

Propaganda og politikk
Strategisk massekommunikasjon fra første verdenskrig til i dag

Eirik Wig Sundvall

Moderne propaganda er et barn av første verdenskrig. Den totale krigen gjorde befolkningenes sinn til en slagmark for «politisk krigføring». Skytset i denne krigføringen var nøye utvalgt informasjon, desinformasjon, argumenter, retorikk og symbolikk. Dette var hva britiske propagandisten Lord Beaverbrook i 1918 kalte «the munitions of the mind». I hans øyne var slik ammunisjon ikke mindre viktig for militære seire enn en marine eller hær. I mellomkrigstiden ble kommunikasjonsformene fra krigsårene videreutviklet av ytterliggående bevegelser og regimer fra den politiske høyre og venstresiden. Nye teknikker innen politisk billedkunst, radio, film og teater så dagens lys, og ble attraktive verktøy i kampen om massene. Under andre verdenskrig igangsatte alle krigførende stormakter storstilte propagandakampanjer både rettet mot egen og fiendens befolkning. Propaganda er imidlertid på ingen måte forbeholdt krig eller totalitære bevegelser, men er også en integrert del av de moderne demokratiers ordskifte i fredstid, selv om få demokratiske politikere vil ta dette ordet i sin munn for å beskrive egne kommunikasjonskampanjer.

I særemnet diskuterer vi hvordan moderne propaganda bør defineres og forstås historisk: hvordan propagandistenes valg av mål og midler har endret seg i takt med den kommunikasjonsteknologiske utviklingen, i et slags «våpenkappløp» for å finne de antatt mest effektive budskapene og formidlingsteknikkene for å påvirke konkrete målgrupper.