

(vertaling uit <http://www.psywarrior.com/Goebbels.html>)

JOSEPH GOEBBELS



1897 -1945

Het Duitse Nazi partijlid Joseph werd de propagandaminister van Adolf Hitler in 1933, wat hem macht gaf over alle Duitse radio's, pers, bioscopen, en theater.

In 1925 ontmoette Goebbels de partijleider Adolf Hitler. In 1926 werd hij gepromoot tot *Gauleiter*, of partijleider voor het gebied van Berlijn en in 1927 stichtte hij en werd redacteur van het officiële Nationale Socialistische tijdschrift *Der Angriff* (de Aanval). Hij werd verkozen tot de Reichstag, het Duitse parlement, in 1928. Door menigte-emoities te exploiteren en door alle moderne methodes van propaganda aan te wenden hielp Goebbels Hitler in 1933 aan de macht.

Toen Hitler de macht greep werd Goebbels benoemd tot Reichsminister voor propaganda en nationale verlichting. Van toen tot zijn dood gebruikte Goebbels alle media van onderwijs tot media voor zijn verdere Nazi-propagandistische doelstellingen, het concept indruppelend in de Duitsers dat hun leider als een god was en dat hun lot het overheersen van de wereld was. In 1938 werd hij lid van Hitler's kabinetsraad. Later in WOII, in 1944, gaf Hitler hem de verantwoordelijk voor de totale mobilisatie.

Als Reichsminister voor Propaganda en Nationale Verlichting, kreeg Goebbels de volledige controle over radio, pers, bioscoop en theater. Later reglementeerde hij ook de hele Duitse cultuur. Goebbels plaatste zijn onbetwistbare intelligentie en zijn briljant inzicht volledig in voor de massapsychologie ten dienste van zijn partij. Zijn giftigste propaganda was gericht tegen de Joden. Als hypnotisch orator was hij slechts aan Hitler ondergeschikt en in zijn het opvoeren tijdens massavergaderingen en parades was hij onovertroffen. Volkomen cynisch, scheen hij slechts in de zelfrechtvaardiging van macht geloofd te hebben. Hij bleef loyaal aan Hitler tot het einde. Op 1 Mei 1945, als de Sovjetroepen Berlijn bestormden, pleegde Goebbels toegewijde zelfmoord.

Hieronder vermeld zijn de principes van wat wordt beweerd een samenvatting te zijn van Goebbels' propaganda principes. Zij kunnen als zijn intellectuele erfenis worden gezien. Of deze erfenis op geschiedkundige werkelijkheid berust is een methodologische vraag. Of het geldig is is een psychologische kwestie. Als of wanneer delen ervan in een democratische maatschappij zouden kunnen worden gebruikt zijn diepgaande en storende problemen van politieke en ethische aard.

DE PRINCIPES VAN GOEBBELS' PROPAGANDA

Gebaseerd op *The Principles of Goebbels' Propaganda* door Leonard W. Doob, die in *Public Opinion and Propaganda* werden gepubliceerd; (*A Book of Readings edited for The Society for the Psychological Study of Social Issues.*).

1. De propagandist moet toegang hebben tot informatie betreffende gebeurtenissen en de publieke opinie.
2. Propaganda moet door slechts één gezag worden gepland en uitgevoerd:
 - a. Het moet alle propagandarichtlijnen uitgeven.
 - b. Het moet propagandarichtlijnen verklaren aan belangrijke ambtenaren en hun moreel handhaven.
 - c. Het moet op de activiteiten van andere agentschappen toezicht houden die propagandagevolgen kunnen hebben
3. De propagandagevolgen van een actie moeten in de planning van die actie worden overwogen.
4. Propaganda moet het beleid en de actie van de vijand beïnvloeden:
 - a. Door begerenswaardig propagandistische informatie te onderdrukken dat de vijand van nuttige intelligentie zou kunnen voorzien
 - B. Door vrijelijk verspreide propaganda aan te bieden die door zijn inhoud of toon de vijand ertoe beweegt de gewenste gevolgtrekkingen te maken
 - c. Door de vijand te prikkelen en zo vitale informatie over hemzelf vrij te geven
 - D. Door geen verwijzing naar een gewenste vijandelijke activiteit te maken wanneer om het even welke verwijzing deze activiteit zou kunnen beïnvloeden
5. De vrijgegeven, operationele informatie moet beschikbaar zijn om een propagandacampagne uit te voeren
6. Om te worden opgemerkt moet propaganda de interesse van het publiek opwekken en moet via een populair communicatiemiddel worden overgebracht.
7. Alleen de geloofwaardigheid bepaalt of propaganda bruikbaar is.
8. Het doel, de inhoud en de doeltreffendheid van vijandelijke propaganda; de sterkte en de gevolgen van een standpunt; en de aard van huidige propagandacampagnes bepaalt of de vijandelijke propaganda zou moeten worden genegeerd of worden weerlegd.
9. De geloofwaardigheid, nieuwsaarde en de mogelijke gevolgen van het naar buiten brengen bepalen of propagandamateriaal moet worden gecensureerd.

10. De inhoud van vijandelijke propaganda kan worden gebruikt wanneer het helpt de geloofwaardigheid van de vijand te verminderen of steun aan de eigen propagandistisch doelstellingen verleent.

11. Zwarte eerder dan witte propaganda kan worden toegepast wanneer de laatstgenoemde minder geloofwaardig is of ongewenste gevolgen veroorzaakt.

12. Propaganda kan door prestigieuze leiders worden vereenvoudigd (gemakkelijker aan de man gebracht *sic*)

13. Propaganda moet zorgvuldig samengesteld zijn:

a. De mededeling moet het publiek vóór de concurrerende propaganda bereiken.

B. Een propagandacampagne moet op het optimale ogenblik beginnen

c. Een propagandathema moet, maar niet voorbij het punt van verminderende doeltreffendheid, steeds opnieuw worden herhaald

14. Propaganda moet gebeurtenissen en mensen met distinctieve uitdrukkingen of slogans etiketteren:

a. Zij moet de gewenste reacties oproepen bij het publiek

B. Zij moet gemakkelijk kunnen worden onthouden

c. Zij moet opnieuw en opnieuw, maar slechts in aangewezen situaties worden gebruikt

D. Zij moet boemerangveilig zijn

15. Propaganda aan het thuisfront moet het koesteren van valse hoop vermijden die door verdere gebeurtenissen zou kunnen exploderen.

16. Propaganda voor het thuisfront moet tot een maximaal niveau van bezorgdheid leiden:

a. Propaganda moet bezorgdheid betreffende de gevolgen van een nederlaag versterken

b. Propaganda moet de bezorgdheid (buiten die van de gevolgen van een nederlaag) verminderen die te hoog zou kunnen oplopen en niet door het volk zelf kan worden verminderd

17. Propaganda aan het thuisfront moet het effect van frustratie verminderen:

a. De onvermijdelijke frustraties moeten worden voorzien

b. De onvermijdelijke frustraties moeten in perspectief worden geplaatst

18. Propaganda moet het verschuiven van agressie vergemakkelijken door de doelstellingen voor haat te specificeren.

19. Propaganda kan sterke tegenreacties niet onmiddellijk afweren; in plaats daarvan moet het één of andere vorm van actie of afleiding aanbieden, of allebei.