

НАЦИСТИЧКА ПРОПАГАНДА У САВРЕМЕНОМ КОНТЕКСТУ

Синиша Атлагић, *Нацистичка пропаганда – од пошталне до пошталитарне пропаганде*, „Чигоја штампа”, Београд 2012

Нацистичка пропаганда од самих почетака окупира пажњу широке научне јавности. Своје место налазила је у студијама тоталитаризма, антисемитизма, холокауста, као и психолошким и бихејвиоистичким истраживањима. Савремени дискурс персуазивних делатности нуди нове аспекте истраживања овог феномена кроз интердисциплинарни приступ, проширен категоријални апарат и нове области истраживања које доноси технолошко друштво. Синиша Атлагић, истакнути српски аутор из области политичке комуникације, пред своју другу по реду монографију *Нацистичка пропаганда – од пошталне до пошталитарне пропаганде* поставља амбициозан циљ – да трасира нов курс изучавања нацистичке пропаганде и репозиционира је у оквиру савремене доктрине политичке персуазије.

Сам наслов упућује на намеру да се у оквиру студије истражи тотална и тоталитарна природа нацистичке пропаганде. Међутим, већ у уводном излагању постављена је вишеслојна теза која открива специфичне циљеве студије. Превасходно, учивши да научно проучавање нацистичке пропаганде остаје на нивоу дескрипције и еклектичких истраживања, аутор настоји да пружи целовиту научну експликацију система нацистичке пропаганде. У оквиру истраживања система, Атлагић се труди да теоријски и емпиријски истражи основне принципе, технике, методолошке поступке и средства, апстрахује их и ревалоризује, како би показао у којој мери су иманентни савременој пропагандној доктрини. Тиме уклања „хипотеку манипулације, обмане и лажи” (стр. 38) која се ставља на терет нацистичкој пропаганди, и због које се сам термин политичке пропаганде у савременим доктринама замењује терминима као што су односи са јавношћу, *синовање*, политички маркетинг и сл.

Књига кроз 10 поглавља даје прецизну анализу адекватних теоријских поставки и обилне емпиријске грађе сложеног феномена нацистичке пропаганде. У уводном поглављу јасно се дефинише појам политичке пропаганде, али и појмови којим се у савременој литератури замењује: политички маркетинг, јавна дипломатија и сл. Аутор усваја метод који није апстрактан ни статистички, већ се повремено ослања на постојеће студије релевантних аутора попут Берниза, Крила, Елила, Славујевића и Тејлора.

Утврдивши категоријални оквир, у наредна два поглавља Атлагић хронолошком анализом приказује институционално-друштвене и економске одлике система у којем је националсоцијализам настао и

доживео процват. Истраживањем мита о аријевској раси, даје важан одговор на питање како је немачки народ прихватио нацистички поглед на свет и следио „са цивилизацијског становишта ... крајње ретроградну” идеју (78). На основу испитивања наратива *volkish* идеологије пониклој у романтичарској филозофији 19. века, антисемитизма и идеја *Lebensrauma* сублимираних у миту о аријевској раси, аутор закључује да је немачки народ придобијен пажљивом сегментацијом публике и прилагођавањем садржаја различитим, традиционално ка *volkish* идеологији резистентним групама: радницима, сељацима, младима и хришћанима. Анализе говора Хитлера и Гебелса (да је „Јеврејин немилосрдан и био бољшевик или капиталиста природа му је иста; он је вечити уништитељ а хаос је његово јеванђеље”) (85), јасно указује на оправданост претходног закључка. Такође додаје да нацистичка пропаганда не би била упола успешна да није у немачком националном бићу постојала основа и пре-диспозиција за утврђивање ових ставова.

Поглавља 4, 5 и 6 нуде увид у широк спектар принципа, техника и средстава на којима је почивао нацистички режим и истражују начин на који су инструментализовани у циљу стварања тоталне пропаганде „немачког погледа на свет”, који би обухватио све људе. Представљена је делатност институција, попут Гебелсовог Министарства за народно просвећење и пропаганду, које су категорички и брутално укинуле све конкурентне пропаганде и поставиле Хитлера као једину инстанцу идентификације народа, као огроман супер-его нације.

Наредна два поглавља нуде ретку студију дејства нацистичке пропагандне машинерије на дијаспору која је бројала 27 мил. људи. Успех нацистичких пропагандиста на овом плану представљен је на студијама случаја Сарске области, аншлуса Аустрије, немачко-америчког савеза и *Kulturbund*-а у Новом Саду. Аутор осликава огромне напоре које је ратна пропаганда нациста улагала како би остала тотална и кохерентна на немачким, али и освојеним територијама које су постале монополско тржиште за „Гебелсове филмове и путујуће егзибиције” (98). Крах монопола над истином након битке за Стаљинград види као продукт претераног ослањања пропагандиста на ратне акције. Ратне акције су за Атлагића иначе представљале идеалан пример технике пропаганде акцијом, иако са становишта сврсисходности нису имале примарно пропагандну намену.

Кроз читаву студију аутор луцидно комбинује аналитичко-синтетички метод, компаративни метод и методу специјализације, којим на кључним тачкама доказује основаност тврдње о идентичности деловања нацистичке и савремене пропаганде. Са позиције предавача на предметима Политички маркетинг и Политичко комуницирање (Факултет политичких наука у Београду), Атлагић успешно повлачи паралеле између нацистичке пропаганде и савременог политичког маркетинга. Последња два поглавља, посвећена значају који су нацисти придавали пропаганди

и самој трансформацији пропаганде од тоталне ка тоталитарној, уклапају се у овај експликаторни оквир. Читава студија прожета је мишљу да свака, па и западна пропагандна делатност, тежи да буде тотална, доминантна у друштвеном простору (аутор наводи Тејлоров концепт *PSYOPs*-а, нове форме тоталне пропаганде најупечатљивије примењене на примеру заустављања сукоба у Босни и Херцеговини након споразума у Дејтону (216)). Разлика постоји у тоталитарном институционално-друштвеном оквиру нацистичке Немачке и природи циљева. Дакле питање је каква је држава која користи пропаганду, а не каква је пропаганда *per se*. Логички посматрано, тврдња не умањује тачност чињенице да су, уколико се апстрахује тоталитаризам, средства политичког маркетинга и нацистичке пропаганде идентична.

Следствено, поставка да „када у политичкој сфери говоримо о политичком маркетингу и односима са јавношћу, ми говоримо о савременим облицима пропаганде” (33) непобитно има утемељење у грађи која је понуђена у књизи. Свих пет постулата пропаганде, које је Хитлер у *Mein Kampf*-у преузео из пропаганде савезника током I светског рата, поклапају се са постулатима савремене пропаганде (207). Тако је начин на који је Гебелс градио имиџ *Führera* као персонификације читавог Немачког друштва (Хитлер као „полу-монах полу-војник, који се одрекао обичног живота у корист служења нацији”) упоређен са *image buildingom* савремених лидера. Елементи начина на који је Хитлер пажљиво увежбавао сваки сегмент јавног наступа, начин на који је коришћена штампа, радио и филм, „запљускивање чула” за време спектакуларних наступа (*barrage* техника савременог маркетинга), су широко коришћене у савременим пропагандним делатностима, нарочито у изборним кампањама. Нацистички пропагандисити су међу првима предлагали садржаје властима, уместо простог преношења информација са више инстанце публици, што је данас улога специјализованих *consoultling* агенција.

Након свег наведеног, не треба бити у заблуди да књига представља апологију нацистичког пропагандног система. Хитлеризам као режим је имао одређене ефекте на саму пропаганду, али ту највећи број анализа стаје. Атлагић се труди да посматра феномен нацистичке пропаганде са етички неутралног становишта све до последњих страница рада, што је свакако посебан квалитет. Током читања се на одређеним местима може стећи утисак о претенциозном одабиру емпиријских примера и теоријских тумачења појединих аутора, како би се тас померио ка постављеној тези. Може се замерити и благо занемаривање извора пропагандног деловања који се налазе изван Гебелса и његовог Министарства за пропаганду, попут Дитриха, Рибентропа, Розенберга или Бормана.

Све то никако не умањује вредност Атлагићеве студије, која изучавањима система нацистичке пропаганде даје савремену перспективу.

Јасно постављени циљеви, логичан след изношења аргумената поткрепљених обимном, занимљивом и адекватном грађом чине ово дело значајним доприносом како доктрини савремене пропаганде, тако и дискурсу изучавања феномена Националсоцијализма у ширем контексту. Како дело обилује научном и стручном терминологијом, стиче се утисак да је књига превасходно намењена члановима академске заједнице. Међутим, концизно изражавање и разумљив стил препоручују књигу ширем читалишту и свима заинтересованима да проникну тајне *Рајха у којем је Хитлер победио*, како гласи део наслова књиге Е. Херцштајна.

Младен СУБАШИЋ