

HJÄLTAR, HJÄLTEMOD OCH PROPAGANDA

BO CAVEFORS

Från början var propagandan i missionens och kristendomens tjänst. Men sedan industrialismens, demokratiernas och diktaturernas genombrott har den blivit ett medel för makthavare att påtvinga sina undersåtar de egna värderingarna och värdeladdade symbolerna.

Medborgare övertygas om makthavares ensamrätt till sanningen genom tre former av mediepåverkan: information, reklam och propaganda. Väl manipulerad kombination av information och reklam är detsamma som propaganda.

Det främsta strategiska medlet för att nå ett politiskt ideologiskt mål är den propaganda där medborgarnas och makthavarnas skilda värdeuppfattningar och symbolvärldar samordnats. Sedan slutet av 1700-talet är propaganda i denna betydelse en ofrånkomlig ingrediens vid effektivt maktutövande.

Propagandans förhistoria ligger emellertid längre tillbaka i tiden. År 1622 startar den förste av jesuiterna utbildade påven, Gregor XV,

BO CAVEFORS är förläggare.

Congregatio de propaganda fide, i avsikt att stödja kyrkans missionsarbete och främja kristendomens segertåg genom världen; med hjälp av *propagare*. Men i och med att världen började sekulariseras efter franska revolutionen och efter industrialismens, demokratiernas och diktaturernas genombrott, tjänar propagandan i huvudsak "upplysningens" tjänst – om den inte nyttjas i motsatt syfte för att krossa "upplysningen", för att smula sönder humanistiska värden och nyvunnen frihet. Denna möjlighet till dubbeltydning har inneburit att begreppen upplysning och propaganda alltmer missbrukas: när man talar om "folkupplysning" ställes propagandan i maktens tjänst för att "upplysa" folket om härskarens vilja.

Redan medan franska revolutionen pågår som värst blir man i Frankrike och Tyskland varse att propaganda kan användas *pro et contra*. 1777 frågar Preussens kung Fredrik II Vetenskapsakademiens ledamöter om

"det trots allt inte är nyttigare för folket att leva kvar i gamla fördomar istället för att luras på nya fördomar".

Propagandan blir ett effektivt vapen när det gäller att efter 1815 försvara uppbyggnaden av de nya nationalstaterna sedan Europa strimlats av Napoleons politiskt-militära korståg. Propagandatrycket på den politiska processen har det goda med sig att en allt större del av befolkningen får möjlighet att ta del av de beslutsprocesser som tidigare förbehållits bildade och besuttna befolkningsgrupper. Politik förvandlas från en minoritets exklusiva sysselsättning till en verksamhet som berör alla medborgare.

Skicklig propaganda

Under de senaste århundradena har två regimer effektivare än andra regimer ytterst skickligt agerat utifrån en genomtänkt strategi hur propaganda kan nyttjas för politiska mål, i ideologins tjänst, nämligen

Hitlers Tredje Rike och Lenins och Stalins Sovjetunion, inkluderande lydregimerna i satellitstater som DDR, Polen och Tjeckoslovakien.

Effektiv propaganda kräver starka och värdeladdade ord som lystringssignaler för att få medborgarna att medvetet eller omedvetet, sträva efter samma mål som makthavarna. I först hand vänder sig propagandan mot den som inte själv kan definiera och identifiera möjligheterna att nå detta mål. Därför blir anklagelser som "lögn", "förtal", "hetsjakt" och själva ordet "propaganda" användbara slagord för propagandisten att kasta mot motståndaren. Att beskylla motståndaren för att bedriva propaganda är ett utmärkt propagandatricks, eftersom det underförstått antyder att egen propaganda inte är propaganda utan information.

Propagandaexpert

Hitlers propagandaminister Joseph Goebbels visade sig vara expert på denna typ av propaganda-beskyllningar mot politiska motståndare, mot judar, mot kyrkor och mot tidigare maktgrupper som adel och fackföreningar. Med propagandans hjälp lyckas Goebbels hålla den nazistiska regimen under armarna i tolv år samtidigt som denna propaganda gjort det extremt svårt för nutida historiker att få fast grepp om den politiska verkligheten i Hitlers Tyskland. Varje politisk åtgärd, varje politiskt yttrande, varje manifestation av politisk, ekonomisk

och social vilja, är så genomsyrad av propaganda och av propagandistiskt vinklad strategi, så det är ytterst svårt att ur all denna propaganda vaska fram makthavarens verkliga avsikter. Den politiska verkligheten döljes inte endast med propagandaord utan också med hjälp av propagandistiskt praktfull arkitektur och genom propagandistiska manifestationer med fanor och germanska symboler.

All denna noga genomtänkta propaganda kulminerar när Goebbels 1943 på Berlins enorma idrottsarena frågar en på förhand väl propaganda-preparerad publik: "Vill ni det totala kriget?" och får ett jublande "Ja", till svar.

Inom Röda Armén satsades stort på denna propaganda. Efter 1945 är segern i andra världskriget och den förmenta krigshysterin i den kapitalistiska världen, två huvudteman. Men historieförfälskningen började redan 1919, då armé- och marinhögkvarteren gemensamt började ge ut en tidskrift som idag har namnet Sovjetskij Vojn, Sovjetkrigaren (militärförlaget Krasnaja Zvezda). Sovjetkrigaren utkommer var fjortonde dag med drygt trettio sidor. I tidigare sovjetiska och i dagens ryska uppslagsverk karaktäriseras den som en "samhällspolitisk" och "kulturpolitisk" tidskrift, vilket innebär att den de facto är en propaganda-tidskrift vars främsta uppgift är att syssla med något annat än vad den ger sken av att syssla med, nämligen att indoktrinera läsarna med

patriotism som överensstämmer med utgivarens politiska, ideologiska och militära mål.

När 1945 den nutida Sovjetskij Vojn bär namnet Krasnoarmeez, Rödarmisten, publicerar man som förstasidesartikel ett hjältevitnesbörd under rubriken Stalinskaja Aviazija, Stalins piloter. Artikeln är skriven av marskalken och stridsflygaren Voroschejkin och beskriver luftkriget mot tyskarna under andra världskriget. Berättelsen börjar så här: "Stalins flygvapen, som initierades och leddes av den store fältherren och Sovjetunionens generalissimus, kamrat Stalin, och som på hans order utrustades med världens bästa stridsflygplan, bidrog under hela kriget aktivt i kampen mot det fascistiska Tyskland". Voroschejkin slutar: "Vi segrade därför att vi fördes från den ena segern till den andra av mänsklighetens största geni, av vår store och kloke ledare, Sovjetunionens generalissimus, kamrat Stalin."

Månghövdad drake

Det låter som om artikeln vore skriven av kamrat C. H. Hermansson, men det är den inte. Voroschejkin beskriver luftstriderna mot tyskarna som en kamp mot en månghövdad drake, där det genast växer ut ett nytt huvud sedan man huggit halsen av ett tidigare. Marskalken understryker att Sovjetunionen segrade endast därför att den store ledaren personligen ordnade så att flygvapnet fick

förstärkning inför de stora och avgörande slagen, och därför att "kamrat Stalin" lärde stridsflygarna "hur de skulle bära sig åt för att besegra fienden".

Övergeniet Lenin

Artikeln i Rödgardisten omslutes av en girdang med porträtt-medaljonger med porträtt av högre officerare, tillika sovjethjältar, vars namn dock inte nämns i texten. Propagandan firar triumfer. Officerarnas/hjältarnas insatser är egentligen inget värda, som enskilda prestationer betraktade, eftersom deras insatser är resultatet av Stalins hjältemod, av 'generalissimus' geni.

Bläddrar man vidare i tidskriftens årgångar, så finner man att efter 1957 har Stalins porträtt plockats bort från omslagssidan. Där tronar från och med Stalins dödsår endast övergeniet självt, Lenin, omgiven av banderollen S Leninim v serdza, Med Lenin i hjärtat. Redaktionen hänvisar till Lenins dekret från den 15 april 1918, om att den nya sovjetstaten omgående måste bygga upp ett flygvapen. I en av artiklarna beskrivs hjältedåd från andra världskrigets fronter och kommentatorn konstaterar "att det sannerligen inte var lätt att vinna detta krig", samt att det "vid krigets slut fanns många luckor i

skvadronens led". Men – och det är poängen – artikelförfattaren säger klart och tydligt att samhället gjort vad som står i dess makt för att fira och ära sina fallna hjältar. Beviset för detta är de ordnar som postumt förlänats dem. Hjältarnas hjältemod, vars förutsättning tidigare var Stalins genialiska krigföring, har nu omsatts till symbol för Sovjetunionens generositet.

Socialistiska fäderneslandet

Skilnaden vad gäller innehåll och tendens i dessa båda artiklar, som i sak behandlar samma ämne, sovjetflygarens hjältemod under andra världskrigets luftstrider mot tyskarna, visar hur man propagandistiskt ger personkulten nya förtecken utan att för den skull riskera statsmaktens företrädare. I den senare artikeln, publicerad efter Stalins död, sätter man folkets hjältar framför folkets hjälte framför andra folkhjältar, Stalin själv. När superhjälten är död gäller det att övertyga sovjetunionens kvinnor och män att det var just de, det vill säga deras i striden dödade söner och män, som utan att tveka gick i döden för det socialistiska fäderneslandet. Folket, säger propagandisten, folket var det som av egen övertygelse ställde sig på partiets och

partiledningens sida. Och det var det parti och den partiledning som representerar den stat som efter Stalins död återgått till att vara Lenins parti och Lenins stat.

På så sätt lyckades man med propagandans hjälp hyvla bort personkulten kring Stalin och samtidigt återerövra arvet efter statsgrundaren Lenin.

Vore inte denna propagandistiska kullerbytta möjlig också för det nuvarande kommunistpartiet i Ryssland den dag Jeltsin faller och demokratiförsöket skrotas?

Ansvariga för sjuttio års propaganda i Sovjetunionen, Centralkommitténs avdelning för propaganda och agitation och de professionellt genomförda kampanjerna för att underlätta härskarens vilja att nå den sovjetiska solstatens ideologiska mål, understöddes effektivt av statens våldsapparat, av en statsterrorism vänd mot sovjetiska medborgare. Därmed slutfördes cirkelresonemanget: med hjälp av maktens propaganda övertog folket makthavarens politiska värderingar och värdeladdade symbolvärld. Makthavaren lyckades inbilla undersåtarna att de var en för beslutsprocesserna viktig del av den maktutövande statsapparaten – och därmed även ansvariga för dess fel och brister.