

den zum deutschen Volk postulieren; am Ende der Weimarer Republik hatten sich klare Präferenzen für die ethnopluralistische Segregation herausgebildet: Den einen galt der Zionismus, vornehmlich in Form einer »Nationalisierung der Diaspora«, als Mittel gegen den Antisemitismus, die anderen suchten nach Wegen, die »schädliche Rasse« auszuschneiden (S. 65) – und hatten sich vollends von vormalig bürgerlichen Werten verabschiedet.

Kleinere Mängel kann der im Selbstverlag erschiene Band nicht verstecken, etwa den wenig ansprechenden Satz oder die Angabe lediglich zweier Herausgeber einer Edition, an der nachweislich acht Herausgeber gearbeitet haben. Dennoch: Er ist für die Kommunikationsgeschichte von Interesse. Die von Gräfe ausgewerteten Befragungen erschienen teilweise seriell in der zeitgenössischen Presse. Es ist sein Verdienst, darauf hinzuweisen, dass die Gesamtschau thematisch ähnlicher, zu verschiedenen Zeitpunkten erschienener Intellektuellenbefragungen durchaus »Trends« in der Ideenwelt des Bildungsbürgertums der Weimarer Republik und des Kaiserreichs offenlegen können (S. 19). Gräfe macht auch darauf aufmerksam, dass diese Umfragen mit Blick auf qualitative Befragungen in der heutigen Sozialforschung – »gerade bezüglich der Eröffnung weitgehend freier Artikulationsmöglichkeiten – überraschend modern« waren (S. 5). SIMON SAX, BREMEN

Jowett, Garth S. / O'Donnell, Victoria: Propaganda & Persuasion. 7th ed. Los Angeles: Sage 2019, XVI, 400 S.

Erstmals 1986 mit einem Umfang von 236 Seiten publiziert, erscheint das Standardwerk der amerikanischen Kommunikationswissenschaftler Garth S. Jowett (University of Houston) und Victoria O'Donnell (Montana State University–Bozeman) mittlerweile in der 7. erweiterten Auflage mit 416 Seiten. Der interdisziplinär angelegte Band, der sich Methoden der Geschichts-, Kommunikations-, Politik- und Kulturwissenschaften, der Soziologie und der Psychologie bedient, will es Leserinnen und Lesern ermöglichen »to understand what propaganda is, how it has shaped events throughout history, how to approach an analysis of it, and how to differentiate it from persuasion.« (S. XIII) Die Autoren definieren Propaganda als »the

deliberate, systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions, and direct behavior to achieve a response that furthers the desired intent of the propagandist.« (S. 6)

In acht Kapiteln wird das Phänomen Propaganda in seinen historischen und aktuellen Erscheinungsformen beleuchtet und ein Modell zur Analyse von Propagandakampagnen und ihren Wirkungen präsentiert. Eine besondere Stärke des Bandes liegt dabei im historischen Überblick über die Entwicklung der Propaganda vom Altertum bis in die Gegenwart sowie über die Medien der modernen Propaganda (Massenpresse, Radio, Film, Fernsehen, Internet), deren Aufstieg eng mit der Entstehung der modernen Massengesellschaft im ausgehenden 19. und im 20. Jahrhundert verbunden war. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Geschichte der Propagandaforschung, die nach dem Ersten Weltkrieg begann – dem ersten totalen Krieg, in dem alle beteiligten Nationen Propaganda im großen Stil zur Kriegsführung einsetzten. Ein eigenes Kapitel ist denn auch der Rolle der Propaganda in der psychologischen Kriegsführung vom Ersten Weltkrieg bis zum Krieg gegen den Terror gewidmet. Das von den Autoren entwickelte Modell zur Propagandanalyse wird anhand von vier Fallstudien Schritt für Schritt in der Anwendung gezeigt. Ein der 7. Auflage neu hinzugefügter Anhang von Christopher Bronk befasst sich mit »Cyber Propaganda«, der per Computer und Internet global verbreiteten Propaganda, in der die Nutzer der neuen Medien eine zentrale Rolle bei ihrer Verbreitung spielen (Social Media).

Insgesamt halten sich historische und aktuelle Fallbeispiele die Waage; auch das vorgestellte Propagandamodell eignet sich für die Analyse historischer wie aktueller Propagandakampagnen. Zahlreiche Schaubilder und Abbildungen, eine umfangreiche Bibliografie sowie ein Namens- und Sachregister runden das Werk ab. Durch seine anschauliche Darstellungsweise und die vielen Beispiele eignet sich der Band gleichermaßen für den Einstieg in die (historische) Propagandaforschung und für die Lehre. Durch den stolzen Preis von GBP 58,00 ist die Paperback-Ausgabe allerdings für Studierende und das akademische Prekariat nicht gerade erschwinglich.

STEPHANIE SEUL, BREMEN