

Propaganda

Propaganda har et politisk sigte frem for reklamen, som har et kommercielt sigte. Derudover kan man groft sagt definere propagandaen i to forskellige kategorier. Propaganda der vil påvirke eller overtale modtageren til at få en bestemt holdning. Eller som vil bekræfte modtageren i en holdning som modtageren allerede har

Fælles for begge kategorier er, at propagandaen ikke behøver at benytte sig af en logisk, korrekt, sand eller fornuftig argumentation. Propaganda benytter sig derimod af udtryksformer, der først og fremmest henvender sig til følelserne hos modtagerne. For at nå så mange som muligt, må disse følelser appellere til et behov, som allerede er til stede hos så mange mennesker som muligt. Derfor er der ofte tale om basale menneskelige følelser som fx tager udgangspunkt i fysiske behov, sikkerhed, tryghed, frygt, frihedstrang, social accept, fællesskab m.m. Propaganda kan vække afsky hos modtageren, men den må for alt i verden ikke kunne misforstås. Derfor vil det som regel være let at finde frem til budskabet i propaganda som er produceret for mange år siden. En propagandaplakat kan sagtens beskæftige sig med store, svære og teoretiske emner, men budskabet eller løsningen vil altid være simpelt, klart og umisforståeligt. Et enkelt udsagn eller facit er rigeligt. Selvom virkemidlerne eller budskaberne i propagandaen ikke nødvendigvis behøver at være sande eller rigtige kan overdrevelse eller løgn dog godt blive et problem. Hvis propagandaen afviger for meget for virkeligheden, eller hvis den appellerer til følelser, der står i for skarp kontrast til følelserne eller eksisterende holdninger blandt modtagerne bliver budskabet utroværdigt.

Man kan tage en bred vifte af virkemidler i brug, hvis man ønsker at påvirke eller overtale masserne. Eller bekræfte dem i en bestemt holdning. Listen nedenunder er blot nogle eksempler på temaer eller virkemidler, som man vil kunne finde i propaganda.

"Negative" virkemidler og temaer

- Stereotyper (fx når skotter bliver portrætteret i kilt).
- Fjendebilleder og dæmonisering af fjender (fx når kapitalister bliver portrætteret med hugtænder eller fjenden skildres som et dyr).
- Syndebukke (fx når det tyske socialdemokrati får skylden for Tysklands nederlag i 1. verdenskrig).
- Hygiejne (fx når jøder fremstilles beskidte).
- Sygdomme (fx når jøder bliver sammenlignet med pesten der spreder sig).
- Død (fx hvis en fjende bliver portrætteret som et skelet, eller hvis en gravsten bliver gjort til fjendens symbol).
- Der kan også bare være et generelt fokus på frygt og had.

"Positive" virkemidler og temaer

- Handlingsfællesskaber (fx når man opfordres til at handle sammen med andre, som at melde sig til hæren).
- Belønninger (fx hvis man tilbydes penge eller en ærefuld død).
- Sikring af et territorium (fx hvis man opfordres til at være grænsevagt).
- Sikring af hjemmet, arbejde, freden, sejren eller friheden.
- Nationalitet og fællesskabsfølelse (fx at man opfordres til at melde sig til hæren eller Hitler Jugend).
- "Landsfader" og helte (som fx Uncle Sam),
- Nationale værdier (fx hvis der lægges vægt på "det danske frisind").
- Fremtiden og ungdommen (fx hvis en ung mand går forrest eller hvis der er en solopgang).
- Individualitet (fx hvis der bliver talt direkte til modtageren, som "Uncle Sam needs you").
- Der kan også bare generelt være fokus på det positive.