



Studije

Izvorni članak UDK 165:316.658.4(045)

doi: [10.21464/f44311](https://doi.org/10.21464/f44311)

Primljeno 10. 2. 2024.

Marko-Luka Zubčić

Institut za filozofiju, Ulica grada Vukovara 54, HR-10000 Zagreb
mlzubcic@ifzg.hr

Institucijska epistemologija propagande

Sažetak

Propaganda, definirana kao neverbalna razmjena eksplicitnih normi i razloga, treba biti shvaćena kao mehanizam za prikupljanje inteligencije u institucijskoj epistemologiji, uz glasanje, razgovor i cijene. Prvo se tvrdi da je propaganda pogrešno definirana kao isključivo epistemički štetan fenomen i pokazuje se da su svi njezini uobičajeni »grijesi« ili trivijalni ili epistemički korisni. Drugo, pokazuje se da propaganda zadovoljava kriterije koji moraju biti ispunjeni da bi se nešto smatralo mehanizmom za prikupljanje inteligencije. Treće, propaganda se prikazuje kao slična razgovoru utoliko što je njezin primarni epistemički zadatak učiniti norme eksplicitnima i razloge dostupnima, ali se razlikuje od razgovora jer uključuje neverbalne načine komunikacije. Neverbalna razmjena eksplicitnih normi i razloga u svrhu uvjeravanja temeljni je epistemički resurs i treba se smatrati posebnom značajkom propagande kao mehanizma za prikupljanje inteligencije.

Ključne riječi

propaganda, kolektivna inteligencija, institucijska epistemologija, norme, deliberacija

1. Uvod

Ovaj članak predstavlja argument da je propaganda mehanizam za prikupljanje inteligencije (engl. *intelligence harvest mechanism*) u smislu u kojem institucijska epistemologija smatra razgovore, glasanje i cijene (engl. *talk, votes, and prices*) takvim mehanizmima.¹ Unutar tipologije mehanizama prikupljanja kolektivne inteligencije, propaganda, ovisno o svojem mediju, predstavlja ili razgovor ili novi, četvrti tip – točnije, *neverbalnu razmjenu*

1

Upotreba ove tipologije široko je raširena u institucijskoj epistemologiji. Jedan od seminalnih radova u institucijskoj epistemologiji koji raspravlja o razgovoru, glasanju i cijenama kao tipologiji mehanizama za

prikupljanje evidencije je Elizabeth Anderson, »The Epistemology of Democracy«, *Episteme* 3 (2006) 1–2, str. 8–22, doi: <https://doi.org/10.3366/epi.2006.3.1-2.8>.

normi i razloga. Moj je cilj u ovom radu pružiti opravdanje za smatranje propagande mehanizmom za prikupljanje inteligencije i, nadalje, istaknuti neverbalni aspekt propagande kao posebno informativan za sveobuhvatno razumijevanje složenih epistemičkih dinamika u velikim i pluralističkim populacijama. Ovo je, prije svega, esej koji »čisti teren«. Daljnja istraživanja primijenjene institucijske epistemologije propagande crpila bi spoznaje iz relevantnih društvenih znanosti, posebno medijskih studija, psihologije i kognitivne antropologije.

Memovi (engl. *memes*), maske na profilnim slikama na društvenim medijima koje predstavljaju stav u određenoj javnoj raspravi, likovi u sapunicama koji se pridržavaju ili ne pridržavaju društvenih konvencija,² reklame za novu aplikaciju za praćenje funkcija tijela, te vizualizacije života u novogradnjama postavljeni oko terena tijekom gradnje, primjeri su propagande. Svi ti primjeri signaliziraju privrženost određenoj normi s ciljem utjecaja na ponašanje drugih ljudi, tj. specifično s ciljem uvjeravanja drugih ljudi da bi i oni trebali slijediti dotičnu normu ili napustiti normu koju slijede jer je pogrešna.

Institucijska epistemologija filozofska je disciplina koja proučava epistemička svojstva i učinke institucijskih sustava pod neidealnim uvjetima.³ Kroz članak ću na odgovarajućim mjestima u raspravi eksplicirati specifične pretpostavke i uvide institucijske epistemologije, ali u ovim uvodnim napomenama vrijedi ugrubo specificirati osnovne pretpostavke neidealne institucijske epistemologije: (1) pojedinci su fundamentalno epistemički ograničeni do te mjere da je potraga za znanjem moguća samo kao društveni proces; (2) pojedinci, grupe i sustavi su u potrazi za znanjem vođeni *normama* koje su bitnim dijelom naslijeđene iz kontingentne zajednice, a koje determiniraju konceptualne okvire pomoću kojih agenti i grupe razumiju svijet i djeluju; (3) kolektivne epistemičke vrline nisu svodive na individualne epistemičke vrline (pri čemu su kolektivne vrline, u skladu s 1, kategorički epistemički superiornije bilo kojoj konfiguraciji individualnih vrlina); (4) fokus epistemološkog istraživanja, analize i preskripcija društveni su sustavi, a ne izolirani pojedinci. Ovaj članak nije mjesto za pregled literature i rekonstrukciju argumentacija o ovim osnovama institucijske epistemologije, već je jedan od temeljnih ciljeva ovog članka raspraviti *posljedice* nekih od ovih osnovnih uvida i pretpostavki institucijske epistemologije na teoriju propaganda. U skladu s time, navedene teze neću ovdje dalje argumentirati, već ih navodim u svrhu ekspliciranja osnovnih pretpostavki tradicije kroz koju ću analizirati relevantne aspekte propagande, a detaljnije elaboracije nekih od ovih osnovnih teza dotaknut ću se prilikom specifičnih argumentacija na odgovarajućim mjestima tijekom rasprave u članku.

Jedan je od predmeta istraživanja u institucijskoj epistemologiji tipologija načina na koje se epistemički doprinosi pojedinaca i grupa signaliziraju i koriste od strane drugih pojedinaca i grupa, kao i institucija, u svrhu kolektivnih epistemičkih ciljeva. Pritom, ključno je napomenuti da su u fokusu analize mehanizama za prikupljanje inteligencije procesi istraživanja (engl. *inquiry*), tj. rješavanja složenih i teških problema za koje (barem pod relevantnim inicijalnim uvjetima) ne postoji neovisni standard za procjenu istinite vrijednosti pojedinačnih doprinosa.⁴ Institucijska epistemologija prepoznaje tri osnovna tipa takvih mehanizama za prikupljanje inteligencije – *razgovor*, *glasovanje* i *cijene*. Glasovanje se može razumjeti jednostavno kao agregacija preferencija o prijedlozima, iako procedure glasovanja mogu biti raznolike, uključujući one koje prate intenzitet preferencije.⁵ Cijene su relevantan mehanizam za prikupljanje inteligencije jer omogućavaju komprimirano signaliziranje jedinstvenih

informacija, uključujući informacije o promjenama u lokalnim okolnostima, među geografski i normativno udaljenim zajednicama.⁶ Posljednje, razgovor je široka kategorija diskurzivne razmjene eksplicitnih normi i razloga, te uključuje razne instance od »jeftinog razgovora« (engl. *cheap talk*) i deliberacija »u divljini« do formalizirane parlamentarne demokratske deliberacije.⁷

S eksplozijom globalne komunikacije posebice možemo prepoznati mehanizme prikupljanja inteligencije koji se ne uklapaju lako niti u razgovor, glasove niti cijene. Primjerice, otvoreni kod (engl. *open source*) predstavlja epistemičku suradnju na globalnoj razini koji se ne može jednostavno svesti na razgovor, glasanje ili cijene.⁸ Međutim, ovdje ću se usredotočiti na drugi specifičan fenomen, propagandu. Fokus na propagandu relevantan je zbog njezina posebno moćnog kapaciteta da norme učini eksplicitnima *neverbalno*, kroz medije artefakata, slika, gesta, zvuka te prostornog i materijalnog poretka. Ova značajka propagande čini je relevantnim predmetom istraživanja za institucijsku epistemologiju. Mi signaliziramo normativnu privrženost, te pokušavamo utjecati na normativnu privrženost drugih, korištenjem neverbalnih tehnologija. Natjecanje i komunikacija normativnih privrženosti temeljni su sastojak svakog mehanizma za prikupljanje inteligencije – glasamo za određeno rješenje, uvjeravamo jedni druge da je određeni razlog bolji, vjerujemo da je naša cijena najbolji odraz promjene u okolnostima koja se treba signalizirati među populacijom. U radu ću prikazati da propaganda ima epistemičku vrijednost kao razmjena eksplicitnih normi i razloga te da time potpada pod razgovor, ali i da se, ključno, razlikuje od razgovora zbog korištenja neverbalnih medija komunikacije.

Uz to, vrijedi napomenuti da ću tvrditi da propaganda služi kao sredstvo za davanje *epistemičkog doprinosa*, bilo kao razgovor bilo kao neverbalni izraz. S obzirom na širok i pretpostavljeno neodređeni raspon vrsta epistemičkih ulaznih informacija koje pojedinci mogu pružiti u procesu prikupljanja inteligencije iz populacije, epistemički doprinos ovdje ću koristiti u širokom smislu, kako je to definirala Miranda Fricker, tj. kao

2

Usp. Christina Bicchieri, *The Grammar of Society. The Nature and Dynamics of Social Norms*, Cambridge University Press, New York 2006.

3

Više o tome vidjeti u: E. Anderson, »The Epistemology of Democracy«; Robin McKenna, *Non-ideal Epistemology*, Oxford University Press, New York 2023.

4

Usp. Fred D'Agostino, *Naturalizing Epistemology. Thomas Kuhn and the 'Essential Tension'*, Palgrave Macmillan, New York 2010.

5

Usp. E. Glen Weyl, »The robustness of quadratic voting«, *Public Choice* 172 (2017) 1, str. 75–107, doi: <https://doi.org/10.1007/s11127-017-0405-4>.

6

Više o tome vidjeti u: Friedrich A. Hayek, »The Use of Knowledge in Society«, *The American Economic Review* 35 (1945) 4, str. 519–530.

7

Usp. E. Anderson, »The Epistemology of Democracy«; Robert Brandom, *Making It Explicit. Reasoning, Representing and Discursive Commitment*, Harvard University Press, Cambridge – London 2001.; Elinor Ostrom, *Understanding Institutional Diversity*, Princeton University Press, Princeton 2005.

8

Usp. Cass Sunstein, *Infotopia. How Many Minds Produce Knowledge*, Oxford University Press, New York 2006.

»... izvođenje [...] socijalne epistemičke sposobnosti od strane pojedinca kako bi doprinio bazenu zajedničkih epistemičkih materijala – materijala za znanje, razumijevanje i često za praktičnu deliberaciju.«⁹

Kako ću dalje pojasniti, ključna prepreka pravilnom razumijevanju propagande unutar institucijske epistemologije jest shvaćanje propagande isključivo kao epistemski štetne – ja ću, naprotiv, tvrditi da su, ako se promatraju iz perspektive institucijske epistemologije, uobičajeni »grijesi« propagande navođeni u literaturi ili trivijalni ili čak epistemički korisni. Značajan prethodnik ovog smjera razumijevanja epistemologije propagande pronalazimo kod Sheryl Tuttle Ross, koja u svojem seminalnom radu o filozofiji propagande¹⁰ razvija definiciju propagande koja može obuhvatiti i epistemički štetne i epistemički korisne primjere propagande. Po Rossinu shvaćanju, propaganda je vrsta političkog uvjeravanja, definirana pomoću četiriju nužnih i zajedničkih dovoljnih uvjeta – propagandu čini: (1) ili epistemički defektna ili epistemički vrijedna poruka »(2) korištena s ciljem uvjeravanja (3) društveno važne grupe ljudi (4) u ime političke institucije, organizacije ili uzroka«. ¹¹ Prvi uvjet razlikuje epistemički štetnu propagandu od epistemički korisne – po ovom shvaćanju epistemička vrijednost svake instance propagande, po mom mišljenju ispravno, ovisi o sadržaju poruke. Ovaj tretman propagande relevantan je i hvalevrijedan zbog svoje sposobnosti definiranja propagande neutralno, te predočavanja mogućnosti epistemičke vrijednosti propagande. Međutim, cilj ovoga članka razlikuje se u nekoliko aspekata.

Prvo, rad ima za cilj detaljnije istražiti navodne »grijehe« propagande, pritom pružajući i odgovore na temeljne pretpostavke idealističkih paradigmi javne rasprave i epistemičkih dinamika u kompleksnim društvenim sustavima, koji propagandu uzimaju u obzir isključivo ili dominantno u njezinim epistemski štetnim oblicima. Drugo, cilj je precizno identificirati ključni aspekt propagande koji je razlikuje od razgovora kao mehanizma za prikupljanje inteligencije – točnije, neverbalnu prirodu većine propagandnih materijala. Ovaj je aspekt propagande, u kontekstu njezine epistemički neutralne koncepcije, kritično zanemaren, čak i kada se implicitno navodi u specifičnim primjerima propagande korištenim u istraživanjima. Ovaj rad, dakle, doprinosi razvoju istraživanja epistemologije propagande otvarajući novi, izuzetno relevantan smjer za daljnja istraživanja – ulogu neverbalnih oblika komunikacije u epistemičkim dinamikama kompleksnih društava. Treće, Ross se oslanja na naslijeđe istraživanja propagande koje propagandu smatra vrstom specifično »političkog« uvjeravanja. Po koncepciji koju ću slijediti, propaganda promovira »normativnu privrženost« (engl. *normative allegiance*), »normativne obveze« (engl. *normative commitments*) i »normativne zajednice« (engl. *normative communities*). To je naočigled mala, ali relevantna razlika, koja omogućava da propaganda uključuje i kulture i manje izravne oblike političkog uvjeravanja. Naime, moja definicija dopušta da se i komercijalni marketing smatra propagandom, ukoliko marketinški materijali implicitno promoviraju određeni svjetonazor ili način života kao vrstu privrženosti kulturnom, a u konačnici i političkom, skupu normi. Na primjer, uzmimo figure stanara u oglasu za novi stambeni objekt kao primjer propagande. To može izgledati kao iznenađujući izbor. Međutim, komunicirajući, putem vizualnih prikaza mladih, srednjestaleških heteronormativnih obitelji kao stanovnika buduće zgrade, da je nova, ekološki i tehnološki napredna zgrada izgrađena da smjesti ljude tog određenog profila, oglas je primjer političke propagande – komunicira da stanovanje u ovoj ekološki i tehnološki naprednoj zgradi nije

namijenjeno starijim ljudima, ljudima s niskim prihodima, ljudima s invaliditetom, kao i ljudima bez djece. S obzirom na učestalost s kojom su mlade, srednjestaleške, heteronormativne obitelji prikazane na oglasima za takve zgrade, kumulativni učinak lako može dovesti do zaključka da drugi tipovi ljudi nisu dobrodošli u traženju smještaja u tehnološki i ekološki naprednim stambenim objektima, što predstavlja političku poruku – tehnološki i ekološki napredno stanovanje jest za mlade heteronormativne članove srednje klase. Isto tako, ako su ovi profili prikazani na takvim oglasima jednostavno zato što se smatraju »generičkima«, i to također predstavlja snažan normativni stav o tome kakav je čovjek generički subjekt unutar određene kulturne i političke »klime«.

Zaključno, po mom viđenju, Rossina definicija može biti izmijenjena na sljedeći način – propaganda je vrsta komunikacije koja prenosi (1) ili epistemički defektnu ili epistemički vrijednu poruku (2) korištenu s ciljem uvjeravanja (3) društveno važne grupe ljudi (4) u ime *normativne zajednice*, (5) *korištenjem i verbalnih i neverbalnih sredstava*. Ključne promjene u definiciji sadržane su u uvjetima 4 i 5. Nadalje, ključni doprinosi ovog članka su: (1) sveobuhvatni odgovor paradigmama (idealne) epistemologije koje propagandu prikazuju kao isključivo epistemički i društveno štetan fenomen; (2) argument da propagandu moramo smatrati mehanizmom za prikupljanje inteligencije; i (3) analiza specifičnog neverbalnog aspekta propagande koji je razlikuje od razgovora kao mehanizma prikupljanja inteligencije.

Plan teksta jest sljedeći. Prvo, u odjeljku 2 ukazat ću da je propaganda pogrešno definirana kao isključivo zloćudni društveni fenomen te da se svi njezini uobičajeni »grijesi« mogu smatrati ili trivijalnim ili epistemički korisnima s gledišta institucijske epistemologije. Drugo, u odjeljku 3 utvrdit ću da propaganda zadovoljava kriterije potrebne da bi se smatrala mehanizmom za prikupljanje inteligencije. Na kraju, u odjeljku 4, pružit ću analizu propagande kao slične razgovoru utoliko što je njezin primarni epistemički zadatak učiniti norme eksplicitnima i razloge dostupnima, ali da je i različita od razgovora jer uključuje neverbalnu razmjenu eksplicitnih normi i razloga.

2. »Grijesi« propagande su ili trivijalni ili epistemički korisni

Propaganda nije temeljito razmatrana u institucionalnoj epistemologiji. Filozofija i društvene znanosti istraživale su propagandu uglavnom u njezinu etički i epistemički najdefektnijem obliku dezinformacije širene od strane moćnih. Znanje koje smo akumulirali o ovom aspektu propagande duboko je vrijedno i nužno. Radovi istraženi za definiranje propagande i njezinih nedostataka u ovom su članku izvanredni doprinosi filozofiji i društvenom mišljenju, a trenutna rasprava treba se smatrati isključivo zainteresiranom za konceptualno razjašnjenje moguće vrijednosti propagande za istraživanje u institucijskoj epistemologiji. Propaganda kao socijalna činjenica neutralne vrijednosti istraživana je prilično rijetko. Međutim, bilo koji opis epistemičkih dinamika u

9

Miranda Fricker, »Epistemic Contribution as a Central Human Capability«, u: George Hull (ur.), *The Equal Society. Essays on Equality in Theory and Practice*, Lexington Books, London 2015., str. 73–90, ovdje str. 76.

10

Sheryl Tuttle Ross, »Propaganda Power of Protest Songs: the Case of Madison's Solidarity Sing-Along«, *Contemporary Aesthetics* 11 (2013) 1, str. 1–12.

11

Ibid.

kompleksnim populacijama, ljudske društvene evolucije i ljudskog društva općenito, nužno će sadržavati artefakte i performanse za promociju specifične normativne obveze, suštinski propagandne materijale s epistemičkim posljedicama – i stoga isti zaslužuju mjesto u konceptualnom alatu institucijske epistemologije prilikom rasprave o mehanizmima za prikupljanje inteligencije.

Klasični tekst Harolda Lasswella¹² o propagandi u principu dopušta šire i neutralno shvaćanje, no ipak zadržava negativan ton u raspravi o propagandi. To je ključno zato što je propaganda po mišljenju raznih teoretičara različita od pretpostavljenog ideala »slobodne i otvorene razmjene ideja« zbog toga što propaganda uključuje doprinos koji dolazi iz snažnog vjerovanja u određeni stav i snažnog vjerovanja da bi se taj stav trebao usvojiti od strane drugih ljudi, dok slobodna i otvorena razmjena ideja, po ovom mišljenju, zahtijeva »nepriistrane delibatore«. Primjerice, među ključnim suvremenim tekstovima o propagandi u društvenim znanostima svakako je i »Propaganda and Persuasion« Gartha S. Jowetta i Victorije J. O'Donnell.¹³ Njihova je definicija propagande

»... namjeran, sustavan pokušaj oblikovanja percepcija, manipulacije spoznaja i usmjeravanja ponašanja kako bi se postigla promjena u istima koja promiče željeni cilj propagandista.«¹⁴

Po ovom gledištu, iako uvjeravanje u principu može biti dio slobodne i otvorene razmjene ideja, epistemički doprinos ne može biti instanciran kroz *namjerni utjecaj* na normativne obveze publike s ciljem *koristi* onoga koji pruža taj epistemički doprinos. Drugim riječima, *prosvjedovanje protiv opresivnog režima ili isticanje društveno relevantnih pitanja ili oglašavanje dobrog proizvoda, po ovom gledištu, nije epistemički doprinos i ne može se smatrati potezom u potrazi za znanjem, ili u igri traženja i davanja razloga*. Ovdje ću tvrditi suprotno, tj. specifično to da se u institucijskoj epistemologiji propaganda može smatrati četvrtim mehanizmom za prikupljanje inteligencije, razlikujući se od ostalih tipova mehanizama za prikupljanje inteligencije po tome što uključuje *neverbalnu* razmjenu eksplicitnih normi i razloga.¹⁵

Rad Rachel McKinnon¹⁶ »The Epistemology of Propaganda« koristi konceptualni okvir za razumijevanje propagande razvijen od strane Jasona Stanleyja u djelu »How Propaganda Works«,¹⁷ kako bi ponudio kritike određenih aspekata Stanleyjeve razrade. Za naše svrhe, u ovom je članku relevantno da McKinnonino i Stanleyjevo shvaćanje propagande također slijedi povijesnu tendenciju opisivanja ovog fenomena svodeći ga na najgore slučajeve – kao komunikacijskog sredstva za promociju »pogrešnih« (engl. *flawed*) ideologija. Međutim, kada se ne koristi za »pogrešne« ideologije, propaganda ostaje signaliziranje privrženosti normativnoj obvezi s ciljem uvjeravanja i osvajanja novih sljedbenika. Svođenjem propaganda isključivo na promociju »pogrešnih« ideologija ili »loših« normativnih sklopova lišavamo se teorije verbalnog i neverbalnog uvjeravanja i uloge tih procesa u deliberativnim i, šire, epistemičkim procesima velikih i normativno kompleksnih populacija.

Konačno, prenošenje dezinformacija često je prepoznata značajka propagande. Kao rezultat određene »epistemičke panike« u akademiji i medijima, koju je značajno izazvala i spoznaja da je suvremena masovna globalna komunikacijska mreža preplavljena raznolikim dezinformacijama i propagandističkim materijalima, dezinformacijski aspekt propagande postao je još izraženiji fokus u akademskom i medijskom diskursu. David Coady¹⁸ i Joshua Habgood-Coote¹⁹ u svojim kritičkim pregledima suvremenih istraživanja »lažnih vijesti« jasno pokazuju, međutim, da ta istraživanja pate od značajne

konceptualne zbrke. Moj fokus ovdje nije na dezinformacijama, pa stoga i neću detaljno ulaziti u raspravu vezanu uz dezinformacije. Međutim, napomenut ću da, s obzirom na značajnost poveznice između propagande i širenja laži u istraživačkoj literaturi u propagandi, buduća istraživanja institucijske epistemologije propagande moraju uzeti u obzir mogućnost da je tendencija lakog prenošenja dezinformacija potencijalno specifičan relevantan nedostatak propagande kao mehanizma za prikupljanje inteligencije.

»Grijesi« propagande, tradicionalno navođeni u istraživanjima, mogu biti svedeni na sljedeće četiri izjave:

- (1) Propaganda promovira rješenje umjesto sudjelovanja u »nepristranoj deliberaciji«.
- (2) Propaganda koristi heuristike, postojeća uvjerenja i »značajne simbole« grupa koje nastoji utjecati.
- (3) Propaganda može biti korištena za širenje »pogrešnih ideologija«.
- (4) Propaganda može biti korištena za širenje laži.

Sada ću ponuditi odgovore utemeljene na institucionalnoj epistemologiji za svaku od ovih optužbi.

2. 1. Propaganda promovira rješenje umjesto sudjelovanja u »nepristranoj deliberaciji«

Razmotrimo za početak sljedeći navod:

»Deliberativni stav možemo razlikovati od propagandističkog stava. Deliberacija implicira traženje rješenja nekog problematičnog pitanja bez želje da se unaprijed prejudicira određeno rješenje. Propagandist se primarno brine o tome kako će se određeno rješenje evocirati i 'na-

12

Harold D. Lasswell, »The Theory of Political Propaganda«, *The American Political Science Review* 21 (1927) 3, str. 627–631, doi: <https://doi.org/10.2307/1945515>.

13

Garth S. Jowett, Victoria J. O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, SAGE Publications, Los Angeles 2015.

14

Ibid., str. 7.

15

Materijali koji su normativni i neverbalni također mogu biti instruktivni, za razliku od propagandnih – mogu pokazati kako učiniti *X* kako bi se postiglo *Y*. U strogom smislu, čisto instruktivni materijali, iako normativni, u principu nisu sporni i stoga ne igraju ulogu u razmjeni eksplicitnih normi i razloga. Iako su svakako epistemički u smislu da se na njih oslanjamo za prosudbu, oni nisu epistemički doprinos koji se prikuplja mehanizmima za prikupljanje inteligencije. Postoji samo jedan način za sastavljanje IKEA-inog Billy-a. S druge strane, neki institucionalni instruktivni materijali također mogu biti takvi da je spor uglavnom nepotreban – prometni znakovi

mogu se smatrati takvim materijalima, s obzirom na to da nema stvarnog razloga za osporavanje tih pravila. Međutim, institucionalni instruktivni materijali mogu se smatrati propagandom ako se može ustanoviti nova norma i novi sustav normi umjesto postojećeg, pa bi se stoga postojeći mogao izložiti osporavanju.

16

Rachel McKinnon, »The Epistemology of Propaganda«, *Philosophy and Phenomenological Research* 96 (2018) 2, str. 483–489, doi: <https://doi.org/10.1111/phpr.12429>.

17

Jason Stanley, *How Propaganda Works*, Princeton University Press, New Jersey 2015.

18

David Coady, »The Trouble With 'Fake News'«, *Social Epistemology Review and Reply Collective* 8 (2019) 10, str. 40–52.

19

Joshua Habgood-Coote, »Stop talking about fake news!«, *Inquiry* 62 (2019) 9–10, str. 1033–1065, doi: <https://doi.org/10.1080/0020174x.2018.1508363>.

metnuti⁷. I iako najsuptilnija propaganda često podsjeća na nepristranu deliberaciju, nije teško razlikovati ekstremne primjere.«²⁰

Suprotno ovom opisu deliberacije, promoviranje rješenja ili snažno, i čak dogmatsko, zagovaranje određenog rješenja nije samo uobičajena praksa unutar bilo kojeg stvarnog deliberativnog procesa, već je i epistemički korisna praksa s gledišta institucijske epistemologije.

Jedna od ključnih distinkcija institucijske epistemologije leži u njezinoj temeljnoj predanosti epistemičkim koristima različitosti. I demokrati i liberali, dvije ključne škole u institucijskoj epistemologiji, dijele predanost različitosti kao minimalnom uvjetu epistemičke pouzdanosti. Institucijska epistemologija modelira potragu za znanjem pod uvjetima nesigurnosti (engl. *uncertainty*), teškoće (engl. *difficulty*) i složenosti (engl. *complexity*). Scott Page²¹ nudi jasnu i sažetu analizu tih triju pojmova. Prvo, kako Page ističe:

»Neizvjesnost postoji kada agent ne zna istinito stanje svijeta, kada ne razumije kako njezino djelovanje utječe na stanje svijeta, kada stanje svijeta može ovisiti o nepoznatim djelovanjima drugih agenata, ili kada ne razumije mapiranje između djelovanja drugih agenata i stanja svijeta.«²²

Što se tiče teškoće i složenosti, izraženih u rječniku modeliranja potrage za znanjem kao potrage problemskim krajolicima,²³ dok se

»... teški problem može smatrati traženjem najviše točke na neravnom krajoliku, u kompleksnom okruženju, krajolik se stalno mijenja. Djelovanja drugih agenata mijenjaju funkciju vrijednosti agenta, njezin krajolik. Kao i u teškim okruženjima, može doći do ovisnosti o putanji (engl. *path-dependence*). Još zanimljivije, potencijal za stalnu novost u kompleksnom prilagodljivom sustavu onemogućava usporedbe kroz vrijeme.«²⁴

Pod ovim ograničenjima, potraga po krajoliku problema koja odabire jednu strategiju vodi do suboptimalnog zaključavanja, dok paralelna potraga pod različitim strategijama omogućuje prepoznavanje suboptimalnih zaglavljivanja kao takvih, pružajući i najefikasniji pregled krajolika, potencijalno otkrivanje djelomičnih ili potpunih globalnih vrhova, te otkrivanje relevantnih ili globalnih dolina, kao i mogućnost otkrivanja novih strategija pri susretu različitih pronađenih strategija. Razlika između demokrata i liberala u institucionalnoj epistemologiji leži u razinama nesigurnosti, teškoće i složenosti u njihovim modelima prostora pretrage problema. Demokrati²⁵ koji istražuju *prolaznu* različitost u podjeli kognitivnog rada²⁶ modeliraju epistemičko okruženje pretrage kao nesigurno, teško i kompleksno, ali i takvo da *uključuje jedan globalni optimum koji može biti otkriven od strane agenata kao takav*. Liberali²⁷ modeliraju okruženje pretrage u kojem nesigurnost, teškoća i složenost dopuštaju u najboljem slučaju negativnu pouzdanost – prepoznavanje i reviziju pogreške, te stoga učenje – i koje, prema tome, zahtijevaju *održanu* različitost. U oba slučaja, međutim, epistemička vrijednost različitosti leži upravo u zaštiti normativnih zajednica koje slijede redundantne staze kroz epistemički krajolik.

»Nepriistrani deliberatori«, ako važu dokaze *na isti način i stoga nisu pristrani prema različitim rješenjima u skladu s različitim strategijama potrage za znanjem kroz kompleksni, neravni okoliš*, prema osnovnim uvidima institucijske epistemologije, skloni su prebrzo zaglaviti na suboptimalnom rješenju. Skup nepristranih deliberatora koji važu dokaze i razloge u nesigurnom, teškom i složenom prostoru potrage kroz jednostavnu optimizaciju – prema istom skupu normi – zaglaviti će u suboptimalnom zaključavanju. U neravnom okruženju, prekinut će pretragu na lošem lokalnom optimumu.

Primjerice, razmotrimo Zollmanov model u njegovu klasičnom radu o prolaznoj različitosti.²⁸ Zollman modelira znanstvenu zajednicu kao mrežu čvorova, pri čemu svaki igra dva automata koji proizvode istinu ili neistinu pri svakom povlačenju ručice. Cilj svakog čvora (agenta ili podskupine) jest učinkovito odrediti koji automat proizvodi više istine. U prvom skupu simulacija, Zollman nalazi da agenti koji racionalno ažuriraju svoja uvjerenja najbolje prolaze kada međusobno ne dijele informacije o svojim potezima na automatima. Kada otvoreno dijele informacije, prebrzo se zaglavljaju na suboptimalnoj opciji. Specifično, kada jedan automat proizvodi istinu na prvih nekoliko poteza, ta se informacija brzo širi mrežom i čini da drugi agenti prestanu igrati, oslanjajući se na inicijalne uspjehe tog automata. Međutim, ti inicijalni uspjesi rezultat su slučajnosti, a igrači nikada ne igraju dovoljno dugo da otkriju da drugi automat ima sveukupno bolju izvedbu. Problem je u tom modelu, međutim, taj što je ograničavanje komunikacije teško u stvarnom svijetu, pa stoga može nositi sa sobom i druge epistemčke nedostatke. U drugom skupu simulacija, Zollman je uveo promjenu u svoje agente – sada više nisu racionalno ažurirali svoja uvjerenja, već su imali određenu mjeru dogmatizma, koja je uvjetovala manju vjerojatnost da će agenti promijeniti svoja uvjerenja na temelju početnih dokaza za suprotno. U ovom modelu, mreže slobodne i otvorene komunikacije pokazale su se najboljima, jer je

20

H. D. Lasswell, »The Theory of Political Propaganda«, str. 628.

21

Scott E. Page, »Uncertainty, Difficulty, and Complexity«, *Journal of Theoretical Politics* 20 (2008) 2, str. 115–149, doi: <https://doi.org/10.1177/0951629807085815>.

22

Ibid., str. 122.

23

Modeliranje problemskih krajolika jedan je od temeljnih metodoloških alata institucijske epistemologije. Za detaljniji uvod u problemske krajolike vidjeti: Michael Weisberg, Ryan Muldoon, »Epistemic Landscapes and the Division of Cognitive Labour«, *Philosophy of Science* 76 (2009) 2, str. 225–252, doi: <https://doi.org/10.1086/644786>; Fred D'Agostino, »From Organization to Division of Cognitive Labor«, *Politics, Philosophy & Economics* 8 (2009) 1, str. 101–129, doi: <https://doi.org/10.1177/1470594x08098873>; Paul R. Smart, »Mandevillian Intelligence«, *Synthese* 195 (2018), str. 4169–4200, doi: <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1414-z>.

24

S. E. Page, »Uncertainty, Difficulty, and Complexity«, str. 119.

25

Usp. E. Anderson, »Epistemology of Democracy«; Jack Knight, James Johnson, *The Priority of Democracy. Political Consequences*

of Pragmatism, Princeton University Press, Princeton – Oxford 2012.; Hélène Landemore, *Open Democracy. Reinventing Popular Rule for the 21st Century*, Princeton University Press, Princeton 2020.

26

Usp. Hélène Landemore, Scott Page, »Deliberation and Disagreement: Problem Solving, Prediction, and Positive Dissensus«, *Politics, Philosophy & Economics* 14 (2015) 3, str. 229–254, doi: <https://doi.org/10.1177/1470594x14544284>; Connor Mayo-Wilson, Kevin J. S. Zollman, David Danks, »The Independence Thesis: When Individual and Social Epistemology Diverge«, *Philosophy of Science* 78 (2011) 4, str. 653–677, doi: <https://doi.org/10.1086/661777>; Kevin J. S. Zollman, »The Epistemic Benefit of Transient Diversity«, *Erkenntnis* 72 (2010) 1, str. 17–35, doi: <https://doi.org/10.1007/s10670-009-9194-6>.

27

Usp. F. D'Agostino, »From Organization to Division of Cognitive Labor«; Gerald Gaus, *Tyranny of the Ideal. Justice in a Diverse Society*, Princeton University Press, Princeton – Oxford 2016.

28

Usp. K. J. S. Zollman, »The Epistemic Benefit of Transient Diversity«.

u njima dogmatizam (umjesto ograničavanja komunikacije) očuvao raznolikost, štiteći grupu od suboptimalnog zaglavljivanja.

Stoga, nepristrani deliberatori, racionalno ažurirajući svoja uvjerenja u sustavu slobodne i otvorene komunikacije, teže zaglavljivanju u suboptimalnom zaključavanju. Sama po sebi, nepristranost je sumnjiva osobina koja implicira mogućnost neutralne pozicije u temeljno vrijednosno opterećenom političkom procesu. Sklon sam i argumentu da je svaka nominalna nepristranost u većini političkih procesa tek još jedna, samo skrivenija, ideologija. Međutim, ovaj argument ne ovisi o tome, već je ključno to da je nepristranost i prema najbenevolentnijoj interpretaciji (prema kojoj nepristranost definiramo kao samo svojstvo racionalnog ažuriranja uvjerenja o dvije opcije uz korištenje objektivnih i agentima dostupnih težina) epistemčki problematična jer vodi prebrzom prihvaćanju invazivne inferiornije teorije.

Jowett i O'Donnell u ovom kontekstu naglašavaju drugi način interpretacije »pristranosti«, kvalificirajući »crnu« propagandu kao onu koja, za razliku od uvjeravanja općenito, ima za cilj zadovoljenje interesa pošiljatelja poruke. Kao što ću kasnije napomenuti, u slučaju da pošiljatelj namjerno šalje lažnu poruku, taj propagandni čin možemo smatrati epistemčki nedopustivim. Međutim, zadovoljenje interesa pošiljatelja poruke ne mora nužno uključivati laž, već može uključivati niz različitih praksi uvjeravanja u korist normativne zajednice ili općenito pozicije koju pošiljatelj zastupa. Pošiljatelj je pritom odgovoran samo kao svoj praktični interes imati dobivanje drugih djelatnica »na svoju stranu«. Kako već spomenuta istraživanja o podjeli epistemčkog rada pokazuju, povećanje kvalitete kolektivnog epistemčkog performansa ne proizlazi iz individualne epistemčke vrline, već naprotiv, određena distribucija mana čuva relativno epistemčki inferioran ili redundantan doprinos ključno koristan za kolektivnu potragu za znanjem. Među ključnim otkrićima koja leže u temeljima institucijske epistemologije jest to da individualna dogmatična »loša oklada« ima kolektivnu epistemčku vrijednost. Međutim, u ovom je kontekstu dodatno informativan seminalni članka Philipa Kitchera²⁹ s kojim započinju istraživanja u podjeli kognitivnog rada, a u kojem Kitcher nudi argumentaciju da sebični motivi mogu doprinijeti kolektivnom epistemčkom uspjehu. Ugrubo, Kitcher pokazuje da je iz perspektive znanstvene zajednice kolektivno epistemčki racionalnije da se dio znanstvenika kladi (individualno epistemčki iracionalno) na teoriju koja se trenutačno smatra inferiornijom. Taj podskup znanstvenika, Kitcher naglašava, može biti vođen sebičnom ambicijom – ako se inferiorna teorija pokaže ispravnom, s obzirom na to da se manji broj znanstvenika kladio na nju, svaki će pojedinačni znanstvenik dobiti više zasluga. Međutim, postojanje te podskupine obilježene individualnom epistemčkom manom čuva različitost šire skupine te štiti od zaglavljivanja u suboptimalnom stanju. Stoga, čak niti dubiozne motivacije, ako ne uvjetuju laganje te u praksi doprinose dinamičnim procesima razmjene razloga pod pluralizmom, ne čine se relevantnima za epistemčku analizu propagande. Određeni propagandist može djelovati s praktičnim interesom uvjeravanja, u smislu da sama propagandistička djelovanja služe u svrhu uvjeravanja i razmjene razloga, a da pritom taj propagandist to radi iz nekih motivacija koje nisu isključivo vezane uz dolazak do znanja (recimo, propagandist se želi svidjeti svojoj skupini ili želi biti prepoznat kao najbolji propagandist od strane pripadnika te skupine). U kontekstu institucijske epistemologije, te dublje motivacije, čak i ako ih prepoznamo kao

individualne epistemičke mane, jednostavno služe čuvanju pluralizma i time štite kolektivnu epistemičku pouzdanost.³⁰

Šire gledano, razgovor sâm, u osnovnom smislu jezične verbalne komunikacije u svrhu epistemički korisne društvene deliberacije, ne zahtijeva nepristrane delibere. Naprotiv, grupe deliberatora koji imaju određeni interes i ulog donose bolje odluke zbog toga što taj interes i ulog služe kao dovoljan poticaj deliberatorima da prevladaju snažnu, raširenu i čestu tendenciju potiskivanja jedinstvenih informacija u procesima grupne deliberacije.³¹ Uz to, ključno, na razini deskripcije epistemičkih dinamika u stvarnom svijetu, razgovor uvijek uključuje pokušaje utjecaja na mišljenja drugih ljudi – uključuje ljude koji su predani određenoj normi i spremni preuzeti odgovornost za tu predanost, pa stoga drugima promoviraju svoju predanost kao ispravnu. U brojnim situacijama razgovora, ljudi pokušavaju uvjeriti jedni druge da su njihova rješenja i razlozi za njih valjani i imaju epistemičku vrijednost. Jowett i O'Donnell prepoznaju propagandu koja koristi istinite informacije kao »bijelu« propagandu i napominju da:

»Bijela propaganda vrlo je slična informativnoj komunikaciji. Informacije se prenose iz prepoznatljivog izvora, a informacije su točne. Razlika između bijele propagande i informativne komunikacije je u tome što bijela propaganda informira isključivo kako bi promovirala određenu ideologiju.«³²

Međutim, institucijska epistemologija ne treba smatrati informiranje u svrhu promoviranja određene normativne predanosti epistemički distorzivnom ili defektnom akcijom.

2. 2. *Propaganda koristi heuristike, postojeća uvjerenja i »značajne simbole« grupa na koje nastoji utjecati*

Propaganda se često kritizira jer oblikuje poruku na način koji čini primanje te poruke od strane specifičnog primatelja, kao i uvjerljivost te poruke specifičnom primatelju, vjerojatnijima. Korištenje heuristika, postojećih vjerovanja i simbola koji su značajni za zajednicu na koju želite utjecati³³ standardna je praksa u svakoj stvarnoj deliberativnoj praksi. Mi pokušavamo formulirati svoje razloge na način da slušatelj može prepoznati njihovu relevantnost.³⁴ Pretpostaviti da je takvo što epistemički korumpirana praksa nije samo opisno pogrešno, nego i *preskriptivno neodrživo* – u tijeku razmjene razloga, *trebali bismo međusobno komunicirati razloge na takav način da su ti razlozi relevantni strani koju pokušavamo uvjeriti*. Ako sam predan određenoj normi ili

29

Philip Kitcher, »The Division of Cognitive Labor«, *The Journal of Philosophy* 87 (1990) 1, str. 5–22, doi: <https://doi.org/10.2307/2026796>.

30

Individualne epistemičke mane i vrline koje rezultiraju suprotnim kolektivnim epistemičkim svojstvima također se nazivaju *mandevillijanske* vrline i mane – za seminalnu razradu koncepta vidjeti više u: Paul R. Smart, »Mandevillian Intelligence«, *Synthese* 195 (2018), str. 4169–4200, doi: <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1414-z>.

31

Više o tome vidjeti u: C. Sunstein, *Infotopia*; E. Ostrom, *Understanding Institutional Diversity*, posebno str. 263–265.

32

G. S. Jowett, V. J. O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, str. 36.

33

Usp. H. D. Lasswell, »The Theory of Political Propaganda«, str. 627.

34

Dan Sperber, Deirdre Wilson, *Relevance. Communication and Cognition*, Wiley-Blackwell, Malden 1995.

dijeljenju jedinstvenih informacija, kao što bih *trebao* biti, svakako sam investiran u njihovo širenje. Ako ne komuniciram razlog ili normu na način koji povećava šansu da bih mogao uvjeriti druge, smanjujem mogućnost širenja tih razloga i normi, ili čak već i samo uključivanje tih razloga i normi u društvene deliberativne procese. Štoviše, smanjujem i mogućnost da drugi ispituju i vrednuju te norme i razloge, a time onemogućavam i procjenu epistemičke vrijednosti tog razloga i te norme. Stoga, *ne koristiti heuristike, vjerovanja i simbole koji bi mogli ojačati vaš signal u razmjeni eksplicitnih normi može se smatrati epistemičkom distorzijom*, jer smanjuje relevantnost vašeg doprinosa vašim sugovornicima ili slušateljima i time smanjuje vjerojatnost da će norme koje smatrate ispravnima biti usvojene od strane drugih. Argument je još jači ako je riječ o problemskom okolišu koji modeliraju demokrati u institucijskoj epistemologiji, gdje unatoč nesigurnosti, težini, kompleksnosti možemo otkriti globalni optimum. Ako je vaša norma zapravo ispravna, i ako ste otkrili optimalnu normu iz aspekta Razuma-kao-takvog, *efektivno biste štetili kolektivnom epistemičkom rezultatu ako biste je komunicirali na način da je manje vjerojatno da će dospjeti do drugih ljudi*.

2. 3. *Propaganda može biti korištena za širenje »pogrešnih ideologija«*

Ovaj je »griješ« propagande trivijalan jer je širenje »pogrešnog« uvjerenja ili norme »griješ« svih mehanizama prikupljanja inteligencije, inače bi svi pojedinačni doprinosi kroz razgovor, glasovanje i cijene, uvijek i nužno pridonosili značajnu epistemičku korist. To nije slučaj jer nisu svi pojedinačni doprinosi uvijek »ispravni«, već se sastoje od najboljih nagađanja i pretpostavki određenih epistemičkih ograničenih pojedinaca. Institucijska epistemologija utemeljena je na fundamentalnom podrazumijevanju da se potraga za znanjem odvija pod epistemički suboptimalnim uvjetima. Ljudi nemaju dovoljno dokaza, imaju ograničene ili pogrešne konceptualne resurse, čine greške i pogreške (sistematske pogreške) pri zaključivanju, teže očuvanju suboptimalnih strategija u potrazi za znanjem, i ne mogu predvidjeti budućnost.³⁵ Grupe formirane od pojedinaca koji slijede dovoljno slične norme u potrazi za znanjem, ili »normativne zajednice«, mogu čuvati epistemički suboptimalne norme iz raznih razloga. Kako je Friedrich A. Hayek, jedan od utemeljitelja suvremene institucijske epistemologije,³⁶ već prepoznao, ljudi su »konstitutivno«³⁷ epistemički suboptimalni. Njihovi epistemički doprinosi kroz razgovor, glasovanje i cijene epistemičke su »oklade«³⁸ – epistemičke radnje pod uvjetima epistemičke suboptimalnosti. Svrha je institucijske epistemologije ponuditi rješenja za stvarne neidealne uvjete, osmišljavajući snažan »imunološki sustav«³⁹ i »metabolizam pogrešaka«,⁴⁰ pri čemu se kao minimalan uvjet za iste, kao što sam ranije napomenuo, nameće različitost, tj. razumijevanje da se samo kroz razmjenu i natjecanje među *različitim* normativnim, informacijskim i interpretativnim doprinosima može povećati kvaliteta ukupne epistemičke izvedbe populacije.⁴¹ Pritom je epistemička vrijednost univerzalne inkluzije u tome što ista robusno čuva različitost doprinosa.⁴²

Propaganda je stoga jasno epistemički distorzivna ako je dopuštena samo nekolicini, a posebno ako je dopuštena samo društveno privilegiranim ili »vladajućima«, kako pravilno prepoznaje i detaljno istražuje Stanley.⁴³ U tom slučaju, centralizacija je očito suprotnost prikupljanju inteligencije, dok »pogrešna« ideologija koja se širi putem centralizirane propagande postaje ozbiljna prijetnja potrazi za znanjem. Međutim, u nedostatku takve centrali-

zacije, propagiranje »pogrešnih« ideologija svodi se na loše oklade, a s obzirom na konstitutivnu epistemičku suboptimalnost ljudi i grupa, očekuje se da svi mogući mehanizmi prikupljanja inteligencije obiluju lošim okladama.

Može se, međutim, legitimno tvrditi da čak i unutar zaštite različitosti loših oklada, određene *posebno loše* oklade, osim što su osuđene i osporavane, trebaju biti i zabranjene. Dok je rasprava o posebno lošim okladama relevantna za institucijsku epistemologiju pluralizma, u ovom joj se članku nisam u prilici detaljnije posvetiti. Međutim, moguće je odmah naglasiti paradigmatički primjer posebno loše oklade u pluralizmu – riječ je o onoj okladi koja direktno prijeti rušenjem pluralističkog društva (dakle ne samo razrješenjem pluralizma u kontekstu određenog problema, što je implicirano svakom okladom na neko rješenje, već rušenjem pluralističkog sustava rješavanja problema uopće) i samim time rušenjem minimalnih uvjeta epistemičke pouzdanosti. Stoga, primjerice, fašizam je epistemički nedopustiva oklada.

Međutim, ovdje je ključna tvrdnja da je, s obzirom na konstitutivnu epistemičku suboptimalnost svih epistemičkih agenata, isključivanje svih »obično« loših oklada nerazumna pretpostavka.

2. 4. Propaganda može biti korištena za širenje laži

Jowett i O'Donnell prepoznaju propagandu koja je namjerno stvorena za širenje laži i dezinformacija kao »crnu« propagandu, dok onu koja je stvorena za širenje sadržaja koji su namjerno nejasni ili imaju sumnjiv i dubiozan odnos s istinom prepoznaju kao »sivu« propagandu.⁴⁴ Namjerno širenje dezinformacija kroz populaciju legitiman je problem. Važno je, međutim, napomenuti da svi mehanizmi prikupljanja inteligencije mogu širiti laži. Razgovor ne podrazumijeva idealne uvjete,⁴⁵ cijene mogu lagati, a glasovi se mogu kupiti.

35

Usp. Marko-Luka Zubčić, »Ignorance, norms and instrumental pluralism: Hayekian institutional epistemology«, *Synthese* 198 (2021) 6, str. 5529–5545, doi: <https://doi.org/10.1007/s11229-019-02420-5>.

36

Usp. E. Anderson, »The Epistemology of Democracy«; Peter Boettke, Vlad Tarko, Paul Dragos Aligica, »Why Hayek Matters: The Epistemic Dimension of Comparative Institutional Analysis«, u: Peter Boettke, Virgil Henry Storr (ur.), *Revisiting Hayek's Political Economy*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley 2017., str. 163–185.

37

Više o tome vidjeti u: Friedrich von Hayek, »Coping With Ignorance«, *Imprimis* 7 (1978) 7, str. 1–6, ovdje str. 5.

38

Više o tome vidjeti u: Ryan Muldoon, Michael Weisberg, »Robustness and Idealization in Models of Cognitive Labor«, *Synthese* 183 (2011) 2, str. 161–174, doi: <https://doi.org/10.1007/s11229-010-9757-8>.

39

Usp. M. Fricker, »Epistemic Contribution as a Central Human Capability«.

40

Usp. William Wimsatt, *Re-engineering Philosophy for Limited Beings. Piecewise Approximations of Reality*, Harvard University Press, Cambridge (MA) 2007.

41

Usp. F. D'Agostino, »From Organization to Division of Cognitive Labor«; G. Gaus, *Tyranny of the Ideal*; H. Landemore, *Open Democracy*; Scott Page, *The Difference. How the Power of Diversity Creates Better Groups, Schools, Firms, and Societies*, Princeton University Press, Princeton 2008.

42

Usp. H. Landemore, *Open Democracy*.

43

Usp. J. Stanley, *How Propaganda Works*.

44

Usp. G. S. Jowett, V. J. O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, str. 21–31.

45

Usp. C. Sunstein, *Infotopia*; R. McKenna, *Non-ideal Epistemology*.

Međutim, čini se da je propaganda na neki način snažno definirana svojom sposobnošću širenja i pojačavanja laži – ovo je značajka koja je previše povezana s propagandom kroz povijest misli da bi se njezina važnost olako umanjila. U tom slučaju, moguće je prepoznati da svaki mehanizmi prikupljanja inteligencije imaju svoju specifičnu relevantnu manu. Na primjer, deliberacija obično potiskuje neslaganje i jedinstvene informacije. Cijene imaju tendenciju biti namještene pod određenim razinama nejednakosti. Propaganda ima tendenciju širiti dezinformacije i »lažno oglašavati«. Međutim, njihove mane ne iscrpljuju razumijevanje mehanizama za prikupljanje inteligencije – to su značajke koje treba uzeti u obzir i popraviti boljim dizajnom sustava, prijetnje koje treba ukloniti.

Međutim, vrijedi ovdje dodati jednu napomenu. Naime, dok je prepoznavanje i isključivanje laži iz kolektivnih epistemičkih dinamika ključni zadatak epistemičkog sustava, od iznimne je važnosti u našoj epistemološkoj analizi s oprezom pristupiti određenim *ekspresivnim* činovima te ne miješati takve signale normativne privrženosti putem imaginativnih i simboličkih sadržaja s namjernim lažima u svrhu manipulacije i, jednostavno, obmanjivanja. Rad Neila Levyja⁴⁶ po ovom je pitanju od posebne važnosti. Levy, kao i niz drugih, već spomenutih filozofa, ispuhuje suvremenu epistemičku paniku vezanu uz »post-istinu«, »lažne vijesti« i »teorije zavjere«, nudeći detaljnu analizu koja značajan segment prihvaćanja i širenja loših i bizarnih vjerovanja prepoznaje kao činove izražavanja političke pripadnosti, kao i činove izražavanja povjerenja prema određenim autoritetima (i time izražavanja *nepovjerenja* prema drugim, često službenim, autoritetima), a ne činove izražavanja iskrenih vjerovanja koja ciljaju na utvrđivanje činjenica. Fokus ovog članka ne dopušta detaljniju analizu ove teme, koja zaslužuje značajnu pažnju i sofisticiranu razradu. Međutim, smatram vrijednim naglasiti da daljnje istraživanje propagande treba oprezno razlikovati: (a) namjerno, i posebice organizirano, širenje laži u svrhu obmanjivanja, manipulacije, zadovoljavanja skrivenih interesa te, posebice, promocije anti-pluralističkih, anti-epistemičkih ideologija, od (b) političke i društvene ekspresije normativne pripadnosti putem dijeljenja kolektivnih imaginarija i narativa, među kojima su uključeni i neki koji nalikuju iskazima o činjenicama, ali nemaju funkciju iskaza o činjenicama.

Zaključno, četiri se moguća »grijeha« propagande pod kritičkim ispitivanjem uz pomoć konceptualnih resursa institucijske epistemologije pokazuju kao neodržive pretpostavke. Značajke su propaganda povezane s tim »griješima« ili *epistemički korisne*, kada se propaganda koristi za promicanje određenog rješenja na način koji je relevantan za specifičnu publiku, ili *trivijalne*, kada se propaganda koristi za širenje pogrešnih uvjerenja i normi ili laži.

3. Propaganda zadovoljava kriterije da bude smatrana mehanizmom za prikupljanje inteligencije

Mehanizmi prikupljanja kolektivne inteligencije, kao što je već napomenuto, omogućavaju da se epistemički doprinos pojedinaca i grupa signalizira i koristi od strane različitih pojedinaca i grupa u svrhu kolektivnih epistemičkih ciljeva i koristi. Kriteriji za to da određenu praksu prepoznamo kao mehanizam prikupljanja inteligencije mogu se razložiti u četiri izjave:

- (1) Mehanizam prikupljanja inteligencije mora učiniti poznatima vjerovanja normativnih zajednica o tome što je zajednički problem.

- (2) Mehanizam prikupljanja inteligencije mora učiniti poznatima specifična vjerovanja normativnih zajednica o identificiranom zajedničkom problemu (što misle ili znaju o zajedničkom problemu).
- (3) Mehanizam prikupljanja inteligencije mora omogućiti komunikaciju između različitih normativnih zajednica.
- (4) Mehanizam prikupljanja inteligencije mora doprinijeti potrazi za znanjem.

Propaganda zadovoljava ove kriterije. Razmotrimo ih redom.

Prvo, mehanizam prikupljanja inteligencije mora učiniti poznatima vjerovanja normativnih zajednica o tome što je zajednički problem. Razgovor pomaže u razjašnjavanju međusobnog zajedničkog razumijevanja problema. Glasovi su *za* ili *protiv* eksplicitne propozicije. Cijene se odnose na specifičnu robu. Isto tako, propaganda daje do znanja o čemu je riječ. Trenutačna vlada ponaša se nepravedno. Dobar san važan je za vaše zdravlje.

Drugo, mehanizam prikupljanja kolektivne inteligencije mora učiniti poznatima vjerovanja normativnih zajednica o zajedničkom problemu. Razgovor je namijenjen izvlačenju razloga i jedinstvenih informacija od strane svih uključenih – čak i kada to ne uspije. Glasovi daju do znanja što svi uključeni misle o propoziciji u pitanju, tj. koje su im preference vezane uz određenu propoziciju. Cijene signaliziraju komprimirano kompleksno znanje o robi ili usluzi.

Slično tome, kroz propagandu stranke opozicije koje sudjeluju na izborima za parlament daju do znanja svoja vjerovanja o tome na koji način je trenutačna vlada nepravedna i što treba učiniti u vezi s tim. Različiti poslovni subjekti tvrde putem propagande da će njihovi jastuci poboljšati vaš san.

Treće, mehanizam prikupljanja kolektivne inteligencije mora omogućiti komunikaciju između zajednica. Mehanizmi prikupljanja inteligencije trebali bi moći prenijeti poruku preko velikih i kompleksnih populacija između normativnih zajednica koje nemaju zajednički skup normi, već samo osnovni minimum normi potrebnih za bilo kakvu mogućnost suradnje, natjecanja i suživota. Demokrati i liberali u institucijskoj epistemologiji razlikovat će se po tome je li i kakva je normativna konvergencija potrebna za epistemičku pouzdanost institucijskog sustava pod različitim modelima nesigurnosti, teškoće i složenosti prostora potrage za znanjem, ali se slažu da je relevantna razina normativne različitosti minimalni uvjet epistemičke pouzdanosti bilo kojeg institucijskog sustava. Propaganda je, također, djelovanje usko vezano uz cilj signaliziranja preko normativnih različitosti – propagandni čin trebao bi uvjeriti one koji su ravnodušni ili neprijateljski nastrojani prema određenoj normi ili vrijednosti da promijene svoje mišljenje.

»Problem propagandista je intenziviranje stavova koji su povoljni za njegovu svrhu, preokretanje stavova koji su mu neprijateljski nastrojani, privlačenje ravnodušnih ili, u najgorem slučaju, sprečavanje da se oni postave neprijateljski.«⁴⁷

Vrijedi naglasiti da u ovom tekstu propagandu prvenstveno predstavljam kao element u *razmjeni* razloga. Moguća je primjedba ovoj formulaciji da propaganda zapravo funkcioniše kao *prijenos* normi i razloga, tj. da uključuje jed-

46

Neil Levy, »It's Our Epistemic Environment, Not Our Attitude Toward Truth, That Matters«, *Critical Review* 35 (2023) 1–2, str. 94–111, doi: <https://doi.org/10.1080/08913811.2022.2149108>.

47

H. D. Lasswell, »The Theory of Political Propaganda«, str. 629.

nosmjernu komunikaciju od pošiljaoca do primaoca. Međutim, smatram da je formulacija propagande kao elementa u razmjeni primjerenija iz barem dvaju razloga. Prvo, moj je fokus ovdje na normativno složenim populacijama u kojima se odvija određeno *nadmetanje propagandi, kao i nadmetanje propagandi i diskurzivnih, deliberativnih činova*. Stoga, iako se određeni skup propagandnih aktivnosti može opisati kao jednosmjerni prijenos (u slučajevima u kojima propaganda jednostavno uvjeri određene agente na pripadnost nekoj normativnoj zajednici), taj skup ne iscrpljuje sve relevantne dinamike vezane uz propagandu, koje uključuju i proces nadmetanja između različitih propagandi, kao i nadmetanja između propagandnih aktivnosti i drugih deliberativnih djelovanja (primjerice, situacije javne deliberacije »u divljini« u kojima se razloge sadržane u propagandnim materijalima izlaže kritičkim analizama ili izaziva jedinstvenim informacijama dostupnima zahvaljujući određenim društvenim pozicijama). Ukratko, propaganda funkcionira kao svi ostali deliberativni procesi – u određenim će situacijama neki *dani* razlozi jednostavno uvjeriti određene djelatnice i one *neće tražiti* dodatne razloge, dane razloge preispitivati ili izazvati alternativnim razlozima, te u tim situacijama razmjena *nalikuje* prijenosu. Međutim, iz systemske perspektive, ti su slučajevi tek podskup širih dinamika razmjene, tj. procesa traženja i davanja, razloga. Drugo, propaganda je primarno proces uvjeravanja, što zahtijeva aktivno sudjelovanje primaoca poruke. Stoga, čak i kada je primatelj uvjeren određenim propagandnim materijalima, to nije čin tek primanja poruke – već *prihvatanja* razloga i normi. Razmjena je ovdje, provizorno, dovršena, i zbog toga, opet, može biti zamišljena kao prijenos. Međutim, takva bi formulacija »zamaskirala« pravu narav tog procesa, koji je proces razmjene koji u nekim situacijama uključujuće i uspješno uvjeravanje, u kojem razmjena kolabira u pridruživanje određenoj normativnoj zajednici.

Četvrto, mehanizam prikupljanja inteligencije mora doprinijeti potrazi za znanjem. Propaganda služi prenošenju političkih ili komercijalnih poruka s ciljem uvjeravanja. Ukoliko političke i ekonomske procese ne smatramo potragom za znanjem, utoliko nijedan drugi mehanizam za prikupljanje inteligencije također ne možemo opravdati – razgovor i glasovanje tradicionalno su vezani uz političke procese kao epistemičke procese, dok su cijene tradicionalno vezane uz tržišne procese kao epistemičke procese. Međutim, ako političke i tržišne procese smatramo epistemičkim procesima,⁴⁸ kao što to smatra institucijska epistemologija, tada propaganda sudjeluje u potrazi za znanjem u istom smislu u kojem to rade ostali mehanizmi za prikupljanje inteligencije.

Ukratko, propaganda nije reducibilna na epistemičke ili etičke optužbe koje su najčešće korištene da bi se opisala, a može se smatrati mehanizmom prikupljanja inteligencije pod ovim četirima kriterijima. Distribuirana kolektivna inteligencija može se iskoristiti putem propagande jer propaganda služi kao signal doprinosa o relevantnoj temi koji može putovati među dalekim normativnim zajednicama i doprinijeti potrazi za znanjem. U sljedećem, posljednjem dijelu, tvrdit ću da je distinktivno svojstvo propagande među mehanizmima prikupljanja inteligencije to što ona omogućava razmjenu eksplicitnih normi i razloga za njih pomoću neverbalnih sredstava.

4. Propaganda djelomično potpada pod razgovor, a djelomično je distinktivna zbog svoje neverbalne prirode

Bilo bi teško prepoznati specifičnu i preciznu razliku između propagande i razgovora općenito iz prethodnih dijelova ovog članka, osim u detaljima vezanima uz njihove specifične relevantne nedostatke kojih sam se kratko dotaknuo. U ovom posljednjem dijelu članka, fokusirat ću se na aspekte propagande koji je razlikuju od razgovora.

Propaganda je slična razgovoru jer uključuje razmjenu eksplicitnih normi i razloga za njih. Čin propagande, kao i u ostalim slučajevima razgovora, jest čin preuzimanja odgovornosti za upotrebu i uspjeh određene norme ili normativnog sklopa. Stoga, propaganda za »pogrešnu« ideologiju jest čin preuzimanja odgovornosti za tu »pogrešnu« ideologiju.

Međutim, propaganda se razlikuje od razgovora jer uključuje neverbalne činove razmjene eksplicitnih normi i razloga za njih. Budući da nisu verbalno artikulirani, što je svojevrsna implicitna pretpostavka u razumijevanju izmjene razloga, neverbalno prenošeni razlozi mogli bi biti smatrani nužno implicitnima. Međutim, institucijska epistemologija ne mora smatrati verbalno izvedeni doprinos jedinim sastojkom u razmjeni eksplicitnih normi i razloga za njih u velikoj i normativno kompleksnoj populaciji.

Najočiglednije, slike mogu eksplicirati norme i davati razloge. Čitavi normativni sustavi mogu biti komunicirani vizualno – kroz simbole pripadnosti određenoj normativnoj zajednici, kao i kroz vizualne reprezentacije vrijednosti koje su implicirane pripadnošću određenoj normativnoj zajednici. Estetika komunicira norme, ali i daje razloge. Kroz estetiku i neverbalne znakove, propaganda *uvjerava* privlačnošću normativnih obaveza ili odbojnošću odbijanja normativnih obaveza, kao i odbojnošću suprotnih normativnih sklopova. Primjerice, propaganda za ekološke politike može koristiti vizualne reprezentacije uspjeha u tranziciji na obnovljive izvore energije i održive ekonomske i tehnološke procese, kao što može koristiti i vizualne reprezentacije neuspjeha u istome te prikazivati svijet kakav će izgledati ako svjetske vlade ne donesu relevantne zakone i javne politike. S jedne strane, dobar razlog za podržavanje »zelenih« politika može biti to što ćemo imati čisti zrak i vodu, kvalitetnu hranu, manje konflikta i bogatiju prirodu, dok s druge strane, dobar razlog za podržavanje »zelenih« politika može biti i to da ćemo time izbjeći značajna pogoršanja u kvaliteti zraka i vode, pad u kvaliteti i kvantiteti hrane, te povećanje društvenih konflikta i ekstremnih vremenskih nepogoda. Sve od navedenog može se vrlo jasno i vrlo efektno komunicirati vizualnim sredstvima. Dapače, u određenim slučajevima, čini se razumno pretpostaviti da vizualna sredstva imaju čak snažniji efekt od verbalnih. U svakom slučaju, međutim,

48

Ovdje je bitno naglasiti da epistemički procesi mogu uključivati nesumjerljivu nerazriješenost, tj. da prepoznavanje određenog procesa kao epistemičkog ne ovisi isključivo o tome je li taj proces može dostići (ili otkriti) globalni optimum, tj. rješenje problema ili istinu. Kao što je napomenuto, liberali u institucijskoj epistemologiji modeliraju prostor potrage za znanjem tako da je moguće distribuirano i kolektivno učenje kroz negativnu pouzdanost,

ali bez otkrivanja jedinstvenog globalnog optimuma. Kod liberala, politički i tržišni procesi instanciraju takav tip epistemičkog problema. Kod demokrata, kao što je napomenuto, potraga nesigurnim, teškim i složenim krajolicima ipak može (pod određenim uvjetima) dovesti do otkrića globalnog optimuma, pri čemu inicijalna različitost kolabira u konvergenciji evaluativnih standarda.

ono što je nama ovdje bitno jest to da neverbalna sredstva mogu eksplicitno komunicirati i norme i razloge za njih.

Dok je eksplicitna simbolika vrlo očigledna oznaka pripadnosti normativnoj zajednici, širi estetski kod često služi kao propagandni alat za davanje razloga. Primjerice, u »Fascinating Fascism«, njezinom poznatom eseju o radu Leni Riefenstahl, Susan Sontag u Riefenstahlinoj fotografskoj knjizi *The Last of the Nuba*, unatoč fokusu na stanovnike Južnog Sudana, prepoznaje eksplicitnu nacističku propagandnu motiviku.

The Last of the Nuba govori o primitivističkom idealu: portretu ljudi koji žive u čistom skladu sa svojom okolinom, netaknuti »civilizacijom«. Sva četiri Riefenstahlina naručena nacistička filma – bilo o partijskim kongresima, bilo Wehrmachtu ili sportašima – slave ponovno rođenje tijela i zajednice, posredovano obožavanjem neodoljivog vođe. Alpske fikcije priče su o čežnji za visokim mjestima, o izazovu i iskušenju elementarnog, primitivnog; oni govore o vrtoglavi pred moći koju simbolizira veličanstvenost i ljepota planina. Nacistički filmovi su epovi postignute zajednice, u kojima se svakodnevnost stvarnost nadilazi ekstatičnom samokontrolom i pokornošću; oni su o trijumfu moći. A *The Last of the Nuba*, elegija za uskoro ugašenom ljepotom i mističnim moćima primitivnog naroda koje Riefenstahl naziva »svojim usvojenim narodom«, treća je u njezinu triptihu fašističkih vizuala.⁴⁹

Estetski izbori ovdje konstituiraju znakove koji komuniciraju normativnu privrženost i razloge. Fašistička ideologija promovirana je kroz vrijednosti koje autorica smatra privlačnima i samim time dobrim razlozima za prigrliti fašizam – fantazije o čistoći, primitivnosti, sublimnosti i ekstazi pokornosti elementi su ideologije koji služe kao eksplicitni razlozi tijekom njezine promocije. U suvremenim terminima, lako je prepoznati slične estetsko-semiotičke sklopove u propagandi kroz neofašističke memove, gdje nalazimo bijele obitelji u kojima se majka igra s djecom, a otac sječe drva, u pastoralnim scenama njihovog imanja na kojem uzgajaju vlastitu hranu, neovisni i odsječeni od kompleksne, pluralističke civilizacije.

Kao što je ranije bilo napomenuto vezano uz »posebno loše oklade«, iz perspektive institucijske epistemologije, ideologije koje kao primaran i direktan cilj imaju razvoj anti-pluralističkih institucijskih sustava fundamentalno ne sudjeluju u potrazi za znanjem. Utoliko primjer rada Leni Riefenstahl ne možemo uzeti kao primjer legitimne epistemičke oklade. Međutim, to isključivanje nije utemeljeno na propagandističkoj formi prenošenja poruke, već na sadržaju poruke. Izvanredna analiza Susan Sontag mi ovdje služi za razjašnjenje same propagandističke forme, tj. za kratku ilustraciju kako širi estetski kod može služiti kao propagandni alat za davanje razloga. Međutim, sama poruka diskvalificira Riefenstahlinu propagandu iz potrage za znanjem. Drugim riječima, fašistička propaganda ne sudjeluje u potrazi za znanjem zato što je fašistička, a ne zato što je propaganda.

Zaključno, dakle, propaganda je relevantno definirana djelovanjem kroz neverbalna sredstva. Iako razgovor svakako služi utjecaju i uvjeravanju, neverbalna razmjena eksplicitnih normi i razloga za njih čini se kao poseban tip epistemičkog doprinosa koji se ne uzima u obzir u tipologiji razgovora, glasovanja i cijena kao mehanizama za prikupljanje inteligencije. Ni glasovi ni cijene nisu (relevantno) verbalni činovi, ali također ne signaliziraju eksplicitne norme niti razloge – glasovi signaliziraju razinu preferencije za ili povjerenje u rješenje, a cijene signaliziraju jedinstvene informacije i promjene u lokalnim okolnostima. Oboje su izvedeni iz normi i razloga, a mogu

se koristiti kao norme i razlozi nakon što su prikupljeni – međutim, razgovor je jedini mehanizam za prikupljanje inteligencije potpuno posvećen tome da čini norme eksplicitnima, kao i davanju i traženju razloga za slijeđenje tih normi. Neverbalni je aspekt ove razmjene u značajnom smislu zadatak propagande.

Pritom, valja naglasiti da ovo razumijevanje propagande nije u konfliktu s potencijalnom teorijskom stipulacijom (reprezentativnom primjerice za brandomijansko razumijevanje razvoja epistemičke djelatnice) da su naši neverbalni, simbolički i, šire, estetski komunikacijski činovi *utemeljeni* u našim diskurzivnim sposobnostima. Moj je fokus ovdje isključivo na samom »prometu« razloga putem neverbalnih komunikacijskih činova, te ne ulazim u raspravu o utemeljenju sposobnosti za sudjelovanje u tom »prometu«. Međutim, iako ne ulazim u tu raspravu, bitno je naglasiti da bih u toj raspravi bio sklon poziciji koja tvrdi da je sama, ili općenita, sposobnost oblikovanja i izmjene razloga ovisna prvenstveno o verbalnoj diskurzivnoj praksi unutar referentne zajednice. Moj je cilj u ovom članku, međutim, bio naglasiti da čak i tako utemeljena izmjena razloga neverbalnim sredstvima u svrhu uvjeravanja i promocije određenih normi i vrijednosti zaslužuje biti smatrana epistemički legitimnim mehanizmom za prikupljanje inteligencije i izmjenu razloga. Također, dodatan je cilj ovim člankom pozvati na daljnji istraživački fokus na upravo taj dio »prometa« razloga koji se formulira u neverbalnim, simboličkim i estetskim sadržajima te odvija putem neverbalnih komunikacijskih činova.

Propaganda počiva na uvjeravanju pomoću značajnih simbola, a ponekad se ti simboli mogu artikulirati riječima. Kada je riječ o propagandni verbalnim sredstvima, ta propaganda potpada pod razgovor. Ali kako Lasswell prepoznaje, »(f)orma kroz koju se značajni simboli artikuliraju kako bi dosegнули javnost može biti usmena, pisana, slikovita ili glazbena, a broj je nositelja podražaja beskonačan«. ⁵⁰ Slike, zvukovi i izvedbe korišteni u svrhe uvjeravanja bitna su oruđa u našoj kolektivnoj potrazi za znanjem.

5. Zaključak

Propaganda gubi svoju epistemičku ulogu kada služi za prenošenje anti-epistemičkih ideologija te kada služi za prenošenje laži i skrivanja relevantnih informacija. Međutim, propaganda kao forma verbalnog i neverbalnog komuniciranja normi i razloga u svrhu uvjeravanja može služiti i često služi epistemičkoj svrsi. Napuštanje pozicije da je propaganda isključivo epistemički detrimentalan društveni fenomen, te samim time i suzdržavanje od svojevršne epistemičke panike pri suočavanju s neidealnim procesima razmjene normi i razloga u stvarnom svijetu, omogućava nam bogatije, dublje i iscrpnije razumijevanje naše kolektivne epistemičke situacije i naših kolektivnih epistemičkih kapaciteta. Nadalje, proučavanje propagande kao formalno epistemički neutralnog fenomena omogućava nam temeljitiju analizu, usporedbu i procjenu propagandnih materijala i procesa, primarno na temelju toga da li propagandni čin služi za prenošenje epistemički relevantnih (iako potencijalno loših) oklada ili za prenošenje laži i epistemički detrimentalnih oblika

promicanja anti-epistemičkih ideologija, posebice kada su iste promovirane iz pozicije (djelomične, ali relevantne ili u bitnom smislu potpune) društvene ili ekonomske moći. Naposljetku, možda i najvažnije, ova analiza služi za »čišćenje terena« u institucijskoj epistemologiji te uspostavljanje osnovne argumentacije za razmatranje propagande kao mehanizma za prikupljanje inteligencije. Stoga, ovaj članak postavlja osnove koje omogućavaju daljnja istraživanja o neverbalnoj razmjeni eksplicitnih normi i razloga u temeljnoj i primijenjenoj institucijskoj epistemologiji. Uključivanje propagande među mehanizme za prikupljanje inteligencije pomoći će nam razviti sveobuhvatnije razumijevanje složene prirode naše potrage za znanjem – razumijevanje koje nam je prijeko potrebno ako želimo naučiti na koje načine možemo poboljšati uvjete naše potrage za znanjem.

Marko-Luka Zubčić

Institutional Epistemology of Propaganda

Abstract

The paper argues that propaganda defined as non-verbal exchange of explicit norms and reasons should be understood as a mechanism for harvesting collective intelligence in institutional epistemology, along with votes, talk and prices. Firstly, it is argued that propaganda has been misleadingly defined as exclusively a malign social phenomenon – it is shown that all of its usual “sins” are either trivial or epistemically beneficial from the standpoint of institutional epistemology. Secondly, it is shown that propaganda fits the criteria which need to be satisfied to consider something a collective intelligence harvest mechanism. Thirdly, propaganda is investigated as similar to talk inasmuch as its primary epistemic task is making norms explicit and reasons available, and different from talk because it involves non-verbal means of communication. Non-verbal exchange of explicit norms and reasons for purposes of persuasion is a fundamental resource in any population and governance of knowledge, and should be regarded as a distinct feature of propaganda as an intelligence harvest mechanism.

Keywords

propaganda, collective intelligence, institutional epistemology, norms, deliberation