

PROPAGANDOS VIRSMAI IR NEKINTAMUMAS: PRATARMĖ

Pastebima, kad šiuolaikinėje viešojoje erdvėje esantis propagandos fenomenas susaistytas įvairiais (dažniausia – neigiamais) stereotipais, o pats terminas „propaganda“ neretai vartojamas gana neatsakingai, šiai specifinei komunikacijos formai priskiriant bet kokią intensyvią viešosios informacijos sklaidą visuomenei, kartais apskritai painiojant propagandą su kitomis komunikacijos formomis. Propaganda dažnai laikoma melagingos informacijos sinonimu. Teigiama, kad viena ar kita visuomenę pasiekianti gausi ir vienakryptė informacija iš valdžios institucijų ar verslo korporacijų būtinai turi tikslą suklaidinti vartotoją, t. y. visa tokio pobūdžio informacija turi menkinamąją prasmę ir yra priskiriama propagandai. Tokius propagandos vertinimus neabejotinai suformavo neigiamos istorinės patirtys ir žmonių atmintyje gyvos totalitarinių režimų naudotos viešosios informacijos valdymo praktikos, pasireiškusios cenzūra, griežtai kontroliuojamos ideologinės informacijos sklaida ir jos inkorporacija į mokyklinius vadovėlius (pedagogika – efektyviausias propagandos įrankis), dirbtinių įvykių kūrimu ir pan. Būtent siekiant pakeisti šiuos stereotipinius propagandos vertinimus visuomenėje, reikalinga vieša diskusija, padedanti aiškiai atskirti įvairias viešosios komunikacijos formas nuo propagandos, o pačią propagandą suprasti ne tik kaip neigiamą, bet ir kaip pozityvų reiškinį visuomenėje (pvz., *socialinės propagandos* reiškinys), ir kartu gebėti kritiškai vertinti bei atsiriboti nuo diskursyvos hegemoninės informacijos.

Taip pat būtina pabrėžti, kad šiuolaikinė propaganda, susidurdama su naujausiomis technologinėmis, kultūrinėmis, socialinėmis ir ekonominėmis sąlygomis, neišvengiamai privalo prie jų prisitaikyti, todėl kinta savo turiniu ir forma. Šiandien propaganda efektyviai išnaudoja kitas komunikacijos formas kaip savo veiklos įrankį, dėl to gali būti painiojama su šiomis formomis. Propagandos turinys nebėra tik ideologinis, o pati propaganda nebėra vienakryptė nekvestionuojama informacija. Šiuolaikinės technologinės sąlygos sukuria galimybes visuomenei, atskiroms jos grupėms ar aktyviems piliečiams kaip lygiaverčiams nariams dalyvauti kuriant ir naudojant viešąją informaciją, o tai iššūkis propagandai, kuriai savarankiškas individas yra itin nepatogus. Šiuolaikinė propaganda keičiasi ir išnaudoja visas galimybes maskuoti savo diskursyvųjį veidą, tačiau jos esmė visada išlieka ta pati – kurti dominuojančioms struktūroms

palankią realybę, įtikinti ja visuomenę ir taip manipuliuoti žmonėmis. Iš to ir kyla propagandos virsmai ir nekintamumas.

Akademiniu požiūriu pasaulyje propagandos studijos XX a. pirmoje pusėje prasideda nuo J. Ellulo, E. Bernays ir kt. darbų, tačiau Lietuvoje propaganda dažniausia buvo pristatoma sovietmečio laikotarpio leidiniuose ir brošiūrose, kurie yra ne propagandos studijos, o praktiniai vadovai ar patarimų rinkiniai ideologinį darbą dirbusiems propagandistams. Objektivos tyriminės medžiagos šioje srityje šiandien ypač trūksta (nors esama ir reikšmingų darbų, daugiausia analizuojančių propagandą istoriniu aspektu ir tiriančių sovietinio laikotarpio viešosios informacijos srautus), o pirmosios propagandą kaip komunikacinį reiškinių tiriančios studijos (neminint atskirų mokslo straipsnių) tik pradeda pasirodyti. Devintajame Šiaulių universiteto Humanitarinio fakulteto žurnalo „*Interstudia humanitatis*“ numeryje tęsiama diskusija, kuri prasidėjo 2008 m. vėlyvą rudenį Šiaulių universiteto ir Šiaulių dailės galerijos surengtoje konferencijoje „Tarpdisciplininiai propagandos tyrimai“, kurioje siekta aptarti šiuolaikinės ir istorinės propagandos procesus tarpdisciplininiame kontekste. Žurnale įvairių mokslo sričių specialistai propagandą analizuoja istoriniu, filosofiniu, antropologiniu, viešųjų ryšių, politinės komunikacijos, pedagoginiu, lyčių studijų ir kt. požiūriais. Taip tikimasi bent iš dalies prisidėti prie visapusiško propagandos fenomeno tyrinėjimo.

Numerio sudarytojas *Modestas Grigaliūnas*