

FILOSOFINĖ PROPAGANDOS ANALIZĖ

Gintautas Mažeikis. *Propaganda ir simbolinis mąstymas*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, 2010. 480 p. ISBN 978-9955-12-575-4.

Gintauto Mažeikio monografija *Propaganda ir simbolinis mąstymas* pasirodė 2010 m., tad užuot išsyk ėmusi skaityti šią recenziją, dažna skaitytoja daugiau nei įtariai paklaus – o kodėl ji pasirodo tik dabar? Ar verta domėtis recenzija knygos, pasirodžiusios prieš ketvirtą metų, juolab kad per tą laiką jos autorius išleido dar du ne mažesnės apimties tomus – *Po pono ir tarno: lyderystės ir meistrystės dialektiką* (2012) ir *Įsikitinimus* (2013). (Prisipažinsiu, kad dabar, 2014 m. vidurvasarį, kai rašau šias eilutes, nesu tikras, kad iki recenzijai pasirodant Mažeikio monografijų sąrašas nepasipildys dar viena pozicija, šitaip nublokšdamas *Propagandą ir simbolinį mąstymą* dar giliau į istoriją.) Šitoks potencialios skaitytojos klausimas išties turi pagrindo, tad prieš žvilgtelint į smulkiu šriftu primargintus 480 monografijos puslapių derėtų pabandyti į jį atsakyti.

Modestas Grigaliūnas 2010-ųjų rudenį pristatydamas („Literatūroje ir mene“ 2010 m. spalio 29 d.) šią monografiją liudijo, jog Mažeikis apie savo knygą manė šitaip: „ši knyga greičiausiai nebus įdomi nei komunikacijos mokslininkams, nes jiems yra neaktualios filosofinės temos, nei filosofams, nes jiems neaktualios komunikacijos temos.“ Jei nenurašytume šios frazės paprasčiausiam autoriaus kontekstui, derėtų pripažinti, kad nuo 2010-ųjų situacija gerokai pakito ir tąsyk galbūt teisinga frazė šiandien apvirto aukštyn kojomis.

Per pastaruosius ketvirtą metų komunikacijos ir medijų tyrimų laukus Lietuvoje gerokai transformavosi, visų pirma, jis gerokai išsiplėtė kiekybiškai. Šalia stulbinančiu greičiu gausėjančių universitetinių komunikacijos studijų, daugėja ir mokslininkų, besidominčių medijomis ir komunikacija. Pastarieji, reikia pripažinti, dažnai susidomi komunikacijos problemomis ne iš meilės, bet iš išskaičiavimo. Kaip daugybė rusų kalbos mokytojų, ano tūkstantmečio pabaigoje susipratusių, kad jų paslaugų niekam nebereikia, kone per naktį virto anglistais, taip ir daugybė Lietuvos humanitarų, spaudžiami pakitusių rinkos poreikių, kaip galima skubiau persiorientavo į medijų ir komunikacijos mąstytojus bei tyrinėtojus. Kadangi virsmo greitis nebūtinai tiesiogiai proporcingas kokybei, žvelgdamas į vis naujus medijoms ir komunikacijai skirtus leidinius ir renginius šių eilučių autorius nepajėgia išsiveržti iš skepsio gniaužtų.

Gintautas Mažeikis šiame kontekste pasirodo ganėtinai išskirtinai. Mat jo tekstai, skirti masinės kultūros ir komunikacijos problemoms, pasirodė gerokai prieš „medijų bumą“ Lietuvos humanistikoje. Žinoma, tai savaimė negarantuoja šių tekstų kokybės, tačiau leidžia tikėtis kiek daugiau nei greitasis intelektualinis penas.

Antra vertus, šiandienis pasaulis yra gerokai palankesnis Mažeikio knygai nei 2010-aisiais. Realūs karo veiksmai ne taip

jau ir toli nuo pietrytinių Lietuvos sienų bei informacinis karas dažname TV ekrane kaip niekada aktualizavo svarstymus apie propagandą, jos prigimtį ir poveikį suvokėjui. Tad visai neprošal prisiminti, kad šioje srityje turime ne tik komunikacijos ir politikos mokslų atstovų, bet filosofų įdirbio.

Galiausiai, turinio požiūriu, monografijoje sutraukti ankstyvieji Mažeikio moksliniai interesai: nuo simbolinio mąstymo studijų (disertacija *Renesanso epochos simbolinis mąstymas*, 1996 ir monografija *Renesanso simbolinis mąstymas*, 1996) iki propagandos tyrimų (metodinė priemonė *Propaganda*, 2006). Formos požiūriu knyga taip pat įdomi – keletas ankstesnių veikalų (*Paraštės: minčių voratinkliai*, 1999 ir *Filosofinės antropologijos pragmatika ir analitika*, 2005) buvo veikiau straipsnių ir mokslinių esė rinktinės, o *Propagandoje ir simboliniame mąstyme* savajam mąstymo keliui autorius pabandė suteikti daugiau ar mažiau apibrėžtą pavidalą.

Monografijos tikslas – „filosofiškai analizuoti propagandos ir simbolinio mąstymo sąsajas, indoktrinuoto mąstymo raidą ir jo specifinį pasaulio supratimą“ (p. 8). Tačiau nedera manyti, kad monografijoje siekiama vien tik aprašyti propagandą, išanalizuoti jos prigimtį ir paskirtį bei atskleisti poveikio mechanizmus. Šalia deskriptyvių ne mažiau, o gal net labiau svarbūs emancipaciniai-preskriptyvūs tikslai – „ne tik aiškinti asmens, bendruomenių ir visuomenės galimybes pasipriešinti ideologinėms manipuliacijoms, doktrinieriškam įtikinėjimui, žmogaus mąstymą varžantiems diskursams, bet ir kalbėti apie įtikinėjimo demokratinę svarbą, apie technologiškai pagrįstą savų idėjų ir vizijų atstovavimą, apie įtikinėjimą, padedantį šiuolaikinei modernizacijai, apie propagandos neišvengiamumą laisvės siekiančioje visuomenėje“ (p. 8).

Knyga pradedama nuo propagandinio mąstymo ir jo formavimosi galimybių analizės. Propagandinio mąstymo fenomeną Mažeikis aiškina pasitelkdamas klaidingos sąmonės ir pakeistinio mąstymo koncepcijas, nemažai dėmesio skirdamas relevantiškai filosofinės antropologijos problematikai. Antrajame skyriuje propagandos subjektas analizuojamas per simbolinių mąstymo formų prizmę, demonstruojama, kaip simbolinės mąstymo formos kuria skirtingus simbolinius pasaulius, bandančius išsitemkti toje pačioje socialinėje tikrovėje. Vienas po kito aptariami autoriai, skyrę dėmesio kritinei filosofinei ir teorinei propagandos (ar neretai – masinės komunikacijos subjekto) analizei. Knygos vidurys, kiek netikėtai paliktas propagandos istorijos eskizams – keletui apybraižų, kuriose apmąstoma propagandos raida nuo katalikiškųjų kontrreformacinių institucijų iki Trečiojo reicho ir tarybinės propagandos, bylojusios tiek mažiems (Arkadijaus Gaidaro personažo Berniuko Kibaldžiuko lūpomis), tiek dideliems (tarybinio lietuvių kino vaizdais). Meno ir propagandos santykių tema plėtojama ir ketvirtajame skyriuje, skirtame literatūros vaidmeniui tarybinėje „sielų inžinerijoje“, taip pereinant į penktąjį skyrių, skirtą tiesiogiai socialinei inžinerijai. Galiausiai, paskutiniajame skyriuje „Propagandos kritika ir antipropaganda“ apibendrinamos ne tik pastarosios (beje, jau ir ankstesniuose skyriuose plačiai aptartos) temos, bet ir pateikiamos bent kelios propagandos tipologijos.

Savo knygoje Mažeikis jungia keletą teorinių perspektyvų. Vedamas marksistinio užmojo keisti pasaulį, užuot vien jį aiškinus, ir pasitelkdamas marksistinių conceptualinių aparatą Mažeikis imasi kritinei teorijai įprastos užduoties – aptažinti galios struktūrų poveikį ir paskatinti išsilaisvinimo praktikas, sykiu išsvengiant konkrečių emancipacinių receptų

primetimo. Norėdamas įsitraukti į partizaninę diversiją, aktyvistas privalo išmanyti, kaip veikia mechanizmai, kurių ardymo jis imsis. Norėdamas įsitraukti į intelektualinę-emanicipacinę subversiją, Mažeikis turi perprasti, kuriuo būdu propaganda veikia sąmonę. Skirtingai nei daugybė neomarksistinių / marksistinių teoretikų, nedrįstančių peržengti ar nutolti nuo klasikinių marksistinių klaidingos sąmonės ir hegemonijos koncepcijų (taip, kaip jas formulavo Friedrichas Engelsas ir Antonio Gramsci), Mažeikis propagandos poveikio analizės imasi pasitelkdamas neokantiškas simbolinio mąstymo formas. Galiausiai, vėlgi skirtingai nei didžiumai marksistų, Mažeikiui rūpi, o kas gi nutiktų, jei emancipacinis projektas visgi susilauktų sėkmės. Taip į emancipacinį projektą jis atneša demokratinio dalyvavimo, aiškiai komunikuojamų poleminių pozicijų ir propagandos svarbos laisvai visuomenei idėjas, itin svarbias amerikietiškojo pragmatizmo masinės komunikacijos teorijoms, savotiškai sulaikančias ar bent perserginčias nuo beato-dairiškos emancipacinės subversijos.

Šių trijų teorinių prieigų, ypač dviejų pirmųjų – marksistinės propagandos kritikos ir neokantiškos simbolinių mąstymo formų analizės, – sujungimas ir tuo paremta moderniosios komunikacijos fenomenų analizė neabejotinai yra originaliausia ir labiausiai intriguojanti monografijos dalis. Tačiau ištis įtikinamai pademonstruoti fundamentalių ryši tarp propagandos ir simbolinio mąstymo įmanoma tik tuomet, kai aiški pamatinių sąvokų triada: propaganda – klaidinga sąmonė – simbolinis mąstymas.

Propaganda, pasak Mažeikio yra „viešas, instituciškai reglamentuotas, tinklinis, pasikartojantis masių ar socialinių grupių įtikinėjimas“ (p. 19), „sieikiantis tikslingai veikti socialinius santykius ir socialines ta-

patybes“ (p. 344). Šios naujosios tapatybės remiasi, visų pirma, specifine mąstymo forma, kurios pirminę koncepciją Mažeikis skolinasi iš marksistų ir vadina melaginga sąmonė. Tiesa, jis pripažįsta, kad toks pavadinimas nedaug ką paaiškina apie pačią aptariamąją sąmoningumo formą, mat „nėra galimybės nurodyti klaidos kai kuriuose socializmo, liberalizmo, konservatizmo, komunitarizmo teiginiuose. Todėl vietoj melagingos sąmonės naudojamosi arba klaidingos sąmonės sąvoka, siekiant pabrėžti klaidingumo euristinę reikšmę, arba pakeistinio mąstymo samprata, kai norima parodyti manipuliaciją, indoktrinaciją“ (p. 10–11). Tačiau toks terminologinis žingsnis taip pat nedaug tepaaiškina šios sąmonės prigimtį. Tad pripažindamas, kad „pakeistinis mąstymas nurodo, kad asmeninė kritinė patirtis buvo pakeista ideologiniais ar religiniais teiginiais“ (p. 11), Mažeikis ieško įrankių, leidžiančių išsamiau aprašyti tokio mąstymo formavimąsi, egzistavimą ir raidą, ir randa juos neokantiškoje Ernsto Cassirerio simbolinių mąstymo formų koncepcijoje.

Simbolis, pasak Mažeikio, – „tam tikras kompleksinis, ženklinis, mūsų pasaulio patirtį veikiantis, įvykis. <...> Jis yra pasaulio, kuriame mes dalyvaujame, įvykis. T. y. jis yra tam tikrų mentalinių ir fizinių procesų sampuolis: daikto ženklo, vaizduotės ir supratimo laikinė ir erdvinė sąveika“ (p. 98). Propaganda kuria pirmiausia šitaip suprantamą simbolinę plotmę, ir bent jau kai kurios (jei ne visos) iš Cassirerio aptartųjų simbolinių mąstymo formų – maginės, mitinės, religinės, meninės, kalbinės mokslinės – turi itin stiprų propagandinį dėmenį.

Tačiau jei Mažeikio samprotavimai apie klaidingos / melagingos sąmonės ir pakeistinio mąstymo ryši su simbolinėmis formomis nekelia daug klausimų, pačios propagandos samprata žadina abejones ar net polemiką.

Visų pirma dėl chronologijos: ar propaganda išties laikytina tokiu ankstyvu reiškiniu (atsiradusiu XVI a.), kaip tvirtina monografijos autorius? Mažeikis teigia laikęsis neoformalizmo nuostatų, o „neoformalizmas teigia, kad tik su išlygomis galima kalbėti apie racionalią reiškinių raidą anksčiau, nei atsirado apie jį refleksija, kuri kartais yra susijusi su to paties pavadinimo kilme. Vis dėlto neoformalizmas, skirtingai nei griežtas formalizmas, sutinka su teiginiu, kad kai kurie racionalumo procesai ir juos įgalinantys instituciniai-tinkliniai veiksmai galėjo prasidėti ir iki atsirandant vardui, pavyzdžiui, propaganda“ (p. 6–7). Tačiau net jei kontreformacinę propagandą laikysime tam tikra proto-propaganda, vis vien nelieka aišku, kuo ji skirtąsi nuo, pavyzdžiui, Brunono misijos baltų kraštuose, juk ir pastaroji, kaip ir daugelis kitų viduramžių krikščioniškųjų misijų, turėjo gana stiprų institucinį pagrindą, o jos pasekmės buvo numatoma institucionalizuoti ir palaikyti tiek realiomis, tiek simbolinėmis priemonėmis. Jei tarsime, kad skirtumas tarp šių dviejų institucionalizuoto įtikinėjimo atvejų esąs vien chronologinis, propagandos fenomenas iš dalies praranda savo specifiką – ar tikrai ja laikytinas bet koks institucinis įtikinėjimas?

Antra vertus, pats monografijos autorius pripažįsta, jog XX amžiaus propagandos iššakomis daugelio autorių „dažniausiai laikomas Anglų-būrų bei I pasaulinis karai. Jų metu susiformavo šiuolaikinių tinklinių propagandos institucijų poreikis, informacinių globalinių karų suvokimas, paplito naujos technologijos (plakatas, fotografija, telegrafas, paštas, radijas)“ (p. 15). Tačiau toks propagandos kilmės datavimas tarsi numato ir tam tikrą reiškinių radimosi terpę bei specifiką, anaipso nebūdingą ankstyvesnėms socialumo ir komunikacijos formoms.

Greta chronologinių propagandos ribų kelia klausimų ir dalykinė propagandos de-

markacija. O kas *nėra* propaganda? Taikant šį terminą institucionalizuotam įtikinėjimui apskritai, sunku ją atskirti nuo giminingų sričių – reklamos, viešųjų ryšių, rinkodaros ar, kaip minėta, religinio pamokslavimo ir prozelitinių misijų. Juk jei propaganda yra viskas, tai, anot paplitusio posakio, ji yra niekas.

Pagrindinis propagandos tikslas esąs „kurti autonominius, tačiau valdomus arba pagal tam tikrą indoktrinuotą schemą save valdančius ideologijos subjektus“ (p. 19), tačiau čia pat priduriama, kad propaganda dažniau kelia sau kuklesnius uždavinius – formuoti vieną ar kitą nuomonę, kuri yra svarbi priimant propagandos užsakovui reikšmingus sprendimus (p. 19). Šitokiu atveju tektų dėti lygybės ženklą tarp propagandos ir reklamos, juolab kad bandymai jiedvi skirti pagal skirtingus – politinius ir komercinius – tikslus monografijoje kritikuojami (p. 338). Panašus keblumas ir su viešaisiais ryšiais: šios srities pionierius Edwardas Bernays jų neskyręs ir už tai nėra kritikuojamas (p. 217–226), tačiau pats Mažeikis lyg ir linksta viešuosius ryšius sieti su institucijomis, o propagandą – su ideologijomis (p. 350). Dar daugiau demarkacijos neaiškumo kelia pozityvioji propagandos samprata ir jos sąsajos su civilizuojančiais procesais, kuriuose propaganda pasirodo kaip svarbus inkultūracijos bei socializacijos aspektas (p. 60–61, 65).

Taigi, atidesnei skaitytojai galėtų kilti klausimas, kylantis ir šių eilučių autoriui: ar propagandos fenomenui apibrėžti nebūtų buvę parankiau atkreipti dėmesį į monografijoje minimus, tačiau menkiau išplėtotus moderniosios žmogaus būklės aspektus – individualizaciją, suprantamą iš daugybės filosofinės antropologijos perspektyvų (p. 52, 68), bei masę kaip moderniosios socialinės tikrovės fenomeną (p. 26), arba habermasiškai tariant – į viešybės formavimąsi ir transformaciją ir dėl šių aspektų kintančias komunikacijos sąlygas?

Propaganda nėra vienintelė keblumų kelianti sąvoka. Nelabai aišku, ką reiškia ir *propagandos subjektas*. Vienur jis apibūdinamas kaip propagandos skleidėjas (p. 115), kitur – kaip priėmėjas, tai propagandai paklūstantis (p. 137). Kiek neįprastai vartojamas ir *socialinis konstruktyvizmas*. Ne visuomet detalizuojama, šis terminas pasitelkiamas mąstymui ar tikrovei aprašyti. Dažna skaitytoja, mananti, kad socialinis konstruktyvizmas yra teorinė prieiga, teigianti, jog socialinė tikrovė neegzistuoja kaip nuo mąstymo nepriklausomi gamtos objektai, bet yra konstruojama individų komunikacinėmis sąveikomis, kiek nustebins perskaičiusi, jog aktyviausi socialinio konstruktyvizmo puoselėtojai buvo Stalino teroro vykdytojai (p. 70). Šiek tiek stebina ir *kūrybinių / kultūrinių industrijų* vartojimas kartu, atskiriant šiedvi sąvokas vien tik pasviru brūkšniu (taip yra geroje pusėje knygos), tarsi jos iš esmės nesiskirtų (nors p. 341 kultūrinės industrijos siejamos su viešąja politika, o kūrybinės industrijos – su meno ir verslo sąveikomis).

Kiek liūdina tai, kad Mažeikiui, siekiančiam tarsi iš paukščio skrydžio aprėpti visą platų propagandos apmąstymų lauką bei atnešti į jį naujų įdomių idėjų, pristigo dėmesio detalėms, kuriose, kaip žinoma, mėgsta slėptis velnias. Štai filosofė Chantal Mouffe virsta Ch. Mouffe'ų (p. 129; 353; 434), antropologė Mary Douglas – M. Douglasu (p. 170), o režisierė Leni Riefenstahl – L. Riefenstahlui (p. 170). Ne ką geriau sekasi ir institucijoms: Unitų Bažnyčia tampa Juniatų Bažnyčia

(p. 203), JTO – SNO (p. 358), Abiejų Tautų Respublika – Dviejų Respublikų Sąjunga (p. 382). Galbūt su tam tikromis (kartais net labai didelėmis) išlygomis ar perkeltine prasme ir galima pasakyti, kad K. Popperis, U. Eco, M. Foucault bendradarbiavo su Frankfurto socialinių tyrimų institutu (p. 9), tačiau kažin ar M. Walzerį derėtų vadinti Frankfurto mokyklos atstovu (p. 121, 164). Juo labiau trikdė, kai neokantininkais vadinami Vilhelmas von Humboldtas (p. 88, 99) ar Johannas Gottfriedas Herderis (p. 88, 99), miręs pora mėnesių anksčiau už patį Kantą. Galbūt velnias nematė tų detalių, bet norėtuši, kad tokio stoto lietuviško filosofinio lauko figūros jų praleistų kuo mažiau, juolab tokiose knygoose kaip ši, kurias būtų galima pavadinti jei ne programinėmis, tai bent jau įvadinėmis jų mąstymui pažinti.

Vis dėlto parafrazuodamas pradžioje cituotą autoriaus ištermę manau, kad ši knyga turėtų būti įdomi daug kam: tiek komunikacijos mokslininkams, kuriems visai neprošal būtų įtraukti į teorinę apyvartą naujų koncepcijų, tiek filosofams, besiginantiems nuo priekaištų, kad jų mąstymas pernelyg nutolęs nuo kasdienio pasaulio. Ir dar visiems tiems, kas nėra abejingas šiandieniam propagandos problematikos reaktualizavimui. Bet labiausiai – galbūt tiems, kuriuos domina filosofinis padauža Gintautas Mažeikis, net jei su juo norisi nesutikti ir ginčytis. Nes pasak jo paties, „intelektualus padauža daugina chaosą, tačiau ne marinantį, o gimdantį, tą, iš kurio visa kas kilo“ (knygoje *Paraštės: minčių voratinkliai*, p. 14).

Kęstas Kirtiklis
Vilniaus universitetas