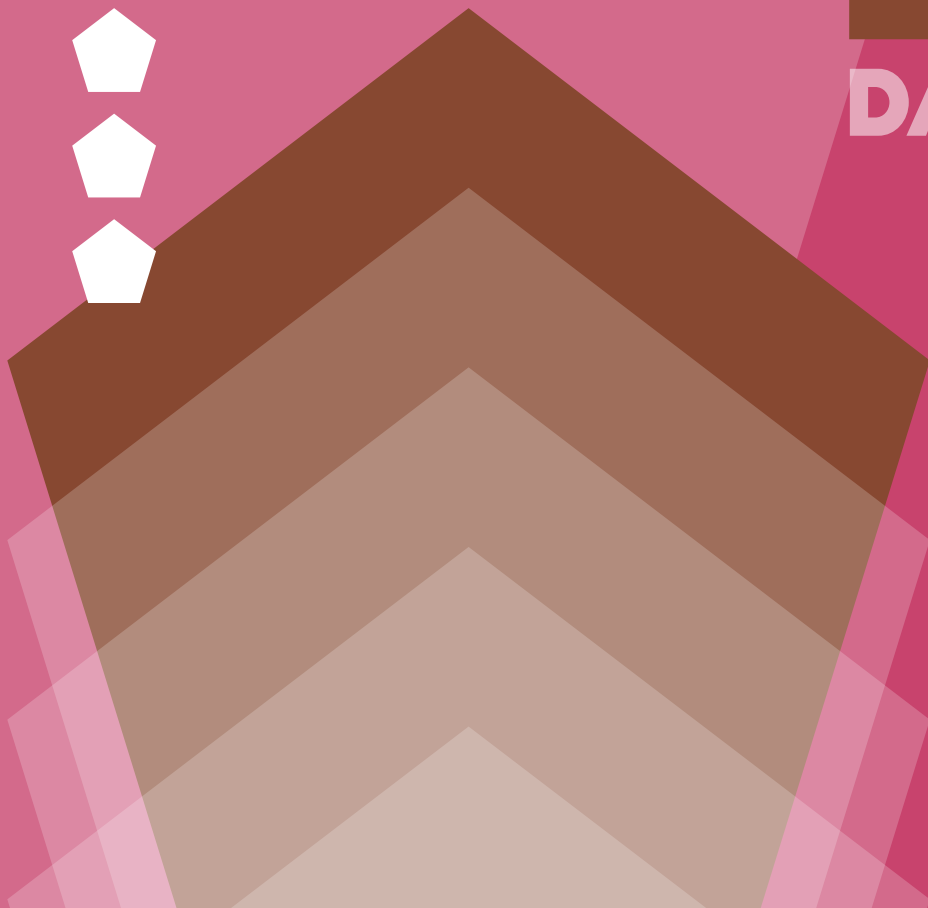




# 14

DALIS

**PROPAGANDA:  
KUR SLYPI  
REALYBĒ?**



## TEMOS AKTUALUMAS

Propaganda nėra laikomi atsitiktiniais įtikinėjimais, su kuriais susiduriame kasdienėse situacijose, propaganda yra organizuota, institucionalizuota įtikinėjimo forma, kuri siekia ne tik įtikinti, bet ir formuoti žmogaus įsitikinimus. Komercinė reklama, viešieji ryšiai, partijų, vyriausybės ar parlamento pastangos komunikacijos priemonėmis veikti piliečius gali būti laikomi propaganda.

Išaugus ir intensyvėjant užsienio šalių informaciniam puolimui prieš Baltijos šalis, savigyna nuo destruktivaus įtikinėjimo tapo svarbia suvereniteto dalimi. Mat didėjanti įvairiausių propagandos formų plėtra, techninių įtikinėjimo formų tobulėjimas vis labiau, intensyviau pažeidžia valstybinį saugumą ir laisvę. Todėl labai svarbu išmokti atpažinti propagandinius tikslais naudojamas manipuliacijos priemones bei mokėti joms atsispirti.

## METODINIAI SIŪLYMAI

Ši pamoka skirta *pilietiškumo pagrindų, etikos, lietuvių kalbos ir literatūros* mokytojams. Per istorijos pamokas gali būti nagrinėjami Sovietų Sąjungos ir nacistinės Vokietijos vykdomos propagandos pavyzdžiai aptariant juos šiais aspektais: kokia siunčiama pagrindinė žinia, kiek ji pastebima, suprantama, įsimenama, įtaigi, masiška. Per geografijos pamokas minėtais aspektais gali būti aptariamoms dabartinių nedemokratiškos valstybių skleidžiamos propagandos žinutės. Per menų pamokas su mokiniais taip pat gali būti nagrinėjama ir vertinama propagandos įtaka, daroma per populiariąją kultūrą.

## TEORINĖ MEDŽIAGA

### Kas yra propaganda?

Pats terminas „propaganda“ kilęs iš lotynų kalbos žodžio *propago*, kuris reiškia „skleidžiu, platinu“ (Tarptautinių žodžių žodynas, 2000). Pirmiausia šis žodis reiškė tiesos, neabejotinos infor-

macijos sklaidą. Propaganda yra sąmoningas, metodiškas ir nuoseklus asmenų įtikinėjimas, siekiant juos priversti atlikti tam tikrus veiksmus, formuoti jų mąstymą ir tapatybę, elgesio formas ir vertybes. Propaganda artimai susijusi su įsakymo, įtikinėjimo, manipuliacijos, agitacijos, reklamos, viešųjų ryšių fenomenais ir reikalauja gebėjimų, būtinų įtikinti asmenis, juos ugdyti, formuoti jų įsitikinimus ir mąstymą.

Dažniausiai tyrinėtojai propagandą skirsto į baltąją, pilkąją ir juodąją. Pati nekalčiausia yra baltoji propaganda – tai vienpusiškos teisingos informacijos sklaidimas, siekiant pakreipti auditoriją konkrečia linkme. Baltoji propaganda yra indoktrinacija, socialinė reklama, auklėjimas. Pilkoji propaganda dažniausiai reiškia teisingos ir klaidingos informacijos sugrupavimą, klaidingų išvadų iš teisingų faktų pateikimą ir kitokią atsargią manipuliaciją žmogaus mąstymo trūkumais. Pilkąją propagandą sunkiausia susekti, nes ji grindžiama vien tik teisingais faktais. Pavyzdžiui, po 2011 metų vasario 16-osios patriotinių eitynių žiniasklaidoje buvo pateikti du teisingi faktai – įvyko patriotinės eitynės ir Kaune buvo sužeistas pakistaniecis, – tačiau pateikiama klaidinga išvada, kad per patriotines eitynes buvo sužeistas pakistaniecis. Juodoji propaganda yra sąmoningas neteisingos informacijos sklaidimas, padedantis įrodyti propagandisto tiesą. Ryškiausi juodosios propagandos pavyzdžiai aptinkami komunistinėje Sovietų Sąjungoje ir nacistinėje Vokietijoje.

Šiose šalyse režimų priešininkai buvo melagingai šmeižiami, jiems lipdomos „banditų“, „buržuazinių nacionalistų“ ir panašios etiketės, klastojami rinkimų rezultatai siekiant parodyti visuomenės paramą režimui.

Šiandien propaganda tiesiogiai siejama su viešaisiais ryšiais ir reklama. Viešųjų ryšių pradininkais laikomi Aivis Lidbetteris Li (Ivy Ledbetter Lee, 1877–1934) ir Edvardas Berneis (Edward Bernays, 1891–1995).

Li buvo žurnalistas, aktyviai dalyvavęs organizuojant įvairaus lygio rinkimus. Jis iškėlė reikalavimą, kad žurnalistai skelbtų informaciją tik gavę nepriklausomų liudijimų ir tik pasinaudoję keletu šaltinių. Jis buvo įsitikinęs, kad propaganda ir viešieji ryšiai padeda organizuoti racionalią, argumentuotą demokratinės valstybės komunikaciją, padeda geriau perteikti norimas idėjas – ypač švietimo, demokratiškos rinkimų ir socialinėje srityse.

Dažniausiai propagandos tikslas yra paveikti žmonių įsitikinimus ir mobilizuoti juos veiksmams. Tačiau kartais esminių propagandos tikslu, pasak Jozefo Gebelso (Josef Goebbels, 1897–1945), tampa tikslas „užkariauti mases“.

Šiuolaikinė propaganda siekia naudotis visomis technologinėmis priemonėmis, yra labai imli technologinėms inovacijoms, mokslo laimėjimams. Propaganda naudoja gandus, spaudą, radiją, televiziją, internetą, pasyvias ir interaktyvias komunikacijos priemones. Tačiau bet koks propagandos praneši-

mas yra susijęs su ideologija ir įtikinėjimo tikslais, nepaisant to, kokios žiniasklaidos priemonės ir technologijos bus panaudotos.

Kartais informacinės atakos yra skirtos ne platinti, o naikinti informaciją – kenkėjiškomis programomis sutrikdoma interneto puslapių veikla, vykdomas šnipinėjimas. Tačiau tai bene akivaizdžiausias propagandinių metodų taikymo pavyzdys – šiuolaikinė propaganda pasižymi subtilumu ir taikymu įvairiuose šaltiniuose.

Labiausiai tikėtinas scenarijus – propaganda vis giliau skverbsis į žmonių gyvenimus, aktyvės kibernetiniai karai<sup>1</sup> ir siekiai apsaugoti vertingiausią informaciją. Propaganda jau dabar skverbiasi į kasdien naudojamus informacijos perdavimo kanalus. Tad tik nuo žmonių gebėjimo atsirinkti informaciją priklausys jos veiksmingumas ar galima žala (nauda) valstybei.

### **Kas yra baltoji, pilkoji ir juodoji propaganda?**

*Baltoji propaganda.* Ji yra susijusi su maksimaliai skaidria ir atvira faktų reprezentacija bei su pozityviomis socialinėmis programomis, kurios dažniausiai siejamos su šiuolaikine socialine propaganda, socialine vadyba ir socialine reklama. Baltoji propaganda siekia pateikti įvairių, nepriklausomų ekspertų, atspindinčių pagrindines nuomones, išvadas. Tačiau šiandien, konkuruojant daugeliui simbolinių pasaulių, korporacijų, įmonių

ar organizacijų, nustatyti požiūrio teisingumą tampa vis sunkiau, o ekspertų požiūriai tais pačiais klausimais vis labiau skiriasi. Todėl baltoji propaganda vadinsime ketinimą ir pastangą neiškraipyti faktų ir pateikti argumentuotus paaiškinimus. Dažniausiai baltoji propaganda kalba apie savo šalies, kompanijos, organizacijos pasiekimus ir yra pozityvi (produktą pristatanti ar jį kūrybiškai palaikanti). Baltoji propaganda laikytina ir pozityvių tikslų siekianti socialinė reklama. Pavyzdžiui, Lietuvos Respublika save viešina ir demonstruoja kaip tiltą tarp Vakarų ir Rytų, kur egzistuoja palankus investicijoms klimatas ir garantuojamas finansinis saugumas. Tai propaganda, nors ji ir remiasi teisinga informacija apie nuolatos tobulinamus transporto koridorius. Panašiai save pristato ir kaimyninės šalys: Latvija, Lenkija, Baltarusija.

*Pilkoji propaganda.* Jos atstovai sąmoningai susieja patvirtintus faktus su nepatvirtintais, pateikia tik sau palankią interpretaciją, sąmoningai iškraipo įvykio kontekstą. Pilkoji propaganda intensyviai taikoma valdomuose informaciniuose, politiniuose ar ekonominiuose konfliktuose. Pilkoji propaganda formuoja vienpusį požiūrį į objektą, formuoja savo propagandinį subjektą ir tenkina jo lūkesčius, vengia kritiškumo. Tokia propaganda, pavyzdžiui, teigia, kad sava kariuomenė visados teisi. Šios propagandos atstovai vengia lygiavertio atviro dialogo, demaskavimo, tačiau vis dėlto nepateikia vienpusio melo, to-

dėl palieka galimybę keisti savo nuostatas. Pilkosios propagandos pavyzdys yra ir Jungtinių Amerikos Valstijų propagandinis informacijos srautas prieš Iraką antrojo karo su šia šalimi metu. JAV rėmėsi nepatvirtintais faktais apie Saddamo Husseino režimo sąsajas su teroristiniu tinklu *Alkaida (Al-Qaeda)*, prielaidomis apie Irake gaminamus masinio naikinimo ginklus (atominius ir bakteriologinius), vengė atviro dialogo su šios valstybės atstovais, ignoravo sąjungininkų kritinius pasisakymus, tačiau vis dėlto kai kuriuos savo argumentus grindė neabejotiniais faktais ir demonstravo atvirą motyvaciją. Išsamūs pokario tyrimai parodė, kad prielaidos apie masinio naikinimo ginklus ir ryšius su tinklu *Alkaida* bei atitinkama propagandinė informacija buvo klaidinga. Tačiau buvo įrodyti asmeniniai S. Husseino ir jo režimo nusikaltimai prieš savo ir kaimynines tautas, šurkštūs žmogaus teisių pažeidimai. Plačiai pilkoji propaganda paplito Rusijos televizijos kanaluose ORT ir RTV prezidento Vladimiro Putino valdymo metais, kai bet kokia informacija apie Putiną ir Rusiją buvo pateikiama pozityviai, net jei tarptautinės organizacijos griežtai kritikuodavo Rusiją, pavyzdžiui, dėl jos energetinio šantažo kaimyninėms šalims ar dėl lojalumo Irano vyriausybei. Pilkosios propagandos metodus taiko ir Aleksandro Lukašenkos administracijos prižiūrima Baltarusijos televizija savo negatyviuose reportažuose apie Lietuvą, kuriuose demonstruojama daugybė neabejotinų

faktų, tačiau jie išplėšiami iš laiko konteksto, hiperbolizuojami, pateikiami vienpusiškai, tad yra laikytini pilkąja propaganda.

*Juodoji propaganda.* Ji remiasi sąmoninga įvykių bei faktų falsifikacija ir melu. Juodoji propaganda ypač buvo paplitusi nacistineje Vokietijoje, kurioje buvo taikomi įvykių inscenizacijos metodai. Pavyzdžiui, nacistai persirengę sovietų kareivių uniformomis nusiaubdavo Lenkijos pafrontės kaimus, taip gąsdindami artėjančiu komunistiniu valdymu ir jo pasekmėmis. Juodoji propaganda remiasi juodosiomis tech-

<sup>1</sup> Kibernetinis karas – kompiuterinių tinklų ir interneto naudojimas vykdant karo veiksmus kibernetinėje erdvėje. Tai apima informacinių ir kompiuterinių tinklų puolimą / gynybą, tokio tipo atakų vykdymą / atgrasinimą, neprileidimą priešininkui daryti tas atakas. Šis terminas taip pat apima atakos prieš priešininko atitinkamas sistemas sampratą bei galimybę dominuoti koviniame lauke.

Kibernetinė erdvė – tai erdvė, kuri apjungia telekomunikacinius, informacinius ir kitus elektroninius įrenginius, sistemas ir tinklus, kuriuos charakterizuoja elektromagnetinis spektras.

Kibernetinė ataka – dalis kibernetinio karo, suprantama kaip operacijos, kurių tikslas yra sugriauti, neleisti, suardyti ar net sunaikinti priešininko informaciją arba informacijos perdavimą / apdorojimą kompiuteriuose, kompiuterių ar skaitmeniniuose tinkluose ar sistemose.

nologijomis. Pavyzdžiui, rinkimų metu oponento vardu išplatinama informacija arba inscenizuojami įvykiai, kurie vėliau labai komplikuoja oponento galimybes būti išrinktam. Juodoji propaganda ir juodosios technologijos daugelyje demokratinių šalių yra persekiojamos teisiškai. Juodajai propagandai priklauso ir specialiai sukurti labai netikslūs, provokaciniai palyginimai. 2006 m. rugsėjo mėn. Rusijos prezidentas V. Putinas viešai palygino Gruzijos prezidentą Michailą Saakašvilį su vienu žiauriausių Stalino padėjėjų Lavrentijumi Berija, o tai neabejotinai yra didžiulis įžeidimas. Vėliau Rusija rado priežasčių (dėl sulai-kytų keturių Rusijos karininkų Gruzijoje, kurie vėliau buvo paleisti) pradėti totalią Gruzijos blokadą.

*Medžiaga parengta pagal Gintauto Mažeikio metodinį leidinį „Propaganda“. Šiauliai, 2006.*

**Klasė: 9–10**  
**Trukmė: 4–5 pamokos**

### Mokinių pasiekimai

- Domisi Lietuvos viešąja erdve, joje skiria subjektyvią nuomonę ir objektyvius faktus, nešališkai teikia- mą informaciją ir propagandą, įžvel- gia melą ir manipuliavimą žodžiais bei vaizdais, moka jiems atsispirti.
- Atsirenka ir kritiškai vertina in- formaciją, pateikiamą įvairiais in- formacijos kanalais (laikraščių, te- levizijos, radijo, interneto portalų, socialinių tinklų).
- Atpažįsta pagrindinius įtakos da- rymo būdus.

### Mokymosi uždaviniai

- Paaiškins propagandos sąvoką ir gebės ją iliustruoti konkrečiais pa- vyzdžiais.
- Nagrinės propagandos prieš Lie- tuvą taikinius ir diskutuos, kodėl pa- sirinkti šie taikiniai.
- Diskutuos apie propagandos grėsmes nacionaliniam saugumui ir apie tai, kaip tam pasipriešinti.

## MOKYMO SI VEIKLOS

### 1. Propagandos sąvokos nagrinėjimas.

Mokinių klausama: *Kas yra propagan- da? Kokių žinote pavyzdžių? Mokinių mintys surašomos lentoje.*

Darbas poromis ar darbo grupėmis. Mokiniai žiūrėdami vaizdo medžiagą „*Mokslo sriuba: apie propagandą*“<sup>1</sup> aiški- nasi propagandos sąvoką ir užpildo pro- pagandos sąvokos apibrėžimo schemą (1 veiklos lapas). Mokytojui vadovau- jant klasėje bendrai aptariama užpildyta schema bei prisimenamos mokinių pa- mokos pradžioje išsakytos mintys apie propagandą ir padaromos išvados, ku- rios iš jų teisingos, o kurios klaidingos.

### 2. Propagandos prieš Lietuvą taikiniai.

Mokiniams išdalijama 2 veiklos lape pateikta lentelė „*Propagandos prieš Lietuvą taikiniai*“. Mokiniai žiūrėdami *Aleksandro Matonio* vaizdo medžiagą „*Lietuvos visuomenės iššūkiai informa- ciniame kare*“<sup>2</sup> pildo 2 veiklos lapą. Vaiz- do medžiagą mokiniams rekomendu- jama žiūrėti iki 49 min. 45 sek. Kadangi vaizdo medžiagos transliacijos bendra trukmė yra daugiau nei valanda, siūloma medžiagos peržiūrą dalinti į 2 etapus: 1 etapas – nuo 2 min. 00 sek. iki 38 min. 24 sek.; 2 etapas – nuo 38 min. 24 sek. iki 49 min. 45 sek. Vaizdo medžiagoje mokiniai ras informacijos ne apie visus propagandos taikinius, todėl apie liku- sius taikinius mokiniai gali pasiskaityti

ir baigti pildyti 2 veiklos lapą išsinagri- nęję Dovydo Pancerovo straipsnį porta- le „15min.lt“ „*Penki taikiniai Lietuvoje, į kuriuos šiemet taikysis Kremliaus pro- paganda*“<sup>3</sup>. Taip pat papildomos infor- macijos apie propagandos prieš Lietuvą taikinius galite rasti Lietuvos Respubli- kos Valstybės saugumo departamento parengtame dokumente „*Grėsmių naci- onaliniam saugumui vertinimas*“<sup>4</sup>, 2015. Mokiniams išnagrinėjus šaltinius ir už- pildžius 2 veiklos lapą, mokiniai suskirs- tomi į darbo grupes, kuriose jie aptaria užfiksuotus propagandos prieš Lietuvą pavyzdžius bei diskutuoja ir susitaria dėl bendro grupės atsakymo į klausimą: *Kodėl propagandai prieš Lietuvą pasi-*

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=o-TZQAm4BSgo>

<sup>2</sup> <http://mokytojtvt.blogspot.lt/2015/05/aleksandras-matonis-lietuvos-visuomenes.html>

<sup>3</sup> <http://www.15min.lt/naujiena/aktualu/karo-zona/5-lietuviski-taikiniai-i-ku-riuos-kitamet-taikysis-kremliaus-propagan-da-784-474767> (2015 m. sausio 5 d. 05:52)

<sup>4</sup> [http://www.vsd.lt/files/docu-ments/635633000992101250.pdf](http://www.vsd.lt/files/documents/635633000992101250.pdf)

rinkti šie taikiniai? Darbo grupių atstovas pristato diskusijos rezultatus.

*Namų darbų užduotis.* Surasti artimiausioje aplinkoje, žiniasklaidoje galimas propagandos apraiškas.

**3.** Trumpa diskusija, namų darbų aptarimas. Koks propagandos tikslas? Kokias propagandos apraiškas pastebėjo artimiausioje aplinkoje, žiniasklaidoje?

**Diskusija.** Mokinai perskaito Audriaus Musteikio straipsnį portale „Lietuvos žinios“ „*Garsūs menininkai viliojami į Rusijos propagandinį karą*“<sup>1</sup>.

Klausimai diskusijai: *Ar propaganda kelia grėsmę nacionaliniam Latvijos saugumui? Kokias grėsmes įžvelgiate? Ar Latvijos dainininkės poelgis yra pilietiškai atsakingas? Kodėl taip manote?*

**4. Internetinės brigados Lietuvos informacinėje erdvėje.** Mokiniai dirbdami porose arba darbo grupėse peržiūri Karolio Zikaro pranešimo „*Kibernetinė aplinka Lietuvoje*“<sup>2</sup> vaizdo įrašą ir užpildo 1 veiklos lapą. Bendras užpildyto 3 veiklos lapo aptarimas ir apibendrinimas klasėje. Diskusija: *Kaip siejasi internetinės brigados ir propaganda?*

**5. Propagandos grėsmės demokratinėi visuomenei. Kaip joms atsispirti?** Mokiniai suskirstomi į darbo grupes. Kiekviena darbo grupė gauna po vieną 1 priede pateiktą šaltinį. Užduotis mokiniams – remiantis šaltiniu įvardyti propagandos grėsmę demokratinėi visuomenei ir pasiūlyti du būdus, kurie

padėtų atsispirti šiai grėsmei. Darbo grupėse pristatymas.

Apibendrinamoji diskusija: *Ar propaganda kelia grėsmę Lietuvos nacionaliniam saugumui? Kodėl?*

<sup>1</sup> <http://lzinios.lt/lzinios/kultura-ir-pramogos/garsus-menininkai-viliojami-i-rusijos-propagandini-kara/199102> (2015-03-25 09:41)

<sup>2</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=a-VI1bZCftDo> (žiūrėta 2014-08-11)

## VERTINIMAS

Užbaikite sakinius:

1. Propaganda – tai

2. Internetinės brigados – tai

3. Propagandos prieš lietuvių taikiniai yra

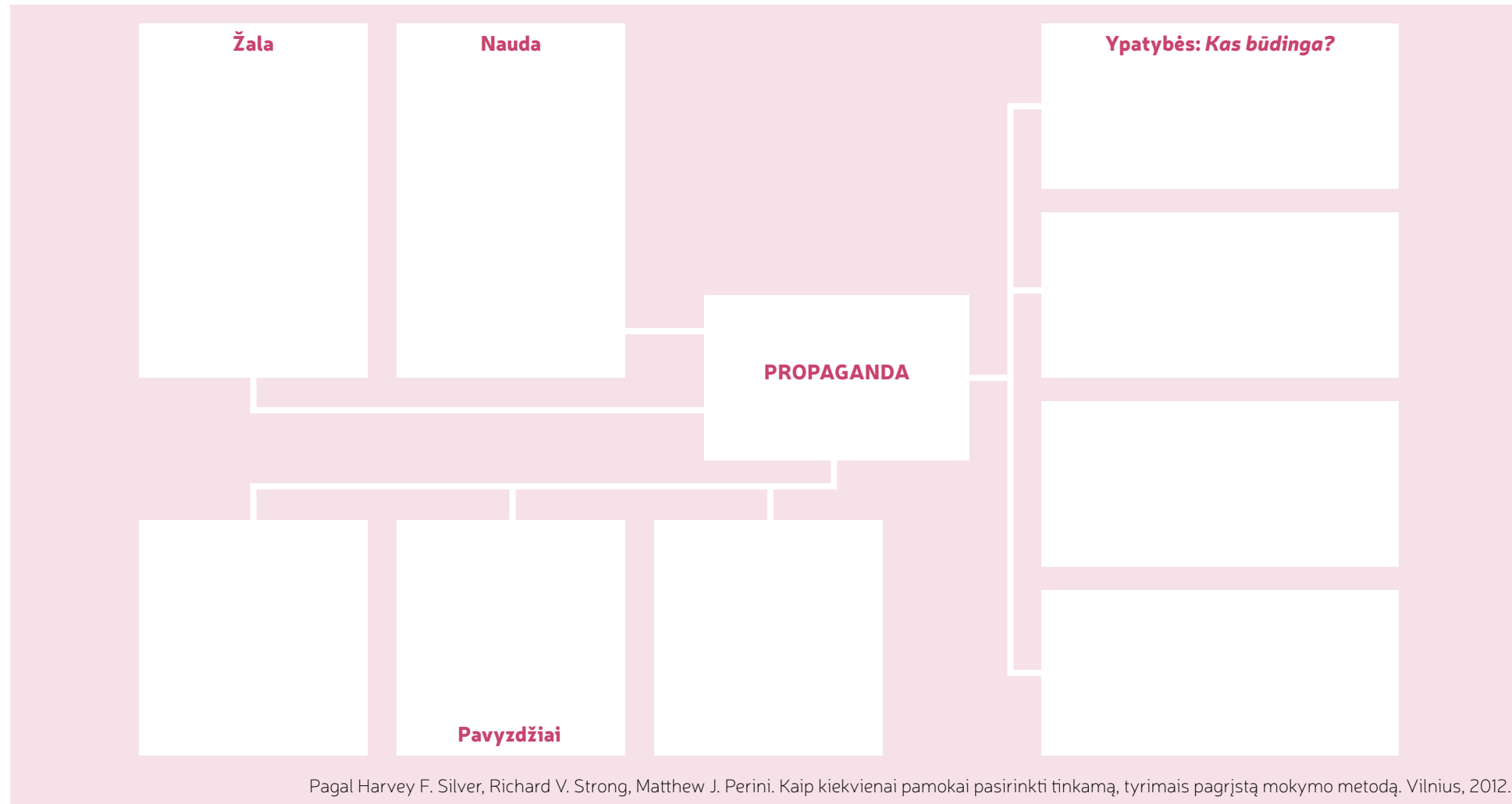
4. Propagandos prieš lietuvių taikiniai yra šie, nes

5. Propaganda kelia grėsmę demokratinėi visuomenei, nes

6. Propagandai galima atsispirti

# 1 VEIKLOS LAPAS

Propagandos sąvokos apibrėžimo schema



Pagal Harvey F. Silver, Richard V. Strong, Matthew J. Perini. Kaip kiekvienai pamokai pasirinkti tinkamą, tyrimais pagrįstą mokymo metodą. Vilnius, 2012.

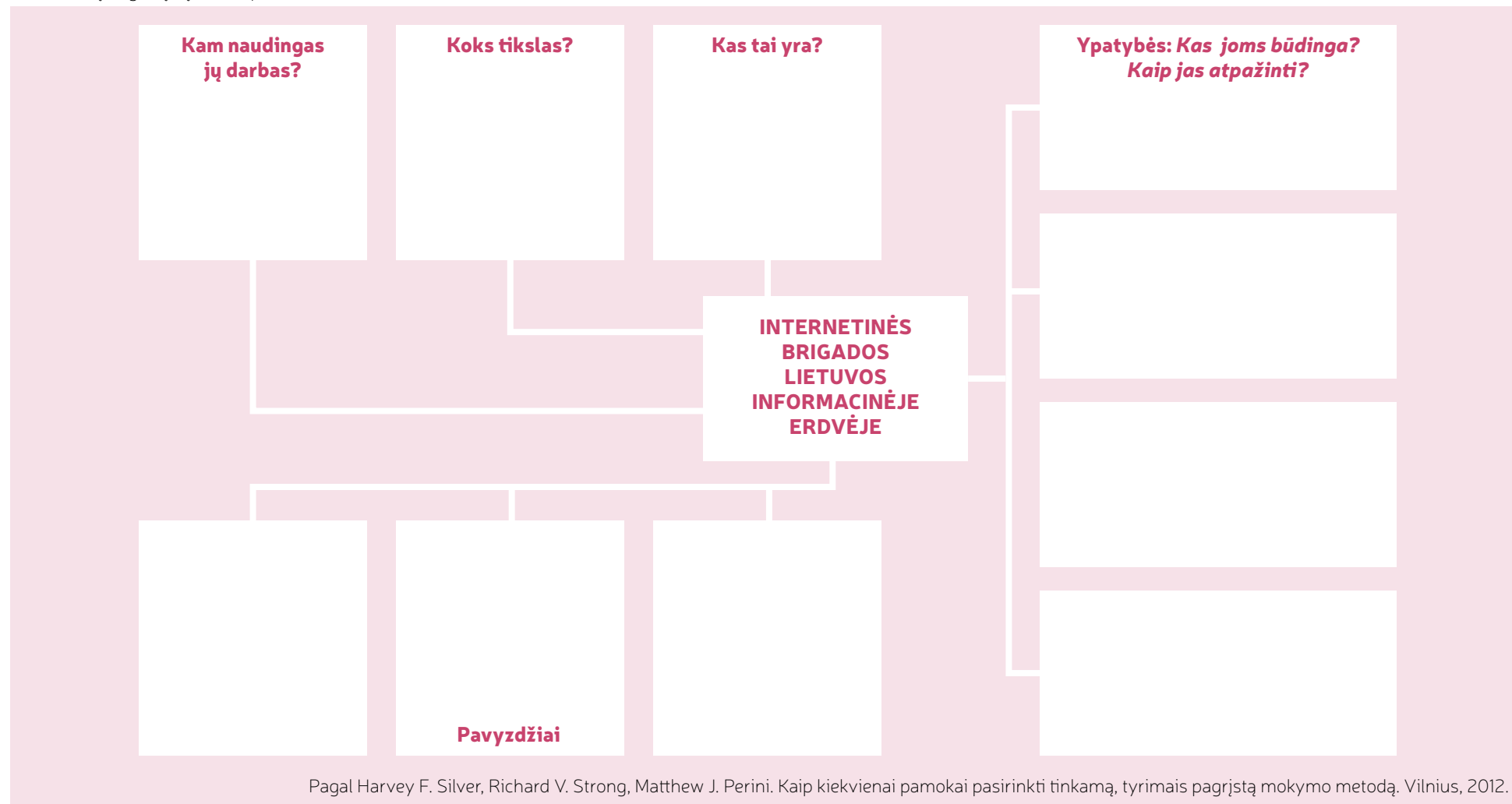
## 9 VEIKLOS LAPAS

1 lentelė. Propagandos prieš Lietuvą taikiniai

Propagandos taikiniai	Iliustruokite pavyzdžiais
Lietuvos istorija	
NATO, Europos Sąjunga	
Lietuvos valdžia	
Kultūra	
<input type="text"/> Kita (įrašykite)	
Kaip manote, kodėl propagandai pasirinkti šie taikiniai?	

# 3 VEIKLOS LAPAS

Internetinių brigadų sąvokos apibrėžimo schema





# 1 PRIEDAS

## A šaltinis

Visuotinė propaganda peržengia žiniasklaidos ribas ir įsiskverbia į žmogui itin svarbias sritis: mokyklą, bažnyčią, literatūrą, istoriją. Literatūra ir istorija tokiu atveju turi būti perrašomos ir pritaikomos propagandos tikslams.

*Pagal Jacque Ellal. Propaganda the formation of men's attitudes. New York, 1973. Parengė Jūratė Važgauskaitė // skrynia.lt*

## B šaltinis

Sovietinė propaganda buvo pasiekusi tokį lygį, kad sugebėdavo režimo priešus paversti režimo rėmėjais. Sovietinės propagandos (kaip, beje, ir nacių režimo) vienas pagrindinių tikslų buvo sunaikinti bet kokią opozicinę nuomonę, kontroliuoti kiekvieną žodį ar net mintį ir taip užtikrinti paklusnumą, įdiegti baimę.

*Pagal Jacque Ellal. Propaganda the formation of men's attitudes. New York, 1973. Parengė Jūratė Važgauskaitė // skrynia.lt*

## C šaltinis

Politinės doktrinos propagandą gali padaryti centrine politinio gyvenimo figūra. Viena iš sėkmingos propagandos veikimo sąlygų yra stiprūs mitai ir ideologijos visuomenėje. O pagrindiniais visuomenės mitais galime vadinti darbą, progresą, laimę ir pan.

*Pagal Jacque Ellal. Propaganda the formation of men's attitudes. New York, 1973. Parengė Jūratė Važgauskaitė // skrynia.lt*

## D šaltinis

Sėkminga propaganda gali būti tik tuo atveju, kai visuomenė yra bent minimaliai kultūringa, t. y. raštinga ar plačiau išsilavinusi, inteligentiška.

*Pagal Jacque Ellal. Propaganda the formation of men's attitudes. New York, 1973. Parengė Jūratė Važgauskaitė // skrynia.lt*

## E šaltinis

Visuomenės išsilavinimas propagandai būtinas, nes skaitydamas, mokydamasis, eidamas į teatrą ar kiną žmogus gauna didžiulę „dozę“ propagandos, kurios nesugebėtų pasisavinti būdamas neraštingas. Išsilavinęs žmogus propagandai reikalingas dar ir todėl, kad būtų galima manipuluoti tam tikrais simboliais, mitais, stereotipais, kuriuos žmogus priima ir supranta būdamas visuomenės dalimi.

*Pagal Jacque Ellal. Propaganda the formation of men's attitudes. New York, 1973. Parengė Jūratė Važgauskaitė // skrynia.lt*