



AUCH DU!

BE READY!

KRIEG &
PROPAGANDA
14
18

MK & G MUSEUM FÜR
KUNST UND GEWERBE
HAMBURG

Performance »Four Minute Men«
live im MKG: 6. 7. / 24. 8. / 14. 9. / 19. 10.
Deutsches Schauspielhaus Hamburg
Backstage mobil



Regie: Michael Müller, Marie Petzold
mit: Lisa Jessen-Asmussen, Marisa Becker,
Mark Plewe, Maurice Lenski

Als »menschliche Lautsprecher« im öffentlichen Raum treten 1917/18 in den USA täglich bis zu 75 000 sogenannte Four Minute Men auf. In über 800 000 Kurzvorträgen verbreiten die offiziellen staatlichen Propagandaredner die Ansichten der Regierung, werben für Kriegsanleihen und appellieren an den Patriotismus. Jeder konnte Four Minute Man werden, der die Regeln der Rede-kunst beherrschte:

- Wählen Sie einen guten, dem Publikum angemessenen Einstieg!
- Formulieren Sie kurze und klare Sätze! Ihre Rede darf nicht länger als 4 Minuten sein!
- Sprechen Sie möglichst frei, kraftvoll und präzise.
- Wiederholen Sie Ihre Kernbotschaft!
- Sprechen Sie ihr Publikum originell und persönlich an!
- Versuchen Sie zu unterhalten und trotzdem Fakten zu vermitteln!
- Setzen Sie auf Emotionen – von Euphorie bis Angst!
- Appellieren Sie an höhere Werte und Ideale!
- Legen Sie besonderes Augenmerk auf den Schluss – der letzte Eindruck zählt doppelt!

www . propaganda1418 . de

In 1917/18 as many as 75 000 so-called Four Minute Men appeared in public in the U.S. every day as »human loudspeakers«. In more than 800 000 brief speeches, the official state propaganda speakers spread government views, advertised for war bonds and made appeals to people's patriotism. Anyone who mastered the rules of rhetoric could become a Four Minute Man:

- Choose a good way of starting your speech in a manner appropriate for your audience!
- Form short and clear sentences!
Your speech must be no longer than 4 minutes!
- Speak as freely, forcefully and precisely as possible!
- Repeat your core message!
- Address your audience in an original and personal manner!
- Try to entertain your audience, while at the same time conveying facts!
- Rely on emotions – from euphoria to fear!
- Appeal to higher values and ideals!
- Pay special attention to your closing words – the last impression counts double!