





Foto: Shutterstock

Text: Christina Friberg och Statens medieråd

Form: Intellecta

Omslagsfoto: Shutterstock

Statens medieråd 2016

Innehåll

Inledning	4
Våldsbejakande och antidemokratiska budskap	5
Vad är propaganda?	5
Propaganda är inget nytt	6
Varför fungerar propaganda?	7
Text och bild	8
Olika propagandatekniker	8
Spela på känslor	8
Attackera motståndaren – skapa ”vi” och ”dem”	9
Förenkla information och idéer – vinkla fakta	10
Tilltala en viss målgrupp	10
Repetera ett budskap	11
Konspirationsteorier	11
Varför vill vi tro på konspirationsteorier?	13
Här kan du lära dig mer	14
Referenser	18

Inledning

Vad är våldsbejakande och antidemokratiska budskap? Och hur hänger dessa budskap ihop med propaganda och konspirationsteorier?

Denna text är tänkt som ett komplement till materialet *Propaganda och bilders makt*¹ och riktar sig till lärare och elever på högstadiet och gymnasiet. Texten handlar om propaganda, med särskilt fokus på våldsbejakande och antidemokratiska budskap.

Idag ökar mängden information hela tiden. Desinformation och konspirationsteorier finns så gott som överallt – i olika syften och riktade till olika målgrupper. Att se vad som är sant och vad som är falskt är inte lätt. Medielandskapet förändras dessutom snabbt. Allt fler ungdomar får nyheter via internet idag, ofta inbäddade i sociala medier. Traditionella nyhetskanaler som tv, radio och papperstidningar minskar.² Samtidigt förändras ungas attityder till nyheter och medier. Idag misstror många traditionella nyhetsmedier och söker sig i stället till informationskällor där man inte alltid sätter korrekt faktaförmedling i främsta rummet. Bland unga 16–25 år är internet den absolut viktigaste informationskällan, följt av Facebook.³

Att förstå hur budskap vinklas och känna igen sådana är centrala kompetenser i det samtida medielandskapet.

¹ Statens medieråd (2016) *Propaganda och bilders makt*. Materialet kan laddas ner från www.statensmedierad.se/nohate

² Statens medieråd (2015) *Ungar och medier*

³ Internetstiftelsen i Sverige (2016) *Svenskarna och internet*

Våldsbejakande och antidemokratiska budskap

Våldsbejakande budskap är just det – budskap som uppmanar till våld. De legitimerar eller uppmanar till våld och diskriminering utifrån religiösa, kulturella eller politiska skäl. Våldsbejakande budskap kan se olika ut. De behöver inte alltid direkt uppmana till våld utan kan kommunicera en syn på vissa människor som mindre värda och att våld mot och diskriminering av dem därför är legitimt.

Antidemokratiska budskap syftar till att på ideologisk eller religiös grund störta det demokratiska systemet. Argumenten är att demokrati som styrelseform inte fungerar eller att man förkastar alla människors lika värde. Budskapen kan uppmana till våld eller aktioner för att hindra människor att utöva sina demokratiska rättigheter. De kan också uppmana till att bortse från de medborgerliga rättigheterna när det gäller vissa befolkningsgrupper.⁴

Vad är propaganda?

Vad är vår första association när vi hör ordet propaganda? Kanske är det Tyskland under mellankrigstiden? Eller dagens Nordkorea? Eller IS? Propaganda används i politiska sammanhang och många av oss tänker kanske först på propaganda som något negativt. Men är det riktigt så enkelt?

Propaganda är ett budskap från en (eller flera) avsändare till en (eller flera) mottagare. Avsändaren vill få mottagaren att ändra uppfattning eller övertygelse och till sist kanske även sitt beteende.⁵ Propaganda beskrivs också som mer eller mindre systematiskt bedriven verksamhet som syftar till att med hjälp av språk, bilder eller andra symboler påverka människors åsikter, värderingar eller handlingar i en bestämd riktning.⁶ Propaganda vill alltså få många människor att tycka samma sak. Själva processen att få folk att forma en åsikt kallas för opinionsbildning. **Opinionsbildning** kan se ut på många olika sätt: affischer, klistermärken, pins, flygblad, demonstrationer, film, sociala medier osv.

Vi brukar skilja på vit propaganda som har en tydlig avsändare, grå propaganda när det är oklart vem avsändaren är och svart propaganda när avsändaren utger sig för att vara någon annan.⁷

⁴ Statens medieråd (2013) *Våldsbejakande och antidemokratiska budskap på internet*.

⁵ global.britannica.com/topic/propaganda Definitionen grundar sig på Bruce Lannes Smiths artikel om propaganda

⁶ Ne.se

⁷ Doob (1950). "Goebbels' Principles of Nazi Propaganda" i *The Public Opinion Quarterly*. (Vol. 14, No. 3) s. 419–442

Propaganda kan i många fall förmedla demokratiska budskap som respekterar de mänskliga rättigheterna. Avsändaren kan vara en ideell organisation som är helt öppen med såväl sin identitet som med sina avsikter. Även politiska partier i en demokrati använder sig av propaganda, till exempel i sina valkampanjer. De försöker få dig som väljare att tycka på ett visst sätt och lägga din röst på deras parti.

Vad är det för skillnad på **information** och propaganda? Propaganda är alltid vinklad och har alltid till syfte att påverka på något sätt. Att den är vinklad behöver dock inte betyda att den är osann. Propagandisten vill väcka positiva eller negativa känslor för t.ex. en sakfråga, en folkgrupp eller en person. Därför gäller det att lära sig att känna igen propaganda och kunna tolka och ta ställning till vad budskapet är – och vem avsändaren är.

Vad är det för skillnad mellan **reklam** och propaganda? Egentligen är det ingen skillnad, båda vill påverka oss till att tycka eller göra något. I allmänhet används dock begreppen lite olika. Medan reklam har ett kommersiellt syfte, så har propaganda ett politiskt eller religiöst syfte.⁸

Propaganda är inget nytt

Genom historien finns många exempel på propaganda med olika utformning. Triumfbågar och ståtliga byggnader har sänt ut budskap om upphöjdhets och makt. Ledare har låtit sig bli avbildade på tavlor och mynt för att påverka människor att respektera dem. När tidningar började tryckas på 1700-talet kunde information och budskap spridas mycket fortare än förut. Politisk propaganda i svenska tidningar var vanligt redan under Frihetstiden.⁹ Även radio, tv och film har använts för att förmedla propaganda.

I krigstider är propaganda ett kraftfullt verktyg för påverkan. Under första världskriget var propagandan intensiv för att förmå män att ta värvning. Den brittiska propagandan spelade på ansvarskänslor, patriotism och manlighet. Om en man inte tog värvning var han feg. Det var vanligt att folk slängde en vit fjäder framför fötterna på män som var kvar hemma. Detta skulle symbolisera hur fega de var och hur de svek sitt land.¹⁰

I totalitära stater har propagandan ofta varit intensiv. I Nazityskland riktades propaganda mot såväl vuxna som mot barn och unga. Genom ungdomsorganisationerna Hitlerjugend för pojkar och Bund Deutscher Mädel för flickor kunde avsändarna nå många barn och unga.

⁸ www.global.britannica.com/topic/propaganda

⁹ <http://popularhistoria.se/artiklar/propagandans-ansikte/>

¹⁰ Forum för levande historia (2013) Film: *Från dröm till terror – om propaganda*
UR (2014) Tv-serie: *Brev från första världskriget*

Även läroböcker kunde innehålla antisemitisk propaganda med bilder där judar porträtterades som hemska, fula och farliga.¹¹

Varför fungerar propaganda?

För att förstå hur propaganda fungerar måste vi veta något om kommunikationsteorier, alltså hur kommunikation mellan människor fungerar. Propaganda handlar ju om att kommunicera ett budskap. Hur går det egentligen till?

Alla kommunicerar

Om vi förmedlar något till en annan person så kommunicerar vi. Hur vi förmedlar budskapet kan variera: vi kan exempelvis prata, skriva eller visa med bilder och musik.

Ordet kommunikation kommer från det latinska ordet *communicatio* som betyder ömsesidigt utbyte.¹²

Vi vill att andra ska reagera på det vi kommunicerat. Då får vi också ett kvitto på att vårt budskap har gått fram. Innehållet i kommunikationen kallas för **information**. Det kan finnas hinder för att informationen ska nå mottagaren. Kanske skickar sändaren ut för mycket eller för svår information, så att mottagaren inte tar emot allt och slutar lyssna. Ibland kanske informationen är så otydlig att mottagaren tolkar den på ett helt annat sätt än vad sändaren hade tänkt sig. En förutsättning för att den utsända informationen ska få önskad effekt är att sändare och mottagare delar samma förståelse av informationens kodsysteem, t.ex. att man talar samma språk.

När vi sållar och tolkar information kallas det selektiv perception. Perception är processen när vår hjärna tolkar det som vi varseblivit med våra sinnen. Att perceptionen är selektiv betyder att vi bara tolkar en del av alla de sinnesintryck vi får. Vi väljer ofta att uppmärksamma det som vi redan känner igen eller håller med om. Dessutom vill vi sortera och gruppera information, så att vi lättare kan ta till oss den. Våra erfarenheter, vilket humör vi är på och vilka vi är som personer påverkar hur vi tolkar budskap omkring oss. Ett känt exempel är *cocktailparty-effekten*. När vi sitter i ett rum och det är lite pratigt så hör vi inte allt som sägs, det mesta är som ett surr i bakgrunden. Men när någon säger vårt namn i andra änden av rummet hör vi det. Hur kommer det sig? Jo, det här är ett bevis på att vi egentligen har hört allt som sagts, men vår hjärna har sållat bort allt som inte varit viktigt för oss. Tv-producenter, reklamare och politiker har mycket kunskap om hur de ska göra för att vi ska sålla bort allt utom just deras budskap.

¹¹ Forum för levande historia (2009) *Om detta må ni berätta*

¹² Ne.se

Propaganda handlar om just detta: att kommunicera ett vinklat budskap och få människor att lyssna på just det och påverkas av det.

Text och bild

Vilket språkligt tilltal man väljer är väldigt viktigt för att budskap som sprids ska få önskad effekt. Budskapet bör vara enkelt och slagkraftigt. Det gäller att känna till hur ett visst ord uppfattas av mottagaren och välja rätt ord för att få den önskade effekten. Är någon en frihetskämpe, en gerillakrigare eller en terrorist? Valet av ord ger helt olika känslor och associationer och påverkar hur vi uppfattar den beskrivna personen.

Inte bara text kan avkodas på olika sätt utan även bilder har ett språk och blir en allt viktigare del av vår kommunikation. Vi tolkar bilder hela tiden, även om vi kanske inte alltid tänker på det. Bilder talar ofta mer direkt till våra känslor och kan blixtnsnabbt förmedla ett kraftfullt budskap. Beroende på ur vilken vinkel ett foto är taget kan vi få olika uppfattningar om den som porträtteras. Ett porträtt som är taget lite nerifrån får oss att tycka att personen är stor och mäktig. Är bilden tagen ovanifrån verkar personen istället liten och bräcklig. Om personen tittar in i kameran eller inte påverkar om vi uppfattar personen som aktiv eller passiv. Bildens färger är också viktiga för upplevelsen. Varma färger kan ge positiva känslor och kalla, mörka färger kan istället ge aggressiva och negativa associationer. Bilder kan också manipuleras och ändras. De kan retuscheras, beskäras eller monteras ihop med andra bilder eller med text, så att bildens budskap blir något helt annat än vad det var från början.

Olika propagandatekniker

Men hur gör vi då, om vi vill påverka någon annan? Här presenterar vi fem vanliga propagandatekniker. Ibland används bara en av teknikerna men ofta kombineras flera olika tekniker för att få största möjliga effekt.

Spela på känslor

Propaganda spelar ofta på känslor som ilska, frustration, rädsla, hopp och sympati för att få mottagaren att ta till sig det förmedlade budskapet. En skicklig propagandist utnyttjar dessa känslor så att mottagaren glömmer bort att tänka kritiskt.¹³ För att väcka känslor är det effektivt att inte bara använda tal och text. Vi kan exempelvis påverkas djupt av bilder och musik, vilket gör dem till effektiva verktyg för en propagandist. Tänk dig en skräckfilm utan musik eller en sorglig och romantisk scen utan stråkar i bakgrunden. Inom den högerextrema rörelsen i Sverige har Vit makt-musiken historiskt spelat en viktig roll i rörelsens propaganda.

¹³ www.propaganda.mediaeducationlab.com

Även nationalistisk kampmusik har använts för att förstärka de budskap och de ideal som högerextrema organisationer sprider.¹⁴

Attackera motståndaren – skapa ”vi” och ”dem”

Ett av de mest effektiva sätten att skapa en vi-känsla är att peka ut en gemensam yttre fiende. Fienden kan vara en folkgrupp eller människor med en viss religion eller ett visst utseende. I Nazityskland utmålades judar som nationens fiender. För att smutskasta en utpekad fiende är det vanligt att sprida falska påståenden om hur människor i den här gruppen beter sig och vilka egenskaper de har. Den påstådda fienden görs ansvarig för allt som är dåligt eller inte fungerar i samhället – den görs till **syndabock**. Att skylla på någon annan bidrar också till att stärka vi-känslan inom den egna gruppen.

En psykologisk förklaring till varför detta fungerar är något som kallas för det **fundamentala attributionsfelet**. Det innebär att vi förklarar vårt beteende utifrån yttre faktorer, men förklarar andras beteende utifrån deras antagna egenskaper.¹⁵ ”Jag missade bussen eftersom den kom för tidigt. Han missade bussen eftersom han alltid är ute i sista sekunden.” Vi sätter alltså gärna etiketter på andra människor, men är ofta obekväma med att få en sådan på oss själva.

I sociala medier eller diskussionsforum där vi räknar med att vi, eller vår åsikt, är i majoritet och att andra kommer att hålla med oss får propaganda som stämmer överens med dessa åsikter ofta stå oemotsagd. Då förstärks vi-känslan och våra åsikter upplevs som ”korrekta”. Om vi ger uttryck för att en utomstående grupp på något sätt är dålig, blir vi mer och mer övertygade om att det är sant när alla vi möter bekräftar våra åsikter. Omvänt är vi mindre benägna att framföra våra åsikter om vi tror att vår åsikt är i minoritet. Det bildas därmed en *tystnadsspiral* – det förs färre diskussioner där människor har olika åsikter. Uppfattningen att ”alla” tycker likadant stärks ytterligare.¹⁶

Detta möjliggör också att extrema åsikter lättare får fäste. Åsikter blir hela tiden bekräftade och upplevs därmed alltmer som normen i slutna miljöer, antingen på nätet eller utanför. Då sker en **normaliseringsprocess**.

¹⁴ Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (2016) *Ung och extrem – om våldsbejakande högerextremism*

¹⁵ Hwang, Philip, Lundberg, Ingvar, Rönnberg, Jerker & Smedler, Ann-Charlotte (red:er) (2007). *Vår tids psykologi*

¹⁶ Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion, our social skin*

Förenkla information och idéer – vinkla fakta

Propaganda kan innehålla korrekt information, halvsanningar, åsikter, direkta lögnen och falsifieringar. Framgångsrik propaganda ger komplexa problem förenklade förklaringar. Ofta används metaforer, bilder och repetition för att få budskapet att verka trovärdigt. En text kan t.ex. få en annan innebörd om enbart delar lyfts ut eller om den presenteras på ett nytt sätt. Ett vanligt exempel är att **rekontextualisera** nyheter. Då lyfts en nyhet ur sitt sammanhang och förklaras utifrån ett nytt perspektiv med en propagandistisk agenda. Ifall det rapporteras om många våldtäkter på festivaler kan en skribent med rasistisk agenda istället skriva att "svenska kvinnor våldtas av invandrare".

Tilltala en viss målgrupp

En av de första reglerna i kommunikation är: du kan aldrig rikta dig till alla samtidigt. Ett budskap måste ha en definierad målgrupp för att nå fram. Vi har alla olika roller i våra liv. Vi kan vara någons dotter, fotbollstokig, bagare osv. Därför kan vissa propagandabudskap tala till oss som kvinna, andra utifrån våra intressen och ytterligare andra utifrån vårt arbete.¹⁷ Då skapas en vi-känsla och mottagaren blir mer benägen att lyssna. Könsnormer och ideal blir ofta tydliga när propaganda riktas till män respektive kvinnor. Både högerextrema och islamistiskt extremistiska grupper har konservativa ideal för kvinnor och män, vilket blir tydligt i rörelsernas propaganda. Män är hypermaskulina krigare medan kvinnorna framställs som nationen eller kalifatets moder som ska fostra framtida krigare.¹⁸

Jihad cool är ett fenomen som beskriver en ny trend och subkultur inom den våldsbejakande islamistiska extremismens propaganda. Det är en form av propaganda som främst riktar sig till unga män, men även till unga kvinnor och går ut på att skapa en coolhetsfaktor kring den våldsbejakande islamistiska extremismen. Jihad cool uttrycks bland annat i rapmusik, propagandafilmer, magasin och bilder. Den riktar sig till potentiella rekryter från väst genom att den liknar populärkultur som de är bekanta med genom att använda referenser till Hollywoodestetik, filmer och dataspel.¹⁹

¹⁷ www.propaganda.mediaeducationlab.com

¹⁸ Myndigheten för ungdoms- och civillsamhällesfrågor (2016) *Ung och extrem – om våldsbejakande högerextremism* samt *Ung och extrem – om våldsbejakande islamistisk extremism*

¹⁹ Myndigheten för ungdoms- och civillsamhällesfrågor (2016) *Ung och extrem – om våldsbejakande islamistisk extremism*

Repetera ett budskap

Om man upprepar något tillräckligt ofta kan det till sist komma att upplevas som sant. Därför använder sig propagandister ofta av upprepning. När det är val ser vi samma valaffischer överallt och vi hör politiker säga samma saker om och om igen. Repetitionens kraft blir särskilt tydligt på nätet. När vi delar varandras information repeteras samma budskap tills det uppfattas som sant. Samma budskap kan även uttryckas i flera olika sociala medier vilket kan ge upplevelsen att många personer har samma åsikt eller att det är en åsikt som är att betrakta som allmängods då den förekommer i många sammanhang.

Konspirationsteorier

Det var amerikanerna själva som låg bakom 9/11

Månlandningen är en bluff

Världen styrs av hemliga sällskap

En politisk konspiration låg bakom mordet på Olof Palme

Alla påståendena ovan är exempel på **konspirationsteorier**, alltså teorier som försöker förklara något genom att anta att det förekommer en konspiration, en hemlig sammansvärjning bakom händelsen. Ibland kan dessa förklaringar bli väldigt fantasifulla. Benägenheten att tro på konspirationsteorier är inte mer utbredd bland unga än bland vuxna, snarare tvärt om.

När det gäller de konspirationsteorier som presenteras ovan är det fler vuxna (25–49 år) som instämmer i dem än unga (15–24 år), bortsett från teorin att det var amerikanerna själva som låg bakom 11/9.²⁰ Konspirationsteorier har ofta samma grundstruktur:

Det påstås finnas en mäktig grupp som arbetar i hemlighet för en viss sak. Det är viktigt för den här gruppen att allmänheten inte känner till hur det egentligen ligger till. Alla som försöker avslöja gruppen och berätta "sanningen" blir motarbetade.

Konspirationsteorier kan användas som effektiva medel i propaganda. Genom att föra fram en teori om hur en fiende konspirerar för att uppnå onda syften så skapas en starkare vi-känsla. "Det är vi som är utsatta, det är vi som måste bekämpa fienden." Konspirationsteorier behöver ofta bygga på något som vi redan har en relation till, något som vi är rädda för eller känner förvirring om. Vi accepterar lättare teorier som liknar och bekräftar den världsbild vi redan har. Den som ifrågasätter teorin kan alltid anklagas för att själv vara en del av konspirationen.²¹

Konspirationsteorier förekommer i propaganda från flera olika aktörer. Inom högerextrema grupper förekommer olika konspirationsteorier i vilka de etablerade svenska partierna och massmedierna är i maskopi med framför allt judiska konspiratörer världen över som är fientligt inställda till det svenska folket.²² Antisemitiska konspirationsteorier var även en del av den propaganda som Nationaldemokraterna använde sig av för att locka till sig missnöjda SD-medlemmar.²³ Bland våldsbejakande islamistiska extremister förekommer föreställningar att det efter attentaten mot World Trade Center den 11 september 2001 pågår ett krig mot världens muslimer. Det är ett krig som anförs av västerländska makter, ofta via USA, medier och underrättelsetjänster. Denna föreställning innehåller även antisemitiska konspirationsteorier då det ofta lyfts fram att judarna ligger bakom hela kriget. I detta tankegods förekommer en del konspirationsteorier som liknar de populära Illuminati-konspirationsteorierna.²⁴

Illuminati-konspirationsteorin går ut på att en hemlig elit styr världen med hjälp av banker, medier och populärkultur.²⁵

²⁰ Målgruppsanalys för Statens medieråd: *Unga och konspirationsteorier* (2016)

²¹ UR Samtiden (2016) Filmad föreläsning: *Så uppkommer konspirationsteorier*, med Erik Åsard

²² Fekte (2012) *Pedlars of hate: the violent impact of the European far right*.

²³ Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (2016) *Ung och extrem – om våldsbejakande högerextremis*

²⁴ Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (2016) *Ung och extrem – om våldsbejakande islamistisk extremism*

Varför vill vi tro på konspirationsteorier?

Det finns flera förklaringar till varför vi tror på konspirationsteorier. En förklaringsmodell är begreppet **kognitiv dissonans** som socialpsykologen Leon Festinger lanserade på 1950-talet.²⁶ Kognitiv dissonans betyder att vi mår dåligt om vi gör något, eller något händer, som inte stämmer överens med vår uppfattning. För att slippa obehaget, dissonansen, ändrar vi uppfattning eller beteende, skyller på någon annan eller hittar helt enkelt på en ny "sanning". Vi kan också undvika information eller situationer som inte stämmer överens med vår uppfattning. Ett exempel kan vara hur ett parti hanterar undersökningen som visar att väljarnas stöd sjunker samtidigt som partimedlemmarna själva har uppfattningen att partiet är större och starkare än någonsin. Självklart vill partimedlemmarna inte tro på undersökningen utan förklarar istället detta med att det är "en sammansvärjning från etablissemangen som gör bluffmätningar och sprider falsk propaganda". Det är lättare att tro på en konspirationsteori än att ändra sin egen uppfattning om partiet. Att inte vilja ta till sig fakta om den strider mot ens uppfattning eller beteende kallas ofta för **faktaresistens**. Andra förklaringar till varför konspirationsteorier finns är:

- ➔ ***De skapar struktur och enkelhet i en hotfull och komplex värld.***
- ➔ ***Idag är vi mer sekulariserade vilket gör att vi inte kan förklara komplicerade frågor med religion utan måste hitta alternativa svar.***
- ➔ ***Idag finns det så mycket information att tillgå att vi alltid kan hitta källor som bekräftar det vi själva tror på.***

²⁵ <http://varldenshistoria.se/samhalle/konspirationsteori-varlden-styrs-av-hemliga-sallskap>

²⁶ Festinger (1957) *A Theory of Cognitive Dissonance*

Här kan du lära dig mer

Vill du fördjupa dig ytterligare i ämnet propaganda och våldsbejakande och antidemokratiska budskap följer här några tips på vidare läsning, filmer, tv-program och webbplatser som kan vara intressanta att titta vidare på.

Facklitteratur

- Christian Catomeris (2004, kommer en ny utgåva 2017) *Det ohyggliga arvet*. Ordfront.
Det ohyggliga arvet handlar om de synsätt som genom århundradena präglat svenskars möten med etniska minoriteter och andra kategorier "främlingar". Boken kartlägger djupt förankrade stereotyper om afrikaner, finnar, judar, "orientaler", samer, "tattare" och "zigenare".
- Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (2016) *Ung och extrem*. Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor.
Ung och extrem är en skriftserie som innehåller tre skrifter om respektive vänster-, höger- och islamistisk extremism med fokus på unga och genus. Som komplement till skrifterna finns tre poddar där reportern Karin Hållsten intervjuar författarna.
- Heléne Lööw (2015) *Nazismen i Sverige 2000–2014*. Ordfront.
Heléne Lööw har under senare år närstuderat nationalistiska rörelser runt om i Europa, som vuxit fram i en bred vit makt-miljö som väldigt få har inblick i.
- Lisa Bjurwald (2013) *Skrivbordskrigarna, hur extrema krafter utnyttjar Internet*. Natur och Kultur.
En reportagebok där Bjurwald beskriver det mörka nätet – hur extremister utnyttjar internet.
- Forum för Levande historia (2013) *11 saker alla bör veta om mänskliga rättigheter*. Forum för levande historia.
En broschyr som ger en översikt över de mänskliga rättigheterna och deras historia www.levandehistoria.se.
- Statens medieråd (2013). *Våldsbejakande och antidemokratiska budskap på internet*. Statens medieråd.
Rapporten beskriver förekomsten av antidemokratiska budskap på internet och i sociala medier. Fokus har varit grupper som riktar sig till ungdomar och som uppmanar till våld för en politisk, religiös eller ideologisk sak www.statensmedierad.se.

- Øyvind Strømme (2012) *Det mörka nätet – om högerextremism, kontrajihadism och terror i Europa*. Molin Sorgenfrei.
En relativt lättläst bok som på ett konkret sätt förklarar högerextremismens framväxt i Europa och ger en bakgrund till Anders Behring Breiviks terrordåd.
- Stéphanie Bruchfeld och Paul A. Levine (2009) *Om detta må ni berätta*. Forum för levande historia.
En bok om Förrintelsen i Europa som visar hur det ofattbara kunde ske och hur människor kan påverkas att göra grymheter mot andra. Den finns även som e-bok eller pdf med filmklipp och lyssnafunktion www.levandehistoria.se.

Skönlitteratur

- Vibeke Olsson (1995), *Molnfri bombnatt*. Bonniers.
En roman som ger oss nycklar till hur "vanliga" människor kunde bli nazister i Nazityskland.
- George Orwell (1948) *1984*. Atlantis.
En klassisk dystopi som beskriver det totalitära samhället där sanningen ständigt friseras utifrån maktens behov.
- George Orwell (1945), *Animal farm*. (*Djurfarmen* eller *Djurens gård* på svenska). Atlantis.
En klassiker som kritiserar det totalitära Sovjetunionen med dess propaganda, polisterror och censur.
- John Le Carré (1974), *Tinker, Tailor, Soldier, Spy*. Sceptre.
En roman om konspirationsteorier och spioner under Kalla kriget.

Film och tv-program

- UR Samtiden (2015) *Hjältar och terrorism*, Suleiman Bakhit.
En filmad föreläsning med serietecknaren Suleiman Bakhit, där han berättar om vikten av att ge barn och unga positiva förebilder och hjältar för att motverka extremism.
- UR (2014) *Conspiracy*
En tv-serie för gymnasiet om konspirationsteorier.
- UR (2014) *Diktatorn*
En dokusåpa för gymnasiet om åtta ungdomar som ska klara sig i en totalitär diktatur i åtta dagar.

- UR (2014) *Brev från första världskriget*
Tv-serie för mellanstadiet som berättar om Första världskriget utifrån enskilda personers livsöden.
- Forum för levande historia (2013) *Från dröm till terror – om propaganda*
En film om kommunistiska regimers brott mot mänskligheten.
- UR, En bok en författare (2013), *Skrivbordskrigarna*
Ett tv-program där Lisa Bjurwald berättar om sin bok *Skrivbordskrigarna*, som handlar om extremhögern på internet.
- UR (2012) *Mediatiden*
En tv-serie för högstadiet om pressetik, censur och propaganda.
- UR (2011) *Medialized*
En tv-serie för gymnasiet om medier, mediekritik och påverkan.
- *Udergångens arkitektur (Architecture of Doom) (1989)*
En dokumentär av Peter Cohen som visar hur konst, arkitektur och bilder användes för att få fram nazismens budskap.
- *The Wave, (1981)*
En film av Alexader Grasshof. Visserligen en gammal film, men fortfarande aktuell. Filmen skildrar en high school i USA där en lärare genomför ett socialt experiment för att visa hur människor kunde ansluta sig till nazisterna i Tyskland på 30-talet.

Webbsidor

- Bildskolan <http://goo.gl/jL8eo>
Bildskolan folkbildar om stereotypa bilder. Hittills har 23 delar publicerats, de flesta av dessa har fokuserat på stereotypa bilder av svarta, men Bildskolan kommer framöver att behandla även andra stereotypa bilder.
- Exit Fryshuset www.exit.fryshuset.se
Exit drivs av Fryshuset och hjälper medlemmar som vill lämna nationella rörelser. Här finns mycket information samt metodmaterial för skolan.
- Expo Skola www.skola.expo.se
Drivs av stiftelsen Expo. Expo sola erbjuder en kunskapsbank om organiserad rasism och intolerans för lärare och elever.

- **Forum för levande historia** www.levandehistoria.se
Här finns mycket material för klassrummet och för fördjupning om demokrati, tolerans och alla människors lika värde.
- **Kunskapsbanken Bilders makt** www.bildersmakt.se
(lanseras senhösten 2017)
Vi lever omgivna av bilder som formar vår uppfattning av världen, andra människor och oss själva. Samtidigt saknar många den kunskap som behövs för att kunna tolka visuella uttryck, vilket blir extra plågsamt när det gäller rasistiska och antisemitiska stereotyper som reproduceras i offentligheten. Genom att berätta om de stereotypa bildernas ursprung, historia och funktion skapar kunskapsbanken *Bilders makt* pedagogiska, bildbaserade verktyg för visuell läskunnighet som gör det möjligt att känna igen stereotyperna.
- **Myndigheten för samhällsskydd och beredskap** www.msb.se
Lyssna på avsnitt sju i MSBs poddcast *Om krisen kommer*. Där diskuteras propaganda utifrån tre teman: *Troll och propaganda*, *Unga om propaganda på nätet*, *För bra för att vara sant*.
- **Nationella samordnaren mot våldsbejakande extremism** www.samordnarenmotextremism.se
Samordnaren ska verka för att öka kunskapen om våldsbejakande extremism och främja utvecklingen av förebyggande metoder. Den arbetar även för att förbättra samverkan mellan myndigheter, organisationer och kommuner.
- **SKMA, Svenska kommittén mot antisemitism** www.skma.se
Här finns utbildningsmaterial om antisemitism och rasism. En organisation som verkar för att förebygga och motverka antisemitism och rasism. De erbjuder även undervisningsmaterial för skolan.
- **Segerstedtinstitutet** www.segerstedtinstitutet.gu.se
Segerstedtinstitutet ska bidra till kunskapsutveckling kring förebyggande arbete mot våldsutövande ideologier och strukturer samt rasistiska organisationer.

- Statens medieråd www.statensmedierad.se
Här kan du lära dig massor om bland annat medier, källkritik och näthat. Det finns många publikationer och lärarhandledningar att ladda ner samt poddar att lyssna till. Missa inte No hate-poddens avsnitt om konspirationsteorier, om bilder och kommunikation och om att välja tillhörighet.
- Teskedsorden www.teskedsordern.se
Teskedsorden är en svensk stiftelse som arbetar för ökad tolerans och respekt människor emellan. Här finner du material och lärarhandledningar som hjälp för att arbeta med tolerans och respekt i skolan.

Referenser

Doob, Leonard (1950-09-13) "Goebbels' Principles of Nazi Propaganda".
The Public Opinion Quarterly. 3 (Vol. 14, No. 3): 419–442

Stéphanie Bruchfeld & Paul A. Levine (2009) *Om detta må ni berätta*.
Stockholm: Forum för levande historia.

Fekte, Liz (2012) *Pedlars of hate: the violent impact of the European far right*.
London: Institute of Race Relations.

Festinger, Leon (1957) *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford
University Press.

Hwang, Philip, Lundberg, Ingvar, Rönnerberg, Jerker & Smedler,
Ann-Charlotte (red:er) (2007) *Vår tids psykologi*. Stockholm: Natur och Kultur.

Internetstiftelsen i Sverige (2016) *Svenskarna och internet*. Stockholm:
Internetstiftelsen i Sverige.

Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (2016) *Ung och extrem
– om våldsbejakande högerextremism*. Stockholm: Myndigheten för ungdoms-
och civilsamhällesfrågor.

Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (2016) *Ung och extrem
– om våldsbejakande islamistisk extremism*. Stockholm: Myndigheten för
ungdoms- och civilsamhällesfrågor.

Målgruppsanalys för Statens medieråd: *Unga och konspirationsteorier*
(2016) [Opublicerat manuskript] Stockholm: Statens medieråd

Noelle-Neumann, Elisabeth (1993) *The spiral of silence: Public opinion, our
social skin*. Chicago: University of Chicago Press.

Statens medieråd (2013) *Våldsbejakande och antidemokratiska budskap på
internet*. Stockholm: Statens medieråd

Statens medieråd (2015) *Ungar och medier*. Stockholm: Statens medieråd.

Statens medieråd. (2016). *Propaganda och bilders makt*. Stockholm:
Statens medieråd.

Elektroniska källor

www.global.britannica.com/topic/propaganda (hämtat 160914)

www.ne.se (hämtat 161026)

www.propaganda.mediaeducationlab.com (hämtat 161026)

www.kit.se/2016/09/21/60264/filterbubblor-finns-de/ (hämtat 160921)

www.dn.se/insidan/nagra-vanliga-konspirationsteorier/ (hämtat 160914)

www.popularhistoria.se/artiklar/propagandans-ansikte/ (hämtat 161101)

www.varldenshistoria.se/samhalle/konspirationsteori-varlden-styrs-av-hemliga-sallskap (hämtat 161116)

Rörlig media

Forum för levande historia (2013) Film: *Från dröm till terror – om propaganda*

UR (2014) TV-serie: *Brev från första världskriget*

UR Samtiden (2016) Filmad föreläsning med Erik Åstard: *Så uppkommer konspirationsteorier.*