

Simon Bryhni Frostad

Britisk propaganda under andre verdenskrig, 1939-45, med Nigeria som eksempel.

Masteroppgave i Historie
Veileder: John Kwadwo Osei-Tutu
August 2022

Simon Bryhni Frostad

Britisk propaganda under andre verdenskrig, 1939-45, med Nigeria som eksempel.

Masteroppgave i Historie
Veileder: John Kwadwo Osei-Tutu
August 2022

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Det humanistiske fakultet
Institutt for historiske og klassiske studier



NTNU

Kunnskap for en bedre verden

Sammendrag

Propaganda var et viktig verktøy for Storbritannia i andre verdenskrig, 1939-45. De britiske myndighetene hadde erfaring med propagandavirksomhet fra første verdenskrig, men gjennomgikk en turbulent utviklingsprosess i mellomkrigstiden. Erfaringene fra første verdenskrig hadde skapt stor mistillit til propaganda, og den ble ansett som noe manipulerende, uærlig og u-britisk. Allikevel førte teknologiske innovasjoner og muligheten for en ny krig til at britiske myndigheter så det som nødvendig å gjenoppta virksomheten. Propagandaen skulle følge nye retningslinjer, og være mer i tråd med britiske verdier. Storbritannia ønsket i utgangspunktet ikke en ny krig, men anså det som nødvendig å stå imot den tyske aggresjonen, og mobiliserte derfor blant annet gjennom propaganda. Landet gjennomførte en psykologisk gjenopprustning. Storbritannia var en kolonimakt, og det britiske imperiet hadde store internasjonale interesser å ta vare på. Disse ble viktige for å holde det britiske krigsmaskineriet i gang. Nigeria er et godt eksempel på en betydelig britisk koloni, som bidro med store ressurser til krigen, i form av blant annet mannskaper og materiell. Britiske propagandister arbeidet målbevisst for å sikre nigerianernes støtte og lojalitet gjennom andre verdenskrig.

Abstract

Propaganda was an important tool for Great Britain during the Second World War, 1939-45. The British authorities had experience with propaganda activities from the First World War but underwent a turbulent development process in the interwar period. The experiences of the First World War had created a great distrust of propaganda, and it was regarded as something manipulative, dishonest, and un-British. Nevertheless, technological innovations and the possibility of another war led the British authorities to see it necessary to resume business. The propaganda was to follow new guidelines and be more in line with what was considered British values. Britain initially did not want a new war but considered it necessary to stand against the German aggression, and therefore mobilized, among other things, through propaganda. The country carried out a process of psychological rearmament. Britain was a colonial power, and the British Empire had major international interests to look after. These became important to keep the British war machine going. Nigeria is a good example of a significant British colony, which contributed with large amounts of resources to the war, consisting of, among other things, manpower and materials. British propagandists worked purposefully to secure the Nigerians' support and loyalty throughout the Second World War.

Forord

Da var det endelig gjort! Oppgaven er ferdigskrevet, og jeg kan til slutt si meg ferdig på masterstudiet i historie ved NTNU. Det har vært en fantastisk opplevelse, og jeg har mange jeg ønsker å takke.

For det første vil jeg rette en stor takk til min veileder John Kwadwo Osei-Tutu. Du er en ekstremt kunnskapsrik og ærlig person, og jeg er takknemlig for alle tilbakemeldinger jeg har fått. I tillegg har jeg satt stor pris på støttende ord og humor på de dagene hvor livet ikke nødvendigvis har vært like topp. Det var gjennom emnet AFR2850 med deg, det første semesteret mitt på NTNU, at gnisten for denne oppgaven ble tent.

Takk til de ansatte på The National Archives i Kew, London, for all hjelp i arbeidet med å finne kilder til denne oppgaven.

Takk til mamma, pappa, Mathias, Kristoffer og Nano. Dere er en super familie, og jeg er veldig glad for alt av støtte dere har gitt meg gjennom hele studietiden. En ekstra takk til pappa for at du har lest korrektur og gitt meg tilbakemeldinger på oppgaveteksten.

Takk til Eirik og Narve for alle fine løpeturer, gode middager og hyggelige samtaler om alt og ingenting. En ekstra takk til Eirik for den siste gjennomlesningen av oppgaven, og for utallige turer i badstua.

Takk til Erik for alt av godt samvær, og for ærlige kommentarer og samtaler om alt og ingenting. Takk til brettspillgjengen for timevis med spill, film og god stemning. Takk til Marit. Jeg har satt pris på all støtte. Takk til Mimi for alle fine samtaler, og for at du alltid har trua på meg.

En stor takk til mine medstudenter på lesesal 6392. Dere gjorde studieinnspurten særdeles hyggelig, og jeg er veldig glad for å ha blitt kjent med dere alle. En ekstra takk til Tord for fine filmkvelder og lærerike samtaler. Det er vanskelig å ikke la seg smitte av din lidenskap for historiefaget.

Oslo, 30. juli 2022

Simon Bryhni Frostad

Innhold

1	Innledning	11
1.1	Hvorfor propaganda, og hvorfor Vest-Afrika?	11
1.2	Forskningsslitteratur - Historiografi	13
1.3	Problemstilling	15
1.3.1	Forskningsspørsmål	16
1.4	Primærkildegrunnlag og metode.....	16
1.5	Oppgavens oppbygning	17
2	«Propaganda» og Storbritannias propagandavirksomhet i mellomkrigstiden	19
2.1	Innledning.....	19
2.2	«Propaganda» - En begrepsforklaring	19
2.3	Britisk propaganda i mellomkrigstiden – En kamp mot seg selv.....	23
2.4	Projisering av Storbritannia i mellomkrigstiden.....	25
2.5	The British Council – Kulturell propaganda satt i system.....	29
2.6	Veien til krig – Psykologisk gjenopprustning	31
2.7	Vurderinger for den nye krigstidspropagandaen	34
3	Britisk propaganda under andre verdenskrig	35
3.1	Innledning.....	35
3.2	En ny krig	35
3.3	Propagandaens retningslinjer.....	39
3.4	Sensur som propaganda.....	42
3.5	Film som propaganda	46
4	Britisk propagandavirksomhet i Nigeria	52
4.1	Innledning.....	52
4.2	Behovet for propaganda i britiske Vest-Afrika	52
4.3	En plan for kolonipropagandaen.....	54
4.3.1	Å betrygge Vest-Afrika på Folkeforbundets evne til seier, og sikre bidrag til krigen 57	
4.3.2	Å ivareta vest-afrikanernes lojalitet til det britiske imperiet	60
4.3.3	The British Councils rolle i Nigeria	63
4.4	Hvordan å nå ut til befolkningen i Nigeria?	65
4.5	Filmpropaganda i Nigeria.....	69
4.5.1	Mobile filmenheter for å formidle filmpropaganda	71
5	Konklusjoner	76
5.1	Oppsummering	76
5.2	Den britiske krigstidspropagandaen	77

5.3	Kolonipropagandaen i Nigeria som eksempel	79
5.4	Sluttord: Propaganda som produkt av sin tid	80
Referanser.....		81
Arkiv		81
Litteratur		83

1 Innledning

Andre verdenskrig og krigsårene 1939-1945 brakte verden sammen i en destruktiv konflikt som merket verden og det kollektive minnet for ettertiden. Den første verdenskrigen hadde vært en ødeleggende og langdryg storkrig på en massiv skala, men i 1939 gjorde nye teknologiske innovasjoner, økt mobilitet i krigføringen og sterke ideologiske forskjeller at krigen ble mer omfattende og blodig enn tidligere. I tillegg utgjorde andre verdenskrig en langt mer total krig enn det den første hadde vært, og storsamfunnet ble mobilisert gjennom blant annet omfattende propagandavirksomhet. Propaganda var et relativt nytt våpen i det politiske arsenalet. Den ble anvendt i stor skala, og ble brukt mot både egen befolkning, fiendtlige aktører, okkuperte territorier og potensielle allierte. Propagandavirksomheten er særlig interessant å undersøke nettopp fordi den var såpass ny, og fordi det fortsatt ikke har blitt gjennomført mye forskning på feltet.

Storbritannia befant seg i en spesiell posisjon i krigens begynnelse; en øynasjon skjermet fra det europeiske kontinentet, men allikevel med bånd og bekymringer knyttet til det kulturelle og økonomiske felleskapet som eksisterte her. Å bedrive krig er kostbart, og krever mye ressurser. Derfor oppsto det en betydelig kamp om territorier og ressurser, og dette brakte konflikten til blant annet det afrikanske kontinentet, hvor Storbritannia som fremtredende imperiemakt hadde kolonier og økonomiske interesser. De afrikanske koloniene utgjorde områder som var ansett som svært viktige for å sikre kontroll over vitale ressurser for en langvarig krig på global skala, og var derfor av kontinuerlig interesse for britene både i tiden før, gjennom og etter konflikten. Denne oppgaven vil være rettet mot nettopp propaganda som våpen og verktøy for statlig kontroll og påvirkning, og jeg vil undersøke hvordan Storbritannia anvendte propaganda generelt under andre verdenskrig, med Nigeria i britiske Vest-Afrika som eksempel.

I dette første kapittelet vil jeg introdusere oppgaven og gjøre rede for tema og problemstilling. Videre vil jeg trekke frem eksisterende forskning på feltet, og redegjøre for hvorfor det er av historisk interesse å undersøke nettopp min problemstilling. I tillegg vil jeg presentere primærkildene jeg har brukt, gi et innblikk i disse og hvorfor de har blitt valgt.

1.1 Hvorfor propaganda, og hvorfor Vest-Afrika?

Hva har det for seg å skrive om et lands propagandavirksomhet under krigen? Andre verdenskrig er en historisk hendelse av massive proporsjoner, med store konsekvenser for både verden i sin tid og for den videre historiske utviklingen opp mot i dag. Den mottar fortsatt betydelig med oppmerksomhet, kanskje nettopp på grunn av konfliktens størrelse, grusomhetene som foregikk, ideologienes sammenstøt og konsekvensene dette fikk for mennesket oppi det hele. Krigen har blitt tillagt stor historisk betydning, nettopp på grunn av dette. Den står nedtegnet i historiebøkene som en advarsel om hva som kan skje dersom menneskelige ideologier går for langt i å splitte oss, hvordan samfunnsutvikling og menneskesyn kan forandre natur i rett kontekst, og hvor ødeleggende en moderne storkrig kan være. Krigens enorme konsekvenser har resultert i at utallige historikere har gjort forsøk på å redegjøre for konflikten, noe som har gjort

andre verdenskrig til et bredt utforsket historisk tema. Til tross for dette er propaganda som aspekt av krigen relativt lite forsket på, sammenlignet med for eksempel kamphandlingene på det europeiske kontinentet, Stillehavskrigen, ideologienes frammarsj og folkemord.

Propaganda er et begrep de fleste har hørt om, og som for eksempel ofte trekkes fram i forbindelse med politiske kampanjer, nyhetsbildet og underholdningsbransjen. Det er allikevel ikke nødvendigvis et veldig tydelig definert begrep, og det er derfor et interessant og aktuelt tema i seg selv. Å undersøke hvordan Storbritannia, som en av krigens betydningsfulle aktører, brukte propaganda, vil kunne gi en verdifull innsikt i et annet aspekt av andre verdenskrig. Kan vi snakke om en ideologisk opprustning? Kan propaganda beskrives som en egen forsvarsgren i moderne krigføring? Hvilken betydning hadde propagandavirksomhet for det politiske toppsjiktet, og oppsto det konflikt internt rundt bruken? Dette er viktige spørsmål å undersøke, og vil kunne avdekke betydningen en stormakt tiller propaganda som politisk verktøy på 1900-tallet. Propagandavirksomhet under andre verdenskrig er i seg selv et lite utforsket fagfelt i historie. Historiske undersøkelser om propagandavirksomhet rettet mot mindre politiske aktører i det globale verdensbildet, som for eksempel de britiske koloniene i Vest-Afrika og Nigeria, er desto mer obskure. Dette gjør at oppgaven får en betydelig faglig relevans, da den vil kunne utfylle et eksisterende tomrom. Det vil derfor være av historisk interesse å undersøke hvorfor Storbritannia anvendte propaganda, hvordan de arbeidet med virksomheten i Nigeria, samt gi et innblikk i hva slags typer propaganda som ble brukt. At dette er et mindre utforsket historisk felt gjør det særlig spennende, og åpner opp mulighetene for videre fremtidig forskningsarbeid.

Imperialisme og geostrategiske forhold spilte en viktig rolle for det britiske krigsmaskineriet, og det er aktuelt å undersøke hvordan propaganda fungerte som drivkraft i denne prosessen. Nigeria kan ved første øyekast virke som et merkelig eksempel å trekke fram i tilknytning til den britiske propagandavirksomheten, men Nigeria var nettopp en viktig koloni for Storbritannia. Det er særlig interessant å se på rollene til mindre kjente historiske aktører (sammenlignet med for eksempel Tyskland og USA) i en posisjon som mottakere for propaganda. Denne posisjonen kan gi en indikasjon på hvilket forhold disse aktørene hadde til en stormakt som Storbritannia, og hvilken betydning samt påvirkningskraft de hadde i det globale, historiske bildet. Det er interessant å undersøke den britiske propagandavirksomheten rettet mot koloniene i Vest-Afrika, blant annet fordi Afrikas rolle i verdenshistorien ikke alltid trekkes like tydelig frem som for eksempel den til Europa. Allikevel hadde blant annet britene i lang tid store økonomiske, politiske og geostrategiske interesser på det afrikanske kontinentet, noe som i utgangspunktet var en av drivkreftene bak den opprinnelige koloniseringen. Afrikanere deltok i andre verdenskrig på britenes side, både som mannskap og leverandører av viktige ressurser og krigsmateriell, og derfor vil det være av interesse å se på nøyaktig hvorfor og hvordan dette gikk til. Vi kan ta utgangspunkt i at propagandavirksomheten her hadde to sider: arbeid for å fremme rekruttering og støtte til Storbritannia, og konsolidering av eksisterende maktforhold for å sikre geopolitisk kontroll. Britene hadde allerede administrativ, politisk og økonomisk kontroll i Nigeria, og ønsket å sikre seg nigerianerne som «allierte», samt rekruttere mennesker og ressurser til krigsinnsatsen.

Denne oppgavens fokus vil ligge på den britiske propagandavirksomheten i krigsårene 1939-45. Ved å trekke frem propagandaarbeidet som foregikk i Nigeria som et eksempel på den større konteksten vil den historiske analysen kunne bli mer presis, og vi vil kunne

få et verdifullt innblikk i hvordan Storbritannia forholdt seg til koloniene som aktører og samarbeidspartnere under krigen.

1.2 Forskningslitteratur - Historiografi

Det litterære grunnlaget som må til for en studie av britisk propagandavirksomhet under andre verdenskrig, samt propagandaen rettet mot britiske Vest-Afrika og Nigeria som eksempel på denne, består av flere viktige komponenter. For det første må arbeidet bygges på et empirisk innsyn fra en generell litteratur om andre verdenskrig for å danne et tydelig historisk bakteppe, og gi innsikt i dette. Videre trenger vi litteratur vedrørende den britiske propagandavirksomheten i seg selv, samt den spesifikke propagandaen rettet mot de aktuelle aktørene. Dette behøves både for å få en forståelse for hva slags forskning som allerede eksisterer, og for å danne et kunnskapsfundament rundt den aktuelle problemstillingen. I tillegg vil det være aktuelt å trekke inn litteratur som tar for seg propaganda og propagandavirksomhet på et mer teoretisk plan. Dette er viktig for å få en forståelse for hva begrepet faktisk innebærer. En god begrepsanalyse vil legge et godt grunnlag for å forstå hvordan propaganda kan anvendes og har blitt anvendt, spesielt i den aktuelle historiske perioden, 1939-1945.

Som nevnt i det foregående er andre verdenskrig blitt forsket mye på som historisk tema, og det eksisterer derfor et betraktelig utvalg av litteratur å plukke fra. Denne analysen vil ta utgangspunkt i et utvalg tekster, her særlig *A History of Europe in the Modern World*¹ av R. R. Palmer, Joel Colton og Lloyd Kramer. I denne boken finnes det en detaljert redegjørelse for andre verdenskrig, og konflikten settes inn i en lenger historisk utviklingsprosess. Videre er krigshistorikeren Antony Beevors bok *The Second World War*² et omfattende verk om krigen, og vil derfor trekkes inn. Med tanke på de afrikanske koloniens perspektiv skriver Richard J. Reid om krigens konsekvenser i sin bok, *A History of Modern Africa. 1800 to the Present*³. Bøkene *History of Africa*⁴ av Kevin Shillington, *Colonial Africa, 1884-1994*⁵ av Dennis Laumann og *Africa since 1940. The past of the present*⁶ av Frederick Cooper vil trekkes inn for å komplementere denne.

For å bedre forklare propaganda som begrep og teoretisk fenomen vil jeg hovedsakelig ta utgangspunkt i artikkelen «Propaganda» av Bruce Lannes Smith, i *Encyclopedia Britannica*⁷. Artikkelen utgjør en tydelig og god forklaring på propagandabegrepet. I tillegg vil jeg trekke inn perspektiver fra *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*⁸ av Jacques Ellul. Denne boken utgjør en kritisk studie av propaganda, og benytter seg av både en psykologisk og sosiologisk tilnærming til konseptet. Med bakgrunn i disse to tekstene vil jeg kunne etablere en god forståelse for hva propaganda innebærer, og dermed forenkle tilnærmingen til oppgavens problemstilling.

¹ Palmer, R. R., Colton, J. & Kramer, L. (2014). *A History of Europe in the Modern World*. McGraw-Hill Education.

² Beevor, A. (2015). *The Second World War*. Orion Publishing.

³ Reid, R. J. (2012). *A History of Modern Africa. 1800 to the Present*. Wiley-Blackwell.

⁴ Shillington, K. (2012). *History of Africa*. Palgrave Macmillan.

⁵ Laumann, D. (2013). *Colonial Africa, 1884-1994*. Oxford University Press.

⁶ Cooper, F. (2002). *Africa since 1940. The past of the present*. Cambridge.

⁷ Smith, B. L. (2021, 24. januar). Propaganda. I *Encyclopedia Britannica*.

<https://www.britannica.com/topic/propaganda>

⁸ Ellul, J. (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Vintage Books.

Videre finnes det et utvalg av litteratur om britisk propagandabruk under andre verdenskrig som vil være av interesse for denne oppgaven. Der Smith og Ellul tar for seg propagandabegrepet og propaganda som teoretisk konsept, tar denne litteraturen for seg hvordan britene faktisk anvendte det i den aktuelle historiske perioden. *British Propaganda in the Twentieth Century. Selling Democracy*⁹ av Phillip M. Taylor står sentralt her, og gir en detaljert beskrivelse av utviklingen til britisk propaganda gjennom 1900-tallet. Edward Corse skriver i sin bok *A Battle for Neutral Europe: British Cultural Propaganda during the Second World War*¹⁰ om propagandaen rettet mot de nøytrale landene i Europa i et forsøk på å promotere britisk livsstil og vinne over befolkningen. Corse trekker frem den britiske regjeringens kulturelle propagandaorgan, The British Council, og ser på hvordan dette spilte en subtil, men viktig rolle for Storbritannias krigsinnsats. Corse benytter seg blant annet av private memoarer for å gi et innblikk i arbeidet til ledende britiske kunstnere, vitenskapsmenn, musikere og andre kulturelle figurer som arbeidet med propaganda rettet mot Europa. Til tross for at boken i stor grad omhandler propagandavirkningen mot nøytrale, europeiske land, så redegjør den godt for organiseringen av den britiske kulturelle propagandaen, også på et mer generelt plan. *The British at War: Cinema, State and Propaganda, 1939-1945*¹¹, skrevet av James Chapman, utforsker kinoen som propagandaverktøy, og trekker frem forholdet mellom The Ministry of Information (MoI), departementet med ansvar for den britiske propagandavirkningen, og filmindustrien. Også Taylor diskuterer rollen til The Ministry of Information i sin artikkel, «If War Should Come: Preparing the Fifth Arm for Total War 1935-1939».¹² Dette litteraturutvalget består med andre ord av ulike forskningsarbeid, rettet mot forskjellige sider av den britiske propagandavirkningen under andre verdenskrig, og vil derfor være av interesse for å besvare oppgavens problemstilling. Litteraturutvalget er noe begrenset, og dette reflekterer hvor lite utforsket feltet er. Jeg vil allikevel ta utgangspunkt i den litteraturen som finnes, og bruke denne på best mulig måte for å besvare oppgaven. Det er særlig Taylor¹³ som er spesielt aktuell, da han har skrevet den mest helhetlige redegjørelsen for britisk propaganda gjennom 1900-tallet.

Når vi forflytter fokuset over på Nigeria som eksempel på den britiske propagandaen, blir det litterære grunnlaget desto mer begrenset. Peter B. Clarkes bok, *West Africans at War, 1914-1918, 1939-1945: Colonial Propaganda and its Cultural Aftermath*¹⁴ er allikevel svært aktuell. Denne boken redegjør for vest-afrikanernes bidrag under de to verdenskrigene, og hvordan blant annet britene anvendte propaganda for å spille opp under dette. Boken ser på hvordan kolonipropaganda forsøkte å overbevise afrikanerne om at Tyskland ville dem vondt, og at løsningen var å stå sammen med Storbritannia og i forlengelse beskytte det britiske kolonistyre. Clarkes bok virker å være den mest innrettede, relevante litteraturen for studien, og derfor vil jeg ta utgangspunkt i denne når Nigeria skal trekkes frem som eksempel. I tillegg vil *An Imperial World at War:*

⁹ Taylor, P. M. (1999). *British Propaganda in the Twentieth Century. Selling Democracy*. Edinburgh University Press.

¹⁰ Corse, E. (2013). *A Battle for Neutral Europe: British Cultural Propaganda during the Second World War*. Bloomsbury.

¹¹ Chapman, J. (1998). *The British at War: Cinema, State and Propaganda, 1939-1945*. I.B. Tauris Publishers.

¹² Taylor, P. M. (1981). 'If War Should Come': Preparing the Fifth Arm for Total War 1935-1939. *Journal of Contemporary History*, 16(1), 27-51. <https://doi.org/10.1177/002200948101600103>

¹³ Taylor 1999

¹⁴ Clarke, P.B. (1984). *West Africans at War, 1914-1918, 1939-1945: Colonial Propaganda and its Cultural Aftermath*. Ethnographica.

*Aspects of the British Empire's war experience, 1939-1945*¹⁵, redigert av Ashley Jackson, Yasmin Khan og Gajendra Singh, trekkes inn. Boken tar for seg Storbritannias rolle som nettopp kolonimakt på starten av andre verdenskrig, og hvordan dette påvirket imperiets tilgang på ressurser, både menneskelige og materielle. Boken trekker frem historier fra ulike deler av det britiske imperiet, og hva slags erfaringer disse hadde i møte med andre verdenskrig og kolonimaktens behov. Temaene for studien inkluderer blant annet rekruttering og bruk av militært mannskap fra rundt om i imperiet, okkupasjon av fiendtlige kolonier og fiendtlig okkupasjon av britiske kolonier, koloniernes borgervernstiltak og finansiell støtte til krigen hentet inn fra de ulike koloniområdene. Det vil derfor være aktuelt å trekke inn perspektiver fra denne boken i arbeidet med oppgaven.

Som nevnt i det foregående eksisterer det en mangfoldig forskningslitteratur rundt andre verdenskrig, hvor mye av fokuset er rettet mot andre aspekter av konflikten, som ulike militære slag, ideologienes frammarsj og folkemord. Det vil derfor være av historisk interesse å undersøke den britiske propagandavirkosomheten som eget fenomen, blant annet gjennom hvordan britene henvendte seg til sine koloniområder i Vest-Afrika under krigen. Det finnes et begrenset utvalg av historiografi om propagandavirkosomheten i seg selv, og enda mindre rundt propagandaen rettet spesifikt mot britiske Vest-Afrika. Dette begrensede omfanget av litteratur fører både med seg utfordringer og fordeler, og er noe av det som gjør eksempelet spesielt interessant for å belyse problemstillingen med nye øyne. Samtidig finnes det en relativt stor mengde primærkilder som er relevante for problemstillingen, og som burde kunne benyttes for å besvare den. Dette kildegrunlaget skal vi komme tilbake til. Kombinasjonen av et tilgjengelig primærkildegrunnlag og mangelen på eksisterende forskning gjør problemstillingen både overkommelig og spennende å besvare.

1.3 Problemstilling

Opgaven vil som nevnt innledningsvis ta for seg den britiske propagandavirkosomheten under krigen, med Nigeria som eksempel. Problemstillingen står som følger:

Hvordan anvendte Storbritannia propaganda generelt under andre verdenskrig, 1939-45, og spesielt i koloniene med Nigeria som eksempel.

Med utgangspunkt i denne problemstillingen vil jeg gjennomføre en undersøkelse av hvordan Storbritannia brukte propaganda som politisk verktøy under andre verdenskrig, i krigsårene 1939-45. Jeg vil kunne undersøke hvorfor og hvordan britiske propagandister arbeidet, og hvilke vurderinger som ble gjort fra politisk hold. Som et eksempel på krigstidspropagandavirkosomheten i koloniene skal vi undersøke arbeidet som foregikk i Nigeria. Dette er interessant fordi Storbritannia var posisjonert som en utpreget kolonimakt under krigen, og koloniene var av stor betydning for britiske myndigheter, både strategisk, økonomisk og politisk. Det er også interessant å se hvordan statusen som koloni påvirket hvordan britiske myndigheter og propagandister forholdt seg til virksamheten her.

¹⁵ Jackson, A. (Red.), Khan, Y. (Red.) & Singh, G. (Red.). (2016). *An Imperial World at War: Aspects of the British Empire's war experience, 1939-1945*. Routledge.

1.3.1 Forsknings spørsmål

For å besvare problemstillingen vil jeg ta utgangspunkt i noen forsknings spørsmål, som vil være hjelpelige til å gjennomføre forskningen på en overkommelig og konstruktiv måte. Disse lyder som følger:

1. Hva slags utvikling kan observeres i Storbritannias propagandavirksomhet i mellomkrigstiden, og hva hadde denne å si for anvendelsen av propaganda under andre verdenskrig?
2. Hvordan anvendte Storbritannia propaganda under andre verdenskrig, 1939-45?
3. Hva ønsket britene å oppnå med sin propagandavirksomhet, særlig rettet mot allierte og potensielle allierte, under krigen?
4. Hvordan anvendte Storbritannia propaganda i Nigeria under andre verdenskrig? Hva slags reaksjoner og emosjoner ønsket britene å vekke hos den afrikanske befolkningen i Nigeria?
5. Hva slags propaganda ble anvendt for å sikre nigerianernes støtte i det som i utgangspunktet var en europeisk krig, og hva ønsket de britiske propagandistene å oppnå?

Besvarelsen av disse forsknings spørsmålene vil gjøre studien godt organisert, og vil tillate oss å svare på den overhengende problemstillingen som oppgaven er konstruert rundt.

En redegjørelse for utviklingen til britisk propaganda i mellomkrigstiden vil være av interesse, da den forteller oss noe om hvilken historie som lå bak valgene som ble gjort og metodene som ble tatt i bruk når nok en verdenskrig skulle vise seg å bli uunngåelig. Her ligger det en turbulent bakgrunnshistorie, som er viktig for å forstå valgene som ble tatt. Videre vil det være naturlig å bevege seg inn på den generelle britiske propagandabruken under andre verdenskrig, før vi tar for oss virksomheten i Nigeria som et eksempel. Eksempelet som har blitt valgt skal tjene til å gjøre analysen av den helhetlige britiske propagandaen grundigere, og tillate at ulike aspekter av virksomheten blir belyst. Med dette i bakhodet er det viktig at kildene som omtaler propaganda rettet mot Nigeria utgjør et godt og oversiktlig bilde av hvordan propagandaen faktisk ble brukt i mobiliseringen av koloniene, og slik sett muliggjør en bedre forståelse for Storbritannias propagandaapparat i imperiet under andre verdenskrig. Som vi har sett i det foregående er den eksisterende historiografien rundt vår tematikk og våre eksempler begrenset i omfang. Derfor vil primærkildene utgjøre en viktig ressurs, for å gi et innblikk i hvorfor og hvordan propaganda ble anvendt under krigen.

1.4 Primær kildegrunnlag og metode

Primærkildene jeg vil bruke for å besvare min problemstilling er varierte, og har blitt hentet inn fra samlingene til The National Archives i Kew, London. Disse kommer fra ulike hold i det britiske, politiske systemet under krigen. Dette inkluderer samlinger fra statsministerens kontor, arkivene til The British Council, The Colonial Office og The Foreign Office. Det alle kildene har til felles er at de er tilknyttet den britiske propagandavirksomheten under og rundt andre verdenskrig, og dermed utgjør et variert innblikk i denne delen av historien. Kildene består blant annet av brev, korrespondanser, rapporter og memoranda fra ulike hold i det britiske systemet.

Kildene til The British Council gir et innblikk i virksomheten til den kulturelle propagandaorganisasjonen, gjerne sett i sammenheng med den politiske propagandaen som var orkestret av The Ministry of Information. The Foreign Office hadde et overordnet ansvar for Storbritannias kontakt og aktiviteter i utlandet, deriblant virksomheten som tilfalt The British Council. Kildene herfra er derfor interessante for å belyse rollen og funksjonen til propagandaen som var rettet mot utlandet. Som navnet tilsier, var The Colonial Office sitt ansvarsområde kontroll og administrasjon av de britiske koloniene. Departementets kilder inneholder blant annet mye materiale som beskriver vurderinger, bestemmelser og aktiviteter som foregikk i eller angikk koloniområdene, også i tilknytning til propagandavirksomheten. Til tross for The Ministry of Information sin fremtredende rolle som propagandaorganisasjon under krigen, kommer ikke dokumentene angående deres aktiviteter fra en egen arkivsamling. Disse ligger i stedet inkludert i de andre samlingene, og særlig i dokumentene fra The Colonial Office. Dette kan ha å gjøre med at The Ministry of Information sine aktiviteter i stor grad foregikk i samspill med de andre myndighetsorganene, særlig de aktivitetene som er aktuelle for denne oppgavens problemstilling. I tillegg ble departementet formelt etablert i begynnelsen av krigen, og ble igjen oppløst i 1946. Det har derfor hatt en begrenset fartstid, noe som kan forklare mangelen på egne arkivsamlinger. Totalt sett vil jeg benytte meg av 36 forskjellige dokumenter fra syv ulike kataloger, ved siden av sekundærlitteraturen.

For å ta dette kildegrunnet i bruk vil en kvalitativ forskningsmetode være mest hensiktsmessig. Gjennom kvalitativ analyse av disse dokumentene, deres innhold og betydning satt i sammenheng med den eksisterende historiografien, skal jeg besvare oppgavens problemstilling etter beste evne. Primærkildene vil bli analysert i lys av den etablerte litteraturen, og vil i sin tur belyse og komplementere denne.

1.5 Oppgavens oppbygning

I dette kapitlet har oppgaven blitt introdusert, og det har blitt redegjort for tema og problemstilling. Videre har den eksisterende forskningen blitt trukket frem, og jeg har forsøkt å vise hvorfor den valgte problemstillingen er av historisk interesse å undersøke. I tillegg har vi blitt introdusert for det primærkildegrunnet som er av interesse for å besvare oppgaven.

Kapittel 2 vil være et teoretisk bakgrunnskapittel, som skal se nærmere på utviklingen til britisk propaganda gjennom mellomkrigstiden og under opptakten til andre verdenskrig. Her vil jeg først foreta en diskurs rundt selve begrepet «propaganda». Kapitlet vil ta utgangspunkt i Smiths artikkel, og jeg vil også trekke inn perspektiver fra boken til Ellul for å sikre en god forståelse av propagandabegrepet. Kapitlet vil ta utgangspunkt i følgende forskningsspørsmål: *Hva slags utvikling kan observeres i Storbritannias propagandavirksomhet i mellomkrigstiden, og hva hadde denne å si for anvendelsen av propaganda under andre verdenskrig?* Kapitlet vil utgjøre en solid teoretisk plattform for den videre undersøkelsen av britisk propagandavirksomhet under andre verdenskrig.

Denne undersøkelsen vil begynne i kapittel 3. Her skal vi se nærmere på hvordan Storbritannia anvendte propaganda, hvordan virksomheten ble organisert og hvilke vurderinger som ble gjort i møte med nok en storkrig. Vi skal undersøke hvorfor de brukte propaganda og hvilke hensyn som måtte tas. Eksisterende historiografi og et utvalg av primærkilder vil utgjøre kildegrunnet for kapitlet. Sentrale

forskningsspørsmål her er: *Hvordan anvendte Storbritannia propaganda under andre verdenskrig, 1939-45? Hva ønsket britene å oppnå med sin propagandavirksomhet, særlig rettet mot allierte og potensielle allierte, under krigen?*

I kapittel 4 skal vi ta for oss Nigeria som eksempel på den britiske propagandavirksomheten. Kapitlet vil begynne med å redegjøre for behovet for propaganda i Nigeria, før det går videre inn på føringene som lå bak. Deretter skal det ta for seg hvordan britiske propagandister arbeidet for å nå ut til den afrikanske befolkningen, samt en redegjørelse for bruken av filmpropaganda i kolonien. I kapitlet vil vi få et innblikk i hvorvidt den faktiske propagandaen mot Nigeria samsvarer med de britiske myndighetenes motiver. Sentrale forskningsspørsmål her er: *Hvordan anvendte Storbritannia propaganda i Nigeria under andre verdenskrig? Hva slags reaksjoner og emosjoner ønsket britene å vekke hos den afrikanske befolkningen i Nigeria? Hva slags propaganda ble anvendt for å sikre nigerianernes støtte i det som i utgangspunktet var en europeisk krig, og hva ønsket de britiske propagandistene å oppnå?*

Avslutningsvis vil jeg i kapittel 5 foreta en oppsummering av oppgavens hovedfunn, og trekke noen konklusjoner. Det er i dette kapitlet at jeg vil redegjøre kort for resultatene fra forskningsspørsmålene som blir undersøkt i de foregående kapitlene, og jeg vil gjennom disse forsøke å besvare oppgavens overhengende problemstilling. Slik vil kapitlet besvare hvordan Storbritannia brukte propaganda under andre verdenskrig. Kolonipropagandaen i Nigeria vil bli trukket inn, og sett i sammenheng med den generelle virksomheten. Dette vil presentere oss for et interessant perspektiv på krigstidspropagandaen, og vil forhåpentligvis bidra til en bedre forståelse for britisk propaganda under krigen som helhet.

2 «Propaganda» og Storbritannias propagandavirksomhet i mellomkrigstiden

2.1 Innledning

Krigstidspropaganda var ikke noe nytt fenomen i 1939, og britiske myndigheter hadde anvendt propaganda som en del av arsenalet også under første verdenskrig. Mellomkrigstidens utvikling innen britisk propagandavirksomhet, og i de involverte organisasjonene, var betydelig preget av hvordan propagandaen hadde blitt anvendt, hvilke opplevelser offentligheten satt igjen med når freden kom, og hvordan den politiske eliten i Storbritannia valgte å respondere på disse. Konseptet propaganda i seg selv skulle vise seg å være besudlet etter freden i 1919, og dette var reflektert i utviklingen som fulgte. For å forstå premisene som lå til grunn for britisk propaganda under andre verdenskrig, hva disse innebar og hvilke vurderinger britiske propagandister måtte gjøre, er det derfor viktig å først redegjøre for noe av utviklingen som foregikk før krigens utbrudd. I tillegg behøver vi en god begrepsforståelse for å kunne besvare oppgavens problemstilling. I dette kapitlet vil jeg derfor først redegjøre for begrepet «propaganda», presentere en definisjon, og foreta en drøfting rundt dette. Slik skal det klargjøres hva fenomenet innebærer. Deretter vil jeg ta for meg noen sentrale momenter for utviklingen til britisk propagandavirksomhet i mellomkrigstiden. Det er spesielt Philip M. Taylor som skriver godt om utviklingen i britisk propaganda på 1900-tallet, i boken *British Propaganda in the Twentieth Century. Selling Democracy*¹⁶. Jeg vil derfor ta utgangspunkt i denne, da den redegjør for de store linjene på en oversiktlig måte, og fordi det rett og slett er et svært begrenset utvalg med litteratur å bruke. Kapitlets funksjon vil være å etablere en teoretisk forståelse for propaganda som konsept, og presentere en historisk bakgrunn. Således vil jeg svare på oppgavens første forskningsspørsmål: *Hva slags utvikling kan observeres i Storbritannias propagandavirksomhet i mellomkrigstiden, og hva hadde denne å si for anvendelsen av propaganda under andre verdenskrig?* Med dette vil det tilrettelegges for en grundigere analyse av de primære forskningsspørsmålene i de påfølgende kapitlene.

2.2 «Propaganda» - En begrepsforklaring

For å kunne undersøke hvordan Storbritannia - eller en hvilken som helst annen aktør - har brukt propaganda, er det viktig å først etablere en tilstrekkelig god begrepsforståelse. Det behøves en teoretisk vinkling for hvordan man skal tilnærme seg fenomenet. «Propaganda» er et svært aktuelt begrep, og har nylig blitt desto mer relevant som følge av den russiske invasjonen av Ukraina i februar. Det florerer av diskusjoner og usikkerhet rundt hva som er sannferdig informasjon og hva som er propaganda, både fra russisk, ukrainsk og vestlig hold. Det som oppfattes som manipulerende, som forsøker å overtale og distrahere blir raskt stemplet som ondsinnet propaganda. Merkelappen tilfaller fort informasjon som ikke passer med det virkelighetsbildet vi oppfatter som reelt. Det ligger kanskje en viss sannhet i denne

¹⁶ Taylor 1999

beskrivelsen av begrepet, men vi må dypere til verks for å skulle kunne bruke det på en god måte. Dersom begrepet brukes løst og ledig om alt vi oppfatter som et forsøk på å overtale oss, blir det raskt uten mening og retning. I så fall vil en studie av propaganda bli umulig, fordi alt for mye faller under samme kam, og enhver meningsfull karakteristikk går tapt.

Smith beskriver propaganda som formidling av informasjon med den hensikt å påvirke den offentlige opinionen. Dette omfatter fakta, argumenter, rykter, halvsannheter og løgner. Videre definerer han propaganda som mer eller mindre systematiske forsøk på å manipulere andre menneskers tro, holdninger og handlinger, ved bruk av ulike typer symboler, som for eksempel ord, monumenter og musikk. Propaganda skiller seg fra andre typer informasjonsformidling ved at den er utviklet og formidlet med et bevisst formål, og i stor grad vektlegger manipulasjon. Dette til forskjell fra dagligdagse samtaler og utveksling av idéer.¹⁷

Propagandists have a specified goal or set of goals. To achieve these, they deliberately select facts, arguments, and displays of symbols and present them in ways they think will have the most effect. To maximize effect, they may omit or distort pertinent facts or simply lie, and they may try to divert the attention of the reactors (the people they are trying to sway) from everything but their own propaganda.¹⁸

Ifølge Smith defineres propaganda dermed i stor grad utifra propagandistens intensjon og formål. Videre viser han til et skille som noen ganger trekkes mellom utslørt (overt) og skjult (covert) propaganda. Som navnet tilsier preges utslørt propaganda av at propagandisten og dens støttespillere gjerne gjøres synlige for mottakerne, mens skjult propaganda kan inkludere ting som politisk promotering hvor produsenten ikke oppgis ved navn, eller hvor det presenteres et falskt navn.¹⁹ Smith påpeker allikevel at utslørt og skjult propaganda gjerne fungerer i samspill:

Sophisticated diplomatic negotiation, legal argument, collective bargaining, commercial advertising, and political campaigns are of course quite likely to include considerable amounts of both overt and covert propaganda, ...²⁰

Britiske myndigheter benyttet seg av begge formene for propaganda, og dette kommer for eksempel til uttrykk i samspillet mellom informasjonsformidling og sensur. Ellul mener at propaganda som fenomen er preget av hemmelighold, en form for skjult, målrettet handling. I *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes* skriver han at det er utfordrende å avgjøre nøyaktig hva som er propaganda, og hva som er dens natur, fordi propaganda nettopp er en skjult handling.²¹ Han vektlegger dermed fenomenet som noe skjult og tilsørt. Ellul mener derfor at det kan være fristende for en forsker å gå en av to veier: akseptere at «alt er propaganda», fordi alt i de politiske og økonomiske sfærene kan se ut til å være gjennomsyret og formet av denne kraften; eller forlate begrepet helt, fordi det ikke kan defineres med noen grad av presisjon. Ellul mener begge disse alternativene vil tilsi intellektuell overgivelse, og fører til at vi må forlate studien av et fenomen som eksisterer og som behøver en definisjon.²² Videre er han tydelig på at vi bør forkaste enkle definisjoner, som at propaganda omfatter ethvert forsøk på å forandre meninger og holdninger, og at propagandisten er enhver som deler sine tanker med et mål om å påvirke lytteren. Ellul forklarer dette med at en slik definisjon vil bety at

¹⁷ Smith 2021

¹⁸ Ibid

¹⁹ Ibid

²⁰ Ibid

²¹ Ellul 1973: x

²² Ibid: x-xi

nettopp læreren, presten og enhver person som kommuniserer med en annen om ethvert tema, vil bedrive propaganda.²³ Ifølge Ellul er det med andre ord fort gjort å risikere å definere begrepet for bredt for meningsfull analyse. Derfor er det viktig å snevre inn begrepsdefinisjonen. Ifølge Smith er det graden av manipulasjon og den bevisste selektiviteten av hva som formidles som skiller propaganda fra for eksempel utdanning. Læreren forsøker som regel å presentere flere sider av samme sak, gjør rede for fordeler og ulemper, og gir rom for både tro og tvil. Gjennom utdanning skal man få muligheten til å samle inn og vurdere informasjonen selv.²⁴ Dette er ikke propagandaens formål. Den presenterer et ønsket bilde av virkeligheten, og forsøker å manipulere sitt publikum. Propaganda ønsker i utgangspunktet å presentere seg selv som sannhet, og det er propagandaen vi anser som sannferdig som er den mest effektive. Allikevel påpeker han at propagandisten kan anse seg selv om en lærer, og en formidler av sannheten:

... some propagandists may look upon themselves as educators and may believe that they are uttering the purest truth, that they are emphasizing or distorting certain aspects of the truth only to make a valid message more persuasive, or that the courses of action that they recommend are in fact the best actions that the reactor could take. By the same token, the reactor who regards the propagandist's message as self-evident truth may think of it as educational; this often seems to be the case with "true believers"—dogmatic reactors to dogmatic religious, social, or political propaganda. "Education" for one person may be "propaganda" for another.²⁵

Mennesker er subjektive vesener, og propagandisten kan oppfatte sitt budskap som den rene sannheten, og som et ærlig forsøk på å formidle den virkeligheten den opplever. Samtidig vil mottakerens holdninger og virkelighetsforståelse påvirke hva den oppfatter som sannhet, og hva som stemples som manipulasjon. Disse refleksjonene om propagandistens bevissthet rundt egen rolle og funksjon er interessante, og vil være aktuelle å komme tilbake til. Videre vil propaganda ha varierende grad av effekt avhengig av publikummet den rettes mot. Smith skriver at propagandistens publikum, eller mottakerne av propaganda kan deles inn i følgende grupper:

... (1) those who are initially predisposed to react as the propagandist wishes, (2) those who are neutral or indifferent, and (3) those who are in opposition or perhaps even hostile.²⁶

Propaganda vil naturligvis være best skikket til å oppnå ønsket reaksjon hos et publikum i den første gruppen, som gjerne allerede er enige med propagandistens budskap. De nøytrale og motvillige gruppene vil derimot være vanskeligere å manipulere, og propagandaen her må ifølge Smith støttes opp av ikke-propagandistiske oppfordringer, som økonomiske grep eller tvangshandlinger.²⁷ Propagandisten må med andre ord ta hensyn til hvilke typer publikum de henvender seg til, og tilpasse virksomheten deretter for å oppnå ønsket resultat. Ellul tar primært for seg intern propaganda i sin bok. Han skriver at propaganda rettet mot utlandet, en ekstern aktør, har en iboende utfordring. Den er mest effektiv og blir lagt minst merke til *innenfor* en gruppe. Det er her den har mest potensiale. Propaganda rettet mot utsiden er iboende ineffektiv, fordi propagandisten ikke nødvendigvis har tilstrekkelig med kunnskap om holdningene, interessene og forutsetningene til mottakeren. I tillegg vil et eksternt publikum være naturlig mistenksomme til informasjon som kommer utenfra, noe som også bidrar til at

²³ Ibid: xi

²⁴ Smith 2021

²⁵ Ibid

²⁶ Ibid

²⁷ Ibid

det er vanskeligere å påvirke aktører utenfor egne grenser.²⁸ Denne vurderingen virker gyldig, da det naturligvis er vanskelig å påvirke skjult, i en kontekst hvor propagandisten selv umiddelbart stikker seg ut som noe fremmed. Slik sett kan det tenkes at den eksterne britiske propagandavirksomheten var mindre effektiv enn den interne. Britisk propaganda i Nigeria må kategoriseres som ekstern, til tross for at forholdet ikke nødvendigvis kan beskrives som direkte fiendtlig. Eventuelle mistanker mot den eksterne propagandisten var kanskje derfor mindre, enn i for eksempel Tyskland, hvor Storbritannia sto tydeligere ut som en motstander i krigen. Ellul skriver videre at propaganda i koloniserte land spiller på reduserte folks behov for selvhevdelse. Han mener at befolkningen i afrikanske kolonier er mer mottakelige for propaganda, fordi de har levd under kolonistenes formynderskap og i lang tid har blitt utnyttet og redusert til undersåtter.²⁹ Propagandaens effektivitet i de afrikanske koloniene kan i så fall tenkes å ha hatt en iboende fordel, skal vi tro Ellul. Han skriver videre at følelsen av mindreverdighet, og dermed økt sårbarhet for propaganda, ikke bare kan finnes hos de undertrykkede. Det er en normal tilstand for mennesker i et moderne massesamfunn.³⁰ Jmført med denne tankegangen kan mottakeligheten for propaganda være høy, også i uavhengige land. Et annet moment i Smiths definisjon av propaganda er at:

... skilled propagandists are careful to advocate chiefly those acts that they believe the reactor already wants to perform and is in fact able to perform. It is fruitless to call upon most people to perform acts that may involve a total loss of income or terrible physical danger—for example, to act openly upon democratic leanings in a totalitarian fascist country. To call upon reactors to do something extremely dangerous or hard is to risk having the propaganda branded as unrealistic.³¹

Dette er særlig interessant sett i sammenheng med den britiske propagandavirksomheten i Nigeria. Som vi skal komme tilbake til oppmuntret krigstidspropagandaen blant annet til rekruttering til de britiske væpnede styrkene. Dette førte utvilsomt til en risiko for eget liv og helse. De britiske propagandistene jobbet for å oppmuntre den afrikanske befolkningen til å bidra militært i det som i utgangspunktet var en europeisk krig, et mål som i seg selv kan fremstå som urealistisk. Smith skriver at propagandisten i slike tilfeller heller kan peke på handlingene som publikum kan unngå, altså en form for passiv motstand. Dette kan fremstå som et mer realistisk krav for mottakeren.³² Under andre verdenskrig bidro allikevel ikke Nigeria bare med passiv motstand mot Nazi-Tyskland og aksemaktene, de ytet aktivt til Storbritannias krigsmaskineri, med både mannskaper, materiell og ressurser. Dette skal vi komme tilbake til i kapittel 4.

Ellul presenterer ikke selv noen tydelig avgrenset definisjon av propaganda, som han anser som tilfredsstillende. Ifølge han er det mer fornuftig å gjennomføre analysen av propagandaens karakteristikk som et eksisterende sosiologisk fenomen.³³ Han forklarer dette med at propaganda må undersøkes i sin historiske kontekst, uten en tydelig, avgrensende definisjon, og ønsker slik å analysere propaganda som helhetlig fenomen. Kanskje enda viktigere mener han at propaganda må studeres som produkt av propagandisten: «To study propaganda we must turn not to the psychologist, but to the propagandist ...»³⁴. Det må med andre ord finnes en aktør som ønsket å skape en form

²⁸ Ellul 1973: 296

²⁹ Ibid: 150

³⁰ Ibid: 150-151

³¹ Smith 2021

³² Ibid

³³ Ellul 1973: xii

³⁴ Ibid: xii

for tiltenkt reaksjon for at vi skal kunne studere noe som propaganda. Dette samsvarer godt med definisjonen til Smith, hvor den tilsiktede manipulasjonen står som sentral. Videre presenterer Ellul noen aspekter han anser som del av propagandaens virkeområder: psykologisk handling, altså modifikasjon av opinion gjennom psykologiske midler; psykologisk krigføring, ødeleggelse av en utenlandsk motstanders moral; omskolering og hjernevasking, transformasjon av en motstander om til en alliert; offentlige og menneskelige relasjoner, forsøk på å gjøre individet konformt med et samfunn, levestandard eller aktivitet.³⁵ Disse aspektene er ifølge Ellul alle en del av propaganda i bred betydning. For å snevre inn begrepet skriver han at den karakteriseres av en institusjonell kvalitet. Dermed innebærer propaganda metoder for psykologisk påvirkningskraft, kombinert med organiseringsteknikker og målrettede fremstøt mot mennesker for å utløse en ønsket handling.³⁶ Dette er Elluls forskningsfelt og angrepsvinkel. Den passer godt for vår problemstilling, som nettopp er rettet mot britiske, statlige organisasjoner i rollen som propagandister, og dermed kan forventes å være naturlig preget av den overnevnte institusjonelle kvaliteten.

I denne oppgaven skal vi dermed ta utgangspunkt i at propaganda innebærer å formidle informasjon, med en tilsiktet hensikt om å manipulere offentlig opinion og holdninger. Propagandaen kjennetegnes av propagandistens bevisste intensjoner og formål, og preges av en institusjonell kvalitet. Informasjonen kan bestå av fakta, argumenter, rykter, halvsannheter og løgner, og formidles gjennom ulike former for symboler. Slik ønsker propagandisten å påvirke sitt publikum, skape endring i tanker og holdninger, og oppmuntre til handling.

2.3 Britisk propaganda i mellomkrigstiden – En kamp mot seg selv

Omfattende og aggressiv propagandabruk i Storbritannia under første verdenskrig hadde skapt sinne og avsky for Tyskland. Sterke anti-tyske følelser hadde blitt vekket gjennom grusomhetsfiksert propaganda, og slagord som «Hang the Kaiser» og «Make Germany Pay» var fremstående ved det første parlamentsvalget etter krigen, i desember 1918. Det var derfor essensielt at det ble gjennomført det som Taylor kaller for en psykologisk nedrustning, dersom krigen skulle kunne bli en krig for å ende alle kriger.³⁷ Med dette menes det at holdningene til tyskere og Tyskland måtte endres, og at de sterke fiendtlige følelsene måtte dempes. Det behøvdes et godt forhold mellom landene, for å gjenopprette handel, balanse og varig fred. Mulighetene for eventuelle tysk-vennlige propagandakampanjer ble allikevel begrenset av at de britiske propagandistene satte igjen med et dårlig omdømme etter krigen. Dette var det en rekke ulike årsaker til. Løfter om selvstyre hadde vært et verdifullt verktøy for britiske propagandister under krigen, og utgjorde et sterkt virkemiddel for å sikre seg allierte og gi insentiv til de undertrykkede. Dette skapte allikevel problemer, fordi propagandistene ga løfter som hadde til gode å bli diskutert og avgjort av de allierte myndighetene etter krigens slutt. Dette brøt med det som ifølge Taylor var den grunnleggende læresetningen for effektiv propaganda: at politikk og propaganda må gå hånd i hånd for å ha en effekt.³⁸ Brutte politiske løfter går naturligvis utover tilliten til propagandisten, og dennes kredibilitet.

³⁵ Ibid: xiii

³⁶ Ibid: xiii

³⁷ Taylor 1999: 63

³⁸ Ibid: 63-64

Mangel på forankring i virkeligheten var ikke uvanlig som del av krigens propagandaeksperiment, og dette fikk mer tragiske konsekvenser enn mangel på tillit. Diskrediteringen av krigstidspropaganda og avsløringen av mange omtalte grusomheter under første verdenskrig som usanne, skapte en generell mistro til historiene som begynte å spre seg fra Nazi-Tyskland på 1930- og 40-tallet.³⁹ Propaganda basert på løgner skapte dermed et forklaringsproblem, og skadet troverdigheten til britiske propagandister såpass mye at også sannheten mistet sin tyngde. Etter første verdenskrig ønsket derfor Storbritannia ikke bare å bli kvitt propagandamaskineriet sitt, men også ryktet for hvor gode de var på propaganda. Det hadde vist seg å være et virkningsfullt krigsmiddel, og mange mente at det kunne være et nyttig verktøy også i fredstid. Allikevel oppsto det en voksende holdning til propaganda som noe falskt og manipulerende, og dette gjorde at mange britiske tjenestemenn tok avstand fra enhver form for publisitetsaktivitet.⁴⁰ Britiske propagandister befant seg slik i en vanskelig posisjon etter krigen, med et dårlig omdømme i det offentlige. I tillegg hadde mange en optimistisk tro på varig fred etter første verdenskrig, noe som gjorde at propagandamaskineriet ble demontert, på samme måte som at de væpnede styrkene ble demobilisert.⁴¹ Selv i møte med den store depresjonens utfordringer forble Storbritannia sterkt tilknyttet til sine demokratiske prinsipper og institusjoner.⁴² Dette kan bidra til en forklaring på hvorfor de britiske myndighetene var såpass opptatt av folkeopinion og omdømme i arbeidet med propaganda.

Det foregikk en moderniseringsprosess innenfor kommunikasjonsteknologien som gjorde at internasjonale forhold ble viktigere og viktigere. Også Storbritannia måtte innse dette. Ifølge Taylor befant landet seg på dette tidspunktet i en nedgangsprosess. Dette gjorde at egenreklamerings ble essensielt dersom landets verdensomspennende interesser skulle kunne sikres fra totalitære, diktatoriske regimer, som avskydde demokratiske verdier og som samtidig omfavnet den nye kommunikasjonsteknologien for å oppnå sine mål.⁴³ Demokratiene var i mindretall, og i 1938 var det bare 10 av 27 europeiske land som fortsatt var demokratiske, i den betydningen at ulike politiske partier kunne stille til valg, og at borgerne stort sett kunne tenke og gjøre som de ville.⁴⁴ Til tross for at Storbritannia hadde kommet seirende ut av første verdenskrig, tilsynelatende i en mektig posisjon, var landet i virkeligheten betydelig svekket. En ny krig kunne bety en slutt på statusen som stormakt.⁴⁵ Moderne massemedier gjorde situasjonen betydelig vanskeligere. For eksempel var radioen et medium som lett kunne krysse geografiske grenser. Denne ble i mellomkrigstiden et frontlinjevåpen i konflikten mellom ulike ideologier, et bruksområde langt fra BBCs motto: «Nation Shall Speak Peace Unto Nation».⁴⁶ Slik teknologi gjorde befolkningen lettere tilgjengelig for propagandister, og andre aktører med et budskap. Storbritannia som fortsatt prydet seg med demokratiske verdier, så det derfor i økende grad som nødvendig å stå imot den totalitære aggresjonen.

Modernisering i kommunikasjonsteknologien og en sårbar fred førte dermed til at Storbritannia ikke kunne legge ned propagandavirksomheten. Dette til tross for den

³⁹ Ibid: 65

⁴⁰ Ibid: 66

⁴¹ Taylor 1981: 31

⁴² Palmer et al. 2014: 812

⁴³ Taylor 1999: 65

⁴⁴ Palmer et al. 2014: 840

⁴⁵ Taylor 1981: 30

⁴⁶ Taylor 1999: 64

rådende holdningen til propagandisten som en løgnaktig og manipulerende aktør. Dersom propaganda skulle kunne gjennomføres med en viss overtalelseskraft måtte derfor de britiske propagandaorganisasjonene gjøre et oppgjør med sitt eget rykte, og sikre en god fremstilling av Storbritannia internasjonalt.

2.4 Projisering av Storbritannia i mellomkrigstiden

Gjennom mellomkrigstiden transformerte derfor britisk utenrikspolitikk seg fra hemmelig til offentlig diplomati, ifølge Taylor. I undersøkelse av denne prosessen mener han at det er tre momenter som kan observeres: For det første, selv om britisk propaganda ble drastisk redusert etter krigens slutt i 1918, forsvant den ikke helt til tross for at den ble offer for mistillit og kutt i finansieringen gjennom 1920-tallet. For det andre spilte The Foreign Office en viktig rolle som ledende støttespiller for tanken om at amputasjonen av «den femte forsvarsgrenen» hadde vært en katastrofal og kortsiktig tabbe.

Departementet argumenterte for at Storbritannia måtte ta steg for å gjøre seg kjent og forstått utenlands. Før første verdenskrig hadde britiske myndigheter ansett Storbritannias storhet som selvsagt, men krigsutbruddet i 1914 hadde demonstrert imperiets sårbarhet.⁴⁷ For det tredje er det nødvendig å forstå hvordan det som begynte som projiseringen av Storbritannia, banet vei for en ny fase av psykologisk opprustning, med en økende overbevisning om at landet snart ville befinne seg i nok en krig.⁴⁸ Det foregikk dermed en utviklingsprosess i britisk propaganda, som ledet opp til virksomheten under andre verdenskrig. Noe av årsaken til at propagandaapparatet mistet mye støtte og tillit etter første verdenskrig var at det hadde blitt ansett som et nyttig verktøy i nettopp krig. I 1918 var det ingen som forutså at en ny konflikt skulle oppstå med det første. Mange trodde at propaganda hadde hjulpet Storbritannia og landets allierte med å vinne krigen, som en integrert del av regjeringens arsenal. Selv om det var umulig å vurdere nøyaktig hvilken effekt propagandabruken hadde hatt, tenkte man uansett at virkningen hadde vært såpass stor at propaganda garantert ville bli brukt i en eventuell, fremtidig krig.⁴⁹ Dette scenarioet var allikevel ikke en del av den anskuelige fremtiden, og mange britiske politikere og tjenestemenn ønsket etter 1918 å demontere krigstidspropagandamaskineriet. Dette var allikevel ikke aktørene med mest direkte erfaring enige i, og det ble lagt planer for å fortsette propagandaarbeidet etter krigens slutt.⁵⁰ Planene bar allikevel ikke noen umiddelbare frukter. The Ministry of Information og Crewe House - sentrale organisasjoner for britisk propaganda under første verdenskrig - ble offisielt stengt ned 31. desember 1918. The Foreign Office fikk deretter tilbake ansvaret for gjenstående arbeid tilknyttet propagandavirksomhet.⁵¹

Det ble vurdert å opprette en egen propagandaavdeling innad i The Foreign Office, men detaljene var vage. I desember 1918 bestemte utenriksminister Arthur Balfour at det skulle rekonstrueres en mindre versjon av The Foreign Office News Department som skulle ta ansvar for departementets propagandavirksomhet, i den mengden som ble ansett som ønsket i fredstid. Det ble sagt at målet med denne avdelingen var å beholde en skjelettorganisasjon hjemme og utenlands, som raskt kunne bygges ut dersom behovet for et mer omfattende propagandaorgan skulle oppstå.⁵² På denne måten besto

⁴⁷ Corse 2013: 17

⁴⁸ Taylor 1999: 67

⁴⁹ Ibid: 67

⁵⁰ Ibid: 67-68

⁵¹ Ibid: 68

⁵² Ibid: 69

det et regjeringsorgan for propagandavirksomhet etter krigen. Det var allikevel mye uenighet rundt hvorvidt et slikt propagandaorgan skulle beholdes innad i The Foreign Office. De som argumenterte for, mente blant annet at publisitet og propaganda var en nødvendig respons til den moderne verden, og mente at slik virksomhet kunne spille en konstruktiv rolle som promotør for internasjonal forståelse for hverandre. Den tidligere propagandisten George Beak, som hadde distribuert propaganda i Tyskland under krigen, skrev følgende, her sitert i Taylor:

It need hardly be said ... that the spirit of British propaganda would differ wholly and entirely from the German, in that it would not be aggressive in character. Germany's aim was to secure an Empire and dominate Europe; our aim is, presumably, to preserve and develop what we already have. The object of our propaganda, therefore, would be chiefly to make our institutions, mode of Government, arts and sciences, known and understood.⁵³

Argumentet indikerer et ønske om en mindre aggressiv form for propaganda, med hensikt om å formidle Storbritannias politiske, kulturelle og vitenskapelige liv til utlandet. Det er også interessant at det rettes et fokus mot å ivareta det som Storbritannia allerede besitter. Dette gir uttrykk for en tanke om at det britiske imperiet skulle konsolideres gjennom propagandavirksomhet. På en departementskonferanse 20. mars 1919 la Lord Curzon, den fungerende utenriksministeren i Balfours fravær, ned to grunnleggende premisser for å unngå videre konflikt: Propagandavirksomheten skulle fortsette, og den skulle fortsette kun i sammenheng med, eller under kontroll av The Foreign Office. Lord Curzon ville på denne måten forsikre at propagandaen rettet mot utlandet skulle foregå i tråd med Storbritannias utenrikspolitikk.⁵⁴ Politisk validitet og en grad av sannferdighet ble slik vektlagt som premisser for videre propagandavirksomhet.

Til tross for at The Foreign Office fraskrev seg all intensjon om å bedrive overdreven og løgnaktig propaganda, likte ikke The Treasury (det britiske finansdepartementet) det som ble foreslått. Departementet aksepterte at propagandavirksomheten ikke kunne avvikles helt, men mente at The Foreign Office skulle avslutte enhver type propaganda så snart den ikke lenger produserte verdifulle resultater. Videre var kulturell propaganda ansett som helt forbudt. The Treasury mente at eventuell propagandavirksomhet skulle bevege seg vekk fra politikk, og heller innrettes mot handelsanliggende. Departementet ønsket at propaganda i stor grad skulle falle under ansvarsområdet til The Department of Overseas Trade.⁵⁵ The Treasury utviste med andre ord en betydelig motvilje til en videreført propagandavirksomhet i mellomkrigstiden. Dersom noe skulle ivaretas skulle det være innrettet mot økonomiske interesser, og ikke brukes som politisk verktøy. The Treasury kunne ikke rettferdiggjøre propagandavirksomhet i fredstid, og ønsket ikke å godkjenne store utgifter nettopp på grunn av den tidligere nevnte utbredte mistilliten til myndighetenes propagandabruk. Denne motstanden hadde blitt tydeliggjort i 1918, når fremtiden til The Ministry of Information hadde blitt diskutert i parlamentet. Det var betydelige mistanker rettet mot MoI, da organisasjonen svarte direkte til statsministeren, ikke til parlament eller finansdepartement. Dette skapte ikke bare en frykt for en korrump regjering, men også for propaganda som kunne vende seg bort fra den britiske politikken og dermed bli et verktøy for manipulasjon og løgn, en retning Crewe House hadde demonstrert under første verdenskrig.⁵⁶ Dette måtte unngås, og som nevnt over mente The Treasury at dersom noen form for propaganda skulle fortsette så skulle det være handelspropaganda. Frykten for propaganda basert på løgn og manipulasjon er

⁵³ Ibid: 69

⁵⁴ Ibid: 70

⁵⁵ Ibid: 71

⁵⁶ Ibid: 71

interessant, da dette ifølge vår definisjon er noe av det som kjennetegner fenomenet. Som nevnt i det foregående poengterer Smith at propagandisten nettopp kan anse seg selv som sannferdig, med et ønske om å formidle fakta til sitt publikum.⁵⁷ Dette bør allikevel vurderes som en subjektiv oppfatning.

Det fantes fortsatt stemmer som argumenterte for en videreført politisk og kulturell propagandavirksomhet. S.A. Guest mente for eksempel at det ikke kunne forventes at Folkeforbundet skulle kunne fungere dersom medlemmene fortsatt satt inne med mistanker mot hverandre. Disse holdningene måtte forandres gjennom en konstruktiv propagandabruk som skulle fremme internasjonal fellesforståelse. Allikevel ble den seirende meningen at internasjonalt samarbeid og gjensidig respekt skulle oppnås gjennom Folkeforbundet selv, ikke gjennom propaganda. Dermed ble britisk utenlandsk propaganda kraftig redusert, og The Foreign Office News Department måtte operere under konstant frykt for finansielle kutt.⁵⁸ Mistilliten forble rådende til tross for at organisasjonen forsøkte å forsikre om noble intensjoner:

In reference to the work being done, the word 'propaganda' is a misnomer and the aim which we have put before us is rather that of correcting misapprehensions which arise abroad either through ignorance or as a result of the aggressive propaganda of other nations.⁵⁹

De gjenværende propagandistene slo slik fra seg begrepet «propaganda» som misvisende for det arbeidet de gjorde i mellomkrigstiden. De var trolig godt kjent med de assosiasjonene som hadde bundet seg til begrepet. Det er interessant å se hva propagandisten selv sier om sin virksomhet, og det er tydelig at det ble forsøkt å rette arbeidet mot det som ble oppfattet som en mer sannferdig propaganda. Hvorvidt denne praksisen fortsatte inn i andre verdenskrig gjenstår å se. Etter 1918 skulle det allikevel rustes ned, i ord så vel som i mer konvensjonelle stridsmidler. En konsekvens av dette var ifølge Taylor at briteres posisjon i det internasjonale bildet forble uspesifisert. Dette skapte rom for tilsiktet mistolkning fra andre aktører, gjerne de som var mindre opptatt av å dulle med den offentlige opinionen. Til tross for at The Foreign Office forsøkte å motarbeide slike falske antakelser ble det til ingen nytte. De manglet midler til kontinuerlig innsats.⁶⁰ Mistillit og misnøye internt i Storbritannia, samt den resulterende mangelen på midler førte med andre ord til at landet mistet kontroll over ekstern opinion og holdninger. Slik sett kan det virke som at nedkuttingen i propagandavirksomhet var for omfattende, og etterlot britene i en sårbar posisjon.

Til tross for dette forble det altså et departement med ansvar for propaganda og informasjon, også i fredstid. Diplomater i utlandet var instruert til å anse propaganda som en av sine plikter.⁶¹ Dermed fortsatte virksomheten i praksis, om enn i en begrenset form. Propagandabruken under den første verdenskrigen hadde skapt en bevissthet rundt potensialet som fantes her, og en verdsettelse av den. Som konsekvens av denne utviklingen trekker Taylor frem at de grunnleggende reglene for britisk propaganda - viktigheten av nyhetsinnhold, behovet for tydelige prinsipper og effektiviteten til en mindre aggressiv tilnærming - dermed ble verdsatt lenge før de skulle bli testet i årene

⁵⁷ Smith 2021

⁵⁸ Taylor 1999: 72

⁵⁹ Ibid: 72

⁶⁰ Ibid: 72

⁶¹ Ibid: 72

som fulgte.⁶² Det vil bli interessant å se hvorvidt disse grunnreglene holdt stand i en krig hvor ideologier fikk en betydelig mer fremtredende posisjon enn tidligere.

Til tross for den reduserte propagandavirksomheten etter krigen ble det etter hvert klart at argumentene og idealene som hadde stått bak hadde vært illusoriske. Rivaliserende land ekspanderte nå sin propagandavirksomhet. Frankrike, Russland og Italia, tidligere allierte, anvendte lærdommen fra det britiske eksempelet under krigen. De kombinerte denne med de teknologiske fremskrittene innenfor kringkasting og film.⁶³ Internasjonal konkurranse ble dermed en utfordring for motstanderne av en fortsatt propagandabruk. Storbritannia slet tilsynelatende mest i handel. Ifølge Taylor hadde utfordringer til den britiske dominansen på verdensmarkedet reist seg mot slutten av 1800-tallet, og ble intensifisert i etterkrigsårene. I møte med denne utfordringen argumenterte The Foreign Office for at den begrensede britiske propagandaen ikke kunne konkurrere med rivalenes mer omfattende programmer. I tillegg mente departementet at kommersiell og kulturell propaganda hang tett sammen.⁶⁴ De finansielle begrensningene og avgjørelsen om at kulturell propaganda ikke skulle anvendes ble dermed en betydelig svakhet. Samarbeid mellom kulturell og kommersiell propaganda hadde til hensikt å skape en atmosfære for gjensidig respekt og forståelse, som både ville gagne britiske kommersielle interesser, men også skape en bakgrunn for fredfulle, diplomatiske forhold. The Treasury forholdt seg kritiske til denne tankemåten.⁶⁵ Frykt for den offentlige opinionen rundt økt propagandavirksomhet, og kanskje en tillit til mer tradisjonelle metoder for handel, gjorde at finansdepartementet forble negative til økte propagandautgifter.

Propagandavirksomheten forble derfor begrenset. Det ble tydelig at britiske interesser og prestisje led som konsekvens av mangel på tilstrekkelig representasjon utenlands. I tillegg ble propagandaen fra andre land etter hvert mer og mer anti-britisk i tonen, og den britiske propagandaen som eksisterte var ikke nok til å motvirke dette. Kampen som hadde blitt utkjempet for innflytelse i nøytrale land under første verdenskrig ble nå gradvis tapt i fredstid.⁶⁶ Slik ble utgangspunktet for suksessfull propagandavirksomhet mot potensielle handelspartnere og allierte svekket. Som tidligere nevnt er det et poeng at ekstern propaganda har mindre påvirkningskraft enn intern. At britene mistet fotfestet i nøytrale land, kan derfor tenkes å ha utgjort en svakhet for suksessfull propagandavirksomhet senere. Jacques Ellul skriver at et forarbeid må ligge til grunn for at direkte propaganda skal kunne være virkningsfull:

Direct propaganda, aimed at modifying opinions and attitudes, must be preceded by propaganda that is sociological in character, slow, general, seeking to create a climate, an atmosphere of favorable preliminary attitudes. No direct propaganda can be effective without pre-propaganda ... Sociological propaganda can be compared to plowing, direct propaganda to sowing; you cannot do the one without doing the other first.⁶⁷

Ifølge Ellul behøves det en form for pre-propaganda, et generelt fotfeste, for å tilrettelegge for mer effektiv direkte propaganda. Mangelen på dette kan dermed ha skapt utfordringer for Storbritannia. Disse bekymringene førte til at The Foreign Office økte innsatsen for å løse på finansdepartementets begrensninger. Den gjensidige avhengigheten mellom kommersiell og kulturell propaganda ble vektlagt, og i 1930 klarte utenriksminister Arthur Henderson å overbevise finansdepartementet om å løfte

⁶² Ibid: 73

⁶³ Ibid: 73

⁶⁴ Ibid: 73

⁶⁵ Ibid: 73

⁶⁶ Ibid: 73-74

⁶⁷ Ellul 1973: 15

embargoen fra 1919, som hindret anvendelsen av kulturell propaganda. Slik begynte prosessen som eventuelt ledet til opprettelsen av The British Council i 1934.⁶⁸

Anerkjennelse av behovet for kulturell propaganda førte slik til at projiseringen av Storbritannia - «The Projection of Britain» - begynte innen 1930.⁶⁹ Dette markerte begynnelsen på et internasjonalt, kulturelt propagandaprogram, og la grunnlaget for deler av den propagandavirkosomheten som foregikk under andre verdenskrig. Stephen Tallents, sekretær i The Empire Marketing Board, var fast bestemt på at fremgangen ikke skulle være bortkastet. I 1932 delte han sine meninger om hvorfor projiseringen av Storbritannia var så viktig: landet nøt ikke lenger sin dominante posisjon i det internasjonale bildet, en posisjon som hadde tillatt øynasjonen å simpelthen ignorere verdensopinionen, og fungere så godt som uavhengig. Storbritannia hadde internasjonale plikter, både som imperium og europeisk partner, men også som handelsmakt med globale interesser. Dette gjorde det nødvendig å projisere et presist og representativt bilde av seg selv til befolkningene i utlandet.⁷⁰ Han skrev, her sitert i Taylor:

No civilised country can today afford either to neglect the projection of its national personality, or to resign its projection to others.⁷¹

Storbritannia måtte ta ansvar for sitt internasjonale selvbilde. Det var ikke lenger mulig å forbli passiv i en moderne verden, preget av økt globalisering. Storbritannia måtte arbeide for å gjøre seg kjent og forstått, fordi «peace itself may at any time depend on a clear understanding abroad of her actions and motives».⁷² Tallents var en viktig pådriver for britisk engasjement innen propaganda. Han så for seg en propagandavirkosomhet som skulle fungere som en skole for nasjonal projisering, og som kunne opprettholde nær kontakt med de forskjellige eksisterende publisitetsorganene og med pressen, BBC, nyhetsbyråene og filmindustrien.⁷³ Opprettelsen av The British Council i 1934 skulle vise seg å oppfylle mange av disse ønskene, og ble hovedsetet for kulturell propaganda i Storbritannia.

2.5 The British Council – Kulturell propaganda satt i system

The British Council ble opprettet som en organisasjon som skulle arbeide med kulturell propaganda, og skapte en ny dimensjon i den tradisjonelle britiske utenrikspolitikken: det kulturelle diplomatiet.⁷⁴ En forklaring for denne typen propagandavirkosomhet ble presentert for offentligheten i *The Times* i 1935, her sitert i Taylor:

Those who dislike publicity may dismiss the idea [of cultural diplomacy] on the plea that it is nothing but veiled propaganda, but none need fight shy of the word 'propaganda' so long as the work associated with it is openly performed and the principles spread are honestly held and are not insinuated into the minds of readers of listeners, but are provided as a contribution to thought and experience for those who wish to learn them.⁷⁵

Mangelen på tillit til propaganda satt fortsatt igjen, og måtte konfronteres. I utsagnet presenteres propaganda som noe man ikke behøvde å frykte, så lenge arbeidet ble gjort

⁶⁸ Taylor 1999: 74

⁶⁹ Ibid: 75

⁷⁰ Ibid: 75-76

⁷¹ Ibid: 76

⁷² Ibid: 76

⁷³ Ibid: 76

⁷⁴ Ibid: 76

⁷⁵ Ibid: 77

på en ærlig og åpen måte. Jamført med denne forklaringen ble det tatt avstand fra et skjult meningsinnhold, og fokuset lå på synlige bidrag til mottakerens tankevirksomhet. Ellul beskrev propaganda som en skjult aktivitet, og her kan det virke som at det britiske kulturelle propagandaapparatet tok avstand fra denne tilnærmingen. Dette samsvarer bedre med Smiths beskrivelse av utslørt (overt) propaganda, hvor propagandisten ikke skjulte seg for mottakeren.⁷⁶ Corse skriver at organisasjonens mål var å presentere det de anså som et sannferdig og presist bilde av Storbritannia, uten at det skulle bli sett på som «propaganda» i negativ betydning. De skulle vise fram Storbritannia slik de mente landet faktisk var.⁷⁷ Det må allikevel tas til vurdering at dette var en forklaring myndighetene ga offentligheten i en avis. Hvorvidt den kulturelle propagandaen forble objektivt åpen og ærlig, gjenstår å se. Daværende utenriksminister, sir Samuel Hoare anerkjente også de mer praktiske og umiddelbare hensyn som lå til grunn for kulturell propaganda, her sitert i Taylor:

The commercial arguments in favour of intensifying the work of British cultural propaganda are no less strong than the political arguments. In all, the danger of German cultural and commercial penetration, which may be expected to increase as the power and wealth of Germany revive, makes it particularly desirable for British cultural propaganda to secure as firm a hold as possible on the minds and interests of the population, and particularly on the younger generation, before the counter-attraction becomes too strong.⁷⁸

Dette gir uttrykk for at Tysklands økende ideologiske tilstedeværelse på kontinentet begynte å utgjøre et bekymringsmoment for britiske myndigheter. Å sikre britiske interesser gjennom kulturell innflytelse over befolkningen ble derfor viktig. Kampen om innflytelse ble særlig viktig når allierte aktører skulle sikres i møte med nok en global storkrig. Taylor beskriver opprettelsen av The British Council som en demokratisk respons til de nye og umiddelbare problemene skapt av fremveksten til den totalitære staten i Europa.⁷⁹ Organisasjonen ble et forsøk på å utbalansere Tysklands kulturelle og kommersielle ekspansjon. Finansielt hadde forskjellene i støtte til kulturell propaganda vært massive før opprettelsen. Der den franske regjeringen hadde brukt £500 000 på kulturell propaganda per år, og Tyskland og Italia brukte rundt £300 000, hadde den britiske regjeringen kun hatt tillatelse til å bruke opptil £10 per år. Selv dette beskjedne beløpet var kun tillatt i spesielle tilfeller, som ifølge Corse vanligvis betød at det ble sendt et par bøker til Mellom- og Sør-Amerika.⁸⁰ Det behøvdes mer finansiering for at et effektivt propagandaapparat skulle kunne operere. Organisasjonens første formann, Lord William Tyrrell, understreket en søknad om økt finansiell støtte i 1936 med et nytt argument, sitert i Taylor:

We have much to learn from others, but we also have much to teach them. If we do not do the teaching ourselves, we shall be misunderstood and misinterpreted. If you will regard us as a body able and willing to do this educational work abroad, may I ask you also to regard us as people who are assisting practically in our national defence. Modern defence consists not only in arms but in removing misunderstanding.⁸¹

Argumentasjonen bygger på tanken om at britisk propaganda måtte fremme internasjonal forståelse for seg og sine intensjoner. Eventuelle motstandere måtte ikke få muligheten til å skape et bilde av Storbritannia utenlands, uten at øynasjonen selv fikk sjansen til å si sitt. Storbritannia måtte ta kontroll over sitt eget image. Det nye

⁷⁶ Smith 2021

⁷⁷ Corse 2013: 36

⁷⁸ Taylor 1999: 77

⁷⁹ Ibid: 77

⁸⁰ Corse 2013: 20

⁸¹ Taylor 1999: 77

argumentet som kommer til uttrykk her er at kulturell propaganda ble vurdert som en betydelig forsvarsmekanisme, på linje med tradisjonelle forsvarsvåpen. Ifølge Lord Tyrrell kunne kulturell propaganda sikre gode diplomatiske forhold, og slik avverge væpnet konflikt. Dette prinsippet ble trolig stående som et mål for den videre propagandavirksomheten foretatt av The British Council.

2.6 Veien til krig – Psykologisk gjenopprustning

Projiseringen av Storbritannia som propagandaprogram fikk en økende politisk betydning fra 1935, når sannsynligheten for en ny krig ble større og større. Det var antatt at dette ville bli en krig hvor moral, både hjemme og utenlands, ville spille en avgjørende rolle.⁸² Moral og opinion ble militære verktøy, og propaganda ble det fremste middelet for å kontrollere dem.⁸³ Propaganda ble derfor raskt tillagt en betraktelig verdi, som del av arsenalet til den kommende konflikten. The Foreign Office kom med en advarsel i et memorandum fra februar 1937, sitert i Taylor:

*It is particularly important to spend now, before the danger has grown to unmanageable proportions, and we must row against the tide. It is no exaggeration to say that unless we are prepared to show our concern for the world to which modern development is binding us continually closer, we shall, when the need of them arises, find our present and potential friends the unwilling but helpless allies of those who have shown their intention of making every encroachment on our power that we can be forced, or deluded, into allowing.*⁸⁴

Storbritannia måtte umiddelbart ekspandere sin propagandavirksomhet, før Tyskland fikk et uslåelig forsprang på den internasjonale arenaen. Det var grunn til å tro at propaganda ville spille en stor rolle i andre verdenskrig. Denne overbevisningen ble styrket av oppkomsten til de første, virkelige massemediene, film og radio, kombinert med de totalitære regimenes bruk av propaganda i fredstid.⁸⁵ Frykt for å miste både eksisterende og potensielle allierte stikker seg slik ut som en viktig motivator. Dermed utgjorde økt propagandavirksomhet en metode for å sikre allierte i kampen mot Nazi-Tyskland. Målet om å sikre sine «venner» fra totalitære hender er et godt utgangspunkt for å beskrive propagandaprogrammene som ble rettet mot Nigeria og andre britiske kolonier. Behovet for en omfattende propagandavirksomhet hadde blitt betydelig, og innen vinteren 1937-38 var det lite motstand når nye tiltak ble iverksatt. Statsminister Neville Chamberlain, her sitert i Taylor, annonserte selv i House of Commons:

*His Majesty's Government fully realise that ... the old stand-upon-your-dignity methods are no longer applicable to modern conditions and that, in the rough-and-tumble of international relations which we see today, it is absolutely necessary that we should take measures to protect ourselves from constant misrepresentation.*⁸⁶

Propaganda var blitt et nødvendig middel for de britiske myndighetene. Det eksisterte allikevel fortsatt et behov for bedre koordinasjon av propagandaarbeidet. Tidligere forsøk på å koordinere arbeidet hadde vist seg å være upraktiske, på grunn av den ujevne utviklingen i Storbritannias propagandavirksomhet etter første verdenskrig, og halvhjertet, fordi den nødvendige motivasjonen ikke hadde vært til stede. Selv om motivasjon ikke lenger var noe problem i 1938, forble problemet med koordinering

⁸² Ibid: 78

⁸³ Taylor 1981: 30

⁸⁴ Taylor 1999: 78

⁸⁵ Taylor 1981: 32

⁸⁶ Taylor 1999: 79-80

uløst.⁸⁷ Forholdene stilte seg slik at propaganda nå var ansett som et nødvendig middel, dersom krig skulle kunne unngås. Utenriksminister Anthony Eden anerkjente i 1937 at propaganda hadde blitt et uunngåelig aspekt av diplomati i fredstid, sitert i Taylor:

It is perfectly true, of course, that good ... propaganda cannot remedy the damage done by bad foreign policy, but it is no exaggeration to say that even the best of diplomatic policies may fail if it neglects the tasks of interpretation and persuasion which modern conditions impose. We have daily experience of what we may expect to suffer if we leave the field of foreign public opinion to our antagonists, and we must face the fact that these misinterpretations can only be countered by equally energetic actions on our part on behalf of the truth.⁸⁸

Eden er tydelig på at selv det beste diplomati kan feile dersom en ignorerer den moderne verdens krav til en proaktiv propagandavirksomhet. Taylor påpeker at utsagnet viser til tre av de grunnleggende prinsippene for britisk propaganda mot utlandet i mellomkrigstiden: 1) propaganda skulle fungere som et tillegg til tradisjonelt diplomati, ikke en erstatning; 2) Storbritannia hadde iverksatt propagandavirksomheten som en reaksjon på eksternt anti-britisk propaganda, ikke et eget ønske om ekspansjon; 3) utsagnet tydeliggjør britiske myndigheters tro på den faktabaserte propagandaens verdi, og et fokus på kvalitet fremfor kvantitet.⁸⁹ Disse prinsippene ble sentrale for utviklingen til en gjenfødte propagandavirksomhet etter første verdenskrig. Det gjeldende fokus på fakta, sannferdighet og nødvendighet skapte positiv oppslutning rundt arbeidet. I 1918 hadde House of Commons vært enstemmig negativ til propagandavirksomheten som hadde blitt gjort av The Ministry of Information under første verdenskrig. Under debatter i 1938 og 1939 var de derimot enstemmig positive til arbeidet som ble gjort av ulike aktører for å promotere Storbritannia internasjonalt.⁹⁰ Dette illustrerer en eksplosiv forandring i holdningene til propaganda, og indikerer at kampen britiske propagandister hadde kjempet mot eget rykte hadde vært suksessfull. Denne prosessen var vital for å få på plass et velfungerende propagandaapparat før andre verdenskrig, og banet slik vei for den nye krigstidspropagandaen.

Som nevnt i det foregående forble mangelen på koordinering fortsatt et alvorlig problem for propagandaens effekt. Reginald Leeper - lederen for The Foreign Office News Department - mente derfor at økt sentralisering var nødvendig for at propagandavirksomheten skulle kunne effektiviseres ytterligere. I januar 1938 foreslo han opprettelsen av en «Central Co-ordinating Committee», under ledelse av sir Robert Vansittart. Utenriksminister Eden viderefremmet forslaget til Chamberlain, og statsministeren aksepterte.⁹¹ Vansittart-komiteén skulle ha en rådgivende funksjon, og arbeidet for økt effektivitet og koordinering av det eksisterende propagandaarbeidet.⁹² Et viktig steg for en sentralisert koordinering av britisk propaganda i fredstid ble dermed tatt, og et mer samkjørt apparat var på plass. Dette skulle hjelpe Storbritannia i jakten på fred, men dersom det feilet var planer allerede lagt for å gjenopprette The Ministry of Information.⁹³ Den kulturelle og kommersielle propagandaen var i utgangspunktet tenkt som et verktøy for å sikre diplomati i fredstid, men utgjorde et godt fundament for en utvidet virksomhet i krigstid. Disse propagandaformene hadde særlig mye å gjøre med forholdet til utlandet, og til eventuelle allierte. I møte med en global krig ville koalisjoner

⁸⁷ Ibid: 80

⁸⁸ Ibid: 80

⁸⁹ Ibid: 80

⁹⁰ Ibid: 81

⁹¹ Ibid: 81-82

⁹² Ibid: 82

⁹³ Ibid: 83

basert på gode samarbeidsforhold og forståelse for hverandre bli verdifulle. Tilsidesettelsen av MoI, som en plan B dersom alt annet feilet, gjorde allikevel at det som skulle bli den fremste organisasjonen for krigstidspropaganda fikk en dårlig start. Ifølge Taylor var det ingen tvil om at MoI gikk håpløst uforberedt inn i krigen.⁹⁴

Den britiske propagandaen i mellomkrigstiden var ifølge Taylor mindre aggressiv enn sine totalitære motparter. Den forsøkte å tilby muligheter til å lære mer om Storbritannia, fremfor å tvinge folk til å tenke britisk. Propagandaen var slik mer pro-britisk enn anti-utenlandsk, og baserte seg mye på forklaring og rettferdiggjørelse av Storbritannia og dets handlinger. De britiske propagandistene gikk langt for å unngå å kritisere andre lands aktiviteter.⁹⁵ Dette bildet stemmer godt overens med Smiths beskrivelse av propagandisten som anser seg selv som en lærer, som formidler en sannhet og det den anser som det beste handlingsmønsteret i en gitt situasjon.⁹⁶ Til tross for at britiske propagandister valgte å vektlegge fakta og argumenter i sin propaganda, må det tas hensyn til at de hadde en tilsiktet hensikt med informasjonsformidlingen. De ønsket å manipulere mottakerens tanker og holdninger til Storbritannia, men ville unngå løgn, rykter og halvsannheter. Dette var trolig en reaksjon på den rådende mistilliten til propaganda, og derfor måtte propagandistene trå varsomt for å unngå ny kritikk. Dette klarte de relativt godt. Propaganda forble allikevel ansett som et nødvendig onde, og ikke nødvendigvis som noe konstruktivt eller positivt. Den var simpelthen et verktøy for å promotere gode internasjonale forhold, og gikk med tiden over til å bli et forsvarsmiddel i en verden på randen av krig. Debatten rundt propagandabruk opphørte ikke, til tross for den økte støtten rundt projiseringen av Storbritannia.⁹⁷ Propaganda forble med andre ord et ambivalent tema for det britiske demokratiet. Begrepet i seg selv bar fortsatt med seg såpass mørke assosiasjoner at Stephen Tallents gikk langt for å unngå bruken i pamfletten *The Projection of England*. Ordet «propaganda» forekommer ikke én eneste gang her.⁹⁸ Erfaringene fra første verdenskrig preget fortsatt begrepet. Det fantes allikevel stemmer som talte mot denne frykten. Etter en debatt om propaganda i House of Commons i februar 1939, sa et parlamentsmedlem, her sitert i Taylor:

We have heard much tonight about the projection of Britain and the British people. Well, what is that but propaganda? We may dislike the word because it has collected unpleasant associations. But the thing itself may be necessary and right. Let us not be ashamed or afraid of it.⁹⁹

Det ble forstått at projiseringen av Storbritannia var en form for propaganda. At propaganda hadde blitt anvendt på et kritikkverdig vis tidligere behøvde ikke å bety at det ikke kunne brukes igjen, basert på nye prinsipper og retningslinjer. Om ikke annet hadde dette blitt demonstrert av de britiske propagandistene gjennom mellomkrigstiden. Deres kamp mot eget rykte og folkeopinionens mistillit kan virke til å ha båret frukt, og et nytt propagandaapparat kom på plass. Den økende forventningen om en ny storkrig var en av hovedmotorene for den voksende oppslutningen. Britisk propaganda i mellomkrigstiden oppsto dermed som en reaksjon på internasjonale forhold, i et forsøk på å sikre fred. Når andre verdenskrig kom, hadde Storbritannia fått på plass et utgangspunkt for ny propagandavirksomhet, samt et sett med tilhørende prinsipper for

⁹⁴ Taylor 1981: 47

⁹⁵ Taylor 1999: 83

⁹⁶ Smith 2021

⁹⁷ Taylor 1999: 83

⁹⁸ Ibid: 84

⁹⁹ Ibid: 84

hvordan den skulle anvendes. Denne utviklingsprosessen utgjør det historiske bakkeppet for britisk propagandavirksomhet under andre verdenskrig.

2.7 Vurderinger for den nye krigstidspropagandaen

Utviklingsprosessen som hadde foregått i britisk propagandavirksomhet førte til at nye retningslinjer skulle etterfølges i arbeidet med propaganda. De overdøvende negative holdningene til propaganda etter første verdenskrig førte til at myndighetene måtte gjøre grep for å ivareta sitt omdømme. Den nye propagandaen skulle basere seg på fakta og argumentasjon for Storbritannias sak. Britiske propagandister ønsket ikke å fremstå som løgnaktige eller manipulerende, og derfor var det viktig at propagandaen skulle utarbeides i tråd med politiske føringer. I tillegg skulle propagandaen være minst mulig aggressiv. Man skulle arbeide fra et pro-britisk perspektiv, uten at dette nødvendigvis skulle gå på bekostning av eventuelle opponenter. Propagandistene anså seg selv som ærlige i sitt arbeid, og skulle simpelthen formidle det britiske standpunktet. Funksjonen deres var allikevel å manipulere tanker og holdninger hos sitt publikum, ved å formidle og understreke de argumentene de selv anså som gyldige. Deres holdning til eget virke er uansett interessant, fordi det er så tydelig at de forsøkte å distansere seg fra konseptet propaganda. De var allikevel propagandister i sin tid, og ettertiden har tydeliggjort at dette var deres funksjon. Prinsippene om en sannferdig og faktabasert propaganda som ikke skulle være aggressiv av natur, utgjorde tydelige rammer for hvordan krigstidspropagandaen skulle utformes. Man kan tenke seg at propagandistene var tilbøyelige til å strekke disse retningslinjene når Storbritannia gikk inn i en ny krigssituasjon. Det er allikevel viktig å huske på at det var erfaringer fra nettopp en ødeleggende krig på global skala som hadde ført til at britiske myndigheter måtte stramme inn tøylene betraktelig. Derfor er vurderingene av propagandaarbeidet som ble gjort i mellomkrigstiden av stor betydning, for å forstå Storbritannias propagandavirksomhet under andre verdenskrig.

3 Britisk propaganda under andre verdenskrig

3.1 Innledning

Mellomkrigstiden utgjorde en turbulent utviklingsprosess for britisk propagandavirksomhet. Propaganda hadde blitt merket som et uærlig og manipulerende instrument etter første verdenskrig, og britiske myndigheter ønsket i utgangspunktet ikke å risikere de politiske konsekvensene av å videreføre virksomheten i fredstid. Den måtte i alle fall ikke komme til syne for offentligheten. Allikevel førte mellomkrigstiden med seg nye utfordringer, og det ble etter hvert tydelig at Storbritannia måtte ta grep om en representasjon og projisering av seg selv internasjonalt, for å forsvare eget omdømme og kredibilitet. Med dette kapittelet vil jeg bevege meg videre i kronologien, fra mellomkrigstiden og inn i andre verdenskrig. Utviklingen i britisk propagandavirksomhet før krigens utbrudd utgjør et historisk bakteppe for krigsårene. For å besvare oppgavens problemstilling vil jeg her rette fokus mot de to følgende forskningsspørsmålene: *Hvordan anvendte Storbritannia propaganda under andre verdenskrig, 1939-45? Hva ønsket britene å oppnå med sin propagandavirksomhet, særlig rettet mot allierte og potensielle allierte, under krigen?* Ved å besvare disse spørsmålene vil oppgaven danne grunnlag for en bedre forståelse for det britiske propagandaapparatet under krigen, hvilke føringer som lå til grunn, og hvordan propaganda eventuelt ble gjennomført i tråd med disse. Kapittelet skal se nærmere på den britiske propagandavirksomheten under andre verdenskrig, og med bakgrunn i forrige kapittel vil jeg kunne undersøke dette i lys av utviklingen som hadde foregått gjennom mellomkrigstiden. Dette vil bidra til å sette krigstidspropagandaen i perspektiv. I kapittelet vil jeg se nærmere på vurderingene som lå bak utformingen og bruken av propaganda, og det vil også være relevant å trekke frem sensur som del av en effektiv propagandavirksomhet. Videre skal kapittelet ta for seg filmpropaganda som et eksempel på hvordan britiske myndigheter ønsket å påvirke omverdenens oppfatning av Storbritannia og deres posisjon i krigen. Undersøkelsen vil bidra til å skape et generelt, men viktig forståelsesgrunnlag, før jeg deretter vil ta for meg Nigeria som eksempel i kapittel 4.

3.2 En ny krig

I opptakten til andre verdenskrig forsøkte Storbritannia å gjennomføre en appeasement-politikk, i møte med Hitlers økende makt og aggressivitet. Politikken utgjorde et legitimt forsøk på å roe ned situasjonen og unngå en ny storkrig, selv om den har mottatt mye kritikk i ettertid. Den symboliserer slik det britiske ønsket om å unngå væpnet konflikt, farget av erfaringene etter første verdenskrig og de holdningene som preget engelskmenn flest. De vestlige demokratiene var generelt sett påvirket av en grunnleggende pasifistisk innstilling. De menneskelige og finansielle kostnadene til den forrige krigen gjorde at mange insisterte på fred, uavhengig av konsekvensene.¹⁰⁰ Etter

¹⁰⁰ Palmer et al. 2014: 844

at Nazi-Tyskland angrep Polen, 1. september 1939, ble det klart at en ny storkrig var uunngåelig. En ny konflikt lå i kortene, og i løpet av de ti foregående dagene hadde Storbritannia allerede kommet i gang med krigsforberedelsene. Chamberlain, den britiske statsministeren, hadde ikke ønsket en full mobilisering i frykt for å utløse en kjedereaksjon i Europa, som den i 1914. Mobiliseringen ble derfor først beordret etter den tyske invasjonen av Polen.¹⁰¹ Dette innebar også en mobilisering av propagandaapparatet, og en prosess Philip M. Taylor kaller for 'psykologisk gjenopprustning'.¹⁰² I *An Imperial World at War* introduserer Khan og Singh med at det britiske imperiet både kunne være en byrde og en stor ressurs i krigstid. Flexibiliteten og imperiets store potensiale for mobilisering for en eventuell konflikt var ifølge dem den viktigste fordel Storbritannia hadde, sammenlignet med aksemaktene.¹⁰³ Effektiv propagandavirksomhet ble derfor en viktig brikke for å engasjere ressursene som befant seg rundt om i imperiet, og dermed utnytte det strategiske spillerommet dette ga de britiske myndighetene. Uten propaganda, informasjon og oppmuntring til sympati for Storbritannias sak kan det tenkes at imperiet ikke ville kunne fungere på denne måten. Det kunne heller bli en byrde, enda en ting å bekymre seg for i en allerede turbulent tid preget av konflikt. Disse refleksjonene er særlig interessante med tanke på det propagandaarbeidet som ble foretatt i Nigeria.

Storbritannia skulle nok en gang vise seg å være dyktige på krigstidspropaganda, sensur og psykologisk krigføring. De var derimot ikke fullt så gode på å ta til seg fortidens lærdom. Propagandistene måtte på nytt finne frem til gammel kunnskap for å få propagandamaskineriet til å fungere såpass effektivt som det hadde gjort under første verdenskrig. Det skulle ta to år med kaos før systemet kom ordentlig på plass, og kunne bidra til den eventuelle seieren.¹⁰⁴ Chapman skriver at problemene til The Ministry of Information hadde å gjøre med mangelfull planlegging og forberedelse opp mot krigsutbruddet.¹⁰⁵ Taylor peker blant annet på at arkiver og dokumentasjon fra de ulike krigstidspropagandaaktørene stort sett hadde blitt ødelagt i 1920, eller «gått tapt» i årene som fulgte. Det fantes derfor ikke noen detaljert informasjon fra det han kaller for 'krigstidseksperimentet'. De som hadde måttet arbeide med å planlegge ny propagandavirksomhet var derfor begrenset til å konsultere memoarer fra tidligere propagandister. Ifølge Taylor ble derfor ny krigstidspropaganda utarbeidet fra et misvisende perspektiv, fordi memoarene gjerne overdrev viktigheten av den britiske propagandaen.¹⁰⁶ Det er ikke vanskelig å forestille seg at disse memoarene ikke utgjorde et optimalt grunnlag for objektiv gjengivelse av de tidligere propagandistenes erfaringer. Det kan allikevel tenkes at de ga et verdifullt innsyn i hvordan propagandavirksomheten ble oppfattet fra britisk hold med tanke på utbredelse og effekt. Det er uansett et kildemateriale som krever kritiske øyne, og slik sett virker Taylor trygg i sin vurdering om at andre verdenskrigs MoI ikke nødvendigvis ble en velutviklet, optimalisert arvtaker til organisasjonen fra forrige storkrig. Det nye MoI kan ifølge han heller anses som en mer strømlinjeformet utgave, bygget på de subjektive erfaringene til tidligere aktører innen propaganda.¹⁰⁷ Disse vurderingene vil være aktuelle å trekke fram når den britiske propagandaen i Nigeria skal undersøkes nærmere, da de kan vise til at virksomheten ikke nødvendigvis var så effektiv som en skulle kunne forvente av et land med relativt

¹⁰¹ Beevor, A. (2014). *The Second World War*. Orion Publishing: 30

¹⁰² Taylor 1999: 88

¹⁰³ Jackson et al. 2017: 2

¹⁰⁴ Taylor 1999: 151

¹⁰⁵ Chapman 2000: 15

¹⁰⁶ Taylor 1999: 118

¹⁰⁷ Ibid: 118

god fartstid på feltet. Også The British Council forble en viktig institusjon for produksjon av propaganda gjennom krigen. Organisasjonen arbeidet som nevnt i det foregående med kulturell propaganda, til forskjell fra den politiske som ble organisert av The Ministry of Information. Organisasjonen hadde vært i fare for å bli overtatt av MoI ved krigsutbruddet¹⁰⁸, men det var flere som argumenterte for at de to skulle forbli adskilte enheter. Corse trekker fram et brev fra den daværende utenriksministeren, Lord Halifax, hvor han uttrykte sine, og The Foreign Office sine holdninger til The British Council som propagandaorganisasjon:

To my mind the Council's cultural work is just as important as the political propaganda of the Ministry of Information. Our cultural achievements are one of the greatest assets in presenting our case against Nazi Germany: and it is surely vital that we should keep them constantly in evidence in neutral countries, so that they can see that we are able to maintain, and even to extend, our cultural influence in spite of the strain of war. The British Council is the proper body to do this, and I think that they should be given every encouragement in their task.¹⁰⁹

Til tross for at krigen hadde brutt ut, og det ved første øyekast kunne virke som at det var den politiske propagandaen som ville ha mest nytteverdi i en krigssituasjon, så var det med andre ord støtte for at også kulturell propaganda ville være avgjørende for den britiske saken. Den ble ansett som like betydningsfull som den politiske propagandaen, og som en verdifull ressurs for Storbritannia. Og ikke bare det, men det var tenkt at nettopp The British Council burde beholde oppgaven med produksjon og distribusjon. Det skal sies at The Ministry of Information ikke hadde hatt det beste ryktet på seg fra opprettelsen og inn i de tidlige krigsårene, og Chapman påpeker at utenriksminister Halifax selv hadde beskrevet organisasjonen som en kropp uten verken et hode, eller særlig effektive lemmer.¹¹⁰ Allikevel hadde The Ministry of Information i utgangspunktet fått fem funksjoner å oppfylle: utgivelse av offisielle nyheter; sensur av mediene, inkludert presse, film og radio; ansvar for moral; publisitetskampanjer for andre regjeringsdepartementer; formidling av propaganda i utlandet, mot fiendtlige, allierte og nøytrale land.¹¹¹ Dermed virker det klart at det i utgangspunktet skulle være MoI som satt med ansvaret for all den britiske propagandaen i krigstid. Allikevel hadde den dårlige planleggingen ført til at organisasjonen håndterte situasjonen såpass dårlig fra start, at flere av de originale funksjonene ble fjernet. Det ble opprettet et eget, midlertidig byrå for presse og sensur som skulle ha ansvar for utgivelsen av offisielle nyheter, og propagandaen rettet mot fiendtlige land ble delegert til The Foreign Office for resten av krigen.¹¹² Dette kan bidra til å forklare hvorfor også The British Council fikk beholde ansvaret for den kulturelle propagandaen etter krigsutbruddet.

Omstendighetene for propagandavirksomheten under andre verdenskrig, både hjemme og utenlands, var svært forskjellige fra forrige storkrig. Massemedier i form av radio og film gjorde at det ble usannsynlig at noen del av Storbritannia kunne forbli urørt av krigen eller nyheter om den. Særlig radioteknologien innebar at både Storbritannia og deres motstandere kunne adressere hverandres folkemasser direkte. Krigen kan derfor omtales som en krig av ord, men den var også en krig av bilder og lyd, der kino og film spilte en viktig rolle for innenrikspropaganda og i kampanjer for å vinne over nøytrale

¹⁰⁸ Corse 2013: 39

¹⁰⁹ Ibid: 40

¹¹⁰ Chapman 2000: 14

¹¹¹ Ibid: 16

¹¹² Ibid: 19

land rundt om i verden.¹¹³ Ny og forbedret teknologi fasilitererte på denne måten for effektiv og utvidet propagandavirksomhet, og betød at det ble vanskelig å sette til side propaganda som våpen i krigsarsenalet. Nettopp på grunn av disse teknologiske framskrittene er det interessant å undersøke propagandafilm som medium for manipulasjon av opinion. Britene jobbet allikevel hardt for å forholde seg til sannferdige prinsipper, basert på lærdommen etter første verdenskrig. Jamført med Smith sin definisjon av propagandabegrepet etterstrebet de britiske propagandistene et propagandaarbeid basert på fakta.¹¹⁴ Taylor påpeker derimot at en persons sannhet er en annens løgn, og at hele sannheten ikke kunne formidles offentlig i krigstid. Ifølge han overbeviste britiske myndigheter allikevel seg selv om at der de bedrev propaganda, så var dette propaganda basert på fakta, og dermed ikke egentlig propaganda i det hele tatt.¹¹⁵ Det blir allerede her klart at erfaringene etter første verdenskrig og mistilliten til propaganda som begrep og politisk verktøy påvirket Storbritannias perspektiv på hvordan ny propagandavirksomhet skulle gjennomføres. Som nevnt i det foregående kapitlet trekker Smith frem at propagandisten i noen tilfeller kan vurdere sitt arbeid som fullkomment sannferdig, og at virksomheten slik grenser til utdanning, heller enn propaganda. Visse aspekter av sannheten blir for eksempel vektlagt for å få frem et overbevisende budskap.¹¹⁶ De britiske idealene for propagandavirksomhet kan dermed fremstå som desillusjonerte, basert på en overbevisning om egen rettskaffenhet. Hvorvidt disse idealene til enhver tid ble oppfylt eller i det hele tatt etterstrebet gjenstår å se.

I opptakten til september 1939 hadde den økende sannsynligheten for en ny storkrig krevd at Storbritannia mobiliserte. Propaganda, eller publisitet som det gjerne ble kalt utenfor regjeringskontorene, spilte en viktig rolle i å selge gjenopprustningsprogrammet til den britiske offentligheten. Taylor mener at dette forklarer hvorfor en overveldende pasifistisk offentlig opinion først gjenvälgte en nasjonal regjering som var dedikert til gjenopprustningspolitikk i 1935, og hvorfor krigserklæringen mot Tyskland ble akseptert fire år senere, tilsynelatende uten protester.¹¹⁷ Med andre ord behøvde de britiske myndighetene en effektiv propagandavirksomhet som formidlet behovet for motstand og eventuelt krig. Slik kunne de sikre seg at demokratiet ikke snudde seg imot dem i møtet med den internasjonale krisen. Denne prosessen er det Taylor betegner som psykologisk gjenopprustning, og kan ifølge han deles inn i tre faser. Den første og innledende fasen foregikk mellom 1934 og 1935, og her samlet den nasjonale regjeringen seg rundt gjenopprustingssaker, og solgte blant annet idéen om forsvar mot bombefly. Det var en periode preget av frykt for angrep fra luften, og for den betydelige gjenoppbyggingen til det tyske militærvæsenet.¹¹⁸ Den andre fasen foregikk fra valget i 1935 og fram til Münchenkrisen i 1938. Noen framtrede temaer ble vektlagt her, først og fremst en forsikring om at Storbritannia var i stand til å forsvare sine interesser rundt om i verden, til tross for at dette var langt unna det rådende offisielle synet på situasjonen. Videre var det vektlagt et behov for økende innsatsvilje fra det britiske folk, for eksempel i form av høyere skatter dersom freden skulle kunne bevares. For det tredje oppfordret myndighetene til felleskap og samarbeid blant folket, for å forhindre at det utenkelige

¹¹³ Taylor 1999: 151

¹¹⁴ Smith 2021

¹¹⁵ Taylor 1999: 151

¹¹⁶ Smith 2021

¹¹⁷ Taylor 1999: 90

¹¹⁸ Ibid: 100

skulle skje.¹¹⁹ Denne andre perioden var med andre ord preget av en intensifert publisitetskampanje for å forsikre offentligheten om at Storbritannia var i stand til å forsvare seg selv, men at dette behøvde samarbeid og oppofrelse fra folket. I den tredje fasen, fra Münchenkrisen og fram til krigens utbrudd, fortsatte mobiliseringsprosessen, gjennom propaganda som blant annet etterspurte frivillige til militærvesenet og videre oppofrelser fra det britiske folk. Tvil om behovet for gjenopprustning ble slukket når Hitler nektet å forhandle videre etter München, og når naziregimets natur ble avslørt gjennom nyheter om Krystallnatten i november 1938.¹²⁰ I opptakten til krigen bidro dermed Nazi-Tyskland selv til å definere veien videre for denne tredje psykologiske gjenopprustningsfasen, og til å snu britisk opinion i favør for væpnet konflikt.

Andre verdenskrig var blitt et faktum, og Storbritannia mobiliserte for å stå imot den tyske aggresjonen i Europa. Dette innebar også en mobilisering av propagandaapparatet, og en plan for hvordan propaganda skulle brukes for å oppnå best mulig effekt. Dårlig planlegging i opptakten til krigen hadde ført til at The Ministry of Information fikk en dårlig start, men dette bedret seg med tiden. Chapman trekker frem at MoI gjennomgikk en såpass kraftig rehabilitering, at en offisiell rapport i 1944 omtalte organisasjonen som grundig, solid, fleksibel og driftig.¹²¹ Det lå allikevel utfordringer i å skulle markedsføre opprustning og krig for den britiske offentligheten, og 'propaganda' var enda ansett som noe skittent og u-engelsk. Det var en aktivitet for utenlandske aktører, og som demokratier kun skulle bruke i krigstid. Å markedsføre og representere Storbritannia i utlandet var en ting; propaganda rettet mot det britiske folk var noe helt annet.¹²² Nå som Storbritannia nok en gang befant seg i en krigssituasjon skulle de jobbe for å manipulere opinionen både utenfor og innenfor egne grenser.

3.3 Propagandaens retningslinjer

Propaganda som verktøy skulle utfylle noen funksjoner, og følge et sett med retningslinjer. Dette hadde å gjøre med myndighetenes behov for effektivitet, men også moralske vurderinger for hva som skulle være akseptabelt i et demokrati. Storbritannia skulle ikke bare mobilisere britiske ressurser og mannskaper, propagandaarbeidet skulle foregå på tvers av grenser. Ofte er det slik at seierherrene definerer historien, men selv om vi tar utgangspunkt i at briteres krig var en god krig, rettmessig utkjempet mot fascismen, så er det viktig å huske på at mennesker opplevde konflikten ulikt rundt om i imperiet, avhengig av perspektivene de så den fra.¹²³ Dette betød at de britiske propagandistene måtte ta hensyn til ikke bare egen befolkning, men til opplevelsene og holdningene som eksistere rundt om i kolonistatene. En balansegang mellom rollen som demokrati og imperiemakt blir synlig. Taylor trekker fram at politikeren Stanley Baldwin i 1934 skrev:

The maintenance of an educated democracy depends on unceasing propaganda, pressed with vigour and enthusiasm, and at the same time directed with a full and exact knowledge of the facts, towards clearly defined aims. A confusion of aim or a lack of enthusiasm renders propaganda weak and ineffectual.¹²⁴

¹¹⁹ Ibid: 101

¹²⁰ Ibid: 107

¹²¹ Chapman 2000: 37

¹²² Taylor 1999: 91

¹²³ Jackson et al. 2017: 5

¹²⁴ Taylor 1999: 93

Han uttrykker med andre ord en holdning om propaganda som en nødvendighet for et utdannet demokrati, og som må drives frem med kraft og entusiasme. Dette er et interessant perspektiv, sett i lys av den rådende mistilliten til propaganda som noe uærlig og manipulerende. Dette uttrykker kanskje en tanke om at et fungerende demokrati, etter den daværende britiske modellen, behøvde propaganda for å fungere, som en metode for å sikre en viss kontroll over folkeopinionen. Man kan spørre seg hvorvidt dette i større grad effektiviserer eller manipulerer demokratiet som institusjon, og det kan tenkes at det faktiske resultatet er en kombinasjon. Baldwin vektla også at man må ha all fakta på bordet for å kunne bruke propaganda effektivt, og med tydelig definerte mål. Dette var trolig vel så aktuelt rundt om i imperiet, som det var innenfor Englands egne grenser. Hvorvidt man deler alle fakta gjennom propagandaen eller ikke er et annet spørsmål, men at propagandisten selv har kontroll, og jobber med spesifikke mål for øyet er her ansett som vitalt. Bekymringene om propaganda som politisk verktøy i fredstid kan med andre ord virke berettiget. Mobiliseringen av det britiske imperiet som helhet skapte ifølge Khan og Singh også et filosofisk problem om nasjonalidentitet, borgerskap og tilhørighet. Hvem var egentlig legitime britiske borgere, og legitime britiske soldater? Hvem ville ønske å delta i en krig de ikke nødvendigvis opplevde noen nærhet til? Slik ble balansen mellom nasjonale og imperialistiske interesser, mellom nasjonalisme og identiteten som imperium, rokket ved.¹²⁵ Dette var en kamp propagandistene måtte delta i, dersom de skulle kunne sikre støtte fra kolonistatene til krigen, og som jeg vil se nærmere på i neste kapittel.

Storbritannia gikk inn i krigen uten noen tydelige retningslinjer for propagandavirksomhet, og uten et teoretisk grep om hva propaganda faktisk var. I planleggingsfasen hadde oppmerksomheten vært viet til oppbygningen av det nødvendige maskineriet for produksjon og distribusjon av propaganda, og lite omtanke gikk til propagandateknikker.¹²⁶ For å kunne benytte seg av propaganda som verktøy var det viktig med en forståelse for hvordan den fungerte psykologisk, og mangelen på ivarettatte erfaringer fra første verdenskrig skapte slik utfordringer for det nye MoI. Et problem for de britiske propagandistene var at det mest suksessfulle eksempelet på propaganda på denne tiden var nettopp den tyske modellen.¹²⁷ Etter utviklingen som hadde foregått i mellomkrigstiden var dette særlig problematisk når Storbritannia ønsket å holde et fokus på sannferdig propaganda, basert på fakta, og distansert fra diktaturenes aggressive strategier. Det ble etter hvert skrevet mer om hva propaganda skulle, og burde være, også fra britisk hold, og Chapman trekker fram Frederick Bartlett, en professor i psykologi ved Cambridge. Bartlett var interessert i nettopp forskjellene på demokrati og diktatur, og identifiserte to essensielle ulikheter mellom propagandaen til disse: for det første var ifølge han propagandateknikkene til diktatorisk propaganda rettet mot å vekke følelser hos massene, mens demokratisk propaganda var basert like mye på begrunnede argumenter som på følelser; for det andre kunne, og burde propagandaen i et demokrati anerkjenne eksistensen til forskjellige meninger, noe som ikke ville være tillatt i et diktatur.¹²⁸ Dette skillet mellom ulik bruk av propaganda er interessant, i at det skaper en særegen plattform for et demokrati som Storbritannia til å utforme propaganda, samtidig som britiske myndigheter kunne ta avstand fra den typen propaganda de vurderte som umoralsk. Jamført med denne forståelsen for

¹²⁵ Jackson et al. 2017: 3

¹²⁶ Chapman 2000: 43

¹²⁷ Ibid: 43

¹²⁸ Ibid: 44

propagandabruk var også Storbritannia mer bundet til visse retningslinjer, dersom de skulle forholde seg til de demokratiske retningslinjene.

Til tross for mangelen på tydelige retningslinjer for propaganda i begynnelsen av krigen, ble dette utformet etter hvert. Disse ble presentert for krigskabinettet av informasjonsministeren Lord Macmillan i et memorandum, «Principles Underlying British Wartime Propaganda», 22. desember 1939. Macmillan skriver:

I circulate herewith a Memorandum in which I have endeavoured to set out the principles which I conceive should direct and inspire British propaganda in this war. We can only hope to defeat the machinations of Dr. Goebbels, and to make the fullest possible use of propaganda as an essential Arm of Defence, if the Ministry of Information is able to relate the whole of its activities to a single coherent and planned policy.¹²⁹

Ministeren er tydelig på at dersom det skal være mulig å bruke propaganda effektivt, og overdøve det tyske propagandamaskineriet, så behøves det ett sett med tydelige og sammenhengende retningslinjer. Videre trekker han frem noen punkter for hvordan disse retningslinjene skulle fungere, og de første tre lyder slik:

- (i) This Memorandum is not in itself a plan of campaign, but a formulation of a general policy designed to inspire and coordinate all the activities of the Ministry.
- (ii) The general policy will be fundamentally the same for the Home, the Empire and the Foreign fronts alike. But its practical application will vary in each case.
- (iii) The task of the propagandist would be immensely lightened if it were possible to relate our War-effort to a declaration of peace-aims which would be generally acceptable.¹³⁰

Retningslinjene presentert i dokumentet skulle med andre ord utgjøre nettopp dette, retningslinjer for inspirasjon og koordinasjon av den britiske propagandavirksomheten. I tillegg er det interessant å merke seg at det i punkt (ii) blir gjort tydelig at disse grunnleggende føringene skulle være felles for både Storbritannia selv, for imperiet, og for utlandet, med rom for variasjon i den praktiske gjennomføringen. Macmillan ønsket dermed samme grunnleggende strategi både i koloniene, i utlandet og innenfor egne grenser. I det tredje punktet trekker han fram at propagandavirksomheten vil forenkles betraktelig dersom krigsinnsatsen kunne knyttes opp mot noen eventuelle fredsmål. Som nevnt i det foregående kapittelet var propagandistene i mellomkrigstiden blitt smertelig klare over behovet for sammenheng mellom budskapet i propaganda og politiske realiteter. Ønsket om å rette seg inn mot noen fredsmål kan være et uttrykk for at Macmillan ville ha noe håndfast og sannferdig som kunne presenteres for massene, til sammenligning med gjetning om, eller å totalt utelate tanker om hva Storbritannia og de allierte faktisk kjempet for. Videre i dokumentet kommer de faktiske prinsippene, og særlig de fire første er interessante:

1. Propaganda must not be content to be negative and defensive: to be successful it must be positive and creative. It must be capable of rousing the whole nation and inspiring them with devotion to the national cause. It must be able to represent that cause as a crusade, for which no sacrifice is too great.
2. Our purpose is to defeat Germany in war. Propaganda is needed to show why this is necessary.
3. Propaganda should emphasise clearly:-
 - (a) What we are seeking to defeat.

¹²⁹ PREM 1/441. Principles Underlying British Wartime Propaganda. 22. desember 1939: 9

¹³⁰ Ibid: 9

(b) What we are seeking to preserve and create.

4. These objects can be best attained by concentration upon the themes:-

- I. What Britain is fighting for.
- II. How Britain fights.
- III. The need for sacrifice if the fight is to be won.¹³¹

I det første punktet gjøres det tydelig at suksessfull propaganda bør være positiv av natur, ikke negativ. Dette kan sees i lys av skremselspropagandaen fra første verdenskrig, som hadde gitt britiske propagandister et såpass dårlig rykte, og ført til at utviklingen av et fornyet krigstidspropagandaapparat hadde møtt mye motstand. Her vektlegges det at propagandaen må være i stand til å vekke nasjonen, og inspirere til hengivenhet for den britiske kampsaken. I punkt 2 gjøres det klart og tydelig at målet var å nedkjempe Tyskland, og at propagandaens oppgave var å forklare hvorfor til massene. Dette utdypes videre i punkt 3, som sier at propagandaen skal legge vekt på hva Storbritannia ønsket å bekjempe, og hva de kjempet for å beskytte og skape. Disse to retningslinjene gjorde trolig propaganda basert på fakta og informasjon svært aktuell, fordi den nettopp skulle komme med begrunnede argumenter for å overbevise. Til sist defineres det tre temaer som britisk propaganda burde konsentrere seg om for å oppnå disse målene: hva Storbritannia kjemper for; hvordan Storbritannia kjemper; og behovet for offer dersom krigen skulle kunne vinnes. Med disse temaene definert ville propagandistene lettere kunne utforme propaganda som kunne utføre oppgavene presentert av Lord Macmillan og The Ministry of Information. Resten av retningslinjene i dokumentet legger mer detaljerte føringer for disse tre temaene, og vi skal ikke se nærmere på disse her. Memorandumet ser ut til å utgjøre et godt forklart sett med retningslinjer for den britiske krigstidspropagandaen. I et brev sendt av Ralph Stevenson i The Foreign Office, står det at utenriksministeren hadde lest dokumentet, og at "He thinks it is a very good paper and would support its adoption as a basis for our war-time propaganda."¹³² Det virker dermed som om forslaget ble godt mottatt, og dette er av særlig stor betydning med tanke på at utenriksdepartementet var en av de viktige regjeringsorganene i arbeidet med propaganda.

3.4 Sensur som propaganda

Taylor betrakter sensur og propaganda som to sider av samme mynt. Han argumenterer for at sensur kan ha vært et nødvendig middel for å bedrive og til slutt vinne andre verdenskrig, men at det er noe demokratiske samfunn kun skal benytte seg av i krise- og krigstid.¹³³ Videre skriver han at:

Never before had so much information been available to so many people with so many means open to them to express their point of view. Never before had their opinions counted for so much in the survival of the state or, conversely, in its destruction. Never before had there been such a need for governments of all kinds to devote themselves to the struggle for the hearts and minds of the politicised masses.¹³⁴

Den moderniserte teknologien skapte forenklede muligheter til formidling av informasjon, gjennom for eksempel radio og film, og ga folk flest en større tilgang på kunnskap enn

¹³¹ Ibid: 10

¹³² PREM 1/441. Brev fra R.C.S. Stevenson til A.N. Rucker. 8. januar 1940: 5

¹³³ Taylor 1999: 153

¹³⁴ Ibid: 153

tidligere. I et demokrati i krig, og i en tid hvor revolusjonære krefter fortsatt spilte seg ut, var det essensielt for myndighetene å kjempe for å sikre støtte fra den politiserte massen. Propaganda og sensur ble med andre ord viktige midler for å sikre seier i krig og for å opprettholde status quo. I sin definisjon av propagandabegrepet skriver Smith at propaganda er mer eller mindre systematisk arbeid for å manipulere andre menneskers tro, holdninger eller handlinger, og at det er graden av overlagthet og vekten på nettopp manipulasjon som skiller den fra alminnelig samtale og idéutveksling.¹³⁵ Sensur kan dermed også sies å befinne seg innunder propagandabegrepet, jamført med den definisjonen jeg har redegjort for i det foregående kapittelet.

Hvordan fungerte sensuren i et Storbritannia som prydet seg med å være en demokratisk motpol til diktaturene som hadde oppstått i Europa? Det viktigste var at alt av nyheter i Storbritannia ble sensurert ved kilden før de ble publisert. The Post Office hadde omdirigert Storbritannias verdensomspennende kabelnettverk slik at alle kommersielle kabler kom sammen på en lokasjon: hovedkvarteret til The Press Association i London, som leverte nyheter til den britiske pressen, og som delte bygning med Reuters som leverte stoff til pressen i utlandet. Herfra kunne sensorer kontrollere nyhetene som gikk ut til Fleet Street, den provinsielle pressen, Broadcasting House og utenlandsk presse, før den ble sendt videre. Dette tillot redaktørene å presentere et sentralisert utgitt stoff, i et variert utvalg former, noe som sikret kredibilitet gjennom å skape en illusjon av mange tilsynelatende uavhengige perspektiver.¹³⁶ Det var med andre ord et system for å skape en opplevelse av et variert mangfold i nyhetsbildet hos massene, til tross for at så godt som alt av informasjon i virkeligheten ble kontrollert på et og samme sted. Ifølge Taylor var dette systemet i 1941 såpass effektivt at mange observatører, både britiske og utenlandske, ikke var klare over at et pre-sensureringsystem eksisterte, noe som kan medvirke til å forklare hvorfor krigstidspropagandaen fikk ryktet på seg om å være sannferdig, når den sjelden kunne fortelle hele sannheten.¹³⁷ Idealene om sannferdig spredning av informasjon og fakta kan dermed ha sett ut til å bli etterfulgt på overflaten, men det er tydelig at myndighetene så seg nødt til å sikre en viss kontroll på hva som kom ut til offentligheten og ikke. Smith skriver at også der propagandisten anser sin egen virksomhet som sannferdig og faktabasert, så kan den forvrengte deler av sannheten for å oppnå et ønsket budskap til sitt publikum.¹³⁸ Sensuren var derfor et naturlig middel for et helhetlig og effektivt propagandaarbeid. Også The Ministry of Information jobbet med sensur, og i 1941 fikk organisasjonen ansvar for «the creative function of providing a steady flow of facts and opinions calculated to further the policy of the government in the prosecution of the war».¹³⁹ Med andre ord la britiske myndigheter et betraktelig fokus på kontroll over informasjonen som ble spredd, og på at riktig type informasjon skulle ut i sirkulasjon for å fremme regjeringens krigstidspolitik.

Radio som moderne massemedium hadde kapasiteten til å nå ut til et stort antall mennesker, på tvers av landegrenser. Radioens viktighet kom ikke bare av dens umiddelbare potensiale til å nå ut til store folkemengder. Ifølge Taylor mente nazistene at den moderne krigsopponenten ikke bare kjempet med væpnede styrker, men også med metoder for å påvirke og slite ned folkets sinn. I likhet med propagandafilm, som vi skal se nærmere på senere, avhang radioens styrke som medium for propaganda av underholdningskonteksten den opererte i. I 1940 kringkastet BBC på 14 ulike språk,

¹³⁵ Smith 2021

¹³⁶ Taylor 1999: 160-161

¹³⁷ Ibid: 161

¹³⁸ Smith 2021

¹³⁹ Taylor 1999: 161

sammenlignet med Tyskland på 22. På hjemmefronten sto det derimot verre til for BBC, de hadde lite godt nytt å rapportere og fylte pausene med innspilt musikk.¹⁴⁰ Også her fantes det muligheter for å gjennomføre sensur og kontrollere hvilke stemmer som nådde ut til det britiske folk. Rent teknisk var dette en svært enkel oppgave, og man kunne lett unngå import av utenlandsk tankegods ved å jamme radiosignaler. The Ministry of Information ønsket allikevel ikke å forstyrre signaler på denne måten, da de fryktet at dette bare ville tiltrekke mer oppmerksomhet.¹⁴¹ Taylor påpeker at BBC var enige i dette, noe som ble tydelig i et utsagn fra mai 1940:

Jamming is really an admission of a bad cause. The jammer has a bad conscience ... He is afraid of the influence of the truth ... In our country we have no such fears and to jam broadcasts in English by the enemy might even be bad propaganda.¹⁴²

Disse holdningene gir uttrykk for frykten for å fremstå som usannferdige. Britiske myndigheter ønsket å holde seg distansert fra de negative konnotasjonene til propagandabegrepet, og kunne derfor ikke risikere å stikke seg ut som manipulative i sin propaganda og sensur. Dermed kan det virke naturlig at de ønsket å ta utgangspunkt i propaganda basert på fakta og argumenter, og ikke rykter, halvsannheter eller løgner for å påvirke den offentlige opinionen, jamført med Smith sitt propagandabegrep.¹⁴³ Dette ville i større grad kunne bidra til å skape tillit til de britiske myndighetene, og unngå en gjentakelse av erfaringene etter første verdenskrig. Dette betød selvsagt ikke at radio ikke ble sensurert og utnyttet til propagandavirksomhet. Ifølge en brukerundersøkelse fra slutten av september 1939 fikk overdrevent streng sensur skylden for den overnevnte mangelen på nyheter å fylle sendetiden med. Dette førte til en økning i mengden lyttere hos de tyske radiokanalene, kanaler som kunne publisere nyhets saker om Storbritannia raskere enn BBC.¹⁴⁴ Det var med andre ord kjent at radiosendingene ble sensurert relativt kraftig, samtidig som det ikke var noe ønske om å jamme radiosignaler hos verken The Ministry of Information eller BBC, av frykt for å fremstå som uærlige. Jamført med føringene fra MoI skulle propagandaen formidle hva Storbritannia ønsket å bekjempe, og hva de ønsket å bevare og skape.¹⁴⁵ Dersom dette skulle kunne ha noen overbevisende effekt på propagandamottakeren, så måtte avsenderen fremstå som ærlig i sin bedrift.

BBC som medieinstitusjon satt med et betraktelig potensiale for påvirkningskraft under krigen. Deres rolle og forhold til The Ministry of Information var allikevel fortsatt uklar i september 1939. Førkrigsplanleggerne hadde antatt at kringkastingsvirksomheten ville falle under myndighetenes kontroll, men BBC forble tilsynelatende konstitusjonelt uavhengige etter krigens utbrudd.¹⁴⁶ Ifølge Taylor ble det raskt klart at det var fordeler ved å la BBC operere så uavhengig som mulig, forholdene tatt i betraktning. MoI gikk inn i krigen med begrenset kunnskap fra forrige krigstidspropagandaapparat. De forsto at det var verdifullt å overlate nyhetskommunikasjonen til erfarne profesjonelle, og at kredibiliteten og integriteten kun ble styrket av et ytre uttrykk av uavhengighet. I sannhet sørget sensorene for at alle nyheter som kom til BBC allerede hadde blitt kontrollert ved kilden.¹⁴⁷ Dette sentraliserte sensursystemet påvirket BBC i like stor grad

¹⁴⁰ Ibid: 169

¹⁴¹ Ibid: 168

¹⁴² Ibid: 169

¹⁴³ Smith 2021

¹⁴⁴ Taylor 1999: 169

¹⁴⁵ PREM 1/441. Principles Underlying British Wartime Propaganda. 22. desember 1939: 10

¹⁴⁶ Taylor 1999: 169

¹⁴⁷ Ibid: 170

som andre medieaktører, og selv om BBC forble relativt uavhengige fra The Ministry of Information hadde MoI en viss kontroll gjennom nettopp sensurfunksjonene.¹⁴⁸ Taylor trekker frem et utsagn fra marineoffiseren George Thomson:

Many people had the idea that BBC broadcasts went out uncensored. This is quite incorrect, though it might seem at first sight an extraordinarily difficult problem to cope with ... Fortunately for the censorship however ... they depended almost entirely for their news bulletins on the news given on the news agency tape machines. And this news had, of course, already been submitted to, and passed by, the censorship.¹⁴⁹

Thomson gir uttrykk for at folk flest antok at BBC arbeidet usensurert, og dermed kringkastet nyheter som ikke hadde blitt kontrollert av myndighetene på forhånd. Dette indikerer at sensursystemet fungerte effektivt, slik at BBC som kringkastingsinstitusjon kunne fremstå som ærlige i sin drift. Ifølge Ellul er det nettopp denne typen propaganda, den som er skjult og foregår internt i en stor gruppe, samfunn eller nasjon som er den mest effektive og farlige.¹⁵⁰ Det var få mennesker i Storbritannia som utfordret behovet for sensur av nyhetene som ble kringkastet i utlandet, og enda færre som innså at akkurat det samme skjedde med nyhetene som sirkulerte innenfor landets egne grenser.¹⁵¹

Journalister og sensur kan fremstå som naturlige motpoler for et liberalt demokrati, med inkompatible funksjoner. Sensur går allikevel under propagandabegrepet, og sensorer er ifølge Taylor også propagandister, som ifølge han ikke kan fungere effektivt uten medias tilstedeværelse. Offisiell propaganda som fremstår som nettopp det har en begrenset verdi, og forkledning er essensielt for propagandaens effekt. Ellul skriver at propaganda nettopp er en skjult aktivitet¹⁵², og effektiviteten kan således bli avgjort av hvorvidt propagandisten forsvinner inn i kulissene eller ikke. Smith poengterer at det er samspillet mellom skjult og utslørt propaganda som produserer de beste resultatene.¹⁵³ Dermed kan det virke naturlig at sensorer og journalister i Storbritannia ble naturlige allierte under andre verdenskrig.¹⁵⁴ Det behøvdtes kanaler for å formidle informasjon, sammen med et system for å kontrollere den.¹⁵⁵ Det krevdes allikevel ekstremt dyktig håndtering dersom dette systemet skulle fungere effektivt. Den «frie» pressen måtte forsikres om at den skulle forbli fri til å formulere egne meninger og argumenter, selv i krigstid. Dette ble oppnådd gjennom det såkalte frivillighetssystemet, et system som lot nyhetsredaktører sende inn materiale de var usikre på til The Ministry of Information for rådgivning. Denne prosessen fremsto som tillitsbasert, og MoI spilte på mediernes patriotisme og vilje til å bidra til Storbritannias seier i krigen. Selv om MoI kom med anbefalinger om å ikke publisere noe, var ikke redaktørene under tvang til å akseptere bestemmelsen. Allikevel var informasjonen som mediene fikk tak i allerede kontrollert og sensurert ved kilden, og slikt sett var det ikke mye tillit i systemet.¹⁵⁶ Sensorenes funksjon som propagandister avhang av mediene og journalistene for å fungere, og fikk kanskje fordel av en mer tilbaketrukket profil enn de propagandistene som faktisk produserte egen propaganda til distribusjon. Ifølge Ellul er det den skjulte propagandaen som også er mest effektiv: den som vi ikke legger merke til, og som derfor ikke nødvendigvis oppleves som propaganda i

¹⁴⁸ Ibid: 171

¹⁴⁹ Ibid: 171

¹⁵⁰ Ellul 1973: 296

¹⁵¹ Taylor 1999: 172

¹⁵² Ellul 1973: x

¹⁵³ Smith 2021

¹⁵⁴ Taylor 1999: 171

¹⁵⁵ Taylor 1981: 33

¹⁵⁶ Taylor 1999: 171-172

utgangspunktet.¹⁵⁷ Sensur utgjorde derfor et betydelig verktøy for britisk propagandavirksomhet.

3.5 Film som propaganda

Radioens fremste verdi som medium for propaganda var nettopp mengden mennesker den kunne nå ut til, og hvor umiddelbart den kunne spre nyheter og informasjon. Også film hadde blitt svært populært, og bar mye potensiale for de britiske propagandistene. Filmpropaganda ble anvendt både innenfor Storbritannias egne grenser, i imperiet, og i andre land hvor britene ønsket å spre sitt budskap. Systemet som oppsto for filmpropaganda i krigstid var preget av at mediet ikke hadde mottatt nok oppmerksomhet før krigen, sett i forhold til potensialet som lå i filmens mulighet til overbevisning og det store publikummet den kunne nå ut til.¹⁵⁸ Taylor peker på to avgjørelser som særlig ga uttrykk for dette: For det første, at alle kinoer ble stengt ned når krigen brøt ut, som følge av frykten for bombefly. Forberedelser på angrep fra luften hadde vært en viktig del av gjenoppbyggingspropagandaen, og hadde blitt drevet frem av nyhetsbildet i tiden før krigen brøt ut. Frykten for tap av menneskeliv fikk mer vekt enn betydningen av filmpropaganda for moralen, men denne avgjørelsen ble reversert etter to uker. For det andre fikk ikke kamerapersonell tillatelse til å følge med de britiske ekspedisjonsstyrkene til Frankrike, noe som førte til en mangel på godt råmateriale til produksjonene.¹⁵⁹ Nedprioriteringer av nødvendige arenaer for effektiv filmpropaganda førte med andre ord til en noe forsinket oppstart. I tillegg slapp ikke MoI Films Division unna kaoset som hadde preget den generelle tilstanden til The Ministry of Information. De første aktivitetene til The Films Division har blitt beskrevet som uten hensikt eller effekt, og av at organisasjonen la for mye vekt på at filmindustrien og nyhetsrapportselskapene selv skulle ta initiativ, uten å legge frem noen klare retningslinjer.¹⁶⁰

Til tross for dette fikk film en stor rolle og verdi som våpen i det britiske arsenalet for total krig under andre verdenskrig.¹⁶¹ Betydelige forbedringer for britisk propaganda kom i januar 1940, da dokumentet 'Programme for Film Propaganda' ble presentert for en koordineringskomité i MoI. Programmet anerkjente viktigheten av film som propagandamedium, og gjorde det første forsøket på å formulere tydelige temaer for MoIs filmbruk: Hva Storbritannia kjempet for; hvordan Storbritannia kjemper; og behovet for offer dersom krigen skulle vinnes.¹⁶² Disse temaene samsvarer med de som ble presentert av Lord Macmillan i «Principles Underlying British War Time Propaganda», nevnt i det foregående, en måned tidligere. Det var nettopp disse retningslinjene som ble etterfulgt. Programmet presenterte også ulike roller for de tre hovedtypene av filmpropaganda, spillefilm, nyhetsreportasjer og dokumentarer, og foreslo hvordan hver av disse kunne brukes mest effektivt i den britiske propagandavirksomheten.¹⁶³ Taylor påpeker allikevel at en enkelt film i seg selv ikke kunne utgjøre tilstrekkelig god propaganda, men at det var helheten til en propagandakampanje som var avgjørende for å oppnå en ønsket effekt. Det behøvdes en sammenhengende strategi dersom det

¹⁵⁷ Ellul 1973: 296

¹⁵⁸ Taylor 1999: 158

¹⁵⁹ Ibid: 158-159

¹⁶⁰ Chapman 2000: 21

¹⁶¹ Taylor 1999: 176

¹⁶² Chapman 2000: 26

¹⁶³ Ibid: 26

sammenlagte anslaget i meldingene kommunisert gjennom ulike typer film skulle ha en mer betydelig effekt over lengre perioder, særlig i en lang utmattelseskrig.¹⁶⁴ Filmpropaganda behøvde slik å fungere som del av en helhet, for å formidle det budskapet propagandisten ønsket, så lenge som propagandisten ønsket det. Denne helheten fungerte særlig godt dersom meldingene i film ble forsterket gjennom andre kanaler, som radio, plakater, pamfletter og aviser.¹⁶⁵ Det er naturlig at en enkelt propagandafilms budskap vil slå sterkere gjennom, dersom budskapet støttes opp av andre deler av mediebildet. Gjennom tilsynelatende variasjon og differensiering av nyhetsbildet kunne et sterkt, helhetlig bilde utformes. Taylor påpeker allikevel at:

Yet, in order to achieve this climate of what may be termed 'Total Propaganda', considerable attention needed to be paid to each individual component, so that the sum of the parts added up to a coherent whole.¹⁶⁶

Til tross for at helheten var viktig betød ikke dette at mindre tid kunne vies til enkeltkomponentene. Alle bitene måtte være troverdige dersom helheten skulle kunne overbevise massene.

Etter den tyske invasjonen av Polen hadde det etter hvert blitt tydelig at verken London eller Paris umiddelbart ville bli utslettet i massive bomberaid, og livet gikk på mange måter tilbake til normalen.¹⁶⁷ Liksomkrigen var i gang, og ga The Ministry of Information pusterom til å utvikle tre fundamentale aksiomer: nyheter er propagandaens sjokktropper; propaganda skulle bestå av sannhet, bare sannhet, og så langt det lot seg gjøre, hele sannheten; og dersom film skulle være effektiv propaganda så måtte den også være god underholdning. Disse tre grunnsetningene ble hovedprinsippene som MoI bygde sin strategi for sensur og propaganda på, i en konflikt som skulle omfavne det sivile samfunnet i større grad enn noen gang tidligere.¹⁶⁸ Det behøvdes kort og godt total propaganda for en total krig. Det fremkommer også tydelig at MoI fortsatt ønsket propaganda basert på fakta for å manipulere den offentlige opinionen, jamført med Smith sin definisjon.¹⁶⁹ Enkeltkomponentene av denne totale propagandaen måtte uansett vies oppmerksomhet for å kunne skape et overbevisende helhetsbilde, og det var også forskjeller og en viss rivalisering i produksjonen av ulike typer filmpropaganda. I starten av krigen ble prioriteten i offisiell filmpropaganda gitt til nyhetsrapportselskaper, da disse hadde god erfaring med å pakke inn dårlig nytt i en underholdende og tidvis oppmuntrende pakke. Dette hadde de mellomkrigstiden og depresjonen å takke for.¹⁷⁰ Spillefilmer ble verdsatt på grunn av underholdningspotensialet de hadde, og muligheten for virkelighetsflukt i en tid hvor dette særlig var velkomment. Mange gikk på kino nettopp for å forlate virkelighetens brutalitet i noen øyeblikk, og dette var en del av forklaringen på hvorfor mediet ble såpass populært gjennom krigsårene.¹⁷¹ På kinoene ble det vist spillefilmer i tillegg til nyhetsrapporter og dokumentarer, som utgjorde en viktig kilde til informasjon og inntrykk for mange mennesker under andre verdenskrig. De to sistnevnte var i større grad preget av fakta enn spillefilmen, men var også ifølge Taylor illusjoner av virkeligheten, mangelfulle vinduer til verden som også hadde blitt preget av sensuren.¹⁷² Sensuren preget filmindustrien i vel så stor grad som andre

¹⁶⁴ Taylor 1999: 177

¹⁶⁵ Ibid: 177

¹⁶⁶ Ibid: 177

¹⁶⁷ Beevor 2014: 49

¹⁶⁸ Taylor 1999: 177

¹⁶⁹ Smith 2021

¹⁷⁰ Taylor 1999: 178

¹⁷¹ Chapman 2000: 46

¹⁷² Taylor 1999: 179

nyhetsmedier, og ingen film ble publisert offentlig i Storbritannia under krigen som unnsplapp sensorene. For spillefilmene måtte manusene sendes inn til The British Board of Film Censorship før produksjon, mens nyhetsrapporter måtte gjennomgå både pre- og postsensur. Filmpropaganda var ansett som for betydningsfullt til å overlates til filmskaperne alene.¹⁷³ Jamført med Smiths propagandabegrep kan filmpropagandistene således sies å ha basert seg på fakta og argumenter, men også på halvsannheter og løgner.¹⁷⁴ Selv om de arbeidet utifra et ideal om sannferdig og faktabasert propaganda, så måtte visse aspekter manipuleres for å skape et overbevisende budskap og oppnå tilsiktet reaksjon i publikum.

Til tross for at det både innenfor og utenfor regjeringen generelt sett rådet enighet om at Storbritannia skulle bruke filmpropaganda, så skriver Chapman at det ikke var noen konsensus om hvilken type film som utgjorde den beste propagandaen.¹⁷⁵ Både spillefilm, nyhetsreportasjer og dokumentarer ble brukt, og tilbød ulike former for underholdning og informasjonsspredning. Det ble etter hvert etablert to hovedperspektiver: de som foretrakk den kommersielle spillefilmen, og de som foretrakk dokumentaren. De britiske myndighetene foretrakk initielt den kommersielle filmindustrien, og Lord Halifax mente for eksempel at styrkene her lå i at spillefilmen hadde et mye større publikum enn dokumentaren.¹⁷⁶ Også filmindustrien selv mente at spillefilmen var et bedre verktøy for propaganda enn dokumentaren, men at for å være effektiv, så måtte den først og fremst være underholdene. Ifølge Chapman er det sannsynlig at The Ministry of Information også til en viss grad var enig med dette.¹⁷⁷ Som Ellul påpeker er det den skjulte propagandaen som er den mest effektive¹⁷⁸, og det kan tenkes at propaganda pakket inn i god underholdning har et større potensiale for å gå under radaren til seeren, og dermed påvirke uten å stikke seg ut som nettopp propaganda. Den kommersielle spillefilmen fungerte dermed som skjult propaganda, hvor avsenderen av budskapet, og kanskje også budskapet selv, i større grad ble forkledd.¹⁷⁹

Filmen som massemedium var fortsatt relativt ny, og talende bilder hadde kun eksistert i et tiår før krigens utbrudd. Allikevel ignorerte politikere filmens påvirkningskraft på egen risiko, og dette gjaldt både for demokrati og diktatur. I Storbritannia hadde kino raskt blitt den mest populære underholdningsformen, særlig for den urbane arbeiderklassen, som nylig hadde fått stemmerett og som nå var mest utsatt for bombing. Innen 1945 gikk 30 millioner mennesker, over halve befolkningen, på kino i Storbritannia hver uke. Dette tallet hadde økt fra 19 millioner i 1939. Andre verdenskrig ble dermed for mange en krig med bilder, og ikke bare ord.¹⁸⁰ Kino og film var et svært populært medium, som tiltrakk store folkemengder og dermed utgjorde et ideelt verktøy for de britiske propagandaaktørene. Det var allikevel mange faktorer som jobbet mot krigstidsfilmpropagandaen i Storbritannia. Celluloidnitrat var klassifisert som essensielt krigsmateriell, nesten halvparten av de eksisterende filmstudioene var rekvirert for krigsformål, mye av det essensielle personellet ble kalt inn og det ble innført skatter som påvirket industrien. I tillegg var urbane kinoer en potensiell dødsfelle under eventuelle

¹⁷³ Ibid: 179

¹⁷⁴ Smith 2021

¹⁷⁵ Chapman 2000: 46

¹⁷⁶ Ibid: 47

¹⁷⁷ Ibid: 49

¹⁷⁸ Ellul 1973: 296

¹⁷⁹ Smith 2021

¹⁸⁰ Taylor 1999: 180

bomberaid.¹⁸¹ Det var nok av utfordringer å skulle håndtere, men til tross for disse var det ifølge Taylor tydelig for de som jobbet med britisk moral i krigstid at kino var veldig populært. Det var en total krig. Nesten hele befolkningen ville bli involvert i den på en eller annen måte, og kunne dermed etter en eventuell seier utvise sine holdninger til krigshandlingene i valglokalene.¹⁸² I et demokrati som Storbritannia måtte denne folkeopinionen smøres godt.

De som på sin side promoterte dokumentaren som den ideelle formen for filmpropaganda støttet seg på andre argumenter enn de som foretrakk spillefilmen.

Dokumentarbevegelsen representerte det nærmeste som fantes til en propagandisttradisjon i britisk kino, i at den anså publisitet og utdanning som sitt oppdrag.¹⁸³ Denne vektleggingen av kunnskap og informasjon kan tenkes å i større grad samsvare med tanken om demokratisk propaganda, som preget av saklige argumenter, og ikke bare følelser. Denne retningen innenfor britisk filmpropaganda tar et tydelig utgangspunkt i fakta og argumenter for å manipulere frem sitt budskap, og holdningen til publisitet og utdanning som funksjon passer godt med Smiths propagandabegrep.¹⁸⁴ Det var nyhetsreportasjene som fra start hadde innehatt en ledende posisjon i britisk filmpropaganda, på grunn av erfaringen nyhetsrapportselskapene hadde med å formidle dårlig nytt på en underholdende måte. Med denne erfaringen som dokumentarprodusentene hadde med publisitet og spredning av informasjon, så forventet de en sentral posisjon i arbeidet med offisiell filmpropaganda. De ble allikevel satt til side av The Ministry of Information, til fordel for den kommersielle spillefilmen.¹⁸⁵ I 'The Programme for Film Propaganda' ble det tydelig at MoI Films Division foretrakk spillefilmen, her sitert i Chapman:

The film being a popular medium must be good entertainment if it is to be good propaganda. A film which induces boredom antagonises the audience to the cause which it advocates. For this reason, an amusing American film with a few hits at the Nazi regime is probably better propaganda than any number of documentaries showing the making of bullets, etc.¹⁸⁶

Det er ingen tvil om at dette gir uttrykk for at programmet favoriserte spillefilmen som et underholdende medium, sammenlignet med dokumentaren, som i større grad kunne fremstå som kjedelig for massene som propagandistene ønsket å nå ut til.

Hovedproblemet for britisk propaganda kan ha vært mangelen på passende materiale for nyhetsfilm, som var i stand til å kjempe mot inntrykkene som ble formidlet av det mer effektivt organiserte tyske propagandamaskineriet, og særlig de tyske ukentlige nyhetsrapportene, Deutsche Wochenschau.¹⁸⁷ Taylor peker på at mangelen på tilgang til militære operasjoner, og spennende opptak herfra, kan ha vært en av årsakene til at britiske nyhetsrapporter ikke slo an like godt som de tyske motpartene. Han trekker fram et utsagn fra Frank Darvall, visedirektøren for MoIs amerikanske avdeling, som mente det var essensielt å sikre:

¹⁸¹ Ibid: 180

¹⁸² Ibid: 180

¹⁸³ Chapman 2000: 50

¹⁸⁴ Smith 2021

¹⁸⁵ Chapman 2000: 50

¹⁸⁶ Ibid: 55

¹⁸⁷ Taylor 1999: 181

... a constant supply of action photographs of real news value, of good technical quality and the kind calculated to give people the impression of the determination of the Allies and the efficiency of their Armed Forces.¹⁸⁸

At filmteamene ikke fikk tillatelse til å følge med de britiske ekspedisjonsstyrkene utgjorde slik en svakhet for propagandavirkosomheten, fordi det ikke ble tilstrekkelig tilgang på nødvendige materialer for å lage filmpropaganda som kunne demonstrere britisk og alliert handlekraft. Dette påvirket i større grad nettopp dokumentarene og nyhetsreportasjene, og forklarer videre hvorfor spillefilmen ble ansett som bedre underholdning for massene, når det ikke fantes spennende råmaterialer å basere dokumentarene på. Som Lord Macmillan fremhevet i retningslinjene for propaganda fra The Ministry of Information, skulle propagandaen blant annet fokusere særlig på nettopp hvordan Storbritannia kjempet.¹⁸⁹ Filmmateriale fra de britiske militære operasjonene ville naturligvis ha vært den beste måten å presentere dette på. I likhet med propaganda generelt måtte filmpropaganda i krigstid være fleksibel og i stand til å tilpasse seg en raskt foranderlig virkelighet.¹⁹⁰ Når filmteamene ikke fikk tilgang på de aktuelle hendelsene og konfliktene ble de raskt utdatert, og risikerte å tape publikum til andre aktører.

Statsminister Winston Churchill var selv i utgangspunktet skeptisk til bruken av filmpropaganda. Han endret allikevel mening, og påpekte at karakteren Mrs. Miniver, uøddeliggjort i både film og bok i 1942, gjorde mer for den allierte saken enn en hel flåte med krigsskip.¹⁹¹ Dette uttrykker helt tydelig at holdningen hos den tidligere marineministeren hadde endret seg. Allikevel behøvde britisk filmpropaganda forbedring for å kunne konkurrere med den tyske motparten, og det gjaldt særlig tilgangen på filmopptak fra slagmarken. I Taylor blir situasjonen oppsummert av utsagnet til en tjenestemann:

One regrets to say that the German system of placing camera-men (and killing them off) in the front line of every advance on land, sea and air has produced results out of all proportion superior in dramatic quality and propaganda value to anything achieved by British camera-men. The German newsreels concentrate solely on two things - first, the overwhelming superiority of German armaments and weapons of war, and secondly, by way of contrast, on the future of their people, healthier children and the beautiful land they are to inherit. British newsreels emphasise the reverse.¹⁹²

Den tyske propagandaen utfylte sin funksjon, og det var helt tydelig at forbedring var nødvendig fra britisk hold. Situasjonen ble forbedret etter 1941, noe som kan ha indikert en økende verdsettelse for nyhetsrapportenes rolle som våpen for krigen. I tillegg fikk britene stor hjelp fra sine allierte, russiske frontlinjekamerafolk og herda profesjonelle fra Hollywood, som sikret spektakulære opptak til de britiske nyhetsrapportdistributørene. Både kvantiteten og kvaliteten på materialet som filmprodusentene fikk tilgang på ble slik kraftig forbedret fra krigens tidlige dager.¹⁹³ Dette indikerer at det var et betydelig behov for faktiske filmopptak fra kampsonene, for å vise britisk og alliert vilje og evne til kamp. Det holdt ikke å bare prate om krigsinnsatsen, den måtte demonstreres for å oppmuntre propagandistenes publikum. Jamført med Smiths propagandadefinisjon tok de britiske propagandistene utgangspunkt i fakta og argumenter i sitt virke, for å formidle

¹⁸⁸ Ibid: 182

¹⁸⁹ PREM 1/441. Principles Underlying British Wartime Propaganda. 22. desember 1939: 10

¹⁹⁰ Chapman 2000: 56

¹⁹¹ Taylor 1999: 184

¹⁹² Ibid: 185

¹⁹³ Ibid: 188

sitt budskap og oppmuntre til en tilsiktet reaksjon hos mottakeren.¹⁹⁴ Her kan det virke som at fakta i form av bilder og opptak fra krigen ville være en mer effektiv form for propaganda, enn for eksempel skriftlige argumenter i seg selv. Argumentasjon som kunne støtte seg på faktiske filmopptak var mye mer virkningsfull. Dette bør også sees i sammenheng med retningslinjene for propaganda som ble utarbeidet av The Ministry of Information, og tanken om at propagandaen best ville utfylle sin funksjon dersom den fokuserte på å fremstille hvorfor og hvordan Storbritannia kjempet.¹⁹⁵ Når de britiske myndighetene tok utgangspunkt i dette som føringer for sin propaganda, behøvdes det også tilstrekkelig med godt materiale for å fremstille saken på en mest mulig overbevisende måte. At filmpropagandistene til slutt fikk tilgang på dette råmaterialet førte til at virksomheten ble desto mer effektiv.

¹⁹⁴ Smith 2021

¹⁹⁵ PREM 1/441. Principles Underlying British Wartime Propaganda. 22. desember 1939: 10

4 Britisk propagandavirksomhet i Nigeria

4.1 Innledning

I det foregående kapittelet har det blitt redegjort for et grundig overblikk over den britiske propagandavirksomheten under andre verdenskrig. Jeg har trukket frem noen av propagandaens karakteristikk, hvilke føringer som lå bak virksomheten, og jeg har undersøkt noen av typene propaganda. Særlig film har blitt trukket frem, da dette utgjorde et av de moderne massemediene, med et særlig godt potensiale for å nå ut til store folkemengder. I dette kapittelet vil jeg bevege meg inn på Nigeria som et eksempel på hvordan britene bedrev propagandavirksomhet. Landet var som kjent en britisk koloni, og bidro under krigen med både soldater og andre ressurser til krigsmaskineriet. Storbritannia sto ved krigens utbrudd som en utpreget imperiemakt, med store interesser i for eksempel Vest-Afrika. Derfor er det interessant å se på hvordan propaganda ble anvendt i Nigeria, og undersøke hvilke hensyn britene måtte ta når de henvendte seg til den afrikanske befolkningen, for å sikre støtte og lojalitet i en krig som i utgangspunktet primært angikk Europa. I kapittelet vil jeg dermed forsøke å besvare de følgende forskningsspørsmålene: *Hvordan anvendte Storbritannia propaganda i Nigeria under andre verdenskrig? Hva slags reaksjoner og emosjoner ønsket britene å vekke hos den afrikanske befolkningen i Nigeria? Hva slags propaganda ble anvendt for å sikre nigerianernes støtte i det som i utgangspunktet var en europeisk krig, og hva ønsket de britiske propagandistene å oppnå?* Gjennom disse forskningsspørsmålene skal jeg redegjøre for britisk propagandaarbeid i Nigeria, og undersøke hvorvidt dette samsvarte med den generelle britiske modellen for propaganda, som presentert i kapittel 3.

4.2 Behovet for propaganda i britiske Vest-Afrika

Andre verdenskrig førte med seg store endringer, både i hvordan krigen ble utkjempet, men også i måten myndighetene måtte forholde seg til eget land, til egen befolkning, og til fiendtlige aktører. Som innehaver av et verdensomspennende imperium hadde ikke Storbritannia bare livet på de britiske øyer å tenke på. En konsekvens av krigen var at britiske imperieadministratorer måtte utvide sine funksjoner: De offentlige tjenestene vokste i omfang, og tok på seg mange nye oppgaver når staten følte behovet for å intervensjonere i folks liv i større grad enn tidligere. Som i Storbritannia måtte også kolonistatene distribuere propaganda, organisere informasjon, vurdere intern sikkerhet og holde kontroll på eventuell misnøye i befolkningen, respondere på flyktningebevegelser, reorientere økonomien til krigstidsbehovene, rekruttere kvinner og menn til krigsindustriene og til militære tjenester, sikre grensene, håndtere nødsituasjoner og katastrofer, holde kontroll på matproduksjon og respondere på eventuell matmangel, forberede seg på eventuelle angrep fra luften og drille folk i forhåndsregler ved luftangrep. Dette skapte en mengde uforutsette problemer og utfordringer for dag-til-dag virksomheten, selv for koloniadministrasjonene som befant seg langt unna faktiske krigssoner. Det oppsto logistiske utfordringer på en omfattende

skala, særlig i tilknytning til matforsyning.¹⁹⁶ Et viktig virkemiddel for å løse disse problemstillingene, og sikre fortsatt støtte og funksjon hos befolkningen, var nettopp propaganda.

Vest-Afrika spilte en viktig strategisk rolle under andre verdenskrig. Territoriene bidro blant annet med oppsetningsbaser til britiske og andre allierte soldater, samt deres forsyninger og utstyr, som var på vei videre til Midtøsten og Øst-Asia. Vest-Afrika utgjorde derimot også en potensiell trussel for de allierte under andre verdenskrig, ifølge Clarke. De franske koloniregimene hadde viet sin støtte til Pétain etter Frankrikes fall i 1940, til tross for at mange vest-afrikanere i de tidligere franske koloniene ønsket å fortsette krigen mot Tyskland fra en afrikansk base.¹⁹⁷ Slik sto fienden relativt tett på i Afrika, som i Europa, og behovet for å sikre egne interesser kan derfor anses som betydelig. Afrika var en essensiell kilde til både folk og materialer for de allierte gjennom krigen, og måtte ivaretas deretter. Britene var avhengige av ressurser fra de afrikanske territoriene, og rekrutterte folk fra både Øst- og Vest-Afrika, samtidig som de avhang av de forskjellige koloniens jordbruksproduksjon og industrielle sektorer.¹⁹⁸ Nigeria bidro på sin side med for eksempel treverk, palmeolje, peanøtter, tinn og andre råmaterialer.¹⁹⁹ Ifølge Shillington ble opptil 18 000 mennesker brukt i tvangsarbeid i utvinningen av tinn i Nigeria.²⁰⁰ De britiske koloniene bidro også med finansiell støtte til krigsfondene, med rundt 1 million pund. Nigeria hadde opprettet et eget fond for dette formålet, et «Win the War Fund».²⁰¹ I tillegg til de materielle ressursene bidro koloniene med mannskaper, og relativt store mengder soldater hadde blitt rekruttert i britiske Vest-Afrika til kampanjer både i og utenfor Afrika. De britiske vest-afrikanske koloniene bidro med over 240 000 soldater, størsteparten fra Nigeria, og tusenvis av arbeidere, sjåførere og bærere.²⁰² Etter krigen fantes det rundt 110 300 eks-tjenestemenn i Nigeria, og flesteparten av disse hadde kjempet i andre verdenskrig, særlig i Burma.²⁰³ Ifølge Reid var det over 370 000 afrikanere blant de britiske styrkene ved krigens slutt.²⁰⁴ Dette samsvarer med Laumann, som skriver at antallet nærmet seg 400 000.²⁰⁵ Det afrikanske bidraget var med andre ord av en betraktelig størrelse.

Krigen mot fascistisk aggresjon hadde begynt allerede i 1935 i Afrika, med den italienske invasjonen av Etiopia.²⁰⁶ Invasjonen førte til oppblomstringen av en stor mengde sinne og lidenskapelig motstandsvilje blant afrikanerne, og skapte sterke følelser for frigjøringen av landet. Ifølge Clarke var den italienske invasjonen av Etiopia et knusende slag mot den afrikanske stoltheten og verdigheten. Han peker på at 'Etiopia' som begrep har «a deep sentimental connotation»²⁰⁷ i Vest-Afrika, og at de tidlige nasjonalistene anså seg selv som 'etiopiere'. 'Etiopiere' ble identifisert med sorte menneskers kamp for frihet og uavhengighet, og begrepet 'etiopianisme' var på et tidspunkt brukt for å beskrive afrikansk nasjonalisme.²⁰⁸ Fascistisk aggresjon skapte med andre ord i seg selv

¹⁹⁶ Jackson et al. 2017: 3

¹⁹⁷ Clarke 1984: 19

¹⁹⁸ Reid 2012: 236

¹⁹⁹ Clarke 1984: 21

²⁰⁰ Shillington 2012: 385

²⁰¹ Clarke 1984: 21

²⁰² Ibid: 20

²⁰³ Jackson et al. 2017: 216

²⁰⁴ Reid 2012: 239

²⁰⁵ Laumann 2013: 53

²⁰⁶ Shillington 2012: 379

²⁰⁷ Clarke 1984: 20

²⁰⁸ Ibid: 21

en betydelig motstandsvilje hos den afrikanske befolkningen. Afrika og afrikanere selv ble angrepet, og det kan virke naturlig at dette førte til en oppblomstring av sterke følelser i befolkningen. Etter frigjøringen av Etiopia i 1941 ble det derimot vanskeligere å overbevise afrikanerne om å bidra til den allierte saken. Britene rekrutterte offisielt afrikanske soldater på en frivillig basis, og brukte lokale høvdinger som sentrale agenter i rekrutteringsprosessen. Ifølge Shillington viser nyere forskning at en betraktelig mengde press ble anvendt for å «overtale» afrikanerne til å melde seg.²⁰⁹ Når den umiddelbare faren og nærheten til krigen forsvant ble det ikke like naturlig for den afrikanske befolkningen å delta i en ellers europeisk krig, og behovet for overbevisning økte. Hvordan propaganda ble anvendt for å sikre støtte i Nigeria som britisk koloni er nettopp det dette kapitlet skal undersøke nærmere. Her vil det være naturlig å se på hvordan propagandavirksomheten fungerte som pressmiddel, og hvilke følelser de britiske propagandistene ønsket å vekke i sitt publikum. Jackson et al. påpeker at mennesker fra ulike deler av det britiske imperiet opplevde krigen ulikt, avhengig av lokasjon og perspektiv, selv om vi tar utgangspunkt i det britiske perspektivet om at krigen var en riktig krig, utkjempet av de allierte mot fascismen.²¹⁰ Dette må vi ta med oss videre inn i vurderingen av kolonipropagandaen.

4.3 En plan for kolonipropagandaen

For å forstå hvilke tanker som lå bak den britiske propagandaen til Nigeria som koloni er det naturlig å ta utgangspunkt i føringene fra myndighetene og de aktive propagandaorganisasjonene. 19. oktober 1943 oversendte M. Curtis, sekretæren for planleggingskomiteen for aktiviteter utenlands i The Ministry of Information, den reviderte planen for propaganda i Vest-Afrika til sir George Gater i The Colonial Office.²¹¹ Planen utgjør et omfattende dokument, med føringer for hvordan propagandavirksomheten i britiske Vest-Afrika skulle foregå. Den inneholder blant annet en oversikt over virksomheten innen radio, presse, publikasjon av pamfletter, artikler, bøker, plakater mm., utstillinger, og film.²¹² Videre redegjør den for forholdene og aktivitetene i de fire britiske koloniene i Vest-Afrika, deriblant Nigeria. Den beskriver staben i informasjonsdepartementet i Nigeria i 1943 som mangelfull, med tanke på europeisk personell i forhold til landets størrelse og betydning, men at forholdene var på bedringens vei. I tillegg til informasjonsoffiseren besto den av fire assisterende informasjonsoffiserer, to informasjonsoffiserer som var i ferd med å bli overført fra hæren, en europeisk kvinne med ansvar for gjestemottak (hospitality), en prosessgravør og en afrikansk stab på 68 personer. Videre assisterte utdanningsdepartementet informasjonsoffiseren i de nordlige provinsene, gjennom drift og produksjon av både en avis og pamfletter på Hausa, et av de nigerianske språkene. En av de assisterende informasjonsoffiserene jobbet sammen med staben til denne avisen.²¹³ Det lokale propagandaapparatet i informasjonsdepartementet var med andre ord relativt greit utrustet, og samarbeidet med andre lokale instanser der dette var hensiktsmessig. Allikevel var det et behov for mer europeisk personell for å utføre oppgavene som ble

²⁰⁹ Shillington 2012: 384

²¹⁰ Jackson et al. 2017: 5

²¹¹ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Brev fra M. Curtis, MoI til sir George Gater, Colonial Office. 19. oktober 1943.

²¹² CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Plan of Propaganda for West Africa.

²¹³ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa. Revised Channels Paper. 4. Nigeria. 1. oktober 1943.: 12

tildelt, og for å forsyne Nigeria med tilstrekkelig lokalt tilpasset materiale. Ønsket om tilstedeværelsen til et omfattende propagandaapparat gir uttrykk for betydningen Nigeria hadde for Storbritannia.

I planen fremkommer det at det ikke fantes noen egen kringkastingsstasjon på tidspunktet, og at det ifølge estimerer fra mai 1941 var totalt 1300 lisenser for trådløse mottakssett: 1000 i europeisk eie, og 300 i afrikansk.²¹⁴ Transkripsjoner av opptak fra London ble ansett som praktiske for å presentere et samlet innhold fra lokale program, og ble gjerne distribuert videre til skoler eller til pressen. Opptak ble også sendt til The West African Picture Company, og spilt i pausene på kinovisningene i Lagos.²¹⁵ Videre beskriver rapporten pressen i Nigeria som av en høyere standard, både teknologisk og innholdsmessig, sammenlignet med pressen i de andre koloniene. I tillegg er den beskrevet som gjennomgående mer aggressiv, med tanke på anti-britisk tankegodt og kamp for uavhengighet. Avisen *West African Pilot* var den mest betydningsfulle, med en sirkulasjon på 10 000. Rapporten beskriver pressen som utfordrende for britisk virksomhet: «The former Information Officer, Mr. Fletcher, considered that it undermined the whole work of his department ...»²¹⁶. Lokale aviser i Nigeria var dermed ifølge britiske myndigheter å anse som en faktor man måtte ta hensyn til i arbeidet med propaganda. Som nevnt over utgjorde den italienske invasjonen av Etiopia et slag mot den afrikanske stoltheten. Uavhengighetskampen og viljen til motstand i den nigerianske pressen er tydelige markører på at denne ikke var forsvunnet. Videre beskriver planen at informasjonsdepartementet produserte en rekke ulike pamfletter og nyhetsark, både på Yoruba, Ibo og på engelsk. Denne produksjonen hadde foregått opp til mai 1942, men ble ifølge rapporten vurdert som en byrde for informasjonsdepartementet og det myndighetskontrollerte trykkeriet. Derfor ble det heller bestemt at det skulle produseres en samlet utgivelse, en ukentlig avis på åtte sider, kalt «Nigerian Review». Rapporten beskriver denne utgivelsen som produsert av ypperlig kvalitet, med en sirkulasjon på 16 000 i mai, 1943. Avisen inneholdt et variert innhold, og vanligvis en side med bilder og eventuelt kart dersom dette var tilgjengelig. I tillegg ble det utgitt en avis på Hausa annenhver måned, *Gaskiya Ta Fi Kwabo*, med en sirkulasjon på 25 000. Pamfletter på Hausa ble også produsert og utgitt sammen med avisen.²¹⁷ Ifølge rapporten var det også tilstrekkelig med kommersielle kinoer i Lagos og i de større byene, hvor 14 stykker var kontrollert av The West African Picture Company, som jeg vil komme tilbake til senere i kapitlet. I Lagos viste informasjonsdepartementet kinoforestillinger i en liten hall, med plass til et publikum på ca. 200 mennesker. Fra The Ministry of Information ble det levert to 35mm kopier av «British News», to 35mm kopier av MoI kortfilmer, seks 16mm kopier av produksjoner fra The Colonial Film Unit og seks 16mm lydløse kopier av MoI kortfilmer.²¹⁸ Det var med andre ord et relativt bredt utvalg av propagandafilmmateriale som ble levert for visninger i Nigeria.

Videre beskriver planen viktigheten av koloniene, som en forklaring på behovet for propagandavirksomheten her. Territoriene var av særlig strategisk og politisk betydning, blant annet for sjø- og luftforbindelser mellom Storbritannia og USA, og til Midtøsten, India og Øst-Asia. I tillegg beskriver planen territoriene som viktige kilder til vitale materialer for krigsinnsatsen til de allierte, og særlig Nigeria som den viktigste kilden til tinn for Folkeforbundet, i tillegg til blant annet oljefrø til produksjon av såpe og

²¹⁴ Ibid: 12

²¹⁵ Ibid: 13

²¹⁶ Ibid: 13

²¹⁷ Ibid: 14

²¹⁸ Ibid: 15

eksplosiver. Planen vurderer denne strategiske betydningen som voksende, som et resultat av de alliertes tap av territorier i Øst-Asia.²¹⁹ Planen beskriver også de britiske koloniene i Vest-Afrika som særlig politisk viktige, som hjem til rett under halvparten av den totale befolkningen til det britiske koloniimperiet:

... these territories possess major political significance for Britain as a testing-ground in the eyes of the world of British colonial rule and of Britain's relations with undeveloped peoples. Nigeria in particular has been the seat of some of the most important experiments in methods of colonial administration.²²⁰

Nigeria hadde med andre ord en fremtredende rolle i øynene til britiske myndigheter, noe som tydeliggjør behovet for å behandle området med nødvendig omhu og presisjon. Det handlet ikke bare om det strategiske behovet for materialer, men også om den politiske betydningen landet hadde for Storbritannias forhold til sine allierte og til verden. I denne delen av dokumentet gjøres det også en vurdering av fiendtlig propaganda, og hvorvidt denne var av anselig betydning for Vest-Afrika:

German broadcasts in English for Africa are audible in West Africa, as well as other German broadcasts in English on the short wave; and it is known that West Africans sometimes listen to German programmes for their music, though there is little evidence of listening on a significant scale. So far as is known there are no German broadcasts in vernacular spoken in West Africa.²²¹

The Colonial Office og The Ministry of Information vurderte dermed ikke den tyske propagandaen som noen stor trussel i Vest-Afrika på dette tidspunktet. Der det ble lyttet ble dette antatt å være for musikkens skyld, og det var ikke kjennskap til tyske radiosendinger på lokale afrikanske språk. Nettopp det språklige skillet kan tenkes å være av betydning for trusselvurderingen her. Videre fremkommer det i planen av det skulle være tre overordnede mål for propagandaen:

1. The principal aim of wartime propaganda to the West Africans must be to help maintain their confidence in the victory of the United Nations and to secure their maximum contribution to the war effort.
2. Parallel with this, our propaganda must seek to maintain the West Africans' loyalty to the British connection.
3. On a longer view, our propaganda must support governmental policies designed to further the wellbeing of the West Africans and their capacity to take a fuller share in the government of their countries.²²²

Videre fremkommer det at det var viktig at propagandaen måtte rettes mot hele den afrikanske befolkningen, både de med utdanning og de som ikke kunne lese eller skrive. Planen trekker frem at britiske propagandister ikke kunne la seg avhenge av den utdannede minoriteten for å nå ut til resten av massene.²²³ Det forelå med andre ord en vurdering av muligheten for å la informasjon spre seg naturlig fra person til person, men at dette ikke ville være noe å basere hele virksomheten på. For å oppnå de overnevnte målene skulle det arbeides med en rekke undermål for øye, basert på og tilpasset den daværende situasjonen i Vest-Afrika. Det er av interesse å undersøke disse nærmere, da

²¹⁹ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone and Gambia). First Revision of Appreciation. 1. oktober 1943.: 1

²²⁰ Ibid: 1

²²¹ Ibid: 10

²²² CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revision of Policy Plan. 1. oktober 1943.: 1

²²³ Ibid: 1

de gir et innsyn i hvordan britiske myndigheter ønsket å appellere til befolkningen i Nigeria.

4.3.1 Å betrygge Vest-Afrika på Folkeforbundets evne til seier, og sikre bidrag til krigen

Under det første av de tre overordnede målene skulle det arbeides med fire fokusområder: A. Forklare krigens gang, og gjøre rede for hvorfor Folkeforbundet ville seire, med særlig vekt på Storbritannias rolle; B. Øke vest-afrikanernes forståelse for hva krigen handlet om og hvorfor det var viktig for dem at Folkeforbundet seiret, samt gi dem en følelse av deltakelse i den felles kampen; C. Vise hvordan vest-afrikanere på best mulig måte kunne bidra til krigsinnsatsen, i samarbeid med de lokale myndighetene; D. Forklare problemene som krigen skapte for Vest-Afrika, og behovet for tiltak fra myndighetenes side for å svare på disse.²²⁴

Under punkt A er planen tydelig på at det må differensieres i hvordan propaganda skal henvende seg til forskjellige mennesker, basert på hvorvidt de hadde utdanning eller ikke, og hvorvidt de var lese- og skrivekyndige. Mot den utdannede delen av befolkningen skulle publisiteten ifølge planen legge vekt på å simpelthen presentere utfordringene og fordelene som britene hadde i krigen. Propagandaen rettet mot den delen av befolkningen som ikke hadde utdanning måtte gjøres annerledes. Her beskriver planen at kontakten mange hadde med krigen gjerne var gjennom hjemvendte afrikanske soldater, og at utfordringen ikke var å skape tillit til Storbritannias seier, men å forklare hvorfor den tok tid. Hva forhindret Folkeforbundet og de allierte fra å åpne en andre front, osv.²²⁵ Videre er planen tydelig på at Storbritannias rolle måtte vektlegges og trekkes frem, da nyheter om USA og Sovjet gjerne kunne overskygge denne. Det skulle fokuseres på Storbritannia som aktør, dets suksesser og tiden hvor nasjonen nærmest sto alene mot aksemaktene. Rykter blir også trukket frem som et punkt her. Ifølge planen kunne overdrevne, skremmende rykter, gjerne satt ut av fiendtlige aktører, spre seg fort i den utdanningsløse befolkningen. Planen påpeker ettertrykkelig at det ikke ville være ønskelig å forsøke å jobbe imot dette ved å selv spre denne typen rykter. Allikevel poengteres verdien av mulighetene for eventuell spredning av informasjon gjennom jungeltelegrafene.²²⁶ Vurderingene som blir uttrykket her fremstår som et direkte resultat av de holdningene som britiske myndigheter hadde til propaganda i kjølvannet av første verdenskrig, som gjennomgått i kapittel 2. De britiske propagandistene ville unngå bruk av denne typen skremselspropaganda, som tidligere hadde gitt Storbritannia et rykte som uærlig og manipulerende. Jmført med Smiths propagandadefinisjon uttrykker dette en vektlegging av fakta og argumenter i propagandavirkningskraften, og ikke rykter eller halvsannheter.²²⁷ Allikevel var de britiske propagandistene tydelig klare over potensialet som lå i denne typen propaganda, og anerkjente det derfor som en del av begrepet.

Under punkt B, å øke vest-afrikanernes forståelse for krigen, hvorfor det var viktig for dem at Folkeforbundet seiret, samt gi dem en følelse av deltakelse i den felles kampen, nevnes det blant annet at den negative siden kunne vektlegges, i form av å poengtere hva en seier for Nazi-Tyskland ville bety for Vest-Afrika. Også her nevnes det at

²²⁴ Ibid: 1-3

²²⁵ Ibid: 1

²²⁶ Ibid: 2

²²⁷ Smith 2021

overdreven skremselspropaganda måtte unngås, og at det negative burde komplementeres med et positivt fokus, noe å eventuelt se frem mot. Publikums oppmerksomhet skulle rettes mot hva en alliert seier ville bety, for eksempel at det ville føre Vest-Afrika inn i Folkeforbundets ordninger for internasjonal økonomisk planlegging, og åpne nye muligheter for politisk utvikling. Både økonomisk og politisk skulle det vektlegges at nye fordeler og muligheter også ville resultere i nytt ansvar og nye plikter.²²⁸ Dette samsvarer med føringene som ble foreslått av Lord Macmillan og MoI, om en propagandavirksomhet som ikke bare kunne være negativ og defensiv, men som også måtte være positiv og kreativ.²²⁹ I tillegg er planen tydelig på at det måtte jobbes tydelig for å undertrykke tanken om andre verdenskrig som en krig for den hvite mann. Derfor måtte konsekvensen for vest-afrikanernes dagligliv og framtid synliggjøres, samt viktigheten av bidragene til krigsinnsatsen, og at afrikanerne skulle få en følelse av å være likeverdige partnere i kampen for å nedkjempe Hitler.²³⁰ Med tanke på den muslimske befolkningen skulle det vektlegges at aksemaktene var en fiende av alle religioner, og særlig Islam, mens Storbritannia og Folkeforbundet trodde på religionsfrihet.²³¹ Det er med andre ord tydelig at Storbritannia og de allierte skulle presenteres som forkjempere for frihet og muligheter, mens Nazi-Tyskland og aksemaktene representerte en slutt på dette i Afrika.

Også Clarke er tydelig på at den offisielle propagandaen i Nigeria under andre verdenskrig var designet for å sikre nigerianernes fulle samarbeid i kampen mot nazismen. Gjennom å søke støtte på denne måten forsøkte Storbritannia også indirekte å styrke sin egen autoritet og legitimere sitt koloninærvær i Nigeria. Andre verdenskrig ga Storbritannia en nesten ideell kontekst hvor landet kunne presentere og proklamere sin posisjon som forbilde for kulturelle og politiske normer. Mot det fascistiske Nazi-Tyskland, fienden og ødeleggeren av svake og små nasjoner, sto sterke, demokratiske Storbritannia, beskytteren av de maktesløse og utsatte statene. Denne typen fremstilling hadde ifølge Clarke stor påvirkning på nigerianerne og andre vest-afrikanere under britisk styre.²³² Dette samsvarer med Elluls tanke om koloniserte afrikanere som mottakelige for propaganda, som følge av lang tid i en redusert posisjon i eget samfunn.²³³ Nigerianerne ble advart om at landet deres ville bli invadert gjennom Dahomey, dagens Benin, eller en annen tidligere fransk vest-afrikansk nabo. Det ble også tydeliggjort at Hitler ikke behøvde å invadere for å kontrollere Nigeria. Alt som krevdes var en suksessfull tysk invasjon av Storbritannia; Dersom Storbritannia falt, ville dets kolonieiendommer falle under tysk kontroll.²³⁴ På denne måten ble det tydeliggjort at lokal motstand mot fiendtlig aggresjon ikke var nok. Det behøvdes støtte til Storbritannia selv, for at landet skulle kunne forsvare, og bevare sine koloniinteresser. Ifølge Clarke responderte mange nigerianere positivt på den anti-tyske propagandaen. Han peker på at det ble gjennomført en meningsmåling om holdninger til Hitler blant de tradisjonelle, afrikanske lederne og den afrikanske befolkningen, som ble publisert i en avis, 25. april 1944. Der kom det frem at «Hatred of Hitler is still gaining ground, even

²²⁸ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revision of Policy Plan. 1. oktober 1943.: 2

²²⁹ PREM 1/441. Principles Underlying British Wartime Propaganda. 22. desember 1939: 10

²³⁰ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revision of Policy Plan. 1. oktober 1943.: 2

²³¹ Ibid: 3

²³² Clarke 1984: 38

²³³ Ellul 1973: 150

²³⁴ Clarke 1984: 39

among our elderly people who cannot read newspapers», her sitert i Clarke.²³⁵ Britene utnyttet alt av muligheter for å fremheve de alvorlige konsekvensene et alliert tap ville medføre. I en nasjonal radiosending snakket Nigerias guvernør, sir Bernard Bourdillon, om et mulig angrep på Nigeria fra Dahomey eller Niger. Han understreket at sikkerheten og friheten til Nigerias befolkning avhang av en britisk seier, og sendingen endte med advarselen: «Never forget it was a German who said that a conquered people should be left with nothing but their eyes to weep with.»²³⁶, sitert i Clarke. Slik ble det fremstilt som helt kritisk for Nigeria som koloni å støtte opp under Storbritannias krigsinnsats. Dette var trolig avgjørende for en suksessfull propagandavirkosomhet, hvor målet var å oppmuntre koloniserte nigerianere til å forsvare britisk frihet. Hvorfor skulle afrikanerne risikere sine liv for koloniherrene, når de ikke selv var fri? Hykleriet gikk ikke upåaktet hen.²³⁷ Å vektlegge konsekvensen av en tysk seier var allikevel virkningsfullt. Den trusselen som Hitler og Nazi-Tyskland utgjorde ble tydelig for nigerianerne, og Clarke trekker frem et utsagn fra en informant, om opplevelsen av økt lojalitet til Storbritannia:

We believed Hitler would treat Africa in this manner. He referred to the Cameroons. Germans were cruel there... he massacred Jews. Another thing, we in Nigeria like our kings. But they said Hitler deposed his king and killed others. So we become afraid... everyone bursted into prayer, the traditional people into juju making... we supported the British, especially when the American people supported the British because those those American soldiers who came to this country were very kind, kinder than the British.²³⁸

Clarke peker også på at rapporter sendt av Distriktoffiseren til residenser i ulike provinser i Nigeria tydet på at effekten av propagandaen var svært positiv. Vanlige folk var klare over krigen, håpet britene skulle vinne og var villige til å hjelpe.²³⁹ Dersom disse rapportene var sannferdige kan det indikere at fremstillingen av Storbritannia som en beskytter var virkningsfullt. Den anti-tyske propagandaen fremstår derfor som effektiv.

Under punkt C, om hvordan vest-afrikanere kunne bidra til krigsinnsatsen, i samarbeid med de lokale myndighetene, skulle det utformes propaganda for å oppmuntre til spesifikk handling. Propagandaen skulle rettes mot de aspektene av samfunnet som var involvert med blant annet økt rekruttering av arbeidskraft til gruvene, økt produksjon av gummi og palmeprodukter, økt matproduksjon, vedlikehold av og støtte til forberedelser på luftangrep, behovet for å spare penger og kampen mot svartebørshandel og profittering. Interessant nok poengteres det at rekruttering til militære organisasjoner, som The West African Frontier Force, ikke skulle være et primært ansvarsområde for propagandaautoritetene.²⁴⁰ Dette kan indikere at det ikke var de lokale informasjonskontorene som hadde hovedansvaret for rekruttering til det militære. Dette behøver ikke nødvendigvis å bety at de ikke involverte seg i det hele tatt, men at det ikke skulle være blant de primære arbeidsoppgavene.

Positiv respons på informasjonen om behovet for økt matproduksjon viste ifølge Clarke hvor sterkt mange nigerianere følte om nødvendigheten til å støtte den allierte saken, og til å forsvare det britiske imperiet mot Nazi-Tyskland.²⁴¹ I tillegg mottok de afrikanske

²³⁵ Ibid: 39-40

²³⁶ Ibid: 46

²³⁷ Laumann 2013: 53

²³⁸ Clarke 1984: 58

²³⁹ Ibid: 40

²⁴⁰ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revise of Policy Plan. 1. oktober 1943.: 3

²⁴¹ Clarke 1984: 42

bøndene betaling for eksporten sin, og var ikke avhengige av matimport, noe som førte til at situasjonen kunne være økonomisk gunstig.²⁴² Behovet for støtte, både med mannskaper og materialer økte etter tapet av britiske kolonier i Øst-Asia. Storbritannia ble mer avhengige av Afrika for tilgang til tropiske produkter.²⁴³ Det ble innført obligatorisk tjeneste i de væpnede styrkene og det ble lagt større press på produksjon av mat, gummi, palmeolje og palmekjerner og på donasjoner av utstyr som kikkerter, sportsutstyr og penger. Bare i Kanoprovinsen ble £10,240 samlet inn i april 1942, og Clarke peker på at verdien bedre kan forstås når £5000 fra donasjonene gjort av folket i Kano utgjorde en betraktelig andel av totalkostnaden for et Spitfire jagerfly.²⁴⁴

Til sist, under punkt D, om å forklare problemene som krigen skapte for Vest-Afrika, og behovet for tiltak fra myndighetenes side, skulle ulike problemstillinger gjøres rede for. Dette gjaldt blant annet nedgangen i prisen på kakao som resultat av tapet av markeder, og mangelen på forbruksvarer og importert mat som følge av begrensninger i handels- og fraktveier, og den påfølgende faren for inflasjon.²⁴⁵ Dette punktet virker i stor grad til å tyde på behovet for informasjon om de komplikasjonene som en krig bragte med seg. På den ene siden ville dette bidra til å opprettholde roen i den nigerianske befolkningen, ved å skape en forståelse for de tiltakene som ble gjort av myndighetene. En annen konsekvens ville være at synliggjøringen av slike direkte resultater av krigen kunne føre til økt vilje til å bidra, for å sikre en seier.

4.3.2 Å ivareta vest-afrikanernes lojalitet til det britiske imperiet

Også under det andre overordnede målet som planen legger frem, å ivareta vest-afrikanernes lojalitet til Storbritannia, finnes det fire underpunkter i rapporten: A. Demonstrere den materielle og moralske styrken til det Britiske Samveldet, både da og i fremtiden; B. Forklare utviklingen i britisk kolonipolitikk, særlig med tanke på betydningen for Vest-Afrika; C. Utvikle vest-afrikanernes opplevelse av partnerskap i det Britiske Samveldet, og skape en forståelse for at partnerskapet involverer både plikter og fordeler; D. Opprettholde et godt forhold mellom afrikanske og britiske tropper, og annet personell stasjonert i Vest-Afrika.²⁴⁶ Her ønsket de britiske propagandistene å presentere fordelene ved å være en del av det britiske imperiet, samt hvilket ansvar dette førte med seg. Under punkt A skulle det presenteres et bilde av Storbritannia og Samveldet som skulle skape beundring og velvilje hos vest-afrikanerne, i tillegg til en stolthet som medlemmer av Samveldet. Det skulle særlig legges vekt på effektiviteten, den moralske styrken og den framtidsrettede karakteren til det britiske demokratiet, så vel som den militære styrken og rollen som en forkjemper for frihet. Planen tydeliggjør at dette var temaer for alle mottakere av propaganda, men særlig for intelligentsiaen.²⁴⁷ Hvor det første fokusområdet handlet mer om å betrygge den afrikanske befolkningen på Storbritannia og de alliertes evne til seier, samt konsekvensene av et eventuelt nederlag, handler dette punktet i større grad om å presentere Storbritannia som en ideell formynder.

²⁴² Cooper 2002: 36

²⁴³ Ibid: 36

²⁴⁴ Clarke 1984: 47

²⁴⁵ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revision of Policy Plan. 1. oktober 1943.: 3

²⁴⁶ Ibid: 4-5

²⁴⁷ Ibid: 4

Kampen for uavhengighet i de vest-afrikanske koloniene var et aktuelt tema for befolkningen i Nigeria. Selv om de færreste ønsket å bli underlagt Tyskland så betød ikke dette nødvendigvis at tanken om selvstyre forsvant. Fra britisk hold ble derfor sterke tiltak satt i gang for å forsøke å kneble kritikk av regjeringen og kampanjen for uavhengighet som ble ført av nigerianske journalister og politikere. Disse undertrykkende tiltakene, kombinert med pro-britisk og anti-tysk propaganda på radio og i offisiell presse, førte til at folks oppmerksomhet ble rettet mot krigen, imperiet, og den viktige rollen som ble utspilt av Storbritannia i Afrika, som en «Frigjører».²⁴⁸ Dette er et godt eksempel på sensur som en del av propagandavirksomheten, og det er gjennom samspillet mellom sensur og formidling av ønsket innhold at propagandistene kunne holde kontroll på informasjonsflyten. Som Smith poengterer, er propaganda mest effektiv når den består av en kombinasjon av både skjult og utslørt propaganda.²⁴⁹ I dette tilfellet utgjør sensuren den skjulte formen for manipulasjon, mens den mer utagerende formidlingen av informasjon fra britisk hold representerer den utslørte. Som nevnt i det foregående, avbildet Storbritannia som kolonimakt seg selv som en beskytter av «små nasjoner» i den anti-tyske propagandaen. De fremstilte seg som en Messiasskikkelse, og disse små nasjonenes eneste håp om å unngå slaveri under Nazi-Tyskland. Det Storbritannia sa om konsekvensene for koloniene dersom Tyskland seiret var ikke helt ubegrunnet, langt ifra. Den britiske vurderingen var tatt på bakgrunn av offisielle erklæringer gjort av Hitler og andre skikkelser i nazi-ledelsen.²⁵⁰ Mange nigerianere ble dermed under andre verdenskrig mer opptatt av å støtte den allierte kampen og dermed nedkjempe Hitler, enn med uavhengighet. For mange ble båndene til, og følelsene for Storbritannia styrket.²⁵¹ Clarke beskriver at han selv hadde intervjuet mennesker i Nigeria som var nasjonalister involvert i frigjøringspolitikk før krigen, men som ble mer opptatt av krigsinnsatsen og å bekjempe Hitler når krigen kom. Ifølge Clarke var nigerianerne mye mer opptatt av Hitler og trusselen han utgjorde, enn av Atlanterhavserklæringen og selvstyre.²⁵² Den afrikanske stoltheten og motstandsviljen besto etter Italias invasjon av Etiopia, men krigens umiddelbare potensielle konsekvenser førte til at uavhengighetskampen måtte vike. Dette kan være et tegn på en suksessfull anti-tysk propaganda fra britisk hold.

Tyskland ble ansett som en trussel for hele det moralske, kulturelle, religiøse, politiske og økonomiske systemet i Nigeria. Mange mente derfor at det var bedre å legge til side tankene om uavhengighet under krigen, for å heller kjempe for å unngå en potensiell tysk kolonisering.²⁵³ Til tross for dette besto det en hard kjerne av nigerianske politikere, journalister, samt sivile og soldater, som forsøkte å holde uavhengighetskampen i live. I et forsøk på å balansere ut den ustanselige anti-tyske og pro-britiske propagandaen, forsøkte disse å få folk til å innse nødvendigheten av å kreve uavhengighet for Nigeria, selv under krigen.²⁵⁴ Også ifølge Shillington ble kravet om politisk uavhengighet et dominant tema for oppkommende afrikanske politiske organisasjoner i løpet av krigen.²⁵⁵ Motstand mot det britiske kolonistyre forble dermed en aktuell problemstilling, for nigerianerne og for de britiske propagandistene.

²⁴⁸ Clarke 1984: 42

²⁴⁹ Smith 2021

²⁵⁰ Clarke 1984: 60

²⁵¹ Ibid: 58

²⁵² Ibid: 58-59

²⁵³ Ibid: 59

²⁵⁴ Ibid: 59

²⁵⁵ Shillington 2012: 387

Under punkt B, å forklare utviklingen i britisk kolonipolitikk, og særlig med tanke på Vest-Afrikas posisjon, forklares det at det ville være viktig å jobbe med ulike holdninger i den afrikanske befolkningen, blant annet:

By countering certain specific misconceptions such as the belief that Britain "exploits" the West African producer by means of low wages and high taxation without putting anything back into the country.²⁵⁶

Det trekkes videre frem at dette temaet måtte presenteres uten generaliseringer, og at det måtte være basert på fakta og faktiske eksempler. Videre skulle fordelene vest-afrikanerne mottok gjennom sine lokale styringsorganer forklares, samt den økte rollen de fikk spille i egen, lokal administrasjon. Generelt sett skulle utviklingen i kolonipolitikken som helhet gjøres rede for, inkludert den som alt hadde blitt iverksatt. I tillegg skulle det presenteres bevis for Storbritannias økende interesse for befolkningen i koloniene, og dermed gis uttrykk for nye holdninger mot blant annet befolkningen i Nigeria og Vest-Afrika generelt. Planen poengterer at det måtte rettes oppmerksomhet mot den utdannede befolkningens misnøye med tanke på Atlanterhavserklæringen.²⁵⁷ Også dette punktet virker til å behandle spørsmålet om Nigeria som britisk koloni og kampen for uavhengighet. Fra britisk hold var det derfor viktig å dempe oppfatningen av sin posisjon som utnyttende. Til tross for at nigeriansk presse og politikere valgte å støtte den allierte kampen mot nazismen, utnyttet de fortsatt muligheten til å snu kampen mot nazisme om til et angrep på kolonialismen.²⁵⁸ Allikevel førte krigen og den medfølgende anti-tyske propagandaen til at den nigerianske befolkningens oppmerksomhet i stor grad ble rettet mot det umiddelbare og håndfaste problemet om å ivareta og beskytte Afrika og verden fra nazisme, heller enn mot frigjøring og uavhengighet.²⁵⁹ Den overhengende trusselen om fascistisk aggresjon og undertrykkelse, førte dermed til at behovet for å smøre befolkningens holdninger til Storbritannia ble noe mindre kritisk. Allikevel fremstår dette som temaer med en tydelig sammenheng.

Punkt C omhandlet å utvikle vest-afrikanernes opplevelse av partnerskap i det Britiske Samveldet. Planen legger vekt på viktigheten av å være tydelige på at «partnerskapet» med Storbritannia i krigsinnsatsen, og i Samveldet, forutsatte plikter for afrikanerne. De var forventet å ta ansvar for sin rolle i den økonomiske, sosiale og politiske utviklingen av eget land, i samarbeid med sine myndigheter.²⁶⁰ Begrepet «partner» fremstår her som noe misvisende, da det indikerer to parter med lik betydning og makt. Å kalle Storbritannia og Nigeria for partnere i sitt forhold presenterer ikke et realistisk bilde av realitetene. Det eksisterte en tydelig asymmetri i maktforholdene i imperiet, og krigen hadde en tendens til å øke disse forskjellene. Dette var problematisk på imperiets hjemmefront, ikke bare blant ikke-krigende eller sivile, men også blant tjenestemenn. Disse forskjellene overlevde krigen.²⁶¹ Å adressere denne problemstillingen var derfor viktig for de britiske propagandistene, for å gi den afrikanske befolkningen i Nigeria økt insentiv til å bidra med krigsinnsatsen. Også punkt D virker til å skulle være fastsatt for dette formålet. Under D argumenteres det med at møtene mellom afrikanske og britiske

²⁵⁶ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revision of Policy Plan. 1. oktober 1943.: 4

²⁵⁷ Ibid: 4

²⁵⁸ Clarke 1984: 65

²⁵⁹ Ibid: 54

²⁶⁰ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revision of Policy Plan. 1. oktober 1943.: 5

²⁶¹ Jackson et al. 2017: 7

soldater og annet personell var viktig, fordi det ville forme relasjonene mellom britene og vest-afrikanerne, også i fremtiden. I forsøket på å skape positive relasjoner, i lys av en utfordrende krigssituasjon, skulle derfor det britiske personellet oppfordres til uformelle og vennlige møter. Det skulle også oppmuntres til arrangementer, blant annet i regi av The British Council, og de britiske mannskapene skulle utrustes med en grunnleggende forståelse for vest-afrikanerne.²⁶² Det skulle legges til rette for positive og relasjonelt styrkende møter, med vekt på vennlighet fra britisk personell. Dette ville kunne skape en velvilje hos den afrikanske befolkningen. De britiske soldatene som enkeltindivider skulle fremstå som gode representanter for Storbritannia, som en venn og partner.

Planens tredje og siste overordnede mål omhandlet at propagandavirkningen skulle støtte arbeid for vest-afrikanernes velvære, og for deres kapasitet til å ta et større ansvar for lokalt styre. Her skulle det oppmuntres til høyere standarder i hygiene og næring, veiledning i forbedring av jordbruket, utvikling av lokale industrier, osv. Disse målene ble beskrevet som mer langsiktige og skulle behandles etter hvert som behovene meldte seg. Derfor legger ikke planen noen videre føringer her.²⁶³

4.3.3 The British Councils rolle i Nigeria

I tillegg til The Colonial Office og The Ministry of Information var også The British Council involvert i Vest-Afrika. Storbritannias tidligere stødige og så godt som selvforsynte posisjon som imperiemakt var ikke lenger enn selvfølge, og også kulturell propaganda behøvdes for å møte den nye virkeligheten. I et dokument om det kulturelle forholdet mellom Storbritannia og de afrikanske koloniene trekkes nettopp dette frem. I dokumentet redegjøres det for at The British Council måtte tilpasse seg to betydelige forandringer i Storbritannias posisjon i verden. For det første satt ikke landet i en like dominant posisjon som det hadde gjort på 1800-tallet, en posisjon som hadde sikret britisk innflytelse og tankegods. For det andre ble nettopp det britiske, politiske tankegodset nå utfordret av de totalitære statene og deres propaganda.²⁶⁴ Videre foreslås det i skrevet at:

This memorandum raises the possibility of extending and adapting the objects of the British Council to the service of the subject peoples under our rule. They might thus be helped to gain a better understanding of Britain and of those political principles which, in our belief, offer them the best guidance in their advance towards self-government.²⁶⁵

The British Council så det med andre ord som nødvendig å henvende seg kulturelt til befolkningen i koloniene. Organisasjonen ønsket å skape en bedre forståelse for Storbritannias politiske posisjon, og bidra med det som de oppfattet som den beste hjelpen og veiledningen mot eventuelt selvstyre. Skrevet foreslår opprettelsen av kulturelle sentere som først og fremst skulle bedrive utdanning gjennom bøker, forelesninger og formelle og uformelle diskusjoner:

It may be hoped that by these means Africans' knowledge of the political and social problems that are beginning to interest them will be deepened. While anything resembling

²⁶² CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revision of Policy Plan. 1. oktober 1943.: 5

²⁶³ Ibid: 5

²⁶⁴ BW 2/93. British Cultural Propaganda in West Africa. Cultural Relations Between Britain and the African Dependencies.

²⁶⁵ Ibid

propaganda should be avoided, the centres would help Africans to learn more of the nation and Empire with which they are associated.²⁶⁶

Det er tydelig at The British Council vektlegges som en kulturell organisasjon, og ikke et propagandorgan. Dette indikerer at det fortsatt ble tatt avstand fra propagandabegrepet, som noe manipulerende, uærlig og u-britisk. Jamført med propagandabegrepet til Smith anså de kulturelle propagandistene i The British Council seg dermed i større grad som lærere, og ikke manipulatorer.²⁶⁷

I utkastet til et skriv som skulle sendes ut til guvernørene i de fire britiske koloniene i Vest-Afrika legges det ut om hvilken funksjon The British Council skulle ha i disse landene. Også her legges det vekt på at det skulle bedrives kulturell, og ikke politisk virksomhet.²⁶⁸ The British Council skulle bedrive formidling av informasjon fra et utdanningsperspektiv, noe helt annet enn propagandaarbeidet til The Ministry of Information. I skrevet fremlegges det planer om å etablere britiske institutter som skulle formidle informasjon om britisk tankegods og levemåte:

The functional side of the Council's work covers such things as the provision of teachers of English; the distribution of periodicals and press material; the organisation of libraries and the supply of English books; the preparation and distribution of "British News" and documentary films illustrative of life in Britain and of British culture.²⁶⁹

I et intervju med sir Hanns Vischer, en rådgiver for myndighetene i Nigeria, kom det frem at:

He warned the Council against invested interests such as the United African Company, cocoa, etc. He said that on the assumption that eventually self-government will be given to West African races he considered the Council's main long term policy should be to encourage the West African to be proud of being in the Empire and to recognise the advantages.²⁷⁰

Dette indikerer et fokus på å oppmuntre den afrikanske befolkningen til å anse imperiet som en styrke. Eventuell uavhengighet i Nigeria og de andre vest-afrikanske koloniene var noe man burde forvente, og derfor ville det være gunstig å arbeide med å forme afrikanernes holdninger til imperiet, som noe å være stolt av og noe å kjempe for. Det ville ikke være hensiktsmessig å arbeide med propaganda for å sikre økonomiske og materielle interesser på lang sikt. Britiske propagandister var klare over at den afrikanske uavhengighetskampen forble en realitet, og derfor skulle kulturell propaganda arbeide for en økt verdsettelse av det britiske, i Nigeria og i de andre koloniene. En utvidelse av The British Council sin rolle i Vest-Afrika lå i kortene:

The fact that the British Council is considering its work more widely in British colonies will allow for certain much needed developments in African colonies, provided that those in charge of the work are familiar with African needs and trends of opinion.²⁷¹

Det kulturelle propagandaarbeidet til The British Council måtte tilpasses lokale forhold, og til afrikanernes behov, dersom det skulle produsere betydningsfulle resultater. Generelle betraktninger og upresis informasjon ville ikke være tilstrekkelig for å sikre

²⁶⁶ Ibid

²⁶⁷ Smith 2021

²⁶⁸ BW 2/93. British Cultural Propaganda in West Africa. Draft Despatch. For British Council's concurrence. Juli 1941.

²⁶⁹ Ibid

²⁷⁰ BW 2/93. British Cultural Propaganda in West Africa. An Interview With Sir Hanns Vischer. Mr. Dundas. 26. juni 1941.)

²⁷¹ BW 2/317. British Cultural Propaganda in West Africa (1941-1942). «Memorandum on the activities of the British Council». Margaret Wrong. 23. juni 1941.

kolonienes lojalitet gjennom andre verdenskrig. Effektiv propaganda måtte appellere til befolkningen.

4.4 Hvordan å nå ut til befolkningen i Nigeria?

Mål og temaer for propagandavirkosomheten i Vest-Afrika ble lagt frem i plandokumentet, og viser til hvordan de britiske propagandistene ønsket å arbeide for å appellere til befolkningen i Nigeria. Men hvordan skulle man gå frem for å nå ut til dette publikummet? I første verdenskrig hadde kolonimaktene anvendt en betraktelig mengde makt for å tvinge afrikanerne til å støtte kolonistenes interesser i krigen. I andre verdenskrig ble det fortsatt brukt en viss grad av makt, men det var en mye større tendens til å oppmuntre og invitere afrikansk støtte til den europeiske krigsinnsatsen. Shillington peker på at mange av metodene for overtalelse i dag ville ha blitt definert som åpenbar misinformasjon og propaganda. Britene brukte særlig film, radio og aviser for å spre krigstidspropaganda. De forsøkte å overtale afrikanerne til å samarbeide med koloniautoritetene, til å melde seg frivillig til krigstjenestene eller til å produsere mer mat og råmaterialer. I stedet for å basere seg på makt og tvang, aksepterte koloniautoritetene et behov for å forklare sin politikk, og til å åpne en diskusjon med den afrikanske befolkningen.²⁷² I Nigeria tok koloniadministrasjonen i bruk enhver pro-britisk tale, fra så godt som hvor som helst i verden, i sin propagandavirkosomhet.²⁷³ Tilgjengelige kanaler og materialer ble med andre ord benyttet for å fremme Storbritannias interesser.

Andre tiltak ble gjort på propagandafrenten, og britiske myndigheter ønsket å vekke folkets interesse for krigen. Propagandistene ville sette befolkningen i nær psykologisk kontakt med den, og oppmuntret til lojalitet til den allierte kampen, og til det britiske imperiet. I Nigeria fikk for eksempel folk mulighet til å kringkaste til de nigerianske mannskapene som tjente som arbeidere i Midtøsten, eller som soldater i Asia. Målet var å overføre oppmuntrende meldinger til de som var i aktiv tjeneste. Det ble også sendt brev, som måtte være positive. For «mørke» brev ble sensurert av Distriktsoffiseren, og redigert av informasjonskontoret.²⁷⁴ Britiske propagandister forholdt seg helt tydelig til MoIs føringer om positiv og kreativ propaganda, og om at et negativt perspektiv ikke var tilstrekkelig for å skape hengivenhet.²⁷⁵ Lokale høvdinger sendte oppmuntrende meldinger til troppene, der de la vekt på lojalitet og plikt til imperiet. Clarke siterer denne meldingen, sendt fra den lokale lederen i Ijebu, Gbelgbuwa II, til afrikanske styrker i Midtøsten:

To Ijebu sons serving in His Majesty's forces in the Middle East I send hearty greetings on behalf of myself, chiefs and people and your relatives and friends... occasional news of you and from you fill our hearts with joy and we always pray for your happiness there and for victory for the cause for which you bear arms side by side with your comrades from other parts of the British Empire.²⁷⁶

En hilsen fra kjente, lokale autoriteter kunne ha stor effekt for moralen til soldatene som tjenestegjorde utenlands, og dette kan slik ha bidratt til å forenkle rekrutteringsprosessen. De nigerianske soldatene som tjenestegjorde i utlandet, mottok

²⁷² Shillington 2012: 286

²⁷³ Clarke 1984: 48

²⁷⁴ Ibid: 51-52

²⁷⁵ PREM 1/441. Principles Underlying British Wartime Propaganda. 22. desember 1939: 10

²⁷⁶ Clarke 1984: 52

også informasjon om lokale aktiviteter for krigsinnsatsen igjennom disse kringkastingene. Ifølge Clarke verdsatte nigerianere som tjente i kolonihæren i Midtøsten nyhetene hjemmefra, og mange sendte svar, hvor de etterspurte flere nyheter, registrerte klager eller ba om hjelp med lokale, personlige eller familiesaker.²⁷⁷ Noen soldater kom derimot ikke med forespørsler og ga ingen råd. De beskrev enkelt og greit opplevelsen av krigen i utlandet.²⁷⁸ Uavhengig av hvilken informasjon som ble sendt tilbake fra soldatene, var dette en kilde til informasjon om krigen, og skapte en nærhet til den for den afrikanske befolkningen. Gjennom kontakten med kjente som opplevde konflikten kunne det skapes personlige erfaringer og bånd, som gjorde hele situasjonen mindre fremmed.

Kolonistynet hadde sin egen presse, kunne kontrollere den nigeriansk pressen, og hadde kontroll over radio og kinovirksomhet. Selv før andre verdenskrig hadde kinoen gjort seg gjeldene i Afrika, og ifølge Clarke hadde innflytelsen blitt betraktelig også før radioen. Kolonistynet i Afrika brukte kinoen til å promotere det som det anså som den økonomiske moralen og sosiale trivselen til de afrikanske folkene. Etter bestemmelser fra The War Office ble det i løpet av krigen ikke tillatt å vise filmer som kunne sette Storbritannia i et dårlig lys. Egne sensurorganer ble etablert for å sikre at disse reguleringene ble opprettholdt. Både koloniadministrasjonen og kristne misjonærer anvendte kinoen for å rekke ut til sitt publikum, og den første filmen ble vist i Nigeria i 1903.²⁷⁹ Jeg vil komme tilbake til kinoen og filmpropagandaens rolle i Nigeria.

Med tanke på aktivitetene til The British Council ble det foreslått å ekspandere i de vest-afrikanske koloniene. Det ble blant annet foreslått å opprette stipender i tekniske fag for vest-afrikanere, i England eller i andre deler av imperiet, samt publisering av aviser på forenklet engelsk. Antallet lesekyndige afrikanere økte, men engelskkunnskapene blir beskrevet som begrensede i et notat fra The British Council. Radioen var derfor en effektiv måte å nå ut til store folkemengder. I tillegg ble det foreslått opprettelse av institutter i Lagos, Kano, Zaria og Freetown for utdanning innen lesing og skriving.²⁸⁰ Nettopp språklig kompetanse ble ansett som viktig i arbeidet med kulturell propaganda. Dr. Ida C. Ward, fra The School of Oriental and African Studies ved universitet i London, skriver at det engelske språket utgjorde inngangsbilletten til utdanning, i et brev til B. Ifor Evans i The British Council.²⁸¹ I tillegg til å forenkle utdanningsaspektet av aktivitetene til The British Council så sier det seg selv at forståelse av det engelske språk ville forenkle propagandistenes oppgave betydelig. For å oppnå språklig kompetanse mente Ward at gode lesevaner ville være viktig:

The cry is frequently heard that the African does not read except to learn facts and to pass an examination. A reading habit has to be developed and I believe that it could and should be developed in the vernacular, and in the first place by providing small books which deal with the things that the African wants to know about – modern ideas, the war, European customs, trade etc. It would then spread to English and widen its extent to cover other types of books.²⁸²

²⁷⁷ Ibid: 52

²⁷⁸ Ibid: 53

²⁷⁹ Ibid: 64

²⁸⁰ BW 2/93. British Cultural Propaganda in West Africa. Preliminary Notes on the Possibilities of Development of British Council Work in W. African Colonies. Mr. Dundas. 15. mai 1941.

²⁸¹ BW 2/93. British Cultural Propaganda in West Africa. Brev fra I. C. Ward til B. Ifor Evans. 22. juli 1941.

²⁸² BW 2/93. British Cultural Propaganda in West Africa. English in Nigeria. Notes.

Denne refleksjonen tydeliggjør på en side at det eksisterte et ønske om å øke den afrikanske befolkningens leseferdigheter, og ideelt sett på engelsk. I tillegg vil vurderingen av lesekunnskapene i engelsk som begrenset, utgjøre et argument for større bruk av film- og radiopropaganda. Det ble lagt planer for å forbedre og bygge ut eksisterende biblioteker, og opprette nye i Nigeria, og i de andre vest-afrikanske koloniene. Gjennom opprettelsen av et biblioteknettverk ville spredningen av bøker og kunnskap til massene effektiviseres.²⁸³ På denne måten kunne man fasilitere for økt språklig kunnskap, lettere informasjonsflyt og en forbedret mottakelighet for britisk propaganda. For å spre denne kunnskapen måtte det tilføres materiell og opplært personell til koloniene, og i løpet av krigen økte spredningen av nøye utvalgte tidsskrifter for å dekke behovene. Dette ble beskrevet som en viktig oppgave for The British Council.²⁸⁴

Dr. Ward oversendte i oktober 1941 et memorandum til sir Angus Gillan, hvor hun redegjorde for mulighetene innen opplæringen av afrikanere i litterært og lingvistisk arbeid.²⁸⁵ Gillan hadde gått inn i The British Council, for å arbeide med nettopp organisasjonens aktiviteter i koloniene.²⁸⁶ I dokumentet redegjør Ward for behovet for formell utdanning i eget språk for afrikanerne i koloniene. Dette ville ifølge henne utgjøre nødvendig kunnskap for et effektivt arbeid innen radio, film og presse, for å nå ut til et bredt publikum. Hun skriver at: «The result ... would be valuable in many aspects of work for Africa, both in future development and in the present war situation.»²⁸⁷ Språket var helt tydelig ansett som et viktig verktøy for å nå ut til flest mulig mennesker, og skapte muligheter for produksjon og formidling av propaganda på et mer personlig nivå. Derfor er det ikke overraskende at det ble et fokusområde for arbeidet til The British Council og den kulturelle propagandavirksomheten. Dette gjaldt både de lokale afrikanske språkene, og det engelske. I et brev fra Margaret Read i The Colonial Department til sir Angus Gillan, skriver hun:

... there is a real need, not always articulate, for people in the West Indies and West Africa to have a certain amount of further education in English, so that they should know more about British cultural life and our British institutions.

... the dual need in West Africa of maintaining a pride in African traditions as well as a knowledge and respect for British traditions. It seems to me that this dual loyalty is characteristic of the British Commonwealth and I don't think there need be any cleavage between the two ideals.²⁸⁸

Fokusområdet for propagandavirksomheten i Vest-Afrika ble beskrevet som tosidig, i at den både måtte ta hensyn til afrikanske tradisjoner og stolthet, i tillegg til å skulle formidle kunnskap for støtte til Storbritannia og de britiske verdiene. For å utføre denne oppgaven på en best mulig måte krevdes det en solid språklig plattform.

²⁸³ BW 2/93. British Cultural Propaganda in West Africa. Libraries. Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone, and Gambia.

²⁸⁴ BW 2/93. British Cultural Propaganda in West Africa. Memorandum on the activities of the British Council. Margaret Wrong. 23. juni 1941.

²⁸⁵ BW 2/317. British Cultural Propaganda in West Africa (1941-1942). Brev fra dr. Ida Ward til sir Angus Gillan. 29. oktober 1941.

²⁸⁶ BW 2/317. British Cultural Propaganda in West Africa (1941-1942). Brev fra J.A. Gillan til P. Redmayne. 6. september 1941.

²⁸⁷ BW 2/317. British Cultural Propaganda in West Africa (1941-1942). «The training of the African for literacy and linguistic work».

²⁸⁸ BW 2/317. British Cultural Propaganda in West Africa (1941-1942). Brev fra Margaret Read til sir Angus Gillan. 13. november 1941.

Det eksisterte et ønske om å opprette regionale institutter for kulturell propaganda i koloniene, med egne ansvarlige for den lokale virksomheten. Dette hadde igjen å gjøre med behovet for spesialisert propaganda. Nigerias guvernør, sir Bernard Bourdillon, mente at det skulle kunne opprettes et institutt i Lagos, i tillegg til at det fantes muligheter i Ibadan og et par andre sørlige byer. Mulighetene lenger nord i innlandet ble derimot beskrevet som mer begrenset. Bourdillon uttrykket også en interesse i å finne ut av hvem som skulle representere The British Council og dets foretak i Nigeria. Sir Angus Gillan ønsket å eventuelt ha egne regionale representanter i hver av de fire vest-afrikanske koloniene, men mente at de i begynnelsen måtte ha en felles representant for hele Vest-Afrika, som delegerte ansvaret videre til staben under.²⁸⁹ Dette hadde trolig å gjøre med kapasiteten for utvidelse av bedriftene til The British Council, og fremstår dermed som en naturlig vei å gå. Ønsket om egne representanter i hver koloni indikerer en bevissthet rundt behovet for lokalt tilpasset kontroll, samt spesialisering av propagandavirksomheten. Ifølge et brev fra K.S. Robinson, måtte man ta spesielle hensyn med tanke på formidling av informasjon og PR i koloniene:

... and it is not likely that we shall get a satisfactory service unless it is closely integrated with the other activities of Colonial Governments and its personnel are not interchangeable with personnel who have no Colonial experience.²⁹⁰

Ifølge han burde ikke informasjonstjenestene i koloniene legges under MoIs kontroll på en permanent basis, fordi man ikke visste hva som ville skje med The Ministry of Information etter krigen. Støtte fra den britiske regjeringen til gjennomføringen av propagandaplanen i Vest-Afrika burde derfor komme i form av å dekke utgifter til spesifikt materiell og tjenester, eller gjennom bistandestilskudd. Den burde ikke komme gjennom godtgjørelser som følge av en direkte underordning til MoI.²⁹¹ Robinson gir dermed uttrykk for at det var et helhetlig samarbeid mellom ulike tjenester i koloniene som ville oppnå et best mulig resultat med tanke på propaganda, til sammenligning med arbeidet til en isolert organisasjon. I tillegg blir opplevelsen av The Ministry of Information som en krigstidsorganisasjon tydelig. Den ble ansett som en nødvendighet i krig, ikke et permanent departement for britiske myndigheter, og skulle derfor heller veilede og koordinere enn å ta direkte kontroll over den lokale driften i Nigeria og de andre koloniene. Dette kan tyde på at erfaringene med MoI etter første verdenskrig, og holdningene som hadde oppstått, fortsatt hadde et grep over det britiske sinn.

Radioen ble høyt verdsatt i Vest-Afrika. I byer som Ibadan var det over 700 privat leide høyttalere, hvorav mange samlet en mengde lyttere, ifølge Clarke. I tillegg fantes det syv offentlige gatehøyttalere hvor lytterne kunne følge med på radiosendingene.²⁹² Dette førte til at britiske propagandister hadde et nyttig verktøy for å nå ut til det afrikanske publikum med informasjon om krigen. Til forskjell fra første verdenskrig, fantes det nå utbredt med informasjon om krigens gang og utfordringer, og dette gjaldt ikke bare stoffet som ble produsert og støttet opp av britiske propagandister. Avisen *West African Pilot*, etablert i Nigeria i 1938, publiserte i 1941 en rapport om Atlanterhavserklæringen. Særlig den tredje klausulen om folk og nasjoners rett til selvbestemmelse var interessant for afrikanerne, og avisen bemerket kritisk at Churchill raskt hadde gitt uttrykk for at klausulen ikke gjaldt Afrika.²⁹³ Ifølge Reid ble mange afrikanere svært vare på

²⁸⁹ BW 2/317. British Cultural Propaganda in West Africa (1941-1942). «West African Projects». Memorandum fra sir Angus Gillan. 19. mars 1942.

²⁹⁰ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Brev fra K.S. Robinson. 11. mars 1943.

²⁹¹ Ibid

²⁹² Clarke 1984: 49

²⁹³ Shillington 2012: 386

kolonimyndighetenes hykleri, og funderte over de antatte forskjellene mellom fascismen i Europa og kolonistyret i Afrika, særlig etter Atlanterhavserklæringen.²⁹⁴ Den økte tilgangen på informasjon om krigen var ikke bare til skade for de britiske aktørene. Mange folk, også i de rurale områdene, visste mye om krigen, og i noen områder ble slag som Alamein dramatisert på scenen på lokale skoler og markeds plasser.²⁹⁵ I tillegg ble høvdinger og landsbyoverhoder satt i lokale komiteer og gitt i oppgave å spre anti-tysk propaganda for å oppmuntre til økning i matproduksjon og andre nødvendige materialer som krigen behøvde. Klokkere gikk rundt og annonserte møter der det ble fortalt om Hitler, krigen og Vest-Afrikas posisjon dersom Storbritannia skulle tape.²⁹⁶ Spredningen av denne typen informasjon kunne tjene til å gagne britiske propagandister. Den bidro til å bevisstgjøre befolkningen om hva som sto på spill, og hvorfor Storbritannia behøvde støtte.

4.5 Filmpropaganda i Nigeria

Filmpropaganda var et nyttig verktøy for propagandistene i Nigeria, og tillot de britiske myndighetene å nå ut til et stort publikum, uavhengig av lese- og skriveferdigheter. Koloniadministrasjonen sikret sin kontroll over distribusjon og innhold i filmer i Nigeria fra 1912, gjennom The Theatre and Public Performance Regulation Ordinance. Denne bestemte at ingen kunne reklamere for, presentere eller videreføre noen form for offentlig kinofremvisning, uten å ha levert en beskrivelse av alle scener produsert eller presentert til en lisensoffiser.²⁹⁷ Det hadde dermed allerede før første verdenskrig blitt innført reguleringer for film- og kinobedrift. Interessen for mulighetene innen filmpropaganda forble stor, også inn i andre verdenskrig, og The Ministry of Information etterspurte oppdatert informasjon om tilstanden til kommersiell film i Nigeria. De mottok en detaljert rapport fra The Colonial Office, 8. juni 1943.²⁹⁸

I rapporten fremkommer det at den første kommersielle kinoen i Nigeria ble startet av Mr. Lomas i Lagos i 1928. I 1937 ble The West African Picture Company grunnlagt av to syrere, herrene Barakat og Khalil. De etablerte en kino med anlegg for film med lyd, Rex Cinema, og det ble etter hvert etablert flere nye kinoer, blant annet i Accra, Kano, Jos og Lagos.²⁹⁹ I rapporten fremkommer det at The West African Picture Company hadde så godt som monopol på film i tiden under krigen. Selskapet fikk tilgang på britiske nyheter fra The British Council og dokumentarer og kortfilmer fra MoI, i tillegg til materiale fra The United States Office of War Information, og andre filmer fra både britiske og amerikanske kommersielle produsenter. Alle kinoene nevnt i rapporten viste filmer under åpen himmel.³⁰⁰ I rapporten kommer det frem at omtrent 3300 mennesker besøkte kinoen i Lagos på en vanlig uke, og at to tredeler av disse var afrikanere.³⁰¹ Rapporten antar videre at maksimalt 5000 mennesker besøkte kinoene jevnlig i Nigeria, et tall som

²⁹⁴ Reid 2012: 243

²⁹⁵ Clarke 1984: 40

²⁹⁶ Ibid: 40-42

²⁹⁷ Ibid: 65

²⁹⁸ CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943). Brev til H.V. Usill. 8. juni 1943.

²⁹⁹ CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943). Kopi av rapport. «The development of the Cinema in Nigeria.»: 1

³⁰⁰ Ibid: 2

³⁰¹ CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943). Kopi av rapport. «The development of the Cinema in Nigeria.» Vedlegg B.

utgjorde 0,025% av befolkningen på 20 millioner.³⁰² Det fantes ingen lokal produksjon av kommersiell film, og selv om The Information Office hadde forsøkt å få dette i gang i 1942, så hadde mangelen på kompetent personell ført til at det ikke fungerte. Videre beskriver rapporten at kinoene som ble nevnt stort sett befant seg i større byer, med tilgang på elektrisitet, og at en eventuell videre ekspansjon sannsynligvis ville bli treg.³⁰³ Det eksisterte med andre ord en relativt godt utbygd kinobransje, men mulighetene for å ekspandere var ansett som noe begrenset på grunn av praktiske forhold. Sett i forhold til det totale befolkningstallet i Nigeria var også antallet jevnlig kinogjengere lavt. Allikevel utgjorde filmen et medium som lettere kunne konsumeres av hele befolkningen, uavhengig av eventuell utdanningsbakgrunn.

I en korrespondanse i The Colonial Office kommer det frem at filmpropagandaen som ble anvendt i koloniene ikke nødvendigvis var oppdatert, eller av den kvaliteten man ønsket seg:

It is clearly lamentable that the colonies, just because they are not considered good commercial propositions, should receive films that are not only out of date, badly worn, but are also often unsuitable and it should be undesirable from the Ministry's point of view that British news and M.O.I. 'shorts' should be shown in company with old feature films.³⁰⁴

I skrevet tydeliggjøres det et ønske om å bryte ut av mønsteret med utdaterte filmer av dårlig kvalitet, og at krigen var en god anledning til å sikre tilstrekkelig godt filmmateriale til koloniene. Det skulle ikke bare bevilges midler til rene underholdningsfilmer, men også til flere krigsfilmer.³⁰⁵ Filmpropaganda ble ansett som et verdifullt verktøy, men mulighetene ble bortkastet uten oppdatert materiale av tilstrekkelig god kvalitet. Mr. Robinson svarte på denne oppmuntringen, og stilte seg enig, til tross for at han påpekte at det var lettere å få midler til nye filmer i Øst-Afrika, hvor den europeiske befolkningen var større. Det ville være enkelt å få bevilget midler til krigspropagandafilmer, men det burde også gjøres en innsats for å sikre bedre tilgang på nyere filmer generelt:

... there is just a strong a case for ensuring that Ministry of Information propaganda films are seen by the people for whom they are intended (and some are intended for Europeans) by ensuring they are shown as part of a programme which will attract those people, as there is for the supply of war propaganda and information by the B.B.C., within a whole programme of broadcasting, much of which is comparable with "purely entertainment films".³⁰⁶

Det lå vurderinger til grunne med tanke på kostnadseffektiviteten til filmpropagandaen, og behovet for rett type filmmateriale for det tilsiktede publikummet. Propagandaen måtte som sett i det foregående tilpasses sin demografi for å oppnå best mulige resultater. Også residentministeren i Achimota, Ghana, uttrykte et behov for oppdaterte nyhetsrapporter og dokumentarfilmer i forbindelse med ENSA-filmprogrammet i Vest-Afrika, i et telegram til statssekretæren for koloniene:

³⁰² CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943). Kopi av rapport. «The development of the Cinema in Nigeria.»: 3

³⁰³ Ibid: 5

³⁰⁴ CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943). Skriv til K.E. Robinson og Sabine fra W.S. Morgan. 24. juni 1943.

³⁰⁵ Ibid

³⁰⁶ CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943). Skriv til Sabine fra K.S. Robinson. 28. juni 1943.

Apart from the good effect which improvement on the ENSA programmes would have on the morale of the British military and R.A.F. personnel, one should consider the effect on American and African guests at ENSA shows.³⁰⁷

I et telegramutkast fra 1943 fremkommer det at nyhetsrapporter ble transportert til Vest-Afrika ukentlig med fly, og at distribusjonen av dokumentarfilmer fra The Ministry of Information og The British Council skulle gå gjennom informasjonsoffiserene, og deretter videre ut til ENSA-offiserer. I telegrammet tydeliggjøres det også at MoI vektla at det viktigste som informasjonsoffiserene skulle ta hensyn til med tanke på distribusjon av filmmaterialet, var de lokale behovene i den sivile befolkningen.³⁰⁸ Forsyninger av filmmaterialet ble dermed levert jevnlig, men måtte gjennom flere instanser før den ble formidlet til det intenderte publikummet.

I en konferanse for informasjonsoffiserer i Accra i 1943 fremkom det at spillefilmene som ankom Vest-Afrika ikke inkluderte en tilstrekkelig mengde krigsfilmer med en propagandavinkling. I tillegg ble mange av filmene som ankom vurdert som upassende for afrikanske publikum. Det var tydelig at sensorene fikk et problem med å balansere hvor passende de ulike filmene var for distribusjon, og behovet for å sikre en jevn strøm med materiale til distributørene. Det behøvdes flere, passende propagandafilmer med krigstematikk, og disse måtte komme på en jevnlig basis for å mette behovet for filmpropaganda i koloniene. Konferansen foreslo et nytt system for filmdistribusjonen, hvor representanten for MoI i Vest-Afrika måtte få tilstrekkelig med informasjon om passende krigsfilmer, og at MoI og The Colonial Office sammen skulle etablere et styre som skulle avgjøre hvilke filmer som passet seg for visning i koloniene, og ikke.³⁰⁹ Propagandistene måtte besitte tilstrekkelig med kjennskap til materialet de skulle formidle, for å vurdere hva som var passende for sitt publikum. Det fremkommer i rapporten at særlig afrikanske filmer i en afrikansk setting ble svært godt mottatt, i tillegg til musikalene, cowboyfilmer og komedier. Nyhetsrapportene ble verdsatt, mens dokumentarer ikke var like populært. Konferansen ble også enige om at en representant fra MoI skulle undersøke muligheten for et direkte samarbeid mellom britiske produsenter og The West African Picture Company.³¹⁰ Denne rapporten kan indikere at særlig filmer med mer underholdningsverdi slo an på kinoene i Nigeria, og i Vest-Afrika, mens dokumentarene ikke skapte like mye begeistring. Det behøvdes underholdene filmpropaganda for å engasjere det afrikanske publikummet. Jmført med Smiths forklaring av skjult og utilsørt propaganda kan dette indikere at den skjulte propagandaen hadde en større effekt, når avsenderens rent politiske budskap ble pakket inn i en underholdene pakke.³¹¹ Et samarbeid mellom The Ministry of Information og The West African Picture Company ville tillate britiske myndigheter å enklere kontrollere og observere kinoen som propagandamiddel.

4.5.1 Mobile filmenheter for å formidle filmpropaganda

Bruk av mobile filmenheter og kinobiler var svært suksessfullt for å nå ut til befolkningen i Nigeria. I et brev til sir Bernard Bourdillon, den britiske guvernøren i Nigeria, sendt fra

³⁰⁷ CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943). Telegram fra residentministeren i Achimota til statssekretæren for koloniene. 17. november 1943.

³⁰⁸ CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943). Telegram. 11. desember 1943.

³⁰⁹ CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943). Kopi av rapport. «The development of the Cinema in Nigeria.»: 6.

³¹⁰ Ibid: 7-8

³¹¹ Smith 2021

Malcolm MacDonald, daværende statssekretær for koloniene, refererer MacDonald til Bourdillons positive holdning til de gode resultatene til The Health Propaganda Unit. Det argumenteres for at denne enhetens virksomhet burde brukes som grunnlag for en eventuell etablering, og videreutvikling av en mobil kinoenhet.³¹² I svarbrevet til Malcolm MacDonald la Bourdillon med en rapport om muligheten for bruk av mobile filmenheter i Nigeria. I brevet fremkommer det ingen negative holdninger til etableringen av de mobile filmenheterne, men en kommentar om at videre ekspansjon burde vurderes utsatt med tanke på krigens utbrudd.³¹³ Rapporten beskriver bruken av kinobiler, konvertert fra store lastebiler, til formidling av propaganda i landet. Bilene ble designet av filmpropagandisten Mr. Sellers, som hadde ansvar for konstruksjonen av kjøretøyene. Ifølge rapporten kostet disse bilene totalt £850, £689 for selve kjøretøyet, £49 for prosjektoren og £112 for frakt og andre kostnader. Bilene gjorde det svært enkelt å formidle filmpropaganda:

When using the Mobile Cinema it has not been found necessary to make any previous announcement before giving an open-air display. The mobile cinema is taken to a suitable open space, the internal generators are started and the amplifiers switched over to gramophone music. In practice, it has been found that the design of our mobile cinema enables the actual display to start within no more than five minutes from arrival on the site.³¹⁴

Operatørene begynte med å spille musikk fra bilenes høyttalersystem, ventet til folk stoppet for å lytte, og byttet over til mikrofon hvor det ble formidlet hvor filmene ville bli vist. På denne måten kunne store folkemengder samles, og rapporten beskriver at de samlet opp til 15 000 mennesker. Selv om ikke alle nødvendigvis kunne se filmen, kunne flere høre lydspor og kommentarer, og viet ifølge rapporten oppmerksomhet til dette.³¹⁵ De mobile filmenheterne hadde med andre ord stort potensial til å nå ut til et større publikum, enn de fysiske, immobile kinoanleggene. Dermed kunne filmpropaganda rettes mot et langt større publikum enn de overnevnte 5000 som besøkte kinoene i Nigeria jevnlig. Videre tydeliggjøres det at det var lokalt filmmateriale som hadde best effekt: «With regard to the films projected, it has been found that films produced locally are the only type that are appreciated and understood by illiterate Africans.»³¹⁶ Filmer som avbildet livet hjemme og i lokalmiljøet var særlig populære. Det var filmene som den afrikanske befolkningen kunne kjenne seg igjen i som dermed hadde best effekt, noe som fremstår som helt naturlig. Det var derfor et behov for lokale settinger og problemstillinger i filmtematikken. Rapporten gir uttrykk for at disse mobile filmenheterne i utgangspunktet hadde blitt brukt i tilknytning til helse- og velferdspropaganda. Det fremstår allikevel som erfaringer som ville være gjeldende for andre former for propaganda, politisk så vel som kulturell. Ifølge rapporten hadde det kommet frem at helsepropaganda var mest effektiv i samarbeid med helseutdanning og propanda i skolen, og derfor var den mobile filmenheten utstyrt for å sette opp en portabel utstilling, for å komplementere filmen.³¹⁷ Dette gir uttrykk for en opplevd effekt av et sammensatt propagandabilde som sterkere enn enkeltelementene. I rapporten fremkommer det at etter to års erfaring med de mobile filmenheterne, så virket det som om denne formen for

³¹² CO 859/7/7. Welfare propaganda: West Africa (1939-1940). Brev til sir Bernard Bourdillon. 14. juli 1939.

³¹³ CO 859/7/7. Welfare propaganda: West Africa (1939-1940). Brev til Malcolm MacDonald fra B.H. Bourdillon. 22. september 1939.

³¹⁴ CO 859/7/7. Welfare propaganda: West Africa (1939-1940). Rapport om mulighetene for etablering av mobile filmenheter i Nigeria.: 5

³¹⁵ Ibid: 5

³¹⁶ Ibid: 5

³¹⁷ Ibid: 6

formidling av filmpropaganda hadde appellert godt til befolkningen i Nigeria generelt.³¹⁸ Dette var basert på observerte reaksjoner på Health Propaganda Units arbeid med disse filmenhetene. Dette indikerer at filmpropaganda, når brukt riktig og basert på lokale forhold, var effektiv i Nigeria:

It has been noticed that Nigerians will travel considerable distances and even hire transport to see a public display of films from the mobile cinema and it has been observed that in towns which have been visited several times the crowds increase in numbers at each subsequent visit.³¹⁹

Videre beskrives det at erfaringene over disse to årene, og reaksjonene samlet inn fra publikum, ble brukt i produksjonen av nye filmer, for å produsere propaganda best mulig tilpasset til nigerianerne. Filmene ble blant annet knyttet tett opp mot hverdagslivet til befolkningen.³²⁰ I rapporten står det skrevet videre at lokalt produserte filmer som skulle resonere med befolkningen måtte lages med omhu, «... for Nigerians who are primitive people and whose strongest emotion is fear.». Filmene burde ha en kjent setting, foregå i et rolig tempo, inneholde menneskelige interesser, være tro til nigerianernes vaner og skikker, og formidle sanne fakta.³²¹ Dette indikerer et nedsettende syn på afrikanerne, og nigerianerne som folk. Britiske propagandister observerte det de oppfattet som et begrenset følelses- og forståelsesspekter å spille på. Dermed ble det naturlig å spille på sterke følelser, som frykt og tilknytning til hjemmet og det nære. Rapporten gir uttrykk for at propagandaen ikke måtte gjøres for komplisert, for å unngå å forvirre. Dette var kanskje begrunnet i holdningen til det nigerianske publikummet som begrenset i sin forståelsesevne: «A careful selection of film programmes is necessary to avoid confusing the minds of the people who find it difficult to take in more than one subject at a time.»³²². Rapporten preges slik av kolonialiserte holdninger og språk.

Filmpropaganda formidlet gjennom mobile filmenheter og kinobiler i Vest-Afrika forutsatte nødvendig opplæring av afrikansk personell, og vurderinger av effekten av ulike typer filmmateriale. I et brev til representanter fra The Ministry of Information, blant annet MoI Films Division, fra tidlig januar 1940, gir Mr. Sellers uttrykk for at filmpropagandaen i bruk i koloniene på denne tiden var å anse som provisorisk, og at nytt materiale måtte forberedes for å nå frem til publikum, og holde seg aktuell. Sellers skriver at filmer med en utpreget engelsk bakgrunn ikke nødvendigvis ville forstås eller resonere hos den afrikanske befolkningen, og at:

Film programmes for Africans should include locally produced films depicting scenes and people they can easily recognize and of subjects with which they are intimately concerned. The making of films of this nature should receive early consideration in order that they may be available for showing together with the specially prepared English films we are making here.³²³

Sellers skriver at det skulle etableres totalt fire kinobiler, og seks reisende projeksjonsenheter i Vest Afrika, totalt ti mobile filmenheter som skulle formidle filmpropaganda til befolkningen. Videre beskriver han behovet for opplært personell til å bemanne disse enhetene, og at de utplukkede skulle samles for opplæring i Lagos, noe

³¹⁸ Ibid: 8

³¹⁹ Ibid: 9

³²⁰ Ibid: 9

³²¹ Ibid: 13

³²² Ibid: 18

³²³ CO 323/1744/13. Use of mobile cinema units in West Africa (1940). Brev fra W. Sellers til Mr. Highet og Professor Harlow. 8. januar 1940.

han selv ønsket å være ansvarlig for.³²⁴ I et brev til N. Sabine i The Colonial Office gir Harlow fra MoI uttrykk for at han støtter opp under Sellers forslag, og at også Highet, fra MoI Films Division stilte seg positiv.³²⁵ I et annet brev til understatssekretæren i The Colonial Office gir D.G. Woodburn uttrykk for at også informasjonsministeren selv støttet Sellers forslag.³²⁶ Det var med andre ord bred konsensus blant de britiske propagandamyndighetene om behovet for skreddersydd propaganda for koloniene i Vest-Afrika, og opplæringen av kompetent personell til å formidle den. Mobile filmenheter ble ansett som verdifulle for britiske propagandister i Nigeria.

I et brev til Sabben-Clare i The Colonial Office ble det lagt ved et forslag fra Sellers, til den nødvendige kompetansen hos personellet som skulle læres opp til bruk av de mobile filmenheterne. Brevet beskriver de ønskelige personlige og tekniske kunnskapene hos operatørene, samt viktigheten av en kyndig og ledelsesorientert tolk, for å ta ansvar for resten av staben.³²⁷ Sellers besøk til Vest-Afrika ble gjennomført, og han beskriver erfaringene i en rapport. Besøket ble gjennomført fra slutten av mai 1940 til 14. august, og rapporten er trolig skrevet i andre halvdel av august. I rapporten gir Sellers uttrykk for at besøket hadde tre formål: han skulle gjennomføre opplæringen av personell for de mobile filmenheterne i Lagos; det skulle filmes materiale til passende propagandafilmer for de afrikanske propagandaenhetene; og det skulle vises filmdemonstrasjoner og innhentes informasjon om afrikanernes reaksjoner på to filmprogrammer. Han skriver at syv filmdemonstrasjoner ble holdt for ulike typer publikum, både analfabeter, lesekyndige, pedagoger fra grunnskolene (Scholars? Elever?) og studenter fra høyere utdanning og universiteter. Reaksjonene ble observert, og ifølge Sellers var det kun på detaljnivået at reaksjonene blant de forskjellige gruppene skilte seg fra hverandre. I rapporten fremkommer det at de forskjellige typene film ble mottatt ulikt. For eksempel ble handlekraftige krigsfilmer med bilder av stridsvogner og krigsskip tatt godt imot, og særlig filmer som viste britisk suksess «... illustrated a previously expressed opinion of the Information Officer that films showing success in any shape or form would be beneficial and popular.»³²⁸. Også humor viste seg å bli godt mottatt blant publikum, og The Man Hunt med Charlie Chaplin ble beskrevet som «... a success with all types of Africans the shouts and laughter from the audience almost deafening in the hall.»³²⁹. Filmen Children of the Empire mottok de dårligste reaksjonene, og Sellers beskriver at den ikke ble godt mottatt i måten den forsøkte å fremstille det britiske imperiets enhet:

Educated Africans expressed the view that African children should have been shown dressed in proper clothes. Indian children eating rice were thought to be gluttons. In a few cases a remark was passed that there must be nicer children in the Empire.³³⁰

God moral og seier, humor og framstillinger av det militære og militærteknologi, virker dermed ifølge rapporten til å ha fungert godt, og som noe det afrikanske publikum var mottakelige for. Det som ble opplevd som dårlige eller gale framstillinger av barna i imperiet, deriblant afrikanske barn, resulterte derimot i negative reaksjoner. Dette gir

³²⁴ Ibid

³²⁵ CO 323/1744/13. Use of mobile cinema units in West Africa (1940). Brev fra Professor Harlow til N. Sabine. 12. januar 1940.

³²⁶ CO 323/1744/13. Use of mobile cinema units in West Africa (1940). Brev fra D.G. Woodburn til understatssekretæren for The Colonial Office. 12. februar 1940.

³²⁷ CO 323/1744/13. Use of mobile cinema units in West Africa (1940). Brev fra Mr. Nicholson, Empire Division til Mr. Sabben-Clare, Colonial Office. 20. april 1940

³²⁸ CO 323/1744/13. Use of mobile cinema units in West Africa (1940). Report of visit of W. Sellers to West Africa (Nigeria and Sierra Leone) May 31st to August 14th, 1940.

³²⁹ Ibid

³³⁰ Ibid

uttrykk for at propagandaen i større grad måtte tilpasses lokale forhold for å resonnerer hos befolkningen i Nigeria, og i Vest-Afrika. Som nevnt i det foregående var den afrikanske stoltheten og uavhengighetsviljen fortsatt et anselig faktum, og det som ble oppfattet som en dårlig fremstilling av afrikanske barn samsvarte ikke med holdningene i befolkningen. De negative holdningene til bildene av indiske barn som spiste ris kan gi uttrykk for en opplevelse av urettferdighet, og misnøye med maktforholdene i det britiske imperiet. Rapporten indikerer allikevel at filmpropaganda med godt utvalgte temaer hadde potensialet til å engasjere og underholde afrikanerne, og kunne derfor også fungere som et effektivt middel for propagandaformidling.

5 Konklusjoner

5.1 Oppsummering

Målet for denne oppgaven har vært å undersøke den britiske propagandavirkningskraften under andre verdenskrig, med kolonipropagandaen i Nigeria som eksempel. For å besvare oppgaven har jeg valgt å begynne med en teoretisk forklaring av propagandabegrepet, samt en gjennomgang av utviklingen i britisk propaganda i mellomkrigstiden. Således utgjør kapittel 2 både en teoretisk innsnevring og en redegjørelse for den historiske konteksten som krigstidspropagandaen oppsto i. Jeg mener dette er viktig for å forstå vurderingene som ble gjort i britisk propagandavirkningskraft under andre verdenskrig, og som vi har sett i det foregående måtte propagandistene forholde seg til et sett med retningslinjer og moralske føringer. Dette var en direkte konsekvens av krigstidspropagandaen fra første verdenskrig, og utviklingen som hadde foregått i mellomkrigstiden, fram til krigsutbruddet i 1939. Med tanke på den teoretiske tilnærmingen til propaganda som fenomen og begrep, har jeg valgt å ta utgangspunkt i Smith³³¹, støttet opp av refleksjoner fra Ellul³³². I oppgaven har jeg dermed forklart propaganda som formidling av informasjon, med en tilsiktet hensikt om å manipulere offentlig opinion og holdninger. Videre kjennetegnes den av propagandistens bevisste intensjoner og formål, og preges av en institusjonell kvalitet. Videre har jeg i kapittel 3 redegjort for den britiske propagandavirkningskraften under andre verdenskrig, hvordan propaganda ble brukt og hva de britiske propagandamyndighetene ønsket å oppnå gjennom sitt arbeid. Jeg har blant annet trukket frem sensur og film som ulike aspekter av Storbritannias propagandarbeid. I kapittel 4 har propagandavirkningskraften i Nigeria blitt undersøkt. Her har jeg forsøkt å besvare hvordan britiske propagandister brukte propaganda i den vest-afrikanske kolonien, og hvilke reaksjoner de ønsket å fremprovosere. I tillegg har jeg redegjort for noen ulike former for propaganda i Nigeria, og særlig filmpropagandaen har blitt viet ekstra oppmerksomhet.

Som nevnt i kapittel 1 er det eksisterende litteraturgrunnlaget om britisk krigstidspropaganda svært begrenset. Utvalget blir desto mer snevert når vi beveger oss inn på virkningen i Nigeria. I utgangspunktet er det særlig Taylor³³³ som skriver om den britiske krigstidspropagandaen, og han setter den inn i en større historisk kontekst, med utviklingen til britisk propagandavirkningskraft gjennom 1900-tallet. Også Corse³³⁴ og Chapman³³⁵ skriver om britisk propaganda, men disse begrenser seg i større grad til forskjellige aspekter av propagandavirkningskraften, henholdsvis rollen til The British Council og filmpropaganda. Taylor tar derimot for seg britisk propagandavirkningskraft som helhet, og redegjør slik for en mer helhetlig historie. På bakgrunn av dette har jeg tatt utgangspunkt i Taylor, da han utgjør den mest dekkende og relevante sekundærlitteraturen for oppgavens forskningsfelt. Dette er nok særlig tydelig i kapittel 2, hvor propagandavirkningskraften stort sett forklares utifra Taylors perspektiv. Jeg har

³³¹ Smith 2021

³³² Ellul 1973

³³³ Taylor 1999

³³⁴ Corse 2013

³³⁵ Chapman 2000

trukket inn noen refleksjoner fra andre forfattere, og har diskutert den historien som Taylor presenterer. I utgangspunktet blir derfor kildegrunnlaget i kapittel 2 noe mer begrenset enn resten av oppgaven, men dette har også å gjøre med at mellomkrigstidens propagandavirksomhet ikke er oppgavens primære forskningsfelt. Kapitlet utgjør simpelthen en historisk bakgrunn, og skal bidra med noen eksterne perspektiver på krigstidspropagandaen. Også med tanke på det propagandaarbeidet som ble foretatt i Nigeria finnes det lite spesialisert forskning, men Clarke³³⁶ stikker seg ut med sin bok om britisk propaganda i Nigeria gjennom begge verdenskrigene. Propagandavirksomheten i Nigeria er en essensiell del av oppgavens problemstilling, og her har jeg trukket inn en mengde ulike primærkilder for å supplere, i tillegg til annen sekundærlitteratur. Redegjørelsen her blir derfor betraktelig mer differensiert, og dette er av interesse for å tilføye nye perspektiver og dermed besvare oppgavens problemstilling på en tilfredsstillende måte. Den eksisterende forskningslitteraturen har blitt benyttet som et skjelett for å etablere en generell forståelse for oppgavens tema, og har blitt supplert med primærkilder fra The National Archives i Kew, London. Mangelen på tidligere forskning på feltet gjør at disse primærkildene har vært av stor betydning for å besvare oppgaven. Det har også skapt utfordringer i arbeidet med å knytte all informasjonen sammen til et helhetlig bilde, men jeg håper at arbeidet har blitt gjennomført på en tilfredsstillende måte. Videre forskning på feltet vil være av interesse, da det er mange aspekter av britisk propaganda som kan undersøkes, og andre mottakerland som det er verdt å se nærmere på.

5.2 Den britiske krigstidspropagandaen

Den overordnede problemstillingen for denne oppgaven var som presentert i kapittel 1: *Hvordan anvendte Storbritannia propaganda generelt under andre verdenskrig, 1939-45, og spesielt i koloniene med Nigeria som eksempel.* For å besvare denne har jeg tatt utgangspunkt i fem forskjellige forskningsspørsmål:

Det første forskningsspørsmålet, *hva slags utvikling kan observeres i Storbritannias propagandavirksomhet i mellomkrigstiden, og hva hadde denne å si for anvendelsen av propaganda under andre verdenskrig*, har blitt undersøkt gjennom kapittel 2. Som vi har sett i det foregående utgjorde mellomkrigstiden en turbulent tid for de britiske propagandistene. Erfaringene fra første verdenskrig hadde skapt stor misnøye og mangel på tillit til propaganda i Storbritannia. Opplevelsen av propaganda som noe uærlig, manipulerende og u-britisk gjorde at det var stor motstand for en videreført bruk hos myndighetene. Særlig The Treasury, det britiske finansdepartementet, stilte seg kritiske til propaganda, og mente at det ikke ville være tilstrekkelig profitabelt sammenlignet med andre politiske aktiviteter. Allikevel kan det observeres en utvikling som la forholdene til rette for en gjenoppstått virksomhet. Dette hadde å gjøre med de teknologiske fremskrittene som ble gjort i for eksempel radio og film, og som førte til at det ble lettere å henvende seg til en befolkning, egen eller andres, med informasjon av ulik karakter. I tillegg gjorde de totalitære regimenes fremmarsj og Nazi-Tysklands aggresjon at krig på ny ble en sannsynlig realitet, hvor politikerne mente at propaganda ville bli et viktig virkemiddel. Propagandaarbeidet ble startet opp på ny, men med en rekke nye føringer om å være basert på fakta og politiske sannheter, for å unngå ny mistillit i befolkningen.

³³⁶ Clarke 1984

Kapittel 3 har tatt for seg det andre og tredje forskningsspørsmålet, *hvordan anvendte Storbritannia propaganda under andre verdenskrig, 1939-45, og hva ønsket britene å oppnå med sin propagandavirksomhet, særlig rettet mot allierte og potensielle allierte, under krigen?* De britiske myndighetene forsto at de måtte ta grep om egen representasjon, både utenfor og innenfor egne grenser. Dette gjorde de gjennom ulike propagandaorganisasjoner, som hadde ansvar for forskjellige typer propaganda. Det var særlig The Ministry of Information som fikk en overordnet rolle i produksjon og formidling av den politiske krigstidspropagandaen. Informasjonsministeren, Lord Macmillan redegjorde for hvilke retningslinjer denne skulle ha. Propagandaen skulle jamført med føringene herfra være positive og kreative, og være i stand til å inspirere propagandamottakeren til handling for den nasjonale kampsaken. I tillegg ble det understreket at målet for MoI og britisk propaganda var å nedkjempe Tyskland i krig, og propagandaen skulle fremheve hvorfor dette var nødvendig. Britisk propaganda skulle derfor fremstille hva britene kjempet mot, og hva de ønsket å bevare og skape. I arbeidet mot disse målene skulle de britiske propagandistene konsentrere seg om tre temaer: hva Storbritannia kjempet for, hvordan Storbritannia kjempet, og behovet for offer dersom krigen skulle vinnes.³³⁷ I tillegg til den politiske propagandaen som i stor grad ble administrert av The Ministry of Information, anvendte også britene kulturell propaganda. The British Council ble opprettet for å arbeide med nettopp denne, og beholdt et ansvar for kulturell propagandavirksomhet gjennom krigen. Gjennom den kulturelle propagandaen skulle det formidles et bilde av Storbritannia som hadde til hensikt å øke forståelsen for britisk kultur og levemåte. De teknologiske fremskrittene gjorde at både radio og film ble populære propagandamidler, og jeg har særlig trukket frem filmpropagandaens rolle og funksjon. Denne kom i ulike former, og særlig kommersielle spillefilmer, dokumentarer og nyhetsreportasjer sto sentralt. De ulike typene film hadde ulike styrker og svakheter, men alle oppfylte viktige funksjoner for de britiske propagandistene. I tillegg har sensur blitt trukket frem som et aspekt av britisk propagandavirksomhet, og denne blir særlig aktuell sett i sammenheng med Smiths forklaring av skjult og utilsørt propaganda.³³⁸

I kapittel 4 har jeg tatt for meg Nigeria som eksempel på den britiske krigstidspropagandaen, og her har det fjerde og femte forskningsspørsmålet blitt besvart: *Hvordan anvendte Storbritannia propaganda i Nigeria under andre verdenskrig? Hva slags reaksjoner og emosjoner ønsket britene å vekke hos den afrikanske befolkningen i Nigeria? Og hva slags propaganda ble anvendt for å sikre nigerianernes støtte i det som i utgangspunktet var en europeisk krig, og hva ønsket de britiske propagandistene å oppnå?* Ved siden av The Ministry of Information og The British Council hadde også The Colonial Office en fremtredende rolle i arbeidet med kolonipropagandaen, av åpenbare grunner. Også i Nigeria ble det brukt en rekke ulike former for propaganda, i form av aviser, pamfletter, radio og film. I sammenheng med kapittel 3 har jeg valgt å trekke frem filmpropagandaens rolle. Som nevnt i det foregående var denne særlig interessant, da den tillot de britiske propagandistene å nå ut til et stort publikum, uavhengig av lese- og skriveferdigheter. De mobile filmenehetene la til rette for å formidle film til mennesker som ikke nødvendigvis besøkte fysiske kinoer på jevnlig basis. De britiske propagandistene arbeidet med noen mål for øyet, blant annet redegjort for i et plandokument fra The Colonial Office. Her fremkommer det at det viktigste målet for krigstidspropaganda i Vest-Afrika var å sikre tilliten til Folkeforbundet og Storbritannias seier, og å sikre mest mulig støtte til krigen. I tillegg skulle

³³⁷ PREM 1/441. Principles Underlying British Wartime Propaganda. 22. desember 1939: 10

³³⁸ Smith 2021

propagandaen ivareta vest-afrikanernes lojalitet til det britiske imperiet.³³⁹ Disse målene fremstår som de viktigste for den umiddelbare propagandavirksomheten, og preget hvordan britiske propagandister arbeidet. I arbeidet med propaganda til støtte for Storbritannia ble det i stor grad vektlagt konsekvensene av en tysk seier. Den britiske propagandaen var tydelig på at Tyskland bare behøvde å nedkjempe Storbritannia for å underlegge seg Nigeria. Dermed ble det fremstilt som vitalt å støtte opp under det britiske krigsmaskineriet, for å unngå naziregimets jernhånd. Propagandaen forsøkte med andre ord å vekke tillit i den nigerianske befolkningen, i tillegg til en viss grad av stolthet over det afrikanske, samt det å være en del av det britiske imperiet. På samme tid spilte propagandaen på frykt for konsekvensene av en fascistisk seier. I tillegg er det verdt å merke seg at uavhengighetskamp forble en aktuell problematikk for mange mennesker i Nigeria gjennom krigen, til tross for at denne måtte vike i møte med den umiddelbare trusselen som Hitler og Nazi-Tyskland utgjorde.

Storbritannia kan dermed sies å ha anvendt propaganda som et middel for å fremme lojalitet, støtte og vilje til motstand under andre verdenskrig. De arbeidet for å vise at det var et behov for krig. De britiske myndighetene ønsket ikke bare å overbevise utenlandske aktører om sine holdninger, hensikter og verdier, dette var også sentrale temaer for propagandaen rettet mot eget imperium. Propaganda ble formidlet gjennom blant annet aviser, nyhetsreportasjer, radio, pamfletter, plakater, spillefilmer og dokumentarer. Propagandaen hadde størst effekt når den fungerte på tvers av mediene. På denne måten var det gjennom det helhetlige bildet at manipulasjonen av folkeopinionen hadde størst potensial.

5.3 Kolonipropagandaen i Nigeria som eksempel

Propagandavirksomheten i Nigeria er et særlig interessant eksempel, fordi landet var en viktig koloni for Storbritannia. Storbritannia mottok gjennom krigen massiv støtte fra kolonien, bestående av både mannskaper, materiell, økonomiske midler og andre ressurser. I tillegg hadde landet en geostrategisk verdi, og bidro med oppsetningsbaser til allierte soldater og forsyninger, som skulle videre til Midtøsten og Øst-Asia.³⁴⁰ Storbritannia var en fremtredende imperiemakt, og opererte i stor grad på nettopp dette premisset. Når andre verdenskrig sto for dør ble det viktig å sikre nødvendige ressurser for å holde ut gjennom det som kunne, og skulle bli, nok en lang krig. Det er interessant å observere at propagandaarbeidet i Nigeria i stor grad samsvarte med retningslinjene for den britiske propagandaen generelt. Dette indikerer at britiske myndigheter hadde tro på de føringene som hadde blitt satt, og på viktigheten av en koordinert virksomhet med tydelige mål. Samtidig var propagandaen i Nigeria i stor grad preget av anti-tysk propaganda, og dette ble brukt som en forklaring på hvorfor nigerianerne burde støtte Storbritannia i konflikten. Dette ble kanskje enda viktigere for de britiske propagandistene, nettopp for å oppmuntre til afrikansk støtte i det som i utgangspunktet var en europeisk krig. I tillegg måtte de britiske propagandaaktørene ta hensyn til den afrikanske uavhengighetskampen. Dette var en unik faktor å skulle ta stilling til, sammenlignet med propaganda rettet mot egen befolkning, nøytrale europeiske land

³³⁹ CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943). Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revise of Policy Plan. 1. oktober 1943.: 1

³⁴⁰ Clarke 1984: 19

eller fiendtlige aktører. Det var med andre ord en rekke hensyn som måtte vurderes i arbeidet med propaganda i Nigeria.

5.4 Sluttord: Propaganda som produkt av sin tid

Utviklingen som hadde foregått i britisk propagandaarbeid før krigen ble formet av erfaringene fra første verdenskrig. Den nye krigstidspropagandaen ble i sin tur formet av erfaringene fra mellomkrigstiden. Propaganda ble vurdert som noe som skulle brukes som en nødvendighet i krig, og fordi de teknologiske fremskrittene gjorde det særlig skadelig for britiske myndigheter å ignorere potensialet som lå i den. Den rådende holdningen hos britiske propagandister var at britisk propaganda skulle være mer ærlig og faktabasert, og mange tok avstand fra begrepet propaganda. Allikevel er det i ettertiden tydelig at dette var nettopp propagandister i arbeid, hvis funksjon var å manipulere folkeopinionen til fordel for Storbritannias interesser. Tanken om at Storbritannia ikke bedrev propaganda kan således henge sammen med de demokratiske idealene, og holdningen til Storbritannia som en motpol til Nazi-Tyskland totalitære regime. Slik sett var Storbritannias propaganda, og vurderingene som lå bak, tydelig preget av sin historiske kontekst. De var produkter av sin tid.

Referanser

Arkiv

BW 2/93. British cultural propaganda in West Africa (1941).

«Preliminary Notes on the Possibilities of Development of British Council Work in W. African Colonies». Mr. Dundas. 15. mai 1941.

«Libraries. Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone, and Gambia».

«Cultural Relations Between Britain and the African Dependencies».

«Memorandum on the activities of the British Council». Margaret Wrong. 23. juni 1941.

«An Interview With Sir Hanns Vischer». Mr. Dundas. 26. juni 1941.

Draft Despatch. «For British Council's concurrence». Juli 1941.

Brev fra I. C. Ward til B. Ifor Evans. 22. juli 1941.

«English in Nigeria». Notes.

BW 2/317. British Cultural Propaganda in West Africa (1941-1942).

Brev fra J.A. Gillan til P. Redmayne. 6. september 1941.

«Memorandum on the activities of the British Council». Margaret Wrong. 23. juni 1941.

Brev fra dr. Ida Ward til sir Angus Gillan. 29. oktober 1941.

«The training of the African for literacy and linguistic work».

Brev fra Margaret Read til sir Angus Gillan. 13. november 1941.

«West African Projects». Memorandum fra sir Angus Gillan. 19. mars 1942.

CO 323/1744/13. Use of mobile cinema units in West Africa (1940).

Brev fra W. Sellers til Mr. Highet og Professor Harlow. 8. januar 1940.

Brev fra Professor Harlow til N. Sabine. 12. januar 1940.

Brev fra D.G. Woodburn til understatssekretæren for The Colonial Office. 12. februar 1940.

Brev fra Mr. Nicholson, Empire Division til Mr. Sabben-Clare, Colonial Office. 20. april 1940.

Report of visit of W. Sellers to West Africa (Nigeria and Sierra Leone) May 31st to August 14th, 1940.

CO 859/7/7. Welfare propaganda: West Africa (1939-1940).

Brev til sir Bernard Bourdillon. 14. juli 1939.

Brev til Malcolm MacDonald fra B.H. Bourdillon. 22. september 1939.

Rapport om mulighetene for etablering av mobile filmenheter i Nigeria.

CO 875/9/7. West Africa: Plan (1942-1943).

Brev fra K.S. Robinson. 11. mars 1943.

Brev fra M. Curtis, MoI til sir George Gater, Colonial Office. 19. oktober 1943.

Plan of Propaganda for West Africa.

Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa. Revised Channels Paper. 4. Nigeria. 1. oktober 1943.

Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revision of Appreciation. 1. oktober 1943.

Overseas Planning Committee. Plan of Propaganda to British West Africa (Nigeria, Gold Coast, Sierra Leone & Gambia). First Revision of Policy Plan. 1. oktober 1943.

CO 875/10/4. Cinema propaganda: West Africa (1943).

Skriv til K.E. Robinson og Sabine fra W.S. Morgan. 24. juni 1943.

Skriv til Sabine fra K.S. Robinson. 28. juni 1943.

Telegram fra residentministeren i Achimota til statssekretæren for koloniene. 17. november 1943.

Utkast til telegram. 11. desember 1943.

Brev til H.V. Usill. 8. juni 1943.

Kopi av rapport. «The development of the Cinema in Nigeria.».

PREM 1/441. War 7a (Propaganda): Principles underlying British wartime propaganda (1940).

«Principles Underlying British Wartime Propaganda». 22. desember 1939.

Brev fra R.C.S. Stevenson til A.N. Rucker. 8. januar 1940.

Litteratur

Beevor, A. (2014). *The Second World War*. Orion Publishing.

Chapman, J. (2000). *The British at War: Cinema, State and Propaganda, 1939-1945*. I.B. Tauris Publishers.

Clarke, P.B. (1984). *West Africans at War, 1914-1918, 1939-1945: Colonial Propaganda and its Cultural Aftermath*. Ethnographica.

Cooper, F. (2002). *Africa since 1940. The past of the present*. Cambridge.

Corse, E. (2013). *A Battle for Neutral Europe: British Cultural Propaganda during the Second World War*. Bloomsbury.

Ellul, J. (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Vintage Books.

Jackson, A. (Red.), Khan, Y. (Red.) & Singh, G. (Red.). (2017). *An Imperial World at War: Aspects of the British Empire's war experience, 1939-1945*. Routledge.

Laumann, D. (2013). *Colonial Africa, 1884-1994*. Oxford University Press.

Palmer, R. R., Colton, J. & Kramer, L. (2014). *A History of Europe in the Modern World*. McGraw-Hill Education.

Reid, R. J. (2012). *A History of Modern Africa. 1800 to the Present (2. utg.)*. Wiley-Blackwell.

Shillington, K. (2012). *History of Africa (3. utg.)*. Palgrave Macmillan.

Smith, B. L. (2021, 24. januar). Propaganda. I *Encyclopedia Britannica*.
<https://www.britannica.com/topic/propaganda>

Taylor, P. M. (1981). 'If War Should Come': Preparing the Fifth Arm for Total War 1935-1939. *Journal of Contemporary History*, 16(1), 27-51.
<https://doi.org/10.1177/002200948101600103>

Taylor, P. M. (1999). *British Propaganda in the Twentieth Century. Selling Democracy*. Edinburgh University Press.

