

Propaganda und Zensur im sozialistischen Rumänien Struktur und Effektivität

UTE MICHALOWITSCH

Propaganda wird hier nicht mehr a priori als politisches Erziehungsinstrument verstanden, sondern als kulturelles Erziehungsinstrument, mit dem Ziel, den „Neuen Menschen“ als Idealtypus zu erschaffen, was vorangegangenen Jahrzehnten offensichtlich ohne Erfolg blieb.

Ute Michailowitsch

Mag. Dr., akademische Expertin für Deutsch als Fremdsprache, von 2005 bis 2011 als OeaD-Lektorin am Lehrstuhl für Deutsche Sprache und Literatur der Babeş-Bolyai-Universität tätig. Forschungsschwerpunkte zu Grammatikvermittlung im DaF-Unterricht, österreichische Landeskunde sowie zur Geschichte der Frau im Sozialismus.

WAS PROPAGANDA im sozialistischen Rumänien betrifft, sind grundsätzlich drei unterschiedliche, aufeinander aufbauende Phasen zu unterscheiden. In der ersten Phase ist es notwendig, einen Propaganda-Apparat der Kommunistischen Partei Rumäniens (PCR)¹ aufzubauen, um die Macht zu erlangen. Diese Phase kann ab dem 23. August 1944 bis zum 6. September 1950 gelten. Grund dafür ist, dass die Partei, mit ihrem plötzlichen Status der Legalität (aufgrund der Ereignisse nach dem 23. August 1944 mit dem Übertritt zu den Alliierten und dem Einmarsch der Roten Armee), sich mit der Situation konfrontiert sieht, einerseits über keine breite sowie homogene Parteibasis und -führung, und damit über keine feste innere Parteiorganisation zu verfügen und andererseits, einhergehend

Diese Arbeit wurde durch die finanzielle Unterstützung des Sektorenbetriebsprogramms zur Personalentwicklung 2007-2013 ermöglicht, welches vom Europäischen Sozialfonds im Rahmen des Projektes Nr. POSDRU/107/1.5/S/76841 „Die neue Promotion: Internationalismus und Interdisziplinarität“ mitfinanziert wird.

mit ihrem bisherigen Status der Illegalität und politischer Unbedeutsamkeit, in der ländlich orientierten rumänischen Bevölkerung weitgehend unbekannt ist. Es besteht deshalb die Notwendigkeit, die Partei zu organisieren und zu strukturieren und verstärkt Einfluss auf die Bevölkerung auszuüben, um das Parteiprogramm an den Mann zu bringen und den Machtanspruch dadurch aufzubauen sowie zu legitimieren. Der schrittweise Übergang zur absoluten Macht der PCR in der Regierung des Landes² in einer sehr kurzen Zeitspanne ist gekennzeichnet von massiven Propagandamaßnahmen.

Zunächst wird das Propagandaministerium (später Informationsministerium)³ gegründet, was als erster Schritt in Richtung eines Strukturaufbaus gewertet werden muss. Allerdings ist dieser Schritt noch völlig unzureichend, da eine Struktur alleine noch nicht ausreicht, die vorgesehenen Maßnahmen auch tatsächlich umzusetzen. Die bestehenden Probleme mit Propaganda erklärt Generalsekretär Gheorghe Gheorghiu-Dej bei der Nationalkonferenz des Zentralkomitees im Oktober 1945 folgendermaßen: „Nicht alle unsere Aktivisten haben verstanden, dass die politische Linie vorgegeben wird um ausgeführt zu werden, und dass diese Ausführung der politischen Linie nicht möglich ist, ohne Arbeit mit den Massen, ohne Mobilisierung der Massen, ohne lebendigen und permanenten Kontakt zur Masse. Die Methode des Befehlens kann niemals die Methode des Überzeugens ersetzen und es ist nicht ausreichend eine Funktion zu besetzen um politischen Einfluss zu haben.“⁴

Die Notwendigkeit einer Verstärkung der aktiven Arbeit „mit“ der Bevölkerung, die Notwendigkeit von Agitation wird hier hervorgehoben. Dazu werden in Folge weitere parteipolitische Entscheidungen getroffen, die einen weiteren markanten Schritt beim Machtaufbau durch Propaganda darstellen. Am VI. Parteikongress (21. bis 23. Februar 1948) kommt es zu einer Umstrukturierung innerhalb der Partei, bei der das Zentralkomitee in vier Unterdirektionen umorganisiert wird. Eine Unterdirektion ist die Direktion für Propaganda und Agitation. Ziel ist es, auf lokaler Ebene besseren Einfluss ausüben zu können, und „die ständige Verbindung zu den Massen zu verstärken“,⁵ damit „jene Massen auf ihre politische und gemeinschaftliche Aktivität vorbereitet [werden können]“,⁶ wie Generalsekretär Gheorghiu-Dej erklärt. Zu einer neuerlichen Umstrukturierung kommt es bei der V. Plenarsitzung des Zentralkomitees (23. bis 24. Jänner 1950) wo die Direktion in Sektion für Propaganda und Agitation umbenannt wird und nicht mehr eine von vier Unterdirektionen ist wie zuvor, sondern eine von neun Untersektionen. Die Sektion selbst unterteilt sich wiederum in folgende Sektoren: Sektion für Propaganda, Parteischule; Agitation; Presse, Wissenschaft; Öffentliches Schulwesen; Literatur und Kunst; Kulturelle Erziehungsarbeit; Verlage; Sektor für Kadernachweise.⁷ Diese Sektion hat es als Aufgabe, sich grundsätzlich mit „Problemen der Parteipropaganda, ideologi-

scher Arbeit, Parteiarbeit in unterschiedlichen Bereichen des kulturellen Lebens und der politischen Massenagitation⁸ zu beschäftigen. Diesen beiden Neuorganisationen folgen der Parteistrukturen der KPdSU, wobei hier nicht das Modell der Sowjetunion kopiert wird, sondern als Muster dient.

In enger Verbindung zu diesen Vorgehensweisen steht die Neuordnung des gesamten Landes auf administrativ-politischer Ebene⁹ durch das Gesetz vom 6. September 1950. Es werden 28 neue Regionen gegründet, wobei jede Region ob ihres Entwicklungsstatus in eine von vier Kategorien fällt. Ziel ist es, die Partei nicht nur in parteiinternen Strukturen neu zu formieren, sondern ihren Einfluss auf die gesamten Institutionen des Landes weiterhin zu verstärken, auch auf lokaler Ebene, das heißt auf regionaler, städtischer, Bezirks- und Gemeindeebene, bis in die unterste administrative Schicht. Was die Beziehung zwischen intensivierten Propagandamaßnahmen und der neuen Organisation der Verwaltung des Landes betrifft, gibt Artikel 1 des Gesetzes Aufschluss darüber, weshalb es zu dieser administrativen Umstellung kommt, nämlich „zur Sicherung der industriellen und landwirtschaftlichen Entwicklung, mit dem Ziel der Errichtung des Sozialismus und der Erhöhung des Lebensniveaus der Arbeiterschaft, um *das Annähern des Staatsapparates an das Arbeitervolk noch weiter zu erleichtern*, um gründlich zur Sicherung der politischen Führungsrolle der Arbeiterklasse beizutragen, und um das Bündnis zwischen der Arbeiterklasse und der arbeitenden Bauernschaft zu verstärken“.¹⁰

Je nach Einteilung der Region zu einer der vier Kategorien ändert sich auch die Struktur der Sektion für Propaganda und Agitation (wenn auch nicht von Grund auf). Je nach Bedeutung der Region wird zum Beispiel eine unterschiedliche Anzahl an Personen/Kader für die jeweiligen Untergruppen der Sektion vorgesehen, bzw. wird die Struktur der Sektionen komplexer.¹¹ Ab diesem Zeitpunkt ist die strukturelle Phase zum Machtaufbau durch Propaganda- und Agitationsmaßnahmen weitgehend abgeschlossen.

Abgesehen von strukturellen Propagandamaßnahmen und politischer Agitation zum Machtaufbau muss darauf hingewiesen werden, dass es nicht ausreichen kann, Parteipolitik durch Agitation unter das Volk zu mischen um die Macht für sich in Anspruch zu nehmen, sondern dass vor allem die Kontrolle über diesen Anspruch erhalten werden muss. Dies ist wird durch Informationsfilterung in den Medien gewährleistet. Als die Medien mit der größten Breitenwirkung in dieser Zeitspanne sind Printmedien an erster Stelle zu nennen, die (abgesehen natürlich von der übergeordneten Struktur des Zentralkomitees und der Direktion/Sektion für Propaganda und Agitation) zwei unterschiedlichen Stellen untergeordnet sind: der DGPT und AGERPRES.¹²

Die AGERPRES hat das vorrangige Recht und exklusiv die Aufgabe von „Empfang, Übermittlung und Verbreitung von Nachrichten und Fotoreportagen der

in- und ausländischen politischen, Wirtschafts- und kulturellen Presse¹³. Die Aufgabenbereiche der DGPT werden wie folgt aufgeschlüsselt:

*Verfassen des Buletin Oficial [öffentliches Amtsblatt, Anmerkung U. M.] der Volksrepublik Rumänien; Autorisierung des Erscheinens jedwelcher Druckwerke (Zeitungen, Zeitschriften, Programme, Plakate etc.), Ergreifen von Maßnahmen zur Respektierung der legalen Druckauflagen; Autorisierung des Drucks von Büchern jeder Art, in der Hauptstadt und Provinz; Autorisierung der Verbreitung und des Vertriebs von Büchern, Zeitungen und allen anderen Arten von Druckwerken, sowie der Import und Export von Zeitungen, Büchern oder Kunstobjekten; Reglementierung der Arbeitsauflagen von Buchhandlungen, Bücherantiquariaten, öffentlichen Bibliotheken, Zeitungslagern, Bücherlagern etc.; Verfassen und Verbreiten offizieller Pressecommuniqué des Ministerrates und Koordination der Aktivität der Pressedienste der Ministerien, Departemente und öffentlicher Institutionen.*¹⁴

Die Aufgabenbereiche der beiden Stellen sind somit eng miteinander verknüpft, da die Verbreitung von Nachrichten der AGERPRES zugeteilt ist, ihr Erscheinen in Zeitschriften etc. aber erst von der DGPT autorisiert werden muss. Der DGPT ist zusätzlich die Zensur im Allgemeinen unterstellt, die Zensurbüros gelten als direktes Organ der DGPT. Grundsätzlich besteht die Aufgabe der Zensoren darin, zu „überwachen, um den Gebrauch von Druckwerken gegen unser volksdemokratisches Regime nicht zu erlauben und um das Erscheinen von ungehörlichen und unautorisierten Druckwerken zu verhindern“¹⁵. Dabei wird insofern vorgegangen, dass die Druckwerke entweder gleich in der Druckerei oder im lokalen Zensurbüro untersucht werden. Zensiert wird in den Druckfahnen und auf den Seiten des ersten Druckexemplars, das dem Zensor in drei Ausfertigungen vorliegt. Dabei geht nach der Zensur ein Exemplar an die Druckerei zurück (mit dem Verweis „zensiert“ oder „druckreif“), zwei Exemplare bleiben bei dem Zensor (wobei eines davon dem monatlichen Bericht an die DGPT angehängt werden muss und nach zwei Monaten die übriggebliebenen Dokumente zu verbrennen sind). Der Zensor ist direkt verantwortlich für jegliches Nichtrespektieren der gesetzlichen Vorgaben.¹⁶ Es werden ebenfalls genaue Instruktionen gegeben, welche Informationen zensuriert werden müssen.¹⁷ Zusammenfassend kann gesagt werden, dass alles zensiert wird, was der Partei, Regierung, dem Staat, der Sowjetunion schaden und den Klassenfeinden und Imperialisten nützen könnte, sowie Informationen, die in der Bevölkerung Unruhe stiften könnten. Jeder Versuch einer Meinungsbildung wird von vorneherein ausgeschaltet, wobei die Partei entscheidet, was an Information veröffentlicht werden darf und was nicht, was die Bevölkerung wissen darf und was nicht. In diesem Zusammenhang kann man in erster Linie von Präventivzensur sprechen.

Nach diesem Errichten von Propagandastrukturen zum Machtaufbau kommt es ab 1950 bis 1968 zur zweiten Phase, die von einer relativen Stabilität auf struktureller und inhaltlicher Ebene gekennzeichnet ist. Es wird weiterhin an einem Ausbau der Kontrolle über die Macht gearbeitet, dieser Ausbau schlägt sich in einer Verbesserung der bestehenden Strukturen nieder, was durch ein Umorganisieren und Neuorganisieren gewährleistet wird. In der vorliegenden Arbeit können die einzelnen Schritte dieser Um- und Neuorganisierungen nicht wiedergegeben werden, da dies den Rahmen des Forschungsthemas sprengen würde. Die meisten Änderungen in den Sektionen und Direktionen beziehen sich ohnedies auf die interne Struktur und ihre Organigramme. Inhaltlich gesehen herrscht in dieser Phase vor allem mit Beginn der 60er Jahre auch eine liberalere Stimmung vor. Ab 1968 kommt es dann vor allem inhaltlich zu solch starken Veränderungen in der PCR-Propaganda und ihren Medien, dass man von einer dritten Phase sprechen kann. Es geht dabei zwar immer noch, um den Erhalt der eigenen Macht im Staate, aber aufgrund des neuen Selbstbewusstseins der PCR auf internationaler und nationaler Ebene ab dem Jahr 1968 ergibt sich inhaltlich die Notwendigkeit, Parteipropaganda in andere Bahnen zu lenken, bis hin zu einer vollkommenen Perfektionierung von Propaganda, Zensur und Überwachung. Ein verstärkter Nationalismus, die vollendete Abkehr von der Sowjetunion, die Kleine Kulturrevolution, der ausufernde Führerkult um Nicolae Ceaușescu sowie die Erschaffung des „Neuen Menschen“ im Sinne einer „multilateral entwickelten sozialistischen Gesellschaft“ bedürfen anderer Propagandamaßnahmen als zuvor. Darum wird als neuer struktureller Schritt im September 1971 der Rat für Sozialistische Kultur und Erziehung (kurz CCES),¹⁸ eine neue zentrale Oberbehörde, die direkt dem Zentralkomitee und Ministerrat unterstellt ist, gegründet, die dazu beitragen soll, im Sinne der neuen Parteilinie der multilateralen Entwicklung der sozialistischen Gesellschaft, „die Gedanken und die Lebensart aller Bürger im Sinne der kommunistischen Ideologie und Ethik zu verändern“.¹⁹ Grundsätzlich wird der CCES dazu bestimmt, „die gesamte kulturel-erzieherische Aktivität, die in der Volksrepublik Rumänien durchgeführt wird, zu führen und anzuleiten, [...], eine erhöhte geistige Zivilisation des rumänischen Volkes zu gewährleisten, [...], den kulturellen Horizont der Arbeiterschaft in Stadt und Land zu erweitern“.²⁰

Weiter soll der Rat „die Massen im Sinn der progressiven Tradition des Volkes und der revolutionären Tradition der Arbeiterklasse erziehen, [...], Gefühle für sozialistischen Patriotismus unter der arbeitenden Bevölkerung entwickeln, [...], die moralpolitische Einheit des gesamten Volkes um die Kommunistische Partei Rumäniens herum konsolidieren“.²¹

Diese kurze Zusammenfassung lässt erkennen, welch hohes Ziel sich die Partei gesteckt hat und welch großer Aufgabenbereich dem CCES zufällt. Deutlich

wird dies, wenn man sich die genauen Befugnisse ansieht, die in Kapitel 2 des Dekrets Nr. 301/1971 aufgeführt werden. Alles was künstlerisches Schaffen und Wirken betrifft, wird von nun an vom Rat gesteuert. Das geht von Literatur, Theater, Musik, über bildende Kunst und Verlagswesen bis hin zum Film. Der Rat ist nicht nur für Produktion, sondern auch für das Verbreiten von Kunst verantwortlich, und damit einhergehend natürlich mit der politischen Orientierung der Kunstwerke. Auch Kunststätten wie Museen, Kulturhäuser, Kulturheime und Bibliotheken, ja selbst Bars unterliegen von nun an dem Rat. Zusätzlich liegt auch die Finanzierung von Kunst unter anderem beim CCES, wobei nicht extra erwähnt werden muss, welche Art von Kunst finanziell unterstützt, gefördert und autorisiert wird.

Diese alles umfassende Behörde diktiert von nun an alle Kanäle, die mit der privaten Öffentlichkeit, dem alltäglichen Leben der Bevölkerung abseits vom Arbeitsplatz in Kontakt kommen und bildet somit selbst einen direkten Kanal zwischen Partei und Volk. Propaganda wird hier nicht mehr a priori als politisches Erziehungsinstrument verstanden, sondern als kulturelles Erziehungsinstrument, mit dem Ziel, den „Neuen Menschen“ als Idealtypus zu erschaffen, was vorangegangenen Jahrzehnten offensichtlich ohne Erfolg blieb. In dieser Phase werden neue erzieherische Propagandamaßnahmen eingesetzt, wobei Ceaușescus Idee seiner Kleinen Kulturrevolution einen wichtigen Beitrag dazu zu leisten hat, den neuen Menschentypen zu kreieren, der am Aufbau einer multilateral entwickelten sozialistischen Gesellschaft beteiligt sein wird, ohne dabei allerdings zu sehr aktiv zu werden. Eugen Denize spricht in diesem Zusammenhang sogar vom propagandistischen Versuch, gleichzeitig einen passiven und aktiven Bürger zu formieren, der passiv alle Parteivorgaben ohne mitzudenken hinnimmt und sich anpasst und sich aktiv zu einem neuen Menschen entwickeln soll, ohne dabei jedoch Eigeninitiative zu ergreifen.²²

Letzte große Schwerpunktmaßnahmen zu Propaganda werden im Dezember 1977 getroffen, mit einem mehrteiligen Gesetzespaket. Eine Gesetzesnovelle zum Pressegesetz wird verabschiedet (Dekret Nr. 471/1977), das Komitee für Presse und Druckwesen (vormals die DGPT, die 1975 in Komitee für Presse und Druckwesen umbenannt wurde) wird aufgelöst (Dekret Nr. 472/1977), der Bereich Radio-Television wird umstrukturiert (Dekret Nr. 473/1977). Umstrukturiert wird ebenfalls die AGERPRES (Dekret Nr. 474/1977), die fortan die Aufgabenbereiche der ehemaligen DGPT übernimmt.²³ Durch das Auflösen des Komitees für Presse und Druckwesen wird gleichzeitig die Stelle aufgelöst, die für Zensur zuständig war. Zwar fallen die Aufgabenbereiche der neuen AGERPRES zu, Instruktionen zur Zensur selbst gibt es aber wie bei der Gründung der DGPT nicht mehr. Im Gegenteil dazu wird die Verantwortlichkeit für Presseinhalte folgendermaßen gehandhabt: „Die Redaktionskollegien [...] tragen die Verant-

wortung für den politischen, ideologischen Inhalt der in den Redaktionen ausgearbeiteten Materialien.²⁴ Damit jedoch nicht genug, denn auch „die Autoren der im Rahmen der Redaktion der *AGERPRES* ausgearbeiteten Pressematerialien tragen die Verantwortung für den Inhalt, die politische Orientierung besagter Materialien, zur objektiven Information, um die Wahrheit zu respektieren und um Staatsgeheimnisse zu hüten“.²⁵

Alle Materialien obliegen von nun an der Selbstzensur der Autoren und Redaktionsmitglieder, wodurch diese Art von Zensur zu „einem raffinierten und wirksamen Mittel der Angst jedes Künstlers, Journalisten, Herausgebers, Registrars“²⁶ wird.

ES GILT in einem nächsten Schritt nun zu untersuchen, was sozialistische Propaganda in Rumänien effektiv macht und mit welchen Mitteln sie arbeitet.²⁷

Effektivität wird einerseits dadurch erzielt, dass die Strukturen und Institutionen, die für Propaganda zuständig sind, gleichgeschaltet werden und gleichzeitig agieren. Somit werden alle vorhandenen Informationskanäle und Wege kontrollieren, wie in den vorherigen Abschnitten dieses Kapitels bereits gezeigt wurde. Ein ausufernder Personalstab mit klar abgegrenzten Befugnissen und Zuständigkeitsbereichen sichert zusätzliche eine lückenlose Kontrolle der ein- und ausgehenden Nachrichten. Andererseits agiert Propaganda auch im Falle Rumäniens mit Emotionalisierungsstrategien. Propaganda versucht in erster Linie zu überzeugen, und dies wird am erfolgreichsten über Emotion und nicht über Vernunftargumente erreicht. Oder, wie es O’Shaughnessy formuliert: „Persuasion and propaganda may involve tactical appeals to reason, but in general a process of logical expositions is peripheral to it. Rarely can a process of logical demonstration entirely convince, since it cannot remove all doubts – and where there are doubts, reassurance and therefore further persuasion are needed.“²⁸

Emotionen zur Überzeugung werden meiner Meinung nach vor allem im Bereich der Formierung und Festigung von Wahrnehmungsbildern eingesetzt. Dazu gehören das Erzeugen, das Übertreiben und Überzeichnen von Fremd- und Eigenwahrnehmungsbildern bis hin zur Stereotypisierung, sowie die Projektion von negativen und positiven Eigenschaften auf diese Bilder. Ich habe dazu einige kurze Beispiele aus der sozialistischen, rumänischsprachigen Frauenzeitschrift *Femeia* (Die Frau) ausgewählt, die dies veranschaulichen sollen.

Das erste ausgewählte Beispiel spricht die Leserinnenschaft direkt an: „Frauen der Volksrepublik Rumänien! Die Imperialisten haben durch einen neuen Krieg einen Anschlag auf das Leben eurer Kinder vor.“²⁹ Hier haben wir es mit der Konstruktion eines Wahrnehmungsbildes zu tun, das zuerst an Muttergefühle appelliert und gleichzeitig die Angst vor einem neuerlichen Krieg anspricht.

Gleichzeitig entsteht ein positives Eigenbild der rumänischen Frauen als Mütter, die sich um ihre Kinder sorgen und diese schützen wollen, und das negative Fremdbild bzw. Feindbild der Imperialisten, die einen neuen Krieg planen und auch vor Kindern nicht Halt machen. Eine Übertreibung besteht hier vor allem in der Verallgemeinerung der Kriegsbesessenheit aller Imperialisten und der Friedensliebe aller Frauen. Einen noch eindeutigeren Beweis zu diesem letzten Punkt liefert das nächste Zitat, das wohl keiner weiteren Erläuterung bedarf. „Das Exekutivkomitee der UFDR [Union demokratischer Frauen Rumäniens] ruft alle Frauen, die Krieg hassen, dazu auf, den Friedensappell zu unterzeichnen.“³⁰

Es kommen aber auch positive Fremdbilder vor, was hauptsächlich die sowjetische Frau betrifft. Ein Beispiel dazu habe ich aus einem Artikel zum Thema Säuglingspflege ausgewählt. „Die Frau muss der sozialistischen Heimat von morgen gesunde und fähige Elemente beschere, wie das große Vorbild der sowjetischen Frau.“³¹ Hier kommt es einerseits zu einer Formulierung der Mutterrolle und des Kindergebürens als positive Verpflichtung dem Heimatland gegenüber, mit der zeitgleichen Einschränkung, gesunde und fähige Kinder zu bekommen, wie es, verallgemeinernd, auch die Frau in der Sowjetunion tut.

Zur Überzeichnung einer charakterlichen Eigenschaft kommt es im nächsten Beispiel. „Für die Massen der Frauen in Stadt und Dorf ist das moralische Klima, in welchem sie leben und arbeiten, von großer Bedeutung, ein moralisches Klima, auf das sie sensibel reagieren.“³² Nicht nur Sensibilität wird hier verallgemeinernd und ausschließlich als Charaktereigenschaft von Frauen aufgezeigt, sondern sie wird als Reaktion auf ein moralisches Klima ausgegeben. Mit moralischem Klima ist, wie im Verlauf des Artikels erklärt wird, „Arbeitskultur, Hingabe zum Vaterland, gesunde und verantwortungsbewusste Beziehungen innerhalb der Familie, die einen Schutz vor dem schädlichen Einfluss falscher Ideale bietet, die durch die sogenannte Konsumgesellschaft generiert werden“,³³ gemeint. Es wird hier so dargestellt, als ob nur Frauen zu einer Wahrnehmung dieser Lebensbereiche und dadurch zu einer Reaktion fähig wären, Männer nicht. Gleichzeitig kommt es hier wieder zu einer Gegenüberstellung des positiven Eigenbildes von moralischer Überlegenheit gegenüber dem negativen Fremdbild der Konsumgesellschaft und des Kapitalismus.

Um Missverständnissen vorzubeugen möchte ich explizit hervorheben, dass mit Emotionalisierungsstrategien keine Emotionen erzeugt werden, die nicht schon vorher bestanden haben, sondern dass auf bestehende Gefühle zurückgegriffen und diese eindeutig angesprochen werden. Für die oben ausgesuchten Beispiele lässt sich sagen, dass die meisten Menschen Gefühle wie Angst vor einem neuerlichen Krieg, mütterliches Schutzbedürfnis und Sensibilität bereits in sich tragen und diese nicht erst „künstlich“ durch Propagandaschriften erschaffen werden. Was allerdings mit diesen Gefühlen künstlich erzeugt wird, ist

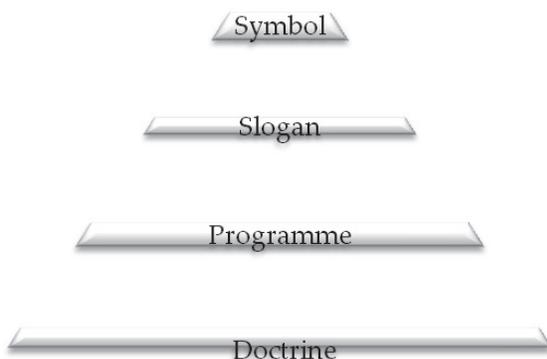
eine Identifikationsplattform, die dazu beiträgt, sich in die bereits angesprochene Dichotomie von positivem Eigenbild und negativem Fremdbild einzuordnen.

Stereotypisierung und das Zeichnen von Feindbildern wurden bereits als Kennzeichen von Propagandatechniken erwähnt. Brown hat diese beiden Kriterien in seine Liste inkludiert und kommt insgesamt auf acht Techniken von Propaganda.³⁴ Meiner Meinung nach können vor allem die Punkte Selektion, Lüge und das Sich-Berufen-Auf-Autorität bei kommunistischer Propaganda schon fast nicht mehr voneinander getrennt werden, da die Partei ihren ultimativen Macht- und Wahrheitsanspruch dadurch geltend macht, dass Informationen generell nicht (und auf keinen Fall selektive oder falsch ausgegebene Informationen) zur Diskussion oder Interpretation gestellt werden dürfen.

Zu beachten ist auch das Merkmal der Wiederholung. Wiederholungen finden nicht nur auf inhaltlicher sondern auch auf sprachlicher Ebene statt. Demnach werden nicht nur immer wieder dieselben Themen aufgegriffen (Errichtung des Kommunismus, Klassenkampf, Erfüllung der Fünfjahrespläne, Errungenschaften der Partei etc.), sondern auch sprachliche Mittel wie Slogans, Phrasen, semiotische Koppelungen werden ständig wiederholt. Dies dient dazu, diese sprachlichen Mittel soweit zu verinnerlichen bis diese automatisiert sind und keiner neuerlichen Erklärung bedürfen. „Ihre Botschaften und Handlungsaufforderungen versucht [Propaganda] zu naturalisieren, so dass diese als selbstverständliche und nahe liegende Schlussfolgerungen erscheinen.“³⁵ Dazu gehört auch der Bereich des Stils, in welchem die Beiträge verfasst werden. In erster Linie kann man von einem pathetischen Stil sprechen, der vor allem ab dem Jahr 1972 im Zuge des Kultes um Nicolae Ceaușescu und seine Frau Elena zu immer neuen pathetischen Höchstleistungen getrieben wird. Ansonsten lässt sich aber nur ein Stil erkennen, das heißt, dass sich zwischen den verschiedenen Journalisten oder Rednern in den Zeitschriften keine stilistischen Unterschiede ausmachen lassen, da diese „Person nicht wichtig ist, weil sie als Repräsentant der Partei, der Regierung, oder schlussendlich, des Volkes spricht“.³⁶ Der identische Stil geht ebenfalls einher mit dem schon erwähnten Wiedererkennungswert der Phrasen etc. durch ihre ständige Wiederholung.

Einen interessanten Ansatz dazu bietet Chakotin, der in seinem 1939 erstmals erschienen Werk davon ausgeht, dass man bei politischer Massenpropaganda vom Pawlowschen Prinzip des konditionierten Reflexes sprechen kann.³⁷ Er ist der Ansicht, dass eine Phrase, ein Symbol, ein Diagramm etc. durch Wiederholung zu einem konditionierenden Faktor werden kann, welcher dann zu einem Signal wird, das eine bestimmte Reaktion in der Masse auslöst. Chakotin bezieht sich in erster Linie auf die Massenkundgebungen der Nationalsozialisten, das von ihm beschriebene System mag meiner Meinung nach aber auch für die Agitprop-Veranstaltungen der Kommunisten sowie für kommunistische

Propaganda insgesamt gelten, wobei Chakotin Symbole (er nennt das Hakenkreuz als Beispiel) als Auslöser politischen Inhalts für bestimmte Handlungs- und Denkweisen annimmt. Die gesamte Beziehung zwischen politischem Inhalt und Symbol wird so dargestellt:³⁸



ALS BASIS der Pyramide wird hier als Beispiel der Marxismus angegeben, der dann zum Programm der Sozialisten wird. Als Slogan könnte das Motto „Arbeiter aller Welt vereinigt Euch!“ gesehen werden, wobei als Symbol zum Beispiel Hammer und Sichel einen Hinweis auf die untergeordneten Beziehungsebenen geben. „The symbol is generally conceived as an instantaneously evocative representation of an idea or doctrine; it is the almost automatic sign that rallies men by suggestion around the idea.“³⁹ Die ständige Verwendung und Wiederholung der Symbole führt dann zu einer Automatisierung und einem gleichzeitigen Reflex des Verstehens. Die Inhalte müssen nicht neuerlich erläutert und Handlungsaufforderung nicht neuerlich ausgesprochen werden. Es reicht aus, das Symbol wiederholt in Kommunikationssituationen einfließen zu lassen, und das Publikum assoziiert ohne weitere Erklärung den Inhalt und die Botschaft, die dahinter steckt, was auch für die propagandistischen Phrasen, Symbole in Zeitschriften (und auf Kundgebungen) der PCR ab 1950 gelten, die durch ihre Überrepräsentation in den Medien zu einer intendierten sofortigen Wirkung auf das Publikum abzielen. Mit diesem intendierten Reflex arbeitet Propaganda.

Die beschriebenen psychologischen Taktiken wie Emotionalisierungs-, Konditionierungsstrategien, sowie das Filtern und Sperren von Information durch die Kontrolle aller öffentlichen Meinungskanäle zeigt, wie tief Propaganda- und Zensurmaßnahmen hier gehen. Ihr Ziel ist es, durch „Umstrukturierung von Konzepten, Modifizierung von Schlussfolgerungen, Neuschaffen von moralischen Normen, Entwicklung anderer Bewertungskriterien, Deformierung von zwischenmenschlichen Beziehungen, Umgestalten von Gefühlen, in einem

Wort, der Anwendung von Bewusstseinsmanipulation, den Neuen Menschen zu erschaffen“.⁴⁰



Anmerkungen

1. Die Bezeichnung PCR (Partidul Comunist Român [Kommunistische Rumänische Partei]) wird im Folgenden durchgehend für Kommunistische Partei Rumäniens verwendet. Wiewohl erwähnt werden muss, dass die Parteibezeichnung im Laufe der Geschichte der Partei mehrmals abgeändert wurde, von PCdR (Partidul Comunist din România [Kommunistische Partei Rumäniens] gegründet 1921) zu PMR (Partidul Muncitoresc Român [Rumänische Arbeiterpartei]) 1948 und schlussendlich 1965 zu PCR.
2. Vgl. dazu: Adrian Cioroianu: Pe umerii lui Marx. O introducere în istoria comunismului românesc. Bukarest: Curtea Veche 2007, S. 46-64.
3. Gründung des Ministeriums für Propaganda (Legea Nr. 201/1945, veröffentlicht in Monitorul oficial Nr. 69, vom 24. März 1945). Ein Jahr später wird dieses zum Ministerium für Information umgewandelt (Decret-lege Nr. 130/1946, veröffentlicht in Monitorul oficial Nr. 54, vom 5. März 1946). Siehe dazu: Ștefan Bosomitu: Planificare – implementare – control. Apariția și dezvoltarea aparatului de propagandă comunist în România. 1944-1950. In: Structura de partid și de stat în timpul regimului comunist. Anuarul Institutului de Investigare a Crimelor Comunismului în România. Bd. III. Iași: Polirom 2008, S. 29-31. (Alle Übersetzungen U. M.)
4. Raportul politic al Comitetului Central la Conferința Națională a Partidului Comunist Român. Octombrie 1945, S. 35.
5. Raportul politic al Comitetului Central la Congresul Partidului Muncitoresc Român. 21 Februarie 1948, S. 158f.
6. Ebda.
7. DANIC, fond CC al PCR, Cancelarie, Dossier 7, Bd. I, 1950, p. 62-72, 210-217. Zitiert nach: România. Viața politică în documente. 1950. Bukarest: Arhivele Naționale ale României 2002, S. 34.
8. Ebda, S. 33f.
9. Siehe dazu: Legea Nr. 5/1950, vom 6. September 1950, veröffentlicht in Buletinul Oficial Nr. 77, vom 8. September 1950. <http://www.lege-online.ro/lr-LEGE-5-1950-%28116926%29.html>. (Eingesehen am 29. Dezember 2012.)
10. Ebda. (Markierung U. M.)
11. Für eine genaue Auflistung der einzelnen Sektionen in den jeweiligen Kategorien vgl. Bosomitu, Planificare – implementare – control, S. 44-47.
12. DGPT: Direcția Generală pentru Presă și Tipărituri [Direktion für Presse und Druckwesen]; AGERPRES: Agenția Română de Presă (Rumänische Presseagentur), beide 1949 gegründet.

13. Decret Nr. 217/1949, veröffentlicht in Buletinul oficial Nr. 32 vom 23. Mai 1949, Art. 2 u. 3. <http://www.lege-online.ro/lr-DECRET-217-1949-%2822117%29.html>. (Eingesehen am 11. Dezember 2012.)
14. Decret Nr. 218/1949, veröffentlicht in Buletinul oficial Nr. 32, vom 23. Mai 1949, Art.1. <http://www.lege-online.ro/lr-DECRET-218-1949-%2822118%29.html>. (Eingesehen am 12. Dezember 2012.)
15. Unter Verschluss gehaltene Instruktionen der DGPT bzgl. der Aktivität der Zensurbüros konform HCM 612/1949, zitiert nach Bogdan Ficeac: *Cenzura comunistă și formarea „Omului nou“*. Vorwort von Baniel Barbu, Nachwort von Petru Ignat. Bukarest: Nemira 1999, S. 43.
16. Vgl. ebda, S. 45.
17. Für eine genaue Auflistung der zu zensierenden Informationen siehe: ebda, S. 48f.
18. Consiliul Culturii și Educației Socialiste, CCES [Rat für Sozialistische Kultur und Erziehung], gegründet durch: Decret 301/1971, veröffentlicht in Buletinul oficial Nr. 108, vom 21. September 1971. <http://www.lege-online.ro/lr-DECRET-301-1971-%2824703%29.html>. (Eingesehen am 12. Dezember 2012.)
19. Ebda.
20. Ebda, Kapitel 1, Art. 1 und 2.
21. Ebda, Kapitel 1, Art. 2.
22. Vgl. Eugen Denize: *Propaganda comunistă în România (1948-1953)*. Târgoviște: Cetatea de Scaun 2009, S. 43.
23. Vgl. Decret Nr. 471/1977, 472/1977, 473/1977, 474/1977, alle veröffentlicht in Buletinul oficial Nr. 138 vom 26. Dezember 1977.
24. Decret Nr. 474/1977, veröffentlicht in Buletinul oficial Nr. 138 vom 26. Dezember 1977, Kapitel 3, Art. 21. <http://www.monitoruljuridic.ro/act/decret-nr-474-din-24-decembrie-1977-privind-organizarea-si-functionarea-agentiei-romane-de-pressa-agerpres-emitent-consiliul-de-stat-24202.html>. (Eingesehen am 12. Dezember 2012.)
25. Ebda.
26. Călin Hentea: *Propagandă fără frontiere*. Bukarest: Nemira 2002, S. 260f.
27. Es soll hier kein Versuch einer allgemeinen Definitionsbildung zum Propagandabegriff unternommen werden, da jener Begriff unterschiedliche Bedeutung in unterschiedlichen historischen und politischen Kontexten erhält. Im Grunde ziehe ich allerdings die Formulierung von Thymian Bussemer vor, der von Propaganda als „die in der Regel medienvermittelte Formierung handlungsrelevanter Meinungen und Einstellungen politischer oder sozialer Großgruppen durch symbolische Kommunikation und als Herstellung von Öffentlichkeit zugunsten bestimmter Interessen“ spricht. Siehe Thymian Bussemer: *Propaganda. Konzepte und Theorien*. Mit einem einführenden Vorwort von Peter Glotz. 2., überarb. Aufl. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S. 33.
28. Nicholas Jackson O’Shaughnessy: *Politics and Propaganda. Weapons of Mass Seduction*. Manchester: Manchester University Press 2004, S. 41.
29. *Femeia*, Nr. 2, März 1949 (II. Jahrgang), S. 2.
30. *Femeia*, Nr. 5, Mai 1950 (III. Jahrgang), S. 5.

31. Femeia, Nr. 10, November 1949 (II. Jahrgang), S. 25. (Der unglückliche Gebrauch des Wortes Element für Kind entstammt dem Original, und wurde in der Übersetzung beibehalten.)
32. Femeia, Nr. 7, Juli 1976 (XXIX. Jahrgang), S. 3.
33. Ebda.
34. The use of stereotypes; The substitution of names; Selection [of facts]; Downright lying; Repetition; Assertion; Pinpointing the enemy; The appeal to authority. Siehe: James A. C. Brown: *Techniques of Persuasion. From Propaganda to Brainwashing*. London: Penguin 1963, S. 26-28.
35. Bussemer, *Propaganda*, S. 33.
36. Lavinia Betea: *Psihologie politică. Individ, lider, mulțime în regimul comunist*. Iași: Polirom 2001, S. 196. Die im rumänischen als „limba de lemn“ [Holzsprache] bezeichnete Sprache der PCR und ihrer Mitglieder weist dieselben Merkmale wie andere propagandistische Sprachen auf. Zu ihren Besonderheiten verweise ich hier auf die Arbeit von Lavinia Betea, wo sich eine genaue Auflistung der syntaktischen und morphologischen Kennzeichen finden lässt.
37. Serge Chakotin: *The Rape of the Masses. The Psychology of Totalitarian Political Propaganda*. London: Routledge 1940. Im Original: *Le Viol des Foules* 1939.
38. Ebda, S. 100.
39. Ebda, S. 109.
40. Tiberiu Troncotă: *România comunistă. Propagandă și cenzură*. Vorwort von Brîndușa Armanca. Bukarest: Tritonic 2006, S. 32.

Abstract

Propaganda and Censorship in Socialist Romania: Structures and Efficiency

Propaganda and censorship are used by the Romanian Communist Party not only to control public opinion and information channels but first and foremost to establish political power. The article's focus is on the different stages of the propaganda measures taken by the Party from 1944 to 1989. The strategies differ from a first attempt to implement political power by creating propaganda structures such as state departments or sections to an overall surveillance by censorship. A second point analyses the efficiency of communist propaganda in terms of form and content.

Keywords

political propaganda, censorship, communist state structures