



Nationalt Center for  
Forebyggelse af Ekstremisme

# Propaganda i ekstremistisk sammenhæng

## **Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme**

Forfattet af Julian Richards.

© 2019 Nationalt Center for  
Forebyggelse af Ekstremisme

Tlf. 72 14 27 00  
E-mail: [ekstremisme@siri.dk](mailto:ekstremisme@siri.dk)  
[www.stopekstremisme.dk](http://www.stopekstremisme.dk)

### **Marts 2019**

Alle rettigheder tilhører Nationalt  
Center for Forebyggelse af Ekstremisme.

Udgivelsen kan frit hentes på [www.stopekstremisme.dk](http://www.stopekstremisme.dk)

Nationalt Center for Forebyggelse af  
Ekstremismes udgivelser kan frit citeres  
med tydelig kildeangivelse.

## **Om denne forskningsartikel**

Denne artikel er rekvireret af Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme. Vurderinger og synspunkter er alene forfatterens og afspejler ikke nødvendigvis centerets eller andre danske myndigheders position. Artiklen er kvalitetssikret gennem eksternt peer review.

Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme er et vidensrådgivningscenter, som understøtter det praktiske arbejde med forebyggelse af ekstremisme i Danmark. En af centerets opgaver er at samle og formidle bedste viden om ekstremisme og forebyggelse af ekstremisme. På baggrund af efterspørgsel rekvirerer centeret derfor forskningsbaserede artikler.

I 2019 har centeret rekvireret denne artikel om propaganda i en ekstremistisk kontekst efter aftale med Julian Richards.



# 1. Introduktion

Historisk set er propaganda ikke et nyt fænomen. Lige siden kejser Nero opførte sin mægtige triumfbue ved indgangen til det antikke Rom, har en lang række ledere rejst monumenter og statuer med samme formål: at fortælle deres tilhængere og modstandere om deres magtfuldkommenhed. Dette er på mange måder klassiske eksempler på propaganda, eftersom ingen leder er overmenneskelig.

Den almene opfattelse af propaganda er, at det er et skadeligt fænomen. Denne forståelse blev meget fremherskende i årene mellem de to verdenskrige og holdt ved igennem koldkrigsperioden. I Vesten blev propaganda fremstillet som noget, kun totalitære stater gjorde brug af for at manipulere deres borgere. Der er dog dem, der hævder, at den oprindelige definition af propaganda ganske enkelt er propagation, det vil sige udbredelse af idéer. Det er også den gængse opfattelse, at det var den katolske kirke som opfandt selve begrebet i det 17. århundrede med det formål at udbrede katolicismen i kølvandet på reformationen. På denne baggrund kan man overveje, om propaganda, med Welchs<sup>1</sup> ord, er "etisk neutral", idet den være god eller dårlig afhængigt af omstændighederne.

Denne artikels primære formål er at redegøre for og diskutere, hvordan propaganda i vores tid kan bruges af radikale og ekstremistiske bevægelser, og hvilke udfordringer det medfører for dem, der arbejder professionelt med at bekæmpe og forebygge ekstremisme. Ho-

vedspørgsmålene er: Hvordan er propaganda konstrueret? Hvordan virker den? Og hvordan kan en dybere forståelse af propaganda som fænomen hjælpe dem, der arbejder med bekæmpelse og forebyggelse af ekstremisme og radikaliserings?

Analysen tager udgangspunkt i følgende grundlæggende erkendelser:

- Propaganda handler i bund og grund om tre processer: angst, påvirkning og konstruktion af fortællinger om håb og forløsning.
- Som det også er tilfældet med det omstridte begreb "radikaliserings", påvirker en række komplekse psykologiske, samfundsmæssige og sociologiske faktorer den måde, propagandaen virker på i befolkningen. Alle disse faktorer har en ekstrem påvirkningskraft. De fleste kan ikke ændres, men blot dæmpes.
- Sandhed er relativ: det, som folk tror fuldt og fast på, er vigtigere end, hvad der nødvendigvis er "sandt". Dette gælder især, da propaganda arbejder med følelsesmæssige reaktioner snarere end logiske ræsonnementer. Samtidig finder den bedste propaganda resonans i allerede eksisterende overbevisninger i målgruppen og bygger videre på disse.
- Succesfuld propaganda – og modpropaganda – bygger på en særdeles veludviklet

1. Welch, David (2015), *Opening Pandora's Box: Propaganda, Power and Persuasion*. In Welch, David (ed.2015), *Propaganda, Power and Persuasion: From World War 1 to Wikileaks*. London: IB Tauris, p.17

forståelse af disse påvirkninger og arbejder med dem (snarere end mod dem) for at opnå de ønskede resultater.

I denne artikel forstås "ekstremisme" og "radikalisering" som brede fænomener, der ikke er begrænset til én bestemt ideologi. Konkret fokuserer den på to ekstremismeformer, som aktuelt udfordrer det moderne Europa mest: nemlig ekstrem islamisme og højreekstremisme, som artiklen behandler under ét. Årsagen til dette er, at det på det grundlæggende psykologiske niveau er de samme processer og faktorer, som er i spil i forhold til propaganda uanset ekstremismeform. Ebner<sup>2</sup> har argumenteret for, at ekstrem islamisme og højreekstremisme indgår i en symbiose, hvor de efterligner og nærer sig ved hinanden. På mange måder forekommer dette at være en meget plausibel teori, selv om der er væsent-

lige forskelle såvel som ligheder mellem de to former for ekstremisme.

Denne artikel fortsætter med en kort gennemgang af den væsentligste litteratur af førende forfattere, som beskæftiger sig med propaganda i moderne tid. Derefter følger en kort gennemgang af propagandaens historie frem til nutidens postmoderne tidsalder. Denne gennemgang inkluderer refleksioner over betydningen af udviklingen af kommunikationsteknologi i forhold til propaganda. Den historiske gennemgang følges af en diskussion af, hvordan propaganda virker. Først præsenteres de psykologiske faktorer, som påvirker individets opfattelse af propaganda, og derefter præsenteres de gruppeprocesser og sociale processer, som ligeledes spiller afgørende roller.

2. Ebner, Julia (2017), *The Rage: The Vicious Circle of Islamist and Far-Right Extremism*. London: IB Tauris



## 2. Litteraturgennemgang

Interessen for propaganda, som vi forstår den i dag, stammer fra perioden omkring slutningen af det 19. århundrede og hang sammen med en interesse for, hvordan man kan mobilisere og påvirke befolkninger i stater, der blev industrialiserede. Le Bons<sup>3</sup> toneangivende arbejde om "masserne" tog udgangspunkt i "folkesindet" og foreslog – temmelig nedsættende – at befolkningen stort set var uvidende og racistisk og let kunne styres med effektiv propaganda. I begyndelsen af det 20. århundrede steg interessen for emnet. Ifølge Patrick og Thralls<sup>4</sup> skrev Harold Lasswell<sup>5</sup> i 1920'erne "helt bogstaveligt bogen om propaganda" og indførte studiet af kommunikation som universitetsfag. Bernays værk "Propaganda"<sup>6</sup> blev ligeledes udgivet i de tidlige 1920'ere. Heraf fremgik det, at siden det ikke var muligt for masserne at forstå alt, hvad der foregik politisk, var propaganda i bund og grund en statsopgave, der skulle hjælpe folk med at danne sig meninger om de væsentlige problemstillinger. Denne analyse dannede grundlaget for *public relations* som moderne videnskab.

Siden dengang har der været delte meninger om, hvorvidt propaganda er godt eller dårligt, og om hvor meget agens "masserne" har i forhold til påvirkning fra propaganda. Aldous

Huxley<sup>7</sup> mente, at det i høj grad afhænger af situationen, mens Doob<sup>8</sup> og Postman<sup>9</sup> finder det svært at se en værdi i en proces, som i bund og grund er manipulerende.

Jacques Elluls indflydelsesrige værk om propaganda fra 1960'erne<sup>10</sup> slår til lyd for, at propaganda består af en række falske udsagn, som reelt fører offentligheden bag lyset, mens andre mener, at "propaganda lykkes meget bedre, hvis den holder sig til sandheden"<sup>11</sup>.

På mange måder har propaganda fået mest opmærksomhed perioden fra 1930'erne og frem, hvor totalitære regimer i Europa var afhængige af social kontrol for at overleve. David Welch<sup>12</sup> har skrevet en af de bedste og mest rammende analyser af nazistisk og sovjetisk propaganda i årene fra 1930'erne og frem. En stor del af analysen er trykt i den reviderede udgave fra 2015: "Propaganda, Power and Persuasion: From World War 1 to Wikileaks"<sup>13</sup>.

Under den kolde krig spillede information og misinformation i propagandakrigen mellem supermagterne en helt central rolle, hvilket førte til en del diskussioner og analyser både før og efter Berlinmurens fald. Meget af det, der blev skrevet dengang, er i dag del af det bredere

3. Le Bon, Gustave (1896), *The Crowd: A Study of the Popular Mind*. London: T Fisher and Unwin

4. Patrick, Brian A. and Thrall, Trevor A. (2007), "Beyond Hegemony: Classical Propaganda Theory and Presidential Communication Strategy After the Invasion of Iraq". *Mass Communications and Society* 10(1), p.99

5. Laswell, Harold D. (1927), *Propaganda Technique in the World War*. New York: Knopf

6. Bernays, Edward (1923), *Crystallizing Public Opinion*. New York: Boni and Liverlight

7. Cited in Postman (1979), "Propaganda". *ETC: A Review of General Semantics* 36(2), p.132

8. Doob, Leonard W. (1935), *Propaganda: Its Psychology and Technique*. New York: Henry Holt and Co., p.3

9. Op.cit.

10. Ellul, Jacques (1973, Trans. Keller, K. and Lerner, Jean), *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books

11. Nelson, Richard (1980), "Propaganda, Behaviorism and Conscience". *Journal of Thought* 15(1), p.48

12. Welch, David (2013), *Propaganda: Power and Persuasion*. London: British Library Publishing Division

13. Welch (ed.2015), Op.cit

akademiske felt, som analyserer udenrigspolitik. Robert Jervis<sup>14</sup> "Perception and Misperception" og Valerie Hudsons<sup>15</sup> "Foreign Policy Analysis" er særligt fremtrædende eksempler. Gramsci<sup>16</sup> og Chomsky<sup>17</sup> står for en kritisk "hegemonisk teori" om Vesten, hvori statens påståede kontrol med medier sikrede, at de vestlige kapitalistiske lande ikke bukkede under for revolutioner.

I de senere år har David Kilcullen<sup>18</sup> i "Accidental Guerrilla" understreget den centrale betydning af det at forme og vinde "hjerter og sind" i forhold til vellykket oprørsbekæmpelse, mens Philip Taylors<sup>19</sup> "War and the Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War" står som en af de mere endelige analyser af Golfkrigen, der ofte omtales som "den første informationskrig", fordi det var den første store konflikt, som blev formet af nyhedsdækning døgn rundt.

Det er et faktum, at propaganda har været et vigtigt element i militære og efterretningsmæssige studier på grund af tilknytningen til "hemmelige aktioner" og "psykologiske operationer". Kibbe<sup>20</sup> giver en brugbar begrebsramme ved at inddеле propaganda i militære sammenhænge i "hvide, grå og sorte" foranstaltninger. Kategorierne refererer til officielle, åbne propagandaaktioner; propaganda kanaliseret gennem stedfortrædere eller skjulte kanaler (eksempelvis udsendelser fra Radio Free Europe under Den Kolde Krig); og

fuldstændig skjult, bevidst spredning af manipulerende og fejlagtige informationer med det formål at opnå bestemte resultater.

I nutidig forskning i terrorbekæmpelse analyseres propaganda ofte indenfor rammerne af radikaliserings og ekstremisme. Khosrokhavar<sup>21</sup>, Richards<sup>22</sup>, Archetti<sup>23</sup> og Betz<sup>24</sup> bidrager i særlig grad med anvendelige analyser af disse begreber, og hvordan vi muligvis kan definere dem. Julia Ebner<sup>25</sup> fremfører en fremragende diskussion, som tager udgangspunkt i, hvorvidt der er en symbiose mellem ekstrem islamisme, højreekstremisme og propaganda, og hun argumenterer for, at de grundlæggende principper for propaganda i bund og grund er de samme uanset ideologisk narrativ.

Samtidig genererer nutidens højrepopulistiske, politiske bevægelse en del interesse for propaganda og dens processer. Her tilbyder Sarah Jones<sup>26</sup> en anvendelig foreløbig analyse. Ruslands rolle i manipulation af information fører til megen diskussion om anvendelsen af moderne kommunikationsteknologier og "Big Data" i udviklingen af propaganda. Tænkertanken Rand Corporation<sup>27</sup> har udgivet en af de mere indsigtfulde redegørelser om emnet. Heri fremsættes dét, den såkaldtes "firehose of falsehood"-teori, som tilbyder nogle væsentlige refleksioner omkring, hvorledes moderne kommunikationsteknologier- og deres evne til hurtigt at udbrede langt større mængder af usand information end tidligere muligt - former og påvirker propaganda.

14. Jervis, Robert (1976), *Perception and Misperception in World Politics*. Princeton NJ: Princeton University Press

15. Hudson, Valerie (2014), *Foreign Policy Analysis: Classic and Contemporary Theory*. Lanham MD: Rowman and Littlefield

16. Gramsci, Antonio (1971), *Selections from the prison notebooks*. New York: International Publishers

17. Chomsky, Noam (1989), *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic States*. Boston: South End Press

18. Kilcullen, David (2009), *The Accidental Guerrilla: Fighting small wars in the midst of a big one*. London, Hurst and Co

19. Taylor, Phillip M. (1992), *War and the Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War*. Manchester: Manchester University Press

20. Kibbe, Jennifer D. (2017), "Covert Action". *Oxford Research Encyclopaedia of International Studies*

21. Khosrokhavar, Farhad (2015), *Radicalization: Why Some People Choose the Path of Violence*. New York: The New Press

22. Richards, Julian (2017) *Extremism, Radicalization and Security: An Identity Theory Approach*. London: Palgrave Macmillan

23. Archetti, Cristina (2015), (Mis)Communication Wars: Terrorism, Counter-Terrorism and the Media. In Welch (ed.2015), *Op.cit*

24. Betz, David (2008), "The Virtual Dimension of Contemporary Insurgency and Counter-Insurgency". *Small Wars and Insurgencies* 19(4): 510-40

25. *Op.cit*

26. Jones, Sarah (2017, September 30), "How Trump is Creating a Propaganda State". *The New Republic*

27. RAND (Paul, Christopher, and Matthews, Miriam; 2016), *The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model*. Santa Monica CA: RAND

### 3. Propaganda - en kort historisk gennemgang

Den græske filosof Platon talte om den "noble løgn", som solgte de undertrykte borgere idéen om, at deres regenter havde gode og noble hensigter. I oplysningstiden, i det postmiddelalderlige Europa, blev den "sociale kontrakt" mellem borger og regent stadig vigtigere i takt med udviklingen af modeller for moderne nationalstater. Ordet "propaganda" formodes at være blevet en del af sproget i denne periode. Dette skete i forbindelse med, at pave Gregor XV etablerede Den Hellige Kongregation for udbredelse af Troen (Sacra Congregatio de Propaganda Fide) som en reaktion på forandringer i religiøse strømninger i Europa i det 17. århundrede.

I den nationalistiske periode, som fulgte, udvikledes forståelsen af, hvordan man bedst mobiliserer befolkninger til at støtte imperialistiske mål. Efter fødslen af den første moderne republik i kølvandet på Den Franske Revolution viste Napoleon, at nationer kunne være en kilde til mobilisering i hidtil uset omfang. Men nationen var reelt set "et forestillet politisk fællesskab", som Benedict Anderson<sup>28</sup> formulerede det, som blev vævet ind i offentlighedens bevidsthed af dygtige politiske ledere.

Det 19. århundrede var, blandt meget andet, begyndelsen på den kolonialistiske tid, hvor samfund med traditionelle styreformers over hele kloden blev påtvunget Vestens idéer om den Westfalske (national)stat. I Mellempøsten underbyggede den vestlige ekspansionisme og kolonialisme en fortælling om undertrykkel-

se og konstante sammenstød med et overvejende kristent Europa, som trak tråde tilbage til middelalderens korstog. Det skabte grobund for udviklingen af tesen om "Islams guldalder", hvori et historisk narrativ om offerrollen udvikles i forlængelse af idéen om, at den "islamske stat" (hvis en sådan nogensinde har eksisteret på en måde, som vi ville forstå ordene i dag) engang var verdens førende i videnskabelig og politisk udvikling, men gradvist blev ødelagt af et misundeligt og aggressivt Europa. Denne forestilling om den islamske stats storhed og fald er central for meget af den ekstreme islamistiske propaganda, vi ser i dag symboliseret af brugen af ord som "korsfarere" i beskrivelsen af alle ikke-muslimske vesterlændinge.

Det 20. århundrede anses for storhedstiden for de store europæiske nationer og imperier, som kulminerede i den katastrofale Første Verdenskrig. I Storbritannien blev en "spionagemyte" om tyske spioners forbryderiske hensigter udbredt i befolkningen, og dele af myten udbredtes nærmest uoverlagt af romanforfattere som Erskine Childers<sup>29</sup>. Denne myte forberedte befolkningen på en konfrontation med Tyskland. Under krigen mobiliserede den britiske stat med stor succes befolkningen ved at udbrede historier om tyske grusomheder i lande som Belgien, men mange af disse historier var ren fiktion. Afbildninger af tyskerne som "hunner" (en ikke-kristen, barbarisk race) skabte, hvad Lippman har beskrevet som en virkningsfuld stereotyp, der i høj grad bidrog til at forme den offentlige

28. Anderson, Benedict (1983) *Imagined Communities*, London: Verso, p.6

29. Childers, Erskine (1903) *The Riddle of the Sands*. London: Smith, Elder and Co



mening. Lord Northcliffe, som grundlagde tabloidpressen i Storbritannien under krigen, er senere beskrevet som "løgnens fader" af tyskerne<sup>30</sup>.

I det 20. århundrede kom propaganda primært fra totalitære regimer, som i den grad raffinerede kunsten at manipulere og selektere information. Meget af dette blev kombineret med terrorisering af befolkningen, som undertrykte enhver idé om at stille spørgsmålstejn ved den officielle linje. Men der blev også udviklet myter og symboler på nation og identitet. I Nazityskland havde motiver som den ariske races påståede renhed stor effekt. Det samme havde "dolken i ryggen-tesen" (Dolchstoß), i hvilken staten blev fremstillet som den, der tappert kæmpede mod en jødisk, bolsjevistisk elite, som var fast besluttet på at forpurre nazistatens fremgang. Lignende forestillinger om en elites konspiration mod folket er centrale i nutidens højreekstremistiske narrativer.

Mens statsterror i denne periode var en afgørende faktor for at undertrykke kritik – hvilket måske kom mest dramatisk til udtryk i Sovjetunionen under Stalin – er det samtidig et faktum, at de totalitære regimer udbredte ideologiske narrativer, som sandsynligvis frivilligt blev taget for pålydende og accepteret af mange. Hitler opfandt eksempelvis ikke idéen om en jødisk konspiration ud af den blå luft: den var allerede del af et ideologisk tankesæt i begyndelsen af det 20. århundrede i Europa og var moden til at blive udnyttet som idé. Som Nelson konstaterede: "Man skal være antisemit for at finde antisemitisk propaganda overbevisende".

Efter afslutningen på Den Kolde Krig og det ideologiske opgør med totalitarisme har oprørsbekæmpelse i områder som Irak og Afghanistan haft afgørende betydning for vores forståelse af propaganda. Vestligt militær har i stigende grad anerkendt betydningen af information og "strategisk kommunikation" i sådanne sammenhænge og har udviklet begre-

ber som "Influence Cycle". Som Joseph Nye<sup>31</sup> konkluderer, er sejrherren i den slags asymmetriske konflikter den, der har den bedste historie, som opnår bredest accept.

På den anden side af konflikten fokuserer destabiliserende propaganda på områder, hvorpå Vesten kan ses som hyklerisk i forhold til beskyttelse af menneskerettigheder og "regelbaserede samfund". Konkrete begivenheder kan tjene som symbolske fokuspunkter for Vestens kritikere. Det kan eksempelvis være fangemishandlingerne i Abu Ghraib-fængslet, der kom frem i 2004, eller påvisning af, at NATO overvurderede krigsskaderne på det serbiske militær i Kosovo<sup>32</sup>.

I vores tid ændrer "Big Data" og sociale medier mængden af information, som vi alle har adgang til, samt måderne hvorpå vi forbruger denne information. Mængden af kilder til "nyheder" og information vokser med svimlende hast, og informationsproducenter er ikke længere begrænset til statslige radio- og TV-stationer, men suppleres af et udbud af uafhængige og brugerdrevne kilder til information og kommentering. De sociale medier er ved at blive en central drivkraft for nyheder og meningsdannelse.

Borgerne har nu større magt over, hvilke informationskilder de ønsker at benytte. På en måde kan vi nu alle vælge vores foretrukne narrativ. Mere bekymrende er det, at visse kognitive processer, som styrer vores evne til at forholde os til store mængder information, gør os lette at lokke til at forbruge falsk, gentaget eller manipulerende information. Dette formentlig i en grad, som førhen var utænkelig, undtaget i strengt kontrollerede totalitære stater. Moderne propagandister, hvad enten det drejer sig om antivestlige stater, substatslige organisationer eller systemkritiske højreekstremister, gør sig i stigende grad overvejelser om de muligheder, som den nye informationstidsalder giver for udbredelse af ekstremistiske narrativer.

30. Brendon, Piers (2017, March 11), "Death of truth: when propaganda and 'alternative facts' first gripped the world". The Guardian

31. Nye, Joseph S. (2014), "The Information Revolution and Soft Power". Current History 113(759): 19-22

32. Spiers, Edward M. (2015) NATO and Information Warfare. In Welch (ed.2015), Op.cit

## 4. Hvordan er propaganda konstrueret?

Man kan argumentere for, at propaganda er konstrueret omkring tre afgørende elementer: angst, påvirkning og konstruktionen af narrativer om håb og forløsning. Det første og vigtigste element i en succesfuld propaganda-kampagne er at identificere og bygge videre på frygt og angst, der allerede eksisterer i befolkningen. Den bedste propaganda lukrerer på menneskers følelser og fremkalder vrede og andre følelsesmæssige reaktioner. I politisk analyse kaldes dette sommetider "hundefløjtepolitik". Det vil sige politik, som rører ved mørke, dybtliggende og perifere elementer i menneskers bevidsthed, såsom eksempelvis tendenser til racisme eller sekterisme.

Propaganda kan også bygges på tvivl om tillid og troværdighed. Antivestlige aktører som ekstreme islamister – eller Rusland – vil forsøge at bygge videre på idéer om, at Vesten i bund og grund er hyklerisk og lige så undertrykkende som alle andre ved at fremhæve tilfælde, hvor Vesten selv har foretaget voldelige eller undertrykkende handlinger.

I vores egen del af verden er der megen evidens for, at tilliden til det politiske system i Vesten er dalet gennem de seneste år<sup>33</sup>. Igen kan dette skabe grundlag for propaganda for dem, der har en antivestlig agenda eller for dem, som i det hele taget er imod demokrati. Populistiske ideologier på alle sider af det politiske spektrum vil således fortælle folk, at den politiske elite har svigtet dem, og at man ikke længere kan stole på den. Dette bevidnes af de senere års utallige eksempler på, at tra-

ditionelle højre- og venstrefløjspartier i Vesten har tabt stemmer til nyopståede, populistiske bevægelser.

I alle disse tilfælde kan den underliggende frygt og angst, som propagandaen spiller på, være fordrejet eller helt ubegrundet, men det væsentlige er dét, som folk opfatter – ikke det der i virkeligheden er sandt. Succesfuld propaganda tager altid udgangspunkt i en eksisterende opfattet angst.

Det bør ligeledes bemærkes, at hvis propaganda lykkes med at underminere tilliden og troværdigheden hos sine målgrupper, udvikler den en slags selvopholdelsesevne. Når først tilliden er undermineret, vil indsigelser om, at visse oplysninger er usande eller manipulerede, falde for døde øre, og der vil være en stemning af, at "selvfølgelig siger de det, ikke?". I højreekstremisme, for eksempel, udvikles der ofte narrativer om, at de etablerede politiske eliter har tilladt en ukontrolleret immigration til vestlige lande, der vil plage landene i mange år frem, og samtidig aktivt har skjult de rigtige tal og de angiveligt farlige effekter af en sådan immigration. Meget forskning har vist, at de tal og statistikker, der bruges til at vække denne type frygt, ofte er voldsomt overdrevne, men at de forbliver bemærkelsesværdigt modstandsdygtige overfor forsøg fra officielt hold på at formidle andre udlægninger.

Ligeledes kan ekstreme islamister afvise Vestens udlægning af dem som farlige terrorister ved at sige, at Vesten har en underliggende,

33. Guibernau, Montserrat (2010), *Migration and the Rise of the Radical Right: Social Malaise and the Failure of Mainstream Politics*. London: Policy Network

islamofobisk agenda, der er koblet med et ønske om at undertrykke og dominere muslimske lande, hvilket gør deres protester utroværdige. Sådanne redskaber kan være meget effektive blandt modtagerne af propaganda og kan sikre propagandisterne modstandskraft og levedygtighed.

I begyndelsen af det 20. århundrede udviklede politiske filosoffer som Georges Sorel<sup>34</sup> og Roland Barthes<sup>35</sup> ideen om den "politiske mytes" magt til at påvirke befolkninger. De hævdede, at når en politisk myte først har fået tag i en gruppe mennesker, vil den ureflekteret blive fulgt uden videre diskussion. Dygtige propagandister vil have en særdeles god forståelse for denne proces. Lige så vigtigt er det, at forskning i politiske myter har vist, at det, som folk tror, er sandt, er lige så vigtigt som det, der faktisk er sandt. Alle historiske konstruktioner er jo i bund og grund myter, eftersom ingen af os var til stede og derfor ved, hvad der faktisk skete.

Når det kommer til selve indholdet af propaganda, vil succesfulde propagandister sørge for at holde det enkelt, og de vil tilbyde et overbevisende og letforståeligt narrativ for at opnå indflydelse. Meget ofte vil dette antage en enkel form med klare modsætninger: god versus ond, et spørgsmål om os mod dem. På denne måde får folks frygt et tydeligt mål, som de kan rette deres vrede og frustration mod. Det hjælper dem til at fjerne opmærksomheden fra deres egne problemer og kanalisere deres angst i en anden retning. Ideelt set vil der være et budskab om håb og forløsning: hvis du følger dette spor, vil alle dine problemer blive løst, og du og dit folk vil blive reddet.

I en moderne medie- og kommunikationskontekst er det informationsmiljø, som budskabet fremføres i, særlig vigtigt. Der er ingen tvivl om, at al-Qaeda og Islamisk Stat har forstået de muligheder, som internettet og de sociale medier tilbyder for at nå ud til brede, transnationale grupper af tilhængere på måder, som

er svære at kontrollere for statslige medier eller sikkerhedstjenester. De har ligeledes forstået, at disse mekanismer giver dem et forum blandt især de yngre generationer, som i særdeleshed har taget de nye kommunikationsformer til sig. Sådanne metoder er ikke kun effektive, men også "cool". Det står klart, at al-Qaeda, Islamisk Stat og andre ekstreme islamistiske organisationer drager enorm fordel af at udgive radikale taler og prædikener på internettet af prædikanter som fx Anwar al-Awlaki. Online magasiner som Dabiq har også vist sig at være særlig toneangivende og indflydelsesrige blandt ekstreme islamister. Internettet giver enorme muligheder for at nå et globalt fællesskab af modtagere, forudsat at ekstremisterne kan undgå sikkerhedstjenesternes kontinuerlige forsøg på at ødelægge, fjerne og infiltrere de ekstremistiske hjemmesider og fora.

Højreekstremismen har utvivlsomt været længere om at forstå fordelene ved denne type kommunikation, men der er en del dokumentation for, at de nu benytter og drager fordel af websteder og brugerstyrede diskussionsfora og -sider, hvoraf nogle findes på det såkaldte "Dark Web", som har vist sig svært at overvåge. I nogle tilfælde vil højrefløjsektremister være knyttet til hinanden på tværs af landegrænser igennem bestemte aktiviteter og interesser såsom bikergrupper, fodbold eller "white power"-musik.

Mange nutidige propagandister forstår også effektiviteten af hurtige, korte, brede og gentagne budskaber. De drager fordel af en kognitiv svaghed hos os mennesker, som betyder, at jo oftere vi hører eller læser noget, jo mere sandsynligt er det, at det sætter sig fast i vores bevidsthed (psykologerne kalder det med et engelsk udtryk for "the frequency heuristic"). Hurtige, kontinuerlige meddelelser overvinder også begrænsningerne i vores korttidshukommelse. Til dette formål har Twitter vist sig at være et ekstraordinært nyttigt kommunikationsredskab, fordi meddelelserne

34. Sorel, Georges (1908) *Réflexions sur la violence*. Paris, Marcel Rivière et Cie. English edition: Sorel, Georges (1961) *Reflections on violence* (trans: Hulme TE and Roth J). New York: Collier Books, p.251

35. Barthes, Roland (1972) *Mythologies* (trans: Lavers A). New York: Hill and Wang, p.143



kun kan være korte, øjeblikkelige og hyppige. I andre tilfælde har propaganderende stater som Rusland set en fordel i at "industrialisere" deres informationsoutput og etableret veritable hære af profiler på sociale medier, som uophørligt pumper information ud, i nogle tilfælde ved hjælp af automatiserede processer såsom "bots" (automatiserede scripts, som poster opslag eller skriver kommentarer

uden menneskelig indblanding). Ved at øge outputtet på denne måde, både med hensyn til mængden af information og bredden af platforme, som den udbredes på, skabes der bedre betingelser for, at budskaberne indlejres i modtagernes hjerner. Budskabet er vigtigere end mediet, men mediet kan være en afgørende faktor, hvis det bruges rigtigt.

## 5. Psykologiske og kognitive faktorer

De mest succesfulde propagandister har en avanceret forståelse for de psykologiske og sociale faktorer og bruger denne viden til at lave succesfulde propagandakampagner.

Man kan argumentere for, at den måde, mennesker indsamler og bearbejder information på, og den måde vi danner vores holdninger til omverden på baggrund af denne information, er afgørende for, om propaganda virker eller ej. Inden for psykologien er der i årenes løb blevet lavet mange studier af menneskelig informationsbearbejdning og af, hvordan vi foretager vurderinger i forhold til en række forskellige emner lige fra uddannelse til medicin. Mange af disse studier har fundet frem til, at kognitive svagheder og bias kan spille en betydelig rolle i dannelsen af forestillinger og forståelser. Særligt vores hjernes tendens til at genfortolke og forme de signaler, den modtager, sammen med en relativt dårlig og til tider problematisk evne til at håndtere store mængder information i korttidshukommelsen eller at kunne huske detaljer fra fortiden, kan i høj grad påvirke den måde, vi træffer beslutninger og danner holdninger på.

Psykologisk forskning har afdækket en omfattende mængde af sådanne kognitive komplikationer og bias. Til denne analyses formål anses følgende for at være nogle af de nøglefaktorer, som påvirker og er bestemmende for i hvor høj grad, propaganda virker.

De fleste er enige om, at en af de vigtigste former for bias, som påvirker vores bearbejd-

ning af information, er bekræftelsesbiasen. De fleste voksne har efter alt at dømme en indbygget tendens til at ville have ret med hensyn til vurderinger og verdenssyn. Det betyder, at vi har en tendens til at udvælge og favorisere information, som stemmer overens med vores eksisterende overbevisninger og derved undertrykke information, som forekommer i uoverensstemmelse. De fleste af os gør dette uforsætligt og ubevidst, således at vi ikke er klar over, at vi er selektive i vores informationsbearbejdning.

I propagandasammenhæng udfordrer Patrick og Thrall<sup>36</sup> den traditionelle "hegemoniske teori" (nemlig at medierne og deres forbrugere i bund og grund er staten magtmæssig underdanige og sluger det, som staten ønsker, at de skal tro på). Derudover tilslutter de sig den normative tænkning indenfor psykologien, som siger, at propaganda skal stemme overens med "almindelige overbevisninger" for at være effektiv. Selvfølgelig kan indholdet af disse almindelige overbevisninger manipuleres over tid med propaganda, men historier skal være troværdige og passe til folkestemningen, hvis de skal fange an. Interessant nok stemmer dette også overens med erfaring med fremskaffelse af information i efterretnings-sammenhænge, som antyder på, at de mest succesfulde afhørings teknikker er dem, der etablerer empati ved at give indtryk af enighed med den afhørte.

Vi mennesker er berygtede "kognitive gnier", idet vi har en tendens til kun at ville absorbere

36. Op.cit, p.101

og bearbejde præcis den mængde information, det kræves for, at vi kan foretage en vurdering, og herefter er vi relativt uimodtagelige overfor ny information. Inden for efterretningssanalyse kaldes dette undertiden for "satisficing", nemlig at bearbejde nok information til, at vi bliver tilfredse, hvorefter vi lukker af for yderligere information. I kognitiv psykologi og neurovidenskab arbejder man med idéen om "system 1 og system 2 tænkning", hvor der skelnes mellem to kognitionstilstande: en hurtig og instinktiv (system 1) og en langsommere og mere velovervejende (system 2). Idet den sidste tilstand kræver mere kognitiv energi end den første, vil menneskelige hjerner være tilbøjelige til at stole så meget som muligt på sine instinktive vurderinger for at spare energi. Hvis propaganda kan plante visse letforståelige og genkaldelige "almindelige overbevisninger", vil mange automatisk bruge disse som referenceramme i deres vurderinger<sup>37</sup>.

Vores modtagelighed over for information kan i høj grad påvirkes af følelsesmæssige reaktioner, og dette virker til især at gælde i forbindelse med vrede og angst. Det er her, at de miljømæssige faktorer kan være yderst betydningsfulde. For de af os, som oplever situationer med stress eller forvirring, ser den menneskelige hjerne ud til at have et stærkt instinkt til at skabe forklarende narrativer, som hjælper os med at finde mening i verden omkring os. Der findes en teori om, at dette er grundlaget for religion, fordi religioner tilbyder en forklaring – og håbet om frelse – fra en ellers forvirrende og frustrerende tilværelse. Sådanne faktorer betyder igen, at vi har en tendens til at bearbejde og huske sammenhængende narrativer og forklaringer, og at vi måske nogle gange er mere modtagelige over for konspirationsteorier, der enten virker mere interessante end traditionelle forklaringer, eller som stemmer overens med dybtliggende mistanker eller teorier, som vi allerede har. Det kan også betyde, at "syndebuksnarrativer",

som kanalisere vrede mod en anden gruppe (såsom eksempelvis jøderne i den nazistiske ideologi), under de rette omstændigheder kan virke tiltrækkende og dermed meget lettere accepteres end andre narrativer<sup>38</sup>.

Blees<sup>39</sup> bog om højrefløjsekstremisme i USA var baseret på en indsamling af "historier" fra deltagerne. Det, hun hørte ofte, var, at rekruttering til en ekstremistisk bevægelse blev efterfulgt af en "retrospektiv konstruktion af selvet", som gav personen, der var mål for rekrutteringen, mulighed for at "finde formål, hensigt og mening i radikale ændringer i identiteten". Med andre ord skabte folk, efter de havde tilsluttet sig en ekstremistisk bevægelse, en fortælling i deres egne hoveder om logikken i at vælge en sådan vej i livet. Ligeledes antydede Donna og Simpsons "storytelling"-metode, som de brugte blandt protestanter fra den sydlige del af Armagh i Nordirland, at det at genfortælle sin historie bidrog til at skabe mening og havde en næsten forløsende effekt for deltagerne. Det at "fortælle sandheden" (som personen så den) om tidligere episoder med vold og militante aktiviteter hjalp på et personligt plan deltagerne til at finde mening i oplevede begivenheder. Derudover styrkede det en kollektiv identitet, hvor dét at "fortælle sandheden" og dele rollen som offer, blev betragtet som afgørende faktorer<sup>40</sup>. I alle tilfælde lader "identitet" til at være meget vigtig når et individ identificerer sig med en bestemt gruppe eller fællesskab og forstår sig selv som aktivt medlem af gruppen.

I den akademiske forskning i radikaliserings er der stadig stigende dokumentation for, at en generel følelse af "fortvivlelse og ydmygelse" ser ud til at drive nogle individer i retning af voldelige alternativer (det er dog vigtigt at understrege, at der er omfattende debat om, hvorvidt dette altid er en central drivkraft i radikaliserings). En sådan fortvivlelse kan handle om en lang række komplekse forhold lige fra

37. For an excellent survey of these cognitive factors, see Kahneman, Daniel (2011), *Thinking, Fast and Slow*. London: Penguin

38. See: Monroe, Kristen, Hankin, James, and Van Vechten, Renée (2000) "The Psychological Foundations of Identity Politics". *Annual Review of Political Science* 3: 419-47; and Glass, James M. (1999) *Life Unworthy of Life: Racial Phobia and Mass Murder in Hitler's Germany*. New York, Basic Books

39. Blee, Kathleen (2002), *Inside Organized Racism: Women in the Hate Movement*. Berkeley: University of California Press, p.45

40. Donnan, Hastings and Simpson, Kirk (2007), "Silence and Violence among Northern Ireland Border Protestants". *Ethnos: Journal of Anthropology* 72(1): 5-28



en personlig oplevelse af eksempelvis arbejdsløshed eller diskrimination til en mere omfattende frygt for, hvor verden er på vej hen eller over fremtidsudsigterne for bestemte samfund. I officielle regeringsdokumenter, som diskuterer radikaliserings og risiciene derved, anvendes ofte et sprog, som roterer omkring sårbarhed til at beskrive mennesker, som muligvis vil være mere modtagelige overfor radikaliserings end andre. Sådanne mennesker vil med større sandsynlighed kunne findes i visse miljøer, såsom eksempelvis miljøer, der ofte har kontakt med retssystemet. Denne teori underbygges i høj grad af et stadigt større vidnesbyrd om, at mange af de nutidige terrorister har en kriminel fortid. Igen stemmer dette overens med tanken om, at vrede potentielt er den mest betydningsfulde følelse, som propaganda kan arbejde med.

Der findes også mange beviser for, at simple narrativer om modsætninger (dem mod os, god mod ond) bearbejdes og accepteres meget lettere, da det ikke kræver så meget kognitiv energi at forstå dem. Som det beskrives af Ebner<sup>41</sup>, kan apokalyptiske idéer om verdens undergang eller Messias' genopståen også være attraktive og lette at forholde sig til under de rette omstændigheder. På en måde giver denne type narrativer et løfte om, at retfærdigheden vil ske fyldest; at tavlen vil blive visket ren, at alt vil blive glemt og at alle problemerne i ens liv ikke længere vil være af betydning. Fortællingen giver håb og et løfte om frelse.

En følelse af tillid og opfattelsen af propagandister som troværdige synes også at være afgørende for, om og hvordan vi vil lytte og acceptere, hvad de siger. De, der arbejder indenfor politik, PR og reklame har længe vidst, at det forholder sig sådan. Dette er eksempelvis årsagen til, at politikere, der skal i fjernsynet, gør sig umage for at være pænt klædt på. Det lader til, at vi mennesker er mere tilbøjelige til at stole på nogen – uanset hvad de siger – hvis de fremstår velplejede og respektable.

Inden for psykologien kaldes dette fænomen nogle gange for "halo-effekten" (en persons fremtræden og generelle udstråling kan påvirke, hvorvidt vi kan lide dem og har tillid til dem eller ej – overvej blot, hvor mange grimme eller usønderlige mennesker, der bruges i reklamer) eller "ekspertise-biasen". Vi er tilbøjelige til at stole på mennesker, som vi anser for at være eksperter, såsom professorer, læger eller ministre, snarere end til mennesker, der er tilfældigt udvalgt fra gaden. Dette er på trods af, at utallige eksperimenter har vist, at sådanne eksperter kun er marginalt eller slet ikke bedre end tilfældige repræsentanter for offentligheden til at foretage præcise vurderinger af situationer eller komme med bud på, hvad der vil ske i fremtiden. Der er heller ikke større sandsynlighed for, at sådanne eksperter er mere troværdige end alle andre<sup>42</sup>.

Modvægten til dette er, at undermineringen af tillid og troværdighed kan være vigtige elementer i propaganda, der har til formål at destabilisere. Den politiske verden flyder over med angreb på troværdigheden af politiske modstandere og med god grund; Hvis en leder af en gruppe mennesker findes utroværdig, selvom dette vedrører hans/hendes privatliv og ikke personens arbejde, kan lederens budskab blive alvorligt undermineret.

I propaganda fungerer dette sidste forhold ikke altid helt, som man kan måske kunne forvente. Tillid kan også betyde empati med den person, der leverer budskabet. Præsident Trump, eksempelvis, ligger effektivt ud efter "eksperterne" og "eliten" til stor fornøjelse for sine tilhængere. Det faktum, at han selv er en ekstremt velhavende person, og at han utallige gange er blevet taget i at lyve, ser ikke ud til at have betydning for hans kernevælgere. Han er i stand til at vække empati hos dem ved at fremstille sig selv som en, der ikke er en traditionel Ivy League-universitetskandidat, som ellers har domineret politik og magttagene – men i stedet som en god, gammeldags busi-

41. Op.cit, p.23

42. See: Kahneman, Op.cit

nessman: en slags "mand af folket".

Islamisk Stat i Syrien og Irak, som åbenlyst er en helt anden organisation med meget anderledes budskaber, har evnet at opbygge tillid og empati blandt mange af deres rekrutterede ved at glamourisere de roller, der skal udfyldes af såvel mænd som kvinder i forbindelse med etableringen og udviklingen af deres såkaldt islamiske stat. Det har de gjort ved at fremstille disse roller som noble og legitime for de mulige rekrutter.

Visse faktorer i databearbejdning har også vist sig at være vigtige, ikke mindst i en moderne verden præget af Big Data. "Serial position effect" beskriver, hvordan vi mennesker bearbejder information forskelligt, afhængigt af, hvornår den er dukket op og af, om den står øverst eller længere nede på en liste af detaljer. Dette er den grundlæggende logik bag overskrifter og sammendrag; og det er også logikken bag dét at holde budskaber korte og enkle, hvis de skal have en effekt. Samtidig har vi en tendens til at blive mere påvirkede af information, vi har hørt for nylig, end af noget, vi har hørt for et par dage siden, og som kan være gledet ud af vores hukommelse<sup>43</sup>. I den moderne verden er dette logikken bag de hurtige, konstante strømme af meddelelser.

"Frequency heuristic" beskriver det forhold, at jo oftere vi hører eller læser noget, jo mere sandsynligt er det, at det bliver i vores bevidsthed og får betydning for vores beslutninger. Dette er rationalet bag formålet med allestedsnærværende reklame, men det understøtter også RAND's "firehose of falsehood"-teori<sup>44</sup>. Her er påstanden, at hvis vi uophørligt og tilstrækkeligt ofte eksponeres for et bestemt narrativ, er vi i sidste ende mere tilbøjelige til at tro på det, selv om det er usandsynligt. I nutidens kommunikationsmiljø betyder dette, at det kan være effektivt konstant at køre store mængder af information igennem mange forskellige typer af medier, selv om nogle af dataene enten er usande eller konstante gentagelser af et enkelt oprindeligt vidnesbyrd.

Alle disse faktorer har en særdeles markant indflydelse på, om og hvordan vi bearbejder den information, vi modtager. I næsten alle tilfælde vil vores hjerner automatisk bukke under for disse risici uden, at vi lægger mærke til det, med mindre vi er ekstremt kritisk tænkende. I det moderne kommunikationsmiljø kan disse risici blive forstærket gennem den store mængde af data og den hastighed, dataene kan blive formidlet med.

43. See for example: Murdock, Bennet B. Jr (1962) "The Serial Position Effect of Free Recall". *Journal of Experimental Psychology* 64(5): 482-88

44. RAND (Paul, Christopher, and Matthews, Miriam; 2016), *The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model*. Santa Monica CA: RAND

## 6. Gruppeteorier og social kontekst

Mens disse individuelle kognitive forhold er ekstremt vigtige for, om propaganda virker eller ej, lever de fleste af os ikke i komplet isolation fra hinanden, men er snarere sociale dyr. Der er dokumentation for, at meget af det, vi tænker eller gør, er stærkt påvirket af vores omgivers holdninger og af det miljø, vi befinder os i.

Det berygtede Milgram-eksperiment fra starten af 1960'erne, hvor deltagerne blev bildt ind, at de skulle give elektriske stød til forsøgspersoner, som svarede forkert på et quizspørgsmål, slog på uhyggelig vis fast, at mennesker har en naturlig tendens til at adlyde autoriteter, og at dette endda kan betyde, at vi villigt påfører andre lidelse, hvis vi bliver pålagt det af andre. Dette ser ud til at forklare, hvordan regimer har kunnet mobilisere relativt store antal mennesker, som villigt udsatte bestemte samfundsgrupper for vold og terror, som det fandt sted i stor stil under de totalitære regimer i Europa i det 20. århundrede.

I 1970'erne udgav Tajfel<sup>45</sup> sin teori om "minimal gruppe-paradigmet", som ud fra en serie af eksperimenter påviste, at de fleste af os har et naturligt behov for at høre til i en bestemt gruppe, som vi definerer vores identitet igennem. Mere væsentligt viste eksperimentet, at når vi én gang bliver del af en bestemt gruppe, har vi en tendens til at identificere os med denne gruppe og nedgøre dem, der er udenfor ("out-gruppen") også selvom der ikke er nogen særlige fordele ved at gøre dette.

Denne proces beskrives ofte som "othering", hvorved vi identificerer en bestemt gruppe mennesker som anderledes end os selv og udenfor det, vi kan acceptere.

Udpegning af syndebukke i propaganda er en ekstrem form for "othering" (dem/os). I relativt harmløse sammenhænge kan dette blot betyde kritik af en gruppe (såsom "eliten") eller et nedsættende syn på eksempelvis det andet fodboldholds fans. I mere ekstreme tilfælde kan vold opfattes som legitimt over for en "out"-gruppe, som det var tilfældet med jøderne i Nazityskland eller mellem tutsierne og hutuerne i Rwanda. En af de mekanismer, som hjælper folk med at rationalisere og retfærdiggøre ekstrem "othering" kan være at karakterisere "out-gruppens" medlemmer som under- eller umennesker. Vi har allerede set, hvordan tyskerne blev beskrevet som "hunner" (barbarer) i Storbritannien under Første Verdenskrig. På samme vis beskrev nazipropaganda ofte bolsjevikkerne som aber eller vilde dyr og jøderne som rotter<sup>46</sup>. I moderne, vestlig retorik beskrives terrorister sommetider som "barbarer" – med det formål at adskille dem fra os selv, der er civiliserede, demokratiske væsener. Højreekstremister udråber ofte muslimer, immigranter eller udlændige som kriminelle, voldtægtsforbrydere eller terrorister og derfor ikke værdige til vores accept i et civiliseret samfund.

Desværre har utallige episoder med folkedrab og ekstrem, sekterisk vold vist, hvor nemt

45. Tajfel, Henri and Turner John C. (1979), An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In Austin, William G. and Worchel, Stephen (eds.) The Social Psychology of Intergroup Relations. Monterey: Brooks-Cole

46. Welch, David (2015), 'Today Germany, Tomorrow the World': Nazi Propaganda and Total War, 1943-45. In Welch (ed.2015), Op.cit, p.100

mennesker er i stand til at umenneskeliggøre og tilintetgøre, hvad de opfatter som "out-grupper", hvis de bliver mobiliseret omkring de rette narrativer.

Gruppeteori er stærkt forbundet med identitetsteori, som drejer sig om, hvordan og hvorfor mennesker konstruerer forskellige dele af deres identitet, og den effekt dette har på fællesskaber<sup>47</sup>. Det er dokumenteret, at identitet kan være en flydende og foranderlig størrelse afhængigt af omstændighederne. Der er også belæg for, at en opfattelse af forandring af eller tab af "national identitet", sådan som det hævdes i højreekstremistiske ideologier, der begræder globaliseringen, kan virke stressende for visse individer. På den anden side af konflikten kan migranter med en identitet, der er sammensat af komplekse eller mange elementer, såsom britiske pakistanere eller franske algeriere, stå over for konkrete problemer med at forlige de to eller flere elementer af deres identitet på måder, som giver dem mulighed for at omgås folk omkring dem på en hensigtsmæssig måde. I nogle tilfælde kan ekstremistiske ideologer lykkes med at hæve visse aspekter af en identitet over andre på måder, som bliver farlige. Muhammad Siddique Khan, som ledte terrorangrebene på London i juli 2005, identificerede sig eksempelvis ikke som brite, men som et medlem af den "globale umma" (det globale, muslimske samfund). Dette på trods af det faktum, at han var født og opvokset i Storbritannien. Identitet handler imidlertid ikke bare om race eller etnicitet, men kan også handle om køn, seksuel orientering og rumme en mængde andre faktorer. Spørgsmålet er: Hvilken gruppe af mennesker hører du til, og hvordan defineres dette fællesskab?

Der er også en del evidens for, at rekruttering til ekstremistiske bevægelser er et udpræget socialt fænomen, som i lige så høj grad kan være baseret på et tilfældigt møde med en

bestemt person eller en bestemt gruppe mennesker, som det kan være baseret på, at nogen bevidst opsøger en bestemt gruppering. Kathleen Blees<sup>48</sup> analyse af rekruttering til højrefløjsekstremistiske grupper i USA fandt eksempelvis, at rekrutteringen ofte var temmelig tilfældig og baseret på vilkårlige møder mellem mennesker. Nyere udgivelser om ekstreme islamister i Tyskland af Reynolds og Hafez<sup>49</sup> har draget lignende konklusioner om den primære betydning af ansigt-til-ansigt-socialisering i ekstremistisk rekruttering. Dette er også ekstremt betydningsfuldt i forhold til debatten om "lone wolf"-terrorister og til tesen om "onlineradikalisering". Med hensyn til førstnævnte findes der analyser, der konkluderer, at meget få terrorister handler helt på egen hånd, og at de fleste har en grad af samspil med andre i udviklingen af deres planer. Således kan nogle ekstremister overordnet set arbejde alene, som det var tilfældet med for eksempel Anders Breivik, men selv han interagerede med andre og udvekslede idéer. Selv når de tilsyneladende udelukkende benytter sig af internettet, har de fleste ekstremister en form for kontakt med andre, også selvom denne kontakt er overvejende online. Dette er ikke for at mindske eller negligere internettets store betydning i radikaliseringsprocesser, men blot for at pille en smule ved forestillingen om en individuel "selvradikalisering", som udelukkende foregår på internettet uden nogen indblanding fra andre. Det har også betydning for propagandaens effektivitet eller mangel på samme forstået på den måde, at påvirkning via internettet kan være en smule mere kompleks end oprindeligt antaget, medmindre det involverer en direkte oplevelse af udtalelser fra en dygtig propagandist. Et eksempel på sidstnævnte kunne være en optagelse af en tale eller et vidnesbyrd fra en troværdig leder eller ideolog.

Identitetsteoretikeren Sheldon Stryker<sup>50</sup> har sagt, at "samfundet påvirker selvet påvirker

47. Richards, Op.cit

48. Blee, Op.cit

49. Sean C Reynolds and Mohammed M Hafez, "Social network analysis of German foreign fighters in Syria and Iraq," *Terrorism and Political Violence*, published online 14 February 2017

50. Stryker, Sheldon (2008), "From Mead to a Structural Symbolic Interactionism and Beyond". *Annual Review of Sociology* 34, p.20

social adfærd". Det betyder, at alle individer manøvrerer i en bestemt samfundsmæssig kontekst og det miljø, de lever i, har indflydelse på deres adfærd. På individniveau vil kognitive og psykologiske faktorer være meget betydningsfulde, men det samme vil faktorer i omgivelserne, som kan forårsage stress og angst. Disse kan inkludere erfaringer med diskrimination eller økonomisk modgang, at være tæt på voldsepisoder, der påvirker familie eller venner, eller endda at føle sig nedtrykt over større anliggender, såsom eksempelvis konflikterne i Palæstina, Kashmir eller andre

konfliktområder. Det kan også handle om forvirring over identitet og spørgsmål om tilhørsforhold.

Det frustrerende for forskere er, at disse faktorer vil udspille sig forskelligt hos forskellige individer. Nogle vil ty til vold som reaktion på faktorer i omgivelserne, mens de fleste andre ikke vil på trods af, at de opholder sig i selvsamme omgivelser. For propagandisterne betyder dette også, at deres anstrengelser og metoder ikke altid vil virke som ønsket på alle individer, der udsættes for propagandaen.



## 7. Konklusioner

Med alle de ovennævnte faktorer in mente er følgende konklusioner tilsigtet dem, der arbejder med at imødegå og forebygge ekstremisme, og som møder ekstremistisk propaganda som en del af deres arbejde.

Forskningen peger i stigende grad på, at hvad enten det drejer sig om islamistisk ekstremisme, højreekstremisme eller en hvilken som helst anden form for ekstremisme, så er der mange fællestræk i de grundlæggende principper for, hvordan og hvorfor en person kan blive draget mod en ekstrem ideologi, samt de faktorer, som understøtter rekruttering. Fortællingerne vil selvfølgelig være forskellige i forskellige ekstremismeformer, men de grundlæggende tre elementer: angst, påvirkning og konstruktionen af narrativer om håb og forløsning, ser ud til at gå igen i alle former for ekstremisme. Dette betyder også, at de grundlæggende principper for, hvordan ekstremistisk propaganda drager fordel af psykologiske og sociale sårbarheder, i bund og grund vil være de samme i alle bevægelser. Når det er sagt, er vi stadig et stykke vej fra fuldstændig at forstå radikaliseringsprocesser, og det vil være nødvendigt løbende at følge med i den nyeste forskning.

Mange casestudier af ekstremistiske miljøer peger på, at fuldstændig og permanent forandring af en meget dedikeret ekstremists sind er umuligt, i hvert fald inden for et kortere tidsperspektiv. Samtidigt vil nogle på et tidspunkt blive modtagelige over for "modradikalisering" (med betydningen modsatte bud-

skaber, som kan overbevise personen) i den forstand, at de på længere sigt ændrer tanke måde, hvis de engageres på effektive måder.

Standardiserede "officielle tilgange" vil altid blive mødt med skepsis og øjeblikkeligt blive afvist af dem, som grundlæggende nærer mistillid til staten, som man gør inden for mange ekstremistiske retninger. Dette betyder, at modpropagandaens metoder skal udvælges med omhu og opfindsomhed.

Troværdighed er afgørende for, om propagandister vinder gehør i deres målgrupper. Succesfulde propagandister vil forsøge at latterliggøre modsatte budskaber som værende "fake news" eller elitær propaganda, men gentagen udstilling af usandhed er svær at modstå i det lange løb selv blandt dem, der er mest faste i troen. Det betyder, at konstante angreb på propagandisternes troværdighed og deres udtalelser er en af de mest effektive metoder til at modarbejde ekstremistisk propaganda. Da meget propaganda er baseret på usand eller manipuleret information (eksempelvis malede gruppen Islamisk Stat et falsk, rosenrødt billede af livet i den "Islamiske Stat"), vil udbredelse af mere nøjagtig information, forudsat at den har troværdighed, punktere narrativerne og fratage propagandisterne noget af deres magt. Dette kunne eksempelvis være i form af en af-glamourisering af krigen i Syrien og forholdene i Islamisk Stats territorier, eller at gøre kvindelige jihadister opmærksomme på, at de sandsynligvis ender med at blive tildelt en rolle som tyende snarere end som krigsheltinde.

Forskningen viser i stadig stigende grad, at de, som rekrutteres både til ekstreme islamistiske og højreekstremistiske miljøer, generelt ikke var været særlig velinformerede om deres respektive religioner eller ideologier, og at de ikke forudgående havde haft nogen stærk religiøs eller ideologisk forankring i deres tilværelse, før de blev ekstremister. Dette hænger sammen med, at dét, man tror på, er vigtigere end realiteter. Det ser ud til, at en nyrekrutteret ekstremist kan begynde at tro på en ekstrem religiøs ideologi, som han/hun ikke forudgående udviste nogen interesse for (som diskuteret ovenfor, har dét, folk tror, større vigtighed end nogen virkelighed eller "sandhed").

Dette er interessant nok et område, hvor de to typer af ekstremisme, der behandles i denne artikel, adskiller sig en smule fra hinanden. I relation til ekstrem islamisme er der meget, der taler for at imødegå propaganda med udbredelsen af mere nøjagtig information om islam, som lægger vægt på religionens fredelige natur. Begreber som "jihad", som er blevet kapret og perverteret af propagandisterne, kan også tilbagevindes ved hjælp af bedre undervisning i religion. I en højreekstremistisk kontekst derimod, spiller religion generelt en anden og mindre betydningsfuld rolle i de ekstremistiske narrativer (omend den kan have stor betydning i nogle ekstremistiske, evangeliske bevægelser). Det betyder, at det er mindre sandsynligt, at religiøs undervisning og brug af religiøse autoriteter vil vinde gehør og blive opfattet som troværdigt hos modtagerne, og at andre af samfundets autoriteter måske vil være mere nyttige. Erfaringer med at tackle bandekultur i flere byer giver et fingerpeg i den retning, idet tidligere bandemedlemmer, som har erkendt, at vold ikke er svaret, har en chance for at blive anset for at være mere troværdige af nuværende bandemedlemmer.

Forskning i ekstremisme viser i stigende grad, at en kombination af faktorer på individ-, gruppe- og samfundsniveau spiller sammen, når potentielle medlemmer drages ind i ek-

stremistiske grupper<sup>51</sup>. Meget taler for, at samfundsmæssige faktorer, der kan forårsage stress og angst for potentielle ekstremister, såsom afsavn og diskrimination, er for omfattende til at kunne ændres i hvert tilfælde af praktikere på gulvet. Dette betyder, at fokus bør være på en bottom-up-tilgang, som begynder med individet og opbygger empati omkring vedkommendes personlige situation for på den baggrund at skræddersy en indsats. Enhver afbødning af propaganda er en lille sejr.

Propaganda i industriel skala via moderne medier er for omfattende og dynamisk til at kunne udryddes selv for det mest stålsatte og ressourcefulde, totalitære regime. Den bedste metode er derfor ikke at prøve at stoppe propagandaen, men at imødegå den med andre, alternative narrativer, som underminerer propagandisternes troværdighed og præsenterer noget, som ligger meget tættere på "sandheden". Hvis vi kan få vores budskaber ud først eller få dem placeret mere fremtrædende, har vi en chance for at imødegå propagandaen. Husk, at der er god og dårlig propaganda, og at internettet i sig selv ikke er et problem, men blot en kanal. Dette er naturligvis en kompleks prioritering for sikkerhedstjenester, som måske ønsker at afbryde og eliminere ekstremistiske hjemmesider og kanaler, når de finder dem. Sådanne metoder er ikke uden betydning, men de fleste sikkerhedstjenester er på det rene med, at den slags katten-efter-musen-lege med dygtige, ekstremistiske organisationer, der er fast besluttet på at udbrede deres budskaber på internettet, aldrig kan vindes helt.

På et tidspunkt finder alle ekstremistiske bevægelser og ideologier en naturlig afslutning, når det går op for deres tilhængere, at de er blevet manipuleret til at tro på usandheder. Dette kan tage lang tid, men dårlig information vil i sidste ende blive eksponeret som sådan. Med hårdt arbejde og målrettede aktiviteter kan vi fremskynde en afslutning på effekten af ekstremistisk propaganda.

51. Horgan, John (2008), "From Profiles to Pathways and Roots to Routes: Perspectives from Psychology on Radicalization into Terrorism". *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 618: 80-94

# Litteraturliste

- Anderson, Benedict (1983). *Imagined Communities*. London: Verso.
- Archetti, Cristina (2015). *(Mis)Communication Wars: Terrorism, Counter-Terrorism and the Media*. In Welch (ed.2015).
- Arendt, Hannah (1950). "The Aftermath of Nazi Rule: Report from Germany". Commentary.
- Badsey, Stephen (2015). *Bridging the Firewall? Information Operations and the US Military Doctrine in the Battles of Fallujah*. In Welch (ed.2015).
- Barthes, Roland (1972). *Mythologies (trans: Lavers A)*. New York: Hill and Wang.
- Bernays, Edward (1923). *Crystallizing Public Opinion*. New York: Boni and Liverlight.
- Betz, David (2008). "The Virtual Dimension of Contemporary Insurgency and Counter-Insurgency". *Small Wars and Insurgencies* 19(4): 510-40.
- Blee, Kathleen (2002). *Inside Organized Racism: Women in the Hate Movement*. Berkeley: University of California Press.
- Brendon, Piers (2017, March 11). "Death of truth: when propaganda and 'alternative facts' first gripped the world". The Guardian.
- Childers, Erskine (1903). *The Riddle of the Sands*. London: Smith, Elder and Co.
- Chomsky, Noam (1989). *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic States*. Boston: South End Press.
- Donnan, Hastings and Simpson, Kirk (2007). "Silence and Violence among Northern Ireland Border Protestants". *Ethnos: Journal of Anthropology* 72(1): 5-28.
- Doob, Leonard W. (1935). *Propaganda: Its Psychology and Technique*. New York: Henry Holt and Co.
- Ebner, Julia (2017). *The Rage: The Vicious Circle of Islamist and Far-Right Extremism*. London: IB Tauris.
- Ellul, Jacques (1973, Trans. Keller, K. and Lerner, Jean). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books.
- Finer, Herman (1935). *Mussolini's Italy*. London: Victor Gollancz.
- Gramsci, Antonio (1971). *Selections from the prison notebooks*. New York: International Publishers.

- Guibernau, Montserrat (2010). *Migration and the Rise of the Radical Right: Social Malaise and the Failure of Mainstream Politics*. London: Policy Network.
- Horgan, John (2008). "From Profiles to Pathways and Roots to Routes: Perspectives from Psychology on Radicalization into Terrorism". *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 618: 80-94.
- Hudson, Valerie (2014). *Foreign Policy Analysis: Classic and Contemporary Theory*. Lanham MD: Rowman and Littlefield.
- Jervis, Robert (1976). *Perception and Misperception in World Politics*. Princeton NJ: Princeton University Press.
- Jones, Jeffrey B., Kuehl, Daniel T., Burgess, Daniel, and Rochte, Russell (2015). *Strategic Communications and the Combatant Commander*. In Welch (ed.2015).
- Jones, Sarah (2017, September 30). "How Trump is Creating a Propaganda State". *The New Republic*.
- Kahneman, Daniel (2011). *Thinking, Fast and Slow*. London: Penguin.
- Kibbe, Jennifer D. (2017). "Covert Action". *Oxford Research Encyclopedia of International Studies*.
- Kilcullen, David (2009). *The Accidental Guerrilla: Fighting small wars in the midst of a big one*. London, Hurst and Co.
- Khosrokhavar, Farhad (2015). *Radicalization: Why Some People Choose the Path of Violence*. New York: The New Press.
- Laswell, Harold D. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Knopf.
- Le Bon, Gustave (1896). *The Crowd: A Study of the Popular Mind*. London: T Fisher and Unwin.
- Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- Nelson, Richard (1980). "Propaganda, Behaviorism and Conscience". *Journal of Thought* 15(1): 45-51.
- Nye, Joseph S. (2014). "The Information Revolution and Soft Power". *Current History* 113(759): 19-22.
- Patrick, Brian A. and Thrall, Trevor A. (2007). "Beyond Hegemony: Classical Propaganda Theory and Presidential Communication Strategy After the Invasion of Iraq". *Mass Communications and Society* 10(1): 95-118.
- Postman, Neil (1979). "Propaganda". *ETC: A Review of General Semantics* 36(2): 128-133.
- RAND (Paul, Christopher, and Matthews, Miriam; 2016). *The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model*. Santa Monica CA: RAND.
- Richards, Julian (2017). *Extremism, Radicalization and Security: An Identity Theory Approach*. London: Palgrave Macmillan.
- Sorel, Georges (1908). *Réflexions sur la violence*. Paris, Marcel Rivière et Cie. English edition: Sorel, Georges (1961) *Reflections on violence (trans: Hulme TE and Roth J)*. New York: Collier Books.
- Spiers, Edward M. (2015). *NATO and Information Warfare*. In Welch (ed.2015)

- Stryker, Sheldon (2008). *"From Mead to a Structural Symbolic Interactionism and Beyond"*. Annual Review of Sociology 34: 14-31.
- Tajfel, Henri and Turner John C. (1979). *An Integrative Theory of Intergroup Conflict*. In Austin, William G. and Worchel, Stephen (eds.1979) *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey: Brooks-Cole.
- Taylor, Phillip M. (1992). *War and the Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War*. Manchester: Manchester University Press.
- Walton, Douglas (1997). *"What is Propaganda, and What Exactly is Wrong With it?"* Public Affairs Quarterly 11(4): 383-413.
- Welch, David (ed.2015). *Propaganda, Power and Persuasion: From World War 1 to Wikileaks*. London: IB Tauris.
- Welch, David (2015). *'Today Germany, Tomorrow the World': Nazi Propaganda and Total War, 1943-45*. In Welch (ed.2015).



