

## **Terms and Conditions**

The Library provides access to digitized documents strictly for noncommercial educational, research and private purposes and makes no warranty with regard to their use for other purposes. Some of our collections are protected by copyright. Publication and/or broadcast in any form (including electronic) requires prior written permission from the Library.

Each copy of any part of this document must contain there Terms and Conditions. With the usage of the library's online system to access or download a digitized document you accept there Terms and Conditions.

Reproductions of material on the web site may not be made for or donated to other repositories, nor may be further reproduced without written permission from the Library

For reproduction requests and permissions, please contact us. If citing materials, please give proper attribution of the source.

### Imprint:

Director: Mag. Renate Plöchl

Deputy director: Mag. Julian Sagmeister

Owner of medium: Oberösterreichische Landesbibliothek

Publisher: Oberösterreichische Landesbibliothek, 4021 Linz, Schillerplatz 2

### Contact:

Email: [landesbibliothek\(at\)ooe.gv.at](mailto:landesbibliothek(at)ooe.gv.at)

Telephone: +43(732) 7720-53100

katuren? Die französischen Kritiker sind sich über die Beantwortung dieser Frage nicht einig. La Sizeranne ist der Ansicht, daß nicht die Zeichnungen aggressiver Tendenz über die Deutschen den Vorrang verdienen, sondern die über die Franzosen selbst, und nennt als berühmtes Beispiel Forains «Pourvu qu'ils tiennent!»<sup>379</sup>; andere teilen diese Ansicht nicht<sup>380</sup>, eine Erscheinung, die verständlich wird, wenn man sich vor Augen führt, daß bald der Wertmaßstab des Propagandisten, bald der des Nur-Künstlers angelegt wird.

Betrachtet man die französische Bildpropaganda, wie sie während des Krieges geführt wurde, in ihrer Gesamtheit, so drängt sich unwillkürlich ein Vergleich mit der deutschen auf. Während auf französischer Seite alles, was mit Propaganda zusammenhing, sich der größten Wertschätzung erfreute, unterschätzte man bei uns die Macht der Ideen. Man glaubte, daß Gottes Hilfe bei denen ist, die die meisten Kanonen haben, und war sogar noch stolz darauf, „solche Mittel“, wie z. B. die Flugblattpropaganda und das Tendenzbild, nicht nötig zu haben<sup>381</sup>. Es trifft den Kern der Sache nicht, wenn in einer deutschen Studie über die Kriegspropaganda behauptet wird: „Die deutsche Propaganda hatte mehr Gewissen und daher weniger — Wirkung.“<sup>382</sup> Richtiger dürfte sein, daß die französische Propaganda mehr Glauben und Begeisterung hatte und darum erfolgreicher war. Was hier nämlich mit dem Wort „Gewissen“ umschrieben wird, ist nichts anderes als eine ästhetisierende Ziererei, die der deutschen Propaganda zu eigen war. Nirgends läßt sich eine bessere Bestätigung für unser Urteil finden als in deutschen Witzblättern und Karikaturen, die während des Weltkriegs an die Öffentlichkeit kamen: künstlerisch nicht selten hervorragend, propagandistisch im Vergleich zum französischen Bilderwerk vielfach herzlich belanglos<sup>383</sup>. Von einer einheitlich zusammengefaßten, straff geleiteten, taktisch leistungsfähigen und strategisch zweckmäßigen Bildpropaganda, die diesen Namen verdient hätte, kann keine Rede sein. Um nur ein Beispiel zu nennen: die «propagande à rebours», d. h. die Auswertung feindlicher Karikaturen zu eigenen Zwecken, wie sie französischerseits («Têtes de boches» im MATIN u. a.) schon bald nach Ausbruch des Krieges wirksam angewandt wurde, fand in der deutschen Presse erst sehr spät Eingang.

Weil Deutschland sich im geistigen Kampf bald in die Abwehrstellung drängen ließ, fehlte es auch der Bildpropaganda, die in der aggressiven Satire ihre tiefsten Wirkungen erzielt, an mitreißendem Schwung. War der französische Künstler leidenschaftlich erregt, pathetisch, witzig und geistreich, so blieb man auf unserer Seite in der Es-ist-nicht-wahr-Verteidigung, wurde trocken und langweilig. Die Konzentration des geistigen Angriffs auf das „perfide Albion“ (Gott strafe England!) ging so weit, daß ein französischer Beobachter schrieb: „Wenn man nur