben um 1900 vom Dombauverein Linz, mit einer Auflage von 25000 Exemplaren eine ungewöhnlich weite Verbreitung fanden. Bei der Wissensvermittlung lag der Fokus klar auf geografische Fakten und historischen Ereignissen im Sinne eines kanonisierten Geschichtsbildes. Unterhaltungstechnisch beschränkten sich diese frühen Kinder- und Jugendzeitschriften auf die Wiedergabe von Anekdoten, fiktiven Kurzgeschichten, Rätseln und Witzen, die aber eher schmückendes Beiwerk als Leitmotiv darstellten.¹⁵²

Ein wesentlicher Unterschied zwischen den Kinder- und Jugendzeitschriften des 19. und jenen des beginnenden 20. Jahrhunderts liegt darin begründet, dass es durch eine Konsolidierung des Schulwesens zu einer weitreichenden Versorgung mit Schulbüchern gekommen war. Den Jugendpublikationen kam damit eine ihrer Kernaufgaben abhanden, nämlich die Vermittlung von Sachwissen in Begleitung zum Schulunterricht. Die Folge war

¹⁵⁰ Vgl.: Kleedorfer, Jutta: „Kinder- und Jugendzeitschriften in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts.“ In: Ewers, Hans-Heino und Seibert, Ernst [Hrsg.]: „Geschichte der österreichischen Kinder- und Jugendliteratur von 1800 bis zur Gegenwart.“ Wien, 1997. S. 68f.

¹⁵¹ Ritthammer, Manfred: „Die deutschsprachigen Kinder- und Jugendzeitschriften der vor- und nachrevolutionären Epoche.“ Wien, 1989. S. 86

¹⁵² Vgl.: Kleedorfer, Jutta: „Kinder- und Jugendzeitschriften in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts.“ In: Ewers, Hans-Heino und Seibert, Ernst [Hrsg.]: „Geschichte der österreichischen Kinder- und Jugendliteratur von 1800 bis zur Gegenwart.“ Wien, 1997. S. 69-73

eine Verschiebung von lehrstoffvermittelnden zu zunehmend ergänzenden und meinungsbildenden Inhalten. Auch eine zurückhaltende politische Berichterstattung lässt sich hier verorten, auch wenn Kernfragen wie soziale Themen weitestgehend ausgeklammert wurden. Das doppelte Konkurrenzverhältnis zu Schulbüchern einerseits und anderen Jugendpublikationen andererseits hatte die Folge, dass sich Jugendzeitschriften durch eine zielgruppenspezifische Sprachwahl und Präsentation der einzelnen Beiträge in vielen kleinen Texten abzugrenzen versuchten. Die hohe Dichte an militaristischen Darstellungen muss nicht unbedingt als Maßnahme zur Kriegsvorbereitung gesehen werden, sondern kann auch durchaus in der Hoffnung der VerlegerInnen und AutorInnen begründet sein, den Absatz zu steigern. Der in Abgrenzung zu seiner heutigen Bedeutung stehende Faktor der Aktualität in Bezug auf Zeitschriften machte Kinder- und Jugendzeitschriften zu Beginn des 20. Jahrhunderts zu sehr langlebigen Produkten: Ganze Jahrgänge lagen in gebundener Form vor und wurden auch noch Jahre nach ihrem ursprünglichen Erscheinen gelesen.¹⁵³

Werner Wintersteiner charakterisiert die Rolle österreichischer Kinder- und Jugendzeitschriften bei der Mobilisierung zur Kriegsteilnahme als eine fatale:

„Auch wenn die Jugendzeitschriften nicht in ihrer Gesamtheit als militaristisch oder kriegshetzerisch zu bezeichnen sind, so haben sie doch beigetragen, diese Kriegsbereitschaft zu fördern; durch das, was sie verschwiegen haben, mindestens ebenso wie durch das, was sie propagiert haben. Sie lieferten Informationen, aber sie informierten nicht, sie nutzten den Aufbruch der Jugend, aber sie nutzten diesem Aufbruch nicht, sie griffen Neues auf, aber in altmodischer Weise. Sie vermittelten Gesinnung, aber kein Wissen, sie brachten Details, aber keine Zusammenhänge, sie gaben eine Weltsicht vor, aber zeichneten kein Weltbild. Sie schworen eine unreif gehaltene Jugend auf ein sterbendes Reich ein.“¹⁵⁴

¹⁵³ , Werner: „Imperialismus mit Herz. Österreichische Jugendzeitschriften am Vorabend des 1. Weltkriegs.“ In Ewers, Hans-Heino und Seibert, Ernst [Hrsg.]: „Geschichte der österreichischen Kinder- und Jugendliteratur von 1800 bis zur Gegenwart.“ Wien, 1997. S. 76f.

¹⁵⁴ Ebenda. S. 83

4.0 Empirische Untersuchung

4.1 Daten zum Materialobjekt „Jung-Österreich“

Die Zeitschrift „Jung-Österreich“ erschien im gleichnamigen Verlag Jung-Österreich, Neustiftgasse 54, 1070 Wien, zwischen Januar 1916 und Januar 1919 anfangs alle zwei Monate, dann in unregelmäßigen Abständen monatlich bis zweimonatlich in einem Umfang von jeweils 40 Seiten und zum Preis von 40 Hellern. Ihr Herausgeber war Paul Kaltschmid, der während des Ersten Weltkrieges zudem Hauptmann der 10. Kompanie des oberösterreichischen Infanterie-Regiments „Ernst Ludwig Großherzog von Hessen und bei Rhein“ Nr. 14 war. Neben der Zeitschrift „Jung-Österreich“ fungierte Paul Kaltschmid zudem 1915 als Herausgeber von „Kriegsgeschichten!“¹⁵⁵, eines Sammelbandes von militärischen Geschichten für Kinder und Jugendliche, und ab 1917 ebenfalls als Herausgeber der Zeitschrift „Austria: związkowe pismo austriackich skautów“¹⁵⁶, die sich mit den Aktivitäten der österreichischen Pfadfinder in polnischer Sprache auseinandersetzte. Nach dem Ende des Ersten Weltkrieges tritt Paul Kaltschmid weder als Herausgeber noch als Autor erneut in Erscheinung.

Die Schriftleiter kamen durchgängig aus dem pädagogischen oder akademischen Bereich, unter ihnen Prof. Dr. Karl Beer, Bürgerschullehrer Franz Breunlich, Prof. Dr. Egid Filet von Mittinghausen, Prof. Gustav Mauler, Volksschul- und Hortdirektor Oskar Staudigl sowie Prof. Hans Wagner, von denen allesamt weitere Beiträge in unterschiedlichen pädagogischen Zeitschriften aus dieser Zeit zu finden sind, bevorzugt in Druckwerken des k.u.k. Schulbücherverlages. Als Förderer und Unterstützer der Zeitschrift werden das k.u.k.-Armeeoberkommando, das Ministerium für öffentliche Arbeiten, das Eisenbahnministerium, das Handelsministerium und das Ministerium für Landesverteidigung angegeben.

Hintergrund der Gründung der Zeitschrift „Jung-Österreich“ war eine Initiative von Friedrich Robert Freiherr von Georgi, Minister der k.u.k.-Landwehr bis Sommer 1917, der bereits im Juni 1915 einen Aufruf zur militärischen Jugendvorbereitung initiiert hatte. Die „Jung-Österreich“-Bewegung verstand sich als dessen Umsetzung in die Praxis:

¹⁵⁵ Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Kriegsgeschichten!“ Wien, 1915

¹⁵⁶ Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Austria: związkowe pismo austriackich skautów.“ Wien, 1917

„Die Jung-Österreich-Bewegung ist die Ausbrut des edlen Willens der Jugend, dem Vaterland so bald als möglich zu dienen, sich als heranreifende Männer zu ihm zu bekennen, Leib und Seele zu stärken, damit sie einstens, wenn es nottut, die geliebte Heimat mit den Waffen verteidigen können.“¹⁵⁷

Aus diesem Selbstverständnis ergibt sich eine Zielgruppe von vorwiegend männlichen Jugendlichen. Außerdem war die Zeitschrift „Jung-Österreich“ in ihrer Distribution räumlich stark auf Niederösterreich und Wien begrenzt. „Jung-Österreich“ verstand sich selbst nicht als fester Verein, sondern eher als eine offene Bewegung, die männliche Jugendliche versammelte und gemeinsam mit ihnen auch paramilitärische Übungen durchführte. Die Zeitschrift lieferte einen Begleittext zu diesen Übungen im Gelände, die sich mit den erklärten Teilzielen Marschieren, Schießen und Zurechtfinden im Gelände beschäftigten.¹⁵⁸ Von 1917 bis 1918 war „Jung-Österreich“ außerdem die offizielle Bundeszeitschrift der damals noch sehr jungen Organisation der Österreichischen Pfadfinder, deren Anliegen pro Ausgabe auf etwa acht Seiten gesondert behandelt wurden.

4.2 Empirisches Instrumentarium

Ziel der empirischen Untersuchung war die Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellung, wie sie weiter oben bereits dargestellt wurde. Aus Gründen der Übersicht sei an dieser Stelle noch einmal näher auf sie hingewiesen:

In welcher Beziehung steht Kriegspropaganda zu einer möglichen veränderten medialen Repräsentation der primären Lebenswelt von Jugendlichen? Wie werden alltägliche Lebensbereiche von Jugendlichen in der Jugendzeitschrift „Jung-Österreich“ zwischen 1916 und 1918 thematisiert? Welche indirekten Bezüge zum gleichzeitig stattgefundenen Ersten Weltkrieg werden in diesen Beiträgen hergestellt? Wie sind diese beschaffen?

Zur empirischen Bearbeitung des Materialobjekts aus der Perspektive des theoretischen Bezugsrahmens wurde eine qualitative Inhaltsanalyse der Ausgaben der Jugendzeitschrift „Jung-Österreich“ zwischen Januar 1916 und Oktober 1918 durchgeführt (Vollerhebung). Die

¹⁵⁷ Kaltschmid, Paul: „Jung Österreich im Jahre 1917. Von Hauptmann Paul Kaltschmid.“ In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung-Österreich.“ Jg. 1917, Heft 1, Wien, 1917. S. 1

¹⁵⁸ Vgl.: Ebenda. S. 2f.

zu analysierenden Texteinheiten wurden dabei auf jene redaktionellen Beiträge, die die Welt in aktueller Reichweite und die Zone der primären Relevanz von männlichen Jugendlichen im Erscheinungszeitraum beschreiben (induktive Kategorienbildung), beschränkt.

Als primäres Analysemodell wurde die zusammenfassende Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring gewählt, deren Ziel es ist, *„das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben [und] durch Abstraktion einen überschaubaren Corpus zu schaffen, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist“*.¹⁵⁹

Schwachpunkt dieses Analysemodells ist wie bei allen induktiven Verfahren die relativ geringe Reichweite, mit der Aussagen auf Basis des Analysematerials getätigt werden können.¹⁶⁰ In diesem konkreten Fall beschränkt sie sich auf Jugendzeitschriften, die sich zwischen Januar 1916 und Oktober 1918 an vorrangig männliche Kinder und Jugendliche im Raum Wien richteten.

In einem ersten Schritt wurden die relevanten Beschreibungen von alltäglichen Situationen, Handlungen und Orten identifiziert, isoliert und paraphrasiert (Paraphrasierung der inhaltstragenden Textstellen). In einem zweiten Schritt wurde die Kontextualisierung eben jener alltäglichen Erfahrungen behandelt und weiter paraphrasiert (Generalisierung der Paraphrasen unter dem angestrebten Abstraktionsniveau). Es folgte schließlich eine weitere Reduktion des Inhalts der einzelnen Analyseeinheiten sowie abschließend die Zusammenfassung der somit gewonnenen Textaussagen in einem im Laufe der Untersuchung sukzessive erweiterten Merkmalkatalog von qualitativen Beschreibungen des jugendlichen Alltags während des Ersten Weltkrieges, der schlussendlich die Grundlage für die Beantwortung der weiter oben angeführten forschungsleitenden Fragestellung bildete (Reduktion und Zusammenfassung der Textaussagen als Kategoriensystem). Einen schematischen Überblick über diesen Teil des Forschungsprozesses bietet das Ablaufmodell der zusammenfassenden Inhaltsanalyse nach Mayring weiter unten (Abbildung 9).

Um die Transparenz des wissenschaftlichen Forschungsprozesses zu gewährleisten, seien an dieser Stelle die Kriterien, nach denen die einzelnen Reduktions- und Abstraktionsschritte gesetzt wurden, genannt:

- Paraphrasierung: Streichung aller nicht inhaltstragenden Textbestandteile, Übersetzung der inhaltstragenden Textstellen auf eine einheitliche Sprachebene sowie Transformation auf eine grammatikalische Kurzform

¹⁵⁹ Mayring, Philipp: „Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken.“ Weinheim, 2010. S. 65

¹⁶⁰ Vgl.: Diaz-Bone, Rainer und Weischer, Christoph [Hrsg.]: „Methoden-Lexikon für die Sozialwissenschaften.“ Wiesbaden, 2015: S. 189

- Generalisierung: Generalisierung der einzelnen Paraphrasen und Satzaussagen auf ein einheitliches Niveau
- Reduktion: Streichung bedeutungsgleicher Paraphrasen innerhalb der Analyseeinheit, Zusammenfassung gleicher oder ähnlicher Paraphrasen (Bündelung) sowie Zusammenfassung von Paraphrasen mit mehreren Aussagen zu einer Satzaussage (Konstruktion/Integration)¹⁶¹

Im letzten Schritt des qualitativen Forschungsprozesses wurden die einzelnen redaktionellen Beiträge auf mögliche Verhaltensaufforderungen an das jugendliche Zielpublikum untersucht. Dazu zählten auch als erwünscht dargestellte Handlungsanweisungen und Tugenden. Diese Elemente wurden vom eigentlichen Text isoliert und in einem prozedural generierten Kategorienschema zusammengefasst.

Ergänzend zu diesem qualitativ geprägten Forschungsablauf wurden zur besseren Darstellung und Charakterisierung des Materialobjektes auch einige quantitative Daten erhoben. Dazu zählen die Art des Kriegsbezuges, die Einordnung des Themas der jeweiligen Texteinheit in eine der von Alfred Schütz definierten Lebenswelten sowie letztendlich die Zuweisung eines oder mehrerer in der „Lehre des gerechten Krieges“ vorgeschlagenen Themen, sofern dies natürlich zutreffend war. Ziel dieser begleitenden quantitativen Analyse war es, einen Eindruck davon zu vermitteln, wie stark die Themen Erster Weltkrieg und der jugendliche Alltag in „Jung-Österreich“ repräsentiert sind.

Die Operationalisierung der einzelnen Kategorien dieser quantitativen Erhebung sowie das für die Analyse verwendete Codebuch finden sich weiter unten im Anhang. Aus Gründen der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit wurden die analysierten Texteinheiten mit Kennzahlen in aufsteigender Reihenfolge versehen. Eine genaue Aufschlüsselung nach Erscheinungsdatum der Ausgabe, Seitenverweis, Titel und – sofern vorhanden – Namen des Autors des jeweiligen Beitrags findet sich ebenfalls weiter unten im Anhang.

Der Pretest des empirischen Instrumentariums vor der eigentlichen Untersuchung erfolgte an fünf redaktionellen Beiträgen der Ausgabe Jänner/Februar 1916 der Jugendzeitschrift „Jung-Österreich“. Dabei zeigten sich im Rahmen der qualitativen Untersuchung aufgrund der ausgeprägten Textmenge Komplikationen bei der Reduktion des Materials, weshalb bei der eigentlichen Untersuchung die Reduktionsschritte von ursprünglich drei auf zwei verringert wurden. Dies geschah auch im Sinne von Philipp Mayrings Anleitung zur zusammenfassenden Inhaltsanalyse (siehe: Abbildung 9).

¹⁶¹ Vgl.: Mayring, Philipp: „Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken.“ Weinheim, 2010. S. 70

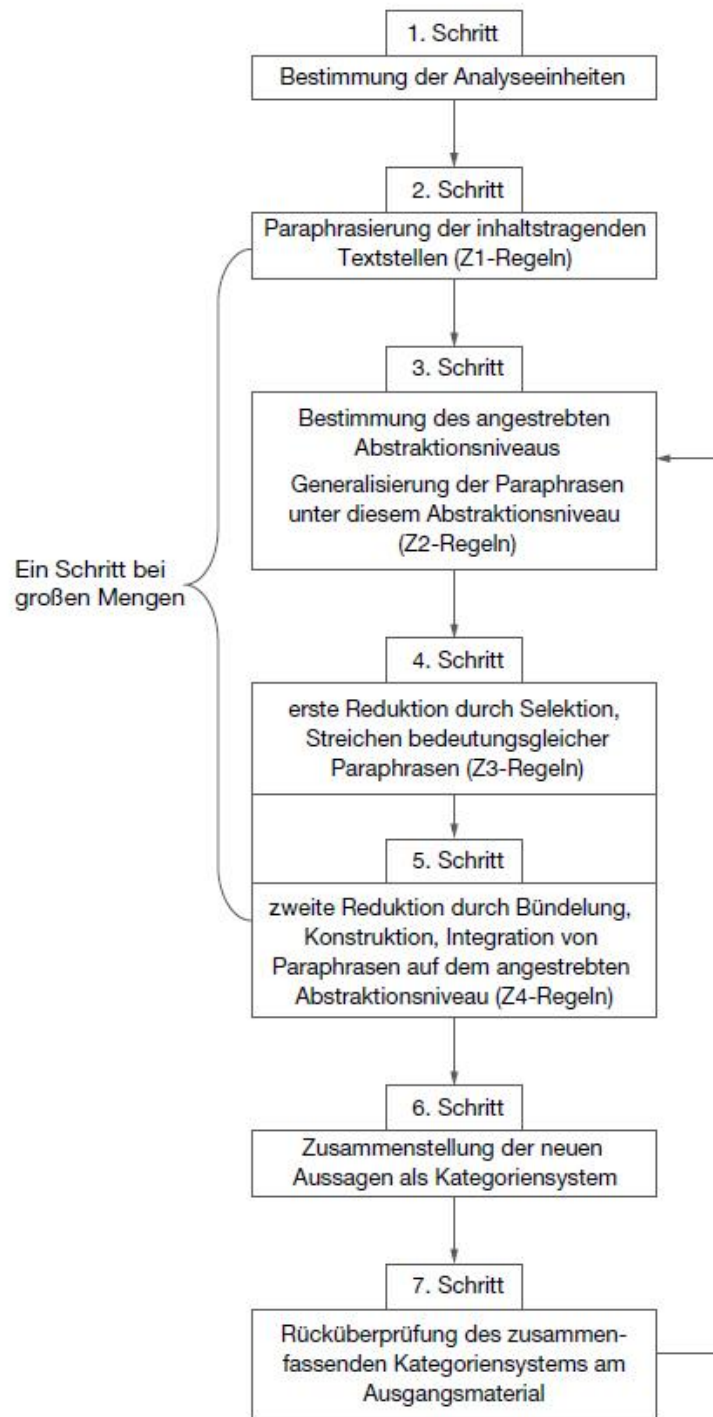


Abbildung 9: Ablaufmodell der zusammenfassenden Inhaltsanalyse nach Mayring.¹⁶²

¹⁶² Mayring, Philipp: „Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken.“ Weinheim, 2010: S. 68

4.3 Ergebnisse der empirischen Untersuchung

4.3.1 Strukturelle Ergebnisse

Grundlage der durchgeführten Inhaltsanalyse waren alle redaktionellen Beiträge der Zeitschrift „Jung-Österreich“ von ihrer Gründung im Januar 1916 bis zur letzten während des Ersten Weltkrieges produzierten Ausgabe im Oktober 1918. Insgesamt wurden so 204 Texteinheiten untersucht. Bevor in weiterer Folge auf die Ergebnisse der qualitativen Erhebung eingegangen wird, sollen hier noch einige Daten zur strukturellen Beschaffenheit wie der Gewichtung der Themenauswahl und der Entwicklung einiger ausgesuchter Merkmale im Laufe der Kriegsjahre veranschaulicht werden.

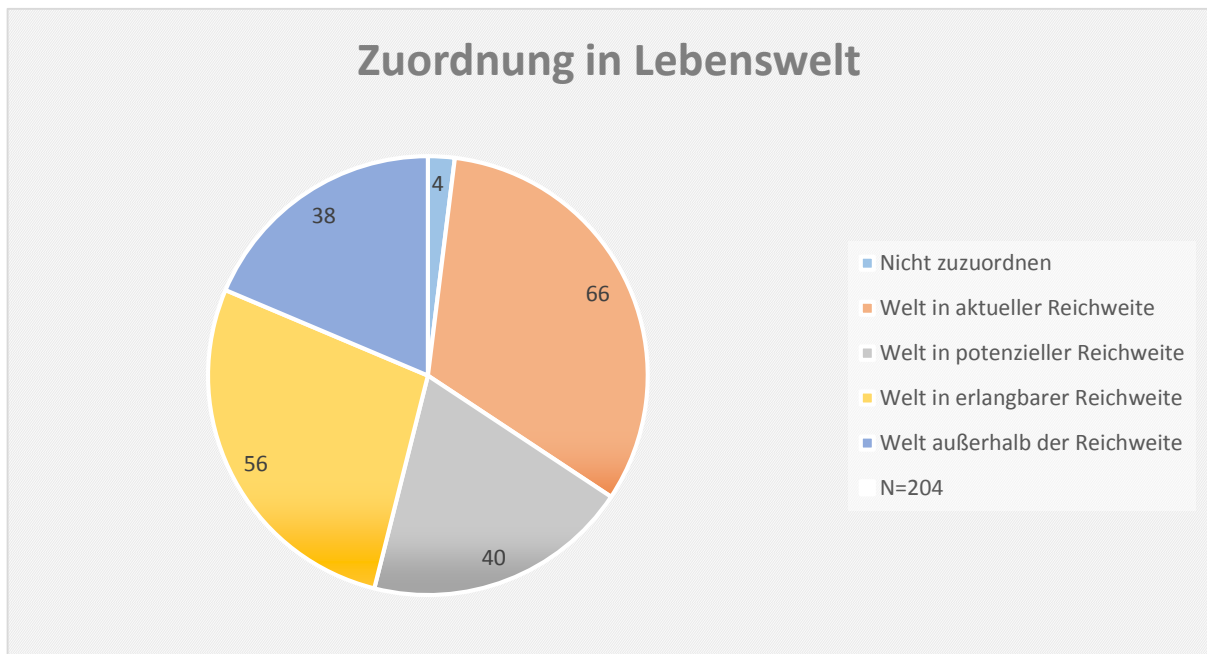


Abbildung 10: Verteilung der Thematisierung verschiedener Lebenswelten in „Jung-Österreich“.

Die Autorenschaft von „Jung-Österreich“ lag fest in männlicher Hand: Unter den 204 analysierten Texteinheiten fand sich lediglich eine einzige, die namentlich einer weiblichen Autorin zugeordnet werden konnte – und selbst diese bewegt sich in einem nicht eindeutigem Graubereich zwischen redaktionellen Beitrag und Leserbrief. Die also de facto ausschließlich männlichen Autoren von „Jung-Österreich“ hatten zum überwiegenden Teil einen entweder pädagogischen oder militärischen Hintergrund. Weniger eindeutig ist die Frage der angestrebten Zielgruppe zu beantworten, auch wenn es hier durchaus eindeutige Tendenzen

zu erkennen gibt: Als Zielpublikum wurden vorrangig männliche Kinder und Jugendliche definiert. Trotzdem wurden in einigen wenigen Beiträgen auch gezielt Mädchen und junge Frauen angesprochen, was sich auch in der Formulierung der direkten Anrede widerspiegelt. In Anlehnung an die Theorie der Lebenswelt nach Alfred Schütz, wie sie weiter oben vorgestellt wurde, lassen sich folgende Aussagen zur Verteilung der Thematisierung verschiedener Lebenswelten von Jugendlichen während des Ersten Weltkrieges treffen (siehe: Abbildung 10): Thematisch befassen sich rund 32% der analysierten Texteinheiten mit der Welt in aktueller Reichweite, rund 20% mit der Welt in potenzieller Reichweite, rund 27% mit der Welt in erlangbarer Reichweite und rund 19% mit der Welt außerhalb der Reichweite von Jugendlichen (rund 2% waren nicht eindeutig zuzuordnen). Eine knappe Mehrheit, nämlich 52% der Beiträge, bezieht sich also auf jene Relevanzzonen Jugendlicher, in denen sie die Möglichkeit haben, routiniert zu handeln und zumindest potenziell Veränderungen vorzunehmen. Das bedeutet auch, dass sich die Mehrheit der Beiträge mit gegenwärtigen Themen befasst und faktische Inhalte Vorrang vor fiktiven haben. Der Alltag von Jugendlichen ist somit ein wiederkehrendes und bestimmendes Motiv in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“.

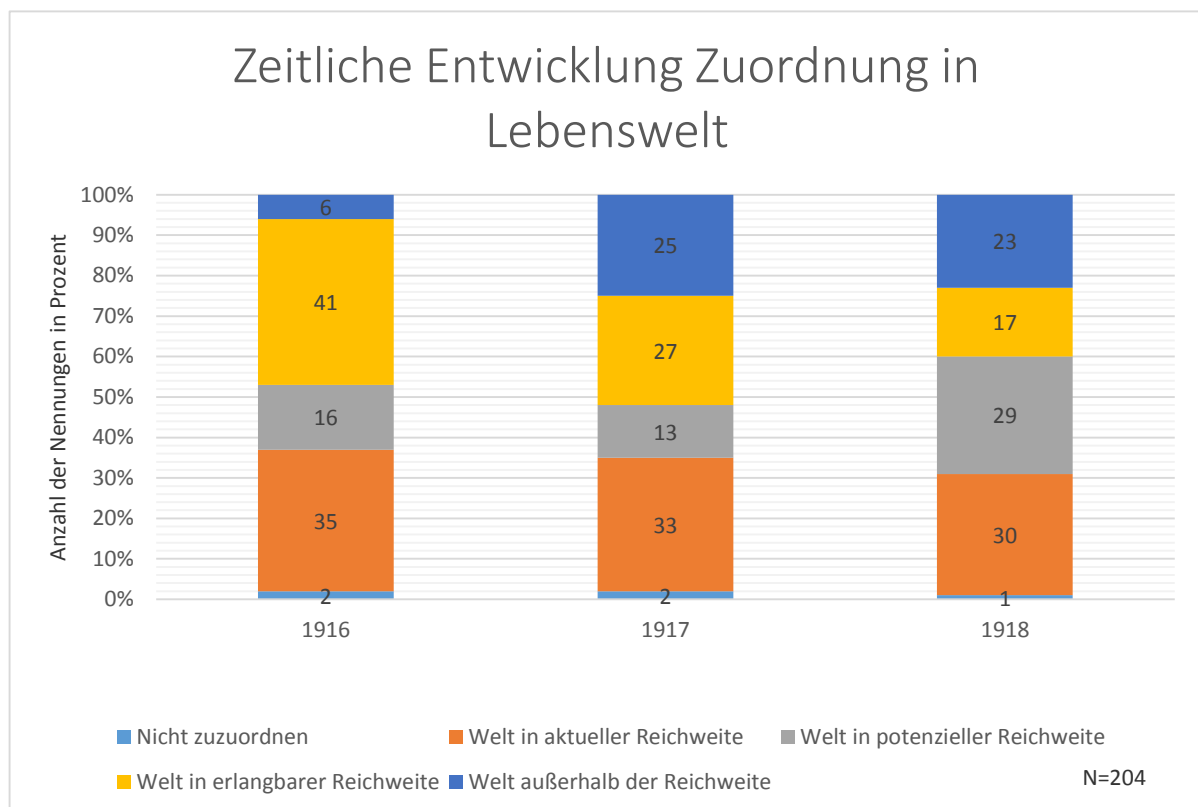


Abbildung 11: Zeitliche Entwicklung der Thematisierung verschiedener Lebenswelten in „Jung-Österreich“.

Im zeitlichen Verlauf von 1916 bis 1918 bleibt die inhaltliche Gewichtung zwischen Alltag und Nicht-Alltag im Wesentlichen gleich (siehe: Abbildung 11): Die Anzahl der Beiträge über die Welt in aktueller Reichweite bleibt de facto unverändert. Im Bereich der Welt in potenzieller Reichweite kommt es im letzten Kriegsjahr 1918 zu einer Häufung und im Bereich der Welt in erlangbarer Reichweite kommt es im Kriegsverlauf zu einer Verschiebung zugunsten von Berichten über die Welt außerhalb der Reichweite. Der Grund dafür ist eine verstärkte Zuwendung hin zu fiktiven und historischen Inhalten und weg von der Berichterstattung über die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen der Kampfhandlungen des Ersten Weltkrieges auf jugendliche Lebenswelten ab dem zweiten Halbjahr 1918.

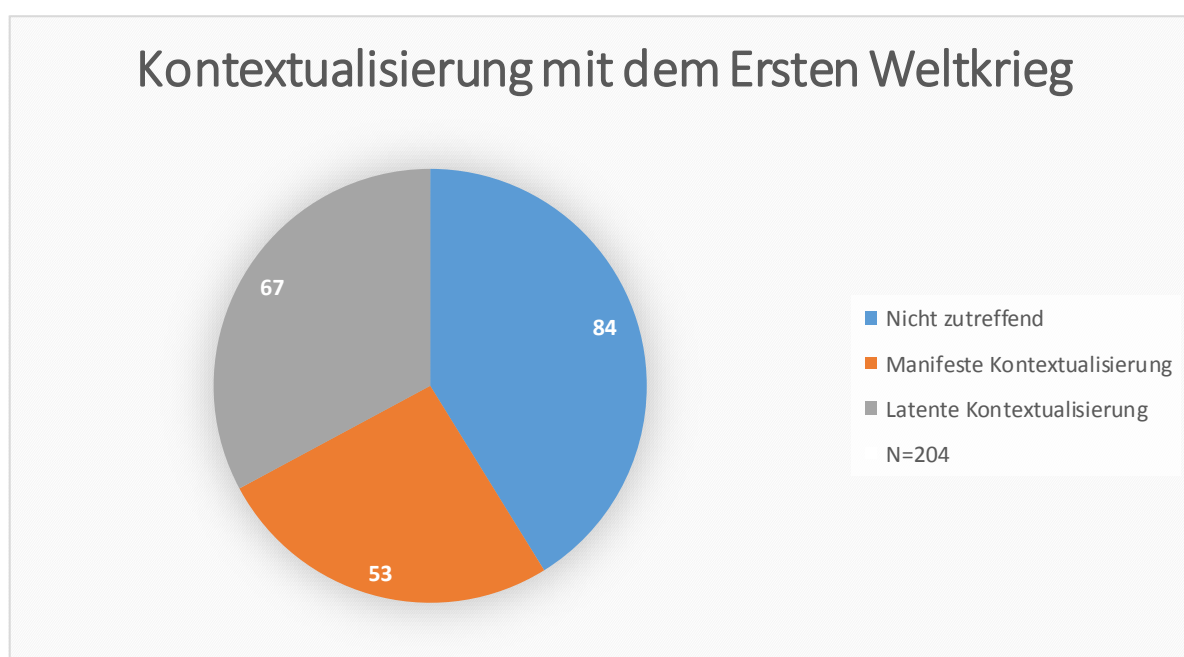


Abbildung 12: Häufung von Texteinheiten mit manifestem oder latentem Bezug zum Ersten Weltkrieg in „Jung-Österreich“.

Die Berichterstattung und die Bezugnahme zum Ersten Weltkrieg nehmen in der redaktionellen Arbeit von „Jung-Österreich“ eine besonders stark ausgeprägte Rolle ein (siehe: Abbildung 12): Rund 26% der redaktionellen Beiträge zwischen Januar 1916 und Oktober 1918 weisen einen manifesten Kriegsbezug auf, das heißt sie weisen direkt auf die kämpferischen Auseinandersetzungen des Ersten Weltkrieges an den verschiedenen Fronten und den Alltag der Soldaten hin. Noch stärker ausgeprägt sind die latenten Verweise, also die Berichterstattung über indirekte Auswirkungen des Kriegszustandes auf die jugendliche Bevölkerung: Rund 33% der analysierten Beiträge machen die Auswirkungen des Ersten Weltkrieges auf den jugendlichen Alltag zum Thema. Mit rund 59% der Artikel ist die

zumindest latente Kontextualisierung von Krieg und jugendlichem Alltag ein die Berichterstattung von „Jung-Österreich“ beherrschendes Thema. Bemerkenswert daran ist, dass im Bereich der manifesten Kriegsverweise das Leben der Frontsoldaten oft als routiniert und alltäglich dargestellt wird, während im Bereich der latenten Kriegsverweise der jugendliche Alltag oft militarisiert und auf diese Art außer Kraft gesetzt wird. Auf die qualitative Beschaffenheit der Repräsentation des Alltags in „Jung-Österreich“ soll aber weiter unten noch genauer eingegangen werden.

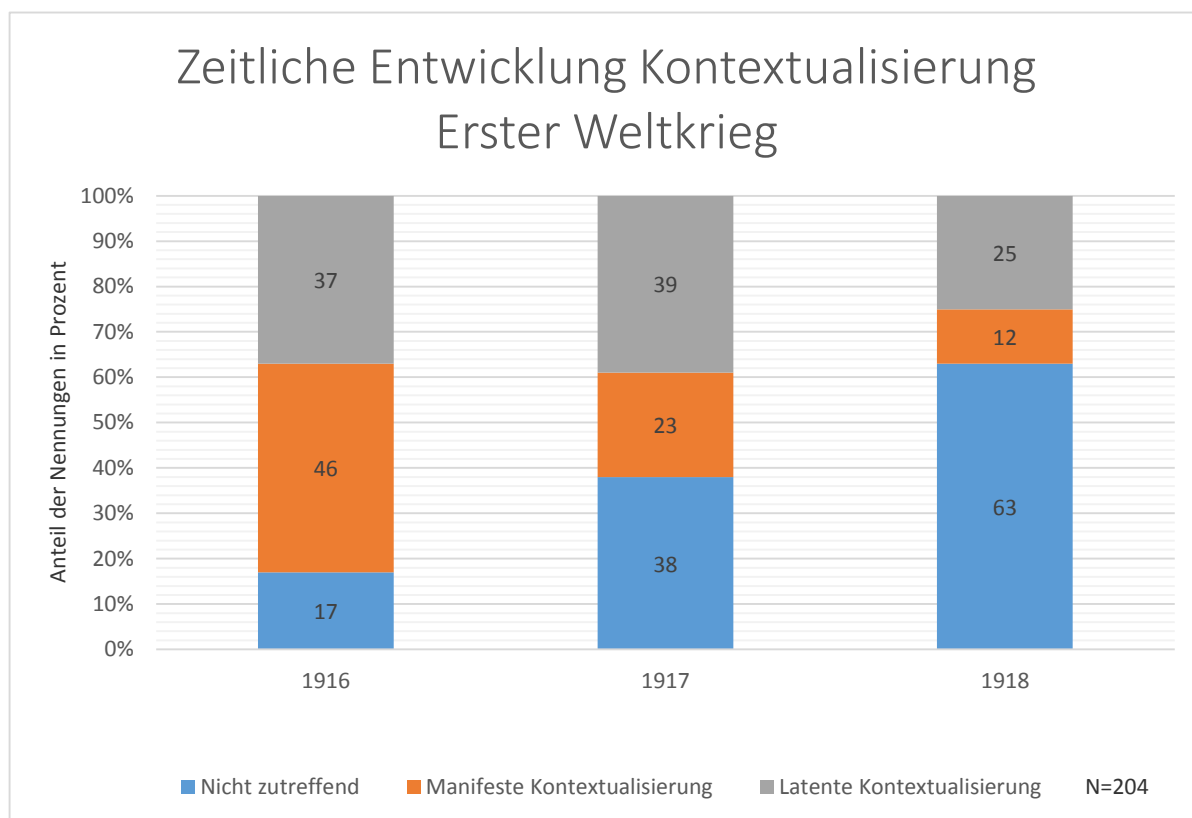


Abbildung 13: Zeitliche Entwicklung der Bezugnahme auf den Ersten Weltkrieg in „Jung-Österreich“.

Interessant ist auch die zeitliche Entwicklung der Bezugnahme auf den Ersten Weltkrieg in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“ in den Jahren von 1916 bis 1918 (siehe: Abbildung 13): 1916 weisen noch rund 46% der Berichte einen manifesten, rund 37% einen latenten Verweis auf den Ersten Weltkrieg auf. Besonders bei der Aufnahme ihrer Tätigkeit waren die Redakteure von „Jung-Österreich“ also sehr stark darauf bedacht, dem Krieg die Themenhoheit in der Berichterstattung einzuräumen. 1917 weist mit rund 62% zwar noch eine klare Mehrheit der Beiträge zumindest einen latenten Bezug zum Krieg auf, gegenüber dem Vorjahr mit rund 83% bedeutet dies aber einen klaren Rückgang. Diese Entwicklung kulminiert schließlich im letzten Kriegsjahr: 1918 befassen sich nur noch rund 12% der redaktionellen Beiträge direkt mit den kämpferischen Auseinandersetzungen, die

Auswirkungen des Krieges auf die Zivilgesellschaft werden nur noch in rund 25% der analysierten Texteinheiten erwähnt. Mit rund 63% Anteil an der Berichterstattung haben kriegsfremde Beiträge wie fiktive Geschichten und Portraits von historischen Persönlichkeiten die Themenhoheit übernommen. Diese Entwicklung veranschaulicht quantitativ eine gewisse „Kriegsmüdigkeit“ mit zunehmend ungünstigem Verlauf des Ersten Weltkrieges. Mit der zunehmenden Dauer des Konfliktes und der Verschlechterung der militärischen und wirtschaftlichen Situation sinkt auch die Bereitschaft der Redakteure von „Jung-Österreich“, diese Entwicklungen zu thematisieren – sei es in einem positiven oder negativen Licht.

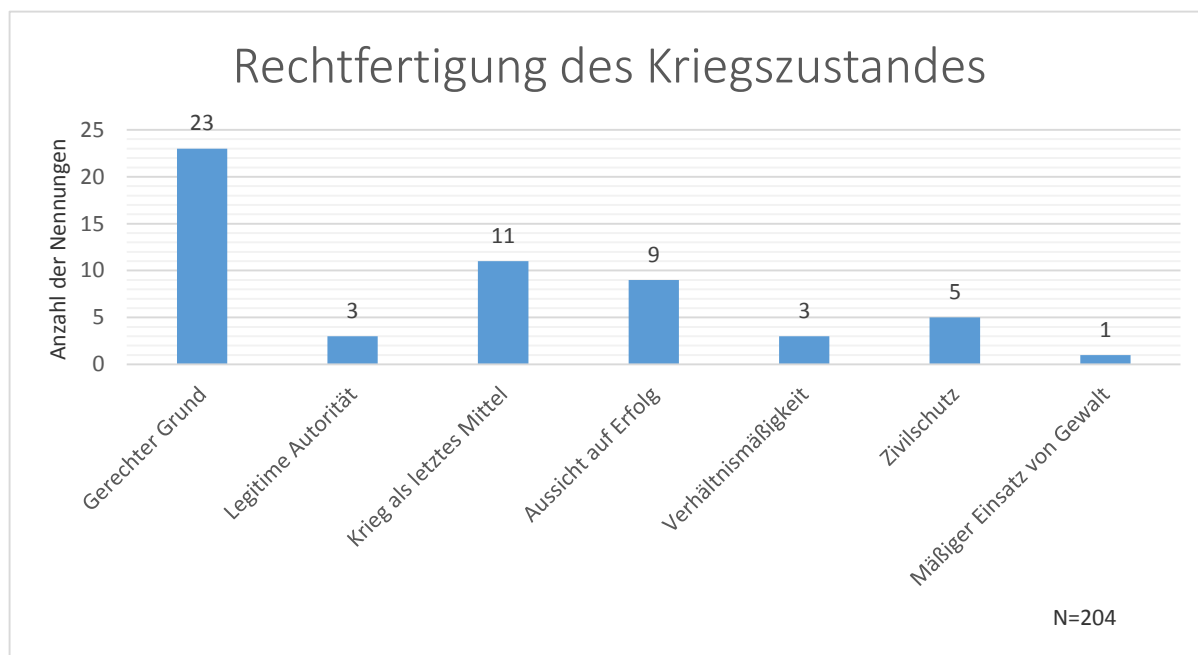


Abbildung 14: Häufigkeit der Rechtfertigung des Kriegszustandes nach Merkmalen der „Lehre des gerechten Krieges“ in „Jung-Österreich“.

Die moralische Rechtfertigung des Kriegszustandes nimmt in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“ eine eher untergeordnete Rolle ein. Trotzdem sei an dieser Stelle zumindest kurz auf die drei häufigsten Merkmale eingegangen (siehe: Abbildung 14): Von den in der „Lehre des gerechten Krieges“ vorgeschlagenen Merkmalen ist jenes des „Gerechten Grundes“ – also die Betonung der Notwendigkeit des Krieges als Antwort auf eine externe Bedrohung – noch am häufigsten vertreten, auch wenn der Anteil von rund 11% an der Gesamtberichterstattung doch eher gering ist. Dies ist konsistent mit der Behauptung, den „Krieg als letztes Mittel“ genützt zu haben, nachdem alle diplomatischen Bemühungen, den Konflikt friedlich beizulegen, gescheitert waren (rund 5%). Am dritthäufigsten vertreten ist das Narrativ, eine realistische Aussicht auf Erfolg zu haben (rund 4%), was sich in Durchhalteparolen und Heilsversprechen nach Ende des Konfliktes niederschlägt. Die Anzahl

der Nennungen der restlichen Merkmale aus der „Lehre des gerechten Krieges“ ist vernachlässigbar.

Die offensichtlich relativ niedrige Priorität, die in „Jung-Österreich“ der moralischen Rechtfertigung für den Ersten Weltkrieg beigemessen wird, kann vielleicht damit erklärt werden, dass die Zeitschrift erst ab dem Januar 1916 erschienen ist und bis dahin die Gründe für den Ausbruch des Konfliktes nicht mehr so stark hinterfragt wurden wie etwa zu Beginn in den Jahren 1914 und 1915. So kann nur die Vermutung angestellt werden, dass mit zunehmender Dauer des Ersten Weltkrieges die Frage, wie der Krieg verlief, bedeutsamer wurde als die Frage, warum er überhaupt stattfand.

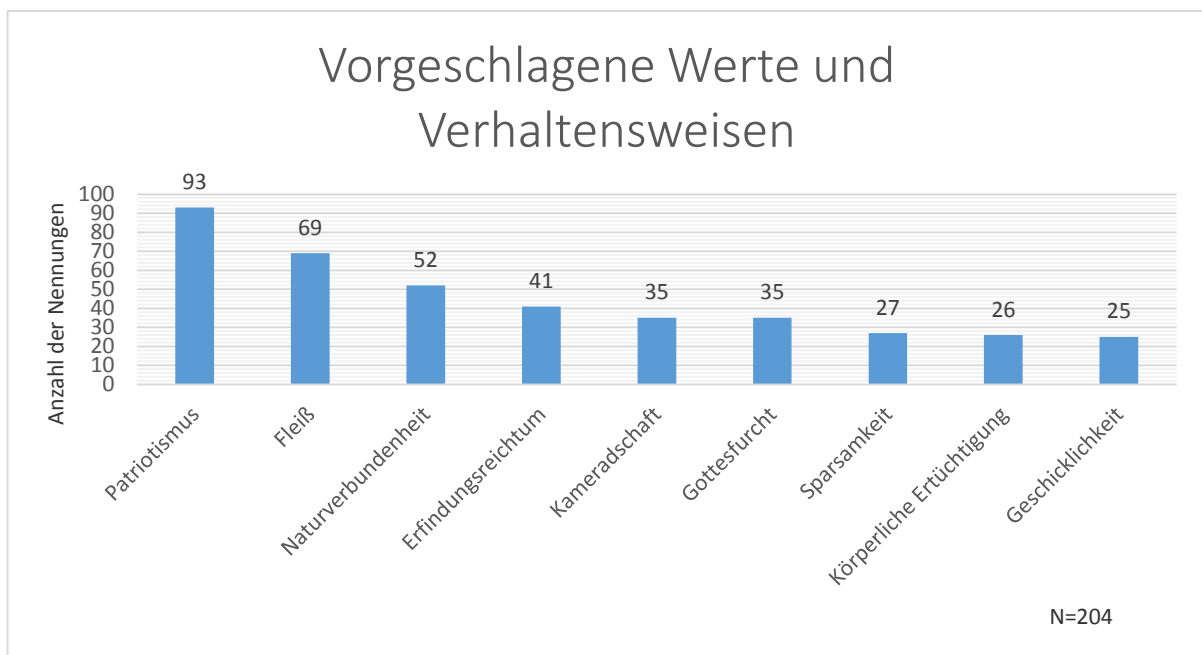


Abbildung 15: Häufigkeit der neun am öftesten vorgeschlagenen Werte und Verhaltensweisen in „Jung-Österreich“.

Im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse wurde auch ein Katalog der in „Jung-Österreich“ als erwünscht dargestellten Werte und Verhaltensweisen erstellt (siehe: Abbildung 15). Mit einem Gesamtanteil von rund 46% an der Berichterstattung ist der Wert „Patriotismus“ dabei besonders oft vertreten. Patriotismus wird in „Jung-Österreich“ als fast bedingungsloses Bekenntnis zur österreichisch-ungarischen Monarchie verstanden und wird oft durch die Betonung von Gemeinsamkeiten und in Abgrenzung von anderen Nationen konstruiert. Der Begriff des „Vaterlandes“ bzw. der „Vaterlandsliebe“ spielt dabei eine große Rolle. Besonders häufig wird der Wert „Patriotismus“ mit militärischen Heldentaten gleichgesetzt: Die detaillierten Beschreibungen von diversen Gefechten der österreichisch-ungarischen Armee stammen teilweise von Kombattanten selbst bzw. geben sie vor, von Kombattanten selbst zu stammen, und betonen die Liebe zum Vaterland als Motivation für ihr Handeln.

Aber auch Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der Kriegswirtschaft wie das Zeichnen von Kriegsanleihen oder die Beteiligung an der Nesselernste werden mit diesem Wert verbunden. Historische Beiträge, etwa über Prinz Eugen von Savoyen, die Zweite Wiener Türkenbelagerung, die Geschichte der Habsburger oder Österreichs Brauchtum und kulturelles Erbe, befeuern den Nationalstolz und unterstreichen immer wieder die Wichtigkeit, Österreich-Ungarn gegen seine Feinde im Ausland zu verteidigen.

Der Wert „Fleiß“ (Gesamtanteil an der Berichterstattung: rund 34%) bezieht sich vordergründig auf ökonomische Bedürfnisse: Die bereits weiter oben erwähnte Nesselernste war etwa eine Möglichkeit für Jugendliche, die 1916 bereits angeschlagene Kriegswirtschaft zu unterstützen. Daneben werden den LeserInnen noch das Anlegen von Kriegsgärten, das Sammeln von Metall und das Aneignen von Fähigkeiten wie der Orientierung im Gelände, den Umgang mit Schusswaffen oder der militärischen Marschordnung nahegelegt. Gleichzeitig bezieht sich der Wert „Fleiß“ aber auch auf Belange der Bildung: So wird an mehreren Stellen dem Abschluss der Schulbildung sowie dem Erlernen eines Berufes Vorrang gegenüber dem Antreten des Militärdienstes eingeräumt. Betont wird der Wert „Fleiß“ besonders häufig in fiktiven Geschichten, die im Mittelalter angesiedelt sind und entweder den Wert des Handwerks unterstreichen oder Fleiß als ritterliche Tugend hochhalten.

„Naturverbundenheit“ ist mit einem Gesamtanteil von rund 25% an der Berichterstattung der am dritthäufigsten vermittelte Wert. Die österreichische Landschaft mit ihren Bergen und Flüssen wird als essenzieller Teil der österreichisch-ungarischen Identität dargestellt. Besonders Aktivitäten im Freien wie Wandern, Bergsteigen oder Sport werden Jugendlichen wiederholt nahegelegt. Pflanzenheilkunde, der Anbau von Gemüse und Ausflüge in die Natur zu Erholungszwecken schaffen einen praktischen Nutzen im jugendlichen Alltag. In fiktiven und anekdotischen Erzählungen dient die österreichische Natur oft als Kulisse, aber auch als Gegenstand der Erzählung selbst, etwa wenn von Wanderwegen, Vogelbeobachtungen oder Jagdausflügen die Rede ist.

Der Wert „Erfindungsreichtum“ (Gesamtanteil: rund 20%) hat wiederum eine technologisch-ökonomische Komponente. Besonders häufig wird der technologische Fortschritt im Bereich der Kriegsführung thematisiert: Verschiedene Gewehrtypen, Minenwerfer, Artilleriegeschütze, Kanonenboote und die Eisenbahn im Dienste der k.u.k.-Armee sowie ihre jeweiligen Erfinder und Konstrukteure werden in ausführlichen und technisch überraschend tiefgreifenden Portraits behandelt. Gelobt wird außerdem der Erfindungsreichtum bei der Suche nach Ersatzstoffen, die durch die alliierte Seeblockade und die daraus resultierende

Isolation der Mittelmächte von kriegswichtigen Rohstoffen wie Kautschuk oder Baumwolle notwendig geworden war.

Der Wert „Kameradschaft“ (Gesamtanteil: rund 17%) steht in Abgrenzung zum Wert „Freundschaft“ und ist im Gegensatz dazu ausschließlich in einem militärischen Kontext angesiedelt. „Jung-Österreich“ beschreibt oft die Beziehung unter den einzelnen Frontsoldaten als kameradschaftlich. Dazu gehört, die wenigen an der Front verfügbaren Ressourcen miteinander zu teilen, aber auch die selbstlose Aufopferung, um das Leben eines Kameraden zu retten. Das Verhalten der k.u.k.-Armee im Ersten Weltkrieg wird ausschließlich positiv beschrieben. Emotionale Begleiterscheinungen des Einsatzes an der Front wie Angst, moralische Konflikte, Traumatisierung oder psychische Belastungsstörungen werden ausgeblendet. An ihre Stelle tritt das Lob für die gute Kameradschaft unter den Soldaten.

Ebenfalls rund 17% beträgt der Anteil des Wertes „Gottesfurcht“ an der Gesamtberichterstattung von „Jung-Österreich“ zwischen Januar 1916 und Oktober 1918. Gemeint ist damit das Bekenntnis zum römisch-katholischen Glauben. Andere Glaubensrichtungen werden in diesem Zusammenhang nicht erwähnt. Der Glaube wird als für die österreichisch-ungarische Monarchie identitätsstiftende Variable und verbindendes Element beschrieben – was nicht die Realität abbildet, da bei der Volkszählung 1910 76% der Bevölkerung Katholiken, 8,9% Protestanten, 8,7% Serbisch-Orthodoxe, 4,4% Juden und 1,3% Muslime waren. Anzumerken ist aber, dass in der österreichischen Reichshälfte, auf die „Jung-Österreich“ ausgelegt war, der Anteil von Katholiken an der Bevölkerung mit 90,9% tatsächlich sehr dominant war.¹⁶³ Besonders stark vertreten ist die Vermittlung des Wertes „Gottesfurcht“ in der Behandlung religiöser Feste wie Weihnachten und Ostern, wobei hier weniger die kirchliche Liturgie im Vordergrund steht als die Hervorhebung eines gemeinsamen, identitätsstiftenden Wertes als verbindendes Element.

Ähnlich wie der Wert „Erfindungsreichtum“, zielt auch der Wert „Sparsamkeit“ (Gesamtanteil: rund 13%) auf eine ökonomische Dimension ab und wird verstärkt mit dem Ersten Weltkrieg in Kontext gesetzt. Die Wiederverwertung von Rohstoffen, der sparsame Umgang mit Ressourcen und der Verzicht auf verschiedene Konsumgüter stehen im Mittelpunkt dieser Bestrebungen und werden als kriegswichtige Tugenden präsentiert. „Jung-Österreich“ hat für seine LeserInnen dazu auch zahlreiche praktische Tipps parat, etwa die Verwendung von Schuhen mit Holz- statt Ledersohle, die Wiederverwertung von Zielscheiben bei den Schießübungen der Jugendbewegung oder der Verzicht auf – durch die

¹⁶³ Vgl.: Engelbrecht, Helmut: „Geschichte des österreichischen Bildungswesens. Erziehung und Unterricht auf dem Boden Österreichs. Band 4: Von 1848 bis zum Ende der Monarchie.“ Wien, 1986. S. 288

alliierte Seeblockade ohnehin nicht mehr ohne Weiteres verfügbaren – Kolonialwaren wie Schokolade oder Kaffee.

Dem Thema „Körperliche Ertüchtigung“ wird ein Gesamtanteil von rund 13% an der Berichterstattung eingeräumt. „Jung-Österreich“ ermutigt Jugendliche immer wieder dazu, sich sportlich zu betätigen. Zu den vorgeschlagenen Aktivitäten zählen Turnen, Wandern, Schifahren und verschiedene Spiele im Freien, für die auch Anleitungen zur Verfügung gestellt werden. Die „Jung-Österreich“-Bewegung koordinierte bei ihren Treffen auch regelmäßig gemeinsame sportliche Aktivitäten und Ausflüge. Die positive Auswirkung sportlicher Betätigung auf die Gesundheit wird ebenfalls thematisiert. Neben diesen durchaus begrüßenswerten Freizeitaktivitäten sind aber auch einige militärisch geprägte Sportarten wie Gewehrschießen und Marschieren im Programm der „Jung-Österreich“-Bewegung inkludiert. Schilderungen aus dem Soldatenalltag verweisen auch immer wieder auf die hohen körperlichen Herausforderungen des Soldatenlebens. Der Wert „Körperliche Ertüchtigung“ ist außerdem in einem Nahebereich zu dem Wert „Naturverbundenheit“ angesiedelt, da die Bewunderung für und der Respekt vor der Natur in der Regel mit der sportlichen Betätigung in ihr gleichgesetzt werden.

Schließlich vermitteln rund 12% der analysierten Texteinheiten „Geschicklichkeit“ als sozial erwünschten Wert. Damit gemeint ist eine gewisse Kompetenz bei der Durchführung von technischen Arbeiten wie kleineren Basteleien oder physikalischen Experimenten, aber auch bei größeren handwerklichen Arbeiten in den Sommerferien wie dem Bau eines Bootes, dem Anfertigen einer behelfsmäßigen Brücke bei Geländespielen oder der Aufbau eines Zeltes. Auf der anderen Seite wird auch die Geschicklichkeit der ArbeiterInnen in den k.u.k.-Munitionsfabriken lobend erwähnt. Dem Wert „Geschicklichkeit“ wird also sowohl eine handwerkliche als auch eine kriegswichtige Dimension beigemessen.

Betrachtet man die zeitliche Entwicklung der sieben am häufigsten vorgeschlagenen Werte und Verhaltensweisen in „Jung-Österreich“, so fällt auf, dass es von 1916 bis 1918 zu einer Intensivierung in der Vermittlung von sozial erwünschten Wertvorstellungen kommt (siehe: Abbildung 16). Gleichzeitig bleibt die Gewichtung der einzelnen Attribute im Großen und Ganzen über den gesamten Zeitraum hinweg konstant. Einzig der Wert „Sparsamkeit“ erfährt – paradoxerweise – mit der zunehmenden Dauer des Ersten Weltkrieges eine quantitative Abwertung.

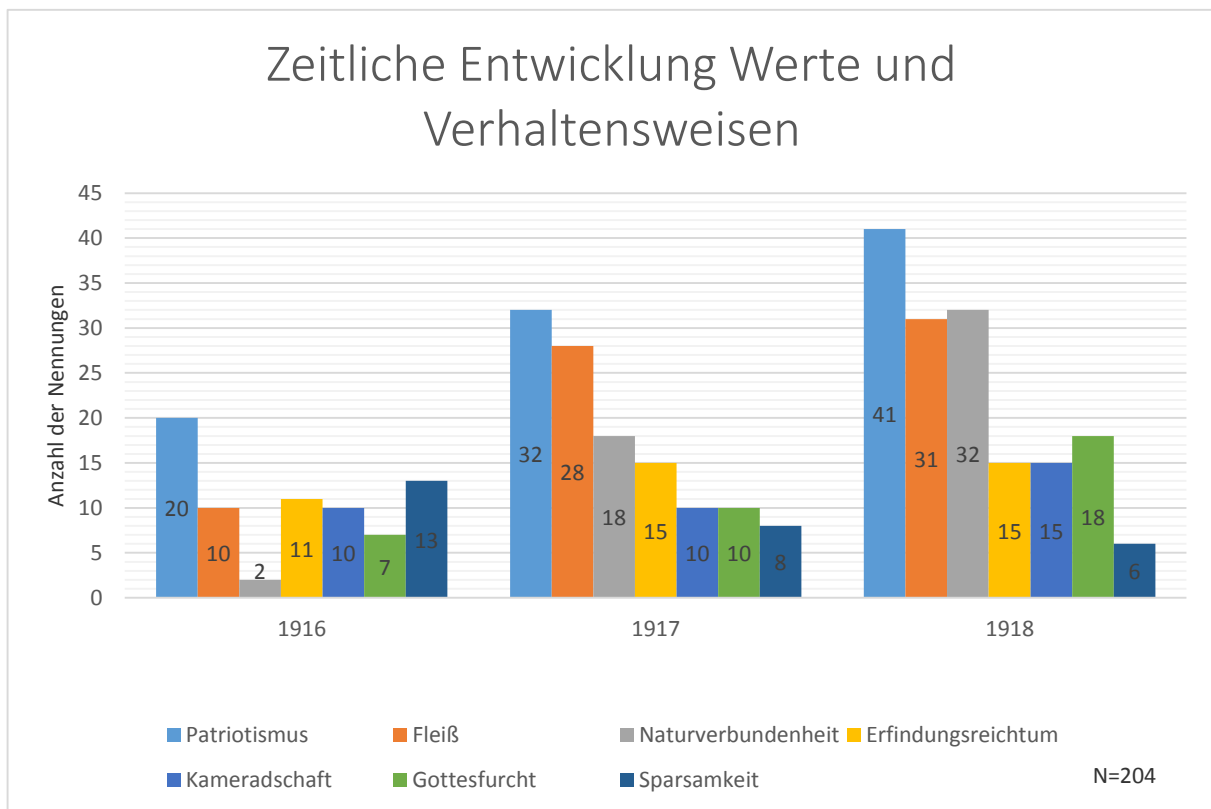


Abbildung 16: Zeitliche Entwicklung der Häufigkeit der sieben am öftesten vorgeschlagenen Werte und Verhaltensweisen in „Jung-Österreich“.

4.3.2 Der Alltag in „Jung-Österreich“

Jene redaktionellen Beiträge der Zeitschrift „Jung-Österreich“, die den jugendlichen Alltag – also nach Alfred Schütz die Welt in aktueller Reichweite – behandeln und dabei einen latenten Bezug zum Ersten Weltkrieg aufweisen, wurden einer zusammenfassenden Inhaltsanalyse unterzogen. Das Resultat ist ein Katalog von Sinnprovinzen des jugendlichen Alltags, die zwischen dem ersten Erscheinen von „Jung-Österreich“ 1916 und dem Kriegsende 1918 indirekt mit militärischen Inhalten aufgeladen wurden und somit die alltägliche Lebenswelt von Jugendlichen außer Kraft setzen.

Weiter unten aufgeschlüsselt sind jene alltäglichen Sinnprovinzen, die besonders oft mit militärischen Inhalten in Verbindung gesetzt werden (siehe: Abbildung 17). Neben diesen neun Sinnprovinzen, auf die noch im Detail eingegangen werden soll, konnten noch einige weitere Bereiche der jugendlichen Lebenswelt identifiziert werden, die Referenzen militärischer Natur aufweisen, aufgrund ihrer geringen Ausprägung hier aber nur kurz genannt werden sollen: Diese umfassen Abenteuer (elf Nennungen), Kreativität (sechs

Nennungen), Humor (vier Nennungen), Religion (vier Nennungen), Brauchtum (vier Nennungen), Bildung (eine Nennung), Gesundheit (eine Nennung), Beruf (eine Nennung), Erziehung (eine Nennung), Sport (eine Nennung), Ernährung (eine Nennung) und Wetter (eine Nennung).

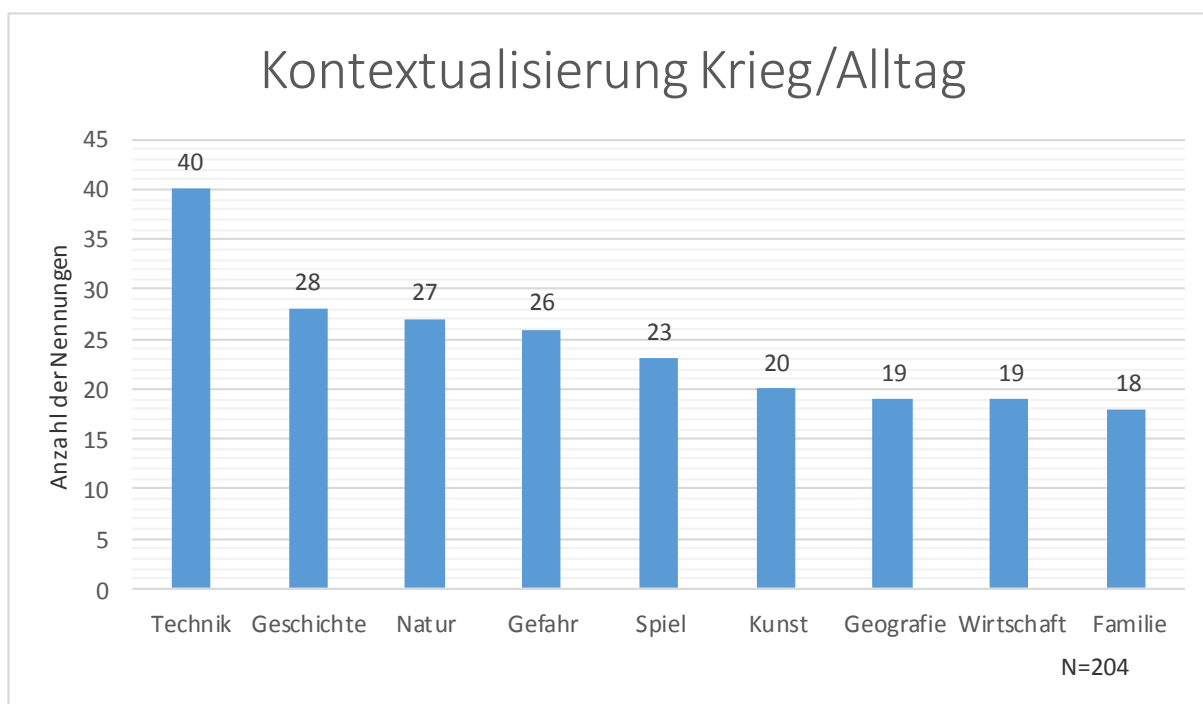


Abbildung 17: Häufigkeit der Kontextualisierung des jugendlichen Alltags mit militärischen Inhalten in „Jung-Österreich“, aufgeschlüsselt nach Sinnprovinz.

Bei der zeitlichen Entwicklung der einzelnen Faktoren zwischen 1916 und 1918 fällt auf, dass es im Gegensatz zur zeitlichen Entwicklung der vorgeschlagenen Werte und Verhaltensweisen nicht zu einer Intensivierung kommt, sondern im Gegenteil zu einer Abschwächung der Vermischung von alltäglichen mit kriegerischen Inhalten (siehe: Abbildung 18). Mit fortlaufender Dauer des Kriegszustandes sinkt also die Bereitschaft, alltägliche mit militärischen Inhalten zu vermischen – was aber dem Umstand geschuldet ist, dass mit zunehmender Dauer der Kampfhandlungen auch die generelle Bereitschaft, den Krieg und seine Folgen direkt oder indirekt zu thematisieren, sinkt. Die Verteilung der betroffenen Sinnprovinzen verschiebt sich leicht, bleibt aber im Großen und Ganzen über die Jahre hinweg konstant. Eine bemerkenswerte Ausnahme stellt die Darstellung der Folgen des Ersten Weltkrieges für den jugendlichen Alltag dar: Während diese Gefahren 1916 und 1918 beinahe gleich stark thematisiert werden, verschwindet dieses Thema 1917 kurzfristig beinahe vollkommen von der Agenda. Im Umkehrschluss verlieren Assoziationen mit Geschichte und

Natur konsequent an Bedeutung. Wenig verwunderlich ist, dass die wirtschaftlichen Auswirkungen des Krieges auf den jugendlichen Alltag besonders stark im Jahre 1917 behandelt werden. Durchgängig in Relation in etwa gleich stark ausgeprägt sind Bezüge zu Technik, Spiel und Freizeit sowie Geografie.

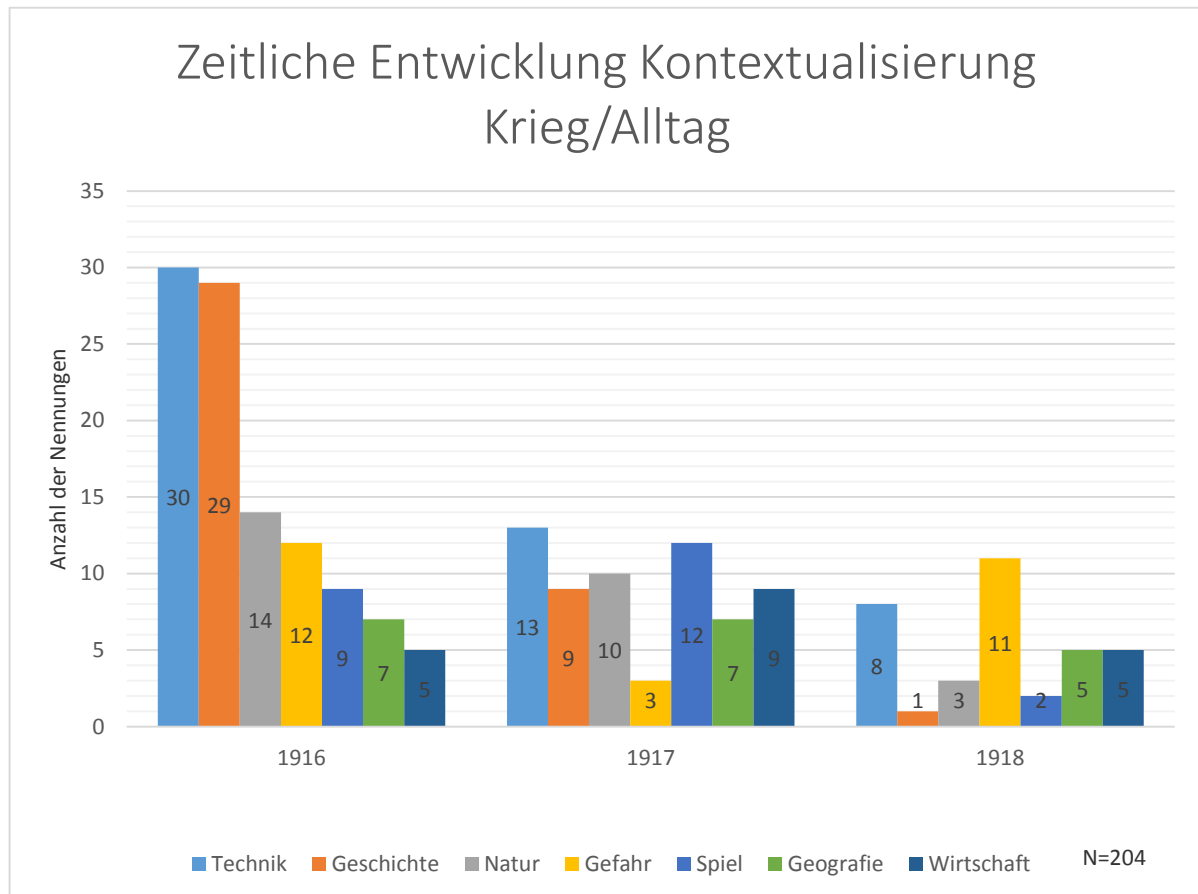


Abbildung 18: Zeitliche Entwicklung der Kontextualisierung des jugendlichen Alltags mit militärischen Inhalten in „Jung-Österreich“ zwischen 1916 und 1918, aufgeschlüsselt nach Sinnprovinz.

4.3.2.1 Kontextualisierung von Technik und Krieg

Die Vorstellung von Technologien und ihren Funktionsweisen nimmt einen großen Teil der Berichterstattung von „Jung-Österreich“ ein. Unter direkten Kriegsbezug werden die Funktionsweisen von Gewehren und Handfeuerwaffen, aber auch von schwerem Kriegsgerät wie Artillerie, Kanonenbooten oder Sprengstoff in überraschender Detailgenauigkeit beschrieben.

Betreffend der Repräsentation des jugendlichen Alltags mit indirektem Bezug auf den Ersten Weltkrieg weist das Merkmal „Technik“ die stärkste Ausprägung im Rahmen der

Untersuchung auf. 51 von insgesamt 204 analysierten Texteinheiten (25%) stellen eine Kontextualisierung zwischen diesen Themenfeldern an.

Dies geschieht, indem zivile Technologien wie die Eisenbahn oder das Kino, die nach Alfred Schütz durchaus der Welt der aktuellen Reichweite von damaligen Jugendlichen zuzurechnen sind, in den Kontext ihres Einsatzes im Krieg gerückt werden. In einem Bericht über einen Ausflug zu einem Graphitbergwerk im heutigen Tschechien vergleicht der Autor Viktor Krumauer etwa die Eisenbahn, die die Reisegruppe an ihr Ziel bringt, mit jenen Zügen, die die Soldaten der Armee zu ihrem Einsatz an der Front transportieren. Die Fahrt mit der Eisenbahn wird dann auch als Anlass genutzt, sich Gedanken über den Ausgang des Krieges zu machen:

„So besteigen wir den Zug mit dem festen Vorsatz, wiederzukehren, um all das Schöne, das wir im Drange schwerer Zeiten beiseite liegen lassen mussten, desto froher und freier zu genießen, wenn unserer schönen, geliebten Heimat der Frieden wieder blüht, den unsere Helden ruhmvoll auf der Malstatt des Todes erkämpft haben.“¹⁶⁴

In einem anderen Bericht ist es die Technologie des Kinos, die die Grenzen zwischen militärischer und Heimatfront verschwimmen lässt. Einerseits liefert das Feldkino Bilder von der Heimat an die Soldaten an der Front, andererseits rücken die Berichte der Kriegswochenschau in eigens dafür eingerichteten Zeltkinos in Wien den Alltag der Soldaten in einen zivilgesellschaftlichen Kontext.¹⁶⁵

Paul Kaltschmid, der Herausgeber von „Jung-Österreich“, beschreibt die örtliche Verschmelzung von Kriegs- und Heimatfront in seinen Erinnerungen an seinen Kriegseinsatz folgendermaßen: *„Wie angenehm wäre aber zur Abwechslung einmal ein schöner Lichtbildervortrag. Gar von unseren Bergen und gerade jetzt, wo dort der Krieg tobt! Daran habe ich gedacht, als ich an der Südwestfront war.“¹⁶⁶*

Die Schilderung von zivilen Technologien und Dienstleistungseinrichtungen und ihren militärischen Gegenstücken ist in „Jung-Österreich“ ein beliebtes Thema. So wird aus dem

¹⁶⁴ Krumauer, Viktor: „Ein Besuch der Graphitbergwerke bei Schwarzbach-Stuben“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1918, Heft 4, Wien, 1918. S. 21

¹⁶⁵ Vgl.: Krug, F.J.: „Im Feldkino“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 7, Wien, 1916. S. 1ff.

¹⁶⁶ Kaltschmid, Paul: „Ein Regentag!“ In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 7, Wien, 1916. S. 20

zivilen Telefon das militärische Feldtelefon¹⁶⁷, aus der zivilen Post die militärische Fliegerpost¹⁶⁸ und aus der zivilen Radiotelegrafie die militärische Feldtelegrafie¹⁶⁹.

Aus einer zivilen Nutzung bekannte und vertraute Technologien werden dabei in einen kriegerischen Kontext gerückt und mit einer neuen Bedeutungsebene versehen. Dabei ist den Autoren von „Jung-Österreich“ die Bedeutung von technologischen Fortschritten für den Krieg durchaus bewusst. Die Schilderungen von explizit für den Kriegseinsatz entworfenen Geräten wie Kanonenbooten, Panzerzügen und Artilleriegeschützen erfolgen in der Regel mit Begeisterung und im direkten Vergleich zu zivilen Technologien, die der Leserschaft aus ihrem alltäglichen Leben in Wien und seiner Umgebung besser bekannt waren.

4.3.2.2 Kontextualisierung von Geschichte und Krieg

Die Auseinandersetzung mit historischen Themen war auch in der österreichisch-ungarischen Monarchie Teil der Schulbildung und somit für die Leserschaft von „Jung-Österreich“ ein Teil des schulischen Alltags. Die Schilderung von für Österreich-Ungarn relevanten historischen Ereignissen und die Vorstellung von historischen Persönlichkeiten finden in „Jung-Österreich“ dementsprechend viel Platz. In 39 von insgesamt 204 analysierten Texteinheiten (rund 19%) passiert dies, indem Bezüge zum Ersten Weltkrieg angestellt werden.

Im Wesentlichen werden diese Bezüge auf zwei verschiedene Arten angestellt: indem die Bedeutung betont wird, das in der Vergangenheit hart erkämpfte Kaiserreich im Krieg gegen seine Gegner zu verteidigen, oder indem historischen Persönlichkeiten zugeschriebene Charaktereigenschaften als besonders tugendhaft und bei der Verteidigung der Heimat unverzichtbar geschildert werden.

Die Schaffung einer gemeinsamen nationalen Identität war im Vielvölkerstaat Österreich-Ungarn stets eine Herausforderung, die aber im Krieg zur Mobilisierung der Truppen und zur Aufrechterhaltung der Moral noch zusätzlich an Bedeutung gewann. Die Geschichte von Österreich-Ungarn und seinen historischen Persönlichkeiten wird in „Jung-Österreich“ dazu

¹⁶⁷ Vgl.: Springer, Ernst: „Feldtelephon“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 6, Wien, 1916. S. 16ff.

¹⁶⁸ Vgl.: o.A.: „Ein Fliegerpost-Brief aus dem belagerten Przemyśl“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 2, Wien, 1916. S. 18ff.

¹⁶⁹ Vgl.: Langer, F.: „Radiotelegraphie“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 5, Wien, 1917. S. 1ff.

verwendet, einen gemeinsamen Mythos zu schaffen und patriotische Gefühle zu wecken. In einer Vielzahl an Schilderungen aus der Vergangenheit schafft „Jung-Österreich“ eine Art „Pantheon“ an Helden, die stellvertretend für ein geeintes Österreich-Ungarn stehen, das es zu verteidigen gilt.

Ein Porträt des Feldherren Josef Wenzel Radetzky von Radetz schließt etwa mit dem Satz: *„Wenn die feurigen Weisen des Radetzkmarsches erklingen, flammt die Begeisterung auf in allen Herzen, da schwindet der Unterschied der Sprache und Nationalität.“*¹⁷⁰ Noch deutlicher wird die Intention der „Beschwörung der Geister aus der Vergangenheit“ in einem Porträt von Prinz Eugen von Savoyen:

*„Aber was kein Befehl unserer Feinde niederreißen und vernichten kann, ist der Geist des Prinzen Eugenius, des edlen Ritters, der noch immer in unseren heldenmütigen Kriegern lebt und sie von Sieg zu Sieg führt in dem furchtbaren Weltkriege, den Hass und Neid unserer Feinde gegen uns heraufbeschworen haben.“*¹⁷¹

Dass die tatsächlichen historischen Ereignisse nicht immer der gegenwärtigen politischen Lage dienlich sind, umgeht „Jung-Österreich“ dabei. Die Feindschaft zwischen Maria Theresia von Österreich und Friedrich II. von Preußen wird in einem biografischen Bericht zum Anlass des 200. Geburtstages der Kaiserin zugunsten des aktuell verbündeten Deutschlands weitestgehend verschwiegen. Betont wird vielmehr das Gemeinsame:

*„Und heute, 200 Jahre nach Maria Theresiens Geburt, steht die Monarchie und in ihr Österreich, wie unsere Reichshälfte nunmehr mit dem altüblichen Namen auch amtlich heißt, in treuester und herzlichster Waffenbrüderschaft mit dem Deutschen Reiche.“*¹⁷²

Nicht nur historische Persönlichkeiten werden auf diese Art in den Dienste des Krieges gestellt, sondern auch historische Bauwerke, etwa das Schloss Schönbrunn. In einer Serie über Österreichs Burgen heißt es in einem indirekten Bezug zum Ersten Weltkrieg: *„Habsburgs Mauern stehen fest und treu an der Grenze, ja weit über dir Grenze des Reiches, jetzt und wann immer sie nötig sind!“*¹⁷³

Geschichte wird in „Jung-Österreich“ als ein Vehikel verwendet, mit dem Nationalstolz transportiert und eine gemeinsame nationale Identität geschaffen wird. Zu diesem Zweck wird auf aus dem Schulunterricht bekannte Persönlichkeiten, Ereignisse und Relikte aus der

¹⁷⁰ Gmoll, Leo: „Radetzky“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 1, Wien, 1916. S. 8

¹⁷¹ Gmoll, Leo: „Prinz Eugenius, der edle Ritter“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 4, Wien, 1916. S. 31

¹⁷² Czerwenka, Karl: „Zur zweihundertsten Wiederkehr des Geburtstages der Kaiserin Maria Theresia“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 5, Wien, 1917. S. 8

¹⁷³ o.A.: „Österreichs Burgen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 1, Wien, 1916. S. 13

Vergangenheit zurückgegriffen, um vorhandenes Wissen umzudeuten und so eine Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart zu schlagen.

4.3.2.3 Kontextualisierung von Natur und Krieg

Die Natur stellt einen wesentlichen Bestandteil des jugendlichen Alltags dar. Dies spiegelt sich auch in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“ wider: 27 von insgesamt 204 analysierten Texteinheiten (rund 13%) befassen sich mit der Natur als Teil der alltäglichen jugendlichen Lebenswelt und stellen dabei Bezüge zum Ersten Weltkrieg her.

Darunter befinden sich Beschreibungen von Wanderrouen durch das Wiener Umland¹⁷⁴, aber auch Landschaftsbeschreibungen aus durch das österreichisch-ungarische Heer besetzten Gebieten¹⁷⁵. Ähnlich wie der Faktor Geschichte erfüllt auch die Natur eine identitätsstiftende Funktion in „Jung-Österreich“: Durch die Hervorhebung der Schönheit der gemeinsam erlebten Natur wird ein sinnstiftendes Element geschaffen. Der Verweis zum Ersten Weltkrieg erfolgt dann in der Regel in der Behauptung, dass ebendieses sinnstiftende Element durch Kräfte von außen in Gefahr sei. Natur wird in diesem Kontext zu einem Teil des gemeinsam erlebten Alltäglichen, der bedroht ist und für den es sich zu kämpfen lohnt – also zum Preis, der für die kriegserische Auseinandersetzung winkt.

Paul Kaltschmid, der Herausgeber von „Jung-Österreich“, veranschaulicht im Dezember 1917 die Klassifizierung von Natur als Kriegsbeute in seinen Erinnerungen an die südlichen Provinzen Österreich-Ungarns in Italien:

*„Lernet von den gewaltigen Taten, deren Zeuge ihr seid, die Pflichterfüllung! In schwerem Kampfe wird das Reich verteidigt, das einst ihr besitzen und verwalten sollt, von den atemberaubenden Gipfeln der Dolomiten über die reißenden Ströme des Isonzos bis zur schönen Adria.“*¹⁷⁶

Eine weitere Bedeutungsebene wird der Natur in einem kriegswirtschaftlichen Kontext zugeschrieben: Im Angesicht der wirtschaftlichen Blockade durch die Kräfte der Entente werden die Natur und ihre Rohstoffe zunehmend als eine Art „Kriegsverbündeter“ gesehen.

¹⁷⁴ Vgl.: o.A.: „An der blauen Donau“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 7, Wien, 1917. S. 16ff.

¹⁷⁵ Vgl.: Beer, Karl: „Über Albanien und die Albanesen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 5, Wien, 1916. S. 18ff.

¹⁷⁶ Kaltschmid, Paul: „Aus Italien“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 11, Wien, 1917. S. 2

Die Nutzung von und der sparsame Umgang mit natürlichen Ressourcen gelten gar als kriegsentscheidend. Die Natur wird somit in den Dienst der Aufrechterhaltung des gegenwärtigen Kriegszustandes gestellt. Anlässlich des weiter oben bereits erwähnten Besuches eines Graphitbergwerkes heißt es etwa: *„Auch der kleinste Jung-Österreicher weiß heute, dass wir ohne Eisen, Kupfer, Zink, Kohle, Leder, die verschiedenen Faserstoffe usw. längst einen schmachvollen Frieden hätten schließen müssen.“*¹⁷⁷

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass die Natur als Teil der alltäglichen Lebenswelt von Jugendlichen in „Jung-Österreich“ einerseits dazu verwendet wird, eine gemeinsame nationale Identität zu konstruieren, andererseits als verheißungsvoller Preis für eine Zukunft nach dem Krieg versprochen wird. Die Nutzbarmachung von natürlichen Ressourcen für die Aufrechterhaltung des Kriegszustandes wird als Tugend angesehen.

4.3.2.4 Kontextualisierung von Gefahr und Krieg

Dass Krieg eine existenzielle Gefahr darstellt, wird in der Zeitschrift „Jung-Österreich“ auf verschiedene Arten behandelt. Für diese Untersuchung relevant waren jene Beiträge, in denen die Auswirkungen des Krieges auf den alltäglichen Lebensbereich der jugendlichen Leserschaft behandelt werden. Dies trifft auf 26 der insgesamt 204 analysierten Texteinheiten zu (rund 26%).

Auf direkte Weise werden in „Jung-Österreich“ die Gefahren des Ersten Weltkrieges in den zahlreichen Frontberichten thematisiert. Die Bedrohung von Leib und Leben wird darin einerseits als spannendes und herausforderndes Abenteuer geschildert, etwa wenn von der Einnahme des Lovćen im heutigen Montenegro berichtet wird¹⁷⁸ oder wenn von den österreichisch-ungarischen Soldaten als „Kriegskavalieren“¹⁷⁹ die Rede ist. Andererseits zeigen einige Frontberichte auch die reale Gefahr des Krieges auf, etwa wenn der Tod eines jungen Soldaten beschrieben wird, der sich freiwillig zum Heeresdienst gemeldet und dabei falsche Angaben zu seinem Alter gemacht hat: *„Man sah, dass der Knabe getroffen worden*

¹⁷⁷ Krumauer, Viktor: „Ein Besuch der Graphitbergwerke bei Schwarzbach-Stuben“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1918, Heft 3, Wien, 1918. S. 13

¹⁷⁸ Vgl.: o.A.: „Die Einnahme des Lovćen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 2, Wien, 1916. S. 2ff.

¹⁷⁹ Vgl.: Gintzen, Franz Karl: „Kriegskavalier“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 2, Wien, 1916. S. 31ff.

war. Der junge Held aber eilte weiter, bis er etwa zehn Meter vom Schützengraben entfernt von weiteren Geschossen getroffen wurde und zusammenbrach. ¹⁸⁰

Zurück zu den Darstellungen von Gefahr, die sich im jugendlichen Alltag verorten lassen. Gegen Ende des Krieges war der Anblick von Kriegsinvaliden auf den Straßen alltäglich. In „Jung-Österreich“ werden diese im unmittelbaren Umfeld von Jugendlichen erlebbaren Auswirkungen des Krieges lediglich an einer Stelle behandelt, nämlich wenn es um die Errichtung eines Sportplatzes geht, bei der ein Kriegsversehrter die Aufgaben des Platzwartes übernehmen soll:

„Für den Platzwärter ist im Hallenraum ein Wohnraum vorgesehen – er verdient es wohl: Viele Monate vor dem Feinde gestanden, ist der Posten eines Platzwärters der richtige für kriegsinvaliden Männer, die mithelfen, die Grenzen unserer Heimat zu beschützen.“ ¹⁸¹

Zu beobachten ist jedenfalls, dass sich die Beurteilung der Kriegsgefahr im Laufe des Erscheinens von „Jung-Österreich“ verändert: 1916 ist die Gefahr für den jugendlichen Alltag noch eher abstrakt und wird in Spielen, fiktiven Geschichten und der Heroisierung des Soldatenlebens verarbeitet. 1917 wird über die drohenden Auswirkungen des Ersten Weltkrieges weitestgehend geschwiegen. 1918 schließlich ist es die reale Bedrohung durch die Lebensmittel- und Rohstoffknappheit, die als Gefahr angesehen wird. Gegen Ende des Ersten Weltkrieges werden die Auswirkungen des Zusammenbruchs der Wirtschaft immer wieder thematisiert:

„Der heutige Krieg ist mit allen früheren Kriegen nicht zu vergleichen. Ein breiter, dicker Strom von Blut, Leiden, Sorgen, Angst und Not erfüllt alle Herzen. Ungeheure Kulturwerte sind zerstört und vernichtet. Dazu kommt [sic] der Hunger und die Sorge um das tägliche Leben.“ ¹⁸²

Die Bedrohung des jugendlichen Alltags ist in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“ durchgehend ein Thema, auch wenn sie erst 1918 als existenzgefährdend dargestellt wird. Die Aufrechterhaltung eines ständigen Gefahrenzustandes zeigt sich auch darin, dass 120 von insgesamt 204 analysierten Texteinheiten (rund 59%) entweder einen latenten oder manifesten Kriegsbezug aufweisen.

¹⁸⁰ o.A.: „Ernst und heitere Geschichten von jungen Österreichern“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 1, Wien, 1916. S. 24

¹⁸¹ o.A.: „Jung-Österreich Spielplätze“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1918, Heft 3, Wien, 1918. S. 4

¹⁸² Bong, Wilhelm: „Neues Leben“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1918, Heft 8, Wien, 1918. S. 28

4.3.2.5 Kontextualisierung von Spiel und Krieg

Als Jugendzeitschrift beschäftigt sich „Jung-Österreich“ entsprechend seiner Zielgruppe stark mit den Themen Freizeit, Spiel und Sport als Teil des jugendlichen Alltags. In 23 von insgesamt 204 analysierten Texteinheiten (rund 11%) werden mit den vorgeschlagenen Spielen und Freizeittätigkeiten auch Bezüge militärischer Natur angestellt.

Die Vermischung von spielerischen und militärischen Elementen wird in „Jung-Österreich“ als Tugend angesehen und dient explizit der Vorbereitung auf die weitere militärische Ausbildung:

„Wehrkrafterziehung! Ein männliches, stolzes, schönes Wort! Planmäßig sollt ihr euren Körper stählen, aber euch auch geistig im gleichen Maße entwickeln. Es ist kein Soldatenspiel allein, wie von mancher Seite eingewendet wird, auch keine militärische Ausbildung, sondern eben nur eine Vorbereitung, eine Ertüchtigung, die dem gestählten Körper auch die Anstrengungen des Soldatenberufes als ein Leichtes empfinden lassen wird.“¹⁸³

Dabei sticht besonders die regelmäßige Klassifizierung des Umgangs mit Schusswaffen als alltägliche Freizeitbeschäftigung für Jugendliche hervor. Oft geschieht dies unter Verweis auf die militärische Jugendvorbereitung oder in Referenz zu den aktiven Soldaten im Ersten Weltkrieg, die in diesem Kontext als Vorbilder dargestellt werden.

Eine besonders wichtige Rolle in der Freizeitberichterstattung kommt dem Kapselschießen, einem wettkampfmäßigen Zielschießen mit einer Art Luftdruckgewehr, zu. „Jung-Österreich“ berichtet immer wieder über diese Freizeitaktivität, veranstaltet selbst Turniere und gibt den Jugendlichen Tipps dazu, wie sie selbst Zielscheiben dafür herstellen können. Der Umgang mit dem Gewehr wird dabei zu einem Teil der österreichischen Identität stilisiert: *„Denn die Lust zum Schießen liegt dem österreichischen Volke im Blute. Seit Jahrhunderten wird es betrieben, jetzt hat es sich gezeigt, wofür es gut ist!“¹⁸⁴* An anderer Stelle werden die praktischen Implikationen der Freizeitbeschäftigung des Kapselschießens für die Zukunft im Krieg noch deutlicher angesprochen: *„Daher übte [sic] sich seit Jahrhunderten immer Jung und Alt im Schießen auf die Scheibe, denn wer dort gut trifft, der trifft auch den Feind gut.“¹⁸⁵*

¹⁸³ Gritzner, Franz: „An die Fortbildungsschüler!“ In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 3, Wien, 1916. S. 20

¹⁸⁴ Kaltschmid, Paul: „Kapselschießen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 6, Wien, 1916. S. 19

¹⁸⁵ Von Mörl, Anton: „Jung-Österreicher an der Front“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 5, Wien, 1917. S. 22

Neben dem Kapselschießen finden sich in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“ noch weitere Freizeitaktivitäten für Jugendliche, die einen klaren militärischen Verweis anstellen oder auf den Ersten Weltkrieg hinweisen, etwa das Marschieren nach Art des Militärs, die Orientierung im Gelände oder das Fechten mit dem Säbel. Wie stark der alltägliche Akt des Spielens mit militärischen Handlungen und Ritualen verflochten ist, zeigt diese Schilderung von einem Besuch von Kaiser Karl I. bei einem von „Jung-Österreich“ organisierten Ausflug auf den Kahlenberg im Juni 1917:

„Eine Abteilung übte Winterdienst, dort wurden ‚Handgranaten‘ geworfen. Man sah Ballspiele und volkstümliche Übungen, Laufen, Springen, feldmäßiges Turnen, Geländespiele. Wieder begannen die Kleinsten und ‚defilierten‘ wie kleine Soldaten bei den Klängen ihrer Trommeln und Trompeten – ein reizendes Bild des richtigen, kindlichen Soldatenspieles.“¹⁸⁶

Spiele und Freizeitaktivitäten für Jugendliche als Teil der alltäglichen Lebenswelt verschmelzen in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“ also mit militärischen Themen und Aktivitäten. Dieser Prozess ist allerdings auch, wenn auch in einer wesentlich weniger starken Ausprägung, in die entgegengesetzte Richtung zu beobachten: An einigen Stellen werden Fertigkeiten, die sich spielerisch erlernen lassen, etwa Schneeschuhlaufen und Rodeln¹⁸⁷, als für den Fronteinsatz nützlich dargestellt. Und auch Soldatenspiele zum Zeitvertreib an der Front werden wiedergegeben.¹⁸⁸ So wird also nicht nur der zivile Alltag von militärischen Elementen durchsetzt, sondern auch der militärische Alltag von Kennzeichen des zivilen Alltags. Oder mit anderen Worten: Das Normale nähert sich dem Militärischen und das Militärische dem Normalen an.

4.3.2.6 Kontextualisierung von Kunst und Krieg

Kunst und Kultur sind für die Schaffung von kollektiven Identitäten und eines Nationalbewusstseins von entscheidender Bedeutung. Wenn „Jung-Österreich“ über Kunst und Kultur berichtet, geschieht dies jedoch oft mit direkten und indirekten Bezügen auf den

¹⁸⁶ Kaltschmid, Paul: „Der Kaiser bei Jung-Österreich“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 6, Wien, 1917. S. 7

¹⁸⁷ Vgl.: Kaltschmid, Paul: „Schuhe für Jung-Österreich!“ In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 7, Wien, 1916. S. 9ff.

¹⁸⁸ Vgl.: Rölz, Ernst: „Unsere Jungmannschaften“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 3, Wien, 1916. S. 45ff.

Ersten Weltkrieg. Dies ist in 20 von insgesamt 204 analysierten Texteinheiten (rund 10%) der Fall.

Ein Mittel, um den zivilen mit dem militärischen Alltag durch Kultur zu verschmelzen, sind Lieder. So berichtet etwa der Volksliedsammler Hans Wagner in einer fortlaufenden Serie von seiner kulturellen Tätigkeit. Dabei nimmt das Soldatenlied einen prominenten Platz ein. Im Laufe der Serie werden der jugendlichen Leserschaft verschiedene Soldatenlieder vorgestellt – mit dem Verweis, dass diese auch von den Soldaten an der Front gesungen würden und deshalb besonders nachahmungswürdig seien.¹⁸⁹

Indem suggeriert wird, dass an der Kriegsfrente und im Hinterland dieselben Lieder gesungen werden, stellt Hans Wagner durch Musik und Gesang ein verbindendes Element zwischen dem jugendlichen und dem Soldatenalltag her. Bemerkenswert ist daran ebenfalls, dass den Jugendlichen – ähnlich wie bei der Vermischung von Spiel und Krieg – durch den bewussten Akt des meist kollektiven Singens dabei eine aktive Rolle zukommt. So sind sie nicht nur bloße Konsumenten von militärisch geprägtem Kulturgut, sondern geben dieses auch aktiv wieder und weiter.

Ein weiteres Beispiel für die Annäherung des jugendlichen Alltags und des Krieges mittels einer aktiver kulturellen Auseinandersetzung sind die Preisausschreiben, die „Jung-Österreich“ zwischen 1916 und 1918 veranstaltet. Diese Preisausschreiben rufen dazu auf, sich kreativ mit dem Ersten Weltkrieg auseinanderzusetzen. In einem dieser Preisausschreiben im Mai/Juni 1916 heißt es etwa: *„Manche unter euch werden ja durch den Krieg vieles gesehen, vieles erlebt haben. Schreibt es, schildert eure Empfindungen, sendet eine Aufnahme – Bilder beleben jede Erzählung!“*¹⁹⁰

Literatur im Allgemeinen und fiktive Geschichten im Speziellen sind gemäß der Medialität von Jugendzeitschriften ein in „Jung-Österreich“ oft verwendetes Vehikel, um Bezüge zum Krieg herzustellen. Bei den Protagonisten dieser fiktiven Geschichten handelt es sich entweder um Kinder, die sich auf vorbildhafte Weise mit den Herausforderungen des Krieges auseinandersetzen, oder um Soldaten, die sich durch ihr besonderes Heldentum auszeichnen. Das durchgängig dabei verwendete narrative Konstrukt zielt auf eine moralisierende Wirkung ab und hebt vorbildliche Tugenden wie Fleiß, Patriotismus und Opferbereitschaft hervor. In einer Geschichte über einen Jungen, der einige Soldaten der k.u.k.-Armee kennenlernt, wird

¹⁸⁹ Vgl.: Wagner, Hans: „Aus der Mappe eines Volksliedsammlers“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 2, Wien, 1916. S. 29ff.

¹⁹⁰ Kaltschmid, Paul: „Preisausschreibung“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 3, Wien, 1916. S. 3

erneut Musik als verbindendes Element zwischen den beiden fremden Welten dargestellt. Als er seinem Vater später von seinem Treffen mit den Soldaten erzählt, hat er einen Einfall:

„Die Soldaten wollen sich in den langen Winterabenden durch Musik die Zeit vertreiben, erheitern und unterhalten und deshalb haben sie eine Wiener Heurigenmusik zusammengestellt und da fehle [sic] nur mehr die Harmonika. Bitte, Vater, erlaube, dass ich unsere vom Boden herschenke!“¹⁹¹

In der Vermittlung eines bildhaften Eindrucks vom Soldatenalltag werden verschiedenste künstlerische Ausdrucksformen bemüht: Zeichnungen sollen etwa einen möglichst genauen Eindruck von der Front vermitteln¹⁹², während Fotografien von Kriegsgerät und Soldaten die räumliche Distanz zwischen der Heimat und der Front verschwimmen lassen.¹⁹³ Und auch die Lyrik findet einen Platz in der Vermittlung des Kriegsalltags. In einem Gedicht von Paul Jelinek wird der durch den Krieg außer Kraft gesetzte Alltag von Jugendlichen sogar direkt thematisiert: *„In Russland, im ersten Schützengraben / Lagen wir, alle noch halbe Knaben / Statt schlechter Noten in Griechisch, Latein / schlugen bei uns die Granaten ein / Und stets bei der Hand ist uns jetzt das Gewehr / Statt des alten Homer.“¹⁹⁴*

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass künstlerische und kulturelle Ausdrucksformen in „Jung-Österreich“ als Werkzeug dienen, um der jugendlichen Leserschaft einen Eindruck vom Alltag der Soldaten zu vermitteln. Thema und Zweck fast jeder künstlerischen oder kreativen Auseinandersetzung ist der Krieg selbst. Ebenso sind die gemeinsame Kultur und ihre Verteidigung vor Einwirkungen von außen aber auch zentrale Motive, um die Kriegsanstrengungen zu rechtfertigen. Ähnlich der Natur wird der Erhalt der eigenen Kultur somit also auch zum Preis für die Entbehrungen des Krieges.

4.3.2.7 Kontextualisierung von Geografie und Krieg

Wenn in der Zeitschrift „Jung-Österreich“ über geografische Themen, also über entfernte Länder, deren Topografie oder über Kartografie, berichtet wird, geschieht dies meist nach

¹⁹¹ Staudigl, Oskar: „Die Geschichte einer Ziehharmonika“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 1, Wien, 1917. S. 13

¹⁹² Vgl.: o.A.: „Jung-Österreich Bilderbogen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 2, Wien, 1917. S. 20

¹⁹³ Vgl.: Schaller, Herbert: „Unsere k.k. Eisenbahntuppen im Krieg“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 7, Wien, 1916. S. 25ff.

¹⁹⁴ Jelinek, Paul: „Der alte Homer“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 5, Wien, 1917. S. 8

dem Gesichtspunkt des gegenwärtigen Konfliktes. Eine Kontextualisierung von alltäglichen geografischen Themen mit dem Ersten Weltkrieg ist in 19 von insgesamt 204 analysierten Texteinheiten (rund 9%) zu beobachten.

Geografie betrifft insofern den jugendlichen Alltag, als dass geografische Themen zumindest ein rudimentärer Teil der Schulbildung der österreichisch-ungarischen Monarchie waren. Eine grundlegende Vorstellung von der Beschaffenheit der Erde sollte also auch damals schon bei Jugendlichen vorhanden gewesen sein. Inwiefern diese mit der Realität übereinstimmte, ist hingegen fraglich. Andererseits ist es auch offensichtlich, dass fremde Länder selbst nicht zu jenen Lebensbereichen zählten, an denen Jugendliche zur Zeit der österreichisch-ungarischen Monarchie aktiv Veränderungen vornehmen konnten, also dass sie nicht der primären oder sekundären Zone der Relevanz nach Alfred Schütz zuzuordnen sind.

Geografie ist also – ähnlich wie Geschichte – zumindest auf den ersten Blick kein „echter“ Bestandteil des jugendlichen Alltags während des Ersten Weltkrieges, weil sie nicht unmittelbar, sondern nur aus zweiter Hand erlebt werden kann. Auf der anderen Seite sind ihre Darstellungsformen wie zum Beispiel Landkarten und ein grundlegendes Bewusstsein für das Staatsgefüge sehr wohl Teil eines alltäglichen jugendlichen Weltverständnisses.

Dieses alltägliche und in der Regel stabile Verständnis von der territorialen Aufteilung der Welt ist es, die in „Jung-Österreich“ konsequent infrage gestellt wird. Indem Kriegsschauplätze wie der Suezkanal¹⁹⁵, der Isonzo¹⁹⁶ oder der Lovćen¹⁹⁷ beschrieben werden, wird das jugendliche Verständnis von Kontinuität, einem wesentlichen Merkmal des Alltags, außer Kraft gesetzt und durch Unsicherheit ersetzt.

Dass es eine gewisse Kompetenz braucht, um diese komplexen Sachverhalte zu verstehen, ist auch den Autoren von „Jung-Österreich“ bewusst. Deswegen spielen Landkarten eine wichtige Rolle bei der Vermittlung dieses Themas. In der fiktiven Geschichte „Wie Otto und Theodor das Kartenlesen lernen“ etwa erklärt ein Vater seinen beiden Söhnen detailreich das Lesen von zivilen Karten. In die Erklärungen fließen jedoch immer wieder Anspielungen auf die Erfahrungen des Vaters als Soldat ein: *„Nichtwahr, Vater, du hast noch eine genauere Karte, wenn du mit den Soldaten marschierst?“*, *„Gewiss, mein Sohn! Wir Soldaten brauchen eine ganz genaue Karte, damit wir uns in fremden Gegenden sicher und ohne Führer*

¹⁹⁵ Vgl.: Beer, Karl: „Der Suezkanal“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 2, Wien, 1916, S. 13ff.

¹⁹⁶ Vgl.: o.A.: „Erzherzoge in den Isonzokämpfen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 6, Wien, 1917, S. 6

¹⁹⁷ Vgl.: o.A.: „Die Einnahme des Lovcen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 2, Wien, 1916, S. 2ff.

zurechtfinden!“¹⁹⁸ Die Grenzen zwischen der alltäglichen, zivilen Tätigkeit des Umgangs mit Karten und der militärischen Orientierung im Gelände verschwimmen hier. Dabei schwingt latent die Möglichkeit, diese Kompetenzen nach Vorbild des Vaters in Zukunft ebenfalls im Rahmen eines Militäreinsatzes einzusetzen, mit.

Geografie als Teil des jugendlichen Alltags wird in „Jung-Österreich“ als unbeständiger Faktor gesehen, der dem Verlauf des Krieges unterworfen ist. Die Orte dieser Auseinandersetzungen liegen zwar per se außerhalb der primären und sekundären Relevanzzonen, werden aber durch die Berichterstattung im Kontext des Krieges mit Bedeutung aufgeladen. Sie werden als Teil der Heimat dargestellt, die es zu verteidigen und vor dem Einfluss von ausländischen Aggressoren zu beschützen gilt. Oder, wie es in „Jung-Österreich“ heißt: *„Lernet von den gewaltigen Taten, deren Zeuge ihr seid, die Pflichterfüllung! In schwerem Kampfe wird das Reich verteidigt, das einst ihr besitzen und verwalten sollt.“*¹⁹⁹

4.3.2.8 Kontextualisierung von Wirtschaft und Krieg

Die Auswirkungen des Zusammenbruchs der österreichisch-ungarischen Wirtschaft in den Jahren 1917 und 1918 stellen wohl die stärksten unmittelbar erlebbaren Einschnitte in den jugendlichen Alltag während des Ersten Weltkrieges dar. In „Jung-Österreich“ werden diese Auswirkungen in 18 von insgesamt 204 analysierten Texteinheiten (rund 9%) zum Thema gemacht.

Eine besondere Rolle spielt dabei die Berichterstattung über die Nesslernte 1916. Dabei werden Kinder und Jugendliche dazu angehalten, sich an den diversen Sammelaktionen für diesen textilen Ersatzstoff zu beteiligen. Diese Aktionen zur Bekämpfung der wirtschaftlichen Auswirkungen des Krieges im unmittelbaren Einflussbereich von Jugendlichen zeichnen sich dadurch aus, dass die Leserschaft von „Jung-Österreich“ dazu aufgefordert wird, einen aktiven Beitrag zu den Kriegsbemühungen zu leisten. So heißt es in einem Aufruf, sich an der Nesslernte 1916 zu beteiligen: *„Halstücher, Strümpfe, Kniewärmer, Schneehauben, Stutzerln*

¹⁹⁸ Kaltschmid, Paul: „Wie Otto und Theodor das Kartenlesen lernen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 9, Wien, 1917. S. 15

¹⁹⁹ Kaltschmid, Paul: „Aus Italien“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Heft 11, Wien, 1917. S. 1

sind bereits [daraus] für unsere Soldaten im Felde hergestellt worden.“²⁰⁰ Durch die Beteiligung an dieser und ähnlichen Sammelaktionen rückt die Erhaltung der Kriegswirtschaft und in weiterer Folge des Kriegszustandes in die Zone der primären Relevanz der alltäglichen jugendlichen Lebenswelt, an der aktiv Veränderungen vorgenommen werden können. Der eigene Handlungsspielrahmen in wirtschaftlichen Belangen wird in der Berichterstattung durchgehend betont, etwa hier:

*„Man nutzte die Gaben der Heimat besser aus und erkannte bald, dass man nicht in die Ferne zu schweifen brauchte, um die Nahrungs- und Genussmittel fremder Zonen mit großen Geldopfern zu erwerben. Fragt euch bei allen Dingen des täglichen Lebens: Kann ich diesen oder jenen Gegenstand, der aus dem feindlichen Ausland kommt, nicht durch ein heimisches Produkt ersetzen oder im Notfalle ganz darauf verzichten?“*²⁰¹

Besonders 1917 mit seinem „Hungerwinter“ nehmen die wirtschaftlichen Auswirkungen von Missernten und der Seeblockade durch die Mächte der Triple Entente einen großen Teil der Berichterstattung über den jugendlichen Alltag in „Jung-Österreich“ ein. Verzicht, Sparsamkeit und Genügsamkeit werden dabei zu vorbildlichen Tugenden stilisiert, nach denen es sich zu streben lohnt. Selbstaufopferung ist eine Verhaltensweise, die in „Jung-Österreich“ durchwegs positiv dargestellt wird. Dies geschieht oft unter dem Verweis auf eine bessere Zukunft, in der die Entbehrungen in der Zeit des Krieges belohnt werden sollen: *„Und mag auch den Einzelnen der Wirbel verschlingen, Österreichs Fahnen werden weiterwehen, auf dass wir euch Jungen ein gutes Erbe in die Hände legen.“*²⁰²

Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Ersten Weltkrieges stellen einen Lebensbereich dar, in dem Jugendliche die Folgen des Krieges – im wahrsten Sinne des Wortes – am eigenen Leib erfahren konnten. „Jung-Österreich“ verstärkt die wirtschaftlichen Auswirkungen des Krieges auf den jugendlichen Alltag, indem es zur Teilnahme an Sammelaktionen auffordert und alltägliche Entbehrungen als Beitrag zu einem in ungewisser Zukunft in Aussicht gestellten Sieg klassifiziert. Der Vergleich, der hier implizit angestellt wird, ist jener, dass die k.u.k.-Armee an der Kriegsfront mit Waffengewalt und die heimische Wirtschaft im Hinterland – und in weiterer Folge auch Jugendliche als ein Teil von ihr – mit Maßnahmen zur Nutzbarmachung von Ressourcen für den Sieg im Krieg kämpft.

²⁰⁰ Richter, Oswald: „Die Nesselerte 1916!“ In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 5, Wien, 1916. S. 27

²⁰¹ Filet, Egid: „Etwas vom Krieg und vom Welthandel“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 1, Wien, 1916. S. 15

²⁰² o.A.: „Ein Fliegerpost-Brief aus dem belagerten Przemyśl“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 2, Wien, 1916. S. 21

4.3.2.9 Kontextualisierung von Familie und Krieg

Die Auswirkungen des Ersten Weltkrieges auf den familiären Alltag sind auch in „Jung-Österreich“ ein Thema. In 18 von insgesamt 204 analysierten Textteilen (rund 9%) wird eine solche Kontextualisierung vorgenommen.

Der Konnex zwischen Familienleben und Krieg ist in den Berichten darüber, dass viele Familien eines oder gleich mehrere Familienmitglieder für den Militärdienst stellen mussten, am offensichtlichsten. Dieser Umstand war für die Mehrzahl der Jugendlichen während des Ersten Weltkrieges beobachtbar und wird in „Jung-Österreich“ als Teil des Alltags charakterisiert, etwa bereits 1916 in der fiktiven Geschichte „Wie der Peter so wie ein Großer werden wollte“. Diese Kurzgeschichte behandelt das Leben eines Jungen, dessen Vater, Brüder und Onkel allesamt in den Armeedienst einberufen werden und im Krieg ums Leben kommen. Im Folgenden werden die Herausforderungen geschildert, die Peter als letzter verbliebender Mann in seiner Familie zu bewältigen hat. Als er dann alt genug dazu ist, meldet er sich entgegen dem Wunsch seiner Mutter aus Pflichtbewusstsein seinem Heimatland gegenüber freiwillig zum Wehrdienst.²⁰³

Eine besondere Rolle bei der Thematisierung des familiären Alltags kommt dem Vater als Oberhaupt der Familie zu. Väter werden konsequent als aktive oder zumindest ehemalige Soldaten dargestellt, die ihre Pflicht bei der Verteidigung des Vaterlandes – und dieser Begriff bekommt in diesem Kontext eine passende Bedeutung – leisten oder geleistet haben und deren Handeln nachgeahmt werden soll: *„Viele tausende Jünglinge stehen unmittelbar vor der Einreihung in den Landsturm. Auch von euch kann das Vaterland hoffen, dass ihr dasselbe leisten werdet wie eure Väter.“*²⁰⁴

Während die Rolle der Mutter in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“ kaum einen oder zumindest nur wenig Platz findet, werden die Väter in der Regel zu Helden im Krieg stilisiert. Der weit entfernte Krieg bekommt somit eine aus dem Alltag vertraute Identifikationsfigur für die Jugendlichen. Oder in anderen Worten: Der Krieg bekommt ein vertrautes Gesicht, nämlich jenes des Vaters.

Die Übernahme von Aufgaben jener Männer, die in den Kriegsdienst eingezogen wurden, ist ein weiteres beliebtes Thema in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“. Der in dieser

²⁰³ Vgl.: Mell, Max: „Wie der Peter wie ein Großer werden wollte“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 1, Wien, 1916. S. 25ff.

²⁰⁴ o.A.: „Die Einnahme des Lovcen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 2, Wien, 1916. S. 10

Art durch den Krieg veränderte Alltag wird oft in Zusammenhang mit den Tugenden „Pflichtbewusstsein“ und „Opferbereitschaft“ thematisiert, etwa wenn die Leserschaft direkt darauf angesprochen und angehalten wird, durchzuhalten: *„Wenn ihr nur immer bei allem, was ihr tut und denkt, euch erinnert, dass ihr vom Schicksal begünstigt seid. Ihr müsst deshalb unverzagt all die Unbequemlichkeiten auf euch nehmen, die euch der Krieg geschaffen hat.“*²⁰⁵

²⁰⁵ Baner, Otto: „Frühlingsahnen“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Heft 3, Wien, 1916. S. 43

5.0 Schlussbemerkungen

In seiner ersten Ausgabe nach Unterzeichnung des Waffenstillstands von Villa Giusti zwischen Österreich-Ungarn und den Mächten der Entente am 3. November 1918 nutzt Paul Kaltschmid, der Herausgeber von „Jung-Österreich“, die ersten Seiten seiner Jugendzeitschrift, um ein Resümee über sein Handeln während der Kriegsjahre 1916 bis 1918 zu ziehen:

„Wie oft auch in diesen schweren vier Jahren die Lage wechselte, ob wir mit Bewunderung von dem Heldenmut einzelner oder ganzer Heereskörper lasen oder bangen Herzens von der Verwüstung unserer ehemaligen Grenzländer hörten – immer waren unsere Gedanken bei euch, liebe Jugend. Wir wussten, mit welcher Bewunderung und wie gerne ihr die Schilderungen der Leistungen braver Soldaten hörtet. Und nicht umsonst habt ihr davon Kenntnis erhalten! Auch die von der Schule weg in den Krieg zogen, haben den gleichen Heldenmut bewiesen, was ewig unvergessen bleiben wird. Denn ohne diesen Opfermut wäre nie und nimmer die Freiheit unseres deutschen Volkes errungen worden! Diese Gefühle der Dankbarkeit waren die Gründe, warum diese Zeitschrift die Heldentaten schilderte. Und doch sahen wir mit Bangen und Schauern Jahrgang um Jahrgang mustern. Aus jenen, die zu Beginn des Krieges noch Kinder waren, mussten – kaum herangereift – Soldaten, Kämpfer gemacht werden! Schmerzvoll hieß es, die blühendste Jugend ziehen lassen.“²⁰⁶

Dieser Auszug lässt tief in die Beweggründe des Herausgebers für seine publizistische Tätigkeit und sein Engagement für die „Jung-Österreich“-Bewegung blicken. Es galt, aus Kindern und Jugendlichen Soldaten zu machen, die in einem sinnlosen Krieg für ein Reich, das schon längst zerfallen war, ihr Leben geben sollten. Und weil Krieg Anfang des 20. Jahrhunderts auch zu einem massenmedialen Ereignis geworden war, stellte die Zeitschrift „Jung-Österreich“ als Mittel zum Zweck ein wertvolles Instrument zur Erreichung dieses Ziels dar.

Für die Leserschaft von „Jung-Österreich“, die nicht mehr ihr Leben an der Front aufs Spiel setzen musste, bedeutete das Ende des Ersten Weltkrieges gleichzeitig auch das Ende der österreichisch-ungarischen Monarchie. Eine Jugend, die mit dem Versprechen, ein Weltreich

²⁰⁶ Kaltschmid, Paul: „Die Zukunft unserer Jugend“. In: Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1918, Heft 9, Wien, 1918. S. 1f.

zu erben, aufgewachsen war, sah sich in den Nachwehen des Krieges nicht nur in einer existenziellen Krise, sondern auch in einer Identitätskrise. Ebendiese Identitätskrise trug maßgeblich dazu bei, dass diese um „ihre blühendste Jugend“, wie Paul Kaltschmid es formuliert, betrogene Generation rund 20 Jahre später ihren eigenen Krieg gegen die Welt führen sollte.

Diese Arbeit hat sich dem Verhältnis von Alltag und Krieg in der Berichterstattung von „Jung-Österreich“ gewidmet. Es ist eine Welt, die aus den Fugen geraten ist, die „Jung-Österreich“ schildert – eine Welt, in der das Unbeschreibliche alltäglich und das Alltägliche unbeschreiblich geworden ist. Der weiter oben vorgestellte Merkmalskatalog von Teilen des jugendlichen Alltags, die in „Jung-Österreich“ vom Krieg vereinnahmt werden, vermittelt einen Einblick in den Prozess der Umdeutung von vertrauten und konstanten Lebenswelten. Wenn alltägliche Erscheinungen des jugendlichen Alltags wie Natur, Spiel, Technik, Familie oder Kultur vom Krieg überschattet werden, passiert dies ganz im Sinne der Kriegspropaganda, deren Ziel es ist, den Alltag außer Kraft zu setzen und durch Unsicherheit zu ersetzen. Denn in unsicheren Zeiten steigt die Bereitschaft, zur Wiederherstellung der Normalität persönliche Opfer zu bringen. Die Rolle der Propagandisten, die sich wie im Fall von „Jung-Österreich“ zwar freiwillig, aber auf Anregung und in enger Verbindung mit der k.u.k.-Armeeführung in den Dienst des Krieges stellten, gleicht der eines Brandstifters, der laut „Feuer!“ ruft.

Die Erkenntnisse, die im Rahmen dieser Arbeit gewonnen wurden, werfen natürlich auch weitere Fragen über die Beziehung von Alltag und Krieg in der Berichterstattung auf. Zuerst beziehen sich die oben angeführten Ergebnisse ausschließlich auf die Analyse der Zeitschrift „Jung-Österreich“, die sich einer vorwiegend männlichen Zielgruppe widmete. Vergleichbare Studien mit Jugendzeitschriften, die sich an eine weibliche Leserschaft richteten, könnten mit Sicherheit dazu beitragen, ein vollständigeres Bild von der medialen Darstellung des jugendlichen Alltags während des Ersten Weltkrieges zu zeichnen.

Ein weiteres mögliches Folgeprojekt wäre es, den hier vorgestellten Ansatz losgelöst von seinem historischen Setting anzuwenden und die Darstellung des Alltags während eines zeitlich näher an der Gegenwart liegenden Konfliktes zu untersuchen.

Im Sinne des wissenschaftlichen Diskurses kann die vorliegende Arbeit naturgemäß nur einen vergleichsweise kleinen und bescheidenen Beitrag zum bereits gut erforschten Themenkomplex „Propaganda“, mit dem sich die Kommunikationswissenschaften so gerne zu befassen scheinen, leisten. Mit dem Vorschlag, im Sinne der Kulturwissenschaften den Alltag in den Fokus des wissenschaftlichen Erkenntnisinteresses zu rücken, ist es aber

vielleicht gelungen, Sympathie für diesen Ansatz zu schaffen. Auch wenn die Kommunikationswissenschaften ein vergleichsweise junges Fach sind, können sie als interdisziplinäres Fachgebiet von frischen Perspektiven auf mittlerweile alte Forschungsinteressen nur profitieren.

6.0 Quellen- und Literaturverzeichnis

Primärliteratur:

Conrad, Joseph: „Heart of Darkness“. Stuttgart, 2007

Hassenpflug, Eduard: „Natur und Krieg. Kriegsnaturgeschichte für Schule und Haus.“
Beiheft zur Zeitschrift „Schaffende Arbeit und Kunst in der Schule Nr. 64.“ Leipzig,
Prag, Wien, 1916

Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Kriegsgeschichten!“ Wien, 1915

Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1916, Wien, 1916

Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Austria: zwiaskowe pismo austriackich skautów.“ Wien, 1917

Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1917, Wien, 1917

Kaltschmid, Paul [Hrsg.]: „Jung Österreich.“ Jg. 1918, Wien, 1918

k.u.k. Hof- und Staatsdruckerei: „Dienstordnung für das Kriegspressequartier.“ Wien,
1917. Im Eigentum des Österreichischen Staatsarchivs.

Abrufbar unter der URL wk1.staatsarchiv.at/propaganda-kuenstler-und-kpq/kriegspressequartier/dienstordnung/#/?a=artefactgroup257. Stand: 8.12.2015

O.A.: „Offizieller Katalog der Kriegsausstellung Wien 1916. Mit einem Ausstellungsplan, zwei kleinen Plänen und vielen Illustrationen. Herausgegeben vom Arbeits-Ausschuss.“ Wien, 1996. S. 5f. Im Eigentum der Wienbibliothek, abrufbar unter der URL <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/thumbview/458947>. Stand: 11.4.2016

Sekundärliteratur:

Anderson, Benedict: „Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts.“ Frankfurt/Main, 2005

Arnold, Klaus: „Was ist Propaganda?“ In: **Deutscher Fachjournalisten-Verband** [Hrsg.]: „Fachjournalist.“ Heft 11, Berlin, 2004

Berelson, Bernard B.: „Communications and Public Opinion.“ In: **Schramm, Wilbur** [Hrsg.]: „Communications in modern Society.“ Urbana, 1948

Berger, Peter, Berger, Brigitte und Kellner, Hansfried: „Das Unbehagen in der Modernität.“ Frankfurt/Main, 1973

Bernays, Edward: „Propaganda. Die Kunst der Public Relations.“ Kempten, 2007

- Biggs, Michael:** „Dying without killing: Self-immolations 1963-2002.” In: **Gambetta, Diego** [Hrsg.]: „Making Sense of Suicide Missions.” New York, 2006
- Bihl, Wolfdieter:** „Der Erste Weltkrieg: 1914-1918. Chronik – Daten – Fakten.“ Wien, 2010
- Bonfadelli, Heinz:** „Medienwirkungsforschung II. Anwendung in Politik, Wirtschaft und Kultur.“ Konstanz, 2000
- Bonfadelli, Heinz:** „Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven.“ Konstanz, 2004
- Brunner, Otto** [Hrsg.]: „Geschichtliche Grundbegriffe. Band 5.“ o.O., 2004
- Buchli, Hanns:** „6000 Jahre Werbung. Geschichte der Wirtschaftswerbung und der Propaganda. Band 2: Die Neuere Zeit.“ Berlin, 1962
- Bühmann, Andrea D. und Schneider, Werner:** „Vom Diskurs zum Dispositiv. Eine Einführung in die Dispositivanalyse.“ Bielefeld, 2008
- Bulkow, Kristin und Schweiger, Wolfgang:** „Agenda Setting – Zwischen gesellschaftlichem Phänomen und individuellem Prozess.“ In: **Fahr, Andreas und Schweiger, Wolfgang** [Hrsg.]: „Handbuch Medienwirkungsforschung.“ Wiesbaden, 2013
- Bussemer, Thymian:** „Propaganda. Konzepte und Theorien.“ Wiesbaden, 2005
- Bussemer, Thymian:** „Psychologie der Propaganda.“ In: **Golz, Hans-Georg** [Hrsg.]: „Aus Politik und Zeitgeschichte: Politische Psychologie. Ausg. 11/2007.“ Berlin, 2007
- Chomsky, Noam:** „Media Control: Wie die Medien uns manipulieren.“ Hamburg, 2003
- Cohen, Bernard C.:** „The press and foreign policy.“ Princeton, 1963
- Diaz-Bone, Rainer und Weischer, Christoph** [Hrsg.]: „Methoden-Lexikon für die Sozialwissenschaften.“ Wiesbaden, 2015
- Dominikowski, Thomas:** „Massenmedien und Massenkrieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose.“ In: **Löffelholz, Martin** [Hrsg.]: „Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation.“ Opladen, 2004
- Eger, Sandra:** „Jugendliteratur in der politischen Bildung.“ Potsdam, 2015
- Eickelpasch Rolf und Rademacher, Claudia:** „Identität.“ Bielefeld, 2004
- Engelbrecht, Helmut:** „Geschichte des österreichischen Bildungswesens. Erziehung und Unterricht auf dem Boden Österreichs. Band 4: Von 1848 bis zum Ende der Monarchie.“ Wien, 1986
- Engelmann, Jan** [Hrsg.]: „Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies Reader.“ Frankfurt/Main, 1999

- Förster, Stig:** „Eine Welt in Waffen.“ In: **Gaede, Peter-Matthias** et al.: „Geo Epoche. Der Erste Weltkrieg.“ Nummer 14, Hamburg, 2004
- Foucault, Michel:** „Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit.“ Berlin, 1978
- Fröhlich, Romy:** „Zur Problematik der PR-Definition(en).“ In: **Bentele, Günter** [Hrsg.], **Fröhlich, Romy** und **Szyszka, Peter:** „Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon.“ Wiesbaden, 2015
- Geiger, Daniel:** „Wissen und Narration. Der Kern des Wissensmanagements.“ Berlin, 2006
- Glottz, Peter:** „Die beschleunigte Gesellschaft. Kulturkämpfe im digitalen Kapitalismus.“ München, 1999
- Goffman, Erving:** „Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag.“ München, 2008
- Graitl, Lorenz:** „Sterben als Spektakel: Zur kommunikativen Dimension des politisch motivierten Suizids.“ Wiesbaden, 2012
- Gries, Rainer:** „Vertrauen kaufen. Produkte und Politik in Deutschland.“ Thüringen, 2006
- Habermas, Jürgen:** „Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung.“ Frankfurt am Main, 1982
- Hall, Stuart:** „Ausgewählte Schriften. Band 2.“ Hamburg, 1994
- Halliday, John D.:** „Censorship in Berlin and Vienna during the First World War. A comparative view.“ In: **Modern Humanities Research Association:** „The Modern Language Review Vol. 83.“ London, 1988
- Hämmerle, Christa:** „Heimat/Front: Geschlechtergeschichte(n) des Ersten Weltkriegs in Österreich-Ungarn.“ Wien, 2014
- Hanke, Michael:** „Alfred Schütz: Einführung.“ Wien, 2002
- Hartmann, Frank:** „Medienphilosophie.“ Wien, 2000
- Hausjell, Fritz:** „Franz Ronnebergers Wiener Jahre. Seine journalistische Tätigkeit und seine Mitarbeit am ‚Institut zur Erforschung und Förderung des internationalen Pressewesens der Union nationaler Journalistenverbände (UNJ)‘ in Wien 1941-1945.“ In: **Duchkowitsch, Wolfgang, Hausjell, Fritz** und **Semrad, Bernd** [Hrsg.]: „Kommunikation. Zeit. Raum. Band 1. Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft.“ Wien, 2004
- Hickethier, Knut:** „Einführung in die Medienwissenschaft.“ Stuttgart, Weimar, 2003

- Holtz-Bacha, Christina** [Hrsg.] et al.: „Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung.“ 43. Jg., Heft 4, Wiesbaden, 1998
- Holtz-Bacha, Christina** [Hrsg.] et al.: „Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung.“ 48. Jg., Heft 2, Wiesbaden, 2003
- Holzer, Anton**: „Die andere Front. Fotografie und Propaganda im Ersten Weltkrieg.“ Darmstadt, 2007
- Jäckel, Michael**: „Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung.“ Wiesbaden, 2011
- Jäckel, Michael**: „Medienwirkungen kompakt. Einführung in ein dynamisches Forschungsfeld.“ Wiesbaden, 2012
- Jacobi, Jolande**: „Psychology of C. G. Jung.“ London, 1999
- Jarren, Otfried** [Hrsg.]: „Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil.“ o.O., 1998
- Jung, Carl Gustav**: „Two Essays on Analytical Psychology.“ London, 1999
- Kleedorfer, Jutta**: „Kinder- und Jugendzeitschriften in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts.“ In: **Ewers, Hans-Heino** und **Seibert, Ernst** [Hrsg.]: „Geschichte der österreichischen Kinder- und Jugendliteratur von 1800 bis zur Gegenwart.“ Wien, 1997
- Kloock, Daniela** und **Spahr, Angela**: „Medientheorien. Eine Einführung.“ Paderborn, 2000
- Knesebeck, Philipp**: „Soldaten, Guerilleros, Terroristen: Die Lehre des gerechten Krieges im Zeitalter asymmetrischer Konflikte.“ Wiesbaden, 2014
- Krause, Skadi**: „Gerechte Kriege, ungerechte Feinde. Die Theorie des gerechten Krieges und ihre moralischen Implikationen.“ In: **Malowitz, Karsten** [Hrsg.] et al.: „Humanitäre Intervention. Ein Instrument außenpolitischer Konfliktbearbeitung. Grundlagen und Diskussion.“ Wiesbaden, 2008
- Kropotkin, Pjotr Alexejewitsch** zitiert nach **Kaschner, Holger**: „Neues Risiko Terrorismus: Entgrenzung, Umgangsmöglichkeiten, Alternativen.“ Wiesbaden, 2008
- Kümmerling-Meibauer, Bettina**: „Kommunikative und ästhetische Funktionen historischer Kinder- und Jugendbücher.“ In: **Leonhard, Joachim-Felix** [Hrsg.] et al.: „Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 1. Teilband.“ Berlin, New York, 1999
- Kunczik, Michael**: „Public Relations. Konzepte und Theorien.“ Köln, Weimar, Wien, 2010
- Kunczik, Michael**: „Public Relations: Angewandte Kommunikationswissenschaft oder Ideologie? Ein Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit.“ In: **Armbrecht, Wolfgang** und

- Zabel, Ulf J.** [Hrsg.]: „Normative Aspekte der Public Relations. Grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung.“ Opladen, 1994
- Kutz, Magnus-Sebastian:** „Öffentlichkeitsarbeit in Kriegen. Legitimation von Kosovo-, Afghanistan- und Irakkrieg in Deutschland und den USA.“ Wiesbaden, 2014
- Laswell, Harold D.:** „Propaganda Technique in World War I.“ Massachusetts, 1971
- Leonhardt, Verena:** „Kriegspropaganda im Schulunterricht zur Zeit des Ersten Weltkriegs.“ Wien, 2013
- Lepa, Steffen, Krotz Friedrich und Hoklas, Anne-Kathrin:** „Vom Medium zum Mediendispositiv. Metatheoretische Überlegungen zur Interpretation von Situations- und Diskursperspektive bei der empirischen Analyse mediatisierter sozialer Welten.“ In: **Krotz, Friedrich** [Hrsg.] et al.: „Die Mediatisierung sozialer Welten.“ Wiesbaden, 2014
- Lippmann, Walter:** „Public Opinion.“ New York, 1997
- Mayring, Philipp:** „Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken.“ Weinheim, 2010
- McLuhan, Marshall:** „Understanding Media. The Extensions of Man.“ New York, London, 1964
- McLuhan, Marshall:** „Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters.“ Bonn, 1995
- Merten, Klaus:** „Kommunikation und Persuasion.“ In: **Bentele, Günter** [Hrsg.], **Fröhlich, Romy und Szyszka, Peter:** „Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon.“ Wiesbaden, 2015
- Merten, Klaus:** „Konzeption von Kommunikation. Theorie und Praxis des strategischen Kommunikationsmanagements.“ Wiesbaden, 2013
- Merten, Klaus:** „Einführung in die Kommunikationswissenschaft.“ Berlin, 2007
- Merten, Klaus:** „Struktur und Funktion von Propaganda.“ In: **Holtz-Bacha, Christina** [Hrsg.] et al.: „Publizistik: Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung. Band 45/2.“ Wiesbaden, 2000
- Merten, Klaus:** „Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft.“ Münster, 1999
- Moloney, Kevin:** „Rethinking Public Relations. The spin and the substance.“ London, New York, 2000
- Perloff, Richard M.:** „The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century.“ New York, 2010
- Pfoser, Alfred** [Hrsg.] et al.: „Im Epizentrum des Zusammenbruchs: Wien im Ersten Weltkrieg.“ Wien, 2013

- Quandt, Siegfried:** „Krieg und Kommunikation. Der Erste Weltkrieg als Beispiel.“ In: **Quandt, Siegfried und Schichtel, Horst** [Hrsg.]: „Der Erste Weltkrieg als Kommunikationsereignis.“ Gießen, 1993
- Rauchensteiner, Manfred:** „Der Erste Weltkrieg und das Ende der Habsburgermonarchie 1914-1918.“ Wien, 2013
- Richter, Rudolf:** „Grundlagen der Verstehenden Soziologie: Soziologische Theorien zur interpretativen Sozialforschung.“ Wien, 1995
- Ritthammer, Manfred:** „Die deutschsprachigen Kinder- und Jugendzeitschriften der vor- und nachrevolutionären Epoche.“ Wien, 1989
- Rosenberger, Bernhard:** „Zeitungen als Kriegstreiber? Die Rolle der Presse im Vorfeld des Ersten Weltkrieges.“ Köln, Weimar, Wien, Böhlau, 1998
- Röser, Jutta, Thomas, Tanja und Peil, Corinna** [Hrsg.]: „Alltag in den Medien – Medien im Alltag.“ Wiesbaden, 2010
- Rössler, Patrick:** „The Agenda-Setting Function of Mass Media.“ In: **Potthoff, Matthias:** „Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung.“ Wiesbaden, 2016
- Rötzer, Florian:** „Propaganda der Tat. Gewaltinszenierung in der Echtzeitmedienwelt.“ In: **Prange, Oliver** [Hrsg.]: „Du: die Zeitschrift für Kultur. Band 63, Heft 736: Terrorismus: Alltag wie nie zuvor.“ Zürich, 2003
- Sandner, Günther:** „Was Menschenkraft zu leisten vermag. Otto Neurath und die Kriegswirtschaftslehre.“ In: **Dornik, Wolfram** [Hrsg.]: „Frontwechsel: Österreich-Ungarns ‚Großer Krieg‘ im Vergleich.“ Wien, 2014
- Scheipl, Josef und Seel, Helmut:** „Die Entwicklung des österreichischen Schulwesens von 1750 bis 1938.“ Graz, 1987
- Schönbach, Klaus:** „Verkaufen, Flirten, Führen. Persuasive Kommunikation – ein Überblick.“ Wiesbaden, 2013
- Schultz, Uwe** [Hrsg.]: „Das Fest. Eine Kulturgeschichte von der Antike bis zur Gegenwart.“ München, 1988
- Schütz, Alfred und Luckmann, Thomas:** „The Structures of the Life-World.“ USA, 1973
- Stanley, Jason:** „How Propaganda works.“ New Jersey, 2015
- Stauff, Markus:** „Das neue Fernsehen. Machteffekte einer heterogenen Kulturtechnologie.“ Bochum, 2004
- Szyszka, Peter:** „Vom Wiener Kongress bis zur Weimarer Republik. Die Frühgeschichte Deutscher PR-Arbeit aus theoriegestützter Perspektive.“ In: **Verein „Arbeitskreis für**

- historische Kommunikationsforschung (AHK)**“: „medien & zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart.“ 26. Jahrgang, Heft 1, Wien, 2011
- Treibel, Annette**: „Einführung in soziologische Theorien der Gegenwart.“ Wiesbaden, 2006
- Unterseher, Lutz**: „Der Erste Weltkrieg: Trauma des 20. Jahrhunderts.“ Wiesbaden, 2014
- Weischenberg, Siegfried**: „Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen.“ Wiesbaden, 2004
- Wilkending, Gisela**: „Die Kommerzialisierung der Jugendliteratur und die Jugendschriftenbewegung um 1900.“ In: **Kaschuba, Wolfgang** und **Maase, Kaspar** [Hrsg.]: „Schund und Schönheit. Populäre Kultur um 1900.“ Köln, Weimar, Wien, Böhlau, 2001
- Wintersteiner, Werner**: „Imperialismus mit Herz. Österreichische Jugendzeitschriften am Vorabend des 1. Weltkriegs.“ In **Ewers, Hans-Heino** und **Seibert, Ernst** [Hrsg.]: „Geschichte der österreichischen Kinder- und Jugendliteratur von 1800 bis zur Gegenwart.“ Wien, 1997

Abbildungen:

- Abbildung 1: Erweitertes Stimulus-Response-Modell nach Carl Iver Hovland.** In: **Bonfadelli, Heinz**: „Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven.“ Konstanz, 2004
- Abbildung 2: Interaktion von Media Agenda, Public Agenda und Policy Agenda nach Kristin Bulkow und Wolfgang Schweiger.** In: **Bulkow, Kristin** und **Schweiger, Wolfgang**: „Agenda Setting – Zwischen gesellschaftlichem Phänomen und individuellem Prozess.“ In: **Fahr, Andreas** und **Schweiger, Wolfgang** [Hrsg.]: „Handbuch Medienwirkungsforschung.“ Wiesbaden, 2013
- Abbildung 3: Schematische Darstellung der Kategorien sozialer Handlungen nach Jürgen Habermas.** In: **Habermas, Jürgen**: „Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung.“ Frankfurt am Main, 1982
- Abbildung 4: Funktionale Abgrenzung von PR-Arbeit, Propaganda und Werbung, vorgeschlagen von Peter Szyszka und konkretisiert durch Romy Fröhlich.** In: **Fröhlich, Romy**: „Zur Problematik der PR-Definition(en).“ In: **Bentele, Günter** [Hrsg.], **Fröhlich, Romy** und **Szyszka, Peter**: „Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon.“ Wiesbaden, 2015

- Abbildung 5: Organigramm des Kriegspressequartiers ab 1917.** In: Eigene Darstellung
- Abbildung 6: Synthese der technologischen Entwicklungsphasen nach McLuhan mit dem Modell der historischen Entwicklung von Identitätskonzepten nach Hall und Keupp zu einem Stufen-Modell.** In: Eigene Darstellung
- Abbildung 7: Grundrissplan der Abteilung „Im Felde“ der Kriegsausstellung 1916/1917.**
In: O.A.: „Österr.-ung. Kriegsausstellung Wien 1916 (k.k. Prater) ... Abteilung Im Felde.“ Wien, 1916. Im Eigentum der Wienbibliothek, abrufbar unter der URL <http://www.digital.wienbibliothek.at/wbrobv/content/titleinfo/473229>. Stand: 11.4.2016
- Abbildung 8: Alphabetisierungsgrad in Österreich anhand der Volkszählung von 1910.**
In: Engelbrecht, Helmut: „Geschichte des österreichischen Bildungswesens. Erziehung und Unterricht auf dem Boden Österreichs. Band 4: Von 1848 bis zum Ende der Monarchie.“ Wien, 1986
- Abbildung 9: Ablaufmodell der zusammenfassenden Inhaltsanalyse nach Mayring.** In: Mayring, Philipp: „Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken.“ Weinheim, 2010
- Abbildung 10: Verteilung der Thematisierung verschiedener Lebenswelten in „Jung-Österreich“.** In: Eigene Darstellung
- Abbildung 11: Zeitliche Entwicklung der Thematisierung verschiedener Lebenswelten in „Jung-Österreich“.** In: Eigene Darstellung
- Abbildung 12: Häufung von Texteinheiten mit manifestem oder latentem Bezug zum Ersten Weltkrieg in „Jung-Österreich“.** In: Eigene Darstellung
- Abbildung 13: Zeitliche Entwicklung der Bezugnahme auf den Ersten Weltkrieg in „Jung-Österreich“.** In: Eigene Darstellung
- Abbildung 14: Häufigkeit der Rechtfertigung des Kriegszustandes nach Merkmalen der Lehre des Gerechten Krieges in „Jung-Österreich“.** In: Eigene Darstellung
- Abbildung 15: Häufigkeit der neun am öftesten vorgeschlagenen Werte und Verhaltensweisen in „Jung-Österreich“.** In: Eigene Darstellung
- Abbildung 16: Zeitliche Entwicklung der Häufigkeit der sieben am öftesten vorgeschlagenen Werte und Verhaltensweisen in „Jung-Österreich“.** In: Eigene Darstellung
- Abbildung 17: Häufigkeit der Kontextualisierung des jugendlichen Alltags mit militärischen Inhalten in „Jung-Österreich“, aufgeschlüsselt nach Sinnprovinz.**
In: Eigene Darstellung

Abbildung 18: Zeitliche Entwicklung der Kontextualisierung des jugendlichen Alltags mit militärischen Inhalten in „Jung-Österreich“ zwischen 1916 und 1918, aufgeschlüsselt nach Sinnprovinz. In: Eigene Darstellung

Tabellen:

Tabelle 1: Dimensionen und Kategorien der forschungsleitenden Fragestellung. In: Eigene Darstellung

Tabelle 2: Faktoren zur Akzeptanz eines Kriegszustandes. In: Kutz, Magnus-Sebastian: „Öffentlichkeitsarbeit in Kriegen. Legitimation von Kosovo-, Afghanistan- und Irakkrieg in Deutschland und den USA.“ Wiesbaden, 2014

Tabelle 3: Das Differenzierungsmodell von Klaus Merten. In: Merten, Klaus: „Einführung in die Kommunikationswissenschaft.“ Berlin, 2007

7.0 Anhang

7.1 Operationalisierung

Kategorie: Kontextualisierung Krieg und Alltag:

- (999) Nicht zuzuordnen
- (0) Nicht zutreffend: Die analysierte Texteinheit enthält weder eine manifeste noch eine latente Kontextualisierung mit dem Ersten Weltkrieg.
- (1) Manifeste Kontextualisierung: Die analysierte Texteinheit enthält direkte Bezüge zu den kriegerischen Auseinandersetzungen des Ersten Weltkrieges. Thematisiert werden also unmittelbare Kriegereignisse, etwa der Frontverlauf, der Soldatenalltag, der Einsatz von Waffentechnologien, Schilderungen des Feindes, Gründe für den Krieg etc.
- (2) Latente Kontextualisierung: Die analysierte Texteinheit enthält indirekte Bezüge zu den kriegerischen Auseinandersetzungen des Ersten Weltkrieges. Thematisiert werden also mittelbare Kriegereignisse, etwa die Versorgungsknappheit, Auswirkungen des Krieges auf die Zivilbevölkerung, Freizeitbeschäftigungen mit militärischem Hintergrund, Spenden- und Sammelaktionen, die Betonung der Überlegenheit des eigenen Volkes etc.

Kategorie: Zuordnung in Lebenswelt:

- (999) Nicht zuzuordnen
- (0) Welt in aktueller Reichweite: Die analysierte Texteinheit thematisiert die Welt in aktueller Reichweite insofern, dass sie jenen Lebensbereich von Wiener Jugendlichen während des Ersten Weltkrieges betrifft, in dem sie gegenwärtig routiniert handeln konnten. Gemeint sind damit insbesondere jene Relevanzzonen, die sich auf Kindheit und Jugend beziehen und für sie zum aktuellen Zeitpunkt von Bedeutung sind.
- (1) Welt in potenzieller Reichweite: Die analysierte Texteinheit thematisiert die Welt in potenzieller Reichweite insofern, dass sie jenen Lebensbereich von Wiener Jugendlichen während des Ersten Weltkrieges betrifft, in dem sie in naher Zukunft

handeln konnten. Gemeint sind damit insbesondere jene Relevanzzonen, die sich zwar auf Kindheit und Jugend beziehen, aber erst zu einem Zeitpunkt in der nahen Zukunft an Bedeutung gewinnen werden.

- (2) Welt in erlangbarer Reichweite: Die analysierte Texteinheit thematisiert die Welt in erlangbarer Reichweite insofern, dass sie jenen Lebensbereich von Wiener Jugendlichen während des Ersten Weltkrieges betrifft, in dem sie in ferner Zukunft handeln konnten. Gemeint sind damit insbesondere Relevanzzonen, die sich auf das Leben als Erwachsener beziehen, also erst zu einem Zeitpunkt in der fernen Zukunft an Bedeutung gewinnen werden.
- (3) Welt außerhalb der Reichweite: Die analysierte Texteinheit thematisiert die Welt außerhalb der Reichweite insofern, dass sie weder in aktueller, potenzieller noch erlangbarer Reichweite von Wiener Jugendlichen während des Ersten Weltkrieges lag. Gemeint sind damit insbesondere Relevanzzonen, die weder zum aktuellen noch aller Voraussicht nach zu einem zukünftigen Zeitpunkt an Bedeutung gewinnen werden.

Kategorie: Rechtfertigung des Kriegszustandes:

- (999) Nicht zuzuordnen
- (0) Die analysierte Texteinheit weist keine der im Ius ad bellum bzw. im Ius in bello vorgeschlagenen Merkmale zur Legitimierung eines Kriegszustandes auf.
- (1) Gerechter Grund: Die analysierte Texteinheit verweist auf einen gerechten Grund (causa iusta) für die Kriegsführung, wenn sie auf die Notwendigkeit, Krieg zu führen, eingeht. Diese Notwendigkeit liegt dann vor, wenn die Kriegserklärung als Reaktion auf das Handeln des Kriegsgegners charakterisiert wird.
- (2) Richtige Absicht: Die analysierte Texteinheit verweist auf eine richtige Absicht (recta intentio) für die Kriegsführung, wenn die Wahrhaftigkeit der eigenen Motive im Krieg betont wird,
- (3) Legitime Autorität: Die analysierte Texteinheit verweist auf eine legitime Autorität (legitima auctoritatis) für die Kriegsführung, wenn die Involvierung von Repräsentanten der österreichisch-ungarischen Monarchie – insbesondere von Kaiser Franz Joseph I. – in die Kriegsbemühungen betont wird.
- (4) Krieg als letztes Mittel: Die analysierte Texteinheit verweist auf den Krieg als letztes Mittel zur Wiederherstellung des Rechts (ultima ratio), wenn im

Zusammenhang mit der Erklärung des Kriegszustandes von gescheiterten Bemühungen zur Wahrung des Friedens die Rede ist.

- (5) Vernünftige Aussicht auf Erfolg: Die analysierte Texteinheit verweist auf eine vernünftige Aussicht auf Erfolg der Kriegsbemühungen (*iustus finis*), wenn Siegesszenarien als wahrscheinlich dargestellt werden und/oder in Aussicht gestellt wird, dass ein günstiger Ausgang des Krieges in naher Zukunft bevorsteht.
- (6) Verhältnismäßigkeit der Entscheidung, Krieg zu führen: Die analysierte Texteinheit vermittelt den Eindruck, dass die ursprüngliche Entscheidung, Krieg zu führen, verhältnismäßig war (*proportionalitas*), wenn durch sie der Eindruck entsteht, dass die zu erwartenden Folgen der Unterlassung einer Kriegserklärung schwerer wiegen würden als die zu erwartenden Verluste aller Beteiligten im Falle eines Krieges.
- (7) Immunität von Nicht-KombattantInnen: Die analysierte Texteinheit verweist auf die Immunität von Nicht-KombattantInnen, wenn vom Schutz der Zivilbevölkerung sowohl auf eigener als auch auf gegnerischer Seite die Rede ist.
- (8) Verhältnismäßigkeit der eingesetzten Mittel: Die analysierte Texteinheit verweist auf die Verhältnismäßigkeit der im Krieg eingesetzten Mittel, wenn darin suggeriert wird, dass gerade nur so viel Gewalt eingesetzt wird, wie nötig ist, um den Gegner zu überwinden.

7.2 Codebuch

Kennzahl	Kriegsbezug	Lebenswelt	Ius in bellum	Reduktion	Kategorie	Verhaltensmaxime
001	1	0	0	Schießen mit dem Armeegewehr macht Spaß. Die Erkundung des Geländes bringt Freude.	Krieg als Spiel, Krieg und Natur	Fleiß, Stolz, Patriotismus, Pflichtbewusstsein, Gemeinschaftsgefühl
002	1	2	0			Selbstvertrauen, Stolz, Patriotismus
003	1	2	1, 4, 5, 6	Väter und Brüder sind tüchtige Männer, weil sie im Krieg für das Vaterland kämpfen und gehorsam sind.	Krieg und Familie	Gehorsam, Pflichtbewusstsein, Gesundheit, Kameradschaft, Patriotismus, Fleiß
004	1	2	1,4	Der Radezkymarsch gibt den Soldaten Mut und vereint sie.	Krieg und Kunst, Krieg und Geschichte	Tapferkeit, Einheit, Gemeinschaftsgefühl
005	0	1	0	Die österreichischen Burgen bewahren das Land seit jeher vor seinen Feinden.	Krieg und Geschichte, Krieg und Natur	
006	2	0	0	Das Kriegsspiel war immer schon ein jugendlicher Zeitvertreib.	Krieg als Spiel, Krieg und Kunst	Kreativität, Erfindungsreichtum
007	2	0	5	Die Natur hilft, Ressourcen für den Krieg zu sparen. Auf ausländische Produkte soll verzichtet werden.	Krieg und Wirtschaft, Krieg und Geschichte, Krieg und Natur, Krieg	Sparsamkeit, Opferbereitschaft

						und Ernährung	
008	2	1	0	Das Gewehr hat eine lange Geschichte und ist ein Teil von Österreich.	Krieg und Technik, Krieg und Geschichte	Erfindungsreichtum, Kreativität	
009	1	1	0	Im Krieg muss man Opfer für das eigene Land bringen.	Krieg als Abenteuer	Kameradschaft, Gemeinschaftsgefühl, Opferbereitschaft, Heldentum	
010	2	0	0	Im Krieg müssen alle Männer der Familie ihre Pflicht erfüllen und einrücken.	Krieg und Familie	Stolz, Pflichtbewusstsein	
011	0	3	0			Heldentum, Zusammenhalt	
012	1	2	0	Jeder Mann muss im Krieg dienen.	Krieg und Technik, Krieg und Natur, Krieg und Geografie, Krieg als Abenteuer, Krieg als Gefahr	Heldentum, Kameradschaft, Zusammenhalt, Opferbereitschaft	
013	1	2	0	Die Soldaten feiern Ostern und denken an die Heimat.	Krieg und Wetter, Krieg und Technik, Krieg und Natur, Krieg	Opferbereitschaft, Tapferkeit, Fleiß, Wachsamkeit, Sauberkeit, Stolz, Pflichtbewusstsein	

							und Religion, Krieg und Brauchtum	
014	1			1,3,6		Der Suezkanal und seine Ölvorkommen sind wichtig für den Krieg.	Krieg und Geografie, Krieg und Geschichte, Krieg und Wirtschaft	
015	1	2		1,7		Soldaten fallen im Krieg. Österreich wird siegen. Die Jugend wird ein Weltreich erben.	Krieg und Technik, Krieg als Abenteuer, Krieg als Gefahr, Krieg und Gesundheit, Krieg und Wirtschaft	Tapferkeit, Heldentum, Opferbereitschaft, Sparsamkeit, Erfindungsreichtum
016	2	1		0		Das Gewehr hat eine lange Geschichte und ist ein Teil von Österreich.	Krieg und Technik, Krieg und Geschichte	Erfindungsreichtum, Kreativität
017	0	999		0				
018	1	2		5,7		Die Soldaten verteidigen Czernowitz ehrenhaft gegen Russland.	Krieg als Gefahr, Krieg und Geografie	Patriotismus, Sparsamkeit, Tapferkeit, Opferbereitschaft, Gottesfurcht

019	2	0	0	Soldatenlieder werden in der Heimat gerne gesungen und gepfiffen.	Krieg und Kunst, Krieg und Brauchtum	Patriotismus, Stolz
020	1	2	1	Die österreichischen Soldaten kämpfen ehrenhaft im Krieg.	Krieg als Abenteuer, Krieg und Technik	Abenteuerlust, Sparsamkeit, Genügsamkeit, Opferbereitschaft, Heldentum, Humor, Tapferkeit, Gemeinschaftssinn
021	1	2	0	Die Entdeckung des Schießpulvers war ein Segen für Österreich.	Krieg und Technik, Krieg und Wirtschaft	Einfallsreichtum, Sparsamkeit
022	1	3	0	Österreicher lieben die Freiheit und ergeben sich nie.	Krieg und Geschichte	Freiheitsliebe, Patriotismus, Heldentum
023	2	0	0	Kapselschießen hilft Jugendlichen, sich auf den Krieg vorzubereiten.	Krieg als Spiel	Sparsamkeit, Erfindungsreichtum
024	1	2	0	Im Krieg gibt es auch humorvolle Situationen.	Krieg und Humor, Krieg als Abenteuer	
025	2	0	0	Jugendliche sollen kreativ von ihren Erfahrungen mit dem Krieg berichten.	Krieg und Kunst, Krieg und Kreativität	Kreativität, Geschicklichkeit, Fleiß, Sparsamkeit
026	1	2	0			Tapferkeit, Heldentum, Opferbereitschaft

027	0	0	0			Geschicklichkeit, Erfindungsreichtum, Kreativität, Hilfsbereitschaft, Patriotismus, Gottesfurcht
028	0	1	0	Die österreichischen Burgen bewahren das Land seit jeher vor seinen Feinden.	Krieg und Geschichte, Krieg und Natur	
029	1	2	7	Die Soldaten verteidigen Czernowitz ehrenhaft gegen Russland.	Krieg als Gefahr	Opferbereitschaft, Kameradschaft
030	2	0	0	Wehrkrafterziehung ist gesund und bereitet Jugendliche auf den Krieg vor.	Krieg und Familie, Krieg und Sport, Krieg und Erziehung, Krieg und Bildung, Krieg und Spiel, Krieg und Natur	Kameradschaft, Fleiß, Opferbereitschaft, Stolz, Patriotismus, körperliche Ertüchtigung
031	1	2	0	Die Soldaten teilen die wenigen Ressourcen, die sie haben, kameradschaftlich untereinander auf.	Krieg als Gefahr, Krieg und Humor	Stolz, Kameradschaft, Opferbereitschaft, Sparsamkeit, Einfallsreichtum, Gehorsam, Tapferkeit

032	2	1	0	Das Gewehr hat eine lange Geschichte und ist ein Teil von Österreich.	Krieg und Technik, Krieg und Geschichte	Erfindungsreichtum, Kreativität
033	0	0	0			Patriotismus
034	1	2	6,7	Die österreichischen Soldaten kämpfen ehrenhaft im Krieg.	Krieg und Natur, Krieg als Abenteuer, Krieg als Gefahr, Krieg und Humor, Krieg und Technik	Patriotismus, Heldentum, Opferbereitschaft, Tapferkeit
035	1	2	7	Im Krieg muss die ganze Familie Opfer bringen und sparsam sein.	Krieg als Gefahr, Krieg und Familie, Krieg und Brauchtum	Sparsamkeit, Opferbereitschaft
036	1	2	1			Tapferkeit, Opferbereitschaft, Patriotismus, Gottesfurcht, Freiheitsliebe, Bescheidenheit
037	2	0	0	Jugendliche stellen den Alltag der Soldaten spielerisch nach.	Krieg als Spiel, Krieg als Gefahr	Kameradschaft, Tapferkeit, Ehre, Heldentum

038	2	0	1,4	Die Jugend muss für den Krieg vorbereitet werden.	Krieg als Spiel, Krieg und Natur, Krieg und Kunst, Krieg und Kreativität	Patriotismus, Stolz, Kameradschaft, körperliche Ertüchtigung, Gehorsam, Disziplin
039	2	0	0	Jugendliche sollen sich an der Nesselerte beteiligen, um den Soldaten zu helfen.	Krieg und Natur	Fleiß, Sparsamkeit
040	2	3	1,4,5	Prinz Eugen ist ein Vorbild für die Soldaten.	Krieg als Gefahr, Krieg und Geschichte	Kameradschaft, Tapferkeit, Gerechtigkeit, Patriotismus
041	2	1	0	Handfeuerwaffen haben eine lange Geschichte und sind ein Teil von Österreich.	Krieg und Technik, Krieg und Geschichte	Erfindungsreichtum
042	2	0	1,4,5	Österreich muss gegen seine Feinde verteidigt werden.	Krieg und Bildung, Krieg und Beruf	Patriotismus, Fleiß, Gerechtigkeit, Helden
043	1	2	0	Im Krieg muss die ganze Familie zum Sieg beitragen.	Krieg und Familie	Gehorsam, Fleiß, Gottesfurcht, Hilfsbereitschaft, Patriotismus, Opferbereitschaft
044	1	2	0	Die Eisenbahn trägt zum Sieg im Krieg bei.	Krieg und Technik, Krieg und Geschichte	

045	1	2	1,5	Rumänien hat sich der Verschwörung gegen Österreich angeschlossen.	Krieg und Geografie, Krieg und Natur, Krieg und Technik	Geduld, Heldentum, Opferbereitschaft, Patriotismus
046	0	3	0	In den Kreuzzügen haben sich die österreichischen Soldaten ehrenhaft verhalten.	Krieg und Geschichte, Krieg und Religion, Krieg als Gefahr, Krieg und Familie	Heldentum, Gottesfurcht, Freundschaft, Tapferkeit, Gehorsam, Opferbereitschaft
047	2	2	0	Albanien ist ein wertvoller Verbündeter Österreichs.	Krieg und Geografie, Krieg und Geschichte, Krieg und Natur	
048	2	0	0	Jugendliche sollen sich an der Nesselerte beteiligen, um den Soldaten zu helfen.	Krieg und Natur	Sparsamkeit, Erfindungsreichtum
049	0	0	0			Kreativität
050	1	2	1,4,5	Erzherzog Karl Franz Joseph unterstützt die Truppen heldenhaft in Italien.	Krieg und Geografie, Krieg und Kunst, Krieg und Religion, Krieg und Technik,	Erfindungsreichtum, Tapferkeit, Heldentum, Pflichtbewusstsein, Fleiß, Stolz, Gottesfurcht, Treue, Patriotismus

							Krieg und Geschichte	
051	2	1	5			Das Schloss Schönbrunn ist ein Beispiel für den Ruhm Österreichs und muss verteidigt werden.	Krieg und Geschichte, Krieg und Kunst	Patriotismus, Stolz
052	1	2	0			Das Telefon hilft den Soldaten bei der Kommunikation und Orientierung im Gelände.	Krieg und Technik, Krieg und Geografie	Geschicklichkeit, Fleiß
053	2	0	0			Schießen mit dem Armeegewehr macht Spaß. Die Erkundung des Geländes bringt Freude.	Krieg als Spiel, Krieg und Technik	Sparsamkeit, Disziplin
054	1	2	0			Die Eisenbahn trägt zum Sieg im Krieg bei.	Krieg und Technik, Krieg und Geschichte	
055	0	0	0					Erfindungsreichtum, Kreativität, Geschicklichkeit, Wissensdurst
056	1	2	0			Das Feldkino hilft den Soldaten bei der Erholung.	Krieg und Technik, Krieg und Kunst, Krieg als Gefahr	Kameradschaft, Sparsamkeit
057	2	1	1, 4			Das Kriegsspiel war immer schon ein	Krieg als Spiel	Patriotismus, Stolz, Pflichtbewusstsein

					jugendlicher Zeitvertreib.			
058	2	0	0	0	Rodeln und Schneeschuhlaufen sind nützliche Fertigkeiten im Krieg. Die Jugend muss sparsam sein und Opfer bringen.	Krieg als Spiel, Krieg und Wirtschaft	Sparsamkeit, Patriotismus, Naturverbundenheit, Erfindungsreichtum	
059	1	2	0	0	Die Eisenbahn trägt zum Sieg im Krieg bei.	Krieg und Technik, Krieg und Geschichte		
060	0	1	0	0			Gastfreundschaft	
061	2	0	0	0	Lichtbildvorträge bringen den Soldaten ein Stück von der Heimat an die Front.	Krieg und Kunst, Krieg und Natur, Krieg und Technik	Naturverbundenheit	
062	1	2	0	0	Im Krieg in den Bergen muss die ganze Familie Opfer bringen.	Krieg als Gefahr, Krieg und Familie	Heldentum, Tapferkeit, Opferbereitschaft, Pflichtbewusstsein, Patriotismus, Gottesfurcht	
063	0	0	0	0			Erfindungsreichtum, Kreativität, Geschicklichkeit, Wissensdurst	
064	2	0	1,3	0	Durch Soldatenspiele lernen Jugendliche, die Heimat zu verteidigen.	Krieg als Spiel	Patriotismus, Kameradschaft, Naturverbundenheit,	

								Sportlichkeit, Disziplin, Fleiß
065	1	2	0		Das Telefon hilft den Soldaten bei der Kommunikation und Orientierung im Gelände.	Krieg und Technik, Krieg und Geografie, Krieg als Gefahr	Geschicklichkeit, Fleiß, Gehorsam, Kameradschaft	
066	2	0	0		Musik hilft den Soldaten bei der Erholung vom Krieg.	Krieg und Kunst, Krieg und Kreativität	Kreativität, Fleiß, Sparsamkeit, Großzügigkeit	
067	2	3	1		Krieg ist ein Teil von Österreichs Geschichte und Identität.	Krieg und Geschichte, Krieg und Geografie	Patriotismus, Heldentum	
068	2	0	0		Das Kriegsministerium vermittelt günstige Schuhe an Jugendliche.	Krieg und Wirtschaft	Sparsamkeit, Patriotismus,	
069	1	2	0		Die Eisenbahn trägt zum Sieg im Krieg bei.	Krieg und Technik, Krieg und Geschichte, Krieg und Geografie		
070	1	2	0		Die Soldaten an der Front bringen viele Opfer, um Österreich zu verteidigen.	Krieg als Gefahr, Krieg und Natur, Krieg und Religion.		Gehorsam, Tapferkeit, Naturverbundenheit, Gottesfurcht, Kameradschaft

								Krieg und Familie	
071	2	0	0	0	Soldaten und Jugendliche bauen mit einfachen Mitteln Unterkünfte.	Krieg und Kreativität, Krieg als Spiel	Kreativität, Erfindungsreichtum, Geschicklichkeit		
072	2	0	0	0	Jugendliche sollen sich an der Nesselerte beteiligen, um den Soldaten zu helfen.	Krieg und Natur, Krieg und Wirtschaft	Sparsamkeit, Erfindungsreichtum		
073	0	0	0	0	Jugendliche können selbst Zielscheiben zum Schießen mit dem Gewehr basteln.	Krieg als Spiel	Sparsamkeit		
074	2	0	0	0	Musik hilft den Soldaten bei der Erholung vom Krieg.	Krieg und Kunst, Krieg und Kreativität	Kreativität, Fleiß, Sparsamkeit, Großzügigkeit		
075	0	0	0	0			Erfindungsreichtum, Kreativität, Geschicklichkeit, Wissensdurst		
076	0	999	0	0					
077	0	0	0	0			Naturverbundenheit, Gottesfurcht, Kreativität		
078	1	2	0	0	Minenwerfer sind ein wichtiges Werkzeug des Soldaten.	Krieg und Technik, Krieg und Geschichte	Erfindungsreichtum		
079	1	2	0	0	Die Gebiete Österreichs an der Donau werden mit	Krieg und Geografie,	Disziplin, Opferbereitschaft,		

					Kanonenbooten verteidigt.		Krieg und Natur, Krieg und Technik, Krieg und Wirtschaft, Krieg und Geschichte	Patriotismus, Kameradschaft
080	2	0	0	0	Jung-Österreicher spielen und lernen gemeinsam, um in Zukunft Österreich zu verteidigen.		Krieg und Kunst, Krieg und Kreativität, Krieg als Spiel, Krieg und Natur	Sportlichkeit, Fleiß, Pflichtbewusstsein, Tapferkeit, Naturverbundenheit, Patriotismus
081	2	0	0	0	Jung-Österreicher legen Gärten an, um die Nahrungsmittelknappheit zu bekämpfen.		Krieg und Wirtschaft, Krieg und Natur	Sparsamkeit, Fleiß
082	2	3	0	0	Zur Zeit von Maria Theresia war Österreich mit Deutschland verfeindet. Heute sind sie Verbündete.		Krieg und Geschichte	Patriotismus, Gottesfurcht, Stolz, Treue
083	1	1	0	0	Junge Männer werden direkt von der Schule an die Front versetzt.		Krieg und Kunst	Tapferkeit
084	1	3	1,8		Radiotelegrafie hilft den Soldaten bei der Kommunikation und Orientierung im Gelände.		Krieg und Technik	Erfindungsreichtum, Patriotismus

085	2	2	0	Soldatenspiele mit Booten machen Spaß.	Krieg als Spiel, Krieg als Abenteuer, Krieg und Geschichte	Kameradschaft, Heldentum, Abenteuerlust
086	1	2	0	Das Feldtelefon hilft den Soldaten bei der Kommunikation und Orientierung im Gelände.	Krieg und Technik, Krieg als Abenteuer	Tapferkeit, Kameradschaft, Gehorsam, Fleiß, Erfindungsreichtum
087	2	0	0	Aufgrund der Seeblockade müssen die Österreicher sparsam sein.	Krieg und Wirtschaft	Naturverbundenheit, Sparsamkeit
088	1	1	1,4	Das Kriegsspiel war immer schon ein jugendlicher Zeitvertreib.	Krieg als Spiel	Patriotismus, Freiheitsliebe, Pflichtbewusstsein, Fleiß, Tapferkeit
089	0	3	0			Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum
090	2	0	3	Beim Besuch des Kaisers zeigen Jung-Österreicher Soldatenspiele in der Natur vor.	Krieg als Spiel, Krieg und Natur	Disziplin, Gehorsam, Stolz, Patriotismus
091	2	0	0	Jung-Österreicher werden in den nächsten Monaten gemeinsam Soldatenspiele spielen.	Krieg und Natur, Krieg als Spiel	Naturverbundenheit, Fleiß
092	1	2	0			Tapferkeit, Patriotismus,

093	2	0	0	0	Rudern ist eine Fähigkeit, die für Soldaten nützlich ist.	Krieg als Spiel, Krieg und Technik	Naturverbundenheit, Disziplin
094	0	3	0	0			Erfindungsreichtum, Patriotismus
095	2	0	0	0	Die Jahrgänge ab 1900 müssen ihren Beitrag im Krieg leisten.	Krieg als Spiel, Krieg und Brauchtum	Fleiß, Stolz
096	0	1	0	0			Naturverbundenheit, Stolz, Patriotismus, Gottesfurcht
097	0	3	0	0	1789 wurde Belgrad von den Österreichern erobert.	Krieg und Geschichte, Krieg und Geografie	Heldentum, Gottesfurcht
098	2	0	0	0	Jugendliche sollen jeden Tag eine Stunde lang sammeln, damit der Krieg gewonnen werden kann.	Krieg und Wirtschaft, Krieg und Natur	Sparsamkeit, Opferbereitschaft, Patriotismus
099	0	1	0	0			Naturverbundenheit, Stolz, Patriotismus, Gottesfurcht
100	0	3	0	0			Heldentum, Abenteuerlust, Tapferkeit, Patriotismus
101	0	3	0	0			Erfindungsreichtum, Patriotismus
102	0	3	0	0			Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum

103	2		0	0	Jugendliche können durch Sammelaktionen helfen, den Krieg zu gewinnen.	Krieg und Wirtschaft, Krieg und Natur	Patriotismus, Naturverbundenheit, Fleiß, Gottesfurcht, Hilfsbereitschaft, Geschicklichkeit, Sparsamkeit, Kameradschaft
104	1	2	0	0	Der Krieg hat auch humorvolle Seiten.	Krieg und Humor	Tapferkeit
105	0	2	0	0			Pflichtbewusstsein, Fleiß, Naturverbundenheit, Kreativität
106	0	0	0	0			Kreativität
107	2	0	0	0	Das Lesen von Karten hilft Jugendlichen und Soldaten, sich in der Natur zu orientieren.	Krieg und Geografie, Krieg und Familie	Fleiß
108	1	2	0	0	Torpedoboote verteidigen Österreich vor seinen Feinden.	Krieg als Abenteuer, Krieg und Technik	Patriotismus, Gehorsam, Disziplin
109	0	1	0	0			Naturverbundenheit
110	2	0	0	0	Jung-Österreicher werden in den nächsten Monaten gemeinsam Soldatenspiele spielen.	Krieg als Spiel	Disziplin, Naturverbundenheit, Fleiß, Sportlichkeit
111	2	2	0	0			Naturverbundenheit, Kameradschaft, Pflichtbewusstsein
112	1	2	1,4,5	2	In den Munitionsfabriken wird	Krieg und Technik,	Geschicklichkeit, Patriotismus,

					eine für Österreich wichtige Arbeit geleistet.	Krieg und Wirtschaft	Pflichtbewusstsein, Fleiß
113	0	1	0				Naturverbundenheit, Stolz, Patriotismus, Gottesfurcht
114	0	3	0				Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum
115	2	1	0		Eine gute Erziehung vermittelt Jugendlichen die Bereitschaft und das körperliche Vermögen, um Österreich zu verteidigen.	Krieg als Gefahr, Krieg und Geschichte, Krieg und Natur, Krieg als Spiel	Opferbereitschaft, Pflichtbewusstsein, Patriotismus, Freiheitsliebe, Fleiß, Naturverbundenheit, Gottesfurcht, Kameradschaft
116	2	2	0		In den Munitionsfabriken wird eine für Österreich wichtige Arbeit geleistet.	Krieg und Technik, Krieg und Wirtschaft	Geschicklichkeit, Patriotismus, Pflichtbewusstsein, Fleiß
117	1	2	0		Das Feldtelefon hilft den Soldaten bei der Kommunikation und Orientierung im Gelände.	Krieg und Technik, Krieg als Abenteuer	Tapferkeit, Kameradschaft, Gehorsam, Fleiß, Erfindungsreichtum
118	0	3	0				Kreativität, Fleiß, Patriotismus
119	0	3	0				Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum
120	0	1	0				Naturverbundenheit, Fleiß, Sportlichkeit
121	2	0	0		Jung-Österreicher werden in den nächsten	Krieg als Spiel	Disziplin, Naturverbundenheit, Fleiß, Sportlichkeit

					Monaten gemeinsam Soldatenspiele spielen.			
122	1	2	5		Jugendliche können von den Soldaten, die in Italien kämpfen, Pflichterfüllung und Heldenmut lernen.	Krieg und Geografie, Krieg und Natur, Krieg und Technik	Heldentum, Pflichtbewusstsein, Opferbereitschaft, Patriotismus	
123	0	3	0				Gottesfurcht, Hilfsbereitschaft	
124	2	2	0		In den Munitionsfabriken wird eine für Österreich wichtige Arbeit geleistet.	Krieg und Technik, Krieg und Wirtschaft	Geschicklichkeit, Patriotismus, Pflichtbewusstsein, Fleiß	
125	0	3	0				Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum	
126	0	3	0				Erfindungsreichtum, Patriotismus	
127	0	3	0		Künstler leisten an der Front einen Beitrag zum Sieg im Krieg.	Krieg und Kunst, Krieg und Geschichte	Kreativität, Fleiß, Patriotismus, Pflichtbewusstsein	
128	2	0	0		Beim Wandern und Marschieren müssen Jugendliche und Soldaten sparsam mit ihren Kräften umgehen.	Krieg und Natur, Krieg und Geografie, Krieg und Familie	Patriotismus, Naturverbundenheit, Sportlichkeit	
129	0	1	0				Naturverbundenheit, Stolz, Patriotismus, Gottesfurcht	
130	0	1	0				Fleiß, Kreativität, Hilfsbereitschaft,	

											Naturverbundenheit, Sportlichkeit, Patriotismus
131	2		2	0				Jung-Österreicher üben den berittenen Kampf mit der Lanze.	Krieg als Spiel		Kameradschaft, Sportlichkeit, Patriotismus
132	0		3	0							Geschicklichkeit
133	0		0	0							Pünktlichkeit, Sparsamkeit, Geschicklichkeit, Kameradschaft
134	0		3	0							Sportlichkeit
135	2		0	0				Die Instandhaltung von Wegen und Straßen ist für Soldaten wichtig.	Krieg und Natur, Krieg und Geografie, Krieg und Familie		Patriotismus, Naturverbundenheit, Sportlichkeit
136	1		2	0				Das Feldtelefon hilft den Soldaten bei der Kommunikation und Orientierung im Gelände.	Krieg und Technik, Krieg als Abenteuer		Tapferkeit, Kameradschaft, Gehorsam, Fleiß, Erfindungsreichtum
137	0		3	0							Naturverbundenheit, Gottesfurcht
138	2		0	0				Selbstständigkeit und der schonende Umgang mit Ressourcen helfen Soldaten im Krieg.	Krieg und Wirtschaft		Selbstständigkeit, Geschicklichkeit, Erfindungsreichtum, Sparsamkeit, Sportlichkeit, Naturverbundenheit, Patriotismus

139	0	3	0				Fleiß, Geschicklichkeit, Gottesfurcht
140	0	3	0				Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum
141	0	0	0				Erfindungsreichtum
142	0	1	0				Patriotismus, Fleiß
143	2	0	1,4	Jung-Österreicher legen einen Sportplatz an. Ein Kriegsinvalider soll Platzwörter werden.	Krieg als Gefahr	Naturverbundenheit, Sportlichkeit, Geschicklichkeit	
144	1	2	1	Die im Krieg strapazierte Natur wird im Frieden wieder heilen.	Krieg und Natur, Krieg als Gefahr	Heldentum, Patriotismus	
145	2	0	0	Das Kriegsspiel war immer schon ein jugendlicher Zeitvertreib.	Krieg als Spiel	Gehorsam, Abenteuerlust	
146	2	0	0	Viele Menschen brauchen aufgrund des Krieges Hilfe.	Krieg als Gefahr	Hilfsbereitschaft	
147	0	1	0	Die Gebiete Österreichs an der Donau werden mit Kanonenbooten verteidigt.		Naturverbundenheit, Stolz, Patriotismus, Gottesfurcht	
148	2	2	1	Natürliche Rohstoffe sind wichtig für den Krieg. Ohne sie hätte Österreich den Krieg schon verloren.	Krieg und Wirtschaft, Krieg und Geografie, Krieg und Technik	Sparsamkeit, Patriotismus, Erfindungsreichtum	

149	0	3	0				Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum
150	0	0	0				Erfindungsreichtum
151	2	0	0	Im Krieg ist der schonende Umgang mit Ressourcen wichtig.	Krieg und Wirtschaft		Sparsamkeit
152	0	0	0				Patriotismus, Sportlichkeit, Pünktlichkeit, Fleiß, Geschicklichkeit, Gehorsam
153	0	0	0				Sportlichkeit, Disziplin
154	2	3	0	Die Ukraine ist ein wichtiger Kriegsschauplatz für Österreich.	Krieg und Geografie, Krieg und Kultur		Ordnungsliebe
155	0	0	0				Naturverbundenheit, Sportlichkeit, Kameradschaft
156	2	2	1	Die Grafitwerke leisten für die Kriegsschauplatze in ganz Europa wichtige Arbeit.	Krieg und Wirtschaft, Krieg und Geografie, Krieg und Technik		Sparsamkeit, Patriotismus, Erfindungsreichtum, Heldentum
157	0	2	0				Naturverbundenheit, Patriotismus
158	2	3	1				Patriotismus, Geduld, Treue

159	0		0	0				Gottesfurcht, Hilfsbereitschaft, Patriotismus
160	0		3	0				Fleiß, Freundschaft
161	1		2	0		Das Kriegsschiff Novara hilft den Soldaten dabei, Österreich zu verteidigen.	Krieg und Technik, Krieg als Gefahr, Krieg und Familie, Krieg und Kultur	Fleiß, Patriotismus, Kameradschaft
162	0		3	0				Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum
163	0		1	0				Gottesfurcht, Patriotismus, Hilfsbereitschaft, Pflichtbewusstsein, Fleiß, Kameradschaft, Selbstständigkeit, Naturverbundenheit, Sportlichkeit
164	0		1	0				Naturverbundenheit
165	2		2	0		In Kriegszeiten müssen die Söhne die Aufgaben des Vaters übernehmen.	Krieg und Familie	Disziplin, Pflichtbewusstsein, Heldentum
166	1		2	0		Das deutsche Feldgeschütz ist ein Wunder der Technik und hilft dabei, das Vaterland zu verteidigen.	Krieg und Technik	Erfindungsreichtum

167	0	0	0	0				Gottesfurcht
168	0	0	3	0				Patriotismus
169	0	0	0	0				Abenteurerlust, Kreativität, Patriotismus
170	0	0	0	0				Kameradschaft, Sportlichkeit, Naturverbundenheit
171	1	2	0	0			Krieg und Technik, Krieg als Gefahr, Krieg und Familie, Krieg und Kultur	Fleiß, Patriotismus, Kameradschaft
172	0	1	0	0				Geschicklichkeit, Fleiß, Kreativität
173	0	3	0	0				Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum
174	0	0	0	0				Abenteurerlust, Naturverbundenheit
175	2	0	0	0			Krieg und Wirtschaft	Sportlichkeit, Kameradschaft, Sparsamkeit, Gottesfurcht, Patriotismus
176	0	1	0	0				Naturverbundenheit, Patriotismus
177	0	1	0	0				Naturverbundenheit, Ehre, Fleiß, Neugier

178	0	1	0				Naturverbundenheit, Stolz, Patriotismus, Gottesfurcht
179	0	0	0				Naturverbundenheit, Gottesfurcht, Fleiß, Pflichtbewusstsein
180	0	1	0				Pflichtbewusstsein, Fleiß, Naturverbundenheit, Geschicklichkeit
181	1	2	0			Das Kriegsschiff Novara hilft den Soldaten dabei, Österreich zu verteidigen.	Krieg und Technik, Krieg als Gefahr, Krieg und Familie, Krieg und Kultur
182	0	3	0				Erfindungsreichtum, Geschicklichkeit, Gottesfurcht, Abenteurerlust, Fleiß
183	0	3	0				Patriotismus, Fleiß, Erfindungsreichtum
184	2	1	0			In Zeiten der steigenden Kriminalität muss die Jugend auf die rechte Bahn gelenkt werden.	Mitgefühl, Disziplin, Naturverbundenheit, Tierliebe
185	0	0	0				Sportlichkeit, Naturverbundenheit, Abenteurerlust, Fleiß, Geschicklichkeit

186	1	2	0	Der Kriegsdienst ist die Pflicht jedes Österreicher.	Krieg als Gefahr	Pflichtbewusstsein, Naturverbundenheit, Geduld, Disziplin, Patriotismus, Gottesfurcht, Heldentum
187	1	1	1,4	Jene, die zu Kriegsbeginn noch zwölf Jahre alt waren, werden vielleicht auch noch in den Krieg ziehen müssen.	Krieg und Geschichte, Krieg als Gefahr, Krieg und Kultur	Neugier, Kameradschaft, Patriotismus, Pflichtbewusstsein, Fleiß
188	0	3	0			Kreativität, Disziplin
189	0	1	0			Naturverbundenheit, Sportlichkeit, Patriotismus
190	0	1	0			Naturverbundenheit, Patriotismus, Gottesfurcht
191	0	1	0			Naturverbundenheit, Stolz, Patriotismus, Gottesfurcht
192	0	3	0			Erfindungsreichtum, Geschicklichkeit, Gottesfurcht, Abenteuerlust, Fleiß
193	0	1	0			Kameradschaft, Fleiß, Geschicklichkeit, Naturverbundenheit
194	0	1	0			Naturverbundenheit

195	1	2	0	Das Kriegsschiff Novara hilft den Soldaten dabei, Österreich zu verteidigen.	Krieg und Technik, Krieg als Gefahr, Krieg und Familie, Krieg und Kultur	Fleiß, Patriotismus, Kameradschaft
196	2	1	0	In Zeiten der steigenden Kriminalität muss die Jugend auf die rechte Bahn gelenkt werden.	Krieg und Kriminalität	Naturverbundenheit, Sportlichkeit, Patriotismus, Gottesfurcht, Treue
197	0	0	0			Fleiß, Sportlichkeit
198	2	1	0	Jugendliche wurden auf den Krieg vorbereitet, damit sie sich selbst und die Heimat verteidigen konnten.	Krieg als Gefahr	Patriotismus, Fleiß, Kameradschaft, Naturverbundenheit, Nächstenliebe
199	2	999	0	Ein Jugendlicher, der im Krieg zum Waisenkind geworden ist, meldet sich freiwillig zur Armee.	Krieg und Familie	Tapferkeit, Opferbereitschaft, Kameradschaft, Neugier, Patriotismus
200	0	3	0			Sportlichkeit, Fleiß
201	0	1	0			Naturverbundenheit, Patriotismus
202	0	1	0			Geduld, Sportlichkeit, Naturverbundenheit, Fleiß, Gottesfurcht
203	0	3	0			Neugier, Hilfsbereitschaft,

7.3 Liste der analysierten Texteinheiten

Kennzahl	Datum der Ausgabe	Titel	Autor
001	Jänner-Februar 1916, Seite 1-2	Ohne Titel	Paul Kaltschmid
002	Jänner-Februar 1916, Seite 3	Jung Österreich!	W.A. Hammer
003	Jänner-Februar 1916, Seite 4	An Jung Österreich	Adam Müller-Guttenbrunn
004	Jänner-Februar 1916, Seite 5-8	Radetzky	Leo Gmoll
005	Jänner-Februar 1916, Seite 9-13	Österreichs Burgen	o.A.
006	Jänner-Februar 1916, Seite 14-15	Jugendland	Hans Fraungruber
007	Jänner-Februar 1916, Seite 15-18	Etwas vom Krieg und vom Welthandel	Egid Filet
008	Jänner-Februar 1916, Seite 18-23	Die Geschichte des Gewehres	Franz Frante
009	Jänner-Februar 1916, Seite 23-25	Ernste und heitere Geschichten von jungen Österreichern	o.A.
010	Jänner-Februar 1916, Seite 25-38	Wie der Peter so wie ein großer werden wollte	Max Mell
011	März-April 1916, Seite 1	Das Heldenvolk	Richard v. Kralik
012	März-April 1916, Seite 2-11	Die Einnahme des Lovcen	o.A.
013	März-April 1916, Seite 11-13	Ostern auf dem Schlachtfelde	Anton Rosner
014	März-April 1916, Seite 13-18	Der Suezkanal	Karl Beer
015	März-April 1916, Seite 18-21	Ein Fliegerpost-Brief aus dem belagerten Przemysl	o.A.
016	März-April 1916, Seite 21-25	Die Geschichte des Gewehres	Franz Frante
017	März-April 1916, Seite 25-26	Prinz Eugenius, der edle Ritter. Eine sprachliche Studie	o.A.
018	März-April 1916, Seite 26-29	Mit den Russen in Czernowitz	o.A.
019	März-April 1916, Seite 29-31	Aus der Mappe eines Volksliedsammlers	Hans Wagner
020	März-April 1916, Seite 31-35	Kriegskavaliere	Franz Karl Ginzten
021	März-April 1916, Seite 35-37	Vom Schießpulver	o.A.

022	März-April 1916, Seite 37-45	Lieber tot als Sklav'!	Viktor Krumauer
023	März-April 1916, Seite 45-46	Zum Kapselschießen	Paul Kaltschmid
024	Mai-Juni 1916, Seite 1	Deutsche Witze	Richard Schautal
025	Mai-Juni 1916, Seite 2-4	Preisausschreibung	Paul Kaltschmid
026	Mai-Juni 1916, Seite 4	Der Hahn der Kompagnie	Hans Fraungruber
027	Mai-Juni 1916, Seite 5-8	Die Hand	Max Morold
028	Mai-Juni 1916, Seite 8-15	Österreichs Burgen	o.A.
029	Mai-Juni 1916, Seite 15-18	Mit den Russen in Czernowitz	o.A.
030	Mai-Juni 1916, Seite 18-22	An die Fortbildungsschüler!	Franz Gritzner
031	Mai-Juni 1916, Seite 22-27	Die Geschichte vom Wurstkranz	Mirko Felusich
032	Mai-Juni 1916, Seite 27-32	Die Geschichte des Gewehres	Franz Frante
033	Mai-Juni 1916, Seite 27-34	Aus der Mappe eines Volksliedsammlers	Hans Wagner
034	Mai-Juni 1916, Seite 34-39	Kriegskavaliere	Franz Karl Ginzten
035	Mai-Juni 1916, Seite 39-43	Frühlingsahnen	Otto Baner
036	Mai-Juni 1916, Seite 43-44	Bruchstücke	Ernst Moritz Arndt
037	Mai-Juni 1916, Seite 45-47	Unseren Jungmannschaften!	Ernst Rölz
038	Juli-August 1916, Seite 1-18	Ein Jahr militärische Jugendvorbereitung	Paul Kaltschmid
039	Juli-August 1916, Seite 19-27	Die Nesselerte 1916!	Oswald Richter
040	Juli-August 1916, Seite 27-31	Prinz Eugenius, der edle Ritter	Leo Gmoll
041	Juli-August 1916, Seite 31-42	Noch einiges über die Entwicklung unserer Handfeuerwaffen	Karl Sochor
042	Juli-August 1916, Seite 42-43	Jungen, besinnt euch!	Rudolf Sterlife
043	Juli-August 1916, Seite 43-45	Sein Glück	o.A.
044	September 1916, Seite 1-9	Unsere k.u.k. Eisenbahntroepen im Kriege	Herbert Schaller
045	September 1916, Seite 9-14	Rumänien gegen uns!	Alois Rubes
046	September 1916, Seite 14-18	Treue Freundschaft. Erzählung aus der Zeit	Leo Gmoll

		der Kreuzzüge	
047	September 1916, Seite 18-26	Über Albanien und die Albanesen	Karl Beer
048	September 1916, Seite 26-29	Die Nesslernte 1916!	Oswald Richter
049	September 1916, Seite 29-31	Ergebnis der 1. Preisausschreibung	o.A.
050	Oktober-November 1916, Seite 1-11	Erzherzog Karl Franz Joseph und sein Edelweißkorps	Paul Kaltschmid
051	Oktober-November 1916, Seite 11-16	Schönbrunn	Major Blasich
052	Oktober-November 1916, Seite 16-19	Feldtelephon	Ernst Springer
053	Oktober-November 1916, Seite 19-25	Kapselschießen	Paul Kaltschmid
054	Oktober-November 1916, Seite 25-38	Unsere k.u.k. Eisenbahnruppen im Krieg	Herbert Schaller
055	Oktober-November 1916, Seite 38-40	Der Elektrophor und seine Nebenapparate	Archimedes
056	Dezember 1916, Seite 1-7	Im Feldkino	F. J. Krug
057	Dezember 1916, Seite 7-9	Die Jugend nach dem Kriege	Wolfgang Madjera
058	Dezember 1916, Seite 9-13	Schuhe für Jung-Österreich!	Paul Kaltschmid
059	Dezember 1916, Seite 13-18	Unsere k.u.k. Eisenbahnruppen im Krieg	Herbert Schaller
060	Dezember 1916, Seite 18-20	Unser Gastzimmer	Paul Kaltschmid
061	Dezember 1916, Seite 20	Ein Regentag!	Paul Kaltschmid
062	Dezember 1916, Seite 21-22	Der Held. Eine Episode aus den Tiroler Bergen	o.A.
063	Dezember 1916, Seite 21-25	Der Elektrophor und seine Nebenapparate	Archimedes
064	Jänner 1917, Seite 1-5	Jung-Österreich im Jahre 1917	Paul Kaltschmid
065	Jänner 1917, Seite 5-11	Feldtelephon	Ernst Springer
066	Jänner 1917, Seite 11-14	Die Geschichte einer Ziehharmonika	Oskar Staudigl
067	Jänner 1917, Seite 15-22	Die sieben Gemeinden	o.A.
068	Februar 1917, Seite 1-3	Schuhe für Jung-Österreich	Paul Kaltschmid
069	Februar 1917, Seite 3-16	Unsere k.u.k. Eisenbahnruppen im Kriege	Herbert Schaller
070	Februar 1917, Seite	Botschaft aus der	Karl Giberich

	17-19	Ferne	
071	Februar 1917, Seite 20	Jung-Österreich-Bilderbogen	o.A.
072	Februar 1917, Seite 20-32	Die bisherigen Ergebnisse über den Nesselanbau	Oswald Richter
073	Februar 1917, Seite 32	Jung-Österreich-Scheiben	o.A.
074	Februar 1917, Seite 32-34	Die Geschichte einer Ziehharmonika	Oskar Staudigl
075	Februar 1917, Seite 34-36	Die Leydenerflasche	Archimedes
076	Februar 1917, Seite 36	Eine Anregung	Therese Fritsch
077	März 1917, Seite 1-4	Von der Bergdarstellung	o.A.
078	März 1917, Seite 4-20	Minenwerfer	o.A.
079	April 1917, Seite 1-10	An der blauen Donau	o.A.
080	April 1917, Seite 10-17	Womit beschäftigt sich eine Gruppe Jung-Österreicher bei ihren Zusammenkünften?	Josef Mit
081	April 1917, Seite 17-21	Wie Jung-Österreich Kriegsgärten anlegt!	Friedrich Staudinger
082	Mai 1917, Seite 1-8	Zur zweihundertsten Wiederkehr des Geburtstages der Kaiserin Maria Theresia	Karl Czerwenka
083	Mai 1917, Seite 8	Der alte Homer	Paul Jelinek
084	Mai 1917, Seite 9-14	Radiotelegraphie	F. Langer
085	Mai 1917, Seite 14-16	Der kleine Seemann	Leo Gmoll
086	Mai 1917, Seite 16-20	Feldtelefon	Ernst Springer
087	Mai 1917, Seite 20-22	Im Hafen	Anton v. Mörl
088	Mai 1917, Seite 22-24	Jungösterreicher an der Front	Anton v. Mörl
089	Mai 1917, Seite 25-28	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
090	Juni 1917, Seite 1-9	Der Kaiser bei Jung-Österreich	Paul Kaltschmid
091	Juni 1917, Seite 10-15	Beschäftigungspläne für den Monat Juni	Josef Mit
092	Juni 1917, Seite 15	Erzherzoge in den Isonzokämpfen	o.A.
093	Juni 1917, Seite 15-22	Vom Rudern	Paul Kaltschmid
094	Juli 1917, Seite 1-8	Radiotelegraphie	F. Langer
095	Juli 1917, Seite 8-16	Wettschießen	Paul Kaltschmid
096	Juli 1917, Seite 16-21	An der blauen Donau	o.A.
097	August 1917, Seite 1-6	Die Eroberung von Belgrad 1789	Josef Baldus
098	August 1917, Seite 6-8	Sammeln!	Paul Kaltschmid
099	August 1917, Seite 8-10	An der blauen Donau	o.A.
100	August 1917, Seite 10-	Julius v. Payer	Karl Beer

	12		
101	August 1917, Seite 13-18	Radiotelegraphie	F. Langer
102	August 1917, Seite 18-23	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
103	September-Oktober 1917, Seite 1-6	An Jung-Österreich!	Paul Kaltschmid
104	September-Oktober 1917, Seite 6-8	Standschützen-Stückchen	o.A.
105	September-Oktober 1917, Seite 8-11	Steinklopfer und Dichter	Egid v. Filet
106	September-Oktober 1917, Seite 11-12	Preisausschreibung für Weihnachten 1917	o.A.
107	September-Oktober 1917, Seite 13-16	Wie Otto und Theodor das Kartenlesen lernen	Paul Kaltschmid
108	September-Oktober 1917, Seite 16-18	Eine Torpedobootsfahrt im Kriege	A. v. Mörl
109	September-Oktober 1917, Seite 18-21	Eine Pfingstfahrt im Golaukamm (Dachsteingebiet)	Erwin Duftschmid
110	September-Oktober 1917, Seite 21-27	Beschäftigungspläne für die Monate September - Oktober	Josef Mit
111	September-Oktober 1917, Seite 27-29	Ein gutes Wort	Hans Fraungruber
112	September-Oktober 1917, Seite 29-38	Die Werkstatt des Krieges	Otto Battermann
113	September-Oktober 1917, Seite 38-41	An der blauen Donau	o.A.
114	September-Oktober 1917, Seite 41-43	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
115	November 1917, Seite 1-3	Turnvater Jahn	Karl Beer
116	November 1917, Seite 3-10	Die Werkstatt des Krieges	Otto Battermann
117	November 1917, Seite 10-12	Feldtelefon	Ernst Springer
118	November 1917, Seite 13-16	Zu Schuberts Gedenken	Egid v. Filet
119	November 1917, Seite 16-20	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
120	November 1917, Seite 20-23	Vom Schilaufen	Ernst Schilder
121	November 1917, Seite 23-28	Beschäftigungspläne für den Monat November	Josef Mit
122	Dezember 1917, Seite 1-4	Aus Italien	Paul Kaltschmid
123	Dezember 1917, Seite 5-9	Die Kugelmühlen bei Salzburg	o.A.
124	Dezember 1917, Seite	Die Werkstatt des	Otto Battermann

	10-17	Krieges	
125	Dezember 1917, Seite 18-20	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
126	Dezember 1917, Seite 20-29	Radiotelegraphie	F. Langer
127	Dezember 1917, Seite 29-31	Fester Wille führt zum Ziele	Hans Fraungruber
128	Jänner 1918, Seite 1-5	Ein Ausflug nach Wr. Neustadt	o.A.
129	Jänner 1918, Seite 5-15	An der blauen Donau	o.A.
130	Jänner 1918, Seite 15-19	Dem Dichter des Hochwald zum fünfzigsten Todestage	Egid v. Filet
131	Jänner 1918, Seite 20-23	Ein Pfadfinderkorps in Kleinasien	o.A.
132	Jänner 1918, Seite 23-24	Des Spielmanns Enkelkind	Friedrich Hink
133	Jänner 1918, Seite 24-26	Führersitzung	o.A.
134	Februar 1918, Seite 1-5	Ein interessantes römisches Marmorrelief	Karl Beer
135	Februar 1918, Seite 5-8	Ein Ausflug nach Wr. Neustadt	o.A.
136	Februar 1918, Seite 8-11	Feldtelefon	Ernst Springer
137	Februar 1918, Seite 11-13	Das Edelweiß und die Pelargonie	Julius Schmid
138	Februar 1918, Seite 13-17	Selbst ist der Mann	J.T.
139	Februar 1918, Seite 17-20	Die „Zöche der Gewäntler“	Franz Breunlich
140	Februar 1918, Seite 20-24	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
141	Februar 1918, Seite 25	Die Blitzröhre	Archimedes
142	Februar 1918, Seite 25-26	Unsere Führer beim Kaiser	o.A.
143	März 1918, Seite 1-5	Jung-Österreich Spielplätze	o.A.
144	März 1918, Seite 5-6	Frieden	Julius Schmid
145	März 1918, Seite 6-8	Hohlzahn und Bleiknopf	Heinrich von Schullern
146	März 1918, Seite 8-10	Hilfsbereitschaft	I.T.
147	März 1918, Seite 10-13	An der blauen Donau	Oskar Staudigl
148	März 1918, Seite 13-16	Ein Besuch der Graphitbergwerke bei Schwarzbach-Stuben	Viktor Krumauer
149	März 1918, Seite 16-22	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
150	März 1918, Seite 22	Die Franklin-Tafel	Archimedes

151	März 1918, Seite 23-26	Unsere Führer	Paul Kaltschmid
152	April-Mai 1918, Seite 1-2	Von unserem Jugend-Reichsbund	o.A.
153	April-Mai 1918, Seite 2-4	Turnerlust	Alfred Schmarda
154	April-Mai 1918, Seite 5-8	Aus der Geschichte der Ukrainer	Karl Beer
155	April-Mai 1918, Seite 8-13	Vom Wandervogel	Ernst Keil
156	April-Mai 1918, Seite 13-22	Ein Besuch der Graphitbergwerke bei Schwarzbach-Stuben	Viktor Krumauer
157	April-Mai 1918, Seite 23	Triest im Jahre 1912	o.A.
158	April-Mai 1918, Seite 24-26	Der „Austriacante“	Heinrich von Schullern
159	April-Mai 1918, Seite 26-27	Diözesanverband	Wilhelm Bong
160	April-Mai 1918, Seite 27-30	Die zwei Schmiede	D. Steinbach
161	April-Mai 1918, Seite 30-33	Die alte und die neue Novara	Z. Bec
162	April-Mai 1918, Seite 34-37	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
163	April-Mai 1918, Seite 37-39	Pfadfinder	E.T.
164	April-Mai 1918, Seite 40-42	Eine Bergfahrt im Kaisergebirge	Hans v. Zallinger
165	Juni 1918, Seite 1-4	Meine lieben Buben!	o.A.
166	Juni 1918, Seite 4-8	Über das deutsche Feldgeschütz	H.H.
167	Juni 1918, Seite 9-10	Das Pfingstschnalzen und andere Donarsverehrungen	Karl Zimmer
168	Juni 1918, Seite 10-14	Der Entscheidungskampf zwischen Rudolf von Habsburg und Ottokar II.	Alfred Hadel
169	Juni 1918, Seite 15-18	Der letzte Republikaner	Heinrich von Schullern
170	Juni 1918, Seite 18-19	Wie wollen wir es anpacken?	o.A.
171	Juni 1918, Seite 19-23	Die alte und die neue Novara	Z. Bec
172	Juni 1918, Seite 23-24	Von den Goldschmieden	Franz Breunlich
173	Juni 1918, Seite 24-26	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
174	Juni 1918, Seite 27-29	Abpassen	o.A.
175	Juli-August 1918, Seite 1-2	Unser Jugend-Reichsbund	o.A.

176	Juli-August 1918, Seite 3-9	Meine Ferienfahrt an die Adria	R. Gamhammer
177	Juli-August 1918, Seite 9-11	Am Scheideweg	Julius Schmid
178	Juli-August 1918, Seite 12-15	An der blauen Donau	Oskar Staudigl
179	Juli-August 1918, Seite 15-16	Gruß an meine lieben Schwestern in Jung-Österreich	Milla Ohnhäuser
180	Juli-August 1918, Seite 17-20	Mein heuriger Landaufenthalt	Walter Ziegler
181	Juli-August 1918, Seite 20-26	Die alte und die neue Novara	Z. Bec
182	Juli-August 1918, Seite 27-33	Peter Mitterhofer aus Tirol, der Erfinder der Schreibmaschine	o.A.
183	Juli-August 1918, Seite 33-35	Geschwisterliebe	Oskar Staudigl
184	Juli-August 1918, Seite 36-37	Mehr Seelenkultur	Wilhelm Bong
185	Juli-August 1918, Seite 38-39	Wie ich Schwimmen lernte	o.A.
186	Juli-August 1918, Seite 39-43	Pflicht	Fiorenti
187	September 1918, Seite 1-4	Jung-Österreich	Morawus
188	September 1918, Seite 4-7	Dichter und Schulmeister	Egid von Filet
189	September 1918, Seite 8-12	Skizzen aus dem Böhmerwald	Karl Beer
190	September 1918, Seite 12-17	Unsere Pflanzen bei den Germanen	Karl Simmel
191	September 1918, Seite 17-19	An der blauen Donau	Oskar Staudigl
192	September 1918, Seite 19-21	Peter Mitterhofer	o.A.
193	September 1918, Seite 21-22	Der Sommer unserer Pfadfinder	o.A.
194	September 1918, Seite 22-24	Auf dem Hochkönig!	o.A.
195	September 1918, Seite 25-26	Die alte und die neue Novara	Z. Bec
196	September 1918, Seite 27-28	Mehr Seelenkultur	Wilhelm Bong
197	September 1918, Seite 29-30	Spiel und Arbeit	Oskar Meister
198	Oktober 1918, Seite 1-4	Die Gründung des Jugend-Reichsbundes	Otto Waldstein
199	Oktober 1918, Seite 5-8	Die Lebensgeschichte eines Waisenknaben	o.A.
200	Oktober 1918, Seite 9-12	Wie das Turnen entstanden ist	Alfred Schmarda

201	Oktober 1918, Seite 13-16	Skizzen aus dem Böhmerwald	Kar Beer
202	Oktober 1918, Seite 17-23	Unsere Pfadfinder	R. F. Teuber
203	Oktober 1918, Seite 23-27	Von unserem Rosseger	Egid von Filet
204	Oktober 1918, Seite 27-30	Neues Leben	Wilhelm Bong

7.4 Wordcloud zum theoretischen Bezugsrahmen



7.5 Curriculum Vitae

Persönliche Daten

Name

Geburtsdaten:

Staatsbürgerschaft:

Studium

Seit April 2010

Oktober 2006 – April 2010

Berufliche Erfahrungen

2010 – 2018

2012

2011 – 2012

2009 – 2010

2007 – 2009

2007

2002 – 2005

1997 – 1998

Sprachkenntnisse

Deutsch – Muttersprache

Englisch – fließend in Wort und Schrift

Französisch – Maturaniveau

EDV-Kenntnisse**Microsoft Office:**

Word, Excel, PowerPoint

Bildbearbeitung und Layout:

Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign, Quark Xpress

Audio- und Videoschnitt:

Final Cut Pro, Audacity, grundlegende Kenntnisse in
Kameraführung

Content Management:

Typo3, Wordpress

7.6 Abstracts

Abstract auf Deutsch

Der Begriff „Propaganda“ ist ein weit über die Grenzen der Kommunikationswissenschaften hinaus oft bemühter Terminus. Innerhalb des Fachbereiches stellt er eines der ältesten Forschungsinteressen dar, wenn nicht sogar das älteste. Trotzdem herrscht über das spezifische Wesen von Propaganda und seine Wirkungsweisen nicht nur in einem wissenschaftshistorischen Kontext weitestgehend Uneinigkeit.

Diese Diplomarbeit widmet sich einer der in Europa frühesten Perioden der Moderne, in denen Propaganda zur massenmedialen Beeinflussung in Kriegszeiten gezielt angewandt wurde: dem Ersten Weltkrieg. Das Forschungsinteresse konzentriert sich dabei auf die massenmediale Wiedergabe alltäglicher jugendlicher Lebenswelten und die gleichzeitig hergestellten Bezüge zum Verlauf des Krieges. Somit lässt es sich in der Schnittmenge von vordergründig alltäglichen, aber latent militärischen und propagandistischen Inhalten von Jugendzeitschriften zwischen 1916 und 1918 verorten. Das Ziel dabei ist es, in empirisch-qualitativer Herangehensweise die Beschreibungen des jugendlichen Alltags in der Jugendzeitschrift „Jung-Österreich“ mit latentem militärischen Bezug zu isolieren, zu analysieren und zu einen Merkmalskatalog jener Sinnprovinzen des jugendlichen Alltags zusammenzufassen, die von kriegspropagandistischen Inhalten geprägt wurden. Als primäre Methode wurde die zusammenfassende Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring gewählt. Zur Erfassung der inhaltlichen Struktur von „Jung-Österreich“ wurde als sekundäre Methode eine ergänzende quantitative Analyse angewandt.

Der theoretische Bezugsrahmen ist um Interdisziplinarität bemüht und teilt die forschungsleitende Fragestellung in drei Dimensionen ein: eine kommunikationswissenschaftliche zu Propagandaforschung, eine soziologisch-entwicklungspsychologische zu Alltag und Identität und eine historische zur Entwicklung von Jugendzeitschriften. Die theoretischen Referenzmodelle umfassen u.a. die Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas, die Theorie der Lebenswelt von Edmund Husserl und Alfred Schütz, den Agenda Setting-Ansatz von Maxwell E. McCombs und Donald L. Shaw, die jüngeren Arbeiten von Thymian Bussemer zur Struktur von Propaganda, „Die Frage der kulturellen Identität“ von Stuart Hall, die „Lehre des gerechten Krieges“ aus der Rechtsgeschichte und dem Kriegsvölkerrecht und die Überlegungen von Odo Marquard zum Krieg als Moratorium des Alltags.

Abstract in English

The term "propaganda" is often used far beyond the confines of Communication Studies. Within this field of research, it represents one of the oldest research interests, if not the oldest. Nevertheless, there is a great deal of disagreement about the specific nature of propaganda and its effects, and not only in a context of scientific history.

This master thesis is dedicated to one of the earliest periods of modern history in Europe, in which propaganda was specifically applied via the mass media in order to influence the public opinion during wartime: the First World War. The research interest focuses on the mass media's coverage of everyday-life, adolescent lifeworlds and the simultaneously made references to the course of the Great War. Thus, it can be located at the intersection of superficially mundane, but latently military and propagandistic content of youth magazines from 1916 to 1918. The aim is to use an empirical-qualitative approach in order to isolate those parts of the coverage of the youth magazine "Jung-Austria" that deal with adolescent everyday life while providing a latently military reference at the same time and to summarize them in a catalogue of key-features of those parts of adolescent everyday life, that were shaped by war-propagandistic intent. As a primary method, a content analysis according to Philipp Mayring was chosen. In order to assess the textual structure of "Jung-Österreich", a supplementary quantitative analysis was used as a secondary method.

The theoretical frame of reference strives for interdisciplinarity and divides the initial question into three dimensions: The term "Propaganda" and its surrounding issues are covered by Communication Studies, questions about the nature of everyday-life and human identity are covered by Sociology and Development Psychology and the historic development of youth magazines in Europe is covered by Science of History. The theoretical reference models include i.a. the Theory of Communicative Action by Jürgen Habermas, the Concept of the Lifeworld by Edmund Husserl and Alfred Schütz, the Agenda-Setting Theory by Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, the more recent work of Thymian Bussemer on the structure of propaganda, "Questions of Cultural Identity" by Stuart Hall, the Just War Theory as used in international war law and Odo Marquards reflections on War as a Moratorium of Everyday-Life.