Scientia Militaria, South African Journal of Military Studies, Vol 7, Nr 3, 1977. http://scientiamilitaria.journals.ac.za

NAZI INTERNE PROPAGANDA IN DIE TWEEDE WÊRELDOORLOG

KMDT J.S. KOTZE*

Adolf Hitler considered propaganda as a tactical weapon which should be used in warfare. The Second World War proved that it was no super weapon, and that it could not be used in isolation, but it is generally agreed that Nazi internal propaganda played a prominent part in upholding solidarity of morale in Germany during the last two years of the war. An indispensable condition for this achievement was the totalitarian political system in Germany which made monopolistic state control of propaganda activities possible, and secured effective canalisation and co-ordination of all such activities. In addition suitable propaganda themes were developed, and were continually adjusted to changing circumstances, and a constant issue of propaganda was meticulously maintained. Goebbels considered public opinion to be open to manipulation, even if through fabricated propaganda tricks, and managed to achieve this. In the last weeks of the war, however, he had to reap the bitter fruits of thoughtless propaganda, unfulfilled promises and blatant lies. Even he could not escape the painful truth that 'propagandists cannot win battles when the soldiers are obviously losing the war'.

Propaganda as militêre wapen

'Propaganda', het Adolf Hitler kort na die uitbreek van die Tweede Wêreldoorlog verklaar, 'is 'n belangrike instrument vir die Leier om die wil om te wen mee te versterk en uit te dra en om vyandelike moreel en die wil om te wen mee te vernietig'.[1] By 'n ander geleentheid was hy nog meer uitgesproke oor die waarde van propaganda as 'n 'militêre wapen', naamlik dat ' ... die plek van artillerie voorbereiding vir 'n frontale aanval deur die infanterie ... in die toekoms deur rewolusionêre propaganda ingeneem sal word, om die vyand sielkundig af te takel lank voordat die leërs hoegenaamd begin funksioneer'.[2]

Hierdie oordrewe opvatting van die taktiese nut van propaganda spruit deels uit Hitler se oortuiging dat dit Geallieerde propaganda eerder as militêre mag was wat Duitsland se nederlaag in 1918 bewerkstellig het. Daarbenewens het Hitler geglo dat propaganda die vernaamste middel was waarmee die Nasionaal-Sosialiste van blote obskuriteit tot 'n absolute magsposisie in Duitsland gestyg het — 'the highway to power in the state'[3] Vir Hitler was dit 'n logiese gevolgtrekking dat die aanwendingsmoontlikhede van propaganda onbeperk is en dat dit ook op die slagveld met wonderbaarlike sukses aangewend kan word. Hitler is in hierdie verband ondersteun deur teoretici wat gesuggereer het dat die grootskaalse vooruitgang op die gebied van die advertensiewese en massakommunikasiemedia in die tussenoorlogse jare, sowel as ontwikkelinge op die gebied van die psigologie, tot gevolg kan hê dat sielkundige oorlogvoering nie net 'n groter rol in 'n toekomstige oorlog gaan speel nie, maar inderdaad kan ontwikkel tot 'n soort geheime wapen wat selfs dodeliker is as die bestaande wapentuig.[4]

Die Tweede Wêreldoorlog het egter onteenseglik bewys dat propaganda geen superwapen is nie. Dit was 'n belangrike en waardevolle faset van die geïntegreerde oorlogspoging van die Nazis sowel as van die Geallieerdes, maar was op sigself vir geen dramatiese operasionele suksesse verantwoordelik nie. Roetter skryf in hierdie verband: ' ... propaganda by itself has never yet won or lost a war or even a battle ... Propaganda is no substitute for military victory. It cannot unmake defeats. It can help to prepare the way for the

---

* Kmdt J.S. Kotze is 'n dosent in Krygsgeskiedenis aan die Militêre Akademie, Saldanha.

1. G. Wright: *The ordeal of Total War, 1939–1945*, (New York, 1968), p 66.
2. Z.A.B. Zeman: *Nazi Propaganda*, (London, 1973), p 65.
3. *Ibid*.
4. G. Wright: *op cit*, p 66.

former and speed its coming, and it can mitigate the impact of the latter, but it cannot act in isolation ...[5]

Die doel en funksie van oorlogspropaganda verklaar Qualter, is 'first of all to demoralize the enemy's soldiers then to undermine the will to resist throughout the enemy country, and finally, a defensive weapon to sustain the spirit of one's own forces against similar psychological attacks by the enemy'.[6] Roetter identifiseer nog 'n vierde kategorie naamlik interne propaganda, wat ten doel het om die veggees van die tuisbevolking, sowel as die van die bondgenote op 'n hoë peil te hou en hulle tot groter inspanning en opoffering ter wille van die oorlogspoging aan te moedig.[7] Dit was juis op laasgenoemde terrein wat die Nazi propagandamasjien sy grootste sukses behaal het. Gedurende die twee en 'n half jaar van uitputtingsoorlog, was dit by uitstek Nazi interne propaganda wat verhoed het dat 'n morele ineenstorting in Duitsland plaasgevind het.[8] Dit was op sigself geen geringe prestasie nie.

Die doel van hierdie artikel is dan om die funksionering van Nazi interne propaganda tydens die Tweede Wêreldoorlog te ontleed, veral die aanpassings ten opsigte van propagandategnieke en temas wat mettertyd gemaak is namate die lotgevalle van die Duitse *Wehrmacht* verander het.

Ministerie van propaganda

Enkele dae nadat die Nasionaal Sosialiste in Januarie 1933 aan bewind gekom het, is 'n *Reichsministerium für Propaganda und Volksaufklärung* in die lewe geroep om sentrale beheer oor propaganda-aktiwiteite in Duitsland uit te oefen. Die Minister van Propaganda, dr Joseph Goebbels, was ook terselfdertyd hoof van die ander vername propaganda-organisasies in Duitsland, te wete die Party se propagandadepartement en die Rykskultuurkamer. Binne 18 maande het die *Reischsministerium für Propaganda und Volksaufklärung* volkome beheer uitgeoefen oor die vernaamste media wat die openbare mening kon beinvloed, naamlik die uitsaaidiens, pers, films, teater en musiek.[9] 'n Spesiale afdeling van die *Reichsministerium* die Propaganda Koördinasie-afdeling was verantwoordelik vir die voer van gesamentlike propaganda-operasies. Dié afdeling het ook sorg gedra dat geen amptelike instansie beleids- of persverklarings maak wat nie met Goebbels se siening van die sake strook nie.[10]

Goebbels se gesag in die Nazi hiërargie was sodanig dat hy die doen en late van ander staatsdepartemente kon manipuleer om sy doel te pas. 'Policies', skryf Kumata en Schramm, 'were carried out or discarded depending on their propagandistic effect ... At times it seemed as if the whole German government operated as a subdivision of the (propaganda) ministry'.[11]

Goebbels het groot waarde geheg aan aktiewe propaganda — propaganda van die daad. 'Daar moet absoluut seker gemaak word dat woorde altyd deur dade opgevolg en gestaaf word',[12] het hy by geleentheid opgemerk. Gevolglik het indrukwekkende feeste en partydae, waar Nazivolgelinge in duisendtalle saamgetrek het, baie prominent in die *Reichministerium* se aktiewe propagandaprogram gefigureer. Elkeen van dié geleenthede is met groot sorg beplan en spesiaal ontwerpte geboue en terreine, aanskoulike militêre parades, wapenvertonings, nagtelike fakkelmarse, kransleggings en sportbyeenkomste opgevolg deur opruiende toesprake is tot die uiterste benut om die maksimum emosionele beroep op die 'massas' te doen.[13]

Die uitbreek van die Tweede Wêreldoorlog het 'n einde gemaak aan die gereelde massa-byeenkomste. Dit het ook tot gevolg gehad dat die monopolie oor propaganda-aangeleenthede wat Goebbels voor die oorlog so nougeset gehandhaaf het, afgetakel is. Die afdelings *Wehrmachtspropaganda* is naamlik deur Hitler direk onder *Oberkommando der Wehrmacht* (Opperbevel van die Weermag) geplaas, met die gevolg dat Goebbels geen seggenskap oor taktiese propaganda gehad het nie. Die Duitse pershoof, Otto Dietrich, was wel 'n ondersekretaris van die *Reichsministerium,* maar het as een van Hitler se persoonlike gevolg groot invloed uitgeoefen en het dikwels persvoorskrifte uitgereik waarmee Goebbels hoegenaamd nie saamgestem het nie.[14] Die Departement van Buitelandse Sake was eweneens vir Goebbels 'n bron van ergernis aangesien Von Ribbentrop ook die reg gehad het om beleidsvoorskrifte oor strategiese propaganda, dit wil sê, dié gemik op die buiteland, uit te reik.[15] Prakties gesproke het

5. C. Roetter: *Psychological Warfare*, (London, 1974),
6. T.H. Qualter: *Propaganda and Psychological Warfare* (New York, 1962), p 114.
7. C. Roetter: *op cit*, p 158.
8. G. Wright: *op cit*, p 72.
9. H. Kumata & Schramm, *in* W.E. Daugherty & M. Janowitz: *A Psychological Warfare Casebook*, Baltimore, John Hopkins Press, 1968, p 52; H.W. Koch: *Goebbels: Master of Propaganda, History of the 20th Century, Vol 4*, No 50, p 1385.
10. Kumata & Schramm: *op cit*, p 52.
11. *Ibid*.
12. *Ibid*, p 51.
13. H.W. Koch: *op cit*, p 1389.
14. Z.A.B. Zeman: *op cit*, p 152.
15. G. Wright: *op cit*, p 79; L.P. Lochner: *The Goebbels Diaries*, (London, 1948), p 7.

Scientia Militaria, South African Journal of Military Studies, Vol 7, Nr 3, 1977. http://scientiamilitaria.journals.ac.za

Goebbels dus na September 1939 slegs oor interne propaganda volkome beheer uitgeoefen.

Blitzkrieg propaganda

Goebbels se interne propagandadoelwitte in die eerste twee jaar van die oorlog, terwyl Duitsland se blitskryg-strategie oor die algemeen suksesvol was, was tweërlei van aard, naamlik om die Duitse bevolking emosioneel ten volle by die oorlogspoging te betrek en om die prominensie van sy ministerie ten alle koste te handhaaf. Onder leiding van Goebbels het Nazi propagandiste fanaties probeer munt slaan uit die Duitse oorwinnings en die impakt daarvan op die tuisbevolking dikwels deur middel van komplekse en fantastiese verdraaiing van die werklikheid tot die uiterste uitgebuit.[16]

Verskeie propagandatemas het in hierdie tyd ontstaan. Die mees prominente tema was weliswaar die sogenaamde onoorwinlikheid van die Duitse *Wehrmacht*. Spesiale aankondigings, amptelike *communiques* of frontverslae, het lesers en luisteraars telkemale verseker dat die Duitse leiers 'n bonatuurlike beheer oor die verloop van die oorlog uitoefen. Klem is voortdurend geplaas op die blitssnelle aanmars, verassende nuwe taktiek en dat die vyand nie by magte is om doeltreffend weerstand

Hierdie Duitse propagandaplakkaat koppel hul vaandel aan oorwinning.

te bied teen die 'onoorwinlike Duitse militêre masjien' nie. Die propagandafilm oor die Poolse Veldtog (1939), 'Vuurdoop', het op dramatiese wyse aan Duitse gehore probeer bewys dat die 'totale uitwissing' van die vyand 'meesterlik beplan' en 'onvermydelik' was.[17] Die landing in Noorweë (April 1940) is 'n amptelike *communique* as 'n 'unieke en uitstaande bereiking in die geskiedenis van oorlogvoering', bestempel.[18]

Nazi propagandiste het reeds tydens die Noorweegse veldtog die indruk probeer skep dat die oorlog in wese 'n stryd teen Brittanje is en dat die verowering van grondgebied geen doelwit is nie. 'The propaganda picture of smooth advance accompanied by novel and terrifying tactics, was constantly contrasted with that of the inefficiency and treacherousness of Germany's real enemy, the British', aldus Kris en Speier.[19] Goebbels het die sondebok-tema tydens die inval in Frankryk verder uitgebou deur te verklaar dat 'Brittanje gereed is om tot die laaste Fransman te veg'.[20] Ferdonnet, 'n leidende Nazi propagandis, het in dieselfde trant gevra 'Hoekom veg Frankryk die oorlog vir Brittanje, vir 'n verbrokkelende, plutokratiese, dekadente ryk ...? Frankryk het miljoene van sy jongmanne gemobiliseer, maar Britse soldate in Frankryk tel skaars duisende'.[21]

Die veldtog in die Weste, wat op 10 Mei 1940 van stapel gestuur is, was 'n briljante sukses. Die Nederlandse en Belgiese leërs het onderskeidelik op 15 en 29 Mei 1940 gekapituleer. Die Britse taakmag, tesame met Geallieerde troepe, is by Duinkerken vasgepen en gedwing om in aller yl te onttrek. Die Britse leër is wel nie beslissend verslaan nie, maar was vir 'n geruime tyd buite aksie gestel.[22] Dit was die begin van wekelange oorwinningsvieringe in Duitsland. Op 5 Junie 1940 het Hitler in sy Daaglike Orders beveel dat ' ... vlae vir agt dae lank dwarsoor Duitsland sal wapper ter ere van die Duitse soldate ... klokke sal vir drie dae lank gelui word. Die klank daarvan sal meng met die gebede waarmee die Duitse volk hulle seuns vergesel ...'[23] Op 14 Junie was daar weer klokkegelui toe die Duitse aanmars Parys bereik het. Op 17 Junie 1940 het Frankryk om 'n wapenstilstand gevra. 'Nooit vantevore is 'n volk so

16. Z.A.B. Zeman: *op cit*, p 153.
17. E. Kris en H. Speier: *German Radio Propaganda*, (New York, 1944), p 341; C. Roetter: *op cit*, p 98.
18. E. Kris & Speier: *op cit*, p 342.
19. E. Kris & H. Speier: *op cit*, p 344.
20. C. Roetter: *op cit*, p 105.
21. *Ibid*, p 105–6.
22. M. Kitchen: *A Military History of Germany*, (Lon-
23. E. Kris & H. Speier: *op cit*, p 348.

lle het hul lewe gegee. Skenk jy jou arbeid vir stryd teen Bolsjewisme': 'n Duitse werwings- dtog in Frankryk.

lissend verslaan soos Frankryk verslaan is nie', die Duitse pers dit uitbasuin.[24]

wapenstilstandsooreenkoms is op 22 Junie 0 op aandrang van Hitler by Compiègne in selfde spoorwegwa waarin die Duitse afvaardi- g aan die einde van die Eerste Wêreldoorlog Maarskalk Foch oorgegee het, onderteken — . om met hierdie daad van regverdige ver- ding 'n bladsy uit te wis wat deur die Duitse lk as die diepste vernedering van alle tye be- u is'.[25] Die gebeure by Compiégne is deur ddel van direkte uitsendings op dramatiese wyse die Duitse volk geskilder. Compiégne was triomf van goed oor kwaad. Frankryk is ver- er omdat die Franse volk ontaard het. Frankryk 'swart soldate van die oerwoud af ingevoer teen blonde Duitsers te veg ... Negers het nsmusiek in die vergaderplekke van Monmartre speel. Dié gebrek aan rasbewustheid, die kri- nele vermenging van swart en wit ... daardeur die hele volk tot ondergang gebring'.[26]

ler was daarvan oortuig dat Brittanje na die val Frankryk om vrede sal onderhandel. 'n Nuwe opagandatema is met die oog daarop ontwikkel, naamlik die konsep van 'n Nuwe Europese Orde oftewel 'n verenigde Europa onder Duitse leierskap.[27] Op 19 Julie 1940 het Hitler in 'n toespraak verklaar dat hy die ongelukkige dienskneg van die Noodlot is, wie se begeerte dit nie is om oorlog te voer nie, maar om 'n nuwe maatskaplike orde daar te stel. Terselfdertyd het Hitler weer eens 'die hand van vrede' na Brittanje uitgesteek. Nazi propagandiste het dit aangegryp en Hitler wat sedert die begin van die oorlog as die 'groot veroweraar' in wie se teenwoordigheid alle beslissende oorwinnings plaasvind bekend bestaan het, as die groot 'vredemaker' voorgestel.[28]

Dit was vir die Nazis egter weldra duidelik dat Britse moreel, ten spyte van die aanvanklike terugslae, hoog was en dat die Britte vasbeslote was om Hitler se 'Nuwe Orde' met elke greintjie krag te beveg. 'n Plan vir 'n inval in Engeland — (Operasie Seeleeu) — is ontwikkel maar moes uitgestel word omdat die *Luftwaffe* nie daarin kon slaag om lugoorwig oor die Engelse kanaal en Suidoos-Engeland te bewerkstellig nie. Hitler het nou sy oë na Rusland gewend vir die opspraakwekkende *Endzeig* — die finale oorwinning.

Operasie Barbarossa

Op 22 Junie 1941 het drie Duitse leërgroepe die Sowjet-Unie op verskillende asse aangeval. Binne drie weke het die Duitse leërs meer as 600 km in Rusland ingedring, 323 898 krygsgevangenes geneem en 3 332 tenks en 1 809 kanonne buitgemaak.[29] Goebbels was oorstelp van vreugde en het opnuut op die onoorwinlikheidstema begin hamer. Nuusmedia het die Duitse volk verseker dat die 'Stalin-linie op alle beslissende punte gebreek is' en dat 'die binneland van Rusland oopgevlek lê voor die triomfantlike aanmars van die Duitse troepe ... 'n onmiddellike bedreiging vir ... Kiev, Moskou en St Petersburg ...[30] Selfs die *Wehrmacht* was optimisties. Op 3 Julie 1941 het generaal Halder in sy dagboek geskryf dat die oorlog wel binne drie weke beslis kan wees en dat slegs skoonmaakoperasies dan nog sal oorbly.[31]

Duitse propaganda in die beginfase van Operasie Barbarossa het sterk rassistiese bowetone geopenbaar. Die veldtog in Rusland is bestempel as 'n

24. *Ibid.*
25. *Ibid*, p 349.
26. *Ibid*, p 351.
27. G. Wright: *op cit*, p 68.
28. E. Kris & H. Speier: *op cit*, p 353.
29. M. Kitchen: *op cit*, p 316.
30. E. Kris 8 Speier: *op cit*, p 359, 59.
31. G. Wright: *op cit*, p 70.

Die tradisionele Duitse voorstelling van Bolsjewisme was 'n skelet.

'Kruistog teen Joodse Bolsjewisme'.[32] Die term 'Untermensch' (minderwaardige mens) verwysende na volkere van Slawiese afkoms, soos die Russe, is vry algemeen gebesig in propaganda wat bestem was vir binnelandse sowel as buitelandse konsumpsie. Duitse nuusblaaie was volgepak met foto's van harige, nors Sowjet-gevangenes naas afbeeldings van aantreklike Duitse soldate in netjiese grys velduniforms.[33]

Teen November 1941 was dit duidelik dat die *Wehrmacht* nie genoegsaam toegerus was vir 'n winterveldtog in Rusland nie. Bowendien het Stalin se oproepe vir 'n 'Groot Patriotiese Oorlog' die gewensde reaksie ontlok. Deur byna bomenslike inspanning was die Rooi Leër in staat om vanaf 5 Desember 1941 'n reeks teenaanvalle in die omgewing van Moskou te loods. Die *Wehrmacht* het in enkele dae 120 000 man, sowel as 1 300 tenks en 3 000 kanonne verloor. Op sommige punte is die front so ver as 240 km teruggeskuif.[34] Op 8 Desember 1941 het Hitler beveel dat alle offensiewe operasies aan die Oosfront gestaak word. Daardeur het die *Wehrmacht* die strategiese inisiatief vir die eerste maal in die oorlog prysgegee. Die Opperbevel van die Duitse Leër het aanbeveel dat 'n strategiese terugtog tot wes van die Dnieper-rivier onderneem word, totdat 'n nuwe offensief in die lente van 1942 van stapel gestuur kan word. Hitler het sodanige planne verbied, hoofsaaklik uit vrees dat 'n terugtog 'n negatiewe sielkundige uitwerking op eie magte, sowel as die tuisbevolking, kan hê.[35]

Onder hierdie omstandighede het Goebbels, wat van die begin af die gevare van die ongenaakbare 'Untermensch'-tema besef het, begin om die anti-Russiese propaganda te temper in 'n poging om die 'Oosterse Volke' teen 'Joodse Bolsjewisme' te verenig.[36] Die militêre terugslae het andersyds geen noemenswaardige invloed gehad op die selfvertroue en aggressiwiteit van Nazi binnelandse propaganda nie. Die tuisbevolking is verseker dat die Duitse leërs die doelwitte wat hulle nie kon bereik nie as gevolg van die besondere vroeë winter in 1941, in die somer sal verower en dan die oorblyfsels van die Rooi Leërs sal uitwis.

Met die uitbreek van die Tweede Wêreldoorlog het Duitse propagandiste probeer om onmin tussen Brittanje en Frankryk te saai. Hier probeer die ontspanne Britse passasier die swoegende Franse fietsryer daarvan te oortuig dat hulle 'n ideale kombinasie is.

32. *Ibid.*
33. *Ibid.*
34. M. Kitchen: *op cit*, p 319.
35. *Ibid.*
36. G. Wright: *op cit*, p 70; Vgl L.P. Lochner: *op cit*, p 61.

Groot ophef is van die Duits-Japanese bondgenootskap gemaak en die mening is selfs gewaag dat wêreldoorheersing nou nie meer slegs 'n droom is nie, maar 'n werklikheid.[37]

Rommel Africanus

Die Rooi Leër het in die lente van 1942 met nuwe offensiewe te voorskyn gekom en 'n aantal belangrike suksesse behaal. Van die groot oorwinnings wat vir die *Wehrmacht* voorspel is, het aanvanklik weinig tereggekom. Nazi propagandiste moes vervangingstemas vind en het teruggegryp na die groot blitzkryg-oorwinnings ten einde die geloofwaardigheid en prestige van die *Wehrmacht* te verstewig. Die krisis van die afgelope winter is erken en die 'lyding' en 'dapperheid' van die Duitse soldate is in detail beskryf. Op 26 April 1942 het Hitler gespog: 'Ons het die Noodlot bemeester wat 'n ander man (Napoleon) 130 jaar gelede vergruis het'.[38]

Rommel se snelle vordering teen die Geallieerde magte in Noord-Afrika en veral die oorgawe van die Geallieerde garnisoen van Tobruk (21 Junie 1942) het welkome verligting vir die Nazi propagandiste gebring. Die goeie nuus is aangegryp en vir dae lank is Rommel lof toegeswaai terwyl die gebeure op die Oosfront agterweë gelaat is. Kris en Speier beweer dat die Duitse radioluisteraar die indruk moes gekry het dat Rusland 'n sekondêre oorlogsteater was ' ... since he heard a good deal more about the dashing advances of 'Rommel Africanus' ...'[39]

Met Tobruk as logistieke steunpunt het Rommel die Geallieerdes teruggedryf tot byna 100 km vanaf Alexandrië in Egipte. In die Slag van El Alamein (Oktober—November 1942) is die rolle dramaties omgeruil en is Rommel se Afrikakorps beslissend verslaan. Twee weke later het die Amerikaanse 'Torch'-landings in Frans-Noord-Afrika begin. Aan die Oosfront is die Duitse Sesde Leër in Stalingrad omsingel. Met slegs nederlaag in die vooruitsig het die aggressiwiteit wat Nazi propaganda tot op daardie stadium gekenmerk het, skielik verdwyn. Dit was duidelik dat die Nazi propagandiste onkant betrap is en die pogings wat in der haas aangewend is om die dilemma te verbloem, was bepaald amateuragtig. So by voorbeeld het 'n Berlynse kommentator gevra: 'Wat maak dit saak as Rommel na vele skrander veldtogte gedwing word om terug te val voor die oorweldigende oormag van Montgomery ...?' Of 'Hoekom het die Amerikaners in Frans-Noord-Afrika geland? Daar is geen Duitsers om teen te veg nie. Miskien is dit die rede waarom Noord-Afrika gekies is. Dit het die geleentheid gebied

Om Duitse moreel te verhoog, is voorgegee dat Britse troepe in Noord-Afrika mank gaan aan logistieke steun en reeds sonder rantsoene is.

om 'n suksesvolle landing uit te voer sonder om in gevegte betrokke te raak. Of miskien was dit te wyte aan 'n navigasie-fout'.[40]

Stalingrad

Terwyl sy ondergeskiktes hulpeloos probeer het om die Duitse nederlaag in Noord-Afrika weg te redeneer, het Goebbels gekonsentreer op wat hy beskou het as die grootste toets waarvoor die *Reischsministerium für Propaganda und Volksaufklärung* nog te staan gekom het, naamlik die rampspoedige gebeure by Stalingrad.

Op 22 November 1942 het Hitler beveel dat die Sesde Leër Stalingrad moet behou. Die bevelvoerende generaal Von Paulus, het daarop aangedring dat magtiging verleen word om deur die omsingeling te breek aangesien die Sesde Leër nie oor die voorrade of die vermoë beskik het om die stad te verdedig nie. Hitler het die versoek geweier en op 24 November sy vroeëre bevel herhaal. Op 31 Januarie en 2 Februarie 1943 het

---

37. C. Roetter: *op cit*, p 156.
38. E. Kris & Speier: *op cit*, p 35; 185.
39. *Ibid*. Vgl L.P. Lochner. *op cit*, p 35; 185.
40. C. Roetter: *op cit*, p 157.

die Duitse magte in Stalingrad (meer as 300 000 man) oorgegee.[41] Hierdie keer het Goebbels geen poging aangewend om die ramp te verberg nie. Stalingrad is die 'Stad van die Noodlot' genoem en generaal Von Paulus en die Sesde Leër vergelyk met Leonidas en die Spartane by Thermopylae. Hulle stryd was 'heroïes' en 'titanies', hulle sending 'histories ... sonder weerga in die annale van die mensdom ... Die Sesde Leër', het Goebbels uitgeroep, ' ... is nie dood nie. Dit sal nooit sterf nie. Lank lewe die Sesde Leër'.[42]

Die vloedgolf van emosie wat deur Goebbels opgesweep is oor die verlies van die Sesde Leer, is terselfdertyd gebruik om die aandag daarvan af te lei dat Hitler direk vir die Stalingrad debakel verantwoordelik was. Dit is ook in die daaropvolgende maande deur die *Reichsministerium* aangewend om voedselrantsoenering en verpligte vrouearbeid in die nywerheid te regverdig met die slagspreuk: 'Wat doen jy om die opoffering van die Sesde Leër te ewenaar? [42]

Stalingrad was 'n keerpunt in Nazi propaganda. Vóór Stalingrad is Nazi Duitsland voorgestel as 'n jong lewenskragtige nasie wat ywerig gewerk het om 'n 'Nuwe Orde' in Europa te skep. Na Stalingrad is Duitsland uitgebeeld as die ' ... kamp-

'n Werwingsveldtog in Frankryk vir die inval in Sowjet-Rusland.

vegter vir Europa se antieke beskawing teen die bedreiging van die "barbaarse hordes van die Steppe"; die beskermheer van die erfenis van Athene en Rome, van die Christendom, van Europese letterkunde, beeldhoukuns, skilderkuns, argitektuur'.[43] Hierdie tema het die regte snaar by Nazis sowel as nie-Nazis in Duitsland aangeroer en is deur die *Reichsministerium* deurlopend tot in 1945 gebruik.

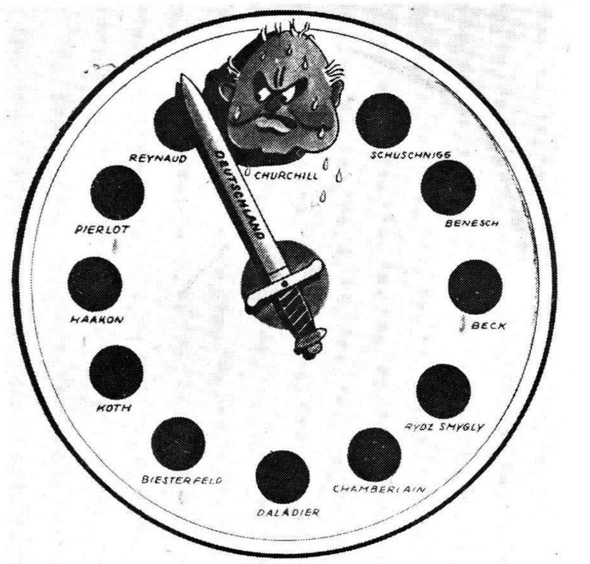
Na die Stalingrad debakel het die aggressiewe voorspellings van oorwinnings en onoorwinlikheid plek gemaak vir sombere, defensiewe propaganda. Net soos Churchill in 1940 het Goebels ook 'bloed, sweet, trane en pessimisme' gepredik om die Duitsers tot uiterste kraginspanning aan te moedig.[44] Nazi interne propaganda het in hierdie tyd by uitstek geteer op die mees basiese emosies van die mens, naamlik haat en vrees: 'Tussen Russiese barbarisme en Anglo-Amerikaanse gierigheid', het Goebbels gewaarsku, 'is daar geen uitkomkans vir Duitsland nie, behalwe deur uit te hou en uiteindelik 'n oorwinning te behaal ...'[45] In Goebbels se 'Krag deur Vrees' veldtog het hy weinig hulp van Hitler ontvang aangesien laasgenoemde na Stalingrad die kalklig vermy het en bykans permanent by sy hoofkwartier op die Oosfront gebly het.

'n Waaghalsige propagandaset waarop Goebbels telkens sou terugval, was die voorspelling dat die Oorlog op die Oosfront gewen of verloor sou word. Dit het geïmpliseer dat alle ander oorlogsteaters sekondêr was en dat militêre mislukkings aldaar betreurenswaardig maar nogtans onbelangrik was. So byvoorbeeld is die oorgawe van die Spilmagte in Tunisië (260 000 man) in Mei 1943 as 'n bysaak bestempel, 'n poging om tyd te wen vir die veldslae wat werklik saak gemaak het. Afrika was per slot van sake op die periferie van die oorlog; die oorlog sou nie daar beslis word nie.[46]

In die winter van 1943/44 het Goebbels ywerig 'n nuwe defensiewe propagandatema uitgebou, naamlik die konsep van 'n *Festung Europa*. Die enigste wyse waarop die vyand hierdie vesting kon binnedring, het hy beweer, was deur die 'Atlantiese Muur'; en die 'Atlantiese Muur' was ondeurdringbaar. Die fortifikasies word voortdurend versterk en word beman deur die beste eenhede in

---

41. *Ibid*, p 159; Vgl. ook G. Jukes: *Stalingrad the turning point*, (London, 1968), p 155.
42. C. Roetter: *op cit*, p 159.
43. *Ibid*. Vgl L.P. Lochner: *op cit*, p 198; 205; 419.
44. H.W. Koch: *op cit*, p 1389.
45. G. Wright: *op cit*, p 71; Vgl L.P. Lochner: *op cit*, p 444.
46. C. Roetter: *op cit*, p 161.



In Duitsland is voorspel dat Churchill spoedig sou ondergaan.

die *Wehrmacht* onder bevel van Duitsland se mees bekwame bevelvoerders. Duitse nuusblaaie was vol foto's van die Opperbevelhebber in die Weste, Veldmaarskalk Von Rundstedt, 'n vermaarde en gerespekteerde veldheer, teen 'n agtergrond van formidabele veldbunkers en tenkkuile op die Franse kus. Rommel, Duitsland se mees populêre generaal, se aanstelling as bevelvoerder van Leërgroep B onder Von Rundstedt, het 'n gulde geleentheid aan die *Reichsministerium für Propaganda und Volksaufklärung* gebied om die Duitse volk se vertroue in die onneembaarheid van *Festung Europa* te versterk. Nadat Italië deur die Geallieerdes ingeval is, is die geweste enersyds bestempel as 'n *Vorfeldt* en andersyds gebruik as bewys dat die 'Atlantiese Muur' ondeurdringbaar is.[47]

Verset ten alle koste

Die militêre realiteit van die oorlog, die toenemende strategiese bombardering van die Duitse stede, die onstuitbare Russiese aanmars vanuit die Ooste en die uiteindelike Geallieerde deurdringing van die 'Atlantiese Muur' met die inval aan die Normandiese kus (6 Junie 1944) het weldra die propagandawaarde van Goebbels se *Festung Europa* totaal vernietig. Selfs vir 'n verbeeldingryke propagandis soos Goebbels het daar op die stadium weinig oorgebly om sy propaganda-aansprake mee te substansieer of om die geloofwaardigheid van sy propaganda mee te bevestig. Gevolglik het Goebbels begin om in wat Roetter noem, 'the outer space of psychological warfare'[48] te beweeg en sodoende geheel en al kontak met die werklikheid verloor.

Goebbels se laaste, desperate, propagandapoging was om die Duitse volk te oorreed om ten alle koste weerstand te bied aangesien daar ter elfder ure 'n wonderwerk sou plaasvind wat Duitsland sou red. Die mislukte aanslag op Hitler se lewe (20 Julie 1944) was per slot van sake 'n 'teken vanuit die Hemel dat alles goed sal afloop'.[49] Die eerste wonderwerk waarop Goebbels gehoop het, was die sogenaamde Vergeldingswapens. Veel is gewag gemaak van dié geheime wapens, maar nadat dit geblyk het dat beide die V1 en V2 missiele nie die gewenste resultaat sou oplewer nie, het Goebbels sy hoop gevestig op die 'onvermydelike disintegrasie van die vyandelike koalisie'.[50] Toe President Roosevelt in April 1945 oorlede is, het Goebbels die geleentheid met sjampanje gevier en oor die radio aangekondig dat die keerpunt in die geskiedenis wat hy voorspel het, aangebreek het, want sonder 'Duitsland se aardsvyand' moet die vyandelike bondgenootskap ineenstort.[51]

Dit is te betwyfel of Goebbels se propaganda op hierdie stadium nog enige impakt op die Duitse bevolking gemaak het. Goebbels het desnieteenstaande daarmee voortgegaan. Sy laaste hoofartikel *Das Reich* van 22 April 1945, 'n week voordat hy selfmoord gepleeg het, het steeds as tema gehad: 'Verset ten alle koste'.[52]

Gevolgtrekking

Dit word allerweë aanvaar dat Nazi interne propaganda veel daartoe bygedra het om 'n morele ineenstorting in die laaste twee jaar van die oorlog in Duitsland af te weer. Hierdie prestasie kan tot 'n groot mate daaraan toegeskryf word dat dit binne die totalitêre staatsopset moontlik was om monopolistiese beheer oor propaganda-aktiwiteite uit te oefen en doeltreffende kanalisasie en koördinasie te bewerkstellig. Daarbenewens is doelmatige propagandatemas ontwikkel wat voortdurend aangepas is en 'n konstante uitvloei van propaganda-insette is nougeset gehandhaaf.

Goebbels het van die veronderstelling uitgegaan dat die openbare mening manipuleerbaar is, selfs deur middel van gefabriseerde propagandasette. Hy het weliswaar daarin geslaag, maar moes tog uiteindelik die wrange vrugte pluk van onnadenkende propaganda, onvergulde beloftes en blatante leuens. Ten slotte kon selfs 'n professionele propagandis soos Goebbels ook nie die pynlike waarheid ontsnap nie dat 'propagandists cannot win battles when the soldiers are obviously losing the war'.[53]

47. *Ibid*, p 161–2.
48. *Ibid*, p 166.
49. *Ibid*, p 181.
50. H.W. Koch: *op cit*, p 1389.
51. C. Roetter: *op cit*, p 167.
52. H.W. Koch: *op cit*, p 1389.
53. G. Wright: *op cit*, p 72.