

СЛОБОДА И МОЋ У ВРТЛОГУ ДЕМОКРАТСКЕ И ТОТАЛИТАРНЕ ПРОПАГАНДЕ

Сажетак: У овом раду аутор настоји да анализира ефикасност пропаганде у различитим политичким системима уз помоћ Фукоове теорије моћи, која се заснива на тези да се без одређеног степена слободе, моћ не може спроводити. Поред се, америчко либерално демократска пропаганда и нацистичка пропаганда за време Другог светског рата, на основу чега се добија увид, зашто је „амерички сан” успео да успостави своју доминацију у свету, а нацистички Weltanschauung (поглед на свет) није. Анализом ова два облика пропаганде настоји се показати да је пропаганда у демократским друштвима ефективнија од оне у тоталитарним друштвима на основу, доступности слободног деловања и моћи која прикривено делује.

Кључне речи: моћ, политичке идеологије, пропаганда, сила, слобода

Моћ представља једно прикривено друштвено дејство које се разликује од примене силе иза чијег друштвеног деловања остају отисци хаоса, рушевина и крви. Моћ своје је деловање, иако све прожимајуће, успоставља више спиритуално, унутар процеса друштвене динамике. Таквим деловањем друштвени односи бивају креирани различитим облицима моћи. Категорија анализе постаје и моћ деловања, која у различитим идеолошким оквирима може представљати израз слободе или присиле. Не постоји област друштвене стварности у коме не делује неки облик моћи. У оквиру друштва моћ садржи једну битну, готово универзалну особину, а то је тајновитост. Таква моћ остаје скривена, како би била делотворнија. Она се открива у судару са другом моћи или у ситуацији апсолутне доминације и превласти у односу на друге. Том доминацијом моћи, намеће се један поглед на свет у друштву који на свој начин симболички креира стварност и успоставља доминантан начин говора (Николић, 2005). Говор о утицају моћи, о моћи у виду дијалектике господара и роба, о мрежама моћи, провлачи се кроз анализу многих филозофа, теолога и друштвених теоретичара. Да би тек у модерној епоси почело конкретно проучавање

* nema167@yahoo.com

моћи и настојање да се тај термин раздвоји од термина утицај, ауторитет и власт.

Први модерни филозоф моћи јесте Томас Хобс (Thomas Hobbes). У његовој филозофији први пут централна тема постаје појам моћи. Он поставља моћ као човекову најдубљу природу, а стицање моћи за његов најдубљи животни нагон. Како сматра Хобс, човеков основни нагон јесте за преживљавањем, односно за самоодржањем, што у супштини не представља ништа друго него тежњу за моћи (Хобс, 1961). Зато Хобс успоставља концепцију конституисања друштвене, односно политичке моћи у виду државе¹, а у лику Левијантана (смртног Бога) као услова за успостављање и опстанак друштва, односно преживљавања људи. Николо Макијавели (Niccolò Machiavelli) представља претечу Хобсу у проучавању појма моћи, али он због недефинисања тачне разлике између моћи, силе и владавине, није успео да оформи своју филозофију моћи. У својој књизи *Владалац*, он увиђа важност политике, развијајући политичку вештину и уметност доласка и очувања власти. Уводи важан појам страха као основе власти (Павловић, 2006). Макс Вебер (Max Weber) успоставља нову традицију реализма у анализи моћи. Он моћ одређује као имплементацију воље у односу на понашање другог. Прави основну поделу појмова на *Herrschaft*, који се може превести као власт, владавина, господарање или сувереност и на *Macht*, који се преводи као моћ (Ђурковић, 2009). Одређењем моћи као спровођење сопствене воље упркос отпору и постављање државе као јединог легитимног монополисту физичке принуде за одржавање поретка, Вебер показује да однос моћи треба увек у извесном смислу да буде слободан, добровољно признат, односно легитиман (Вебер, 1976). Карл Маркс (Karl Marx) јавља се као критички теоретичар моћи у капитализму који скреће пажњу са класичне институционалне моћи на друштвену моћ. Деветнаести век због својих драматичних технолошких, индустријских, демографских и културолошких промена отвара проучавање процеса економске моћи, не само политичке. Маркс се бавио проучавањем борбе између класа за освајање и контролу економске моћи, као средства за повећање моћи одлучивања у друштву (Ђурковић, 2009). Талкот Парсонс (Talcott Parsons) сматра да је моћ уопштена способност да се обезбеди спровођење легитимизованих важећих обавеза у систему колективне организације, где се у случају непослушности одобрава ауторитативна одлука, како би се омогућило остварење колективних циљева. Он концептуализује своје схватање моћи око колективних циљева у друштву и друштвене интеграције која се заснива на сагласности (Павловић, 2008). Значајан теоретичар моћи био је и Мишел Фуко (Michel Foucault), чије схватање слободе и моћи, може допринети бољем разумевању ових појмова у оквиру различитих политичких система.

Политичке идеологије са својим различитим вредносним системима боре се за превласт и утицај на друштво. Из те борбе као победници излазиле су и

¹ „Највећа од људских моћи је она што је састављена од моћи највећег броја људи, удружених по споразуму у једну личност, природну или грађанску, која користи све њихове моћи што од њене воље зависе, као што је моћ државе” (Хобс, 1961: 100).

тоталитарне идеологије, које су показале да свака пора друштва може представљати подручје деловања различитих димензија моћи (Ђурковић, 2009). Важност успостављања превласти једне идеологије јесте и могућност њене одрживости. Тај аспект одрживости јесте оно што фали тоталитарним идеологијама, које одстрањују слободу и своју одрживост заснивају на тоталитарним институцијама које производе страх. Такав систем својим репресивним мерама настоји да радикално поцепта свакодневницу како би себе очувао и то може само гушењем слободе, убијањем критичке мисли и применом чисте силе. Слобода се у потпуности занемарује и све се своди на принцип, фукоовски речено, надзирања и кажњавања неподобних. Политичке идеологије настоје да успоставе своју истину кроз пропаганду, као један вид социјалне контроле који јесте мање видљив, али не и мање моћан. Модерна политичка пропаганда свој развој бележи освајањем средстава за масовно информисање, успостављањем монопола и контроле над информацијама. „У друштву у коме постоји монопол на важне информације (идеје), не постоји могућности да се мисли у алтернативама” (Шушњић, 2011: 50). Монопол над информацијама омогућава манипулацију истим, показујући да онај ко поседује право на информацију и њено коришћење у ствари у рукама има снажан извор друштвене моћи. Одрживост политичких система се заснива на што ефективнијој пропаганди, чија ефективност зависи од степена слободе у друштву што вођени Фукоовом теоријом моћи, у чијој основи лежи да без извесног степена слободе сама моћ се не може спроводити, треба и да покажемо.

Фукоове игре моћи

Фуко одбацује класична схватања моћи која на овај феномен гледају као на нешто што се поседује. Он настоји да превазиђе проблеме са којима се традиционална политичка теорија бавила, а то је суверена моћ. Њега интересују односи потчињавања. Односи моћи су сложени феномени који се не покорављају хегелијанском облику дијалектике (Фуко, 2012). Моћ је увек однос, она није нешто глобално што је концентрисано на једном месту, већ је моћ у чину, у односу деловања једне групе или човека над другом групом или човеком (Миленковић, 2006). Моћ се не остварује као својина, већ као стратегија, учинак доминације долази на основу механизма и техника моћи, а не на основу повластица (Фуко, 1997). Она није стечена повластица власти, већ укупни резултат владајућих стратешких положаја. Друштво не представља унитарно тело једне власти већ координацију и хијерархију разних власти које имају одређену специфичност. Друштво се ту поставља као архипелаг власти и моћи (Фуко, 1995).

Фукоов теоријски приступ моћи, означен као микрофизика моћи, анализира механизме владања, у односу између појединаца, друштвених група и институција. Новим техникама владања остварују се односи доминације који производе поданике и делују као једна игра са самом слободом. Власт настоји да гуши слободу како би грађани постали објекти моћи, јер ако постану субје-

кти ствара се могућност освајања слободе. Сфера односа слободе и моћи јесте важан део Фукоове игре моћи. Појам слободе још од Русоа (Rousseau) заснива се на чињеници да је она независна од моћи. Поставља се питање: Да ли је то тако? Да ли се слобода може конкретно одвојити од моћи, или оно што називамо слободом неминовно зависи од позиције у мрежи моћи?

Либерално демократски поредак морализовао је циркулацију моћи у друштву, регулисао испољавање моћи институционализацијом, уставно утврдио слободу и поделио власт, стварајући услове за константно „ослобађање” слободе у мрежама моћи. Када говоримо о моћи, увек говоримо и о слободи. Однос господара и роба, сужња и поданика није однос моћи, већ физички однос присиле (Миленковић, 2006). Слобода и моћ су увек у узајамном односу насупрот физичкој присили, која када се оголи постаје насиље. Зато можемо рећи да без слободе нема ни моћи. Укидањем ропског односа, односа физичке присиле, долази до чина ослобођења, чиме се стварају услови за однос, за узајамност, за игру моћи. У играма моћи основу је имати признатог субјекта, јер без њега моћ се своди на пуко насиље.

Фуков концепт развија моћ која се не присваја, него се практикује². Слобода и моћ нису опозиције него представљају начин да се делује другачије. Дисциплиновање слободе и увођење хијерархизованог надзора у односе моћи јесте начин креирања идеје власти као нечег природног. Најчвршће империје свој темељ моћи заснивају кроз идеје владања које налазе место у меким можданим влакнима својих потчињених, никако у примени силе (Фуко, 1997). Зато је потреба за ослобађањем једна неминовност саме игре моћи.

Фуко трагом Вебера одређује власт као саморефлексиивну моћ која је свесна себе као моћи и у складу са тим улази у односе са другим властима. Она је увек легитимна, јер почива на механизму самооправдања и ако се не заснива на легитимности, онда она није власт. Важан појам у проучавању односа моћи јесте појам репресије, који се мора дистанцирати од функције моћи. Јер ако би моћ функционисала само кроз репресију, односно цензуру, искључење, блокирање, потискивање, на начин једног великог супер-ега, кад би се спроводила само на негативан начин, била би веома крхка. Моћ постаје снажна кад се производи на нивоу жеље (Фуко, 2012). Тај аспект производње моћи на нивоу жеље, уклопљен у канале пропаганде, јесте основна стратегија власти у односима потчињавања. Пропаганда схваћена као специфичан вид међуљудског општења, као посебна моћ чија основна сврха деловања јесте да подстакне појединца или друштвени групу да се у конкретној ситуацији понашају на начин који иде у прилог ономе ко реализује пропаганду активност, јесте најбољи начин за успостављање доминације у односима моћи. Власт кроз пропаганду почиње да производи истину. Посебни механизми организују однос вла-

² „Моћ се, мора анализирати као нешто што кружи, или, боље речено, као нешто што функционише само као ланац; никада није локализована ту или тамо, никада није у рукама неких, никада се не присваја као богатство или неко добро. Моћ функционише, моћ се спроводи као мрежа и у тој мрежи не само да појединци круже, већ су увек у положају да трпе, али и да спроводе ту моћ; никада нису инертна или сагласна мета моћи, већ су увек њени преносиоци. Другачије речено, моћ пролази кроз појединце, не примењује се на њих” (Фуко, 2012: 102-103).

сти, права и истине. Долази до институционализације потраге за истином, где да би могли да функционишемо у друштву, дужни смо да признамо или да пронађемо истину која је произведена од стране власти. У односима моћи та истина или даје снагу или уноси поремећај (Фуко, 1998). Приликом стварања континуитета институционализоване истини важну функцију има историја као „дискурс власти, дискурс обавеза којима власт потчињава; то је такође и дискурс сјаја којим власт опсењује, плаши и умирује” (Фуко, 1998: 87).

Пропаганда која кроз своје канале може да представља снажан извор друштвене моћи, своју успешност заснива на количини слободе у друштву. Јер што је друштво слободније, то пропаганда мора да буде невидљивија, а самим тим и успешнија. Зато је веома битан политички систем у формирању односа моћи, јер онај политички систем који омогућава практиковање слободе неће имати потребу да репресивним мерама гуши слободу, већ ће кроз пропаганду у односима слободе и моћи себи омогућити опстанак.

У наставку ћемо се бавити паралелно односом између нацистичке тоталитарне пропаганде и америчке тоталне пропаганде за време Другог светског рата, у циљу објашњења зашто је „амерички сан” на основу своје заводљиве пропаганде и већег степена слободе успео да успостави своју доминацију у свету, а нацистички *Weltanschauung* (поглед на свет), који се заснивао првенствено на репресивним мерама и директној тврдој пропаганди, није.

Америчко либерално демократска пропаганда: Слобода као механизам пропаганде

Значајна разлика између либерално демократских и тоталитарних режима јесте у самом коришћењу речи пропаганда. Појам пропаганда за демократске системе има изузетно негативну конотацију, јер се директно повезује са значењима индоктринације, лажи, обмане или преваре. Зато се поставља дискурс у коме, сама реч пропаганда постаје замењена речима попут политичка персуазија, публицитет, политички маркетинг и односи са јавношћу, чији је основни карактер информисање и едукација. Концепција демократије у америчком друштву схватана је као средство јавности, у коме јавно мњење може смислено да учествује у решавању властитих послова, а да институције информисања морају бити слободне и отворене. Та концепција бива замењена државном контролом кроз различите технике пропаганде. Догматизам демократије се одржава пропагандним активностима, док отворена примена силе се везује за тоталитарну државу (Чомски, 2009).

Технике производње притиска су се усавршиле у САД-у. Успостављен је службени дискурс који у основи трага за најефикаснијим видом контроле над информацијама, којима се обликује јавно мњење. Та контрола представља један државни и приватни комплекс моћи, заснован на консензусу елита. Структуралну основу комплекса моћи чине медији, чији је основни циљ индоктринација (Чомски, 2004). У америчкој јавности за време Другог светског рата,

пропаганда је повезивана са немачким начином убеђивања, симболиком обмане и корупцијом. Иако је пропаганда као реч одбацивана, то не значи да САД, нису вршиле пропагандне активности. Влада САД-а, на челу са Рузвелтом (Roosevelt), основала је неколико пропагандних агенција у циљу убеђивања америчке јавности да је рат неопходан, како би се одбраниле демократске слободе. Канцеларија за ратно информисање (Office of War information - OWI) и Канцеларија стратешких служби (Office of Strategic Services - OSS), спроводиле су пропаганду у иностранству ширећи амерички поглед на свет (Јазић, 2010). После Перл Харбора пропагандне агенције добиле су потребан спектакл којим су могле да радикализују своје акције. Историјски тренутак постаје дискурс власти и доминација у односима моћи, може да почне. Долази до оснивања радио станица, до тада најзначајнијег медија пропаганде. Водећа радио станица била је Глас Америке (Voice of America - VOA), чији је програм деловања одређивала Канцеларија за ратно информисање. Глас Америке емитовао је свој програм широм света на четрдесет различитих језика, ширећи пропаганду САД-а (Јазић, 2010).

Филмска индустрија се такође придружила ратним напорима Сједињених Америчких Држава, поставши важан део ратне пропаганде. Холивуд је почео да производи филмове са изразито антинацистичком тематиком. Значај укључивања Холивуда у америчку пропаганду активност, може се видети кроз степен американизације светских биоскопа, где је до 1939. године 40% свих светских биоскопа било у власништву САД-а. Током рата више од 80 милиона Американаца ишло је у биоскоп сваке недеље, док на светском плану та бројка прелазила је стотине милиона (Taylor, 2003: 227). Америчка пропаганда пронашла је своју формулу за универзалност. Снимљен је велики број пропагандних филмова, међу којима су најзначајнији *Казабланка* (1942), као симбол отпора Европе нацистичким снагама и *Велики диктатор* (1940), сатирично ремек дело које је исмевајући Хитлера, величало демократске вредности САД-а и савезника. Канцеларија за ратно информисање 1942. године шаље упуство Холивуду³, са тематиком од националног значаја (Taylor, 2003: 230). Теме које су морале да буду филмски обрађене, биле су оне од патриотског садржаја са јасним објашњењем ратног ангажмана САД-а и оне које су славиле рад, морал, одрицање, заједништво и херојство.

Због изузетног успеха филмске индустрије приликом освајања срца и умова грађана, америчка влада одлучује да у своје пропагандне активности укључи и цртане филмове, као једне од најинтригантнијих облика популарне културе. Име које прво искаче када се помену цртани филмови, јесте Волт Дизни (Walt Disney), како на америчком тако и на глобалном нивоу.

³ Употребу филма у пропаганде сврхе пратила је организација беседника волонтера, названа Људи од четири минута која је настојала да повезе индустрију забаве и традиционално беседништво. Они су се обраћали гледаоцима у паузама филмских представа и говорили на око 40 различитих тема са циљем придобијања подршке одлукама Вашингтона. Одржали су у 5200 места у Америци 755.190 говора (Атлагић, 2012: 14).

Културни ресурси америчке моћи за време Другог светског рата

Дизнијева индустрија цртаних филмова доживљена је као један од најважнијих ресурса меке моћи америчке пропагандне машинерије и јавне дипломатије. Пре почетка рата Дизнијева продукција била је један од најутицајнијих стубова глобалне популарне културе, што је влада САД-а искористила за време рата, када је целокупну продукцију ставила под своју контролу, где Дизни са 95% продукције рађене за владу, постаје права ратна фабрика (Ђурковић, 2009: 90). У ратном добу Дизнија, произведено је 68 сати филма, а поред прављења филмова студио је био ангажаван и за цртање постера, објављивање књига, стрипова и плаката (Ђурковић, 2009: 92). Значајан аспект Дизнијевих ратних цртаних филмова, поред уздицања патриотских осећања, био је и развијање свести грађана о потреби финансирања ратних напора куповином обавезница. Најзначајнији цртани филм тог аспекта, снимљен је 1942. године, под називом *Нови дух*, где је за главног јунака узет један од најпопуларнијих дизнијевих цртаних ликова Паја Патак. Он је представљао просечно слободно мислећег грађанина средње класе. Циљ цртаног био је да покаже, да цртани лик Паја Патак, који је познат по томе што је увек склон побуни, може сам да одлучи да треба на основу своје грађанске и патриотске дужности, да плати порез држави и купи ратне обавезнице. Кредо овог цртаног филма био је *Taxes will win the Axis!* (Порези ће победити Силе осовине) (Ђурковић, 2009: 96). Цртани филм је био пун погодак, где га је преко 26 милиона људи видело и који су касније тврдили да их је баш цртани јунак Паја, подстакао да све своје финансијске обавезе према држави изврше. Порука је била кристално јасна и показала је изванредан степен слободе коју су имали грађани у одлучивању и маштовитост пропаганде од стране државе. Цртани филмови који по природи имају елемент забаве у себи, показали су се као идеалан инструмент меке моћи и пропагандних активности према својој популацији.

На овом примеру је важно уочити да за разлику од ауторитарних и тоталитарних система демократије много више морају да прибегавају пропаганди и манипулацији када су овакве ствари у питању. Недемократски режими имају комплетну контролу над финансијским и економским системом, тако да могу да узимају кад и колико им је потребно. Читав овај сегмент пропаганде и убеђивања грађана им је непотребан. Либералне демократије које почивају на идеји да нема опорезивања без представљања, морају да развијају најразличитија средства за убеђивање својих грађана да свој новац уложе у обавезнице, као и да сами обрачунавају свој порез и тај новац доставе држави (Ђурковић, 2009: 96-97).

Америчко друштво са високим степеном слободе показује свој отпор сваком видљивом присуству спровођења моћи кроз пропагандне механизме. Тај отпор постаје нужан сапутник пропаганде, која настоји да буде што невидљивија, како би била успешнија у спровођењу својих циљева. Победа у рату превазилази демократске вредности и постаје једини императив коме се подређују остале сфере живота. Америчка пропаганда показује своју тоталност

обухватајући све аспекте свакодневнице и своју манипулативност борбом за срце и умове грађана. Слобода коју демократија као идеал брани, јесте разлог због чега се пропаганда САД-а толико усвршила, користећи се убеђивањем, никако присилом, појачавајући своју доминацију у односима моћи.

Влада САД-а почела је да организује кампање истине, којима уноси промене у садржај своје пропаганде. Све више се врши културна инфилтрација и успоставља се контрола над културним програмима, вестима и информацијама. Оваквом пропагандом шириле су се америчке идеје, вредности и уверења на глобалном плану, појачавајући њен кредибилитет. Фукоовски речено, америчка влада је својом моћи настојала да институционализује производњу истине. Почела је да производи моћ на нивоу жеље, институционализујући истину која у односима моћи, поставља владу САД-а у доминантан положај. Садржајима популарне културе америчка влада, настојала је да дехуманизује свог идеолошког непријатеља и прошири своју идеологију, културу и улогу лидера слободног света, на основу чега ће касније бити оптужена за американизацију и културни империјализам. Аспектима масовне културе, од филмова до књига, шириле су информације како би браниле своје вредности и чиниле их разумљивијима за разлику од непријатељске пропаганде (Атлагић, 2012). Сједињене Америчке Државе су успеле као држава да своју моћ легитимизују у очима других, да умање отпор својим жељама, да своју културу и идеологију учине привлачном и спремном за друге да је следе и да успоставе међународна правила која друге државе, ако желе да буду укључене у светске токове морају да следе.

Пресудни извор америчке моћи био је успешно продат „амерички сан” који се заснивао на вредностима демократије, личним слободама, економском богатству, високом образовању, популарној култури и успешности спољне политике да то пренесе на глобалном плану. Амерички сан популаризован кроз филмску индустрију постао је универзална жеља, чија је невероватна моћ привлачности поставила темеље будуће светске доминације САД-а.

Тоталитарност нацистичке пропаганде: Репресија и сила као обележија пропасти система

После пораза Немачке у Првом светском рату, долази до стварања републике историјски познате као Вајмарске, по одредбама Версајског споразума. Немачка република, била је заснована на темељима британског и француског модела грађанске демократије. Главни циљ овог модела, био да се режиму да стабилност и континуитет. Незадовољство условима примирења унутар Немачке било је огромно, што доводи до стварања мита о забијању ножа у леђа и схватања да до пораза не би дошло да није било издаје. Почело је поистовећивање са митским јунаком Зигфридом из Вагнеровог *Сумрака богова*, који је исто страдао од унутрашњих непријатеља. На основу тог мита, десни политички спектар почео је да гради своју мисију (Атлагић, 2012). Долази до оснивања Пангерманске лиге под водством медијског магната А. Хугенберга (А.

Hugenberg), чије деловање ће се током година изузетно радикализовати. Ова лига креира мит о пангерманизму, који почиње да се развија кроз нордијске митове, антисемитизам, расну биологију и популарни дарвинизам. Супериорност нордијске расе почиње да добија своју мисију кроз музичка дела Рихарда Вагнера (Richard Wagner). Његове опере мењају перцепцију стварности, креирајући митолошки однос Добра и Зла, где се Немци постављају на страни добра, као бранитељи аријевске расе. Преко Вагнеровог култа настаје Бајројтски круг, односно група радикалних десничарских интелектуалаца који су, позивајући се на Вагнерова дела, ширили националистичке и антисемитске идеје. Касније се Бајројтски круг укључио у рушење Вајмарске републике, где се „експлицитно, безостатно и ентузијастички ставио на страну Националсоцијалистичке партије која је отворено заговарала рушење владајућег режима. У вођи те партије, Адолфу Хитлеру (Adolf Hitler), сви припадници Бајројтског круга- неки пре, неки касније- препознали су новог 'Зигфрида'" (Молнар, 2006: 212). Недостатак легитимитета Вајмарске Републике, економска криза и опште незадовољство Немаца довели су до радикализације бирачког тела, које је почело све више да се удаљава од центра ка крајњој левици и десници. Марксистичке и нацистичке партије добијале су све више на популарности.

Велики успех књига идеолошког карактера, почев од шездесетих година деветнаестог века говори сам за себе. Дарвинов Постанак врста, Рембрант као васпитач, Чемберленове Основе деветнаестог века, Бергсонова Стваралачка еволуција и Шпенглерова Пропаст Запада представљају значајне етапе на путу распада класичног идеализма и све већег неповерења према моћи духа, напретка, толеранције и хуманости. То веровање у стваралачку, обликотворну моћ живота морало је једном да пробије границе контемплације и да од принципа тумачења прошлости, а можда и од принципа прогнозе, постане програм акције (Плеснер, 2005: 217).

Програм акције који је искористио Хитлер као спасилац Немачке од западног цивилизацијског краха, кроз расистичко-националистичку пропаганду. Током владавине нациста пропаганда у Немачкој била је превасходно окренута ка домаћем становништву. Темелј организације и спровођења пропагандних активности представљала је тежња да се већина медија стави под контролу државе. Сматрало се да је то темелј свих осталих пропагандних активности. У политичком смислу, циљ који су нацисти желели да постигну, био је консолидација власти и њено несметано вршење.

Кроз деловање немачке пропаганде можемо за њену основу узети Рајхову хипотезу коју поставља Фуко, сматрајући да основни механизам власти, јесте репресија. Она се јавља као последица „трајног односа силе унутар лажног мира који обликује непрекидни рат" (Фуко, 1998: 31). Кроз појам репресије нацистичког режима Фукоова реченица, „политика је рат настављен другим средствима" (Фуко, 1998: 64) не делује више као историјски парадокс, већ као свакодневница. Слобода постаје апстракција замењена послушношћу. Однос слободе и моћи бива прекинут, где се слобода јавља само ако важи за неколицину, осигурану на рачун осталих.

Нацистички режим успоставља дисциплину над телом нацистичког друштва, практикујући своју моћ кроз потказивачку интеракцију између појединаца у друштву. Сви добијају право над животом и смрћу својих суседа кроз константно обнављање неповерења (Фуко, 1998). Ту се по Фукоу, сусрећемо са патолошким легитимитетом патолошке власти тоталитарних режима. Пре свега нацизма, чије логоре дефинише, као места чистог насиља (Фуко, 2012). Тоталитарни режими представљају једну празнину у односима моћи, који се заснивају на репресији и ту налазимо супштину њихове крхкости. Главна државна институција у нацистичкој Немачкој, која се бавила организацијом пропагандних активности била је Министарство за пропаганду и народно просвећење. Ово министарство основано је 1933. године, а на његовом челу био је Јосеф Гебелс (Joseph Goebbels) (Атлагић, 2012). Поред управљања пропагандним активностима партије, Гебелс је био и министар уметности и медија. Он је својим ангажманом довео до реорганизације културног живота у Немачкој, где је основао Одељење за културу, чиме су многе области културних активности, попут радија, штампе, уметности, литературе, позоришта, филма и музике стављене под директан надзор нацистичког режима.

Нацисти су овим градили свој поглед на свет, који је требао да преобликује целокупни јавни живот. Адолф Хитлер је у свом чувеном делу *Моја борба*, изразио „тоталитарни карактер партије на чијем челу се налазио и решеност да неће толерисати ни једну другу идеологију, то јест 'поглед на свет' (*Weltanschauung*)” (Атлагић, 2012: 74). Антисемитизам и решавање јеврејског питања, били су саставни део овог погледа на свет. Нацистичка држава настојала је да у потпуности обухвати друштво и појединца на основу своје *völkisch* идеологије, односно идеологије народне заједнице, која је била тотална, али по свом ексклузивном погледу на свет, који је искључивао конкуренцију и тоталитарна. Нацистичка пропаганда градила је имиџ *Volksgemeinschaft*, као заједнице националне и социјалне хармоније. Упоредо са тим градила се и псеудорелигијска⁴ слика вође, као јединог који може народну заједницу да поведе на прави пут. Кроз појам Вође, долази до персонификације нацистичке пропаганде преко које се симплификовала стварности и привлачила пажња публике.

Тоталитаризација нацистичких ресурса моћи

Технике пропаганде биле су изузетно агресивне и нису скривале пропагандну намеру, често је постављајући у однос награде и казне, праћене директним претњама свима који се не повинују нацистичком погледу на свет. Моћ говора и јавни наступи представљали су основну снагу за неприкидну борбу националсоцијалистичког покрета. Њихов језик се користио реториком која је увек уз речи победа, домовина, народ, величина, стављала речи немачки, пос-

⁴ „[В]ећина Немаца показала се пријемчивим за псеудорелигијске концепте као што су судбина и провиђење. Многи су држали А. Хитлера за медијума божанских сила. Када је Ј. Гебелс на врхунцу рата позвао Немце да се моле за Вођу међу онима који су 'одговорили' паљењем свећа у вођиним угловима својих домова било је много оних који претходно никада нису упалили свећу ни за једног свеца” (Атлагић, 2012: 112).

лушност, мисија, историјски и опасност (Атлагић, 2012: 139). Одељења Рајха, које је формирало Министарство за пропаганду, било је подељено на одређене департмане за филм, музику, радио, штампу, позориште и књижевност, вршећи пропагандну активност у сваком овом сегменту и стављајући га под контролу. Нацисти су сматрали да је дужност државе да штампу учини таквом, да она служи држави и нацији. Закон о слободи штампе донет је 1933. године, преко којег долази до дисциплиновања и ограничења слободе, праћено гашењем 230 новина, за које се сматрало да преносе ставове супротне од нацистичког погледа на свет (Атлагић, 2012: 143). Угашене су новине са конкурентским погледом на свет, уз примену силе, ради обезбеђивања власти у тоталитарном друштву.

Нацистички медијски систем имао је за циљ праћење и контролу информација као и ширење утицаја на ставове народних маса. Овакав медијски систем био је носећи стуб нацистичког тоталитаризма. Медији су вршили индоктринацију немачког народа, нацистичком идеологијом. Она се састојала од кључних нацистичких принципа, попут оног о супериорности германске расе, врлинама немачке културе, анитсемитизму, важности обрачунавања са непријатељем и хомогенизацији Немаца у националну заједницу на основу права крви. Пропаганда преко медија служила је за добијање подршке јавног мњења и за јачање морала, посебно у ратним годинама. Маршеви, параде, церемоније на радним местима и школама, церемоније у градовима и селима стварале су климу непрестане пропаганде и масовне еуфоричности.

Радио је тада представљао веома важно средство како за забаву, тако и за пренос информација што је доласком нациста на власт, утицало да сам радио постане прва полуга њихове медијске пропаганде. Државни монопол над радијом постојао је још у Вајмарској Републици, тако да су нацисти лако преузели контролу и почели да га користе, ширећи свој поглед на свет. „У тренутку ступања нациста на власт у Вајмарској Републици у 4.5 милиона домаћинстава, од укупно 20 милиона, постојали су радио апарати. До 1942. године ова цифра била је готово четворостручена, то јест 16 милиона од укупно 23 милиона домаћинстава на територији увећаног Рајха имало је приступ програмима емитованим посредством радија, односно 70 одсто свих Немаца” (Атлагић, 2012: 153). Нацистички пропагандисти настојали су да остваре потпуну покривеност радио програмом. Преко радио програма као медија, остваривала се мека пропаганда над становништвом. Након почетка рата слушање свих немачких програма било је строго забрањено и та забрана се односила, и на музичке и забавне програме. Улога радија у тим ратним годинама, била је држање на окупу расуто немачку нацију, од Француске до Кавказа и од Норвешке до Балкана, својим пропагандним програмом, што је условило потпуну контролу над овим медијем без могућности било какве критике или другачијег мишљења на унутрашњем плану (Атлагић, 2012).

Филм је постао важно средство политичког и војног утицаја нациста. Сматрало се да филм представља одличан алат за психолошку и емоционалну доминацију над масама, па је самим тим, представљао и важан део идеолошке пропаганде. Највећа филмска компанија била је у „рукама” А. Хугенберга,

који је сарађивао са Хитлером још за време Вајмарске Републике, где се са доласком нациста на власт приступило потпуној централизацији и национализацији Немачке филмске индустрије (Атлагић, 2012: 160). Најпознатији и најпопуларнији продукт тоталне нацистичке филмске индустрије, био је филм *Тријумф воље* (1935), који је снимљен као симбол стварања новог поретка и нових друштвених вредности у Немачкој. Циљ је био директна пропаганда на целокупну публику у Немачкој, чак и ону која није била заинтересована за политику.

Нацисти у својој тоталитарној владавини, објављају рат и уметности, делећи је на велико немачку и дегенерисану, чиме је ова друга била одстрањена и забрањена. Такође је успостављена контрола над књижевношћу, када је Министарство за пропаганду до 1939. године вршило надзор над 2.500 издавачких предузећа, 3.000 аутора и 23.000 књижара, а вршило је и контролу свих рукописа пре штампања. Књижевност је била строго надзирана, чак су и прописане четири тематске категорије у оквиру којих треба да се пише. Оне су: *Fronterlebnis* - искуства из рата са посебним нагласком на пријатељство између војника, *Weltanschauung* - нацистички поглед на свет, *Heimatroman* - локална немачка тематика са нагласком на националној мистици и *Rassenkunde* - расна доктрина која указује на разлике између супериорних Немаца и „дефектних” народа неаријевског порекла (Атлагић, 2012: 181). Оваквим стањем у књижевности за време нацистичке Немачке око 2500 писаца напустило је земљу, што се жестоко одразило на квалитет националне књижевности (Атлагић, 2012). Важна назнака тоталитарности овог режима, било је спаљивање књига као облик немогућности контроле и једна од првих примена силе, која је пророчки наговестила којим ће путем власт ићи. Хитлерови запаљиви говори, на које су масе изузетно емоционално реаговале и тоталитарна контрола нацистичке партије свих аспеката друштва, створили су од народне заједнице једну послушну заједницу.

Нацистичка пропаганда је била тотална у креирању једног целокупног погледа на свет, за све припаднике своје заједнице, обухватајући различите сфере живота - политичку, економску, социјалну и културну. Штампа, јавни наступи, радио, филм, уметност, архитектура, књижевност и музика, биле су усклађене са нацистичким погледом на свет, док све што се није уклапало, било је подлегнуто изузетној нетолерантности. Ту се прави прелаз из тоталне у тоталитарну пропаганду, када све што није одговарало одређеном погледу на свет, бива на силу увучено у њега. Сваки критички однос према моћи, био је прекинут применом силе. Страх је заменио привлачност, репресија слободу и оно што су нацисти изградиле показало се крхко, пропадајући прво у главама људи као жеља за тим светом, да би на крају пропало и у сваком другом облику.

* * *

Постављањем доказа о тези, да је у демократским друштвима пропаганда ефикаснија, отвара се једно ново питање у политичкој теорији које излази из уџбеничког нормативизма, а то је питање разумевања либералне демократи-

је ван устаљених норми и перцепције отворених друштава, која би теоријски требало да представљају њен нуспроизвод. Системи манипулације, који су далеко развијенији унутар демократских друштава, деконструишу појам слободe и захтевају редефинисање „нормалне” политике и њених тачно дефинисаних вредности, које се јавно представљају као део свих политичких програма у којима је тријумфовала либерална демократија. Заводљива пропаганда и невидљива моћ, чине важан део функционисања либерално демократских друштава и са тим увидом ствара се могућност бољег разумевања демократије у данашњем свету. Јер ако се не отвори питање ко стоји иза невидљиве моћи и ко креира заводљиву пропаганду, све мање ће се говорити о демократији, а све више о фасадџ демократије. Створиће се постдемократска епоха, у којој ће се због нефункционалности и неразумевања демократских процеса, алтернатива све више тражити у ауторитарним облицима власти. Зато је потребно размађијавање демократије како би се превазишао њен догмативизам.

Литература:

1. Atlagić, S. (2012). *Nacistička propaganda od totalne do totalitarne propagande*. Beograd: Čigoja štampa.
2. Veber, M. (1976). *Privreda i društvo*. Beograd: Prosveta.
3. Đurković, M. (2009). *Slika, zvuk i moć: ogledi iz pop politike*. Beograd: MST Gajić.
4. Jazić, A. (2010). *Propaganda u spoljnoj politici: magistarska teza*. Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka.
5. Milenković, I. (2006). *Fukoova genealogija moći*. *Nova srpska politička misao* broj 1-4: 137-156.
6. Molnar, A. (2006). *Bajroјtski krug i borba za novu Nemačku veru*. *Sociologija* 48, br. 3: 193-218.
7. Nikolić, Z. (2005). *Suštinska svojstva moći-prilozi iz sociologije moći*. *Žurnal za sociologiju* broj 3: 32-52.
8. Pavlović, V. (2006). *Klasična politička misao o moći (Antička Grčka, Makijaveli i Hobs)*. *Nova srpska politička misao* broj 1-4: 121-134.
9. Pavlović, V. (2008). *Moć i sistem: Parsonsova funkcionalističko-sistemska teorija moći*. *Zbornik Matice srpske za društvene nauke*: 75-87.
10. Plesner, H. (2005). *Zakasnela nacija: o političkoј povodljivosti građanskog duha*. Novi Sad: *Budućnost*.
11. Taylor, M. P. (2003). *Munitions of the Mind: a history of propaganda from the ancient world to the present era*. Manchester: Manchester University Press.
12. Fuko, M. (1995). *Karike vlasti*. *Treći program* broj 103-104: 51-54.
13. Fuko, M. (1997). *Nadzirati i kažnjavati: рођење затвора*. Beograd: Prosveta.
14. Fuko, M. (1998). *Treba braniti društvo: predavanja na Kolež de Fransu iz 1976. godine*. Novi Sad: Svetovi.
15. Fuko, M. (2012). *Moć/Znanje: odabrani spisi i razgovori*. Novi Sad: *Mediterran Publishing*.
16. Hobs, T. (1961). *Levijantan ili Materija, oblik i vlast државе црквене и грађанске*. Beograd: *Kultura*.
17. Čomski, N. (2004). *Propaganda i javno mnjenje*. Novi Sad: *Rubikon*.

18. Čomski, N. (2009). Kontrola medija: spektakularan dostignuća propagande. Novi Sad: Rubikon.
19. Šušnjić, Đ. (1995). Ribari ljudskih duša. Beograd: Čigoja.

FREEDOM AND POWER IN THE MAELSTROM OF DEMOCRATIC AND TOTALITARIAN PROPAGANDA

Summery: In this paper, the author attempts to analyze the effectiveness of propaganda in different political systems with the help of Foucault's theory of power, which is based on the argument that without a certain degree of freedom, power can not be enforced. A comparison is placed between the American liberal democratic propaganda and Nazi propaganda during World War II, where one sees why the „American Dream” managed to establish its dominance in the world, and Nazi Weltanschauung (world view) did not. The analysis of these two forms of propaganda tries to show that propaganda in democratic societies, based on the availability of free action and power that acts covertly, is more effective, than those in totalitarian societies.

Key words: freedom, force, political ideology, power, propaganda