

ŽINIASKLAIDA IR KOMUNIKACIJA

Rusijos propagandos praktika daro įtaką teoriniam komunikacijos modeliui

Andrius Vaišnys

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto
Žurnalistikos instituto profesorius
Vilnius University, Faculty of Communication,
Institute of Journalism, Professor
Saulėtekio al. 9 – I, LT-10222 Vilnius
El. paštas: Andrius.vaisnys@kf.vu.lt

Atvirų karinių ir demokratiškų konfliktų kontekstuose, kai Rusija kariauja su Ukraina ir dėl Ukrainos, dėl įtakos Artimuosiuose Rytuose bombarduoja Sirijos miestus, o Europos Sąjunga (ES) skyla po Britanijos referendumo, jau yra paprasta suvokti, kad informacinė politika yra vienas iš reikšmingiausių veiksnių. Konfliktai, kylantys iš politinių jėgų priešpriešos, yra interpretuojami, skatinami arba net... ignoruojami, kad užgestų, valstybėms naudojantis šališko informavimo būdais. Oficialioji Rusija per pastaruosius kelio mėnesių išsiskyrė tuo, jog valstybės lygiu visuomenės informavimą paverė galingu puolamuoju ginklu.

Jau galima tvirtai teigti, jog impulsą dabartinės Rusijos oficialiosios propagandos plėtrai suteikė 2000 m. priimta Rusijos Federacijos nacionalinio saugumo koncepcija¹. Joje nurodoma, kad nacionalinis saugumas taip pat apėmė dvasinį ir moralinį paveldą, istorines tradicijas, moralės normas, draudimą transliuoti laidas, kuriose „propaguojama prievarta“, „niekingos apraiškos“, ir pasipriešinimą „neigiamai užsienio religinių organizacijų ir misionierių įtakai“. Rusijos Federacijos prezidento pareigas ėjusio Vladimiro Putino įsaku patvirtintoje koncepcijoje teigiama, kad Rusijai esą kelia pavojų kitų šalių siekis „dominuoti pasaulio informaciniame erdvėje“ ir išstumti ją „iš tarptautinės ir vidaus informacinės rinkos“; be to, esą kitos šalys rengia „informacinio karo koncepcijas, numatančias pavojingo poveikio priemones kitų pasaulio šalių informacijos sferoms“.

Šį dokumentą tenka apibūdinti kaip informaciniu klaidinimu pagrįstos Rusijos politikos pradžių. Jei jam įvertinti norėtume pritaikyti komunikacijos modelį, turėtume pasirinkti paprasčiausią – linijinį (siuntėjas – pranešimas – gavėjas), nes nėra duomenų, kad teksto turinį kas nors būtų interpretavęs kaip apverstos prasmės ženklų rinkinį ir numatęs, jog Rusija pati ims konstruoti informacinius karus propagandos politikai pagrįsti. Tačiau šis modelis tikrovėje yra daugiasluksnis, nulemtas organizacinių valstybės informacinės politikos veiksmų.

Anuo metu, V. Putinui perėmus prezidento galias iš Boriso Jelcino, Vakarų žiniasklaida apibūdino tai kaip „šokiruojantį“ pokytį², bet citavo V. Putino pažadą garantuoti piliečių teises³. Paviršutinišku vertini-

¹ Nacionalinio saugumo koncepcija (orig.: Концепция национальной безопасности). Rusijos Federacijos Prezidento įsakas, 2000-01-10, Nr. 24. Informacinio saugumo doktrina. (Orig.: Доктрина информационной безопасности), 2000-09-09, patvirtinta Rusijos Federacijos Prezidento, Nr. Пп-1895.

² „Boris N. Yeltsin shocked his nation and the world

today, announcing his resignation as president six months before the end of his term and handing over power to his favored successor, Prime Minister Vladimir V. Putin [...]“.
In: *Yeltsin Resigns: The overview; Yeltsin Resigns, Naming Putin as Acting President to Run in March Election*. By Celestine Bohlenjan. New York Times, 2000-01-01.

³ „Freedom of speech, freedom of conscience,

mu, primityvus linijinis komunikacijos modelis reiškia, kad siuntėjas, išsiuntęs pranešimą, nesitiki iš gavėjo nieko daugiau – tik perskaityti pažodžiui ar paraidžiui. Tačiau pranešimų, pritaikytų gavėjų intelektui, įvairovė ir jų sklaida pagal gavėjų taisyklės lemia diskusiją tarp pačių gavėjų. Todėl Vakarų pasaulis – kad ir kokie strateginiai tyrimų centrai analizuotų V. Putino ir jo vyriausybių žodžius bei darbų – negalėtų būti atitrūkęs nuo masinės komunikacijos priemonių, kurios pirmiausia praneša tai, ką pasiūlė Rusijos vadovas.

Rusijos prezidento rinkimų išvakarėse laikinasis jos vadovas, kalbintas BBC žurnalisto, atsakė norįs, kad „jo valstybė būtų stipri“⁴ ir paneigė, kad Rusija gali būti agresorė⁵. Ši komunikacija veiksni dėl jos paprastumo tuo, kad Vakarų pasauliui siūloma prisiimti kaltę dėl siekio „dominuoti“ ir gėdytis „atgyvenusio“ požiūrio į Rusiją. Taigi Vakarų pasaulio medijoms belieka diskutuoti dėl Rusijos įvaizdžio. Tuo metu pati Rusija konstruoja dominavimo planus ne tik savo vidaus, bet ir kitose informacinėse erdvėse.

Ir per keliolika metų tezės virto veiksmams; reikia tik suprasti, kad tai, kuo Nacionalinio saugumo koncepcijoje kaltintos neįvardytosios „kitos šalys“, iš tikrųjų reiškė ir tebereiškia uždavinius pačiai oficialiajai Rusijai. Ir tai yra vienas iš šiuolaikinės Rusijos politikos metodų – perspėjus dėl pavojaus, kurį neva kelia „kiti“, veikia kitiems sudaryti pavojų atitinkamais politiniais, kariniais ir informaciniais veiksmams. Ar klaidinanti informacija – tokių veiksmų priemonė?

Minėta koncepcija – tai politinio karo gairės, nes dokumente ne tik supriešinami pasauliai ir vertybės, bet matyti, kad įvardytieji grėsmių veiksniai⁶, neva kylantieji Rusijos valstybei iš Vakarų, iš tikrųjų jau yra paversti grėsmėmis Vakarų pasauliui. Kitaip tariant, dokumento tekste tas formuluotes galima interpretuoti atvirkščiai – kaip politinio karo užduotis sukurti grėsmes Vakarų pasauliui.

Rusija nuo XXI a. pradžios ėmėsi politinės kovos ir susigrąžino įtakingos valstybės vaidmenį. Vakarų demokratiškos valstybių valdžios veik nekrepė dėmesio į Rusijos nedemokratinę elgseną, į Rusijos vadovo (Prezidento, Ministro Pirmininko) V. Putino autokratinę poziciją, tiksliau – viešai ignoravo naująjį Rusijos imperializmą arba „apsimesdavo“ nepastebinčios nepaisant intervencijos į žiniasklaidos sistemą⁷.

Vakarams „perprasti“ Rusijos lyderio elgseną reikėjo daugiau nei dešimtmečio, kad jie bent drįstų tai pripažinti viešai⁸. Juk elgsena – kad ir koku (politiniu, ekonominiu) aspektu žvelgtume, ir yra svarbiau-

freedom of the press, the right to private property – all these basic principles of a civilized society will be reliably protected by the state.“ Min. dok.: *Yeltsin Resigns...*

⁴ „My position is that our country should be a strong, powerful state, a capable state, effective, in which both its citizens of the Russian Federation and all those who want to co-operate with Russia could feel comfortable, could feel protected, could always feel in their own shoes – if you will allow the expression – psychologically, morally.“ *BBC Breakfast with Frost*. March 5, 2000.

⁵ „[...] our partners in the west are all too often still in the grip of old notions and tend to picture Russia as a potential aggressor“. Min. dok.: *BBC Breakfast with Frost*.

⁶ „Pagrindinės grėsmės tarptautinėje sferoje yra nulemtos šių veiksmų [...]“ (Orig.: *Основные угрозы в международной сфере обусловлены следующими факторами [...]*). Min. dok.: Nacionalinio saugumo koncepcija, 2000.

⁷ Pirmieji demokratijos žlugdymo faktai – žiniasklaidos priemonių veiklos baudžiamasis persekiojimas siekiant ją suvalstybinti: 2000-05-11 saugumo ir prokuratūros pareigūnai įsiveržė į stambiausios žiniasklaidos kompanijos „Media-Most“ (*Медиа-Мост*), kuriai priklausė NTV (HTB) televizija, administracines patalpas

atlikti kratų. Ši televizija itin aštriai kritikavo V. Putino politiką įvairiais formatais, taip pat ir infošou žanro laidoje. 2001 m. Rusijos žurnalistų sąjungos generalinis sekretorius Igoris Jakovenko valdžios veiksmus apibūdino kaip „tikslinę cenzūrą“ (*Независимая газета*, 2001-04-19). Pirmoji išsamesnė žinia apie Kremliaus ir tiesiogiai V. Putino formuojamas informacijos ribojimo aplinkybes pateikta 2003 m. Jelenos Tregubovos knygoje „Kremliaus digerio pasakėlės“ (*Бабуки кремлёвского дуггера*, 2005). Rusijos laikraščio „Новая газета“ žurnalistės Anos Politkovskajos (1958–2006) tyrimais atskleistas Rusijos vidaus ir užsienio politikos klastingumas: Vytautas Landsbergis: „Ji stovėjo pasišventusi, ryžtingai, žvelgdama tiesiai į akis naujam, kitaip tariant, atgimstančiam rusiškam fašizmui“ (Vert. iš rusų k.). Laiškai A. Politkovskajai žuvus. Prieiga per internetą: <http://politikovskaya.novayagazeta.ru/letters/letters-001.shtml>.

⁸ Primindamas, kaip JAV valstybės sekretorė Hillary Clinton pristatė vadinamąjį „perkrovos“ mygtuką su klaidingai išverstu užrašu JAV–Rusijos aukščiausio lygio susitikime, „The New York Times“ teigia: „[JAV] administracijos „perkrovimo“ politika Rusijos atžvilgiu yra akademinis atvejis, kaip svaiginantis [JAV Prezidento] p. Obamos pirmos kadencijos idealizmas lėmė nusivylimą antrosios kadencijos metu“. Dienraštis pamini,

šias dalykas vertinant sprendimus. Tik 2015 m. Didžiosios Britanijos Lordų rūmuose randame tokį politinį įvertinimą: „Mūsų analizė rodo, kad Rusija palaipsniui nusigręžia nuo Europos“⁹, nors nuo bendrosios Europos politikos po referendumo palikti Europos Sąjungą grėžiasi ir pats Londonas.

Iš tikrųjų V. Putino režimo turinys ir sutelkta galia buvo visiškai atskleisti 2012 m., kai Maskvoje buvo išvaikytas eisenas ir pradėtas jos dalyvių plataus masto persekiojimas¹⁰, o opozicija ėmė skelbti ataskaitas apie paties Rusijos vadovo turtėjų, Rusijos valdžių korupciją, nusikalstamumą. 2012–2014 metai – tai opozicijos veikėjų, objektyvumu besivadovaujančių žurnalistų „išstūmimo“ iš Rusijos, iš Rusijoje leidžiamos žiniasklaidos ir opozicinės žiniasklaidos atvirų draudimų laikotarpis¹¹; sulig V. Putino valdymu Rusijos žiniasklaidos priemonėms sugrąžintas tiesioginis provyriausybinių nuomonės (pozicijos) reguliavimas, žiniasklaidos verslą paverčiant vyriausybės įtakos galia¹² ir taikant cenzūrą¹³, todėl sumenko Rusijos informacijos šaltinių patikimumas¹⁴: jais naudodamasi Vakarų žiniasklaida turi būti itin kritiška. Todėl režimą stebintys ir kritikuojantys leidiniai atidaromi užsienyje¹⁵. Tai – jau nebe Rusijos turtuolių, bijančių prarasti kapitalą, persikėlimas gyventi į Didžiąją Britaniją. Tai – politinės komunikacijos dalyvių, kurių veiklos pagrindas yra informacija, pasirinkimas įgyvendinti režimo kritikos idėją įmanomomis aplinkybėmis.

Kitaip tariant, oficialioji Rusija, amžiaus pradžioje ėmusis politinės kovos pasaulyje, informacinę politiką pavertė nuomonių kontrole. Toks buvo jos informacinės politikos tikslas ir vienas iš politinio karo uždavinių. Šią nuomonių kontrolę, nulemtą Rusijos lyderių politinės elgsenos, galime apibūdinti kaip informacinę elgseną Rusijos vidaus ir užsienio institucijų, organizacijų, valstybių atžvilgiu. Ji yra oficialiosios Rusijos politikos dalis. Cenzūra Rusijoje yra institucionalizuota – tai įteisinta įstatymų įgyvendinamaisiais aktais, nors ji... ir uždrausta Rusijos Federacijos Konstitucijos.

Tarptautinių įvykių, liudijančių Rusijos karinę agresiją (turinčių stiprų Rusijos informacinio karo kontekstą) nuo pat karo Ukrainoje pradžios, gausa itin lėtai keičia Vakarų Europos lyderių (apskritai Vakarų

kad ta pati H. Clinton esą privačiai turinti labiau kritišką [„joundice“] požiūrį į V. Putiną, nei reiškiamą viešai. In: U.S.–Russian Ties Still Fall Short of ‘Reset’ Goal. *New York Times*, 2013-09-02.

⁹ „Our analysis suggests that Russia has been gradually turning away from Europe“. In: The EU and Russia: before and beyond the crisis in Ukraine. HOUSE OF LORDS. European Union Committee. 6th Report of Session 2014–15. Ordered to be printed 10 February 2015 and published 20 February 2015 Published by the Authority of the House of Lords.

¹⁰ 2012-05-06 d. įvyko mitingas ir demonstracija Maskvos Bolotnaja aikštėje; tyrimo procesas tapo politiniu, sulaukias arba suėmus per 1200 asmenų. Dalis opozicionierių išvyko į užsienį vengdami baudžiamojo persekiojimo. 2012-10-26 priimtas Rusijos Federacijos Vyriausybės nutarimas „Dėl vienodos automatizuotos informacinės sistemos „Vienodas domenų vardo, puslapių Interneto informacinėje ir telekomunikacinėje sistemoje indeksavimo nuorodų ir tinklo adresų, leidžiančių nustatyti tinklapius Interneto informacinėje ir telekomunikacinėje sistemoje, kurie turi informaciją, draudžiamą skleisti Rusijos Federacijoje, registras“. (Orig.: *П о с т а н о в л е н и е П р а в и т е л ь с т в а Р о с с и й с к о й Ф е д е р а ц и и О е д и н о й а в т о м а т и з и р о в а н н о й и н ф о р м а ц и о н н о й с и с т е м е «Е д и н ы й р е с т р д о м е н н ы х и м е н , у к а з а т е л ь е й с т р а н и ц с а й т о в в и н ф о р м а ц и о н н о - т е л е к о м м у н и к а ц и о н н о й с е т и „И н т е р н е т“ и с е т е в ы х а д р е с о в , п о з в о л я ю щ и х и д е н т и ф и ц и р о в а т ь с а й т ы в и н ф о р м а ц и о н н о - т е л е к о м м у н и к а ц и о н н о й с е т и „И н т е р н е т“ , с о д е р ж а щ и х и н ф о р м а ц и ю , р а с -*

пространение которой в Российской Федерации запрещено», 26 октября 2012 г. № 1101).

¹¹ 2014 m. Federalinė ryšių, informacinių technologijų ir masinės komunikacijos priežiūros tarnyba (orig.: *Ф е д е р а л ь н а я с л у ж б а п о н а д з о р у в с ф е р е с в я з и , и н ф о р м а ц и о н н ы х т е х н о л о г и й и м а с с о в ы х к о м м у н и к а ц и й , Р о с к о м н а д з о р*), vadovaudamasi pirmiau minėtu nutarimu, pradėjo kurti draudžiamų leidinių (tinklapių) registrą. Šiame registre atsirado opoziciniai leidiniai: internetiniai laikraščiai „Grani“ (*интернет-газета Грани.ру*), Kasparov (internet-газета свободной России Каспаров.ру), „Kasdieninis žurnalas“ (*Ежедневный журнал*) ir buvusio kandidato į Maskvos merus Aleksejaus Naval’no dienoraštį *Navalny.com* (*Навальный*).

¹² Kasčiūnas Laurynas, Laurinavičius Marius, Keršanskas Vytautas. V. Putino galios pagrindas: Rusijos klanai ir jų herojai. Rytų Europos studijų centro projektas, 2014.

¹³ 2016 m. liepos mėn. Rusijos Generalinė prokuratūra pareikalavo iš pirmiau minėtos įstaigos *Роскомнадзор* blokuoti leidinius, kuriuose siūloma boikotuoti Rusijos Dūmos rinkimus. Šaltinis: rkn.gov.ru, 2016-07-08.

¹⁴ Rusija – penkta šalis pasaulyje pagal žurnalistų mirtingumą 2015 m. Šaltinis: *11 Facts That Show How Different Russia is From the Rest of the World*. Businessinsider.com, 2015-01-14.

¹⁵ Internetinis laikraštis „Meduza“ (orig. *Медуза*), Latvijoje įkurtas Rusijos žurnalistės Galinos Timčenko ir pradėtas leisti 2014-10-20.

Europos politikų) įsitikinimus dėl Rusijos įtakos ir pavojus keliančių vaidmenų pasaulyje¹⁶. Būtent tai ir yra viena iš Rusijos propagandos pasekmių: plėsdama valdžios kontroliuojamą informacinę erdvę Rusija stengiasi klaidinti viešąją nuomonę dėl savo agresyvių veiksmų Gruzijos, vėliau – Ukrainos atžvilgiu, Sirijoje, pretenzijų Baltijos valstybėms, Lenkijai.

Pagaliau 2016 m. NATO viršūnių susitikime¹⁷, atsižvelgiant į Rusijos keliamą karinę grėsmę, buvo sutarta dislokuoti organizacijos narių – Didžiosios Britanijos, JAV, Kanados, Vokietijos karių junginius Baltijos valstybėse ir Lenkijoje. Užsienio karių buvimas – tai pozityvus psichologinis veiksnys Baltijos šalių gyventojams. Kaip ir minėtų šalių, Lietuvos visuomenė yra viena iš Rusijos vykdomo informacinio karo taikinių – auditorijų, kurią stengiamasi psichologiškai paveikti siekiant informacinio pranašumo ir įtakos piliečiams priimant atitinkamus sprendimus.

Kitu etapu agresyviems veiksams ir pareiškimams teisinti politinį karą Rusija pavertė informaciniu karu, kurio turinį sudaro agresyvus manipuliavimas tiesa ar pusiau tiesa, o tikslą – melo sklaida. Tyrėjai, stebėdami Rusijos informacinius veiksmus, dažniausiai išskiria propagandos sąvoką, o informacinio karo sąvoką vartoja Rusijos informacinei politikai, pateisinančiai karą su Ukraina (kaip ir 2014 m. kovo mėn. įvykdytam Krymo okupavimui), apibūdinti. Aktualių politinių įvykių kontekste tai buvo siauras vertinimas – juk aukščiausiu lygiu Rusijos vadovybė gąsdina visuomenę sukeisdama reikšmes ir ženklus: Vakarai jai esą nuolat keliantis grėsmę „blogis“¹⁸. Vadinasi, nuo „blogio“ reikia „gintis“ nepaisant tikrosios daiktų, dalykų ir žmonių padėties? Prezidentas, būdamas tokios propagandos šaltiniu, ne tik nuosekliai laikosi tos saugumo koncepcijos, kurią patvirtino 2000 m. Jis plėtoja propagandą kaip politinio karo priemonę. Atviras grėsmių ir pavojų židinio kurstymas ir atviras kitų vadinimas kurstytojais yra lengvai atpažįstama propaganda. Tačiau ją perprasti yra palyginti sudėtinga, jeigu jos skleidėjai yra visai kiti politikos ir kultūros sričių veikėjai. Jungtinės Karalystės pajėgų kariškis, socialinių mokslų daktaras Steve'as Tathamąs pabrėžia, kad „atsakymas Rusijos propagandai gali būti ne ES ar NATO propaganda, bet socialinių mokslų pažanga siekiant suprasti ir sušvelninti jos poveikį tiksliniams gyventojams“¹⁹.

Jei manytume, kad Rusija ieško būdų tik keisti nuomonę užsienyje jai palankiu aspektu, klystume: ten, kur tiesioginės žiniasklaidos cenzūros Rusija nepajėgi įvesti, tačiau gali naudotis užsienio institucijų, organizacijų veiklomis, diskusijomis socialiniuose tinkluose, ji ne tiek mezga, kiek ardo ryšius. Rusija, „perkraudama“ santykius tik viena – karinės grėsmės kryptimi, kursto komunikacijos konfliktą. Įvardytos aplinkybės verčia pastebėti Rusijos informacinės politikos skleidžiant propagandą ir nulemiant šį konfliktą ypatumus ne tik praktiniu, bet ir teoriniu aspektu.

Ši politika paverčia teoretikų aptartus komunikacijos modelius daugialype procesu, nukreiptų ardyti Vakarų politinius, ekonominius, kultūrinius ryšius, konstrukcija. Straipsnio tikslas yra išnagrinėti, kuo ypatinga Rusijos propaganda komunikacijos modelių atžvilgiu.

Esminiai žodžiai: komunikacijos modelis, Rusijos politinis karas, propaganda, informacinė erdvė.

¹⁶ 2016-11-23 Europos Parlamentas (EP) priėmė rezoliuciją „Dėl Europos Sąjungos strateginės komunikacijos trečiųjų šalių propagandai neutralizuoti“. Tačiau, įsigilinus į balsavimo technikos ypatumą, daug parlamentarų buvo kritiškai Lenkijos atstovės Annos Fotygos pateikto pranešimo ir dokumento atžvilgiu: Rezoliucijai pritarė 304 EP nariai, nepritarė 179, susilaikė – 208.

¹⁷ Varšuva, 2016-07-09.

¹⁸ „[...] Kol kas mes, kaip tai vyko ir prieš Antrąjį pasaulinį karą, nematome teigiamos atsakomosios reakcijos. Priešingai: NATO stiprina savo agresyvią retoriką ir savo agresyvius veiksmus jau arti mūsų sienų. Šiomis aplinkybėmis mes privalome ypatingą dėmesį skirti uždaviniui, susietu su mūsų šalies gynybos galių kėlimu,

sprendimui.“ (Orig.: *Но пока мы вновь, как это было и накануне Второй мировой войны, не видим положительной ответной реакции. Наоборот: НАТО усиливает свою агрессивную риторику и свои агрессивные действия уже вблизи наших границ. В этих условиях мы обязаны уделять особое внимание решению задач, связанных с повышением обороноспособности нашей страны*). V. Putino kalba Rusijos Federacijos Dūmoje, 2016-06-22.

¹⁹ „The solution to Russian propaganda is not EU or NATO propaganda but advanced social science to understand and mitigate its effect in targeted populations.“ In: Stratcomcoe.org, 2015.

Pirmasis mūsų uždavinys – sąvokų interpretacija.

Haroldo Laswello 1948 m. sukurtas teorinis modelis padeda suvokti propagandą kaip procesą siuntėjui siekiant įrėminto (užsibrėžto) efektyvumo (kas ką sako, kam, koku kanalu). Ši schema daugeliui analitikų dešimtmečius padeda išsiaiškinti propagandos siuntėją: nurodytas efektyvumo siekimas ir yra svarbiausias propagandos siuntėjo tikslas. Bet Rusijos atveju nėra taip paprasta: „kas“ nebūtinai yra Rusija, ir nebūtinai ji tai daro „savo“ kanalu. Taigi klasikiniu komunikacijos modeliu laikydami trikampio ryšį – pranešimą tarp siuntėjo ir gavėjo, Rusijos propagandos atveju jo negalime neišplėsti, nes siuntėjo samprata nėra aiški, todėl modelis pildytinas. Taip yra dėlto, kad Rusijos atveju ir propaganda reikalauja tikslesnio apibrėžimo.

Terminas „propaganda“ turi klasikinę atsiradimo ir kaitos istoriją, ji išnagrinėta palyginti išsamiai, bet vis tiek jai suteikta skirtingų apibūdinimų. Ar teisinga atskirti propagandos ir informacinio karo sąvokas Rusijos politikos atveju? Turėsime atsakyti, ką mes vadiname Rusijos propaganda, nors iš daugelio teorinių šaltinių žinome įvairias propagandos apibrėžtis ir galime pripažinti, kad Rusijoje cenzūra yra įveiksmintas reiškinys.

Jaques Ellulas yra tas autorius, kuris iki 1965 m. yra kruopščiausiai išstudijavęs propagandos analitikų darbus ir propagandos kaip reiškinio fenomeną. Jis apžvelgė propagandai suteikiamus apibūdinimus, tačiau „nesutiko“ pateikti vieno apibrėžimo, nes įrodė, jog reiškinys gali kisti priklausomai nuo aplinkybių. Tai objektyvu. Mūsų uždavinį netiesiogiai padeda spręsti kitų dviejų mokslo darbų autoriai. XX amžiuje mokslinės publikacijos rodo, kad propagandos kaip reiškinio nagrinėjimas iš esmės

būdavo matuojamas tam tikromis empirinėmis žiniomis, stebint tikrovę ir įvertinant propagandos poveikį, tačiau nesukuriant tokio teorinio pamato, kuris leistų suvokti reiškinio prigimtį ir pritaikyti kaip universalų modelį propagandos technikoms įvertinti. Apskritai bandymų sudaryti kriterijus, kuriais remiantis būtų ne tik apibūdinama, bet atpažįstama propaganda, yra gausu. Išsamiausiai šiuolaikinių reiškinį, suteikdami jam, kaip komunikacijos procesui, charakteristikas, yra išnagrinėję Garthas S. Jowettas ir Victoria J. O'Donnell kūrinyje „Propaganda ir įtikinimas“. Pateikdami šio reiškinio apibūdinimą (t. y. „tyčinis, sistemingas bandymas formuoti suvokimą, manipuliuoti pažinimu ir valdyti elgesį, kad gautų atsaką, padedantį pasiekti trokštamą propagandininko siekinį“²⁰), autoriai sudaro tyrimo (identifikavimo) charakteristiką²¹. Susiedami į vieną komunikacijos procesą propagandą ir įtikinimą, jie parodo propagandos grandinę, kurią galime pateikti taip:

**Kontekstas – siuntėjas – siekinys –
pranešimas – kanalas – auditorija –
atsakas (grįžtamasis ryšys).**

Šios grandinės atveju autoriai išskiria bent dešimt veiksmų, kuriuos nustačius galima atskleisti propagandos metodus²².

²⁰ Garth S. Jowett ir Victoria J. O'Donnell, *Propaganda & Persuasion*, Edition 6. SAGE Publications, 2012, p. 7.

²¹ Šiuo atveju tai būtų galima pavadinti ir propagandos atpažinimo modeliu, tačiau šiame straipsnyje modelio sąvoką autorius vartoja tik klasikinės komunikacijos („siuntėjas – pranešimas – gavėjas“) atžvilgiu.

²² Propagandos kampanijos ideologija ir veiksniai; jos kontekstas (politinis, ekonominis, karinis ar pan.); propagandisto tapatumas; organizacinė propagandos struktūra; propagandos pranešimo auditorija; žiniasklaidos panaudojimas; išskirtinė technika (būdai) propagandos efektyvumui sustiprinti; auditorijų reakcija (elgsena); kontrapropagandinės priemonės; propagandos rezultatas. In: Garth S. Jowett ir Victoria J. O'Donnell, *Propaganda & Persuasion*, p. 319–333.

Apskritai veik visi šie veiksniai gali padėti nustatyti propagandos raišką, tačiau šiuolaikinės aplinkybės verčia pateikti kritišką šių veiksnių komentarą kaip tam tikrą „Propagandos ir įtikinimo“ adaptavimą. Taigi nors Jowettas ir O'Donnell išskiria propagandos kampanijos ideologiją, reikėtų pabrėžti, kad „kampanija“ tam tikram naujam tikslui pasiekti gali būti trumpalaikė, o dabar metų metus propaganda yra nuolatinis Rusijos politikos procesas. Ideologiją propagandos atveju galime suvokti kaip pasaulio suvokimo ir vertybių konfrontacijos raišką tam tikroje auditorijoje tam tikru laiku, o ne filosofinę idėjų kovą. „Gėrio“ ir „blogio“ tikra ar tariama kova interpretuojama kaip poveikio priemonė auditorijai: tuomet galima „teisingai“ arba „neteisingai“ įvertinti pavojų, grėsmę dėl priimamo teisės akto, kažkieno keičiamos (numatomos, siūlomos keisti) padėties arba vertybinių normų.

Pasiremdami minėta propagandos įvertinimo charakteristika, jos, kaip proceso, „kontekstą“ šiuolaikinėmis aplinkybėmis galime skirstyti į dvi dalis – tarptautinį ir vidaus. Tarptautinį kontekstą Rusijos propagandos atveju sudaro Rusijos vadovybės deklaruojamoji ir reali pozicija tam tikru klausimu, atsiskleidžianti iš jos veiksmų bei dokumentų; Rusijai palankūs įžymūs veikėjai Europos Sąjungoje; Europos Sąjungos ir NATO bei kitų tarptautinių organizacijų, kuriai priklauso Lietuva, elgsena jai rūpimais esminiais klausimais.

Vidaus politinio konteksto atveju reikšminga nustatyti Lietuvos socialiniu, ekonominiu, politiniu ir (ar) informaciniu aspektu silpniausią grupę (veikėją) kaip potencialią auditoriją, kurios padėtį išskiria, pabrėžia Rusijos politikai, kiti veikėjai, žiniasklaida; taip pat Lietuvos visuomenės istorinę patirtį, kuri gali būti interpretuojama minkštosios galios priemonėmis (pvz., filmais, žiniasklaidos laidomis, kt.).

Rusijai suvalstybinant žiniasklaidos priemones ir, pasitelkus cenzūros įstaigą, kontroliuojant jų turinį, politinei valdžiai tampa lengviausiai paveikti žiniasklaidos turinį. Tačiau vien Rusijos vidaus auditorijoms skirtos žurnalistikos kūrinių (naujienu) turinys nesudarytų pagrindo teigti apie propagandą kaip tarptautinės Rusijos politikos reiškinį. Tam, kad suprastume, jog ši politika pranoksta istorines patirtis, pasakytume, kad ji nėra vienos kurios institucijos veiklų objektas²³. Ir jei Jowetto ir O'Donnell siūlymu „ieškosime“ propagandos organizacijos, tai suklysimė tikėdamiesi ją tokią vieną rasti (skirtingai nei plg. Sovietų Sąjungos politinės sistemos atveju, kur visos medijos būdavo „ganomos“ Komunistų partijos atitinkamo struktūrinio lygmens skyrių pagal valstybės teritorinius vienetus ir partijos grandis). Matydami, kaip naujausiais laikais Rusijos politika virto net fizinio karo kurstymu (kaip Ukrainoje) ir jo propaganda, turime atsižvelgti, kad informaciniai veiksmai, virstantys propagandos pranešimais ir informacinio karo reiškiniumi, atliekami įvairių valstybės institucijų, savivaldybių, vadinamųjų nevyriausybinų organizacijų šalies viduje ir užsienyje. Taigi „sistemingas bandymas formuoti suvokimą, manipuluoti pažinimu ir valdyti elgesį“ nėra pakankama charakteristika Rusijos veiksams apibūdinti: apibūdindami reiškinį kaip „bandymą“ suponuojame, jog propaganda, nors ir sisteminė, yra trumpalaikė „kūryba“.

Kur yra Rusijos propagandos ištakos?

J. Ellulo 1965 m. taikliai įvardyti trys propagandos blokai – Sovietų Socialistinių

²³ Įvairiuose šaltiniuose, komentuojant institucinės propagandos patirtis žmonijos istorijoje, dažniausiai pasitelkiami nacistinės Vokietijos ir Sovietų Sąjungos atvejai, kur būdavo sudarytos valstybinės-partinės struktūros viešajai komunikacijai prižiūrėti ir propagandai kurti bei skleisti (plg. atitinkamai Propagandos ministerija ir Komunistų partijos propagandos ir agitacijos skyriai).

Respublikų Sąjungos (SSRS), Kinijos ir Jungtinių Amerikos Valstijų – tarsi nedaug kinta šiuolaikiniame pasaulyje; būtų galima teigti, kad Rusijos propaganda XXI amžiuje yra naujas „senas“ blokas. Valstybės, siekiančios dominavimo pasaulio rinkose ir įvairiomis politinėmis, karinėmis, ekonominėmis priemonėmis tai įgyvendindamos, propagandą pasitelkia kaip informacinę priemonę. Bet pasaulis per kelis dešimtmečius taip pakito, kad mes net Kinijai priskiriame demokratijos apraiškų.

Pripažindami, kad Rusija antrą dešimtmetį vykdo politinį karą²⁴, išsiaiškinkime, kas tai yra informacinių veiksmų aspektu. Nuo amžiaus pradžios stebint Rusijos politiką, demonstruojamą jos žiniasklaidos priemonėse, ir reiškiamą poziciją Baltijos šalių, Lenkijos, Jungtinių Amerikos Valstijų atžvilgiu, galima teigti, kad Rusijos politinis karas:

- aprėpia skaidrius ir neskaidrius (tiesioginius arba netiesioginius) veiksmus diplomatijos, ekonomikos, karo, informacijos srityse;
- lėmė informacinį karą kaip jai įprastinį politinių technologijų veiksmą, kuris yra dalis nuolatinio visuomenės dezinformavimo – propagandos, taikomos metų metus ir plėtojamos;
- turi informacinę strategiją, kuri nukreipta į tris auditorijas – dvi išorines ir vidaus:
 - a) Rusijos vidaus, kuri sutelkiama Vakarų rodant kaip Rusijos priešą;
 - b) išorės (1), kuri noriai priima Rusijos informaciją dėl kalbos ir kultūros bendrumo (tai aktualu Lietuvai);

²⁴ *Russian political warfare: origin, evolution, and application*. By Jeffrey V. Dickey, Thomas B. Everett, Zane M. Galvach, Matthew J. Mesko, Anton V. Soltis. Naval Postgraduate School, Monterey, California, June 2015.

- c) išorės (2), kurioms reikia konstruoti įtaką manipuliuojant Vakarų vertybėmis, teisinėmis normomis, paveikiant politikus, žurnalistus, įtakingus verslo ir kultūros veikėjus.

Politiniame kare, pradėtame Rusijai priėmus straipsnio žangoje paminėtas nacionalinio saugumo gaires, siekiant dominavimo pasaulyje, taikomos informacinio karo ir propagandos priemonės. Būtent politinio karo samprata ir sieja dvi minėtas sąvokas. Jo kontekste propaganda yra tapusi neatskiriama informacinės Rusijos vyriausybės elgsenos dalimi ir sudaro jos žiniasklaidos kuriamų informacinių produktų turinį. Turėtume kritiškai vertinti teiginius, kuriais Rusijos medijų „galia“ interpretuojama kaip atskiras nuo valdžios reiškinys ir galįs būti „autonomiškai“ kaltas dėl visuomenės nuomonės kūrimo – tarkime, kad Rusijos žiniasklaida gali daryti įtaką Rusijos valdžiai, nes, esą, skleisdami tendencingus pranešimus apie Ukrainos ir Rusijos santykius, valstybinės televizijos žurnalistai suformavo nuotaiką, jog būtina gelbėti rusus Ukrainoje ar pan.²⁵ Net ir

²⁵ „Kadangi valstybinėse medijose, įskaitant informacijos agentūras, bet vis dėlto labiau televizijose dirba žmonės, turintys talentą, tai jie palyginti ryškiai pavaizdavo Maidano siaubą, įkaitindami Rusijos visuomenę ir rusų politikus. Prisižiūrėjęs propagandinių televizijos siužetų apie Maidaną, Putinas ir Kremlius įsijungė į šį Ukrainos klausimą jau nusistatę požiūrio kampą ir davė daug griežtesnius nurodymus Rusijos propagandininkams [...]“ (Orig.: *Поскольку в государственных медиа, включая информационные агентства, но в большей степени телеканалы, работают люди не бесталантные, то они довольно ярко живописали ужасы Майдана, возбуждая российское общество и российских политиков. Насмотревшись пропагандистских телесюжетов о Майдане, Путин и Кремль включились в этот украинский вопрос с уже заданным углом зрения и дали более жесткие установки российским пропагандистам*). Шеремет: „Мы все заплатим за наш конформизм“. Interviu su žurnalistu Pavėlu Šeremetu (nužudytas 2016-07-20 Kijeve). In: *Dp.spring96* (Baltarusių žmogaus teisių centro *Viasna* el. laikraštis).

įvardijant propagandinės žiniasklaidos atsakomybę, negalima suklysti ar apsigauti pakeičiant ją didesne nei Rusijos politinės valdžios atsakomybė.

Pagrindinis propagandos šaltinis yra pats Rusijos prezidentas [ne tik minėtų straipsnio išangoje dokumentų, bet ir jo retorikos analizė leidžia taip teigti ir prognozuoti veiksmus, nes tai, kas yra teigiama, virsta neigiamu ir – galbūt – atvirkščiai]. Rusijos politikų (lyderių) kalbos ir dokumentai – tai analizuotinos Rusijos propagandos dalis. Kitas stebėsenos objektas siekiant nustatyti propagandos kryptį yra Rusijos vidaus cenzūros veiksmai (pvz., cenzūra vykdoma specialios paskirties įstaigos *Roskomnadzor*²⁶, kitų Vyriausybei pavaldžių struktūrų – ministerijų, žinybų). Trečias Rusijos organizacinės propagandos dalyvis yra sudėtingiausias: tai Rusijos finansuojamos priemonės, kurių ryšius galima nustatyti tik analizuojant tomis priemonėmis skleidžiamą atitinkamą informaciją (pažintinės programos ir mokslo konferencijos arba publikacijų rengimas – ypač socialinių mokslų šakų; leidyba, kelionių ir pramogų įmonės; pramogų industrija; vadinamųjų nevyriausybinių organizacijų veikla, pan.).

Pabrėžtina, kad Jowettas ir O'Donnell siūlo propagandą apskritai vertinti socialinių, religinių, politinių sistemų kontekste. Rusijos atveju tai visiškai atitinka propagandos kaip nuolat truncančio, stiprėjančio struktūruoto proceso vertinimą, nes jis yra persmelktas ne tik politinės, bet ir ekonominės, socialinės, religinės problematikos. Jei sutiksime, kad Rusijos propaganda yra valstybės politika visais – vykdomosios ir įstatymų leidžiamosios valdžios lygmeni-

²⁶ Federalinė ryšių, informacinių technologijų ir masinės komunikacijos priežiūros tarnyba (Rus.: Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций – Роскомнадзор).

mis, juolab kad vykdomoji valdžia daro esminę įtaką įstatymų leidžiamajai, – galima klausti, ar tai nėra lingvistinis kazusas: propaganda kaip politikos sinonimas. Tačiau atsakymas yra visuose propagandos teoretikų darbuose apie įtikinimą: politika, nukreipta įtikinti visuomenę (auditorijas, įtakingas socialines grupes, asmenis) manipuliatyviomis informavimo priemonėmis, veik kiekvieno propagandos tyrinėtojo įvardijama kaip propaganda. Ir iki šiol nagrinėjant propagandos reiškinį jis yra interpretuojamas kaip „siekis įtikinti“, nors iš tikrųjų – tai tam tikra politinio tikslo dalis. Šiuolaikiniame pasaulyje nebūtų tikslinga nagrinėti propagandą, jei mes išsilintume į informacijos formas ir turinius nesiaiškinę politinės vyriausybių ar su jomis susijusių struktūrų darbotvarkės. Visi žymių pasaulyje autorių veikalai, skirti įtikinimo menui, pritaikomi propagandos technikoms konstruoti, todėl propagandą kaip vieną komunikacijos teorijų ir informacinės politikos būdų galima įvertinti ir kaip manipuliavimo „meną“ kuriant patikimumo regimybę, nes pirmiausia siuntėjas turi būti perpratęs savo auditoriją – kitaip tariant, turėti jos psichologinį poveikslą, kad tikslas būtų pasiektas. Tiesos klausimas yra pats aštriausias: teisingi duomenys naudojami būtent tam ir taip, kad jie sudarytų patikimumo regimybę auditorijai (ar prireikus – asmeniui). Bet tokio „įtikinimo“ teorija, nesuardant įsitikinimų arba žinių, grįstų faktais, sistemos, yra veikiau tinkama Senovės Romos senatui, o ne šiuolaikinės oficialiosios Rusijos politinei elgsenai.

Sheryl Tuttle Ross propagandos procesą įtikinimo aspektu apibūdino kaip galimybę sudaryti patikimumo regimybę (*semblance of credibility*). Ir būtent tai verčia pastebėti priartėjimą prie propagandos kaip kovos įrankio.

Ko reikia patikimumo regimybei?

Kaip žinome, dabar Rusija deklaruojanti save kaip demokratiją. O demokratija yra išankstinė teigiama norma informavimo santykiams ir komunikacijai įvertinti. Tad kas pasikeičia iš esmės? (Informacinių technologijų pažangą vertinkime tik kaip galimybes išradingiau įgyvendinti užduotis). Jei mes visa, kas oficialiai deklaruojama Rusijoje (pradedant nuo Konstitucijos straipsnio, kad šalyje „nėra cenzūros“), įvertiname kaip regimybę ir kaip priešingybę politiniams veiksams – ne tik propagandos, bet apskritai politinio karo šaltinis tampa akivaizdus. Politinis karas – tai ir yra valstybės procesų konstrukcija, kurios viena iš dalių yra propaganda.

Teoretikų „ginčai“ dėl propagandos apibrėžimo ir jos atpažinimo, trunką visą XX amžių, yra pagrįsti tiek, kiek yra patirties gebant atskirti manipuliavimą duomenimis viešojoje erdvėje (žiniasklaidoje, paskaitose, meno kūriniuose, pan.). Totalitarinėje valstybėje propaganda yra akivaizdi jos politika, todėl identifikuoti ne taip sudėtinga. Nepaisant šios aplinkybės, SSRS propagandos sėkmę užsienyje žymėjo biografijos tų pasaulinio garso menininkų (ypač rašytojų), kurie apsilankę SSRS liaupsino stalinizmo valstybę ir jos lyderius netgi savo kūriniuose. Kita vertus, istorinis propagandos kontekstas yra dar sudėtingesnis: antai Berlyno 1936 metų Olimpinėse žaidynėse dalyvavo beveik pusšimčio šalių sporto atstovai, nepaisydami nacių vyriausybės rasistinės politikos (tai, kad laikinai buvo sustabdytas žydų persekiojimas, nesumažina dalyvių atsakomybės, nes jų dalyvavimas tradiciją įgijusiame renginyje tarsi pateisino nacizmą). Vadinasi, oficialioji valdžia, jos atstovai net linkę save apgauti sukurdami tikrovės regimybę?

Teoriškai būtų teisinga pasakyti, kad šiame amžiuje propaganda yra informacinė

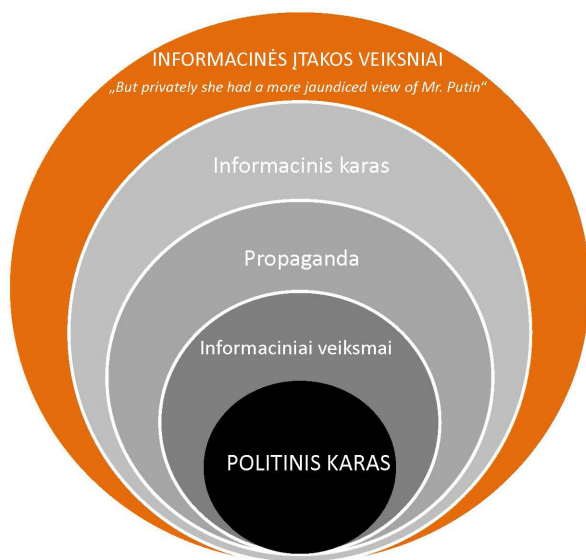
elgsena, sudaranti informacijos idėjų ir aktyvių informacinių veikslių visumą. Tačiau oficialiosios Rusijos informacinė elgsena rodo ne tik jos lyderio ar vyriausybės įvaizdžio kūrimą, bet svarbiausia – pasauliui paveikti nukreiptą informacinę industriją. Ir būtent tai leidžia perskaityti propagandą kaip Rusijos politiką. Kitaip tariant, Rusijos propaganda – institucionalizuota informacinės politikos rūšis, grindžiama manipuliavimu duomenimis ir užsienio auditorijų klaidinimu, yra nukreipta:

- telkti visuomenę (auditorijas) ties įvairaus lygio valdžios nustatytais uždaviniais plečiant informacines erdves pasaulyje, taip pat ir Lietuvoje;
- išlaikyti informacinę įtaką formuojant įtaigią pateisinamąją nuomonę savo pretenzijoms ir agresyviems veiksams;
- ardyti kritišką Rusijos atžvilgiu poziciją bei ją išlaikančių asmenų, institucijų organizacijų ryšius²⁷.

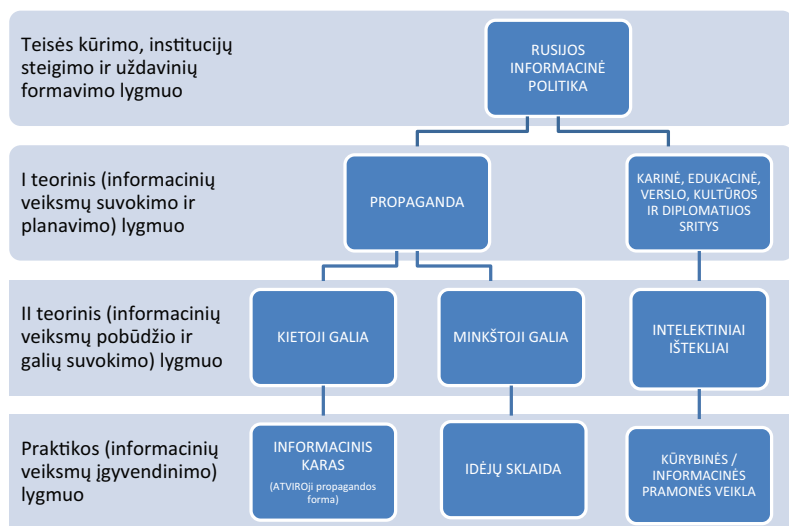
Apibrėžę Rusijos propagandą, išskleiskime mūsų minėtos „konstrukcijos“ daugiasluoksniškumo problemą.

Šiame paveiksle „propagandos“ terminas pavartojamas parodant tik kaip planuojamą teorinio lygmens uždavinį – kitaip tariant, t. y. priemonę, atitinkanti politinį tikslą. Toliau ji adaptuojama pagal tas funkcijas, kurias atlieka atitinkamų sričių

²⁷ Dėl anksčiau išnašoje (8) minėto H. Clinton atvejo neva „perkraudant“ Rusijos ir JAV santykius, Amerikos žiniasklaida tai apibrėžė kaip „idealizmą“, nors iš laiko perspektyvos būtų galima apibūdinti kaip nenuovoką: „The story of the administration's 'reset' policy toward Russia is a case study in how the heady idealism of Mr. Obama's first term has given way to the disillusionment of his second.“ *The New York Times* reported in September 2013“. Ten pat teigiama, kaip H. Clinton suvokusi tą santykių „perkrovą“ ir Rusijos poziciją JAV atžvilgiu: „The reset worked.“ *Clinton told CNN in August 2014*. „It was an effort to try to obtain Russian cooperation on some key objectives while Medvedev was president.“ In: Tani, Maxwell. Hillary Clinton just made two statements to boost her foreign policy credentials – and one is iffy. *Businessinsider.org*, 2015-06-14.



1 pav. Sudėtinės politinio karo dalys



2 pav. Rusijos propagandos institucionalizavimas

institucijos. Tiesiogiai „propaganda“ aprėpia Rusijos kontroliuojamas žiniasklaidos priemones ir netiesiogiai – funkcionalų politikos įgyvendinimą pagal atitinkamas sritis. Taip propagandos veikėjo vaidmenį gali atlikti ir „kietosios“, ir „minkštosios“ galios formuotojas: diplomatas, besistengias

paveikti kitos šalies lyderių politines pozicijas, ar įtaigiai sukurtas Stalino didvyrio vaidmuo istoriniame filme. Šis propagandos institucionalizavimas, pranokstantis pačios Rusijos sienas, paverčia komunikaciją neva daugiakrypte, bet iš tikrųjų valdoma daugiasluoksne sistema.

Pirmiau pateikta Rusijos informacinės politikos – propagandos charakteristika Rusijos vyriausybės narių ir paties V. Putino elgsenos, pasisakymų stebėtojams jau neleistų teigti, kad esminis tikslas yra sukurti palankų įvaizdį; klaidinti bet kuriomis priemonėmis – tai ir yra nuolatinis politinis vyksmas, kuris įtraukia veikėjus (auditorijas) į diskusijas, užgožiančias Rusijos politinius, karinius, ekonominius veiksmus.

Istorinė patirtis ir aktualūs įvykiai Europoje rodo, kad Lietuva (kaip ir kitos Baltijos valstybės) visada buvo, yra ir bus Rusijos informacinių veiksmų taikinyje. Tai – ir atitinkamos šių šalių auditorijos. Kiekvienos apibūdintos auditorijos kontekstą sudaro:

- jos santykis su rusų kalba (gebėjimas tiesiogiai klausyti ir skaityti) ir Rusijos kultūra;
- Vyriausybės santykis su Rusijos politika;
- šalies verslo ir kultūros elito santykis su Rusijos ekonomika, kultūra, politika.

Rusijos politiniai ir kariniai veiksmai, lyderių pasisakymai ir elgsena leidžia tvirtinti, kad ši valstybė tebesiekia išlaikyti užimamas teritorijas ir susigrąžinti ankstesniais amžiais, tam tikrais laikotarpiais Rusijos imperijos ir SSRS valdytas žemes – tiek Azijoje, tiek Vakaruose. „Rusiškojo pasaulio“ [*Русский мир*] koncepcija²⁸, sukurta pateikti užmačias neva „gelbėti“ ar „globo-

²⁸ Jos ištakos – XIX a. leistame laikraštyje „Rusų pasaulis“ (orig. *Русский мир*), kai ši sąvoka tapo stačiatikybės, rusiškos nacionalinės kultūros ir kalbos sinteze. Dabar ši sąvoka yra paversta Rusijos politine doktrina, kurią įgyvendina fondas *Русский мир*, įsteigtas Rusijos Prezidento įsaku 2010-01-13; jo steigėjais fondo nuostatuose įvardijami Rusijos užsienio reikalų ministerija ir Gynybos ministerija. Tarp fondo tikslų yra formuoti palankią nuomonę apie Rusiją remiant rusakalbę žinias-klaidą, o vienas iš fondo uždavinių – „skatinti objektyvią informaciją apie šiuolaikinę Rusiją, Rusijos tėvynainius ir formuoti šios sklaidos pagrindu palankią Rusijai visuomenės nuomonę“.

ti“ rusų kilmės gyventojus nepriklausomai nuo pilietybės, bet iš tikrųjų – paveikti kitas valstybes primetant kritišką požiūrį žmogaus teisių aspektais.

Nors tarptautinėje politikoje, kai yra rodoma viešai, visada gausu propagandos metodų, minėtas politinis karas globaliu aspektu pirmiausia aprėpia JAV ir Rusijos santykius. Rusijos priešprieša Amerikai yra nenaudinga pasauliui, bet oficialiajai Rusijai ji sudaro galimybę pasirodyti esant galingai. Žinoma, propagandos technikas lemia jau ne tiek valstybių santvarka, kiek „demokratijos“ samprata visuomenėje ir valdžių sąveika, todėl nebūtų galima teigti, kad propaganda yra būdinga tik kurios nors vienos santvarkos valstybei ar jos vyriausybei. Kaip viena iš demokratijos formų yra atvira politikos kritika, kuri iš dalies įgijo „antiamerikonizmo“ raišką²⁹. Jei mes galime kritikuoti JAV, ar negalime kritikuoti Rusijos? Į abu klausimus atsakius teigiamai, nereiškia, kad Rusijoje stengiamasi paisyti demokratijos ir kad jos oficialioji politika nėra agresyvi. Rusijoje galima kritikuoti JAV, bet *negalima* kritikuoti oficialiosios Rusijos veiksmų.

Jos institucinė propaganda nukreipiama „antiamerikonizmui“ kurstyti ir palaikyti. Dabar, net ir žinodami, kad Rusijoje taikoma cenzūra, negalime nustatyti, ar tai, kas ir kaip apie Rusiją skelbiama už šios šalies ribų, yra patikima. Bet ieškodami atsakymo galime vadovautis tais principais, kuriuos akivaizdžiai įteisino įgyvendindama cenzūrą Rusijos vyriausybė ir kuriuos galime apibūdinti šitaip:

²⁹ Kritišką įvairių visuomenių nuostatą Jungtinių Amerikos Valstijų politikos atžvilgiu nuo Antrojo pasaulinio karo lėmė skirtingos tautų patirtys ir įvykiai ir – žinoma – aktyvi SSRS visame pasaulyje organizuota propaganda, tačiau iš esmės tokia kritika nėra persekiujama; galbūt todėl „antiamerikonizmas“ priimamas kaip „savaime suprantama“ politinės teorijos samprata.

- Negalima prieštarauti oficialiai Rusijos pozicijai jos vidaus ir užsienio politikos klausimais (t. y. dėl priimtų arba numatomų priimti sprendimų);
- Negalima skelbti nieko kritiška apie V. Putino asmenį, jo turtą ir elgseną;
- Būtina pritarti Rusijos vyriausybės strateginiams tikslams.

Rusijos įstatymai ir jų vykdomieji aktai leidžia matyti būtent tokį Rusijos propagandos kūrimo modelį, kai vidaus cenzūros taikymas atskleidžia, kas „tinka“ (atitinkamai – kas „ribojama“) Rusijos valdžios valia. Jei šiuos principus perkelsime analizuodami Vakarų pasaulio šaltinius, galėsime įvardyti veikėjus – fizinius ir juridinius asmenis, kurie nėra kritiškai Rusijos vykdomos politikos atžvilgiu. Gruzijos atstovė Europos Sąjungoje (ES) ir ambasadorė Belgijai Salomė Samadašvili, išnagrinėjusi Rusijos veiksmus siekiant įsiterpti į Vakarų informacinės infrastruktūras, pabrėžė, kad Rusija finansuoja tam tikrus Vakarų analitinius centrus ir nevyriausybinės organizacijas³⁰, kurios nedeklaruoja savo ryšių su Rusijos vyriausybe, tačiau vykdo jai naudingą veiklą. Taip pat politikai, kultūros ir mokslo veikėjai, žurnalistai, nekritiškai vertindami informaciją apie Rusijos politiką, gali skelbti pranešimus, naudingus Rusijos vyriausybei.

Taigi tai, kad nuo 2000-ųjų Amerikos vadovybė kartais pati tampa propagandinių veiksmų dalyve, rodo oficialiąją Rusiją gebant efektyviai kurti gerų santykių... regimybę.

Kuo Rusija „pateisina“ vadinamojo „antiamerikonizmo“ veiksmus, atsako Jolanta Darczewska, kurios teigimu, informacinis karas truks tol, kol bus gryninama



„Tada valstybės sekretorė Hillary Clinton ir Rusijos užsienio reikalų ministras Sergejus Lavrovas paspaudžia „Reset“ mygtuką“.

Šaltinis: Associated Press nuotr. Tačiau rusų kalba mygtukas buvo pavadintas ne „perkrova“ (*перезагрузка*, t. y. atkūrimas), o „iškrova“ (*неперезгрузка*). Kitaip tariant, ši nuotrauka yra pranešimas apie iliuzinį santykių „formavimą“ nepaisant realių sprendimų ir veiksmų.

Putino naujoji geopolitinė Eurazijos doktrina – antiliberali ir orientuota į konkurenciją su Vakarais dėl Rusijos dominavimo Eurazijoje³¹.

Tačiau toliau turime kalbėti ne apie doktriną, bet jos sklaidą ir tas aplinkybes, kurios yra palankios tokiam komunikacijos procesui.

Kadangi informacijos technologijos suteikia naujienų mainams galimybių paimti faktus ir gandas, būtent nekorektiška medijų aplinka tampa palanki valstybės rango politikai, grindžiamai agresyviais informaciniais veiksmais.

Plakatų, susirinkimų (apskritai agitacinio pobūdžio renginių) laikotarpi naujaisiais laikais keičia nauji metodai: propaganda jos rengėjų valia suliejama su žiniasklaida, reklama bei ryšių su visuomene akcijomis

³⁰ Muzzling Bear: Strategic Defence for Russia's Undeclared Information War on Europe. Wilfried Martens Centre for European Studies, 2015.

³¹ Darczewska, J. The anatomy of Russian information warfare. The Crimean operation, a case study. *OSW Point of View*, no. 42, May 2014.

ir ji gali pasiekti informacijos gavėją tais būdais, kurie tapatinami su įprastinės žiniasklaidos bei kitų medijų formomis ir net turiniu. O žiniasklaidoje dominuoja vaizdo pramogos ir apskritai pramogos informacija, kuriama suliejant naujienų faktus ir nuomones; tai suteikia galimybę patrauklia forma skelbti pranešimus neatskleidžiant žinių apie įvykius (tikrus ar tariamus) autorystės. „Infotainmentą“ – naujienų pramogą (NP), kaip žiniasklaidos reiškinį, apibūdintą dar XX a. pabaigoje³², lemia tiesioginis auditorijos interesas dalyvauti įvykių aptarimo, išpūdžių dalijimosi procese gaunant ir interpretuojant naujienas. NP – tai informacijos būdas viešai keistis nuomonėmis neprisiimant atsakomybės, nes dalyvių įvairovė ir laidų dinamika yra svarbesnis dalykas nei žinios tikrumas ar kokybė. Taigi žiniasklaida gali priimti ir paskleisti laiku nepatikrintą ir net nepatikrintiną žinią: jos šaltinis – nebūtinai Rusijos vyriausybė, bet ir socialiniame tinkle užsiregistravę dirbtinės tapatybės asmenys. Pasaulio socialiniuose tinkluose ir žiniasklaidos tiražuojamas plinta tarumas – tariamos tiesos (*post truth*) politinė kultūra, kuri toleruoja jausminį požiūrį į sprendimus ar politikos veikėjus nereikalaujant faktų kalbos.

Taigi ne tik internetinė žiniasklaida (laikraščiai, televizija), kaip masinės komunikacijos laukas, yra galimas propagandos skleidėjas.

Praktinė propagandos problema, pasitebima komunikacijos ir politikos tyrėjų, psichologų ir filosofų, verčia ieškoti naujo atsakymo, kas ir kur tai iš tikrųjų yra ir kaip tokią propagandą atpažinti. Propagandos skirstymas į „baltąją“, „pilkąją“ ir „juodąją“³³ buvo veiksmingas tada, kai mes,

auditorija, iš tikrųjų galėjome ir galime atskirti „juoda“ ir „balta“ arba perprasti, kiek tiesos yra tam tikro pranešimo atveju, nes suvokiame politinio pamato konstrukciją – kokia yra valstybės santvarka ir ideologija, kaip pasiskirstę galios centrai. Todėl šios charakteristikos tik artina prie išvados, jog propagandos rengėjams vis svarbiau yra paversti propagandos produktą neatpažįstamos autorystės (nepaisant deklaracijų apie demokratijos puoselėjimą) ir ardomuoju. Prisiminkime, kad propaganda jau buvo pripažinta demoralizuojamą ir demoralizuojančių veikslių sistema, nes XX a. nacizmo ir sovietų propagandos sistemos kaip pamatinės informacinės politikos dalys, sukurtos iki Antrojo pasaulinio karo, rėmėsi pagrindiniu principu – propaganda (ypač skirtoji užsienio auditorijoms) turi būti neatpažįstama. Istorinė reiškinio raida rodo nuolatinį įvairių valdžių domėjimąsi propagandos technikų įvairove ir jų tobulinimu, kad jas pasirinkdamos galėtų manipuliuoti žiniomis ir valdyti protus.

Politinės propagandos technologų tikslas yra konstruoti melą ir manipuliuoti taip, kad nebūtų galima atskleisti ar juolab įrodyti, kas yra jos organizatorius. Tyčinė manipuliacija duomenimis yra pagrindinis iššūkis žurnalistikai bei socialinių tinklų vartotojams, reklamos užsakovams, ryšių su visuomene kampanijų organizatoriams, aukštųjų mokyklų, mokslo ir kultūros įstaigų vadovams. Propaganda aprėpia ne tik naujienų pateikimą; jeigu ji nutaikyta į nuolatinį, atitinkamą auditorijos nuomonės palaikymą, gali plisti ir kitose informavimo (informacinių mainų) srityse: kultūros, švietimo, meno. Teoriniai propagandos vertinimo kriterijai yra:

- politinis tikslas,
- manipuliavimas duomenimis,

³² Brants, Kees. Who's Afraid of Infotainment? *European Journal of Communication*, 1998, vol. 13, no. 3.

³³ Zeman, Zbynek. *Selling the War*. Orbis Publishing, 1978.

- patikimumo regimybė,
- auditorijos (asmens / grupės) pasirengimas priimti informaciją.

Kaip tik intelektualios technikos propagandą gali paversti palyginti patraukliu produktu – fragmentiškai, bet noriai skaitoma, klausoma ar žiūrima įvairaus formato informacija, skirta tam tikrai tikslinei auditorijai pagal jos intelektą ir pasirengimą priimti atitinkamus pranešimus, gali sėkmingai pasiekti milijonus.

Socialinių tinklų „veikėjų“, prisistaatančių dirbtine tapatybe ir apsimitančių „paprastais“ vartotojais, tikslas – įtraukti žmones į diskusijas skleidžiant abejones bet kuriuo ES valstybės politiniu sprendimu, socialinių problemų sprendimo būdais. Tuo metu pati Rusija investuoja į autoritetų gaudymą tarp politikų ir kultūros veikėjų³⁴; jų nuomonė gali būti ir yra svari ne tik priimant tarptautinius sprendimus, bet ir įskeliant viešą diskusiją dėl Europos ar apskritai Vakarų pasaulio vertybių, strateginių politikos ir ekonomikos tikslų³⁵. Įtakingi Vakarų veikėjai, pasiduodantys Rusijos verslo ar politinių idėjų įgyvendinimo interesams, tampa pozityvaus pranešimo apie Rusiją skleidėjais. Jų veiklos simbiozė lemia Rusijos propagandos

sėkmę, kurią galima apibūdinti kaip galiomybę supriešinti ES, ES ir JAV auditorijas ir neleisti suvienyti jėgų, kurios objektyviai vertintų Rusijos informacinę politiką ir jos propagandą kaip institucinę veiklą. Europos Sąjungos informacinė erdvė tampa pažeidžiama, nes pačios ES šalys jau yra nebe informacijos gavėjai, o Rusijos parengtos informacijos siuntėjai.

Kitaip tariant, propaganda gali perkeisti komunikacijos proceso veikėjų – skleidėjų ir gavėjų vaidmenis: tie, kurie mano, kad yra skleidėjai, manipuliuojant suinteresuotajam propagandos kūrėjui (jos organizatoriui), tēra informacijos gavėjai.

Politinėms institucijoms (organizacijoms) jų uždavinius įgyvendinant rūpi tik tos auditorijos, kurios gali būti pripažintos kaip socialiai reikšmingos grupės, arba tie asmenys, kurie atlieka lyderio vaidmenį. Efektyvu tampa tai, kas paveikia, pakeičia, išlaiko tokių grupių ar asmenų mąstymą atsižvelgiant į propagandos organizatoriaus poreikį. Todėl klasikinis komunikacijos proceso modelis, kurį sudaro *siuntėjo – pranešimo – gavėjo* ryšių trikampis³⁶, reikalauja naujesnio teorinio konteksto. Skirtingai nuo modelio, kuris rodo, kad istoriškai informacijos mainuose pranešimas yra svarbiausia, privalu matyti, kas konstruoja *skleidėjo – pranešimo – gavėjo* sąveiką. Shannonas nurodė, jog tarp siuntėjo ir gavėjo yra triukšmo šaltinis, kuris gali daryti įtakos siunčiamam signalui. „Triukšmas“ kaip komunikacijos proceso veiksnys yra neišvengiamas. Tačiau propagandos ir ypač Rusijos propagandos veiksmų atveju komunikacinį „triukšmą“ verta sureikšminti paverčiant pagrindiniu veiksmu. Toks propagandos organizavimas liudija galią, kuri reiškia pasitelkus priemones, skirtas

³⁴ Išskirtinis atvejis yra V. Putino Rusijos propagandos veikėju tapus Vokietijos kancleriui Gerhardui Schröderiui, 2003 m. vizito metu apsilankiusiam ne tik Maskvos Didžiojo teatro spektaklyje, bet ir mišiose Rusijos ortodoksų bažnyčioje; nuo tada Rusijos ir Vokietijos susitarimai tapo Rusijos ekonominį ir informacinį vaidmenį Vakarų Europoje stiprinančiais veiksniais. G. Schröderis, tapo Rusijos viešosios akcinės bendrovės – stambiausio dujų koncerno „Gazprom“ sukurtu konsorciumo *Nord Stream AG* akcininkų komiteto pirmininku.

³⁵ 2011-11-09 Vokietijos mieste Lubmine atidarant Baltijos jūros dugnu iš Rusijos į Vokietiją nutiestą dujotiekį, *Nord Stream* „Gazprom“ pranešime spaudai įvykį pavadino istorijos rato posūkiu. Renginyje dalyvavo Rusijos prezidentas Dmitrijus Medvedevas, Vokietijos kanclerė Angela Merkel, Europos Komisijos energetikos klausimų komisaras Güntheris Herrmannas Oettingeris, Prancūzijos Ministras Pirmininkas François Fillonas, Nyderlandų Ministras Pirmininkas Markas Rutte.

³⁶ Shannon C. E. *Mathematical Theory of Communication*. 1948.

priversti (pa/i)tikėti nežinant tikrojo siuntėjo. Šio komunikacijos proceso negalėtume apibūdinti kaip informacijos mainų, nors pats procesas gali būti organizuotas taip, kad auditorijos šitaip manytų.



3 pav. „Organizatorius“ – veiksnys, išplečiantis komunikaciją tarp siuntėjo, gavėjo ir pranešimo, keičiantis ir galintis keisti komunikacijos modelio vaidmenis

Organizatorius – tai sumanus režisierius, žinąs, kad nuo jo priklauso, kas ir kada taps siuntėju, gavėju, o kas ir kaip bus paversta pranešimu. Jis išmano politinį kontekstą, kad galėtų veikti pagal poreikius vartodamas vadinamiesiems „gavėjams“ įprastas sąvokas ir veikdamas neva pagal „gavėjų“ nustatytas taisykles. Jo veikla ir yra „triukšmas“, kurio niekas neturėtų pastebėti – ar rodant filmą, ar atidarant dujotiekio liniją. „Gavėjais“ čia galime pavadinti auditorijas, suvokiančias demokratiškas santykių esmę.

Mums tiesiog svarbu įvertinti:

- ar propaganda yra politikos dalis;
- kokios politikos dalis.

Tai būtų galima sužinoti išsiaiškinus „organizatorių“ (propagandos režisierių). XXI a. Rusijos politika ir kintanti geopolitinė padėtis Vakarų Europoje atskleidžia išskirtinius Rusijos vyriausybės informacinius veiksmus, kurie rodo formuojant ir įgyvendinant agresyvią informacijos politiką, paremtą

propagandos technikomis, nukreiptomis įveikti, paveikti, keisti, išlaikyti Vakarų pasaulio ir ypač – Baltijos šalių gyventojų įsitikinimus, pažiūras ir elgseną³⁷. Šiomis technikomis ir formuojama informacinė galia, skirta valdyti protams, prirėikus – traiškyti, naikinti žmogaus orumą, reputaciją, niekinti istorinę atmintį. Todėl yra dvejopas propagandos kaip reiškinių pavojus:

- politinis;
- psichologinis.

Tokiame kontekste ir turime įvertinti „antiamerikonizmo“ veiksnį, pastebėdami, kad reikėtų ne tik perprasti susijusius su mūsų problematika argumentus, bet ir pabandyti į juos pažvelgti kitu – Rusijos informacinės politikos aspektu. Su Amerikos kritika siedami Noamo Chomsky’io kūrybą, pastebėsime, kad yra naudinga išskirti propagandos modelį, jo sudarytą kartu su Edwardu Hermanu. Tai yra 5 filtrų žiniasklaidos komunikacija³⁸, adaptuotina įgyvendinant mūsų uždavinius Rusijos propagandos atžvilgiu. Akivaizdu, kad tokie įvardyti veiksniai kaip žiniasklaidos koncentracija siekiant pelno, reklamos parama, biurokratija kaip informacijos šaltinis, išorės (politikos, verslo) finansinė ir teisminio poveikio priemonės, nukreiptos prieš žurnalistinį pranešimą, kova su terorizmu sudaro stiprų foną propagandai plėtoti. Kaip tik tokie veiksniai suteikia galimybę šiuolaikiniam propagandos organizatoriui veikti veik „nepastebimam“, tačiau jie yra tiek būdingi globalaus kapitalo pasaulio charakteristikai, kiek yra susiję su valstybės reiškiamomis galiomis.

³⁷ Veik kiekviena sociologinė apklausa rodo, kad ne mažiau kaip trečdalis Lietuvos gyventojų neįžvelgia Rusijos grėsmių. *Spinter*, 2016.

³⁸ Herman, Edward; Chomsky, Noam (2002). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. 2nd ed. Pantheon Books, p. 252. ISBN 0375714499.

Naujausiais laikais būtent Rusijos valstybė, priešindama savo piliečius su Vakarų visuomenėmis ir ypač – su Vakarų Europa, pasitelkia tokias propagandos technikas, kurios ne visada atpažįstamos – ypač nepasirengusių kritiškai informaciją vertinti auditorijų ar asmenybių. „Antiamerikonizmas“ ir pasitarnauja Rusijos propagandai – ypač kai skleidžiamas autoritetingų asmenų. Nors šiuolaikinė Rusija skelbia esanti demokratinė valstybė, neva neturinti tiesmukiškai sukonstruotos propagandos sistemos (kaip SSRS), jos žiniasklaidos sistema, praradusi žurnalistikos laisvę ir dominuojama valstybinę valdžią atitinkančios (oficialiosios) nuomonės, ir gali būti apibūdinta kaip sutelkta (koncentruota), kurioje biurokratijos šaltinis yra svarbiausias, o „išorinis“ (t. y. oficialiosios Rusijos politikos) poveikis – stipriausias. Tai sistema, kurią gal galima lyginti su SSRS įdiegta Komunistų partijos propagandos ir agitacijos sistema tiek, kiek yra skirtingas komercinis aspektas. Terorizmo tema, kuri N. Chomsky'io iškelta kaip „priedanga“ propagandai plėtoti, Rusijos valdžiai yra itin „patogi“, nes tai aktualiausias visų pasaulio šalių diplomatijos rūpestis ir tampa tinkama skraiste politiniam karui plėsti. Ir dar reikia pridurti, kad oficialioji Rusija išlaiko Vakarų pavojaus temą vidaus „rinkoje“ – t. y. tarp savo šalies gyventojų, kurstydamą nepasitikėjimą Vakarų Europos ir JAV politika.

Oficialieji Rusijos dokumentai rodo esant jos propagandos formų įvairovę, įskaitant išplėtotą kūrybos pramonę, todėl galime teigti, kad yra *atvira* (atpažįstama) ir *uždara* (neatpažįstama) propaganda³⁹. Propagandos pobūdį lemia:

³⁹ Rusija kuria ir plėtoja minkštosios galios infrastruktūrą visame pasaulyje. Vidutiniškai per metus ji skiria 100 milijonų eurų informacijai kurti ir skleisti. Prezidento įsakais yra sukurtos institucijos, kurios su-

- kūrybiškas technologijų taikymas,
- atitinkamai užkoduota (komunikacijos aspektu vertinant) informacija,
- institucijų veikla ir intelektualus auditorijų pasirengimas su jomis bendradarbiauti arba atitinkamai priimti sukurtą informacinį produktą.

Ne *apskritai* „valstybė“ yra tas propagandos, kaip sudėtinės politinio karo priemonės, režisierius. Tokios komunikacijos organizatoriumi (režisieriumi) tampa kiekvienas Rusijos juridinis ir fizinis asmuo, nelygu kokiam lygmenyje jis atlieka atitinkamas pareigas. Juo tampa ir įtrauktas instituciškai bendradarbiaujantis asmuo.

Taigi klasikinis komunikacinis modelis Rusijos propagandos atveju nėra toks skaidrus, kaip jį iki šiol pateikia komunikacijos

daro informacijos ir komunikacijos tinklą, įtraukdamas į poveikio lauką mokslo, švietimo, kultūros institucijas ir tam tikrus veikėjus. Antai ryšių su nepriklausomomis valstybėmis agentūra *Rossotrudničevstvo* buvo įkurta 2008 m., o jau 2011 m. atidarė centrus Lietuvos edukologijos universitete ir Šiaulių universitete: „Šiaulių universiteto Humanitarinio fakulteto Rusų kalbos ir kultūros centras įsteigtas 2011 m. balandžio 27 d. Tai fondo *Russkij mir* (Rusijos Federacija) ir Šiaulių universiteto Humanitarinio fakulteto tarptautinis kultūros srities projektas, skirtas rusų kalbai ir kultūrai propaguoti, rusų kalbos mokymo(si) programų Lietuvoje rėnimui, tarpkultūrinio dialogo plėtrai ir santarvės stiprinimui. Centras moderniai įrengtas, turi iš naujausios mokomosios metodinės, mokslinės ir grožinės literatūros sukomplektuotą biblioteką, mediateką, kuriomis Centro lankytojai gali naudotis nemokamai, yra 6 kompiuterizuotos darbo vietos su nemokama prieiga prie Rusijos duomenų bazių“ (In: <http://integrum.ru> ir <http://rubricon.com>. Rusų kalbos ir kultūros centras – vieša, tolerantiška institucija, atvira miesto ir šalies bendruomenei bei bendradarbiavimui. *Šiaulių universitetas*, 2016). Iš viso *Rossotrudničevstvo* dabar turi 58 atstovybes 63 šalyse. Programa „Rusų pasaulis“ turi 44 atstovybes. Vidutiniškai per metus skiriama 100 milijonų eurų minkštosios galios projektams įgyvendinti, o nevyriausybiinių organizacijų, įkurtų įvairiose šalyse, taip pat ir JAV, vadinamiesiems demokratijos plėtros projektams skiriama po 100 mln. JAV dolerių. Tai, kad Vakaruose Rusija įkuria agentus, kurie angažuoja mokslo ir kultūros pasaulio asmenis savo veiklai pateisinti, jau yra išnagrinėję kai kurie tyrėjai ir apžvalgininkai.

teoretikai: neatpažįstamoji propaganda, remiama verslo ir kultūros institucijų arba įtakingų asmenų, nerodo grįžtamojo ryšio. Tačiau tai nereiškia, kad jo nėra. „Grįžtamasis ryšys“ reiškia institucionalizuotos propagandos rezultata, kai atitinkamos auditorijos įtraukiamos ar išitraukia į Rusijos informacinę erdvę. Kitaip tariant, kai ši erdvė išsiplečia.

Išvados

Rusijos propaganda – tai institucionalizuota informacinė politika, kurios tikslas – plėsti informacines erdves pasaulyje ir išlaikyti informacinę įtaką formuojant įtaigią pateisinamąją nuomonę dėl savo pretenzijų ir grobikiškų veiksmų. Informacinė erdvė – tai valstybių teritorijas pranokstančios aprėptys, kuriose auditorijos techniškai yra pasirengusios priimti ir priima įvairiomis priemonėmis skleidžiamus pranešimus. Ji žymi ir informacinę šalies būseną: jeigu visuomenėje dėl kultūrinių ir ekonominių aplinkybių yra veiksmų, kurie leidžia priimti ne tik naudingus, bet ir žalingus (klaidingus) pranešimus, jais gali būti pasinaudota informacinei erdvei plėsti. Per 15 metų laikotarpį Rusija išplėtojo politinį karą, propagandą paversdama politikos rūšimi ir priemone. Rusijos politinio karo (2000–2015) etapai: dokumentinių gairių parengimas ir nuomonės kontrolė šalies viduje (I); propagandos plėtra (II) ir informacinis karas tarptautinėje informacinėje erdvėje (III). „Kontrpropagandos“ sampratos interpretacija, pateikta Jowetto ir O'Donnell, priimtina demokratinei visuomenei, nes ji taikos sąlygomis apibūdintina kaip piliečių atsakas į bet kokio pobūdžio brukamą pranešimą, agitaciją, manipuliaciją duomenimis – t. y. jų savanorišką dalyvavimą akcijose, pilietinės pozicijos

reiškimą. Kitaip tariant, visuomenė turi būti pakankamai kritiška, kad pastebėtų propagandą. O šiuo atveju pagrįstas yra *socialinių mokslų pažangos* veiksnys.

Sutelkdami dėmesį į Rusijos informacinę politiką propagandos aspektu, žinome, kad informacijos išteklių saugumas ir visuomenės informacijos mainų užtikrinimas yra susiję, bet mažiau reikšmingi mums rūpimų auditorijų ir informacinių erdvių atžvilgiu. Institucionalizavimas rodo, kad propaganda yra paversta Rusijos valstybės politikos dalimi – informaciniais veiksmais siekiama argumentuoti, pateisinti, pagrįsti realizuojamus plataus masto tikslus ir atitinkamus uždavinius. Tarp tokių uždavinių pagrindinis yra plėsti įtaką kaimyninėse valstybėse ir visame pasaulyje, įtraukiant į informacinę veiklą organizacijas ar asmenis, gebančius skleisti pranešimus ir imituojančius jų autorystės savarankiškumą.

Rusijos propagandos technikos pakeičia teorinį komunikacijos modelį: esminį vaidmenį atlieka jos organizatorius, o pranešimo siuntėjo ir gavėjo vaidmenys organizatoriaus valia gali būti sukeisti; jo paties vaidmuo – neatpažįstamas. Šis vaidmenų sukeitimas yra Rusijos propagandos metodas: tos Vakarų auditorijos, kurios vadovaujasi demokratinėmis vertybėmis ir gauna jų kalba parengtą informaciją, gali išitraukti kaip Rusijos informacinės erdvės dalyviai. „Antiamerikonizmas“ yra vienas iš demokratinės kritikos ypatumų (ne tik politinė teorija), kuris naudojamas sukeičiant komunikacijos proceso dalyvius.

Nuolatinė Rusijos informacinės politikos stebėseną ir analizę pasitelkiant socialinius mokslus yra geriausias Rusijos propagandos technikų atpažinimas: šiame komunikacijos procese svarbu nustatyti „triukšmo“ šaltinį – propagandos, kaip nuolatinio proceso, organizatorių.

LITERATŪRA

BERSHIDSKY, Leonid. How Russian Propaganda Really Works in the West. In: *Bloomberg.com*, 2016-11-28.

ELLUL, Jacques (1965). *Propaganda. The Formation of Men's Attitudes*. Vintage Books, A Division of Random House (New York). 320 p.

DARCZEWSKA, Jolanta (2014). The anatomy of Russian information warfare. The Crimean operation, a case study. *OSW Point of View*, no. 42, May.

DARCZEWSKA, Jolanta (2015). The devil is in the details. Information warfare in the light of Russia's military doctrine. *OSW Point of View*, no. 50, May.

DARCZEWSKA, Jolanta (2014). The Information War on Ukraine New Challenges. *Cicero Foundation Great Debate Paper*, 11.

DOOB, Leonard W. (1950). Goebbels' Principles of Propaganda. *The Public Opinion Quarterly, Oxford University Press*, vol. 14, no. 3 (Autumn), p. 419–442.

DOOB, Leonard W. (1966). *Public Opinion and Propaganda*. Shoe String Pr Inc.

DURHAM, Robert B. (2014). *False Flags, Covert Operations, & Propaganda*. Lulu. com, 2014. 566 p.

HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam (2002). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Paperback.

JOWETT, Garth S.; O'DONELL, Victoria (2006). *Propaganda and Persuasion*. 4th ed. Sage Publications.

Lietuvos valstybės saugumo departamento ataskaita, 2015. Prieiga internetu: <www.vsd.lt>.

LUCKHAM, D. (2002). *The Power of Events. An Introduction to Complex Event Processing in Distributed Enterprise Systems*. Boston: Addison-Wesley.

ROSS, Sheryl Tuttle (2002). Understanding Propaganda: The Epistemic Merit Model and Its Application to Art. *The Journal of Aesthetic Education*, vol. 36, no. 1 (Spring), p. 16–30.

Russian political warfare: origin, evolution, and application. By Jeffrey V. Dickey, Thomas B. Everett, Zane M. Galvach, Matthew J. Mesko, Anton V. Soltis. June 2015.

VITOPOULOS, George (2015). *Mediated Public Diplomacy: How the Russian English-language news network RT framed the ongoing tension between Russia and the West that ensued from the Ukrainian crisis*. Independent thesis Advanced level (degree of Master). Uppsala University.

SAMANDASHVILI, Salome (2015). *Muzzling Bear: Strategic Defence for Russia's Undeclared Information War on Europe*. In: Martenscentre.eu/publications/information-warfare-europe-defence-russia.

RUSSIAN PROPAGANDA PRACTICE AFFECTS THE THEORETICAL MODEL OF COMMUNICATION

Andrius Vaišnys

S u m m a r y

The author examines how intensive Russian propaganda (both recognisable and unrecognisable) can expand any theoretical model of communication.

Over the past 15 years, in the context of open military and democratic conflicts where Russia fights against Ukraine and over Ukraine, or over influence in the Middle East by bombarding Syrian cities, and where the European Union is breaking apart after the *Brexit* vote, informational politics has emerged as one of the most significant factors.

The author claims that the National Security Concept of the Russian Federation, adopted in 2000, served as a stimulus to the current expansion of the official propaganda of Russia. The document in question has to be described as the start of Russian politics built on disinformation. The concept claims that,

allegedly, Russia is threatened by the other nations' desire "to dominate on the global information space" and "push Russia out of the international and domestic information market"; the concept further claims that foreign states are supposedly developing "the concepts of information warfare that provide for measures of dangerous impact on the information areas of other nations around the world".

If one wished to apply a communication model to the document in question, one would have to opt for the simplest, i.e. linear (sender – message – recipient), model as there is no data implying that anyone had interpreted the content of the document as a set of symbols of inverted meaning, or had anticipated that Russia will itself start constructing information operations to justify its propagandistic politics.

Russia embarked on the path of political warfare at the beginning of the 21st century, reclaiming its role of an influential state, though in places where it is unable to exercise direct censorship of the media yet can make use of the activities of foreign authorities and organisations, or discussions in the social media, it breaks down the relationships as opposed to building them.

After a review of research papers on propaganda by various authors one is forced to agree that the most effective way to recognise Russian propaganda would be the application of the communication model developed by Garth S. Jowett and Victoria J. O'Donnell; however, as claimed by the author, if one was to look for propaganda organization, as suggested by Jowett and O'Donnell, one would be mistaken in their hopes to find just one (contrary to the political system of the former Soviet Union when all media was "directed" by the Communist Party divisions at the appropriate structural level by territorial units and party leadership levels). Seeing that in this age Russian politics have turned into the instigation of a physical war (in the case of Ukraine) and its propaganda, one has to bear in mind that information operations that turn into propaganda messages and information warfare are carried out by various governmental institutions, municipalities and so called non-governmental organisations domestically and abroad. Consequently, a "systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions, and direct behaviour" is not a sufficient characteristic to describe Russia's actions: by describing the phenomenon as an "attempt" one implies that propaganda, even though systematic, is just a short-term "creative exercise".

The author concludes that Russian propaganda is an institutionalised form of state informational

politics aimed to expand information spaces globally and to maintain informational influence in shaping a persuasive opinion justifying Russia's claims and predatory actions. Here information space is understood as a coverage beyond national borders where audiences have the technical means to accept and do accept messages transmitted over various channels. It also denotes informational state of the country: if, due to cultural or economic circumstances, there are factors in a society that make it possible to accept both useful and harmful (misleading) messages, these can be used to expand the information space. Over the period of 15 years Russia has developed political warfare by turning propaganda into a form and a tool of state politics. Stages of Russian political warfare (2000–2015): the development of guidelines and opinion control domestically (I); propaganda expansion (II); and information warfare on the global information space (III).

The author believes that Russian propaganda techniques modify the theoretical model of communication: the key role is played not by the "sender" in general, but by the organiser and the roles of both the sender and recipient may be switched at organiser's will; the role of the organiser itself is hidden. The switching of these roles is a method of Russian propaganda: those Western audiences that respect democratic values and get information prepared in their language (content consistent with their concepts) may get involved as participants on the Russian information space (while being recipients they may, in fact, be turned into information senders). The "anti-American" sentiment is one of the particulars of the criticism of democracy (not just a political theory) that is used to switch the participants of the communication process.

Iteikta 2016 m. liepos 10 d.