

Vilniaus universiteto
Komunikacijos fakulteto
Informacijos ir komunikacijos katedra

Rasa Radovičienė

Tarptautinės komunikacijos magistro studijų programos studentė

**MANIPULIACIJOS METODŲ NAUDOJIMO TENDENCIJOS
POLITINĖJE KOMUNIKACIJOJE LIETUVOJE
MAGISTRO DARBAS**

Vadovė doc. dr. B. Grebliauskienė

Vilnius, 2010

TURINYS

ĮVADAS.....	5
1. MANIPULIACIJA KOMUNIKACIJOJE.....	7
1.1. Manipuliacijos metodų apibrėžimai, jų indikacijos ir pavyzdžiai.....	12
1.2. Politinės komunikacijos samprata ir televizijos debatai.....	32
2. MANIPULIACIJOS METODŲ NAUDOJIMO TELEVIZIJOS DEBATŲ LAIDOSE	
TYRIMAS.....	41
2.1. Tyrimo bazė ir metodai.....	41
2.2. Manipuliacijos metodų identifikavimas televizijos debatų laidose.....	42
2.3. Tyrimo rezultatų apibendrinimas ir aprašymas.....	61
IŠVADOS.....	70
Bibliografinių nuorodų sąrašas.....	72
Tendencies of Manipulation Methods Use in Political Communication in Lithuania (summary)	
.....	75
Priedai.....	76
1 priedas. Laidų, skirtų 2009 metų Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams, DVD video formate.....	76

REFERATO LAPAS

Ra. 23 Manipuliacijos metodų naudojimo tendencijos politinėje komunikacijoje Lietuvoje: magistro darbas / Rasa Radovičienė; mokslinis vadovas doc. B. Grebliauskiene; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2010 – 76. - Mašinr.-2 – Santr. angl. – Bibliogr.: 72-74 p. (45 pavad.).

UDK indeksas: 32

Raktiniai žodžiai: *manipuliacija, manipuliacijos metodai, politinė komunikacija, įtaiga, politinis spektaklis, televizijos debatai, rinkimai.*

Magistrinio darbo objektas – manipuliacijos metodai. Darbo tikslas – identifikuoti ir aprašyti manipuliacijos metodų naudojimą televizijos debatuose, skirtuose 2009 metų Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams. Darbo uždaviniai:

- išanalizuoti, susisteminti ir aprašyti įvairių autorių išskirtus manipuliacijos metodus, suformuluoti jų apibrėžimus, išskirti indikacijas ir pateikti pavyzdžius;
- identifikuoti manipuliacijos metodus, kuriuos panaudojo kandidatai į prezidentus, Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams 2009 skirtose televizijos debatų laidose, apibendrinti ir pateikti jų naudojimo tendencijas.

Išanalizavus įvairių autorių apibrėžimus apie manipuliaciją, galima teigti, kad manipuliacija naudojama kaip psichologinio poveikio priemonė, siekiant atimti iš žmogaus galimybę savarankiškai priimti sprendimą.

Išnagrinėjus įvairių autorių pateiktus aprašymus apie manipuliacijos metodus, naudojant lyginamąjį metodą, pagal panašius bruožus buvo atrinkti ir sugrupuoti skirtingų autorių aprašymai apie tą patį metodą. Taikant dedukcijos metodą, buvo išskirti kiekvienos manipuliacijos metodų grupės esminiai požymiai ir suformuluoti jų apibrėžimai bei išskirtos indikacijos.

Apžvelgus įvairių autorių mintis apie politinę komunikaciją, pateikiamos išvados, kad politinėje komunikacijoje labai svarbią vietą užima rinkimai. Kiekvieni rinkimai tampa nauju politikų ir rinkėjų tarpusavio aiškinimosi aktu, o manipuliacija yra pagrindinė priemonė, naudojama rinkiminėje kovoje. Mūsų nuomone, nuostatas ir įsitikinimus daugiausiai formuoja televizija, todėl būtent televizijos debatai yra labiausiai priimtinas, demokratiškai patikrintas variantas, naudojamas priešrinkiminėje kovoje. Tai vienintelė forma, kur kandidatas gali pademonstruoti, kaip sugeba kalbėti su savo oponentu, kaip įtaigiai sugeba perteikti savo teiginius ir nuostatas.

Atlikus debatų laidų, skirtų 2009 metų Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams, analizę, taikant indukcinį metodą, išskirtų indikacijų pagalba buvo atpažinti panaudoti

manipuliacijos metodai. Apibendrinus gautus duomenis, nustatyta, kad politikai dažnai, sistemingai ir tendencingai naudojo įvairius manipuliacijos metodus.

Darbas gali būti naudingas politinės komunikacijos, ryšių su visuomene, žurnalistikos sričių atstovams, visiems, besidomintiems politinio gyvenimo peripetijomis, taip pat minėtų sričių studentams.

IVADAS

Žengiamo į informacijos amžių, kuriame žmogus priima milžinišką srautą informacijos, o laiko jai atsirinkti ir išanalizuoti nepakanka, todėl greičiau ir paprasčiau priimama masinių informavimo priemonių pateikiama jau apdorota informacija, formuojanti mūsų nuomonę ir požiūrį. Nesistengiant kritiškai vertinti gaunamos informacijos, sukuriama terpė manipuliacijai. Manipuliacija naudojama visur: kasdieniniame gyvenime, literatūroje, politikoje, žiniasklaidoje, reklamoje. Dabartinis politinis Lietuvos gyvenimas primena spektaklį, kuriame vieni yra žiūrovai, o kiti – aktoriai. Norėdami suintriguoti žiūrovą, prikaustyti jo dėmesį ir laimėti rinkiminėje kovoje, politikai naudoja įvairias rinkimines technologijas prieš savo oponentus ir rinkėjus. Politinės komunikacijos kontekste, kuriame sąveikauja politikai, informacija ir viešoji nuomonė, politikai gana dažnai manipuliuoja rinkėjais, stengdamiesi suformuoti jiems tam tikrą nuomonę ir nuostatas. Nesvarbu, kokiomis priemonėmis tai daroma, svarbu pats tikslas: gauti valdžią, ją realizuoti ir išlaikyti.

Teisiškai arba oficialiai įrodyti, kad manipuliacijos metodai naudojami savanaudiškais tikslais, labai sunku, nes žmogus bet kada gali pasakyti, jog jis norėjo tik geriausio ir neturėjo jokių blogų ketinimų. Šio darbo tikslas ne įrodyti, kaip savanaudiškais tikslais naudojami manipuliacijos metodai, o atkreipti dėmesį į manipuliacijos metodų įvairovę bei jų dažną naudojimą tiek politikoje, tiek žiniasklaidoje, tiek reklamoje. Tai tampa aktualia problema ir todėl labai svarbu išmokti tuos metodus identifikuoti ir nuo jų apsisaugoti.

Kadangi Lietuvoje nebuvo tirta ir aprašyta, ar naudojami manipuliacijos metodai televizijos debatų laidose, todėl šiame darbe turinio analizei pasirinkti pirmą kartą Lietuvoje surengti tiesioginiai televizijos debatai, skirti 2009 metų Lietuvos Prezidento rinkimams. Nauja ir tai, kad pirmą kartą pateikiami susisteminti ir aprašyti įvairių autorių pateikti manipuliacijos metodai, suformuluoti jiems apibrėžimai bei išskirtos indikacijos, pagal kurias galima tuos metodus atpažinti ne tik debatų laidose. Pagal pateiktas indikacijas buvo mėginta atpažinti politikų pasisakymuose panaudotus manipuliacijos metodus ir taip nustatyti jų naudojimo dažnumą, sistemiškumą ir įvairovę.

Magistro darbui pasirinkta tema: „**Manipuliacijos metodų naudojimo tendencijos politinėje komunikacijoje Lietuvoje**“.

Darbo tikslas – identifikuoti ir pristatyti manipuliacijos metodų naudojimo tendencijas televizijos debatuose Lietuvoje.

Darbo uždaviniai:

1. Išanalizuoti, susisteminti ir pristatyti įvairių autorių išskirtus manipuliacijos metodus, suformuluoti jų esmę nusakančius apibrėžimus, išskirti indikacijas ir pateikti pavyzdžius;

2. Identifikuoti manipuliacijos metodus, kuriuos panaudojo kandidatai į prezidentus, Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams 2009 skirtose televizijos debatų laidose, apibendrinti ir pateikti jų naudojimo tendencijas.

Darbe keliama **hipotezė**, kad nėra gilių rinkiminių debatų tradicijų Lietuvoje, todėl tikėtina, kad manipuliacijos metodų raiška nebus didelė, o jų naudojimas nebus sistemingas ir tendencingas.

Darbo uždaviniams įgyvendinti buvo pasirinkta keletas metodų: buvo išanalizuoti ir susisteminti literatūroje aprašyti manipuliacijos metodai ir naudojant interpoliacijos metodą suformuluoti jų apibrėžimai ir išskirtos indikacijos. Indukcinis metodas – kiekvienam manipuliacijos metodui buvo išskirtos indikacijos ir vadovaujantis jomis buvo atpažinti manipuliacijos metodai televizijos debatų laidose.

Darbas parengtas naudojantis įvairiuose literatūros šaltiniuose pateiktais manipuliacijos apibrėžimais ir aprašytais metodais. Tarp svarbiausių šaltinių minėtini С. И. Поварнин „Искусство спора. О теории и практике спора“ (1998), М. Edelman „Politinio spektaklio konstravimas“ (2002), L. Bielinis „Rinkiminių technologijų įvadas“ (2000), С. А. Зелинский „Информационно - психологическое воздействие на массовое сознание“ (2008), Е. Л. Доценко „Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита“ (1997).

Darbą sudaro įvadas, dvi pagrindinės dalys, išvados ir bibliografinių nuorodų sąrašas. Pirmojoje darbo dalyje pateikiama manipuliacijos esmė, apibrėžimai ir jos metodai. Aprašoma, kas tai yra politinė komunikacija, kokią vietą joje užima rinkimai ir kas yra televizijos debatai.

Antroje darbo dalyje atliekamas manipuliacijos metodų identifikavimas televizijos debatų laidose, skyriuje pristatoma tyrimo bazė, gautų tyrimo rezultatų aprašymas ir apibendrinimas taip pat pateikiama autorės atlikta penkių televizijos debatų laidų, skirtų 2009 metų Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams, turinio analizė.

Toliau pateikiamos darbo išvados ir naudotų šaltinių bibliografinių nuorodų sąrašas.

Darbo teorinė ir praktinė reikšmė. Šiame darbe buvo susisteminti įvairių autorių knygose pateikti manipuliacijos metodai, suformuluoti jų apibrėžimai ir išskirtos indikacijos. Naudojant šias indikacijas, bus galima atpažinti manipuliacijos metodus bet kokio turinio tekstuose ar kalbose. Tai padės kritiškiau vertinti informaciją, pateiktą politikų pasisakymuose.

Darbas gali būti naudingas politinės komunikacijos, ryšių su visuomene, žurnalistikos sričių atstovams, visiems, besidomintiems politinio gyvenimo peripetijomis, taip pat minėtų sričių studentams.

1. MANIPULIACIJA KOMUNIKACIJOJE

Įvairūs autoriai savo knygose mėgino suformuluoti manipuliacijos apibrėžimą, kuris geriausiai nusakytų jos esmę. Pirmiausia reikia išsiaiškinti, kas tai yra manipuliacija, ir kur dažniausiai ji naudojama?

Manipuliacijos termino lotyniškasis protėvis – manipulus - turi dvi reikšmes: a) rieškučios (manus – ranka, ple – pripildyti); b) maža grupė, kaulelis (manus+ pl – silpnoji šaknies forma). Antra šio žodžio reikšmė - nedidelis karių būrys (apie 120 žmonių) romėnų kariuomenėje.

Oksfordo anglų kalbos žodyne manipuliacija, (manipulation) pačia bendriausia reikšme, apibrėžiama kaip elgesys su objektais, turint numatytus ketinimus. Pateikiama ir dar viena reikšmė - tai judesiai, atliekami rankomis. Atliekant manipuliacijos veiksmus ypatingai pabrėžiamas vikrumas. Tame pačiame Oksfordo anglų kalbos žodyne manipuliacija pateikiama ir perkeltine prasme: tai žmonių įtakojimo aktas arba jų paslėptas valdymas. Būtent tokia prasme žodis manipuliacija pakeitė iki tol politiniame žodyne viešpatavusį žodį makiavelizmas. Viena iš tokio pakeitimo priežasčių - išsiplėtė ratas reiškinių, kuriems buvo priskiriamas terminas manipuliacija. Manipuliacija imta naudoti kaip politinė priemonė, nukreipta į visuomenės nuomonės programavimą arba tautos psichinės būsenos kontroliavimą.

Manipuliavimas – tai paslėptas individų ar jų grupės valdymas, veikiant jų mintis, elgesį, poelgius bei jausmus prieš jų valią, tuo pačiu veikiant jų psichiką. (Malovikas, 2002).

E. L. Docenka savo knygoje „Manipuliacijos psichologija“ išskiria keletą manipuliacijos apibrėžimų: **manipuliacija** – tai psichologinio poveikio priemonė, kai manipulatoriaus meistriškumo dėka į adresato psichiką įdiegiami tikslai, norai, santykiai ir siekiai, kurie visiškai neatitinka tų, kuriuos šiuo momentu turi adresatas.

Manipuliacija – psichologinio poveikio priemonė, kuria siekiama pakeisti kito žmogaus aktyvumo kryptį, bet taip, kad jis to nepastebėtų.

Manipuliacija – tai psichologinio poveikio priemonė, kuria kitas žmogus nukreipiamas į tikslą, kurio siekia manipulatorius.

Manipuliacija – tai veiksmas, nukreiptas į kitą žmogų, nustūmimas jo ta linkme, kuria nori manipulatorius. Viskas daroma taip gudriai, kad kitam atrodo, jog jis pats valdo savo veiksmus. (Docenko, 1997)

Pagal L. Bielinį, **manipuliacija** – tai sąmoningas masinės sąmonės nukreipimas nuo realybės, jos pakeitimas dirbtinai sukurtomis, įteigtomis situacijomis, vertinimais, įvaizdžiais. Manipuliuojant masine sąmone, emocijos atskiriamos nuo idėjų, jos nepaliečia proto sferos. (Bielinis, 2000, p. 72).

G. Mažeikis **manipuliaciją** traktuoja kaip intelektualio, finansinio, dvasinio viešpatavimo formą, pasiekiamą klaidingai, apgaulingai veikiant auditoriją. (Mažeikis, 2006).

Apibendrinant būtų galima suformuluoti vieną apibrėžimą: **manipuliacija** – tai psichologinio poveikio priemonė, kai iš subjekto eliminuojama galimybė savarankiškai priimti sprendimą.

Kaip tampama manipulatoriumi? Priežastys gali būti įvairios: žmogus konfliktuoja pats su savimi, nepasitiki savimi, nemoka mylėti, jaučiasi visiškai bejėgis, siekia bet kokiais būdais gauti pripažinimą visų ir kiekvieno. Manipuliuojame visi - vieni daugiau, kiti mažiau. Kartais tai darome piktybiškai, o kartais - tiesiog nesąmoningai. Pirmosios manipuliacijos užuomazgos randamos Biblijoje - tai vadinamasis biblinis Ievos gundymas. Gyvatė sukonstravo savo pranešimą taip, kad pateikė tik pozityvius argumentus ir nuslėpė negatyvias pasekmes. Ji pasakė, kad Dievas neleidžia valgyti obuolio, nes bijo, jog žmonėms atsivers akys ir jie taps lygūs Jam. Buvo nutylėta apie tai, kokia bausmė laukia, nusižengus Dievo valiai. Pranešimui platinti buvo pasirinkta tradicinė schema, kai pranešimą vyrui perduoda moteris. Kaip mes visi žinome, manipulatorius laimėjo.

Labai daug manipuliacijos atvejų surandame pasakose: Jonukas apgauna raganą, Žilvinas paliepia Eglei įvykdyti tris darbus, kuriuos atlikusi ji galės vykti pas savo namiškius. O didžiausias intrigas pasakose rezga raganos, siekdama ne pačių geriausių tikslų. Nors dažniausiai jos nubaudžiamos, bet vis tiek įvykdo savo piktus kėslus ir suteikia veikėjams daug skausmo.

Manipuliacija - ne visuomet blogai. Sukurta daugybė pasakų ir istorijų, kai blogis nugalimas "gudrumu". Šis gudrumas yra ne kas kita, kaip manipuliacijos. Pvz.: Jonukas ir Grytutė pergudrauja raganą ir ji, o ne jie, atsiduria krosnyje. Tomas Sojeris "pergudrauja" draugus, apsimesdamas, jog dažyti tvorą yra malonumas ir taip kitiems sužadindamas norą dažyti. Daugelis prisimena Šecherezadą, kuri sekė pasakas savo rūsčiajam valdovui. Tik manipuliacijos dėka ji beveik trejus metus gelbėjo save ir kitas gražias savo šalies merginas nuo mirties. Gal todėl manipuliacija domisi ne tik tyrinėtojai, bet ir visuomenė. Daugelis žmonių skaito literatūrą, norėdami išmokti daryti poveikį kitiems. Ir klausimas visai ne tame ar manipuliuoti ar ne. Svarbiausia išmokti manipuliuoti atsargiai, kad auka to nepastebėtų ir nesuprastų.

Manipuliacijos modelių galima rasti ir pasaulinio garso grožinės literatūros rašytojų kūrinuose. V. Šekspyro tragedijos „Hamletas“ veikėjas Danijos princas Hamletas tampa rūmų sąmokslų auka ir net svarsto apie pasitraukimą iš tokio niekingo pasaulio, kuriame tiesa iškraipoma, siekiant valdžios ir šlovės. Dostojevskio kūrinio „Stepančikovo dvaras“ pagrindinis personažas Foma Fomičius labai gudriai ir taikliai sugeba manipuliuoti bei tampyti aplinkinius kaip marionetes už siūlelių. Sudaryti tokia situacija, taip tiksliai parinkti žodžius ir mimikas,

kad kitas pasijustų kaltas net tuomet, kai pats manipulatorius akivaizdžiai yra neteisis. Tai savotiška hipnozė žodžiais, žvilgsniu, judesiais. Viskas byloja apie tai, koks aš nelaimingas ir dėl to esi kaltas tik tu.

Ne tik pasakose, grožinės literatūros kūrinuose, bet ir kasdieniame gyvenime, manipuliacija naudojamės norėdami apsisaugoti nuo neteisingų vadovų veiksmų, prasto kolegu charakterio, nedraugiškų aplinkinių replikų. Vadovai taip pat dažnai sunkiai įsivaizduoja vadovavimą be manipuliacijų, padedančių valdyti žmones. Daugelis populiariosios psichologijos knygų moko manipuliuoti, norint efektyviau valdyti žmones, susirasti vyrą ir pan. Mes patys dažniausiai manipuliuojame siekdami savanaudiškų tikslų. Išvada viena - būdas manipuliuoti kitais savo naudai dažnai yra tiesiog nepastebimas ir nesąmoningas, o kartais suplanuotas ir sėkmingai organizuotas. Manipuliacijai būtini du veikėjai: manipulatorius ir jo auka. Ir kiekvieno iš jų vaidmuo manipuliacijos kontekste bus visiškai kitoks.

Pagal E.L. Docenka, manipuliacija gali būti nagrinėjama keliais aspektais. Visų pirma į ją galima žiūrėti socialiniu-psichologiniu aspektu – mėginant atsakyti į šiuos klausimus: kas yra manipuliacija, kada ji atsiranda, kokių tikslų ji naudojama, kada ji tampa ypatingai veiksminga ir kaip nuo jos apsisaugoti.

Antra, manipuliacija gali būti tiriama kaip psichologinės įtakos priemonė, kaip informacijos perdirtimas, kaip tiesos - melo problema.

Trečia, tiriant apsisaugojimo nuo manipuliacijos būdus, reikia paanalizuoti psichologinę asmenybės sritį, kadangi ypatingas dėmesys skiriamas vidinei psichologinei dinamikai, sprendimo priėmimui, vidinei komunikacijai. Taigi manipuliacijos nagrinėjimas apima labai didelį spektrą problemų, pradedant fundamentaliomis teorinėmis ir baigiant aprašomosiomis. (Docenka, 1997).

Pastaruoju metu psichologai gauna gerai apmokamus užsakymus, kurių tikslas yra išmokyti žmones įtakoti kitus: tai grupinė psichoterapija, dalykiniai žaidimai, įvairūs valdymo metodai. Labai dažnai išmoktos technologijos naudojamos siekiant ne visai humaniško tikslų. Dažnai ir pats psichologas, visai to nenorėdamas, tampa samdomu manipulatoriumi. Svarbiausia manipuliacijos ypatybė yra ta, kad manipulatorius stengiasi paslėpti savo ketinimus. Norint manipuliuoti, pirmiausia reikia surasti žmogaus silpnybes. Tai gali būti žmogaus noras vadovauti, jo meilė vaikams, jautrumas pagyroms, išdidumas, uždarumas, neveiklumas. Tinkamai pasinaudojus šiomis žmogaus silpnybėmis, mes galime žmogui įteigti bet ką.

Šiandieninėje komunikacijoje, kurioje žmogaus priimamos informacijos srautas yra milžiniškas, vyksta kova už perkrautus informacija žmonių protus. Norint pelnyti žmogaus palankumą arba įteigti jam tam tikrą nuomonę, žmogus įtaigojamas, manipuliuojant jo sąmonę. Kitaip tariant, daromas psichologinis poveikis, kuris suprantamas kaip informacijos pateikimas

žmogui per sąmoningai valdomus jo jutimo organus, aplenkiant sąmonę ir tiesiogiai veikiant psichiką. Tai yra visos manipuliacijos esmė.

Tikslinga būtų trumpai aprašyti įtaigą, nes ji tiesiogiai siejasi su manipuliacija, o jeigu tiksliau, yra manipuliacijos sinonimas. **Įtaiga** žodyne apibrėžiama „kaip poveikis žmogaus psichikai, mažinantis jo sąmoningumą ir kritiškumą kuriam nors dalykui“. Svarbiausia įtaigos priemonė - žodis, įtaigotojo kalba. Jos poveikį papildo nežodinės priemonės (gestai, mimika, veiksmai). Įtaiga gali sukelti tam tikrus pojūčius, emocines būsenas, vaizdinius, ja galima paskatinti žmogų tam tikriems veiksams. Įtaiga yra kryptingas žodinis arba vaizdinis poveikis, sukeliantis nekritišką bet kurios informacijos suvokimą ir išiminimą. Pagal V. Bechtereva, įtaiga yra ne kas kita, kaip įsiveržimas į sąmonę, vykstantis be suvokiančio asmens dalyvavimo ir dėmesio, ir dažnai be aiškaus jo supratimo. Taigi manipuliacijos (įtaigos) atveju žmogus nukreipiamas ta linkme, kuria nori manipulatorius, o žmogui atrodo, kad jis pats valdo savo veiksmus. Reklamos, propagandos, mados poveikis taip pat pagrįstas įtaiga. Įtaigos būdu organizuojama visuomeninė nuomonė ir manipuluojama žmogaus sąmone. Pagrindinis tikslas, kurio siekia manipulatoriai, neleisti pasireikšti loginiam mąstymui, neduoti galimybės nustatyti priežastinius reiškinių ar dalykų ryšius. Geriausias įtaigos modelis toks, kuris pagrįstas sumaniai parinktais žodžiais. Tam reikalinga konkurento kalba; nespecifiniai, kuo platesnės reikšmės žodžiai; žodžiai, keliantys malonias asociacijas; reikia vengti žodžių, keliančių neigiamas asociacijas - rūpesčius, nemalonumus ir t. t., - ypač jei nesiūloma, kaip tas problemas išspręsti. Kadangi modelis grindžiamas kalba, žodžiams tenka ypatingas vaidmuo. Labai svarbu parinkti tinkamus žodžius, nes vieni žodžiai palengvina užduotį, o kiti gali ją pasunkinti. Pagal R. Kairaitį (1998) galima išskirti tokias įtaigos rūšis: tiesioginė, netiesioginė ir atvira.

Tiesioginė įtaiga nedviprasmiškai atskleidžia įtaigotojo siekius. Ji dar skirstoma smulkiau: *aiški*, kuomet kalbantysis tiesiai ir aiškiai pasako, ko jis siekia. Žmogui nepaliekama galimybė rinktis; *paslėpta* įtaiga – kai dalykai ir savybės aprašomi ir pateikiami kai ką nutylint; *posthipnotinė* įtaiga, kurios esmė - hipnozės būsenoje įteigti klientui poelgius, kurie realizuojami posthipnotiniu laikotarpiu.

Netiesioginė įtaiga siekiama konkretaus tikslo, net jei žmogus jo nesuvokia. Jam paliekama teisė pasirinkti ir nepriimti to, kas teigiama - neprovokuojama priešintis ir išvengiama nesėkmių. Viena tokios įtaigos formų yra *kontekstuali* įtaiga, kurios esmė - žmogus išgirsta tai, ko laukia, ir kartu tai, ko reikia. Svarbu intonacija pabrėžti konkrečius žodžius ir po kiekvieno išskirto žodžio daryti pauzę. Pavyzdys. Įsitaisykite štai čia patogiai. (Žmogus girdi siūlymą įsitaisyti patogiai. Peršamas veiksmas - įsitaisyti čia).

Atviros įtaigos būdu žmogui siūloma daug galimų atsakymų ir platus pasirinkimo spektras. Ribojama tik vienu aspektu, tarkim, vieta, kur įmanomi šie pasirinkimai.

Įtaiga, labai dažnai naudojama reklamoje. Tai dar kitaip vadinama paslėpta reklama, kuri lyg ir niekuo neišsiskiria, bet kas joje rodoma arba sakoma, dažnai neatitinka realybės ir kreipia į tam tikrą, paslėptą tikslą. Sąmoningai nutylimi kai kurie faktai arba jie šiek tiek pagražinami. Reikia pripažinti svarbiausia, kad bet kokia reklaminė kampanija – tai ne tik kūryba, bet ir didžiulės žinios. *Ir čia reikia tiksliai žinoti arba intuityviai nuspėti, ar reikia naudoti reklaminius kanonus, o gal geriau pažeisti viską, ką tik galima pažeisti. Kiekviena reklaminė kampanija prasideda nuo įvaizdžio paieškos, herojaus sukūrimo ir jo atvaizdo mitologizavimo.* (Čerepanova, 2003, p. 6).

Kalbant apie rinkiminių kovų metodiką, nereikia pamiršti, jog, be visiems įprastų agitacijos priemonių, čia taip pat veikia ir manipuliacijos metodai. Apie juos nėra daug kalbama viešai, bet galima drąsiai teigti, jog šių metodų panaudojimas tapo neatsiejama beveik kiekvieno politinio žaidimo dalimi. Reikėtų akcentuoti ir tai, kad labai skiriasi politikų tarpasmeninė manipuliacija, kuri nukreipta į jų aplinkos žmones ir masinė manipuliacija, kuri nukreipta į visą tautą. Labai retai vienas žmogus sugeba naudotis abiem manipuliacijos formom. Tokio fenomeno pavyzdžiu galėtų būti išymūs pasaulio diktatoriai: Napoleonas, Leninas, Stalinas, Hitleris, kurie manipuliavo tiek šalia esančiais žmonėmis, tiek savo tautomis.

Kaip ir kitų agitacijos priemonių, taip ir manipuliacijos metodų tikslas yra kiek galima labiau paveikti rinkėjų nuomonę, kad atėję balsuoti jie nebeabejotų, o būtų tvirtai apsisprendę. Norint apjuodinti politinį konkurentą, į pirmą vietą iškeliamą jį kompromituojanti ar galinti sukompromituoti informacija. Po to stebima nepriklausomų masinės informacijos priemonių reakcija. Priklausomai nuo kompromituojančios informacijos aštrumo ir aktualumo, jį gali būti pagrindinis ir viską lemiantis veiksnys politinėje kovoje, po kurio atskleidimo konkurentui belieka visam laikui pamiršti apie aktyvesnę politinę ar visuomeninę veiklą. Prasidėjus rinkiminei kampanijai gana aktyviai imama gilintis ne tik į atskirų įtakingų asmenų politinę veiklą, bet taip pat į jų asmeninį gyvenimą. Renkamos pikantiškos jų praeities detalės, nepamirštami ir jų tėvai bei seneliai. Lietuvoje bene geriausiai yra žinomas faktas, kai Prezidento rinkimų kampanijos metu priešininkų stovykla bandė sukompromituoti eksprokurorą Artūrą Paulauską. Buvo paviešinti faktai apie jo tėvo tarnybą KGB struktūrose, apie tai, kad pats kandidatas gyvena su antrąją žmona ir t.t., ir t.t. Atrodytų, jog asmeninio gyvenimo detalės mažiausiai turėtų ką nors dominti, nes visas dėmesys turėtų būti kreipiamas į kandidato rinkiminę programą bei į jo sugebėjimus kompetentingai dirbti atsakingą darbą. Tačiau ne visa visuomenė yra linkusi profesionaliai vertinti politikus, didžioji jos dalis labiau domisi kandidatų žmogiškosiomis savybėmis, jų asmeninio gyvenimo smulkmenomis, o ne profesionalumu. Atsižvelgdami į pastarąjį faktą bei į tai, jog visuomenė tiesiog fiziologiškai trokšta eilinės sensacijos, manipuliacijos metodų specialistai stengiasi surasti kuo daugiau priemonių, kurių

pagalba galėtų pateikti visuomenei kuo daugiau netikėtos, šokiruojančios ir intriguojančios informacijos.

Apibendrinus įvairių autorių suformuluotus manipuliacijos apibrėžimus, galima teigti, kad manipuliacija – tai psichologinio poveikio priemonė, kai iš subjekto atimama galimybė savarankiškai priimti sprendimą ir jis nukreipiamas į tikslą, kurio siekia manipulatorius. Galima išskirti tokius manipuliacijos kriterijus: psichologinį poveikį, manipuliavimą tautos sąmone, dirbtinų situacijų sukūrimą, žaidimą kito silpnybėmis, nuomonės formavimą. Įtaiga yra manipuliacijos sinonimas, nes abiem atvejais yra veikiamas žmogaus sąmonė ir visi jo veiksmai, priimami sprendimai nukreipiami manipulatoriui reikalinga linkme. Pagrindiniu dalyku čia tampa žmogaus įsitikinimas, jog jis pats valdo savo veiksmus ir savarankiškai priima sprendimus.

Manipuliacijos užuomazgos randamos Biblijoje, ji sėkmingai naudojama pasakose, tiek gerąja, tiek ir blogąja prasme. Jos aptinkama mitologiniuose siužetuose, žymių literatūros klasikų kūrinuose, reklamoje, politiniuose rinkimuose ir kasdieniniame žmonių bendravime.

1.1. Manipuliacijos metodų apibrėžimai, jų indikacijos ir pavyzdžiai

Apie manipuliaciją rašoma gana daug tiek knygose, tiek įvairiuose straipsniuose internete. Daugelis autorių, nurodytų įvade, savo darbuose išskyrė įvairius rinkiminiuosius bei manipuliacinius metodus. Manipuliacijos metodų yra labai daug. Šiame darbe susisteminti ir pateikti tik tie, kurie pagal savo aprašymą nors ir naudojami tiek reklamoje, tiek spaudoje, tiek šnekamojoje kalboje, bet, atsižvelgiant į pagrindinį atrankos kriterijų, jų pritaikomumą esamuoju momentu, tinkami naudoti tiesioginėse diskusijose, debatų laidose. Kiti manipuliacijos metodai, kurie nebuvo aprašyti šiame darbe, taip pat naudojami įvairiose srityse, bet jie neatitinka esamojo momento kriterijaus, nes dažnam jų reikia testinumo, įvairių kompleksinių priemonių arba scenarijaus.

Kartais tas pats metodas skirtingų autorių yra labai panašiai aprašomas, tik kitaip pavadinamas. Išanalizavus vieno autoriaus aprašymą apie kurį nors metodą ir išskyrus pagrindinius to metodo bruožus, labai dažnai tie bruožai atpažįstami kito autoriaus pateiktų manipuliacijos metodų aprašymuose. Tokiu principu nustatoma, kad abu autoriai rašo apie tą patį metodą, tik kitaip jį įvardija. Abiejų autorių aprašymai grupuojami ir pateikiami kaip vienas metodas, kuriam priskiriamas geriausiai jį apibūdinantis pavadinimas. Taikant dedukcijos metodą, iš kelių panašių aprašymų suformuluotas vienas bendras apibrėžimas, geriausiai nusakantis to manipuliacijos metodo esmę. Kiekvienam metodui buvo išskirtos indikacijos, atrinkus tik tam metodui būdingus bruožus. Apibendrinant, skyriaus pabaigoje, pateikiama manipuliacijos metodų lentelė, kurioje surašyti jų apibrėžimai ir indikacijos.

Toliau pateikiami sugrupuoti manipuliacijos metodai, jų aprašymai ir geriausiai juos nusakantys pavyzdžiai.

• **Kompromitacijos metodas**

A. Vuima išskiria *kompromitacijos metodą*, kurio esmė: surasti ir parengti spaudai kompromituojančią informaciją apie vieną ar kitą kandidatą. Publikuojama informacija turi atitikti šiuos kriterijus: būti teisinga, nors sunku apibrėžti, kas tai yra tiesa. Kiekvienas ją supranta pagal savo mąstymo lygmenį ir suvokimą; būti nepaneigiama, tai reiškia, kad iš priešininko turi būti atimama galimybė ją paneigti. Labai lengva tą padaryti, kai kalbama apie materialius dalykus, kuriais labai sunku suabejoti. Tačiau, kai kalbama apie abstrakčias sąvokas, tokias kaip meilė, įsitikinimai, pareiga, garbė ir t.t., tų sąvokų supratimą priešininkas gali apsukti sau reikiama linkme ir tuomet jūsų tiesa virs melu. Todėl kalbant apie abstrakčius, su vertybėmis ir jausmais susijusius dalykus, reikia labai atsargiai pateikti informaciją ir sudėlioti taip, kad priešininkas negalėtų jos paneigti; būti suprantama, tai reiškia, kad reikia vengti nesuprantamų ir sudėtingų sąvokų. Faktus pateikti paprastai, aiškiai ir suprantamai; informacija turi būti aktuali ir saugi. Ji turi turėti ryšį su tiksline auditorija, taip pat, prieš pateikiant informaciją, reikia įvertinti rizikos veiksnius (kalbama apie teismo ieškinius) (Vuima, 2009).

L. Bielinis tai vadina *kompromituojančios medžiagos „išmetimu“ į žiniasklaidą, siekiant sumenkinti oponento prestižą ir* apibūdina kaip netikėtų ir sensacingų faktų apie politikus pateikimą. Tai faktai, dažniausiai susiję su politiko veikla, jo asmeniniu gyvenimu, jaunystės klaidomis, ligomis (Bielinis, 2000).

S. A. Zelinskij šį metodą įvardija kaip *prioriteto principą*. Jo samprata šiek tiek kitokia, bet esmė išlieka ta pati. Šis metodas yra pagrįstas žmogaus psichikos specifiškumu: kaip teisinga informacija priima ta, kuri mūsų sąmonei pateikiama pirmiausia. Šiuo atveju suveikia pirmumo principas. Ta informacija, kurią mes gauname pirmiau, priimama kaip teisinga, nes tuo momentu mums sunku suvokti jos prieštarinę charakterį. O vėliau jau labai sunku pakeisti susiformavusią nuomonę. Šis metodas dažnai naudojamas politikoje, kai pirmiausia konkurento adresu yra pasiunčiama jį kaltinanti informacija (kompromatas) ir taip suformuojamas neigiamas jo įvaizdis, kuris pateikiamas klausytojams. Taip priešininkas išprovokuojamas teisintis, apeliuojant į žmonių sąmonėje susiformavusius stereotipus, jog tas, kuris teisiasi, yra kaltas (Zelinskij, 2008).

Pateikiamas pavyzdys: 1998 m. vykę prezidento rinkimai, kuomet žiniasklaidoje pasirodė gana nemaloni ir kompromituojanti informacija apie kandidatą į prezidentus A. Paulauską, kurioje buvo teigiama, jog jis neva bendradarbiavo su KGB, kad dėl jaunesnės moters paliko savo šeimą. Buvo akcentuojami faktai, visiškai nesusiję su kandidato politine veikla, jo išmanymu dirbti, patirtimi. Panašiai mėginama sukompromituoti politikę K. D. Prunskienę. Prieš

kiekvienus rinkimus vis “išmetama“ į žiniasklaidą KGB korta. Neva ji buvo KGB agentė, netgi slapyvardį turėjo. Bet tai nėra iki galo nei patvirtinta, nei paneigta.

• **Dirbtinis sureikšminimas**

G. Shabad išskiria *dirbtinį sureikšminimą*. Manipuliuojama, sureikšminant įvykį ar reiškinį. Norint nukreipti visuomenės dėmesį nuo svarbių dalykų, kurie vyksta politiniame gyvenime, žiniasklaidos pagalba išpučiamas koks nors nelabai reikšmingas įvykis. Apie jį stengiamasi kuo daugiau rašyti, jį rodyti, kad visuomenė sukoncentruotų visą dėmesį tik į jį, o tuo tarpu svarbesni įvykiai galėtų vykti be žiūrovų. (Shabad, 2007). Kuo ilgiau žmonėms bus rodomas koks nors faktas ar reiškinys, tuo visiems jis atrodys svarbesnis, aktualesnis, labiau paplites. Deja, visuomenė tada nesuvokia, kad sureikšmintas reiškinys nėra labai svarbus ar paplites. Kuo ilgiau reiškinys bus akcentuojamas, tuo didesnė tikimybė, kad žmonių nuomonė keisis. Kodėl? Nes žmonės nori būti laiminčioje pusėje. Tai šiek tiek siejasi su skandalo teorija.

S. I. Povarnin šį metodą vadina *priešininko dėmesio nukreipimu nuo pagrindinės minties*. Mintis, kurią norime tokiu būdu „prasukti“ arba iš viso nepasakoma arba pasakoma trumpai, pačia nekalčiausia forma. O prieš ją pasakoma tokia mintis, kuri savo turiniu arba forma turi atkreipti klausytojų dėmesį, bet priešininko likti nepastebėta. Dažnai šis metodas tampa „nukreipimu melagingu keliu“. Prieš tą mintį, kurią norima „prastumti“ be kritikos, pasakoma tokia mintis, kuri priešininkui turi iš karto pasirodyti abejotina arba klaidinga. Kiekvienas priešininkas ieško mūsų argumentacijoje silpnos vietos ir tokiu būdu užsipuola mus tik pamatęs pirmą silpną vietą ir tokiu būdu praleidžia pagrindinę mintį, kuri ir buvo skirta priešininką sužlugdyti, jeigu aišku ji „nekrinta į akis“ savo klaidingumu (Povarnin, 1998).

S. A. Zelinskij šį metodą vadina *sensacingumu arba parodomąja problematika*. Vadovaujamas tokiu principu: informacija pateikiama taip, kad būtų sunku suvokti visumą. Pirmiausia yra pateikiama kokia nors pseudo-sensacija ir jos pagalba yra paslepiama iš tikrųjų labai svarbi naujiena (Zelinskij, 2008). *Nepertraukiamas sąmonės atakavimas, ypač „blogomis naujienomis“, atlieka labai svarbią funkciją, palaikant „nervingumo“ lygį. „Šitas nervingumas, nuolatinės krizės jautimas, labai padidina žmonių įtaigumą ir labai sumažina galimybę kritiškai priimti informacija.* (Kara-Murza, 2000).

Taip atsitiko svarstant Atominės elektrinės įstatymą. Tuomet *Seime netikėtai buvo išniręs skandalingas ir greitai “užgesęs” parlamentarų rentų įstatymas, o prieš savaitę Seime numatyta AE įstatymo pataisų pateikimą viena pagrindinių nacionalinių problemų tapo krepšinio transliacijų ir alkoholio reklamos problema.* (DELFI. 2008 01 08).

Dar vienas pavyzdys: pašnekovui X reikia išsakyti mintį, kuri labai svarbi, siekiant savų tikslų, bet taip, kad ji nebūtų sukritikuota priešininko. Jam reikia pasakyti, kad namas, apie kurį jie kalba, yra senas. X nusprendžia nukreipti savo priešininką klaidingu keliu. Žinodamas, kad

priešininkas bet kokiomis priemonėmis ims ginti kažkokį Y, o ypatingai gins, jeigu jis bus apkaltintas nesąžiningumu, sako: čia reikalas neapsiejo be įsikišimo iš šalies. Jis įsigijo šitą seną namą apgaulės būdu. Jeigu priešininkas „puls“ pašnekovą dėl kaltinimo, jis gali praleisti išsakytą mintį, kad namas senas. Tuomet pašnekovui reikia dar keletą kartų nežymiai pakartoti tą frazę, bet taip, kad ji „priliptų“ ir mintis „prastumta“.

• Dirbtinis įvykis

G. Mažeikis išskiria manipuliacijos metodą - *dirbtinį įvykį*. Tai populiariausia ir pakankamai efektyvi manipuliacijos priemonė. Gali būti sukuriama specialiai tai situacijai skirtas dirbtinis ar pusiau dirbtinis įvykis, savo aktualumu užgožiantis priešininko manipuliacinius lūkesčius (istorines diskusijas galima užgožti nerimu dėl valiutų kurso ar degalų kainų svyravimo). (Mažeikis, 2006) Tokius įvykius planavo ir prezidento R. Pakso komanda, tačiau atrodo laiku jais nepasinaudojo, aiškiai pervertinę savo įtaigos galias (vėlesnės istorijos su Seimo narių korupcija).

Kaip pavyzdį galima pateikti 2008 m. įvykusį „Šokių Eurovizijos“ konkursą, kurio metu Azerbaidžano atstovai, pasirodę pagal „Operos fantomo“ melodiją, televizijos žiūrovus nusprendė pavergti netikėtumu - iškart po pasirodymo azerbaidžanietis pasipiršo savo partnerei. Tikslą jie pasiekė – visas dėmesys buvo nukreiptas tik į juos.

• Vaizdo iškraipymas

Dar vienas manipuliacijos metodas, kurį išskiria G. Shabad yra *vaizdo iškraipymas*. Šis metodas panašus į dirbtinį sureikšminimą. Tarkime, kad beisbolo žaidėjas į kamuoliuką nepataikė 9 kartus iš 10, o pranešime minimas tik tas vienas kartas, kai jis pataikė. Tai sudarytų klausytojui įspūdį, kad žaidėjas yra daug geresnis nei iš tikrųjų. Naudojant šią techniką, puikiai galima manipuluoti žmonėmis (Shabad, 2007).

Neleidžiama susidaryti teisingo vaizdo apie reiškinių mastą, tendencijas, nes žiūrovų dėmesys atkreipiamas tik į netipines, išskirtines situacijas. S. A. Zelinskij tai vadina *kontrasto principu* – kuomet reikiama informacija pateikiama negatyvios informacijos, kurią kritiškai vertina didelė dalis klausytojų, fone. Visų pirma detaliam aptariami neteisingi žingsniai, kurių ėmėsi priešininkas, norėdamas išspręsti problemas ir kaip kontrastas tam, pateikiami manipulatoriaus palaikomo individo teisingi žingsniai, teisingas mąstymas ir greitas problemų sprendimas (Zelinskij, 2008).

Pavyzdžiu galėtų būti atskirų partijų noras pateikti visiškai kitokią situaciją ir vaizdą nei yra iš tikrųjų. Makabriškai atrodo konservatorių pozicija ir pareiškimai, kurių nuoseklumo neįmanoma suvokti ar suprasti. Renkant kandidatą į ministrus pirmininkus konservatoriai pasipiktino, kad liberaldemokratai gali paremti prezidento pateiktą G.Kirkilo kandidatūrą į ministrus pirmininkus. Konservatorius papiktino prezidento viešai išsakyti žodžiai, kad

A.Kubilius atsisakė galimybės formuoti vyriausybę bei tapti kandidatu į ministrus pirmininkus. Gal prezidentas meluoja? Apie konservatorių atsisakymą formuoti vyriausybę buvo kalbama ir per liberalų centro sąjungos frakcijos susitikimą su prezidentu. Taip atrodo interesų politika, viešų ryšių tikslais pateikiama taip, kaip reikalinga kažkam.

• Etikečių klijavimas

A.Švidunova išskiria *etikečių klijavimą*. Tai reiškia, kad kokiam nors politiniam veikėjui arba netgi visai šaliai, arba politinei grupei „užklijuojama“ etiketė. Kaip pavyzdį galima pateikti pasauliniame kontekste prigijusius terminus, tokius kaip „blogio imperija“. Šį terminą įvedė R. Reiganas Šaltojo karo metu. Jis gąsdino amerikiečius, kurdamas apie SSSR, kaip apie šalį, kurioje gyvena meškos ir kraujo ištroškę komunistai. Ir nors SSSR seniai nebėra, bet ši etiketė taip ir liko. Ją dažnai naudoja antikomunistai (Švidunova, 2000).

Dž. Braunas šį metodą vadina *pavardžių sukeitimu arba etikečių prisegimu*. Pasak autorės, jų pavojingumas tas, kad paleisti į plačią apyvertą, jie prigyja ilgam, tampa įprastais, kasdieniais žodžiais, kartais išstumdami kitas, ne tokias agresyvias, sąvokas. Ir pateikia pavyzdį: *Raudonai rudieji*. Šis terminas atsirado paaštrėjus kovai tarp "demokratų" ir SSKP (Sovietų Sąjungos Komunistų partija). Tikslas, kurio siekė termino kūrėjai, aiškus: padėjus lygybės ženklą tarp komunizmo ir fašizmo, apjuodinti SSKP. Tuo metu tai skambėjo šventvagiškai, bet dažnas ir platus šio termino vartojimas paveikė žmones ir jie susitaikė su mintimi, jog "raudonieji" ir "rudieji" – tai vienas ir tas pats (Braunas 2001).

Kaip viena iš etikečių, gali būti naudojamas žodis „šeima“. Ši sąvoka visada buvo naudojama kalbant apie mafijos klaną ir ypač Italijoje. Tai asocijuojasi su blogiu, negatyvizmu. Šį terminą puikiausiai perėmė manipulatoriai, norėdami sužlugdyti aponentą arba verslo partnerį.

Taip buvo daroma su A. Zuoku, kai buvo sukurta „abonento“ istorija. Niekas nežino, kaip buvo iš tikrųjų, bet visuomenei buvo pateiktas faktas, kad toks „abonentas“ egzistuoja.

R. Paksui, antrą kartą atsistatydinus iš premjero posto, buvo „uždėta“ etiketė „politinis lavonas“.

A. Valinskui, kuris prezidentės nuomonę pavadino įžeista bobiška nuomone, jau pradėta kabinti etiketė „seimo klounų krikštaitė“.

• Hipnotinė kalba

Kai kuriant tekstą apie tam tikrą įvykį ar asmenį, naudojama kuo daugiau vaizdingų žodžių, sinonimų, metaforų. Dž. Braunas tai įvardija kaip *hipnotinę kalbą*. Tai hipnotizuojanti taktika, nes klausytojas reaguoja jausmais, visi argumentai tampa nebesvarbūs, nemėginama jų analizuoti (Braunas, 2001). M. Širvinsko straipsnis parašytas naudojantis hipnotine kalba ir žodžiais. Parenkami tam tikri posakiai, tokie kaip: *vaiko poelgis, apsukriai išsuko, veiksmas savo*

gracingumu buvo vertas baleto scenos, geroji mama, norėusi sugrumuliuoti kažką panašaus į platesnį kontekstą, vario gijos, raitant parašus, garsiojoje Pušų gatvėje, slaptų pokalbių su grasinimais paklodes, lyg svirplys už krosnies, mefistofeliško sandėrio su šia verslo grupe. (Širvinskas, 2007). Tekstas kuriamas, įterpiant kuo daugiau vaizdingų žodžių, sinonimų, metaforų. Skaitytojas tarsi įvedamas į transo būseną ir jam pasakojama graži istorija, kuri pradeda nuo įžangos apie vaiką, kuris ėjo pirkti obuolių su nuolaida, taip „atvedant“ skaitytoją prie tikrosios istorijos, vieno iš nacionalinio investuotojo verslo raidos. Ši istorija yra taip gerai papasakota, jog paveikia skaitytojo sąmonę ir suaktyvina sąmonės veiklą. „VP Market“ šioje istorijoje piešiamas kaip blogio įsikūnijimas, velnias, kuris atėjęs sunaikins visą energetinę sistemą.

• Stereotipų panaudojimas

A. Švidunova išskiria ***stereotipų panaudojimą***. Ji teigia, kad *stereotipas* – kokio nors sudėtingo socialinio objekto supaprastintas, schematizuotas įvardinimas. *Laikui bėgant toks paveikslas įsitvirtina žmonių sąmonėje ir negali būti patikrinamas konkrečia patirtimi* (Švidunova, 2000). Šis terminas į socialinę psichologiją buvo įvestas Amerikos publicisto U. Lippmano. Stereotipą galima apibūdinti kaip manymą ar įsivaizdavimą, kad visi tam tikros grupės nariai (pavyzdžiui, to paties amžiaus žmonės, tos pačios rasės, lyties asmenys ar pan.) yra vienodi, neturintys individualių skirtumų. Šis žodis kilęs iš senų laikų, kuomet spausdinimo įrenginiais buvo daug kartų spaudžiami tokie patys ženklai. Dažniausiai žmonės stereotipą supranta kaip kokį nors socialinį objektą supaprastintu, tam tikromis schemomis pateiktu būdu. Žmonės priskiriami tam tikriems "socialiniams tipams". Laikui bėgant tai taip užfiksuojama žmogaus sąmonėje, kad nepasiduoda patikrinama patirtimi. Todėl tokios sąvokos kaip "negras", "žydas", "komunistas", "kapitalistas", "naujasis rusas", turi sąmonėje ne konkretų žmogų, bet tą paveikslą, kuris susiklostė ryšium su šia sąvoka visuomenės sąmonėje ir į kurią jau susiformavo tam tikra reakcija.

• Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika

Dar viena manipuliacijos priemonė – ***tikslingas puolimas, arba kitaip dar vadinamas „žaidimas be taisyklių“***. L. Bielinis šį metodą vadina ***padidintos kritikos taktika***. Tikslingas neigiamos informacijos pateikimas visuomenei, stengiantis sukritikuoti arba sumenkinti priešininko autoritetą. Visi tokio tipo negatyvai kuriami pagal vieningą algoritmą – imamas neigiamas faktas ir išpučiamas iki absurdiškų dydžių (Bielinis, 2000). Kritikuojama vardan kritikos ir tai daroma sistemingai, kaskart panaudojant vis kitus faktus.

Tipinis šio metodo pavyzdys yra pozicijos ir opozicijos nuolatinis nesutarimas. Kad ir ką šiuo metu bedarytų valdančioji dauguma („Tėvynės sąjunga – Lietuvos krikščionys demokratai“) opozicijoje esantys socialdemokratai, partija „Tvarka ir teisingumas“, „Darbo partija“ nuolat

juos kritikuoja. Dėl priimamų „naktinių“ sprendimų, dėl mokesčių politikos, dėl kišimosi į teisėsaugos darbą ir daugybę kitų dalykų. Faktai pateikiami kaip galima negatyviau, kad visuomenė kuo labiau nusiviltų valdančiąja koalicija. Kartais susidaro įspūdis, kad kritikuoja vardan kritikos.

- **Blogo pagyrimo metodas**

Pagal Dž. Brauną šis metodas vadinamas *numarinti meiliame glėbyje* (Braunas 2001), o pagal A. Vaumą - tai *blogų pagyrimo metodas* (Vauma 2009). Šio metodo esmė - pateikti nepageidaujamo kandidato geriausias savybes viešai. Išaukštinamos savybės, kurių žmogus neturi (tai gali būti žmogaus charizma, iškalbingumas, humoro jausmas, talentas valdyti ir kita.). Tokiu būdu „nušaunami du zuikiai“. Kandidatas pakeliamas iki dangaus, o realybėje jis elgiasi visai kitaip. Ir tuo pat metu visi potencialūs oponentai susiburia į kovą prieš kandidatą. Jo išaukštinimu atliekama „meškos paslauga“ besikandidatuojančiam.

Taip politikoje elgėsi J. Stalinas. Jeigu jis imdavo liaupsinti kokį nors savo aplinkos žmogų, visiems buvo aišku, kad greitai su juo bus susidorota. Labai sunku apsisaugoti nuo tokių technologijų, nes jos, atvirksčiai nei „sрутų pylimas“ yra labai teigiamos. Perkeltine prasme. Kartais ne tik pergiriama, bet ir į pagyras įterpiama užuomina apie nutylėtą neigiamą informaciją. Giriant kandidatą, labai gražia forma, atskleidžiami ne visai geri jo ketinimai ar sumanymai.

- **Apsaugos neutralizavimas**

G.G.Počepcovas nurodo manipuliacinio poveikio priemonę - *apsaugos neutralizavimą*. Žmogus saugosi nuo milžiniško informacijos srauto, filtruodamas jį pagal savo interesus, poreikius, vertindamas šaltinį ir pan. Tačiau yra būdų, kuriais ši apsauga įveikiama. Tai gali būti autoritetas, kai pranešimas įdedamas į pasitikėjimą ir autoritetą turinčio žmogaus lūpas. Apsaugą silpnina ir šypsena bei dėmesys (Počepcovas, 2001). Tarkime, yra politikų, kurie nemoka klausytis, palaikyti kontaktą. Jų įtaigumas yra labai ribotas, nes žmogus jaučia didelį poreikį ne klausyti, o būti išklaustas.

Dž. Braunas šį metodą vadina *lyderių nuomonių pasitelkimu*. Kaip teigia autorius, ši priemonė yra efektyvus mechanizmas, veikiantis žmogaus vertybines sąvokas ir formuojantis viešąją nuomonę (Braunas, 2001). Norimos visuomenei pateikti žinutės komunikavimui pasitelkiama žinomų žmonių nuomonė ir argumentai. Taip stengiamasi paveikti žmogaus sąmonę, kad jis patiktų sakomu dalyku.

Tai iliustruojantis pavyzdys būtų „VP Market“ verslo kūrimo istorija. Faktai sudėliojami taip, kad skaitytojas susikurtų kuo baisesnį paveikslą apie šią verslo grupuotę. Kad būtų įtaigiau, apklausiami žinomi visuomenės, verslo ir politikos žmonės, pateikiant jiems klausimą: kaip elgtųsi verslininkai, jeigu juos apgautų partneriai. Visų apklaustųjų atsakymas buvo

vienareikšmis: vieną kartą kolegą apgavęs verslininkas antros tokios galimybės nebeturėtų. Pranešimas įdedamas į pasitikėjimą ir autoritetą turinčių žmonių lūpas: BP vadovas Lietuvoje Gintaras Gaurilčikas, „West Express Lietuva“ valdybos pirmininkas Arkadijus Maizelis, bendrovės „Hanner“ savininkas Arvydas Avulis. Skaitytojui belieka tik „sukramtyti“. Taip susilpninama žmogaus apsauga. Apsaugos neutralizavimas gali būti vykdomas skubinant įvykius ir surandant vis naujų argumentų, kodėl reikia skubėti. Dažniausiai tai nebūna tie tikrieji argumentai, bet visuomenei jie labai įtaigiai pateikiami.

Savaime informacinė apsauga nunyksta per krizes, kai jaučiamas informacijos stygius. Tada žmonės linkę patikėti net keisčiausiais gandai (tarkime, po Černobylio avarijos užterštoje zonoje buvo kalbama, kad partijos veikėjai buvo iš anksto apsirūpinę apsaugos priemonėmis ir net jų šunys buvo su dujokaukėmis).

Galima išvardyti keletą tipiškiausių priemonių žmogaus informacinei apsaugai neutralizuoti: bendra praeitis (kalbėtojas pabrėžia savo panašumus su auditorija); susidomėjimo, smalsumo kurstymas (žmogus imlesnis informacijai, jei sakoma, kad ji yra slapta ir skirta tik jo vieno ausims); užduoties dvigubinimas, skatinant veikti neapgalvotai (žmogui sunku vienu metu atlikti dvi užduotis, todėl jis elgiasi neapgalvotai); sprendimo skubinimas, siekiant išvengti nepasitikėjimo filtro.

• **Susiejimas su ateitimi**

G. Shabad išskiria *susiejimą su ateitimi*. Tai dar viena manipuliacijos priemonė. Susiedami veiksmą su ateitimi, t.y., pradinį veiksmą traktuodami kaip rezultatą, politikos komunikatoriai taip pat įtakoja visuomenės nuomonę. Paskubinti arba pateisinti tam tikrus įvykius naudojama informacija, susijusi su ateitimi (Shabad, 2007).

Pavyzdžiui, stojimo į ES sunkumai buvo teisinami tuo, kad įstoję mes gyvensime "kaip europiečiai". Arba priešingai, siekiant sustabdyti kokią nors nepalankią tendenciją, naudojamos formulės: „žinoma, jau sunku ką nors pakeisti“, „aš būčiau padėjęs, bet...“.

Dar vienas pavyzdys, tai B. Vėsaitės komandiruotė į Kiniją. Grįžusi iš ten, ji savo bendražygiams pasakojo įspūdžius ir teigė išgirdusi šios šalies komunistų partijos vadovybės atstovų patikinimą, jog Kinija jau greitai statysis dvidešimt naujų branduolinių reaktorių. (DELFI. 2008 01 10). Daroma aliuzija į tai, kad mes negalime apsispręsti dėl vienos elektrinės. Taip pateikiamas vienas iš argumentų, kodėl reikia skubėti.

• **Formuluotė**

Formuluotė arba sparnuota frazė. Žmogus yra labai priklausomas nuo žodinių formuluočių. Lozungai gali ir neutralizuoti, ir paaštrinti situaciją. Tarkime, Viktor'as Černomyrdin'as žmonių nepasitenkinimą Rusijos ekonominėmis reformomis sušvelnino ištaręs chrestomatine tapusią frazę: "Norėjom, kad būtų geriau, išėjo - kaip visada". Tinkamos

formuluotės iškelia lyderius, tampa jų vizitinėmis kortelėmis ir tokiu būdu padeda įgyti pasitikėjimą rinkėjais. Ryškėja labai svarbus formuluotės etapas - išorinių charakteristikų pavertimas vidiniu įsitikinimu. Kuriant formuluotę, atsižvelgiama į žodžio, elgesio ir kūno kalbos vienovę.]

Formuluotės pavyzdys galėtų būti P. Gražulio pareiškimas apie gėjus: *gėjai negali daugintis, o jų daugėja*.

Politikai yra kaip sauskelnės, juos reikia dažnai keisti, - taip buvęs vidaus reikalų ministras Gintaras Furmanavičius kalbėjo apie atsinaujinimą. (*Lietuvos rytas*, 2007 01 27).

Politikoje bet kurios vedybos yra potencialių skyrybų pradžia, tad kartais jos įvyksta greitai, kitą rytą, o kartais užtrunka, - tai aiškino Liberalų ir centro sąjungos pirmininkas G. Babravičius, kai jo vadovaujama partija nutarė kol kas likti valdančioje koalicijoje, bet neįsipareigojo palaikyti visų Vyriausybės sprendimų. (*Lietuvos rytas*, 2010 04 25).

• **Kontrapropaganda**

G. Shabad išskiria *kontrapropagandos metodą*. Kontrapropaganda yra tokia pat sena kaip ir propaganda. Politinės komunikacijos profesionalų arsenale yra pakankamai daug priemonių nepalankiai besivystančiai situacijai gydyti. Kaip ir medicinos, taip ir kontrapropagandos pirmoji taisyklė skelbia: svarbiausia nepakenkti (Shabad, 2007). Puolus tiesmukai neigti nepalankią informaciją, galima tik sustiprinti jos poveikį ir padidinti auditoriją. Todėl viena iš pagrindinių priemonių kovojant su pasklidusia nepalankia informacija yra pateikti atsakymą, perkrautą informacija. Idealu, kai tame paneigime visiškai nepakartojamas kaltinimas.

• **Retorinių klausimų iškėlimas**

Dž. Braunas savo knygoje „Poveikio priemonės: nuo propagandos iki smegenų praplovimo“ aprašo *retorinių klausimų iškėlimo arba gandų skleidimo metodą* (Braunas, 2001). Šis metodas dažnai naudojamas ne tik politikoje, bet ir žiniasklaidoje. Auditorijai pateikiamas klausimas arba pasakomas teiginys, į kurį neduodama jokio atsakymo ar paaiškinimo, ir kuriam suteikiamas tam tikras kontekstas, priverčiantis žiūrovą/skaitytoją nejučia galvoti ir vystyti „mestelėtą idėją“ reikiama manipuliatoriui kryptimi. Tokiu būdu gandai įneša juntamą indėlį į visuomenės nuomonės formavimą, sprenddami visai konkrečius uždavinius. Dažnai būtent šiame lygmenyje paskleidžiama neigiama informacija apie oponentą priešrinkiminės kampanijos metu. Pavyzdžiu galėtų būti šiandieniniai politiniai svarstymai dėl kultūros ministro R. Vilkaičio atleidimo ir vietoj jo į kultūros ministrus siūlomo A. Valinsko kandidatūros. R. Vilkaitis žurnalistams taip pakomentavo šią situaciją: „Man tai ne naujiena. Aš netgi nelabai galvoju, kad tai savarankiškas A. Valinsko sprendimas“. Žurnalistai tuomet paklausė: „O kieno tai sprendimas?“ R. Vilkaitis atsakė: „Jeigu žinočiau – tai pasakyčiau“.

Mestelėta mintis, kuri turi gana dviprasmišką kontekstą ir kurią žiūrovai gali labai įvairiai interpretuoti. Teiginys be jokių įrodymų, bet visuomenei pasėjamos abejonės.

Kai prieš aštuonerius metus dabartinis JAV Respublikonų partijos kandidatas į prezidentus Johnas McCainas varžėsi dėl šios nominacijos su G.W.Bushu, jam iš pradžių sekėsi labai gerai. Pirminiuose rinkimuose Niū Hemšyro valstijoje jis sutriuškino G. W. Bushą 19 proc. skirtumu ir gerokai nugašdino konkurento štabą, kuris suprato, jeigu ir toliau viskas vyks pagal tokį scenarijų, tai McCainas laimės rinkimus. Tada Busho komanda nusprendė imtis nestandartinių kovos priemonių (aišku, tai neįrodyta, tai tik spėjimai, nes lyg ir nebuvo daugiau kam norėti šio kandidato žlugimo). Į balsavimui besirengiančios Pietų Karolinos gyventojų namus ėmė skambinti „nepriklausomos apklausų kompanijos“, kurie prašė McCaino šalininkus dalyvauti trumpoje apklausoje. Esminis klausimas buvo: ar Jūs palaikytumėte J.McCainą, jei žinotumėte, kad jis augina juodaodį nesantuokinį vaiką? Analogiško pobūdžio informacija buvo platinama ir kitais būdais: keliavo po pašto dėžutes skrajučių pavidalu, buvo siuntinėjama elektroniniu paštu ir faksu. Netrukus gandas apie McCaino dukrą, kuri gimė iš nesantuokinio ryšio su juodaode moterimi, tapo konservatyviosios Pietų Karolinos užstalių tema. Ją sėkmingai papildė iš kažkur atsiradusi informacija apie kandidato žmonos priklausomybę nuo narkotikų, McCaino homoseksualius polinkius ir net nestabilią psichinę būseną po kankinimų patirtų nelaisvėje Vietname. McCainas pralaimėjo Pietų Karolinoje 11 proc. ir, tuomet buvo manoma, kad tai sugniuždė jo rinkimines viltis. Beje, Johnas ir Cindy McCainai iš tiesų augina juodaodę mergaitę. Ją sutuoktiniai parsivežė iš Banlgladešo ir įsivaikino.

• Sugretinimas su negatyviu asmeniu ar reiškiniu

L. Bielinis pateikia *sugretinimo su negatyviu asmeniu ar reiškiniu* metodą (Bielinis, 2000). Rinkiminės kampanijos metu žiniasklaida rodo interviu su nusikaltėliais, kurie palaiko kandidatą. Rinkėjai tokiu atveju ima tapatinti kandidatą su nusikalstamu pasauliu. Konkurentai, tuo pasinaudodami, įgauna agitacinį argumentą skleisti nepasitikėjimą tuo kandidatu. Taip buvo atstatydintas Seimo pirmininkas A. Valinskas. Kažkam buvo naudinga surasti seniai filmuotus kadrus ir darytas nuotraukas, kuriuose A. Valinskas įamžintas kartu su nusikalstamo pasaulio autoritetais. Tiek pakako, kad visuomenė susidarytų neigiamą nuomonę ir tuo pačiu Seimas balsuotų dėl nepasitikėjimo Seimo pirmininku.

G. Mažeikis šią technologiją įvardija kaip *nepasitenkinimo perkėlimą*. Pagal ją ši technologija rodo propaganda (pavyzdžiui, Seimo propaganda) nepatenkintą asmenį (pavyzdžiui, prezidentą Paksą) visuomenės nepageidaujamų įvykių, nemėgstamų „herojų“ ar net nusikaltėlių fone. Juk propaganda paprastai dangstosi moralumo, patriotizmo, bendrųjų žmoniškųjų vertybių ir teisingumo skraiste. Todėl informacinį puolimą neigiantį asmenį reikia rodyti tų įvykių, kurie neatitinka visuomenės puoselėjamų vertybių, kontekste. Dar paprasčiau – paskelbti priešininko

kontrargumentus skyrelyje, kuris įkomponuojamas lygiagrečiai su skandalais, kriminaliniais nusikaltimais ir juos lydinčiomis didelėmis fotografijomis ar nusikalstamo pasaulio ryšių schemomis (Mažeikis, 2006).

Pagal Dž. Brauno tai - *negatyvių asociacijų kūrimo* technika, kurios esmė - suaktyvinti žmogaus atmintyje kokį nors neigiamą poveikslą ir susieti jį su konkrečiu politiku. (Brauno, 2001).

Pavyzdys. R. Pakso susiejimas su Renata Smailyte kuri susijusi su tariamai su nusikaltėliais bendradarbiaujančiu Anzoru Aksentjevu Kikališviliu ir prastą reputaciją turinčiu Jurijumi Borisovu.

A. Zuoko atveju, kai buvo sukurta Abonento istorija ir jis susietas su „Rubicon group“, kuri tuo metu turėjo gana prastą reputaciją, kai kilo įtarimų dėl Vilniaus tarybos nario Vilmanto Drėmos galimo papirkimo.

- **Asmenybių marginalizacija**

Pasak L. Bielinio, tarpusavyje konkuruojant daugeliui partijų, atsiranda vieta ir kategoriško, ekstremalaus žodžio bei veiksmo politikams ir partijoms. Norinčių tai padaryti yra tikrai nemažai, tikrai ne visuomet tam yra palanki situacija jiems iškilti. Todėl dažnai atsiranda politikų, kurie šokiruoja visuomenę ir taip atkreipia žiniasklaidos dėmesį. Tai įvardijama kaip *asmenybių marginalizacija* (Bielinis, 2000). Šokiruodami visuomenę politikai ne visada susikuria apie save neigiamą nuomonę. Dažniausiai būna atvirkščiai. Emocinės apeliacijos dažnai palieka stipresnį išpūdį rinkėjų sąmonėje. Šis metodas turi dar keletą sudedamųjų dalių: a) *veiksmo subjektas išskiria save iš bendro politikos konteksto ir priešpastato save oficialiai politikai;* b) *remiamasi daugiausia asmenine įtaka, asmeniniais ryšiais, taip kuriamas charizmatinis potencialas;* c) *apeliuojama į paprastus, neelitinius masių sluoksnius ir kuriamas populistinis potencialas;* d) *masės poreikių įgyvendinimo programa atpalaiduoja nuo resursinių bei institucinių suvaržymų, kuriamas lūkesčių potencialas.* (Bielinis, 2000, p. 83). Tokie politikų veiksmai dažnai atspindi tuos visuomenės sluoksnius, kurie nepatenkinti įvykisiais pertvarkymais, neranda savo vietos visuomenėje ir yra pakankamai agresyviai nusiteikę. Pagrindiniais žodžiais tuomet tampa kvietimas padaryti tvarką ir sustiprinti nacionalinę vienybę.

Pavyzdys. Lietuvos politiniame olimpe marginaline asmenybe yra seimo narys P. Gražulis, kuris išsiskiria iš kitų politikų savo pasisakymais ir dažnai šokiruoja visuomenę. Galima pateikti keletą jo gana iššaukiančių pareiškimų. Kalbėdamas apie gėjus P. Gražulis pasakė: *Nėra jokių abejonių - pritariu Bažnyčios pozicijai. Tie žmonės iš tiesų yra nesveiki ir iškrypę. Jie kelia pavojų visuomenei, nes tvirkina vaikus.* Gėjų parodą jis pakomentavo taip: *tegul jie užsidarę lovoj drasko vienas kitam užpakalius.*

Seime diskutuojant dėl KGB rezervistų veiklos apribojimo P.Gražulis rėžė, esą V.Adamkus *ne vieną kartą spjovė tautai, ir ypač tiems, kurie kovojo už nepriklausomybę, į veidą.* Lietuvos Seime užregistruotas rezoliucijos projektas, kuriame raginama svarstyti galimybę Lietuvos olimpinei rinktinei nedalyvauti Pekino vasaros olimpinėse žaidynėse. Tokį projektą užregistravo Seimo narys Petras Gražulis. *Kinijoje, kur šiomet įvyks olimpinės žaidynės, žiauriai persekiojami taikūs Tibeto gyventojai, vykdomos represijos ir žmogaus teisių pažeidimai. Tokia situacija žmogaus teisių srityje visiškai nesuderinama su olimpiados dvasia,* - teigia rezoliucijos projekto autorius. Lyg ir visiems žinoma informacija, bet niekas nedrįsta viešai ir gana drąsiai išsakyti šių pastebėjimų. O P. Gražulis tai daro nuolat. Juk nuo tos minutės, kai politikas patenka į Seimą, prasideda spektaklis su visais įmanomais vaidybos elementais. Tas, kuris geriausiai vaidina, daugiau dekoracijų panaudoja, užsitikrina sau rinkėjų palankumą ir jų balsus jau kituose rinkimuose.

• Mitų kūrimas

Nors šiuolaikinių mitų gausu ir visi jie prieštaringi, visi jų metami iššūkiai turi galimybę sulaukti atgarsio, nes pirminiai jų reikalavimai yra mūsų pasąmonės šabloniškumo vaisius, mumyse ir per mus įgavęs savo pirmąpradę išraišką. (Girardet, 2007). Šis autorius išskiria **mitų kūrimą**.

Mitai kuriami tam, kad visuomenė geriau suvoktų vieną ar kitą politinį įvykį. Kaip pavyzdį galima pateikti R. Pakso rinkiminę kampaniją, kurios metu jo personažas buvo taip mistifikuojamas, jog tapo tautos gelbėtoju, beveik mitine būtybe, kuris nusileidžia iš dangaus, žada kaip Dievas ir gali išgelbėti Lietuvą.

Mitologiniai siužetai taip pat puikiai veikia politinėje komunikacijoje. Tarkime, kuriant kandidatų į prezidento postą įvaizdžius naudojami tokie tipiški scenarijai:

- "Pelenė" - kai kandidatas kyla iš visuomenės apačios ir ima valdyti kitus (JAV prezidentas B. Clinton'as, augęs su patėviu alkoholiku);

- "Kaltintojas" - ėmėsis išvaduoti tautą nuo korupcijos, rinkimus laimėjo Baltarusijos Respublikos prezidentas A. Lukašenka.

- "Nuskriaustasis" - žmonės linkę užjausti tuos, kuriuos nepelnytai skriaudžia. Pavyzdžiu galėtų būti R. Paksas. Atsistatydinęs po Mažeikių naftos projekto, pavadintas „politiniu lavonu“, visiems atrodė kaip nuskriaustasis ir sugrįžo į politinę areną kaip gelbėtojas. Mitologizuoti personažai daug lengviau pasiekia užsibrėžtą tikslą.

Vienas iš svarbiausių įrankių, padedančių laimėti rinkimus – kandidatui sėkmingai pritaikytas mitas. Politikas tampa mitologiniu personažu, paklūstančiu tokioms pat charakteristikoms, kaip ir tūkstantmečius gyvuojantys mitai, tarkime, Mesijo ir pan. *Mitais neišvengiamai apipinami ir politikai. Politinis lyderis - vieno ar kito mito sudedamoji dalis. (...).*

Vienas dažniausių mitų - mitas apie Išgelbėtoją, mesiją. (...) Rinkėjų reakcijos į šį mitą pagrindas - tai, kad mes mieliau suteikiame pirmenybę paprastiems ir suprantamiems sprendimams, o ne intelektualiesiems postringavimams. Ir kuo siūlomas sprendimas artimesnis, tuo džiaugsmingiau jį priimame (Počepcov, 2001, p. 34.).

Sąmoningai mitų nesuvokdamas, nekontroliuodamas jų, žmogus tampa jiems ypač neatsparus – būtent dėl šios priežasties mitais remiasi visas manipuliavimas viešąja nuomone. Prie bendrųjų mitų priskiriame *iliuzines idėjas, įtvirtinančias tam tikras vertybes ir normas, kuriomis žmogus tiesiog tiki be jokio racionalaus, kritinio apmąstymo. Mitai sudaro viso iliuzinio pasaulio paveikslą, kurį kuria manipulatorius, pagrindą.*“ (Švidunova, 2000,).

Pavyzdys. D. Stakišaitienė pabrėžia, kad mitai, kaip tam tikros istorijos, kuriose būtinai turi būti perteikiamos dvi priešingos vertybės – teigiama ir neigiama, turi išreikšti dvi puses ir turėti herojų, ginantį teisingąsias vertybes ir besikaunantį su blogiu. Jos manymu, mito požymių galime rasti ir „trigalvio slibino“ – „Leo LT“ - istorijoje: *mūsų Prezidentės Dalios Grybauskaitės rinkimų programos mitinis punktas buvo susikauti su šiuo slibinu ir jį įveikti; laimėjus rinkimus, „Leo LT“ iš tiesų buvo išardyta. Taigi čia matome išpūdingą mitinę istoriją: pirmiausia atsiranda pabaisa, po kurio laiko ji identifikuojama kaip trigalvis slibinas, bet niekas nedrįsta su juo stoti į kovą; tuomet atsiranda herojus ir visus išgelbėja nužudydamas pabaisą. Jei mūsų Prezidentei ir toliau gerai seksis, ši pergalė bus įrašyta į jos mitinę istoriją, panašiai, kaip, sakysime, vienas iš Heraklio mitinių žygdarbių graikų mitologijoje; tačiau, jei Prezidentei nepavyks padaryti daugiau išpūdingų darbų, ši istorija irgi bus užmiršta ir neveiks kaip mitas (Stakišaitienė, 2010).*

• **Prievartiniai argumentai**

S. I. Povarnin išskiria keletą nevisai etiškų triukų, naudojamų ginče. Atsižvelgiant į tai, kad ginčai yra debatų pradžia ir juose gana dažnai naudojama manipuliacija, keletą jų priskyriau manipuliacijos metodams. **Prievartiniai argumentai**, kai pokalbio metu pateikiamos tokios išvados, kurias priešininkas turi priimti bijodamas nemalonumų arba negalėdamas paneigti. Todėl jam belieka tylėti arba sugalvoti kokius nors „apėjimo kelius“. Tai vadinamasis plėšikavimas ginče. „Plėšikas“ labai atvirai siūlo dilemą: arba pinigai, arba gyvybė (Povarnin, 1998).

Galima pateikti tokį pavyzdį: inkvizicijos laikotarpiu laisvamanis pareiškia, kad žemė sukasi aplink saulę. Tuomet priešininkas paprieštarauja, kad psalmėse yra parašyta, jog tu pastatei žemę ant tvirto pagrindo ir ji neišsijudins amžiams. Tokiu atveju belieka pasistengti atrodyti nustebusiam arba padėkoti už paprotinimą.

• „Minčių skaitymas“

Dar vienas triukas, naudojamas ginče, yra „*minčių skaitymas*“. Tai toks metodas, kuomet pašnekovas ne tiek analizuoja priešininko pasakytus teiginius, kiek stengiasi atspėti jo motyvus, kurie privertė jį tuos teiginius išsakyti. Kartais jis vien tuo tik ir apsiriboja (Povarnin, 1998). Taip elgdamasis pašnekovas stengiasi įteigti priešininkui savo nuomonę, teigdamas neva priešininko mintis.

Pavyzdys. Pašnekovas diskusijos metu Jums pasako: Jūs galvojate taip pat, bet negalite pripažinti savo klaidų, arba Jūs kalbate iš pavydo jam, arba kiek Jums sumokėjo, kad pasistengtumėte įteigti šią nuomonę? Ką reiktų atsakyti į tokius teiginius? Dažniausiai taip pateikti teiginiai nutildo pašnekovą ir jų beveik neįmanoma paneigti arba, juo labiau, įrodyti. *Ginčas – tai dviejų minčių kova, o ne minties ir rimbo kova.* (Povarnin, 1997, p. 60)

• Padaryti diversiją

S. I. Povarnin šį metodą vadina *padaryti diversiją* ir paaiškina, jog tai reiškia ginčo metu palikti nuošalyje teiginį arba išvadą, kuri nesėkminga ir pereiti prie kito teiginio. Dažnai ginčo metu priešininkas pakeičia temą (Povarnin, 1998).

Pavyzdys. Jaunuolis, kalbėdamas su pagyvenusiu žmogumi, jam įrodinėja, kad kažkoks poelgis yra kvailas ir negarbingas. Pradžioje daugiau patirties turintis pašnekovas ima ginčytis, bet matydamas, kad gali pralaimėti ginčą, padaro diversiją ir sako: jūs dar labai jaunas ir nepatyręs. Pagyvenkit, daugiau pamatysit gyvenimo ir tada su manimi sutiksit. Jaunuolis tuomet puola įrodinėti, kad jaunystė visai neturi reikšmės, kad jis puikiai „pažįsta gyvenimą“. Vadinasi, diversija pavyko. Kartais pateikiamas atsakymas, visiškai nesusijęs su klausimu. Tai daroma tuomet, kai klausimas yra netikėtas, nemalonus ar atskleidžiantis kokius nors neigiamus faktus apie pašnekovą. Dažnai mūsų politikai, atsakinėdami į klausimus, pradeda kalbėti visiškai kita tema arba puola kritikuoti savo oponentus, taip stengdamiesi išsisukti nuo nemalonių atsakymų.

• Melaginga išvada

Pagal I. S. Povarnin, kai kalbantysis, nerasdamas teisingų argumentų, pateikia melagingą faktą, pranešimą arba citatą ir tai pristato kaip visiškai teisingą, toks manipuliavimo būdas vadinamas *melaginga išvada*. Dažnai jis vadovaujasi priešininko arba auditorijos patiklumu, savo autoritetu, įtikinėjimu arba kitokiomis gudrybėmis, kad tik priverstų priešininką priimti tokį argumentą. Kartais net sunku atskirti, kur yra tiesa, o kur melas. Dažnai toks melas yra pateikiamas kartu su teisingu argumentu ar mintimi (Povarnin, 1998).

S. A. Zelinskij šį metodą vadina *tikimybės efektu*. Mes tikime ta informacija, kuri neprieštarauja mūsų įsitikinimams ir vidiniam „Aš“. Tuo tarpu teiginius, kurie tam prieštarauja, mes nesąmoningai atmetame. Manipulatorius, norėdamas įteigti tam tikrą nuomonę, iš pradžių pateikia informaciją, kuri atitinka mūsų nuostatas ir kai mes ją priimam ir mums susiformuoja

tam tikra nuomonė į tą dalyką, pateikiama dar daugiau informacijos, ir dažnai į ją įterpiami melagingi teiginiai. Efektas toks, kad mes ir melagingą informaciją priimam kaip teisingą (Zelinskij, 2008).

Pavyzdys. Pateikiama išvada: šie žmonės buvo žiauriai sumušti. Dalis tiesos, nes jie buvo sumušti, dalis melo, kad jie buvo žiauriai sumušti.

• **Gražūs pavadinimai.**

Norint sušvelninti kokio nors fakto įspūdį arba, kaip sakoma, “prastumti varną vietoj erelio“ dažnai naudojami „*gražūs pavadinimai*“. Vietoj žodžių vagis arba kriminalinis nusikaltėlis, kurie gana neigiamai apibūdina žmogų, galima pasakyti „ekspropriatorius“. Tai nuskambės visai garbingai (Povarnin, 1998).

Pagal S. A. Zelinskij – tai *tikslingas klaidinimas arba specifinė terminologija*. Manipulatorius naudoja specifinius terminus, nesuprantamus žodžius, mokslinius išsireiškimus, kurių oponentas nesupranta, bet nenorėdamas pasirodyti neišprusęs, nepatikslina, ką jie reiškia (Zelinskij, 2008).

1946 metais G. Orwell savo esė „Politika ir anglų kalba“ teisingai pastebėjo: kadangi politinė kalba paprastai yra nepasiteisinanti gynyba, jos pagrindas – *daugybė eufemizmų, nesuprantamų frazių ir absoliutus neaiškumas* (Orwell, 1946). Tą patį (tačiau daug anksčiau negu G. Orwell) pastebėjo Tacitas: *jie kuria dykumą ir vadina ją taika*.

Pavyzdžiai. Kartais naudojami net naujadarai, tokie kaip: „islamofašizmas“, „ekstraordinarinis asmenų išdavimas“ (Zelinskij, 2008).

Jeigu gauja banditų plėšia namus, su jais niekas nesiterlios, o tuojau pat suims. Bet jeigu ta pati gauja iškels „juodą vėliavą“ ir pasivadins „anarchistais“, tuomet įspūdis bus daug geresnis.

S. A. Zelinskij savo knygoje „Informacinis-psichologinis poveikis tautos sąmonei“ (2008) taip pat pateikia keletą manipuliacijos metodų. Šiems metodams nepavyko surasti atitikmenų kitų autorių išskirtų metodų aprašymuose.

• **Emocinis užtaisas**

Žinoma, kad gyvenimo procese žmogus susikuria tam tikrus barjerus, norėdamas apsisaugoti nuo neigiamos informacijos. Norint apeiti tokį psichikos barjerą, reikia, kad manipuliacinis poveikis būtų nukreiptas į žmogaus jausmus. Tokiu būdu, „užtaisius“ reikiamą informaciją tam tikromis emocijomis, galima įveikti žmoguje esantį proto barjerą ir išprovokuoti jame aistrų proveržį. Gana dažnai šį metodą naudoja politikai, emocionaliai išsakydami, o kartais net išrėkdami savo nuomonę apie tai, kaip įveikti krizę, suvaldyti korupciją ir t.t. Taip išsakyta informacija emocionaliai paveikia individo jausmus;

- **Melagingas perklausimas arba apgaulingas patikslinimas**

Manipuliacinis efektas pasiekiamas tuomet, kai manipulatorius apsimeta, jog nori kažką dėl savęs patikslinti ir dar kartą perklausia Jus, bet Jūsų žodžius panaudoja tik klausimo pradžioje, o toliau suteikia Jūsų išsakytai minčiai savo nuomonę ir taip visiškai iškreipia Jūsų požiūrį suteikdamas daugiau naudos sau. Todėl visuomet reikia atidžiai klausyti priešininko ir pastebėjus netikslumus arba Jūsų nuomonės iškraipymą, dar kartą patikslinti tai, ką Jūs jau buvote pasakęs, net ir tuomet, kai oponentas mėgina nukreipti temą.

- **Mėginimas parodyti savo abejingumą arba pseudo nedėmesingumą**

Šiuo atveju manipulatorius stengiasi kuo abejingiau priimti patį pašnekovą ir jo dėstomą nuomonę, taip nesąmoningai priversdamas žmogų stengtis kuo įtaigiau kalbėti, norint įrodyti savo teisingumą. Tokiu atveju manipulatoriui belieka tik susirinkti tuos faktus, kuriuos pašnekovas pokalbio pradžioje nenorėjo sakyti, o po to gana smulkiai išdėstė. Kai mus kas nors ignoruoja arba abejingai priima tai, ką mes sakome, tuomet mums atsiranda nevalingas noras bet kokiomis priemonėmis įrodyti savo tiesą, net išduodant kai kurias savo paslaptis arba pasakant daugiau nei reikėtų informacijos apie aptariamą dalyką ar įvykį.

- **Netikėtas citavimas arba oponento žodžiai kaip įrodymas**

Netikėtai pacituojami kažkada oponento pasakyti žodžiai apie jo požiūrį į tam tikrus dalykus, deklaruotas vertybes arba šiaip išdėstytą nuomonę viena ar kita tema, kurie visiškai priešingi dabar jo deklaruojamoms vertybėms ar požiūriui. Tai beveik visuomet veikia manipulatoriaus naudai.

- **Priverstinio pasiteisinimo išprovokavimas arba perdėtas įtarumas.**

Šio metodo esmė ta, kad manipulatorius žaidžia su manipuluojamuoju. Jis tyčia suabejoja ir labai įtariai priima priešininko išsakytus teiginius. Reaguodamas į tai, pašnekovas stengiasi pasiteisinti. Ir kuo labiau manipulatorius jį provokuoja, tuo labiau žmogus stengiasi įrodyti savo tiesą. Tokiu atveju manipulatorius labai lengvai paveikia pašnekovo nuomonę.

- **Ironija arba manipuliacija pajuokiant**

Manipulatorius pasirenka ironišką toną, tokiu būdu pajuokdamas pašnekovo išdėstytas mintis bei suteikdamas netikrumo jo išsakytiems žodžiams. Priešininkas netenka savitvardos, o, kaip žinome, pykčio metu susilpnėja kritinis mąstymas ir tuomet jo sąmonė praleidžia seniau uždraustą informaciją. Kartais pajuokiami nepatinkančio žmogaus veiksmai, sprendimai, nuomonė ar teiginiai. Dažnai tai naudojama politikoje, stengiantis sumenkinti savo priešininko autoritetą, išvesti jį iš pusiausvyros, išprovokuoti emocionalumą.

Pavyzdžiu galėtų būti Vilniaus mero viešas ir labai ironiškas pasisakymas apie vyriausiąją prokurorą, apkaltinus jį dirbant sovietinės prokuratūros metodais, visišku neveiklumu ir nesiorientavimu situacijoje. *Svorį sparčiai metantis, bet nemetantis sovietinės prokuratūros*

įpročių Vilniaus apygardos vyriausiasis prokuroras Ramutis Jancevičius negaili pamokymų visoms kitoms institucijoms, ką jos turėtų daryti, kad prokurorams nebūtų darbo. Nemėgsta jie tokio užsiėmimo, o kas svarbiausia - jei dirba, niekaip negali baigti... Negalima tikėtis, kad padegimų bylos bus iširtos, jei tyrėjai net nežino ar nenori žinoti tikrosios situacijos [...] Jei sunku dirbti, gal metas į pensiją, gal užleiskite vietą naujos kartos teisininkams. (Koženauskiene, 2 (2008)).

Apibendrinant šį skyrių, žemiau pateikiama manipuliacijos metodų, jų apibrėžimų ir išskirtų indikacijų lentelė:

1 lentelė. **Manipuliacijos metodai, apibrėžimai ir indikacijos**

Metodas	Apibrėžimas	Indikacija
1. Kompromitacijos metodas	Neteisingos, nepaneigiamos ir atkreipiančios dėmesį informacijos pateikimas apie priešininką, siekiant sumenkinti jo prestižą arba jį sužlugdyti.	Netikėtos, nepaneigiamos, negatyvios ir atkreipiančios dėmesį informacijos pateikimas.
2. Dirbtinis sureikšminimas	Nelabai reikšmingo įvykio ar temos sureikšminimas, nukreipiant dėmesį nuo tikrai svarbaus įvykio ar temos.	Akcentuojama šalutinė tema ir nuolat nukrypstama nuo pagrindinių dalykų į visai nesvarbius ir nereikšmingus.
3. Dirbtinis įvykis	Dirbtinio ar pusiau dirbtinio įvykio sukūrimas specialiai tai situacijai.	Nelauktai pateikiamas netikėtas, dėmesį atkreipiantis poelgis (įvykis).
4. Vaizdo iškraipymas	Naudingų, teigiamų faktų atrinkimas ir pateikimas klausytojui, manipuliacijos būdu siekiant suformuoti geresnę nuomonę apie save ir tuo pačiu blogesnę apie savo priešininką. Atkreipiamas dėmesys tik į netipines, išskirtines situacijas.	Atrenkami ir pateikiami tik tie faktai, kurie naudingi kalbančiajam, kurie formuoja teigiamą jo įvaizdį.
5. Etikečių klįjavimas	Žmogaus apibūdinimui vartojami žodžiai, patraukiantys dėmesį, išsimenantys ir kuriantys emocinį santykį. „Šeima“, „Politinis lavonas“, „Blogio imperija“.	Išskirtinių, patraukiančių dėmesį ir skirtų apibūdinti tam tikrą žmogų, žodžių parinkimas ir pateikimas viešai.
6. Hipnotinė kalba	Teksto, apie tam tikrą įvykį ar asmenį, sukūrimas, naudojant kuo daugiau vaizdingų žodžių, sinonimų, siekiant įvesti klausytoją į traso būseną ir įteigti jam tam tikrą nuomonę apie kokį nors įvykį ar asmenį. Tuomet jis girdi ir mato tik tai, kas jam įteigiama.	Vaizdingų žodžių, sinonimų, metaforų naudojimas kalboje.
7. Stereotipų panaudojimas	Tokios sąvokos kaip "negras", "žydai", "komunistas", "kapitalistas", "naujasis rusas", „žydras“ turi sąmonėje ne konkretų žmogų, bet tą paveikslą, kuris susiklostė ryšium su šia sąvoka visuomenės sąmonėje ir į kurią jau susiformavo tam tikra reakcija.	Sąmoningai atmetamos žmogaus individualios savybės ir jis priskiriamas tam tikrai socialiniam grupei, į kurią jau susiformavęs gana neigiamas visuomenės požiūris.
8. Tikslingas puolimas arba padidintos	Tikslingas neigiamos informacijos pateikimas	Nuolat kritikuoti žmogaus pasisakymus, savybes, poelgius

kritikos taktika	visuomenei, stengiantis sukritikuoti arba sumenkinti priešininko autoritetą	ir pateikti tai kaip galima negatyviau.
9. Blogo pagyrimo metodas	Savybių, kurių konkurentas neturi išaukštinimas ir nuolatinis jų akcentavimas viešai. Realiai konkurentas elgiasi ir yra visai kitoks ir visuomenė gana greitai tai pamato. Sukuriamas dvigubas standartas tam, kad rinkėjai nusiviltų kandidatu.	Nepelnytos, hiperbolizuotos pagyros, nesamų savybių išaukštinimas viešai.
10. Apsaugos neutralizavimas	Žmogaus informacinės apsaugos neutralizavimas, pabrėžiant savo panašumą su auditorija, skubinant įvykius, kurstant žmogaus smalsumą, pasitelkiant lyderių nuomonę taip stengiantis pakeisti jo požiūrį į tam tikrus dalykus bei įtikinti sakoma informacija.	Pakeisti žmogaus informacijos priėmimo būdą, pasitelkiant autoritetus, susitapatinant su auditorija ir įtikinant, kad informacija skirta tik jam vienam.
11. Susiejimas su ateitimi	Norint paskubinti arba pateisinti tam tikrus įvykius, naudojama informacija, susijusi su ateitimi. Pradinis veiksmas traktuojamas kaip rezultatas, stengiantis pateikti kaip galima gražesnius ir įtaigesnius argumentus.	Susieti pradinį veiksma su gražiais ateities įvykiais, dabartinius įvykius traktuojant kaip jau įvykusius.
12. Retorinių klausimų iškėlimas	Prieš auditoriją iškeliamas klausimas, į kurį nepateikiama jokie atsakymo, bet suteikiamas jam tam tikras kontekstas, priverčiantis žiūrovą/skaitytoją nejučia galvoti ir vystyti „mestelėtą idėją“ reikiama manipuliatoriui kryptimi	Pateikti klausimą be atsakymo arba faktais ir įrodymais nepagrįstus teiginius, taip pasėjant visuomenėje abejones apie savo priešininką.
13. Formuluotė	Tai tam tikri lozungai, laiku ir vietoje išstartos „sparnuotos frazės“, kurios sustiprina kandidato autoritetą, sušvelnina situaciją arba suteikia tam tikriems įvykiams kitą prasmę.	Sparnuotos frazės arba išsiskiriantys savo formuluote posakiai.
14. Kontrpropaganda	Nepalankios informacijos neutralizavimas, ne paneigiant ją, o pateikiant atsakymą, perkrautą informacija.	Į klausimus pateikiami informacija perkrauti atsakymai.
15. Sugretinimas su negatyviu reiškiniu ar asmeniu	Žmogaus susiejimas su nusikalstamo pasaulio autoritetais, pateikiant kuo daugiau informacijos apie tai, ir paskleidžiant nepasitikėjimą kandidatu.	Susieti asmenį su nusikaltėliais, su neigiamu, prieštaringu, neturinčiu palaikymo visuomenėje dalyku, požiūriu, įvykiu.

16. Asmenybių marginalizacija	Kandidatas išskiria save iš bendro politikos konteksto ir priešpastato savo pasisakymus oficialiai politikai, taip kurdamas savo įvaizdį, mėgindamas atkreipti į save dėmesį ir apeliuodamas į tam tikrą rinkėjų grupę.	Išsiskirti savo politiniais pasisakymais, kurie kardinaliai skiriasi nuo vyraujančios politinės krypties, taip atkreipiant dėmesį tų rinkėjų, kurie ta politika nepatenkinti ir jais manipuliuojant pelnyti jų palankumą.
17. Mitų kūrimas	Kandidato įvaizdžiui sustiprinti kuriami mitologiniai siužetai bei scenarijai, tokie kaip „Pelenė“, „Nuskriaustasis“, „Kaltintojas“, „Užtarėjas“, „Geradarys“, „Našlaitė“. Mitas – įvykis, kuris tam tikra prasme atsitiko anuomet, tačiau taip pat nutinka nuolat.. Viena svarbiausių jo savybių – skatinti mėgdžioti ir dalyvauti, o ne pasyviai stebėti.	Mitas – tai pasakojimas, kolektyvinis liaudies fantazijos kūrinys, kuriame per konkrečius personažus ir sugyventas būtybes apibendrintai atspindima tikrovė. Jam būdinga absoliutus tikėjimas ir tapatumas.
18. Prievartiniai argumentai	Tokių išvadų arba argumentų pateikimas priešininkui, kurias jis neišvengiamai turi priimti, bijodamas nemalonumų arba diskreditavimo.	Nemalonių, provokuojančių ir todėl neišvengiamai priimamų argumentų pateikimas.
19. “Minčių skaitymas”	Klastingų užuominų apie tariamai žinomus tokio kalbėjimo motyvus mestelėjimas, taip sukuriant nepasitikėjimą savo priešininku.	Pateikti klastingas, nemalonias, spėjamas užuominas, atskleidžiančias tariamus tokio kalbėjimo motyvus
20. “Padaryti diversiją”	Vienos temos pakeitimas kita pokalbio metu, taip sutrikdant savo priešininką.	Netikėtas aptariamų temų pakeitimas kita arba atsakymo, visiškai nesusijusio su klausimu, pateikimas.
21. Melaginga išvada	Melagingo fakto pateikimas kartu su teisinga informacija, remiantis žinomų žmonių mintimis ir taip stengiantis save apginti.	Melagingos informacijos pateikimas kartu su teisinga informacija, cituojant žinomus žmones.
22. Gražūs pavadinimai	Moksliškų, tarptautinių žodžių naudojimas, norint sušvelninti situaciją arba neigiamus dalykus paversti teigiamais.	Nesuprantamų, moksliškų, tarptautinių žodžių naudojimas.
23. Emocinis užtaisas	Perdėtai emocionalus, išraiškingas minčių dėstymas, išsakytas pernelyg pakeltu tonu, stengiantis paveikti klausytojo jausmus ir įteigti savo nuomonę.	Emocionalus, išraiškingas kalbėjimas pakeltu tonu.
24. Melagingas perklausimas arba	Išsakyto teiginio perklausimas, tik klausimo	Melagingas perklausimas, netiksclus kito išsakyto žodžių

apgaulingas patikslinimas	pradžioje pakartojant priešininko žodžius, o toliau stengiantis įteigti savo nuomonę, iškreipiant priešininko žodžius.	perpasakojimas
25. Mėginimas parodyti savo abejingumą arba pseudo nedėmesingumą	Pašnekovo ignoravimas, nekreipiant dėmesio nei į jį patį, nei į jo išdėstytus teiginius	Klausimo ignoravimas, abejingas klausymas ir akivaizdus to rodymas
26. Netikėtas citavimas arba oponento žodžiai kaip įrodymas	Seniai pasakytų žodžių citavimas, atskleidžiant žmogaus veidmainiškumą ir jį sutrikdant.	Netikėtas, visiškai žmogui nelauktas jo žodžių citavimas
27. Priverstinio pasiteisinimo išprovokavimas arba perdėtas įtarumas	Nuolat reiškiant įtarumą dėl pašnekovo pasakytų žodžių, išprovokuoti jį dėl visko teisintis.	Pateikiami apgalvoti, motyvuoti, įtarumą stiprinantys ir pašnekovą teisintis provokuojantys teiginiai arba klausimai.
28. Ironija arba manipuliacija pajuokiant	Pašnekovo teiginių ironizavimas, nuolatinis pajuokimas, taip sukeliant jo pyktį ir norą teisintis bet kokiomis priemonėmis.	Ironija, pajuokiantys žodžiai.

1.2. Politinės komunikacijos samprata ir televizijos debatai

Šiame skyriuje apžvelgiamos įvairių autorių mintys apie politinę komunikaciją, manipuliacijos metodus, naudojamus politikoje, rinkimų spektaklio konstravimą, įvairius politinius mitus bei politiniams tikslams naudojamus televizinius debatus.

Norint išsamiau atskleisti informacijos panaudojimą politikoje, verta išsiaiškinti kai kurias sąvokas ir terminus. „*Politikos*“ ir „*informacijos*“ sąvokos yra kilę iš dviejų kalbų: pirmoji - iš graikų *politeia* ir lotyniškojo *politia*, žyminčių *protingą elgesį (tokį elgesį, kuris tinka piliečiams)*, o antroji - iš lotynų *informatio*, reiškiančio *žinias, aprašymą. Protingas elgesys vargu ar yra galimas neturint žinių arba informacijos, tad politika yra neįmanoma be informacijos.* (Krupavičius, 1999).

Politinę komunikaciją galima vadinti politinės valdžios instrumentu, kuriuo politikai veikia visuomenę: struktūroja jos politinę elgseną, telkia bendraminčius, realizuoja politinius sprendimus, organizuoja ideologines struktūras.

„Politologijos žodyne“ (1994) pateikiamas toks politinės komunikacijos apibrėžimas: *politinė komunikacija – tai politinės informacijos perdavimo procesas, kuris struktūrizuoja politinę veiklą ir suteikia jai naują reikšmę, formuoja viešąją nuomonę ir politinę piliečių sociologizaciją, įskaitant jų poreikius ir interesus.*

Panašus, bet šiek tiek išsamesnis apibrėžimas pateiktas „Politinėje enciklopedijoje“ (1999). Čia teigiama, kad šis terminas suprantamas kaip informacijos apsikeitimas tarp politinių subjektų, o taip pat tarp valstybių ir piliečių. Šis apsikeitimas gali vykti tiek formaliame (masinėse informacijos priemonėse), tiek neformaliame (neviešose derybose) lygmenyse. Tokiu būdu politinė komunikacija tampa pagrindiniu politiko įrankiu, siekiant valdžios.

M.H. Gračiovas užsimena apie tai, kad jau genčių vadai, o vėliau faraonai, karaliai, carai ir kiti valdovai visais laikais domėjosi tuo, kas dabar vadinama politine komunikacija. Jie jau tada puikiai suprato, kad jų sėkmė daugiausia priklauso nuo to, kaip jie sugeba įtakoti savo pavaldinių ir piliečių politines pažiūras (Gračiovas, 2004). Aiškesnis politinės komunikacijos supratimas siejamas su vakarų pasaulio evoliucija, pasibaigus antrajam pasauliniam karui. Tuomet atsirado naujų technologijų, sparčiai vystėsi kibernetinė teorija. Pagal M. J. Gončarovą politinė komunikacija – tai pranešimų, tiesiogiai veikiančių politiką, sukūrimas, išsiuntimas, gavimas ir apdorojimas. Politinė žinutė tampa pagrindiniu politikos aspektu, nes informaciją mes gauname būtent šių pranešimų dėka, o ne vadovaudamiesi savo patirtimi (Gončarovas, 1991).

K. W. Deutsch politinę komunikaciją pavadino “valstybinio valdymo nervų sistema”, teigdamas, kad politinis pranešimas sąlygoja politinį elgesį (Deutsch, 1963). Šiek tiek aiškesnį požiūrį į politinę komunikaciją išdėstė R.Ž. Švarcenbergas. Jis apibrėžė tai kaip politinės informacijos perdavimo procesą, kurio dėka ji iš vienos politinės sistemos teka į kitą, ir tuo pačiu vyksta informacijos apsikeitimas tarp politinės ir socialinės sistemų. Vyksta nepertraukiamas informacijos apsikeitimo procesas tarp individų ir grupių visuose lygmenyse (Švarcenbergas, 1992).

M. J. Gončarovas (1991) teigia, kad terminas politinė komunikacija nusako informacijos tekėjimą politinės veiklos sferoje, tai įvairūs pranešimai, tekstai, kurie turi įtakos tautų ir valstybių tarpusavio santykiams (Gončarovas 1991).

Kita vertus, politinė komunikacija atskleidžia politinio subjekto veikimo tikslus, nepasakytas, o kartais ir nesuvoktas intencijas, nuostatas, planus. Politinė komunikacija ir jos kokybė bei sugebėjimas išsikovoti kuo platesnę politinio lauko erdvę atspindi politiko ar politinės grupės nepriklausomybę partinėje - ideologinėje visuomenės sistemoje, kuri priklauso nuo įtakojančių subjektyvių ir objektyvių visuomenės veiksnių. *„Per politinę komunikaciją išryškėja realios politinio gyvenimo situacijos. Dažnai būna, kad politinė situacija, susiformavusi Seime, partijoje, ar kurioje nors kitoje valstybės politinėje struktūroje, tėra komunikatyvinės situacijos pasekmė. Demokratinėje visuomenėje informacijos priemonės, komunikacijos galimybė ir žodžio laisvė įgyja milžinišką reikšmę realizuojant politinę įtaką ir valdžią. Visa tai suprantama ir nekelia ginčų.* (Bielinis, 2000).

Pradžioje politinė komunikacija reiškė, kad valdžia ir elektoratas komunikuoja dėl valdžios per rinkimus. Po to į visą šį procesą buvo įtraukta žiniasklaida kaip pagrindinis veiksnys, formuojantis viešąją nuomonę. *Dabar politinė komunikacija aprėpia plačią komunikavimo sferą politiniame visuomenės gyvenime. Čia įeina žiniasklaida, politinė rinkodara, politinė reklama, įvairių dokumentų pristatymas visuomenei, ritualai bei viešosios politikos veiksmai, neminint pačių politikų komunikavimo ir valdžios aktų pristatymo.* (Medvedev, 1993, 15 p.).

Politinių technologijų terminas dažnai siejamas su politinėmis apgavystėmis. Galima taip traktuoti, bet pasak L. Bielinio (2000), taip kaip kepėjas aptarnauja mus kepdamas duonos gaminius, taip politinis technologas teikia mums konkrečias paslaugas konkrečioje politinių interesų srityje. Todėl politinėmis technologijomis galima būtų vadinti veiksmus ir priemones, kuriomis politikas ar politinė partija siekia konkrečių rinkiminių tikslų. Kiekvieni rinkimai – tai spektaklis, kuriame politikai tampa aktoriais, o visuomenė, arba kitaip dar vadinami rinkėjai, gauna žiūrovų vaidmenį. Mums nepaliekama galimybė patiems vaidinti, o tik leidžiama būti stebėtojais. Manipuliuojama mūsų mintimis, nuostatomis, vertybėmis, taip stengiantis suformuoti tam tikrą nuomonę ar požiūrį. Perteikiant politikos įvykius ir kuriant politiką beveik trafaretiškai perimamos teatro taisyklės. Dažnai net nėra herojaus, jo charakteristikos, tačiau stebintieji procesą mato, kaip atskiri politikai migruoja iš vienos partijos į kitą. Todėl visuomenės ir valstybės lygiu politikų kalbos suvokiamos ir vertinamos pagal idėjų kairumą ar dešinumą, o ne pagal jų koncepcinį aiškumą. *Herojus tampa medžiagos siužetinio sumodeliavimo rezultatu. Jis yra motyvacijos priemonė žiniasklaidai ir personalizuotas motyvų sąsajos instrumentas. Taigi jis tėra vienas iš kompozicinės siužeto sandaros elementų.* (Bielinis, 2005, 95p.). Visą įdomumą ir išskirtinumą lemia ne pati idėja, o jos pateikimo formos. Minčių perteikimo būdai, vaidyba bei dekoracijos nulemia mūsų supratimą apie pateiktą informaciją. *Politisis spektaklis realybę struktūruoja per konfliktinius, dramatinis situacijų sprendimus. Scena, kur vyksta politikos šou, pasižymi ta savybe, kad čia rodomi ne politikai, bet jų įvaizdžiai, dalyvaujantys inscenizacijose, kurių prasmės yra režisūriškai artikuliuotos ir teikiamos daugiau simboliniame nei realių santykių lygmenyje. Teatras – klastotė, falsifikacija, kaukių vaidyba“* (Bielinis, 2005, 98p.).

Politinio spektaklio fone pagrindinę vietą užima rinkimai. Rinkimai susideda iš dviejų etapų: rinkiminės kampanijos ir pačių rinkimų. Jeigu okupacijos laikotarpiu žmogui apskritai nereikėjo galvoti, jam reikėjo tik laiku nueiti ir nubalsuoti už tam tikrą kandidatą, tai dabar reikia analizuoti, svarstyti, turėti savo nuomonę ir domėtis politika. Šiandieninėje visuomenėje žmogus mažai gilinasi į politiką, neturi laiko domėtis nei apie politikus, nei apie jų skelbiamas programas. Tai dar nereiškia, kad rinkėjai yra pasyvūs. Jokių būdu. Jie tik neranda, ką pasirinkti ir už ką balsuoti. Todėl dažnai pasitelkiama autoritetų nuomonė arba pasirinkimą nulemia

kandidato išorė, jo malonus balsas, gražiai sudėliota ir sklandžiai pasakyta rinkiminė kalba. Kiekvieni rinkimai tampa nauju politikų ir rinkėjų tarpusavio aiškinimosi aktu. Ir jeigu jums atrodo, kad viskas vyksta gražiai ir dėsningai, vadinasi jums ne viskas yra žinoma, o tai reiškia, kad jums yra manipuliuojama. Manipuliacija yra pagrindinė priemonė, naudojama rinkiminėje kovoje. Reikiama kryptimi keičiama žmogaus nuostata, jo siekiai ir emocijos. Kaip teigia L. Bielinis: *manipuliacija – dvasinio viešpatavimo būdas, pasiekiamas užprogramuojant žmonių elgseną. <...> Iš esmės balsavimas daugeliui rinkėjų yra materialinė emocijinė reakcija į politiką bei politinę rinkiminę kampaniją išraiška, simbolinis savo emocijų registravimas. Proto, racionalaus sprendimo vaidmuo dažnai rinkėjo sąmonėje susiveda į susiformavusias emocijas pateisinimą* (Bielinis, 2000, 71p.). Politinio manipuliavimo visuomene technologijos pagrindas – sėkmingas politinių mitų įdiegimas į rinkėjo sąmonę. Žmogus tampa valdomas emocijų ir mitai sudaro visą iliuzinio pasaulio pagrindą. Kaip pavyzdį galima pateikti prezidento rinkimus Lietuvoje, kuomet į prezidento postą kandidatavo R. Paksas. Toje rinkiminėje kovoje, ko gero, buvo panaudota daugiausia rinkiminių manipuliacijos metodų per visą rinkimų istoriją. Tuometiniai prezidento rinkimai labai aiškiai parodė, kaip galima pasiekti tikslą, naudojant visas įmanomas antitechnologijų gudrybes ir sukurti mistifikuotą, netradicinį, žiūrovo sąmonę sukaustantį spektaklį. Sėkmingu manipuliacinės kampanijos pavyzdžiu galėtų būti apie R. Paksą sukurti filmukai, kuriuose politikas vaizduojamas kaip gelbėtojas. G. Beresnevičius savo straipsnyje puikiai pailiustravo šį pavyzdį. R. Paksas įtaigiai perteikė mito kūrimą, pasitelkdamas svarbiausius fantastikos elementus: ryšį su dangumi ir kelionę sraigtasparniu. Kodėl? Automobilis nereikalingas, nes dievybė yra dangiškos prigimties ir juda kaip Perkūnas ar Elijas dangaus vežėčiomis. Jis nusileidžia iš viršaus, nusileidžia pas žmones, idant juos išklausytų, pažadėtų pagelbėti ir vėl pakiltų į viršų, į dangų, kuris yra jo gyvenamoji vieta. Taigi dangaus gyventojas, atėjęs išklausyti žmonių troškimų, nusileidęs iš dangaus ir sugrįžtantis vėlei. Jam reikia melstis, aukoti (balsuoti) ir pažadai bus įvykdyti. Jis juk pažadėjo (Beresnevičius, 2003).

Beje, žadėjimas. Žadėjimas be galo be krašto ne naivumo ženklas (nebent žmonių naivumo, o tai kita kalba). Neįmanomus dalykus žada tik dievai. Arba tik Dievas. O kad pažadai išsipildytų reikia tik tikėjimo. Kuo daugiau žadama, tuo daugiau valdoma galių, kuo daugiau prieštarinių dalykų žadama tuo pačiu metu, tuo tobulesnis ir galingesnis dievas. Ir dar G. Beresnevičius akcentuoja: *”R. Pakso metafizika” rinkimuose rodėsi (ir) kaip dieviškosios galios manifestavimasis, susitapatinimas su ja. Dangaus gyventojas, tiesa, motorizuotas. Bet laikai modernėja, ir nėra ko kaukšėti geležiniais ratais per geležinius tiltus, kaip kad tekdavo Perkūnui. Galima motociklu ir sraigtasparniu, ugnį ir dūmus šiaip ar taip skeliančiais padargais. Ar Elijo vežėčiomis, juk dangaus gyventojai pėsti nevaikšto, o jų nusileidimas, epifanija ypatingo palankumo ženklas, žadėjimo metas. Tai tik keletas pavyzdžių iš visiems mums, manyčiau,*

įsimintinų rinkimų, kuriuose puikiai atsiskleidžia politinių konsultantų darbo tobulumas. Apgalvota iki smulkmenų ir maksimaliai pasiektas tikslas. (Beresnevičius, 2003). Mitai tiesiogiai siejasi su legendomis, kurios yra iš lūpų į lūpas perduodami pasakojimai. Tapti legenda yra kiekvieno politiko tikslas. Legendos glaudžiai susijusios su įvaizdžiu, su kokiais nors stereotipiniais bruožais. Medžiotojo, sportininko, seno politikos vilko legendą turėjo LR prezidentas Algirdas Mykolas Brazauskas. Legendine asmenybe tapo ir Vytautas Šustauskas, tačiau tai jau jo istorijos su nesankcionuotais mitingais, su išgertuvėmis, bičiulystėmis su kriminalinio pasaulio atstovais (Henriko Daktaro šeimyna) ir t. t. Legenda nuo stereotipo ar psichologinės charakteristikos skiriasi populiaros istorijos turėjimu. Valdo Adamkaus istorijos susietos su pokario pasipriešinimu sovietinei okupacijai, su Mičigano ežero (šalia Čikagos) išvalymu, su trejų metų „tapkių“ byla Šiauliuose, kuri atvėrė jam kelią balotiruotis į LR prezidentus.

Kad visuomenė būtų sėkmingai įtraukta į mitų diegimo veiksmą, tam pasitelkiama televizija. Televizija formuoja žmonių nuomonę ir daro įtaką jų apsisprendimams, nuomonei ir įsitikinimams. B. Jelcenas pasakė, kad TV reikia priskirti prie jėgos struktūrų. *„Televizija pasižymi prigimtinė privilegija primesti nustatytą modelį visuomenei. Politiniame gyvenime tai charakterizuojama kaip įtakingas, bet dirbtinis fenomenas televizinės politinės tikrovės“.* (Čerepanova, 2003). Tyrimai parodė, kad sudėtingas pranešimas geriau suprantamas tuomet, kai jis pateikiamas raštiškai. Tuo tarpu lengvai suprantama informacija labiau įtinama, kuomet ji pateikiama video įrašuose. Jeigu oratorius yra patrauklus, tuomet jo sakomas pranešimas bus lengviau priimamas ir labiau įtinantis. Jeigu oratorius nepatrauklus, jo pranešimas nepasieks tikslo. Kaip teigia I. S. Čerepanova, ši idėja buvo patikrinta, atliekant eksperimentus su studentais. Jiems buvo nupasakota kaip atrodo tas ar kitas pranešėjas ir pateikta atspausdintas pranešimas, audio ir video įrašuose. Tas pranešėjas, kuris buvo pristatytas kaip patrauklus, jo pranešimas buvo geriau priimtas, kai buvo rodomas per televiziją, o tas, kuris nepatrauklus, kai pateiktas rašytine forma (Čerepanova, 2003).

Labai vaizdingą metaforą, bene geriausiai nusakančią TV vaidmenį dabartiniais laikais, IV amžiuje parašė Platonas. Septintoje savo knygoje „Respublika“ jis sukūrė nuostabiai poetišką ir gražią alegoriją. Oloje, kurioje visiškai nėra šviesos, įkalinti ir grandinėmis prikaustyti žmonės. Šitoje nelaisvėje jie nuo pat vaikystės. Už jų nugarų, viršuje, dega ugnis. Tarp jų ir ugnies, akmeninė siena, kurioje, kaip lėlių teatre, apsišaukėliai stumdo iš medžio ir akmens pagamintas žmonių, gyvūnų ir daiktų figūreles. Stumdo ir sako tekstą, o jų žodžiai, kaip prislopintas aidas sklinda oloje. Belaisviai prirakinti taip, kad tiesiai priešais save, ant olos sienos, mato tik didelius, stumdomų figūrų šešėlius. Jie jau pamiršo, kaip atrodo tikras pasaulis, kaip atrodo šviesa laisvėje ir yra įsitikinę, kad šitie šešėliai ant sienos ir šitas aidas yra tas tikrasis žmonių ir daiktų pasaulis. Ir jie gyvena šiame pasaulyje.

Bet štai vienam belaisviui pavyksta išsilaisvinti iš grandinių ir jis ropščiasi į viršų prie išėjimo. Dienos šviesa jį apakina ir sukelia nežmoniškas kančias. Bet pamažu ši būseną praeina, jis vis aiškiau, su nuostaba, mato realų pasaulį, žvaigždes ir saulę. Norėdamas padėti draugams ir papasakoti apie matytą pasaulį, jis skuba pas juos atgal į olą. Prasibrovęs pas draugus, bėglys nori papasakoti jiems apie tai, ką jis matė, bet tamsoje nebegali nieko įžiūrėti, vos bemato šešėlius ant sienos. Na va, pamano kiti belaisviai, šitas beprotis paliko olą ir apako, prarado sveiką protą. Ir kai jis pradeda įtikinėti juos išsilaisvinti iš grandinių ir eiti su juo į viršų, jie nužudo jį kaip pavojingą pamišėlį (Platonas, 2000).

S. G. Kara-Murza savo samprotauja apie tai, kad Platoną nuolat kankino šita žmogiškos prigimties savybė – teikti pirmenybę ne ryškiai tiesos šviesai ir realaus pasaulio sudėtingumui, bet fantastiškam šešėlių teatro pasauliui. Bet dar niekada ši alegorija neišsipildė taip aiškiai ir tiksliai, kaip šiandien. Televizija sukuria žmogui puikų šešėlių teatrą, kurį lyginant su realiu pasauliu, šis tampa tik blankiu šešėliu. Žmogus, nuo vaikystės prikaustytas prie televizoriaus, jau nebenori išeiti į pasaulį ir tiki šarlatanais, kurie stumdo figūreles ir spaudo mygtukus bei yra pasiruošęs nužudyti savo draugą, kuris įtikinėja jį išeiti į šviesą (Kara-Murza, 2000). Savo filme „Prisukamas apelsinas“ Stenlis Kubrikas herojaus lūpomis pasakė, jog šiandien *realaus pasaulio spalvas žmogus pripažįsta realiomis tik tai po to, kai pamato jas ekrane*.

Televizija formuoja mūsų nuomonę, iškreipia pasaulio realybę ir keičia mūsų gyvenimą. Televizija tiesiogiai susijusi su politika, nes politikai televizijos pagalba stengiasi sukurti savo įvaizdį. Kartais tas įvaizdis geresnis, kartais blogesnis, bet kaip kažkas pasakė, nesvarbu koks jis būtų, svarbu, kad mane rodytų. Jeigu politiko nerodo televizijos ekrane, vadinasi jo iš viso nėra. Todėl kiekvienas politikas, kiekviena politinė partija TV naudoja savo įvaizdžio formavimui ir skelbiamų tiesų išsakymui. Rinkiminės kampanijos metu politinės partijos naudoja įvairias rinkimines priemones, norėdamos pelnyti rinkėjų palankumą ir įtikinti juos balsuoti už vieną ar kitą kandidatą. Viena pagrindinių ir bene išpūdingiausių priemonių rinkiminės kampanijos metu tampa televizijos debatai.

Debatų pradžia siejama su Senovės Graikija, kurioje jie buvo neatsiejamas demokratijos elementas. Piliečiai save gindavo teismuose ir diskutuodavo turguose. Jų pradininkais įvardijami Sokratas ir Platonas, o debatų tėvu laikomas Protagoras. Atėnuose piliečiai dažnai ginčydavosi apie įstatymų privalumus ir trūkumus ir tai padėdavo įvardinti problemą bei visapusiškai ją paanalizuoti. Sofistai tvirtino, kad vienos tiesos nėra, todėl išmintį traktavo kaip sugebėjimą primesti savo nuomonę priešininkui. Jie teigė, kad viską galima įrodyti arba paneigti. Aristotelis manė priešingai nei sofistai. Jo įsitikinimu, tiesą galima atskleisti per reiškinių pagrindų pažinimą, ginčytinus klausimus tiriant įvairiais aspektais. Sokratas išmintingą vadino tik Dievą, bet jis pirmasis pradėjo propaguoti vieną iš svarbiausių debatų technikos elementų – argumentų

atrėmimą. Viduramžiais diskutavimo menas taip pat buvo labai vertinamas. Tais laikais mokslas rėmėsi daugybe disputų, kuriuose mokslininkai pateikdavo bei gindavo savo idėjas, o tuo pačiu kritikuodavo priešininkų mintis. Būtent Viduramžiais oratorinio meno ir debatų kursai labiausiai paplito Europoje. Amerikoje debatai tapo populiarūs po pirmųjų televizijoje įvykusių debatų tarp Dž. Kenedžio ir R. Niksono.

Debatai – tai formalus ginčo vedimo metodas, kurio metu dvi pusės įtakoja viena kitą, pasitelkdamos savo požiūrį į tam tikrus dalykus ir siekdamos įtikinti jais trečią šalį – stebėtojus. Tiesioginio eterio metu atsiskleidžia kandidato įvaizdis, jo telegeniškumas, reakcija, mokėjimas apginti savo nuomonę prieš kitus priešininkus ir gebėjimas įtikinti žiūrovus savo pranašumu.

A. Gutauskienė ir V. Pakšienė debatus apibūdina kaip žinių ir informacijos sisteminimą, argumentuotą kalbą, loginį mąstymą ir būdą atskleisti save. Dažnai jie siejami su politikų diskusijomis, ginčais Seime bei Parlamente. Debatai – tai diskusija, galinti trukti valandų valandas, dienas ar net ištisus mėnesius, tai žodžių bei minčių dvikova. Tai griežtai reglamentuotas problemų svarstymas, kuriam skiriamas ribotas laikas (Gutauskienė, Pakšienė 2001). Kiekvienam debatų stiliui būdingos savitos taisyklės ir skirtingi kalbėtojų vaidmenys. Debatams ruošiamasi iš anksto. Dažnai tam tikslui kaupiama ir analizuojama medžiaga, parenkami svarūs argumentai, pagrindžiant juos pavyzdžiais ar kitais įrodymais, iš anksto stengiamasi numatyti priešininkų poziciją ir paruošiama strategija, kaip ją atremti. Viešų debatų metu, susitikę priešininkai per gana trumpą laiką stengiasi įtikinti klausytojus ar žiūrovus savo pranašumu. S. B. Veresčagin teigia, kad debatai – tai sąveikos ir argumentuoto savo nuostatų išdėstymo metodas, kurio tikslas įtikinti auditoriją, o taip pat skirtingų požiūrių tam tikra tema išdėstymas, nenukrypstant nuo aptariamos temos ir vadovaujantis tam tikromis taisyklėmis (Veresčagin, 2007). Didelę reikšmę politinėje komunikacijoje įgauna dalyvaujančių joje argumentuotos kalbos parengimas bei sugebėjimas įtikinamai apginti savo nuomonę vienu ar kitu klausimu. Naudodami komunikacines strategijas politiniai veikėjai atskleidžia ne tik savo esmę, bet ir naudoja jas norėdami savo teisumu įtikinti opoziciją. Dabartiniai politikai dažniausiai naudoja informacinę –interpretacinę, argumentuojančiąją bei agitacinę strategijas, o taip pat savignyos, savęs pristatymo ir tam tikro emocinio krūvio adresatui formavimo strategijas (Čerepanova 2003). Asmenybė, kuri betarpiškai dalyvauja debatuose, turi išlavintus komunikacinius įgūdžius, kurie padeda siekti užsibrėžto tikslo – įtikinti. Tokia asmenybė sugeba kritiškai priimti informaciją ir atitinkamai reaguoti į argumentuotą oponento nuostatų išdėstymą. Debatų pagrindas – logiškai argumentuotas pasisakymas. Debatų esmė – atremti, o tai reiškia, paneigti priešininko argumentus. Nepakanka žiūrovams pasakyti – kad mano priešininkas arba priešininkai yra neteisūs, neišprusę ar kalba netiesą. Tam reikia svarių argumentų, sugebėti atkreipti žiūrovų dėmesį į oponentų daromas logikos klaidas, gerai valdyti įtikinėjimo meną ir

mokėti manipuluoti. Pasak I. S. Čerepanovos, daugelio ekspertų ir specialistų nuomone, debatai yra labiausiai priimtinas, demokratiškai patikrintas variantas, naudojamas priešrinkiminėje kovoje televizijoje. Tai vienintelė forma, kur kandidatas gali pademonstruoti ne tik savo, kaip kovotojo, savybes, mokėjimą kalbėti su oponentu, bet ir dialogo metu įtikinti rinkėjus savo programinių tikslų pranašumu ir tuo pačiu atkreipti žiūrovų dėmesį į jo priešininkų programų netobulumą (Čerepanova 2003). Pagrindiniai politinio pasirodymo parametrai yra: vientisumas, tinkamumas ir turinys. Televizijos debatams rinkimų štabas ruošiasi visos rinkiminės kampanijos metu. Gerai pasiruošusi komanda debatus paverčia puikiu politiniu šou. Tam reikalinga ne tik gerai išmokti savo programoje įrašytas pagrindines tezes, bet ir išstudijuoti savo priešininkų rinkimines programas bei jų biografijas. Taip pat labai svarbus psichologinis pasiruošimas. Pasak I. S. Čerepanovos *dauguma rinkėjų galvoja, jog debatai – tai tiesos akimirka, kuri padeda geriau pažinti kandidatus. Debatai turi vieną pagrindinį pranašumą prieš kitas rinkimines priemones: jie suteikia galimybę kandidatams betarpiškai bendrauti su rinkėjais* (Čerepanova 2003 p.705). Skirtingai nei žiniasklaidoje spausdinami straipsniai, kurie dažnai būna neobjektyvūs, užsakomieji ir pateikia tendencingą, kartais gana vienpusišką ir kažkam naudingą nuomonę, debatai nėra surežisuotas, nėra iškarpytas ir sumontuotas dalykas. Žiūrovas tiesiogiai dalyvauja vykstančioje diskusijoje kaip stebėtojas ir gali iš karto pamatyti kandidato stipriąsias ir silpnąsias puses.

A. Gutauskienė ir V. Pakšienė išskiria tokias debatų rūšis: tai Linkolno – Daglo debatai, kitaip dar vadinami vertybių debatais. Pačios vertybės nėra nei geros, nei blogos, o tik parodo žmonių pasirinkimą ar idealus. Vertybės čia yra svarbios, tačiau daugiau reikšmės teikiama realioms priežastims, dėl kurių reikia laikytis vienokios ar kitokios strategijos. Teigiantieji šiuose debatuose turi pateikti tam tikrą planą, kuriuo remiantis būtų galima išspręsti debatų temos apibrėžtą problemą. Be to, tas planas turi būti efektyvesnis už neigiančiųjų komandos pasiūlytus problemos sprendimo būdus;

Niujorko atviros visuomenės institutas sukūrė Karlo Poperio debatų programą (KPDP), kurios tikslas - skatinti žmonių komunikacinius gebėjimus, mokyti kritiškai mąstyti, puoselėti toleranciją ir pagarbą kitai nuomonei, žadinti domėjimąsi pasaulio bei savo šalies įvykiais. Šia programa siekiama išmokyti jaunus žmones debatų meno, kad jie gebėtų garsiai reikšti savo mintis ir būtų neabejingi pasaulio ir savo šalies likimui;

Parlamentiniai debatai perimti iš Didžiosios Britanijos parlamento rūmų. Viena komanda čia atstovauja vyriausybei, kita opozicijai. Debatams vadovauja ir teisėjauja parlamento pirmininkas. Visi debatų dalyviai savo pastabas turi adresuoti jam, kreipdamiesi „pone pirmininke“. Kiekviena komanda susideda iš dviejų narių. Vyriausybės komanda susideda iš ministro pirmininko ir vyriausybės nario. Opozicija turi opozicijos vadovą ir opozicijos narį. Pirmoji

vyriausybės užduotis – apibrėžti pagrindinius debatų temos žodžius. Tema ir apibrėžimas turi būti logiškai susiję. Parlamentiniuose debatuose galima pateikti ir filosofinių, ir praktinių argumentų (Gutauskienė, Pakšienė 2001).

Lietuvoje dar nėra susiformavusios prezidento rinkimams skirtų tiesioginių televizijos debatų tradicijos. Galima teigti, kad pirmieji tokie debatai, įvyko būtent 2009 m., renkant Lietuvos Respublikos prezidentą. Tikėtina, kad šių debatų metu daugiausia buvo remiamasi kitų šalių patirtimi bei teorinėmis žiniomis apie tokio pobūdžio debatus.

Galima daryti išvadas, kad politinė komunikacija – tai pranešimų, tiesiogiai veikiančių politiką, sukūrimas, išsiuntimas, gavimas ir apdorojimas. Ji atskleidžia politinio subjekto veikimo tikslus, nepasakytas, o kartais ir nesuvoktas intencijas, nuostatas, planus. Jau genčių vadai, o vėliau faraonai ir karaliai puikiai suprato, kad jų sėkmė daugiausia priklauso nuo to, kaip jie sugeba įtakoti savo pavaldinių ir piliečių politines pažiūras. Politinėje komunikacijoje labai svarbią vietą užima rinkimai. Kiekvieni rinkimai tampa nauju politikų ir rinkėjų tarpusavio aiškinimosi aktu, o manipuliacija yra viena iš priemonių, daugiausiai naudojama rinkiminėje kovoje. Mūsų nuomonę, nuostatas ir įsitikinimus formuoja televizija, todėl būtent televizijos debatai yra labiausiai priimtinas, demokratiškai patikrintas variantas, naudojamas priešrinkiminėje kovoje televizijoje. Televizijos debatuose, kandidatas gali pademonstruoti kaip sugeba kalbėti su savo oponentu, kaip įtaigiai sugeba perteikti savo teiginius ir nuostatas, o žiūrovas, tiesiogiai stebėdamas debatus gali iš karto pamatyti kandidato stipriąsias ir silpnąsias puses.

2. MANIPULIACIJOS METODŲ NAUDOJIMO TELEVIZIJOS DEBATŲ LAIDOSE TYRIMAS

Šioje darbo dalyje pristatoma:

- tyrimo bazė ir metodai;
- atlikta penkių televizijos debatų laidų, skirtų 2009 metų Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams, turinio analizė ir manipuliacijos metodų identifikavimas;
- gautų tyrimo rezultatų aprašymas ir apibendrinimas.

2.1. Tyrimo bazė ir metodai

Siekiant įrodyti, kad teorinėje dalyje išskirtų indikacijų pagalba galima lengvai atpažinti manipuliacijos metodus televizijos debatų laidose, skirtose 2009 metu Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams, ir nustatyti, ar dažnai kandidatai į prezidentus savo pasisakymuose naudojo manipuliacijos metodus, kokius metodus naudoja dažniausiai, kokie metodai kurio kandidato mėgiamiausi, kuris kandidatas daugiausiai panaudojo manipuliacijos metodų per tam tikrą laiko vienetą, šiuo atveju per vieną minutę, ir ar tie metodai naudojami tendencingai bei sistemingai, buvo pasirinkta turinio analizė.

Tyrimui pasirinktos penkios tiesioginės televizijos debatų laidos, transliuotos per LRT (Lietuvos radijas ir televizija). Laidose dalyvavo septyni kandidatai į prezidentus: A. Butkevičius, D. Grybauskaitė, V. Mazuronis, V. Tomaševski, V. Graužinienė, K. D. Prunskienė, Č. Jezerkas (žr. Priedą nr.1).

Laidų temos buvo gana įvairaus pobūdžio:

- apie viešojo saugumo problemas ir policijos veiklą;
- apie korupciją, teisminės valdžios krizę, valstybės ir gyventojų saugumą;
- apie valstybės valdymo reikalus, savivaldą ir regioninę politiką;
- apie kultūrą ir švietimą;
- apie vidaus ir užsienio politiką;
- debatų laida tarp K. D. Prunskienės ir V. Mazuronio apie tinkamumą būti prezidentu ir dabartinės politikos vertinimą.

Tiesiogines televizijos debatų laidas vedė žurnalistai Eglė Rašimaitė, Daiva Ulbinaitė, Virginijus Savukynas. Nepriklausomai nuo to, kokia buvo laidos tema, kandidatams buvo pateikiami skirtingi klausimai. Atsakymams į klausimus buvo skirta viena minutė, išskyrus

debatų laidą tarp K. D. Prunskienės ir V. Mazuronio, kurios metu laikas, skirtas atsakymams, nebuvo ribojamas.

Tyrimo kriterijumi pasirinktos teorinėje dalyje išskirtos manipuliacijos metodų indikacijos. Atliekant kiekybinę analizę, buvo suskaičiuoti kandidatų į prezidentus atsakymai, iš jų atrenkami tie, kuriuose buvo identifikuotas bent vienas manipuliacijos metodas. Taikant indukcinį metodą, išskirtų indikacijų pagalba buvo identifikuojami manipuliacijos metodų panaudojimo atvejai televizijos debatų laidose.

2.2. Manipuliacijos metodų identifikavimas televizijos debatų laidose

Išanalizavus penkias tiesioginių televizijos debatų laidas, skirtas 2009 metų Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams, buvo suskaičiuoti vienas šimtas keturiasdešimt aštuoni kandidatų į prezidentus atsakymai, iš jų, pritaikius turinio analizės metodą, atrinkti penkiasdešimt aštuoni atsakymai, kuriuose bent vieną kartą buvo panaudotas manipuliacijos metodas. Pritaikius indukcijos metodą iš penkiasdešimt aštuonių atsakymų, buvo atpažinti šimtas šeši manipuliacijos metodų naudojimo atvejai. Pateikiu kandidatų į prezidentus atsakymus, pagal kiekvieną kandidatą, kuriuose identifikuoti įvairūs manipuliacijos metodai. Rezultatų apibendrinimas pateiktas 2.3. skyriuje.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Graužiniene, tokios sąvokos kaip „atkatas“, „juodoji buhalterija“ Lietuvoje iš tiesų paplito praktiškai drauge su Jus kandidate keliančios partijos atsiradimu. Kaip Jūs planuojate suvaldyti dabar šituos reiškinius?“ **Sugretinimas su negatyviu reiškiniu ar asmeniu.**

V. Graužinienė. „Jūs sakote netiesą. Tos sąvokos yra labai jau senos ir jos neatsirado su mūsų partija. Apie juodąją buhalteriją pirmiausia buvo pradėta kalbėti, kalbant apie verslą ir ne apie politiką <...>“.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Graužiniene, Jūsų kandidatūrą iškėlusį Darbo partija ir jos pirmininkas niekaip nebaigia teismų maratono. Kai buvo balsuojama dėl aukščiausiojo teismo pirmininko atleidimo Seime, Jūsų frakcija balsavo prieš. Tačiau siūlymams, kad būtų Aukščiausiam teismui suteiktos galios peržiūrėti Vyriausiojo administracinio teismo sprendimus, Jūsų frakcija pritarė, jeigu teisingai pamenu. Ko tikitės, bandydami suteikti Aukščiausiam teismui daugiau galių ir išsaugoti poste V. Greičių?“ **Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika**

V. Graužinienė. „<...> Seime šis klausimas būtų išspręstas žymiai greičiau, jeigu Seimui, Parlamentui būtų pasakyta ta užkulisinė tiesa, kuri visą laiką tvyrojo.“ **Stereotipų**

panaudojimas. „Kad kažkas nedasakoma iš prezidento pusės ir kažkas nedasakoma galbūt iš teismų ir teisėjų pusės. Ir todėl ta tokia dvilypė situacija ir susidarė parlamente ir parlamentariai tiesiog nežinodami pilnos aiškios informacijos neturėdami jie laukė, laukė tos aiškesnės situacijos, bet prezidentas nesiryžo pasakyti, kas vyko tarp prezidento ir Aukščiausiojo teismo pirmininko.“ **Retorinių klausimų iškėlimas.**

Žurnalistė E. Rašimaitė. „p. Graužiniene, praėjusią savaitę Lietuvos kultūros kongrese žinomi kultūrininkai teigė, kad būtina priimti kultūros įstatymą. Ką jis turėtų įtvirtinti Jūsų manymu?“

V. Graužinienė. „Aš galvoju, kad kaip tik kultūros žmonės ir turi aktyviai dalyvauti šio įstatymo rengime, nes jeigu rengs tik tai seimo nariai ar tik tai ministerijos valdininkai, tai mes turėsime tiesiog įstatymą, kuris neveiks. Tai yra labai svarbu, kad aktyviai dalyvautų patys kultūros žmonės, tokiu atveju jie gaus tą įstatymą, kurio jiems reikia ir tai yra labai svarbu. Dabar aš norėčiau atsakyti į ką Jūs klausėt. Mokesčiai, kurie buvo uždėti kultūros srities žmonėms tai yra na tiesiog absurdas, bet man yra keisčiausia tai, kad nebesusišneka tie patys, na kurie ir dalyvauja kultūroje. **Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika.** Devyniolika balsų yra seime, kurie yra atėję praktiškai iš to pačio sluoksnio..“

Žurnalistė E. Rašimaitė. „Jūs manot iš kultūros?“

V. Graužinienė „Aš sustojau, neįvardindama, kad tai kultūra, bet kultūros ministras manau atėjo tikrai iš to rato žmonių. Ir kada...“

Žurnalistė E. Rašimaitė. „Ar keistumėt kultūros ministrą?“

V. Graužinienė. „...ir kada seime tie patys, atstovaujantys kultūrą, dabar seimo nariai balsuoja už tai, kad būtų blogiau kultūrai, tai aš nieko dabar nebesuprantu, ar ministras kartu piketuoja...“

Žurnalistė E. Rašimaitė. „Ačiū.“

V. Graužinienė. „.aš iš karto noriu pasakyti, Jūs klausėt, ar aš ministrą palikčiau, tai aš turiu pasakyti, kad aš pasisakau už visos vyriausybės atstatydinimą“. **Asmenybių marginalizacija.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Visą mėnesį kiekvienas važinėjote po Lietuvą. Kokius socialinius ir ekonominius skirtumus pastebite tarp regionų ir ko imsitės, kad jie sumažėtų.? Ir tuo pačiu visiems bendras klausimas: ar teisingai vykdoma regioninė politika? Keturiolika probleminių savivaldybių, septyni regioniniai centrai, ar teisingai viskas daroma?“

V. Graužinienė. „<...> ir tikrai turiu iš praktikos pasakyti, kiek teko būti seime, kad Vyriausybė dažniausiai problemineis rajonais skiria ten, kur yra tos partijos, kuri vadovauja Vyriausybei ganėtinai stiprūs merai. Na Druskininkai vienas iš jų pavyzdys, jis buvo ilgą laiką problemineis rajonas. Tai, manau, kad kiti rajonai žymiai problemiškesni. Kitas pavyzdys – tai yra

investicinė programa, kiekvienas seimo narys seime tampo programą investicinę, šitaip neturėtų būti. Turi būti aiški politika, kaip turi vystytis vienas ar kitas rajonas. Ir paimekime paskutini biudžeto tvirtinimą, kada iš vieno rajono atimama investicija, o pridėjama tam, kuriame yra konservatorių išrinktas seimo narys. Kompromitacijos metodas Ar taip mes toli nueisime su tokia regionine politika.“ **Emocinis užtaisas.** *Labai emocionaliai, pakeltu tonu išsakė mintis.* „Noriu pabaigti į antrą klausimą Jums atsakyti. Aš noriu pasakyti: baikim vieną kartą Lietuvą dalinti į Vilnių ir visą kitą Lietuvą. Lietuva yra bendra.“ **Formuluotė**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Pilietinės visuomenės sukurti nepavyko,- pareiškė prezidentas V. Adamkus. Atsakomybę už tai pirmiausia turi prisiimti šalies politikai, nesugebantys sutelkti žmonių bendriems tikslams, o rodantys tokius elgesio ir veiklos pavyzdžius, dėl kurių turėtų būti mažų mažiausiai gėda,- sakė prezidentas. P. Graužiniene, kaip manote, ką prezidentas turėjo galvoje?“

V. Graužinienė. „Aš klausiau pranešimą ir galiu atsakingai pasakyti, kad kaip tik telkiantis žmogus ir turi būti prezidentas. Jis yra pagal mūsų Konstituciją nepartinis. Todėl jis ir turėjo telkti politikus ir visuomenę. Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika Visuomenė, pas mus yra atotrūkis ir kodėl yra? Todėl kad valdžia neatsiklausia žmonių svarbiausiais klausimais. Ir aš palaikau tas valstybes ir reikėtų taip padaryti Lietuvoje ir stengsiuos taip padaryti, kad kas pusė metų įpratinti tautą atsiklausti svarbiausiais klausimais. Tai yra rengiami referendumai, svarbiausiais valstybės gyvenimo klausimais.“ **Susiejimas su ateitimi.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Jie brangiai kainuoja“.

V. Graužinienė. „Visuomenė įpranta dalyvauti valstybės valdyme, jie supranta, kad yra reikalingi valstybei, kad jų nuomonė yra reikalinga valstybei ir pats žmogus aktyviai pradeda dalyvauti valstybės valdyme ir politiniame gyvenime. Tai yra įtraukimas visuomenės, konkrečiai į valdymą“.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Graužiniene, kaip vertinate Jūs pasiūlymus seimo narius rinkti vienmandatėse apygardose, o merus ir seniūnus tiesiogiai? Kas nuo to pasikeistų?“

V. Graužinienė. „Vertinu tikrai teigiamai. Ir mūsų Darbo partijos programoje yra įrašytos šios nuostatos. Vaizdo iškraipymas. Džiaugiuosi, kad dėl rinkimų, tiesiogiai merų, šiek tiek pajudėjo ledai seime praeitą kadenciją, tik gaila, kad ši valdančioji dauguma dar iki šiol nepateikė įstatymo pataisymo, kad piliečiai galėtų dalyvauti savivaldos rinkimuose. Manau, kad sąmoningai yra tai stabdoma. Retorinių klausimų iškėlimas. Ir savivaldybėse ypatingai valdžia turi būti arčiausiai žmonių. Todėl labai svarbu, kad žmonės tiesiogiai išsirinktų merą ir tiesiogiai galėtų rinktis seniūnus. Tam reikia pakeisti Konstituciją ir parlamentarai turi kuo skubiau daryti veiksmus, nes ateis savivalda ir vėl sakys žmonėms, kad

mes taip, mes už, bet nespėjom. Tai reikia daryti veiksmus, o ne deklaruoti“.

Formuluotė Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Kas Valstybės tarnyboj ne taip, kad šiandien gėda būti Valstybės tarnautoju?“

V. Graužinienė. „Na negirdėjau, kad kas iš Valstybės tarnautojų pasakytų, kad gėda jam būti Valstybės tarnautoju. Manau, kad šiandieną visi džiaugiasi, kurie turi darbą ir turi valstybės tarnybą, nes tai yra užtikrintos pajamos pragyvenimui, ko galbūt kita, didžioji Lietuvos dalis šiandieną jau nebeturi. <...> ne mano mintys, bet yra valstybės kontrolės daugybė ataskaitų, kurios akivaizdžiai įrodo, kad pas mus valstybėje yra funkcijų dubliavimas. Tie patys valdininkai daro tą patį darbą keli. Šitaip valstybėje neturi būti.“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Tai kaip padaryti, kad to nebūtų?“

V. Graužinienė „Tiesiog reikia įgyvendinti rekomendacijas, kurias siūlė Valstybės kontrolė įgyvendinti. Blogiausia tai, kad Vyriausybė neskaito ir nesistengia įgyvendinti.“

Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika

Žurnalistas. „Graužiniene, cituoju Jus: jei reikės skolintis, turėsime skolintis. Kokia padėtis turėtų būti, kad jau reikėtų skolintis? Ir ar dabar nėra toji padėtis?“

V. Graužinienė. „Esu įsitikinusi, kad valstybė jau praleido patį geriausią laiką pasiskolinti. Ir pasukdama netinkamai ekonomikos ir finansų politikos kryptyje, jie pasirinko mokesčių didinimą. Puolimas arba „žaidimas be taisyklių“. Aš prieš tokią politiką ir skolintis reikia tokiu atveju, jeigu atlaisvinsim verslą nuo mokesčių ir sudarysim sąlygą verslui kurti pridėtinę vertę. Tai yra išsaugosim gamybą, išsaugosim darbo vietas ir skatinsim eksportą <...>“.

V. Graužinienė. „Ne kartą esu viešai sakiusi ir dar kartą pakartosiu, kad A. Kubiliaus vyriausybei įgaliojimų valdyti valstybę toliau negražinčiau ir turi būti suformuota nauja dauguma, turi būti pateikta premjero kandidatūra kartu su ilgalaike penkių metų aiškia vystymosi valstybės programa. Konkretūs terminai, konkretūs veiksmai, kad prezidentas galėtų po to pareikalauti. Jeigu tokia programa nebūtų seime patvirtinta, Konstitucija suteikia teisę prezidentui vienintelį kartą realiai paleisti seimą. Ir jeigu nebūtų sutarimo seime, aš pasinaudočiau ta teise ir tikiu, kad Lietuvos žmonės išrinktų kitą seimą.“

Asmenybių marginalizacija.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Dalia, šiandien dažniau nei sąvoką „atktas“, mes girdime sąvoką oligarchinės grupuotės. Jūs ligšiolinę kovą su korupcija vadinote imitacija ir teigėte, kad žinote, kaip pakeisti korupcinę sistemą. Ką konkrečiai ketinate daryti? Ir Jūs dar sakėte, kad korupcinės, oligarchinės grupuotės turėtų Jūsų bijoti. Kodėl jos turėtų Jūsų bujoti?“

Netikėtas citavimas.

D. Grybauskaitė. „Na pirmiausia todėl, kad visada ir anksčiau taip pat neėmiau kyšių ir tai yra informacija žinoma tiems, kas mėgintų tai daryti. Asmenybių marginalizacija. Taip pat esu už demonopolizaciją, tai yra visos šalies deoligarchizacija, kad monopolijos nediktuotų žmonėms ir praktiškai nereikėtų mokėti būtent jiems didesnių kainų, negu tai galėtų daryti rinka. Na, o dalinai Vakarų Europa ir demokratinės valstybės naudoja metodą, kuomet yra ir skambučiai, ir mokėjimai, tai dalinai gelbsti, nes tai traktuojama kaip pilietinė pareiga. Taigi skaidrumas ir pilietiškumo skatinimas, tai nėra nei skundimas, tai yra tiesiog nesitaikstymas su tais reiškiniais, kurie yra. O pradėti reikia nuo kiekvieno ir nuo savęs: pirmiausia – neduokime, nebus, kas ima, ir nebus tos korupcijos“.

Formuluotė

„Na o šiandien korupciją matom tikrai kaip imitaciją. Daug triukšmo ir labai mažai rezultato“.

Gražūs pavadinimai.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Gerbiama Grybauskaite, jeigu taptumėte prezidente, ar ryžtumėtės dar kartą teikti Seimui siūlymą atleisti Vytautą Greičių iš Aukščiausiojo teismo pirmininko pareigų?“

D. Grybauskaitė. „Na pirmiausia norėčiau įsigilinti ir pasižiūrėti realias sąlygas ir priežastis, kodėl vyksta tokia politizuota kova ne tikrai tarp teisminių klanų, bet ir tarp politikų.“

Stereotipų panaudojimas.

Žurnalistas. „p. Dalia, sakykit, kaip Jums atrodo, kas keistusi, jeigu būtų pakeista generalinio komisaro skyrimo tvarka?“

D. Grybauskaitė. „Manyčiau, negebėjimas Vyriausybės susikalbėti su policijos vadovais, negebėjimas dirbti kartu. Tai rodo tik tai tam tikrą nepajėgumą abiejų institucijų bendradarbiauti, taigi sistemos pakeitimas neprivers ir nepanaikins nemokėjimo dirbti abiejose pusėse...“

Žurnalistė E. Rašimaitė. „Norėčiau pradėti klausdama: Prezidentas Valdas Adamkus paskutiniame metiniame pranešime išsakė mintį, kad dabartinė ūkio, ekonominė krizė arba jos pamatas yra moralinė ir kultūrinė krizė. Patys kultūrininkai, menininkai linkę ypač pritarti šiai minčiai. Noriu teirautis ar Jūs lygiai taip pat tiesiogiai sietumėte šiuos dalykus?“

D. Grybauskaitė. „<...> Teko būti, pavyzdžiui, Žemaitijos muziejuje, mačiau tokių nuostabių žmonių, kurie už labai menką atlyginimą taip myli savo kraštą, leidžia knygas, rūpinasi biblioteka ir jos turtu, taip pat kituose miestuose, kur matėm gražių bibliotekų, kur žmonės atiduoda visą širdį ir jaunimui ir pagyvenusiems žmonėms, atiduoda visą savo laiką tam darbui. Tokie šviesuoliai, iš tiesų, tai mūsų druska. **Formuluotė** Tai mūsų kultūros puoselėtojai <...>“.

Žurnalistė E. Rašimaitė. „p. D. Grybauskaite, ar aukštųjų mokyklų skaičiaus mažinimas įtakotų studijų kokybę?“

D. Grybauskaitė. „Na mechaniškas....tikrai ne. Mechaniškai nieko daryti negalima. Tiktai galvoti reikėtų ir dirbti per mokslo ir studijų programų kokybės sertifikacija ir tokių programų dubliavimosi naikinimą, kad tas procesas vyktų natūraliai. Norėčiau pagalvoti ir pasiūlyti tiesiog išsaugoti taip pat ir regioninį universitetų lygį, nes šiandien mes turime virš dvidešimt universitetų ir virš dvidešimt kolegijų. Bet regionalizacija taip pat turėtų būti vienas iš kertinių tokių mūsų perspektyvų aukštojo mokslo srityje. Bet ko gero studijų kokybės sertifikavimas būtų geriausias būdas kaip mėginti įtakoti tokių universitetų persiskirstymą arba jų mažėjimą.“
Gražūs pavadinimai.

Žurnalistė E. Rašimaitė. „Ir Jūs esate užsiminusi, kad keistumėte bent dalį Vyriausybės tapusi prezidentė. Ar kultūros ir švietimo ministrai būtų tie?

D. Grybauskaitė. „Neskubėčiau grasinti vėzdų, kaip minėjau, nes apmokestinimo klausimai nėra kultūros ministro atsakomybė“. **Formuluotė.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Jūs pati esate susidūrusi su teisingumo paieškomis, bandydama įrodyti nesanti KGB bendradarbė. Teismas priėmė Jums palankų sprendimą, bet dabar Jums tenka aiškintis kaip atsitiko, kad Jūsų bylą nagrinėjusio teismo vadovas Jūsų vadovaujamos Valstiečių partijos sąrašė pateko į Seimą. Sakykite ar įmanoma nupirkti teisėjų palankumą ir ką Jūs darytumėte, kad to nebūtų?“ **Kompromitacijos metodas, siekiant sumenkinti kieno nors prestižą.**

K. D. Prunskienė. „Man neteko pirkti teisėjų palankumo. O kartais gali būti ir toks ryšys, kai pavyzdžiui, Jūs nusičiaudėsite ir perkūnas trenks. **Formuluotė** Toks ryšys tebuvo ir tarp Jūsų paminėtų dalykų. Todėl, kad kas skyrė ir kas svarstė, man visai nerūpėjo, man rūpėjo atstatyti teisingumą. Ir kalbant šia tema, yra be galo skaudi vieta mūsų teismų sistemoj, kad galėjo būti, jog vienas teismas vienintelis ir pirmoji ir paskutinė instancija vieno teisėjo asmenyje priima politizuotą sprendimą, kuris turi pasekmes, o jo priežastis yra politinis susidorojimas. **Retorinių klausimų iškėlimas.** Su kuo aš ir susidūriau dar prieš dvidešimt metų. **Kontrpropaganda.** Taigi ir dabar Jūsų paminėti faktai, na ir pats noras juos paminėti, irgi turi šiek tiek tokių pačių niuansų, tai yra politinių.“ **Minčių skaitymas.** *Metama užuomina žurnalistei, apie tariamus tokio kalbėjimo motyvus.* „Nereikia politikams kištų nagų, **Formuluotė arba „sparnuota frazė“.** atsiprašau, prie teismų, turi aiškiai būti reglamentuota teismų įstatyme teisėjų atsakomybė, jų parinkimo tvarka ir jų procedūros, tame tarpe ir operatyvumas.“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Gerbiama Prunskiene, sakykite, ką Jūs tapusi prezidentė patartumėte VSD vadovui?“

K. D. Prunskienė. „<...> VSD darbas neturi būti politizuotas. Bet lygiagrečiai su VSD veikla, nepaprastai svarbu mūsų žmonių saugumui, o be žmonių saugumo negali būti pripažintas na geru, kokybišku ir Valstybės saugumas ir labai svarbus policijos darbas, socialinių įtampų mažinimas. Puikiai suprantam, kad basi policininkai vargu ar gali užtikrinti žmonių saugumą, jeigu jie galvoja apie savo socialines problemas.“ **Formuluotė**

Žurnalistas V. Savukynas. „Mes turim kitą ekonomistę, Dalią Grybauskaitę. Kuo jūs geresnė už ją?“

K. D. Prunskienė. „Mano veiklos patirtis yra margesnė ir ne tokia vienpusiška kaip finansai ir Europinė veikla. (Etikečių klįjavimas, mėginama suformuoti nuomonę, kad Grybauskaitės patirtis labai ribota). Aš esu dirbusi premjere, išmanau visas gyvenimo sritis ir tas, kurios yra Lietuvai labai jautrios, turiu didelį socialinį jautrumą ir ryšį betarpišką su žmonėm. Ar jai tą ryšį pavyks užmegzti po penkių metų Briuselyje ir galbūt mažiau visuomeninės veiklos turėjusią. Gal aš klystu, čia parodys, žinoma, rinkiminė kampanija, o šiaip aš esu gan, na sakyčiau, draugiška ir neagresyvi bet kurio kandidato naudai, juo labiau kitos moters, nes manau vienai iš mūsų lemta, lemta laimėt rinkimus“. **Vaizdo iškraipymas.**

Žurnalistas V. Savukynas. „O kaip Jūs manote, visgi kai kurie verslininkai sako, kad jos pasisakymai (kalbama apie D. Grybauskaitę), kad Lietuvoje yra blogai, labai pakenkė Lietuvos ekonomikai, nes vien dėl to, kad buvo sumažinti reitingai skolinimosi ir panašiai didėja palūkanos dėl to?“

K. D. Prunskienė: „Aš visgi manau, kad reikia daugiau padrašinančių verslininkus, ūkininkus sprendimų nei kad depresiją skatinančių. Nemanau, kad derėjo taip daryti, bet jai iš to lygmens taip atrodė, ji taip ir elgėsi.“

Žurnalistas V. Savukynas. „Bet ar ji neprisidėjo prie tokios ekonominės krizės tokiais pasakymais?“

K. D. Prunskienė. „Nedriščiau kaltinti žmogaus, kurio nėra čia. Tik aš viena pasakysiu tada jau labai atvirai: tai, kad konservatoriai savo tokiu depresyvumu, gąsdinimu ir vietoj to, kad imtis priemonių, kurios prilaikytų ekonomikos nuosmukį, keltų didesnį gyvybingumą, skatintų ūkyje ir socialiniame gyvenime, kaip tik tai savo pasisakymais ir sprendimais pagilino, Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika, o D. Grybauskaitė juos palaikė vienareikšmiai ir net iki paskutiniųjų savaičių, tai va būtent tai man ir kelia didelį susirūpinimą“. **Sugretinimas su negatyviu reiškiniu ar** (konservatorių politika nepopuliari šiandien ir pabrėžiama, kad ji ją palaiko).

Žurnalistas V. Savukynas. „Vėl gi dabar dėl tos biografijos, p. D. Prunskiene, kaip vis dėl to ten yra su tuo KGB šleifu, Jūs pasirašėte bendradarbiavimą ar kaip?“

K. D. Prunskienė. „Aš noriu labai trumpai atsakyti. Jau daugybę metų tai yra tradicinis antireklaminis dalykas, būdas, kuriuo naudojasi mano oponentai. Teismas ištyrinėjo visus įtarimus, viską ką galėjo ištirti“.

Žurnalistas V. Savukynas. „O kas buvo teisėjas?“

K. D. Prunskienė. „Teisėjas, kas buvo? Aš pavardžių net neprisimenu“.

Kontrpropaganda. „Bet vėl gi ...buvo ne vienas teismas, be to buvo apeliacijai pateikta aukščiausiajam teismui“.

Žurnalistas V. Savukynas. „Dabar pasirodė žinios žiniasklaidoje, kad kažkas matė tą raštą, kurį Jūs esate pasirašiusi?“.

K. D. Prunskienė. „Palaukit, kokią Jūs čia Ameriką atrandat? **Formuluotė arba „sparnuota frazė“.** Tas raštelis, jis kur nors paguli vienoj vietoj, jį atranda, aš nežinau kelintą, kokį penktą, dešimtą kartą atradinėja tą patį raštelį, kuris neturi jokių požymių pasižadėjimo tai institucijai, tai struktūrai buvusiai KGB, tam buvo atlikti tyrimai, kaip turi atrodyti visa tai ir sufalsifikuoti trejetą eilučių yra taip paprasta tuometinei KGB struktūrai, beje, apie mano persekiojimo kelis būdus, čia vienas iš jų, aš netrukus paskelbsiu straipsnyje, o gal net įkomponuosiu į leidžiamą knygą. Nes matau, kad teismo sprendimai, mūsų neva teisinė valstybė, kažkaip ir negalioja, prieš rinkimus ir vėl ir vėl bandoma kvestionuoti teisėtus sprendimus, kurie buvo skundžiami ir apeliaciniam ir Aukščiausiajam teismui. Visi mano oponentų skundai politiškai suinteresuotų oponentų buvo atmesti. **Emocinis užtaisas.**

Žurnalistė E. Rašimaitė. „Norėčiau pradėti klausdama: Prezidentas Valdas Adamkus paskutiniame metiniame pranešime išsakė mintį, kad dabartinė ūkio, ekonominė krizė arba jos pamatas yra moralinė ir kultūrinė krizė. Patys kultūrininkai, menininkai linkę ypač pritarti šiai minčiai. Noriu teirautis ar Jūs lygiai taip pat tiesiogiai sietumėte šiuos dalykus?“

K. D. Prunskienė. „Šiuo atveju, kai mes kalbam apie ekselencijos prezidento išsakytas mintis, vienu metu kalbam apie kultūrą dviem prasmėm: apie dvasinę kultūrą, apie mūsų gyvenimo būdą, tame tarpe turbūt reikia kalbėti ir apie politikos kultūrą, ir atsakomybę tų žmonių, kurie šiandien vadovauja mūsų valstybei ir vyriausybei, kurie nepaiso ir kultūros kongreso išsakytų minčių ir apskritai visuomenės, tuo būdu parodo tikrai žemą savo moralę ir savo dvasinę kultūrą. Ir šitaip galima pasižiūrėti <...>“. **Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika**

Žurnalistė Daiva Ulbinaitė. „Gerb. Prunskiene, iš tikrųjų visuomenę telkti turėtų skatinti ne vyriausybės organizacijos. Kai dalijama finansinė parama, tai mes matome virš tūkstančio tų organizacijų, įvairiausio plauko bendruomenių, vietos veiklos grupių, bet pilietiškumo nuo to nedaugėja. Ar vadinamasis trečiasis sektorius nevyriausybės organizacijos užsiima tuo, kuo privalo?“

K. D. Prunskienė. „Nenorėčiau jau taip kritiškai vertinti. Pirmiausia prisimenant Sąjūdį, kuris sutelkė Lietuvą įgyvendinti gražią idėją, gražų tikslą.. Ir tada tikrai buvo maksimalus pilietiškumas Lietuvoje, Mitų kūrimas na o vėliau, kada poliarizavosi situacija politikoje, atsirado daugybė interesų, kūrėsi ir taip pat daugybė nevyriausybinų organizacijų. Jos kūrėsi kartais na ir savanaudiškais tikslais, kas be ko, kad būtų reikšmingos, kad išgyventų. Kartais tai buvo satelitai partijoms, bet aš vis tiktai norėčiau pabrėžti tai, kad solidarumas su tauta, su valstybės interesais ir pilietiškumas ugdomas ir gerais pavyzdžiais.“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „O kaip Jūs pati skatinate pilietiškumą?“

K. D. Prunskienė. „O tų gerų pavyzdžių kaip tik ir stinga. Net ir žiniasklaida tų gerų pavyzdžių kažkaip tai šykšti pateikti. Daugiausia mėgstami blogi pavyzdžiai, jeigu jų nėra, sukuriama.“ **Dirbtinis sureikšminimas.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Užsimota naikinti apskritis, įgyvendinant gerbiamo prezidento V. Adamkaus iškeltą viziją. Vietoj jų tarsi ketinama įkurti euro regionus ar etnocentrus, taip ir neapsispręsta. Ką Jūs manote, ar čia kažkaip sumažės to biurokratizmo panaikinus apskritis?“

K. D. Prunskienė. „Iš tikrųjų, šiuo atveju, pirmiausia reikia perkelti daugelį ūkinių funkcijų, žemėtvarkos tame tarpe, į savivaldybių lygmenį, labai seniai tai ruošiamasi daryti, savo laiku mano ir mano kolegų iniciatyva buvo perkeltos žemės ūkio funkcijos, jos labai pasiteisino. Šiandien būtų sunku įsivaizduoti, kaip galėtų ūkininkai deklaruoti pasėlius ir teikti paraiškas, o ju daugybė, Vaizdo iškraipymas jeigu nebūtų padalinių seniūnijose, kurios kontroliuoja, kurios administruoja savivaldybes, jeigu būtų perkeltos dar ir kitos ūkinės funkcijos, tai žinoma apskritis galėtų būti, na, regioninės plėtros centrai...<...>.“ **Padaryti diversiją. .**

K. D. Prunskienė. „Vyriausybė, kurios programa sužlugo ir, beje, padarė labai didelių nuostolių daugeliui socialinių žmonių grupių, taip pat verslui, ypatingai smulkiajam verslui, taip pat ir agrariniam, negali pretenduoti dar kartą gauti įgaliojimus. Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika. Tad vienareikšmiškai pareiškiu, kad Kubiliaus vyriausybė negalėtų toliau tęsti darbo po prezidento rinkimų, turėtų pasitraukti, tačiau vyriausybėj yra ir vienas kitas ministras, kuris galėtų būti pakviestas dirbti naujoje vyriausybėj. Nes svarbiausia figūra Vyriausybėj yra premjeras, tą strateginę liniją, kurią jis ne tiktai skelbia, bet kurią supranta ir moka įgyvendinti. Keista, kad iki liepos planuojama, kad kažkas gali įvykti. Nieks negali įvykti. Neišmoks dirbti tie, kurie nemoka, kurie nesupranta ir įrodė šitai.“ **Etikečių klijavimas.**

Žurnalistas. „p. Prunskiene, užsimenate apie socialiai orientuotą rinkos ekonomiką. Rinkos ekonomiką turi keisti sociali, o valdžią socialiai atsakinga. Kokia ji?“

K. D. Prunskienė. „Iš tikrųjų, tai yra dvi skirtingos koncepcijos. Lietuvoj dalis politikų, kaip matau, ir dabartinė valdžia, daugiau orientuota į laisvos rinkos modelį ir gerokai skeptiškai

vertina socialinę atsakomybę, kadangi labai lengvai keičia, atšaukia įsipareigojimus. **Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika** Socialiai orientuota rinka, tai reiškia, kad palankių sąlygų verslui kūrimą reikia derinti su socialine tiek valstybės, tiek ir verslo atsakomybe. Ir tai reiškiasi įvairiom formom. Mes tik ką kalbėjom ir apie mokesčių sistemą, apie socialinių įsipareigojimų vykdymą. Visą laiką reikia balansuoti tuos du polius. Pasaulyje vis labiau įsitvirtina socialiai orientuota rinka beje, jos pagrindu yra plėtojama Europos Sąjungos, Vakarų šalių, žinoma, teoriškai ir mes linkstame į tą pusę, bet kol kas yra daug prieštaravimų, prieštaravimų.“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Mazuroni, Jūsų kandidatūrą keliančią partiją vienas po kito lydi iš tiesų korupcijos skandalai. Sugretinimas su negatyviu reiškiniu ar asmeniu. Tačiau kai įtarimais korupcija STT užgriūna Jus, Jūs sakote, kad tai susidorojimas, kai paliečia kitus, sakote, kad tai gero STT darbo pavyzdys. Netikėtas citavimas arba oponento žodžiai kaip įrodymas. Kaip Jūs įsivaizduojate gerą STT darbą?“

V. Mazuronis. „Na pirmiausia, aš nenorėčiau komentuoti atskirų bylų, kurios nebaigtos ir nerekomenduočiau to daryti Jums. Palaukime teismo sprendimo ir tada spėsime vienaip ar kitaip. Dabar kalbant apie korupciją ir pagrindines blogybes tos korupcijos tai yra sritis, kurias turėtų kontroliuoti ta pati STT, tai yra pavojingas ryšys tarp verslo ir politikų. Šiandien Lietuvoj mes tokį akivaizdžiai ryšį turim, mes žinom apie Žemės gelmių įstatymo priėmimo aplinkybes, mes žinom apie šilumos įstatymo aplinkybes ir Rubikono veiklą ir visus kitus dalykus ir tai yra pats pavojingiausias dalykas.“ **Kompromitacijos metodas.**

Žurnalistė .. „Tą mes žinom, bet kaip įveikti?“

V. Mazuronis. „Tai paprasčiausiai reikalingas skaidrumas, reikalingas atvirumas ir reikalinga kova aukščiausiam lygmeni, su korupcija aukščiausiam lygmeni“

Žurnalistė D. Ulbinaitė „Bet tai vėl abstrakčios sąvokos.“

V. Mazuronis. „Kodėl abstrakčios sąvokos. Žemės gelmių įstatymą labai puikiai žinom, kam buvo duotas kyšis, kiek buvo duotas kyšis, tereikia paimiti ir davesti tą bylą iki pabaigos. Ir partijas ir partijų lyderius žinom, tereikia politinės valios ir spęsti tą klausimą.“ **Retorinių klausimų iškėlimas.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Esate, kaip suprantu, prisiekusiųjų teismo šalininkas, netgi užsimenate, kad šis darinys galėtų pakeiti Konstitucinį teismą. Bet visuomenės atstovus jau turime įtrauktus į teisėjų atrankos komisiją. Nelabai matome jų įtakos arba patarimojo balso. Jau dabar netyla kalbos apie perkamą teisingumą. Kodėl jsū manote, kad prisiekusiuosius bus sunkiau papirkti nei teisėjus?“

V. Mazuronis. „Iš tiesų aš pasisakau už prisiekusiųjų institucijos įvedimą baudžiamosiose bylose. Bet aš prieš toliau kalbėdamas apie tą temą, norėčiau pasakyti pagrindinę, mano manymu, problemą, kuri yra šiandien mūsų teisminėj sistemoj. Tai yra tai, kad teisėtumas ir teisingumas, - tai dvi sąvokos, kurios Lietuvoj, tarp jų skirtumas yra kaip tarp dangaus ir žemės. Mes atsiminkim, kada A. Brazauskas privatizuojant Draugystės viešbutį pasakė: viskas teisėta. Bet visa Lietuva žino, kad buvo neteisinga. Lygiai tas pats su LEO sutartim. Kada politikai šiandien sako, kad neteisingai jinai sukurta, bet kadangi teisėtai, tai nieko padaryt nebegalime, tai yra labai blogai. Ir kol mes nesuartinsim teisėtumo su teisingumu, aš manau mūsų teismuose Lietuvos piliečiai teisingumo neatras“. Daroma aliuzija į Socialdemokratų partiją. **Kompromitacijos metodas**, nes pateikiama negatyvi, nepaneigiama ir atkreipianti dėmesį informacija. Visa visuomenė tai žino, bet reikia dar kartą priminti, kad rinkėjai nepasitiktų socialdemokratų kandidatu.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „P. Mazuronį, Jūs taip pat ne kartą kaltinate VSD politikavimu, ypatingai tada, kai negavote leidimo dirbti su slapta informacija, na panašiai kaip su STT, kai Jums nepalanku, kaltinate politikavimu, kai nepalanku konkurentui, lyg ir gerai dirba ši specialioji tarnyba. Ar Jūsų manymu kada nors VSD dirbo tinkamai?“ **Netikėtas citavimas arba oponento žodžiai kaip įrodymas.**

V. Mazuronis. „Na pirmiausia aš Jums dėkoju, kad Jūs pusę minutės dėstote neva mano mintis. Tai tikrai. Antras dalykas. Aš rekomenduočiau Jums šiek tiek pasiruošti einant į laidą, todėl, kad darbui su slapta medžiaga aš visada esu gavęs leidimą ir niekada nebuvo tokio tarpo, kada man ir šiuo metu aš turiu leidimą dirbti su slapta medžiaga“.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Kai buvote paskirtas į KGB rezervo veiklą tiriančio Seimo laikinąją komisiją.“

V. Mazuronis. „Taip, tai buvo prieš du metus, todėl, kad aš tuo metu nepaprašiau, taip, kad dėl leidimų jokių problemų nebuvo ir tai buvo Jums nesunku susižinoti arba manęs paklausti. Pasiruoškite laidom kitą kart, jeigu dar vesite.“ **Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika.**

Žurnalistas V. Savukynas. „O kodėl už Jus reiktų balsuoti?“

V. Mazuronis. „Aš asmeniškai manau, kad šiandien, pagrindinis iššūkis laukiantis Lietuvos prezidento, tai yra, mūsų ta valstybė, kuri per dvidešimt metų buvo sudraskyta, užvaldyta, jeigu norit, pasakysiu, pavogta, sugražint tam, kam ji priklauso, mūsų valstybės piliečiams. Aš čia turiu galvoje ir monopolistus, kurie dalim drasko tą mūsų valstybę ir kurie šiandien ne tikrai fizinės jos dalis yra pasisavinę arba užvaldę, bet jie bando užvaldyti ir politiką mūsų valstybės aš turiu...“

Žurnalistas V. Savukynas. „Ką konkrečiai Jūs turit omeny?“

V. Mazuronis. „Neabejotinai LEO. Aš turiu omenyje spec. tarnybas, kurios šiandien užsiiminėja ne žvalgyba ir kontržvalgyba, ką turėtų daryt, o realiai bando diktuoti politiką ir kuria **valstybes valstybėi**, teismus ir t.t. **Stereotipų panaudojimas.** Prezidento pagrindinis tikslas būt **katalizatorium**, **stimuliuot** būtent šio proceso, mūsų visų **brangiausio** turto, mūsų valstybės sugražinimo mums“. **Hipnotinė kalba.**

Žurnalistas V. Savukynas. „Kuo Jūs geresnis už D. Grybauskaitę?“

Valentinas Mazuronis. „Aš tikrai noriu pasakyt, kad D. Grybauskaitė ilgą laiką užėmė vienokias ar kitokias aukštas pareigas mūsų valstybėje. Ir aš manau, kaip žinote, jina buvo LDDP narys, jina yra dalinai atsakinga už situaciją, kuri šiandien sukurta mūsų valstybėj. **Kompromitacijos metodas.** Manau, kad jai iš esmės peržiūrėt ir užsiimt kitą poziciją, nesakau, kad neįmanoma, bet bus šiek tiek sunkiau“. **Retorinių klausimų iškėlimas.**

V. Mazuronis. „Aš noriu pasakyti, mes kalbam apie skirtumus, mes ir turim diskutuoti ne apie skirtumus tarp kandidatų, o apie skirtumus tarp jų požiūrių, tarp jų veiksmų. Apskritai vertinant A. Kubiliaus vyriausybės žingsnius ir antikrizinį planą, mano asmeniškai vertinimai ir nuostatos diametraliai skiriasi nuo p. D. Grybauskaitės nuostatų. Todėl, kad ji iš esmės rėmė ir teberemia tuos žingsnius, tiesa, dabar darydama šioki toki žingsnį atgal, tarsi buvo klaidų, kurias reikėtų taisyti, manau, kad šitie vyriausybės žingsniai, tas antikrizinis planas, iš esmės sujaukė mūsų valstybės ekonomiką, iš esmės dar giliau pastūmėjo ją į tą ekonominę krizę. Tai yra skirtumas, sakykime, šiuo klausimu mano ir mūsų apie kandidatę kurią kalbame. **Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika.** Manau, kad skirtumų, jeigu pasižiūrėsime biografijas, jeigu pažiūrėsime veiksmus, jeigu pažiūrėsime gyvenimo būdą ir kitus dalykus, iš tiesų bus labai daug“.

Žurnalistas V. Savukynas. „Ką jūs turėjot omenyje gyvenimo būdą?“

V. Mazuronis. „Na daug ką, mes juk skirtingai gyvenam, turim skirtingus pomėgius, turim skirtingus potraukius. Manau, kad rinkėjai turi viską žinoti, pasverti ir pasirinkti tą kandidatą, kuris jiems bus priimtinausias.“ **Kompromitacijos metodas.** (Aš čia išvelgčiau apeliaciją į Grybauskaitės lytinę orientaciją, apie kurią kažkada rašė žiniasklaida, tiksliau „Lietuvos rytas“).

V. Mazuronis. „<...>Viena iš stipriausių politinių jėgų Lietuvoj, o tokia yra mūsų partija „Tvarka ir teisingumas <...>“. **Formuluotė.**

Žurnalistė D. Ubinitė. „p. Mazuroni, sakykite, kaip Jūs manote, ar sumažės nusikalstamumas, jeigu generalinį policijos komisarą skirs ne prezidentas?“

V. Mazuronis. „Na pirmiausia, aš manyčiau, kad šį klausimą spręsti dabar tiesiog nekorektiška.“

Žurnalistė D. Ubinitė. „Bet pataisa jau užregistruota“.

V. Mazuronis. „Tai aš apie tą ir kalbu. Todėl, kad dabartinis prezidentas jau baigia savo kadenciją, naujo prezidento dar nėra. Čia konservatoriam ar valdančiajai daugumai nedaro garbės tokie bandymai kažką tai išspręst. Bet aš manau, kad jeigu mes kalbam apie policiją, tai pagrindinė vis tik problema ne tas, kas skirs generalinį komisarą, o tragiškas sumažinimas finansavimo ir jeigu vidaus reikalų ministras kalba, kad finansavimas nemažinamas, tai, švelniai tariant, jis sako netiesą. Todėl, kad dabar, sutaupydami galbūt kažkiek tai, mes iš tiesų ilgai ir labai brangiai mokėsime už tuos žingsnius, kurie daromi dabar, kurie daromi dabar, iš tiesų tuos žmones, kurie atlieka labai sunkų darbą, paliekant be pinigų, nemokant jiems už viršvalandžius ir tai, kas jiems priklauso. Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika.

V. Mazuronis. „Šiandien visą mūsų ekonomiką, tarp kitko ir politiką yra užvaldžiusios būtent tos monopolinės struktūros. Ir jeigu valstybė šitoj vietoj neatsistos ir neims ginti piliečių. **Padaryti diversiją.** Žinote, mūsų užregistruotas viršpelnio įstatymai, antkainių įstatymai, tai tada bus pilietis paliktas susidorojimui tų monopolijų. Vaizdo iškreipimas. Tada jis netikės savo valstybe, tada valstybė darys neteisingus žingsnius“.

Žurnalistė E. Rašimaitė. „p. Mazuroni, ar Jūs sutiktumėte, kad kultūrinis nuosmukis atveda ir į visa kita, į ekonominį, ūkinį nuosmukį?“

V. Mazuronis. „Iš tiesų, aš manau, kad kultūros ir meno kūrėjų situacija Lietuvoje šiandien yra apverktina, aš dalyvavau mitinge prie seimo ir noriu pasakyti: jie yra teisūs. Ir todėl, iš man trumpai skirto laiko, aš skiriu dešimt sekundžių ir kviečiu visus: susikaupkim ir simboline tylos minute pagerbkim žlungančią ir žlugdomą Lietuvos kultūrą. Dirbtinis įvykis. Ir ta kultūra yra žlugdoma dėl to, kad šiandien valdžios vyrai neskiria, nemato skirtumo tarp tapytojo, tapančio drobėj kompoziciją ir dažytojo, dažančio prieškambario sienas. Ironija arba manipuliacija pajuokiant. Jie visiems bando taikyt vienas taisykles, su tokiu požiūriu, kultūros mes neišgelbėsime“. **Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika.**

Žurnalistė E. Rašimaitė. „p. V. Mazuroni, kokios Jūsų manymu yra pagrindinės problemos šioje situacijoje?“ (kalbama apie aukštojo mokslo reformą įtvirtinantį įstatymą.)

V. Mazuronis. „<...> Mes mokėsime biudžeto pinigus specialistų rengimui. Kokių specialistų valstybei reikės, galutiniam variante apspręs dvyliktokai, kuriems išėjus iš mokyklos gali atrodyt vienaip, gali atrodyt kitaip, nuo Jų, toks kaip Brauno dalelių judėjimo apsisprendimo, bus sprendžiama valstybės finansuojamų ir valstybės lygmeniu specialistų rengimo politika. Manau, kad tai tikrai duos labai blogą rezultatą ir ne valstybinį požiūrį, ir ne ekonomišką mūsų valstybės lėšų naudojimą“. **Gražūs pavadinimai.**

Žurnalistė E. Rašimaitė. „p. Mazuroni, ar aukštųjų mokyklų skaičiaus mažinimas yra svarbus, siekiant užtikrinti kokybiškesnį, kaip galima, aukštąjį mokslą? Nes tame, kas įtvirtinta dabar, tai yra palikta savieigai, jeigu Jų sumažės natūraliai, tarsi turėtų būti gerai, na o jeigu ne?“

V. Mazuronis. „Iš tiesų, tas aukštojo mokslo ir įstaigų, t.y. aukštųjų mokyklų, skaičiaus optimizavimas ir programų, kurios kartojasi tose pačiose mokyklose ir t.t., tai klausimai, kuriuos reikia spręsti ir tos problemos yra subrendusios aukštajame moksle. Tačiau, tas įstatymas, kuris yra parengtas, pasiskaičius tokių liberalizmo idėjų, kurios labai gražios, aš pats dūšioj esu liberalas. Formuluočiau, bet, kurias perkėlus į realų gyvenimą gaunasi, kad valstybėj mes metam pinigus ir labai didelius...po to paleidžiam viską tarsi savieigai, neaišku, kas kur eis, tame tarpe skaičius, kokius ruošim specialistus ir t.t., ir t.t. Taip neteisinga, valstybė privalo užtikrint visiem jauniem žmonėm galimybę nemokamai pasiekt aukštąj mokslą ir turi tą visą procesą šiek tiek kontroliuoti ir nukreipinėti. Tas kelias, iš esmės, kuriuo dabar paleidžiama, pasaulinė praktika parodė, tai bankų dabar visos sistemos, jis duos blogus rezultatus.“ **Apsaugos neutralizavimas.**

Žurnalistė E. Rašimaitė. „p. Mazuroni, kaip Jūs vertinate reikalavimus ar valstybė pajėgi, ar privalėtų vis tik į juos atsižvelgti?“ (kalbama apie menininkų protestą prie Seimo rūmų).

V. Mazuronis. „Manau, kad didžiausia krizė yra mūsų valdžios vyrų galvose. **Ironija arba manipuliacija pajuokiant.** Iš tiesų, pinigų yra tiek, kiek yra, bet kai iš vienos pusės tie patys kūrėjai yra spaudžiami ir čia pat kuriami projektai, tokie kaip Guenhaimo muziejus ir investuojami pinigai jų pradžiai ten šimtais milijonų. Tai sudėkime tuos pinigus į mūsų bažnytėles, duokime tai tiem kultūrininkam, bus žymiai naudingiau. Gal užtenka jau tų Valdovų rūmų, nežinom ką ten daryt, ir ką dėliot. Tai esamoje situacijoje, su esamais finansais, jeigu valdžios vyrų galvose, fizikų, finansininkų ir kitų ta kultūrinė, pavadinčiau, krizė išnyktų, išsispręstų ir kultūros klausimai mūsų valstybėje“. **Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Mazuroni, turime daugybę pilietinių judėjimų. Koks pilietinis judėjimas Jums atrodo rimčiausiai? Ir sakykit, ar Jums neatrodo, kad kai kuriems Jų, pilietiškumo ugdymas tėra priedanga, iš tikrųjų siekiama visai kitokių tikslų?“

V. Mazuronis. „Na, iš tiesų, aš gal pradėčiau nuo to, kad politikai mes labai daug kalbam apie pilietiškumo būtinybę mūsų valstybėj, tačiau realiai mūsų veiksmai ir darbai yra visiškai skirtingi. **Dirbtinis sureikšminimas.** Man labai patiko A. Butkevičiaus atsakymas šiandien, bet, aš klausiu pats savęs, kodėl socialdemokratų partija per visą tą laikotarpį tik vienintelį kartą atsiklausė piliečių valios, tai yra stojant į Europos Sąjungą? O nebuvo atsiklausta ratifikuojant Lisabonos sutartį, nebuvo atsiklausta žmonių nuomonės ar reikia, ar nereikia mums įvedinėti litą? Gal jūs žinot, kodėl jie taip elgiasi? **Retorinių klausimų iškėlimas.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Aš tikrai noriu Jūsų paklausti, kaip Jūs ką galite padaryti, kad ir į tuos referendumus žmonės ateitų pareikšti savo nuomonės, juk neateina žmonės. Ar verta tuos referendumus rengti?“

V. Mazuronis. „Pirmiausia, reikia tuos referendumus organizuoti ir žmonėm parodyti, kad Jų balsas reiškia kažką tai“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Mazuroni, reformuojamos visos ministerijos, ministerijų sekretoriai keičiami politinio pasitikėjimo viceministrais. Tai reforma Jūsų manymu, ar dar vienas bandymas sustiprinti partinę įtaką?“

V. Mazuronis. „Nemanau, kad tai yra reforma, bet manau, kad tai yra teisingas žingsnis...<...>. Aš, būdamas prezidentu, tikrai imsiuosi visų priemonių, kurios nuo manęs priklausys, kad valstybė pirmiausia apsirėžtų funkcijas, reikia mažinti nereikalingas funkcijas: tai yra perkontroliavimą, kontroliavimą ir tik pagal tai spręsti, kiek mums reikia ne valdininkų, o tarnautojų Lietuvoje.“ **Formuluotė.**

Žurnalistas. p. Mazuroni, kiekviena šalis turi savo raidos viziją. Buvome Baltijos tigrų, nesėkmingai nusileidome, kokią Jūs matytumėte, jei išlipsime iš sunkmečio, tą viziją.

V. Mazuronis. „Na. Iš sunkmečio mes neabejotinai išlipsime, tikrai pagrindinis klausimas, kada? Jeigu elgsimės taip, kaip elgiamės dabar, tai mes ilgai ir nuobodžiai lipsime iš tos duobės. Jeigu mes priimsime išmintingesnius sprendimus ir naudingesnius Lietuvai, tame tarpe ekonominius, tai manau, kad mes iš tos duobės ir iš krizės galėsime išlipti šiek tiek greičiau. Iš tiesų, aš manau, kad valstybė, mes turime sukurti tokią valstybę, kurioje piliečiai ir tik piliečiai spręstų pagrindinius tos valstybės vystymosi klausimus. Ir ne kur nors už durų, ne kur nors sodybose būtų skiriami premjerai, ne kur nors būtų priiminėjami kažkokie tai vienokie ar kitokie sprendimai, netgi prezidentai bandomi primesti Lietuvai, kad visais klausimais pagrindinius atsakymus duotų Lietuvos piliečiai. Tai yra - mes. **Retorinių klausimų iškėlimas.** Tokią valstybę, aš, kaip prezidentas, stengsiuos kurti“ **Susiejimas su ateitimi.**

Žurnalistas. „p. Mazuroni, įsivaizduokim na keturių asmenų šeima, du vaikai, mama, tėtis, uždirba po minimalią algą, po aštuonis šimtus litų. Ką jie turėtų valgyti per mėnesį?“

V. Mazuronis. „Jūs turite galvoje šiandien?“

Žurnalistas. „Šiandien“.

V. Mazuronis. „Žinote, aš pasakau, kad aš kaip prezidentas, Susiejimas su ateitimi darysiu viską, kad mūsų valstybėj tokių atvejų, kada žmonės negali išsimaitinti, valgyti tai yra vienas dalykas, jis turi mokėti plėšikiškus pinigus už šilumą, mes kalbėjome, kur turi valstybė ginti, jis turi mokėti didžiulius antpelnius ir turtus krauti prekiaujantiems maisto produktais ir visais kitais. Aš, kaip prezidentas, reikalausiu, kad visa valstybinė sistema būtų tokia: pirmas – kad žmonės nebūtų apiplėšinėjami, antras – kad jie galėtų oriai gyventi, užsidirbti pinigų, išlaikyti

savo šeimą ir vaikus. Tokios turėtų būti mano nuostatos, tokie mano bus reikalavimai būsimai vyriausybei ir ministram.“ **Dirbtinis sureikšminimas.**

V. Mazuronis. „Būdamas premjeru A. Kubiliui formuoti vyriausybės nepavesčiau, todėl, kad politikai, kurie kūrė, ir rėmė tiek tą finansinio stabilumo vadinamą planą, tiek antikrizinį planą ir įstūmė mūsų valstybę į bedarbystės didėjimą, įstūmė verslą į šešėlinę ekonomiką, Kompromitacijos metodas. tokie politikai turi atsistoti nuo kėdžių, ant kurių jie šiandien stovi, atsiprašyti Lietuvos piliečių ir pasitraukti iš politikos mažiausiai penkiems metams. Be jų mes susitvarkysime greičiau“. **Asmenybių marginalizacija.**

Žurnalistė E. Rašimaitė. „Norėčiau pradėti klausdama: Prezidentas Valdas Adamkus paskutiniame metiniame pranešime išsakė mintį, kad dabartinė ūkio, ekonominė krizė arba jos pamatas yra moralinė ir kultūrinė krizė. Patys kultūrininkai, menininkai linkę ypač pritarti šiai minčiai. Noriu teirautis ar Jūs lygiai taip pat tiesiogiai sietumėte šiuos dalykus?“

A. Butkevičius. „<...> Nereikia ilgai kalbėt, bet reikia pradėt daryt“. **Formuluotė**
Žurnalistė E. Rašimaitė. „p. Butkevičiaus, praėjusią savaitę menininkai prie seimo protestavo prieš autorinių mokesčių padidinimą, pridėtinės vertės mokesčio lengvatos panaikinimą leidybai, įšaldytą kultūros ministerijos patvirtintų programų finansavimą. Ar Jūs pritariate keliamiems reikalavimams, na ir ką galėtumėte gal pakeisti tapęs šalies vadovu?“

A. Butkevičius. „Taip, aš pritariu tiems reikalavimams ir mes, kaip mūsų partija ir frakcija seime, kada buvo gruodžio mėnesį svarstoma mokesčio reforma, teikėme įstatymo pataisas ir siūlėm, kad esant ekonominiam sunkmečiui jokia būdu negalima didint mokesčių, negalima naikint lengvatų, nes taip elgiasi praktiškai kitos šalys, Vaizdo iškraipymas. o jeigu kalbėt apie kultūros sritį, šitoj sritį finansavimas ir taip buvo sumažintas lyginant su ankstesniais metais ir manau buvo visiškai neteisingai pasielgta, kad dar buvo padidinti mokesčiai šiai sričiai <....>“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Kalbame apie valstybės valdymo aktualijas. Sakome, kokia tauta, tokia ir valdžia. Per devyniolika metų, regis, taip ir neišsirinkome nė vienos tinkamos valdžios. Pasitikėjimas Seimu - aštuoni procentai, Vyriausybe - trylika procentų. Konstatuojama pasitikėjimo valstybe krizė. Kodėl taip yra, gal reikėtų keisti rinkimų sistemą? P. Butkevičiaus, kaip vertinate rinkimų sistemą, ką reikėtų keisti, kad išsirinktume didesnio pasitikėjimo vertą valdžią?“ **Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika.**

A. Butkevičius. „Aš manau, ne rinkimų sistema čia yra kalta. **Padaryti diversiją.** Pirmiausia, pas mus yra tam tikros problemos, dėl to, kad mes kalbam ne pozityviai, mes patys nuteikiam žmones, kalbėdami iš neigiamos pusės. Pažiūrėkim pastaruoju laiku, žmonės yra

pastoviai gąsdinami, apie tą ekonominę krizę, kad bus blogai, tai kaip gali žmogus pasitikėti tokia valdžia, kuri nenubrėžia veiklos kryptių ir nepasako, kad mes priimsim tokius sprendimus, po kurio laiko gyvenimas pagerės, išspręsim tokias ir tokias problemas. Tai nėra žmogui dėl ko pasitikėt. Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika. Pirmas yra dalykas“.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Bet kai socialdemokratai nutylėjo, kad krizė, irgi nebuvo gerai“.
Kompromitacijos metodas.

A. Butkevičius. „Čia apie nutylėjimą, kas kur nutylėjo, tai dar galima grįžt ir ilgai padiskutuot. Aš, kai tik krizė prasidėjo Amerikoje, aš buvau komandiruotėj, kada grįžau po dviejų mėnesių ir buvau Ministrų taryboje, tai galiu pasakyti, iš keturių komisarijų nė vienas apie krizę nekalbėjo, o juokėsi, kada vienas amerikietis skaitė pranešimą. Priverstinio pasiteisinimo išprovokavimas. Dar labai svarbu. Politinės deklaracijos, kai kada neatitinka faktinės realybės, kurioje gyvena visi žmonės“.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Bet rinkimų sistemos keisti nereikia?“

A. Butkevičius. „Ne, rinkimų sistemą reikia irgi keisti, bet čia būtų kitas klausimas, bet jisai neišspręstų tų problemų, bet kad šita sistema nepasiteisino, tai yra akivaizdu“.

Žurnalistas. „p. Butkevičiaus, socialdemokratų vyriausybei, na, pavadinkim taip, nepavyko, laimėti euro. Ar matytumėte eurą Lietuvoje ir kada? O galbūt jo tiesiog ir nereikia, ar verta aukoti visas pensijas, socialines išmokas, tam, kad Lietuvoje turėtume eurą?“

A. Butkevičius. „Ne, aš manau, kad Lietuvai reikia euro ir reikėtų kuo greičiau įsivesti. Aš manau, kad vėliausieji metai galėtų maiti būti 2012 metai, nes pirmiausia reikia išeiti iš ekonominės krizės, ir, manau, kad šiuo metu kaip tik vyriausybė turėtų galvoti ne apie, aš kaip apie perspektyvą ilgalaikę žiūrint ir euro įvedimą, bet apie žmogų, apie jo darbo vietas išsaugojimą, ypač šiuo sunkiu ekonominiu laikotarpiu. Ir man labai keista, kada vyriausybė apskritai nesupranta racionalaus nacionalinio biudžeto išlaidų planavimo ir esant tokiam planavimui tai vargu ar galima tikėtis efektyvaus lėšų panaudojimo. Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika. Ir ypač kada kalbam apie skolinimąsi, lyg tai Lietuvoje skolinimasis tapo kažkokiu tai siaubu. Yra auksinė skolinimosi taisyklė pasakyta: jeigu skolintos lėšos bus panaudotos į infrastruktūros vystymą, tai duos didžiausią naudą tiek žmogui, užgarantuos žmonėms pajamas, o valstybei užgarantuos mokesčius“.

Žurnalistas E. Rašimaitė. „Norėčiau pradėti klausdama: Prezidentas Valdas Adamkus paskutiniame metiniame pranešime išsakė mintį, kad dabartinė ūkio, ekonominė krizė arba jos pamatas yra moralinė ir kultūrinė krizė. Patys kultūrininkai, menininkai linkę ypač pritarti šiai

minčiai. Noriu teirautis ar Jūs lygiai taip pat tiesiogiai sietumėte šiuos dalykus? p. Jezerskai, kaip Jūs manote?“

Č. Jezerskas. „<...> kada 1991 metais mes pradėjom atkūrinėt Lietuvos kariuomenę, Jūs nepatikėsit, mes pradėjom nuo bibliotekų ir nuo maldos kambarių. Nes žinojau jau tada, kad bibliotekose surinkom kuo daugiau istorinių knygų, maldos kambarius monsinjoras Tvarinskas pašventino ir būdavo. Ir taip pradėjom po truputį po truputį jaunimą grąžint į tam mūsų tikras vertybes lietuviškas, tautines, kad jie didžiutuotųsi, kad jie lietuviai, Lietuvos piliečiai, kad gyvena Lietuvoj. O dabar šitas po truputį nuėjo žemyn“. **Vaizdo iškraipymas.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Jezerskai, Jūsų programoje taip pat įrašyta, kad žadate kovoti su korupcija ir oligarchija. Ar nusirašėte nuo konkurentės, ar iš tiesų turite savo patirties ir savus kovos su korupcija receptus?“ **Ironija arba manipuliacija pajuokiant.**

Č. Jezerskas. „<...> nes korupcija prasideda nuo apatinių sluoksnių ir iki viršaus. Ir jinai sudaryta dirbtinai sudaryti slenksčiai, kad juos įveikt reikėtų būtent paperkant valdininkus.“ **Formuluotė arba „sparnuota frazė“.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Jezerskai, turbūt teko girdėti, kad pernai nuo rugsėjo yra įdiegtas vieno langelio principas toks visose valstybės institucijose principas. Atėjęs asmuo visus reikalus susitvarko bendraudamas su vienu valstybės tarnautoju. Ar Jums teko matyti taip veikiančią instituciją?“

Č. Jezerskas. „Teko girdėt, bet neteko matyt.“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Kodėl?“

Č. Jezerskas. „Vieno langelio principas jisai neveikia. Jisai, stengiamasi padaryt, kad jisai veiktų, bet neišnaudojamos visos galimybės ir kitos, kaip elektroninės valdžios, kurios yra. Pavyzdžiui, kodėl nėra išnaudojamas elektroninės valdžios principas? Tai išspręstų labai daug problemų. O su vieno langelio principu aš, man neteko susidurt ir man atrodo, jisai neveikia.“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Tai Jūs manote, kad institucijos, kurios atsakingos už vieną langelį ir elektroninį valdymą meluoja, kad veikia vieno langelio principas?“ **Perdėtas įtarumas arba priverstinio pasiteisinimo išprovokavimas.**

Č. Jezerskas. „Man atrodo, aš nesakiau kad jos neveikia, aš sakiau, kad jos neveikia taip, kaip turėtų veikt. Aš kalbu dabar tą, ką aš girdėjau važinėdamas su žmonėm ir susidurdamas, aš jums sakau problemas.“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Jezerskai, Jūs, kaip generolas, sakykit, kaip Jūs manot, ar prezidentas turi skirti policijos vadovą, ar vis tiktai reikėtų šitą galią iš jo atimti?“

Č. Jezerskas. „<...> Yra įrodyta statistikos, kad kuo didesnis nedarbas, tuo didesnis nusikalstamumas“. **Formuluotė arba „sparnuota frazė“.** Na ir jeigu mes nieko nedarysim šia

linkme, tai aš bijausi, kad mes turėsime kitą terminą dar – kriminalinė krizė.“ **Formuluotė arba „sparnuota frazė**.

Žurnalistė. „p. Ježerskai, ką pasakytumėt tarptautiniam investuotojui, na, sakykim, didžiulis koncernas, koks Nokia nori ateiti į Lietuvą. Kaip pateiktumėte Lietuvą, kuo ji yra išskirtinė?“

Č. Ježerskas. „Na, investicijas į Lietuvą reikia pritraukt ir visi tą turi stengtis daryt. Aš, turiu omeny, vyriausybė turi planą paruošt investicijom ne pirkt objektus Lietuvoj ir vadint tai investicija, kaip buvo nupirkta, sakykim ten Mažeikiai ar Telekomas, bet ta vadinama plyno lauko investicija, kur tikrai ateina pinigai į Lietuvą, ir kur tikrai statosi objektai, ir kur tikrai kuriamos darbo vietos. Tai tokia investicija, jinai yra tikslinga, ir jinai yra tikrai galinga mūsų ekonomikai ir jeigu viską reikia daryt, ir kad tokios investicijas pritraukt į Lietuvą. Bet, nepardavinėt mūsų strateginių objektų, ir vadint tai, kad mes pritraukiam kapitalą iš užsienio. **Padaryti diversiją.**

Žurnalistė Eglė Rašimaitė. „Norėčiau pradėti klausdama: Prezidentas Valdas Adamkus paskutiniame metiniame pranešime išsakė mintį, kad dabartinė ūkio, ekonominė krizė arba jos pamatas yra moralinė ir kultūrinė krizė. Patys kultūrininkai, menininkai linkę ypač pritarti šiai minčiai. Noriu teirautis ar Jūs lygiai taip pat tiesiogiai sietumėte šiuos dalykus? Kaip Jūs manote p. Tomaševski?“

Valdemar Tomaševski. „Prezidentas teisingai pastebėjo, kad mes apart ekonominės krizės, atsidūrėm ir moralinėj krizėj, bet, deja, nepasakė, nepažymėjo kur yra pagrindas mūsų dvasingumo, mūsų moralės. O mūsų dvasingumo, mūsų moralės pagrindas yra mūsų krikščionybėj, mūsų krikščioniškose vertybėse. Ir vienas iš Amerikiečių mokslininkų tyrinėtojas Džosas Magdaunas paskelbė tokią stulbinančią statistiką, jis pasakė, kad jaunimas, kuris savo tikėjimą remia Šventuoju raštu, yra dešimt kartų linkęs mažiau vartoti narkotikus, penkis kart mažiau linkęs vogti, keturis kart mažiau linkęs skriausti kitą žmogų. Štai Jums yra atsakymas, kaip mes turime stiprinti savo dvasingumą, kaip mes turim stiprinti savo moralę, ypač savo tautos moralę“. **Apsaugos neutralizavimas.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Tomaševski, Jūs teigiate, kad lenkų rinkimų akcija nebuvo įsivėlusį į joki korupcinį skandalą. Sakykite ar balsų pirkimą arba užkulisinius susitarimus formuojant koalicijas Jūs laikote korupcija? **Retorinių klausimų iškėlimas.** Ir kodėl jus kelianti partija vadinama auksinio mandato partija?“

V. Tomaševski. „Mes turime nemažą įtaką kai kuriose savivaldybėse. Aišku, per politinius sprendimus mes bandom šituos balsus gerai panaudot. Mes buvom koalicijoj Trakų rajone ir Vilniaus mieste ir buvo garsūs skandalai neseniai šitose savivaldybėse ir tik mūsų partijos nariai buvo švarūs. Ir tai nėra tik tušti žodžiai. Pirmas momentas. Antras momentas – mes

nepraktikuojam pinigų ėmimo iš juridinių asmenų. Tai beveik vienintelė partija, kuri turi šitoj grafoj nulį. Vaizdo iškraipymas Tai mes irgi ne kalbam, o realiai įgyvendinam šitą dalyką <...>“
Formuluotė arba „sparnuota frazė“.

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Taip, bet iš kur tos kalbos apie lenkų balsų pirkimą?“

Kompromitacijos metodas.

V. Tomaševski. „Tai iš mūsų frakcijos Zuoko partija pirkė balsus, norėjo papirkinėt mūsų tarybos narius.“

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Bet jeigu perkama, vadinasi parduodama?“ **Formuluotė arba „sparnuota frazė“.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „p. Tomaševski, Jus remianti lenkų bendruomenė pakankamai susitelkusi. Sakykite, kaip Jūs ketinate bendram darbui sutelkti visą tautą?“

V. Tomaševski. „Tai yra geras pavyzdys būtent vienybė lenkų bendruomenės. Lenkų bendruomenė pasitiki politikais iš lenkų rinkimų akcijos. Ir aš manau, kad šitą patirtį galima plėsti. Tai mano pasiūlymas yra labai konkretus: visų pirma reikia vykdyti sąžiningą politiką, reikia sąžiningai elgtis. Reikia nežiūrėt savo interesų, o bendrą interesą. Ir toks vienas pavyzdys: lenkų sąjunga visuomeninė organizacija iš keturių tūkstančių nevyriausybinių organizacijų gauna daugiausia paramos dviejų procentų.“ **Vaizdo iškraipymas. Padaryti diversiją.**

Žurnalistė D. Ulbinaitė. „Bet kaip Jūs telksite visą tautą?“

V. Tomaševski. „Tai būtent, yra pasitikėjimas, čia pagrindas yra vienybėj pasitikėjimas, jeigu nebus pasitikėjimo, jokios vienybės nebus, kadangi lozungų daug, daug kalbų, bet realaus darbo nėra“.

V. Tomaševski. „<...> Sutinku su Mazuroniū Valentinu, kuris pasakė, kad kai kurie projektai yra praktiškai šokiruojantys, muziejai už keletą milijonų litų, arba sakysim surūdijęs vamzdis ant Neries kranto už šimtą tūkstančių litų. Tai yra ne kultūra, tai yra pseudo kultūra“.
Formuluotė arba „sparnuota frazė“.

2.3. Tyrimo rezultatų apibendrinimas ir aprašymas

Išanalizavus penkias tiesioginių televizijos debatų laidas, skirtas 2009 metų Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams, buvo suskaičiuoti vienas šimtas keturiasdešimt aštuoni kandidatų į prezidentus atsakymai, iš jų atrinkti penkiasdešimt aštuoni, kuriuose bent vieną kartą buvo panaudotas manipuliacijos metodas ir kurie pateikti darbe kaip tyrimo bazė. Atrinktuose atsakymuose, taikant teorinėje dalyje išskirtas indikacijas, buvo identifikuoti šimtas šeši manipuliacijos metodų panaudojimo atvejai. Tai leidžia teigti, kad nors ir nėra susiformavusių televizijos debatų tradicijų, bet manipuliacijos metodai naudojami dažnai ir toks metodų

naudojimo dažnumas vis tik siejasi ne su konkrečiu laidos formatu ar tradicijomis, o su politikų siekiais. Kadangi pagrindinis politiko tikslas – valdžia, jos realizavimas ir išlaikymas, todėl tampa svarbu, naudojant įvairias, net ir manipuliacines priemones, pelnyti rinkėjų palankumą.

Toliau pateikiama bendra manipuliacijos metodų lentelė, kurioje, iššifravus visas debatų laidas, skirtas rinkimams į Lietuvos respublikos prezidentus, buvo suskaičiuota, kiek kartų, kuris metodas buvo panaudotas. Devyniolika kartų buvo atpažintas formuluotės metodo panaudojimo atvejais. Daroma išvada, kad tai populiariausias ir dažniausiai politikų naudojamas metodas, kurį taikydami jie išskiria save iš bendro politinio konteksto, taip atkreipdami į save rinkėjų dėmesį. Juk kartais vietoj ir laiku pasakyta frazė, gali tapti kandidato vizitine kortele ir taip pelnyti jam rinkėjų pasitikėjimą.

Lentelėje matyti, kad septyniolika kartų kandidatai į prezidentus naudojo tikslingo puolimo arba padidintos kritikos taktikos metodą. Atsižvelgiant į šio metodo apibrėžimą ir naudojimo dažnumą, daroma išvada, kad stengiamasi kaip galima dažniau sukritikuoti savo oponentus, parodant jų neišmanymą ir negebėjimą priimti sprendimus. Politinio rinkiminio spektaklio fone kiekvienas politikas, vaidindamas savo vaidmenį, stengiasi ieškoti bendrų bruožų su rinkėjais ir kritikuoti tuos dalykus, kurie tautai yra nepriimtini: valdančiosios daugumos priimti ir visuomenės pasipiktinimą keliantys įstatymai, mokesčių reforma, buvusio prezidento neryžtingumas. Dažnai tai daroma perdėtai ar net nepagrįstai, nepateikiant problemos sprendimo varianto.

Gana dažnai naudojamas kompromitacijos metodas. Jis atpažintas devynis kartus. Vadovaujantis šio metodo apibrėžimu ir kaip dažnai jis naudojamas, galima teigti, kad pateikiant neteisingą, nepaneigiamą ir atkreipiančią dėmesį informaciją apie savo priešininką, siekiama jį sukompromituoti.

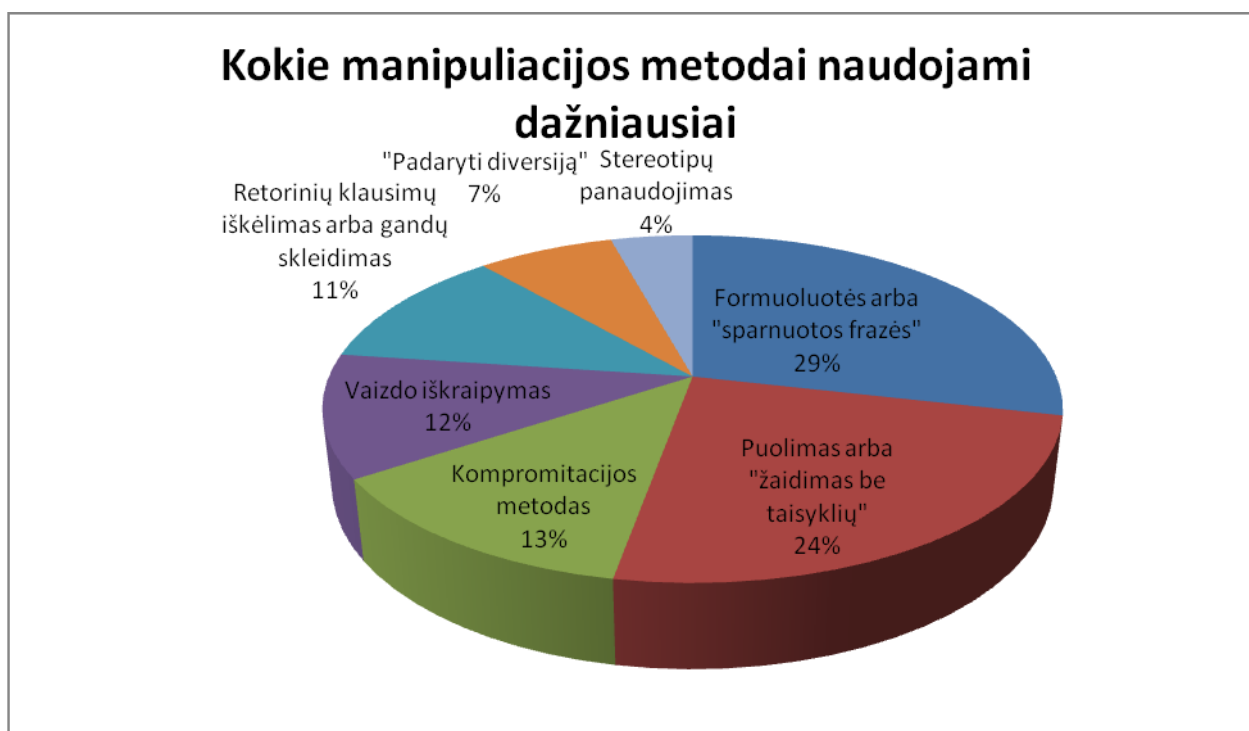
Iš žemiau pateiktos lentelės matyti, kad taip pat populiarūs yra tokie metodai: vaizdo iškraipymas ir retorinių klausimų iškėlimas, kurie panaudoti po aštuonis kartus, „padaryti diversiją“ – penkis kartus, asmenybių marginalizacija – keturis kartus, stereotipų panaudojimas, susiejimas su ateitimi, dirbtinis sureikšminimas, gražūs pavadinimai, ironija arba manipuliacija pajuokiant, sugretinimas su negatyviu reiškiniu ar asmeniu, netikėtas citavimas arba oponento žodžiai kaip įrodymas identifikuoti po tris kartus, emocinis užtaisas, priverstinio pasiteisinimo išprovokavimas arba perdėtas įtarumas, etikečių klijavimas, apsaugos neutralizavimas ir kontrpropaganda – po du kartus. Kiti manipuliacijos metodai panaudoti po vieną kartą. Šeši metodai iš viso nebuvo identifikuoti.

2 lentelė. Manipuliacijos metodai ir jų panaudojimo dažnumas televizijos debatų laidose

Manipuliacijos metodas	Kiek kartų panaudotas
Formuluotės	19
Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika	17
Kompromitacijos metodas	9
Vaizdo iškreipimas	8
Retorinių klausimų iškėlimas	8
"Padaryti diversiją"	5
Stereotipų panaudojimas	4
Asmenybių marginalizacija	4
Susiejimas su ateitimi	3
Dirbtinis sureikšminimas	3
Gražūs pavadinimai	3
Ironija arba manipuliacija pajuokiant	3
Sugretinimas su negatyviu reiškiniu ar asmeniu	3
Netikėtas citavimas	3
Emocinis užtaisas	2
Priverstinio pasiteisinimo išprovokavimas	2
Etikečių klijavimas	2
Kontrpropaganda	2
Apsaugos neutralizavimas	2
Dirbtinis įvykis	1
Hipnotinė kalba	1
Mitų kūrimas	1
"Minčių skaitymas"	1
Mėginimas parodyti savo abejingumą arba pseudo nedėmesingumą	
Blogo pagyrimo metodas	
Prievartiniai argumentai	
Melaginga išvada	
Melagingas perklausimas arba apgaulingas patikslinimas	
Stebėjimo efektas arba bendrų bruožų paieška	

Pirmame paveiksle, aukščiau pateiktos lentelės pagrindu, pateikiamas manipuliacijos metodų naudojimo dažnumas procentais.

1 paveikslas. Manipuliacijos metodų naudojimo dažnumas procentais.



Buvo įdomu identifikuoti ne tik tai bendrai televizijos debatų laidose naudojamus manipuliacijos metodus, bet ir išskirti metodą, kuris daugiausiai kartų buvo panaudotas vienos laidos metu. Laidoje, kurioje buvo kalbama apie korupciją, tikslingo puolimo arba padidintos kritikos taktikos metodas buvo panaudotas net keturis kartus. Tai tik dar kartą patvirtina iš 2 lentelėje gautų duomenų padarytą išvadą, kad stengiamasi kaip galima dažniau sukritikuoti savo oponentus, parodant jų neišmanymą ir negebėjimą priimti sprendimus. Dažnai kritikuojama vardan kritikos.

3 lentelė. Dažniausiai naudotas manipuliacijos metodas vienos debatų laidos metu

Manipuliacijos metodo pavadinimas	Kiek kartų naudotas
Puolimas arba "žaidimas be taisyklių" arba padidintos kritikos taktika	4

Debatų laidose manipuliacijos metodus naudojo ne tik kandidatai į prezidentus, bet ir žurnalistai, tiksliau, viena žurnalistė, kuri savo pašnekovams pateikdavo gana tendencingus klausimus, kuriais išprovokavo jų pasiteisinimą, susierzinimą ar net puolimą pačios žurnalistės atžvilgiu. 4-oje lentelėje matyti, kad dažniausiai buvo naudojami šie metodai: netikėtas citavimas arba oponento žodžiai kaip įrodymas – tris kartus, kompromitacijos metodas, – tris kartus, sugretinimas su neigiamu reiškiniu ar asmeniu panaudotas du kartus, tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika – du kartus. Ironijos arba manipuliacijos pajuokiant,

perdėto įtarumo arba priverstinio pasiteisinimo išprovokavimo, retorinių klausimų iškėlimo, formuluotės metodai buvo panaudoti po vieną kartą. Išanalizavus pateiktus klausimus, nustatyta, kad visiems kandidatams į prezidentus žurnalistė Daiva Ulbinaitė pateikė tendencingus klausimus., bet klausdama V. Mazuronio net tris kartus panaudojo manipuliacijos metodus. Galima teigti, kad iš dalies tai buvo daroma tendencingai, atskleidžiant savo nusistatymą šio kandidato atžvilgiu ir siekiant sukompromituoti jį prieš rinkėjus. Kad žurnalistas turi savo nuomonę ir simpatijas, nėra blogai ir netgi neišvengiama, nes žurnalistas taip pat yra žmogus ir rinkėjas. Tik galbūt nereikėtų to daryti taip tendencingai, nes debatų vedėjo psichologinis nusiteikimas yra neteisingas dalyvių atžvilgiu. Kilusios neigiamos emocijos, kurios bus skirtos debatų vedėjui, pasieks ir rinkėją, ir toks kandidatas bus įvertintas kaip mažiau draugiškas ir malonus.

4 lentelė. Žurnalistų dažniausiai panaudoti manipuliacijos metodai

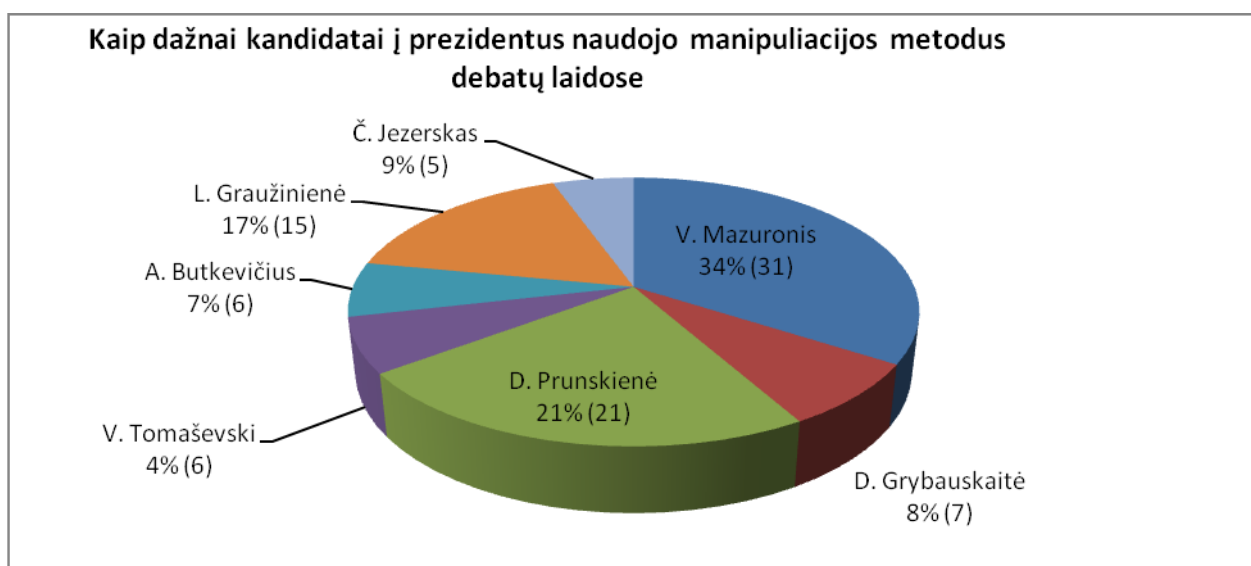
Manipuliacijos metodo pavadinimas	Kiek kartų panaudotas
Netikėtas citavimas arba oponento žodžiai kaip įrodymas	3
Kompromitacijos metodas	3
Sugretinimas su negatyviu reiškiniu ar asmeniu	2
Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika	2
Ironija arba manipuliacija pajuokiant	1
Perdėto įtarumo arba priverstinio pasiteisinimo išprovokavimas	1
Retorinių klausimų iškėlimas	1
Formuluotė	1

Žemiau pateiktame 2 paveiksle matyti, kurie kandidatai į prezidentus dažniausiai naudojo manipuliacijos metodus. Daugiausiai metodų panaudojo V. Mazuronis. Išanalizavus dvidešimt keturis jo atsakymus, tyrimui buvo atrinkta aštuoniolika ir juose identifikuotas trisdešimt vienas manipuliacijos metodas. Nustatyta, kad kiekviename atsakyme buvo panaudota po du, o kartais net po tris manipuliacijos metodus. K. D. Prunskienė dvidešimt keturis kartus atsakinėjo į klausimus, iš jų buvo atrinkta vienuolika, kuriuose atpažintas dvidešimt vienas manipuliacijos metodas. Panašus santykis stebimas ir V. Graužinienės atsakymuose. Išanalizavus aštuoniolika jos pasisakymų, atrinkti devyni ir juose atpažinta penkiolika manipuliacijos metodų. Gauti rezultatai leidžia teigti, kad dažniausiai manipuliacijos metodus naudojo kandidatai, atstovaujantys šias partijas: „Valstiečių liaudininkų“, „Tvarka ir teisingumas“, „Darbo partija“. Dvi pastarosios priskiriamos populistinėms partijoms, kurios vadovaujasi aktualių problemų iškėlimo, kritikuojant kitus, nuolatinio žadėjimo ir ryškių formuluočių pateikimo principais. Vieną kartą laimėję rinkimus, šių partijų atstovai ir toliau naudoja tuos pačius metodus, stengdamiesi kaip galima labiau išsiskirti iš kitų politinių partijų ir atskirų politikų. „Darbo

partija“ ne kartą viešai yra skelbusi, kad dirba su konsultantais, kurie rengia komunikacinių veiksmų planą ir padeda ruošti rinkimams. Partija „Tvarka ir teisingumas“ dar 2008 metais prisipažino, kad jiems ruošti 2009 metų Seimo rinkimams padės politiniai konsultantai iš Rytų ir Vakarų (Delfi, 2008 02 09). Atsižvelgiant į tai, gauta išvada, kad dalinai konsultantų įtaka bei populistiniai kalbėjimo metodai nulėmė, kad būtent V. Mazuronis ir V. Graužinienė savo atsakymuose panaudojo tiek daug manipuliacijos metodų.

K. D. Prunskienė jau dvidešimt metų dalyvauja įvairiuose politiniuose rinkimuose, yra patyrusi politikė ir sprendžiant iš to, puikiai išmano rinkimines technologijas. Tikėtina, kad būtent tai įtakojo, jog ji savo pasisakymuose panaudojo tiek daug manipuliacijos metodų. Mažiausiai manipuliacijos metodų naudojimo atvejų nustatyta A. Butkevičiaus, D. Grybauskaitės ir V. Tomaševski atsakymuose.

2 paveikslas. **Kaip dažnai kandidatai į prezidentus naudojo manipuliacijos metodus televizijos debatų laidoje**



Įdomu ir tai, kad vieni kandidatai per tam tikrą laiko vienetą, šiuo atveju per vieną minutę, panaudojo keletą metodų, kiti - vieną arba nė vieno. Čia išsiskyrė K. D. Prunskienė, kuri vieno atsakymo metu panaudojo penkis manipuliacijos metodus. Tą iš dalies sąlygojo gana tendencingas klausimas apie bendradarbiavimą su KGB. V. Graužinienė dviejuose, o V. Mazuronis viename savo atsakymuose į klausimus panaudojo po tris manipuliacijos metodus. Nors D. Grybauskaitė savo pasisakymuose naudojo itin mažai manipuliacijos metodų, bet laidoje, kurioje buvo kalbama apie korupciją, viename jos atsakyme taip pat buvo panaudoti trys manipuliacijos metodai. Žemiau pateikiama lentelė, kurioje matyti gautų rezultatų duomenys.

5 lentelė. **Kaip dažnai kandidatai naudojo manipuliacijos metodus per vieną atsakymui skirtą minutę.**

Kandidato vardas, pavardė	Kiek kartų panaudojo per 1 min.
K. D. Prunskienė	5
V. Mazuronis	3
L. Graužinienė	3
D. Grybauskaitė	3

Išanalizavus vieną šimtą kandidatų į prezidentus atsakymus, nustatyta, kad kiekvienas kandidatas turi jam labiausiai patinkančius ir dažnai naudojamus manipuliacijos metodus. Žemiau pateiktoje 6 lentelėje atsispindi kiekvieno kandidato prezidentus dažniausiai naudojami metodai. Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika - tai metodas, kurį daugiausiai kartų panaudojo V. Graužinienė, K. D. Prunskienė, V. Mazuronis, A. Butkevičius. Reikėtų priminti šio manipuliacijos metodo apibrėžimą. Tai tikslingas neigiamos informacijos pateikimas visuomenei, stengiantis sukritikuoti arba sumenkinti priešininko autoritetą. Atsižvelgiant į apibrėžimą, galima daryti išvadą, kad kandidatams į prezidentus labiausiai priimtinas kitų kritikavimas ir menkinimas. Dažniausiai ta kritika būna dėl pačios kritikos. Nepateikiami problemų sprendimo būdai, o tik stengiamasi surasti kuo daugiau dalykų, kuriuos kiti daro blogai.

D. Grybauskaitė, K. D. Prunskienė ir Č. Ježerskas dažniausiai naudojo formuluotę, o V. Tomaševski - vaizdo iškraipymo metodą. Šį metodą taip pat dažnai naudojo K. D. Prunskienė. V. Mazuronio pasisakymuose dažniausiai buvo identifikuotas kompromitacijos metodas, siekiant sumenkinti kieno nors prestižą. Kiti manipuliacijos metodai buvo panaudoti po vieną arba du kartus.

6 lentelė. **Kokius manipuliacijos metodus naudojo kandidatai į prezidentus debatų laidose ir kokie metodai kiekvieno iš jų mėgstamiausi.**

Kandidato vardas, pavardė	Manipuliacijos metodas	Kiek kartų panaudojo
V. Graužinienė	Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika	4
	Retorinių klausimų iškėlimas	2
	Formuluotė	2
	Asmenybių marginalizacija	2
	Stereotipų panaudojimas	1

	Kompromitacijos metodas	1
	Emocinis užtaisas.	1
	Susiejimas su ateitimi	1
	Vaizdo iškraipymas	1
		Viso: 15
D. Grybauskaitė	Formuluotė	3
	Gražūs pavadinimai	2
	Asmenybių marginalizacija	1
	Stereotipų panaudojimas	1
		Viso: 7
K. D. Prunskienė	Formuluotė	4
	Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika.	4
	Kontrpropaganda	2
	Etikečių klįjavimas	2
	Vaizdo iškraipymas	2
	Retorinių klausimų iškėlimas	1
	Minčių skaitymas	1
	Sugretinimas su negatyviu reiškiniu ar asmeniu	1
	Emocinis užtaisas	1
	Mito kūrimas	1
	Dirbtinis sureikšminimas	1
	Padaryti diversiją	1
		Viso: 21
	V. Mazuronis	Kompromitacijos metodas
Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika		5
Retorinių klausimų iškėlimas		4
Formuluotė		3
Ironija arba manipuliacija pajuokiant.		2
Dirbtinis sureikšminimas		2
Susiejimas su ateitimi.		2
Stereotipų panaudojimas		1
Hipnotinė kalba		1
Vaizdo iškraipymas		1
Dirbtinai sukurtas įvykis		1
Apsaugos neutralizavimas.		1
Gražūs žodžiai.		1
Padaryti diversiją		1
Asmenybių marginalizacija		1
		Viso: 31

A. Butkevičius	Tikslingas puolimas arba padidintos kritikos taktika	2
	Formuluotė	1
	Vaizdo iškreipimas	1
	Padaryti diversiją	1
	Priverstinio pasiteisinimo išprovokavimas	1
		Viso: 6
Č. Jezerskas	Formuluotė	3
	Vaizdo iškreipimas	1
	Padaryti diversiją	1
		Viso: 5
V. Tomaševski	Vaizdo iškreipimas	2
	Formuluotė	2
	Apsaugos neutralizavimas	1
	Padaryti diversiją	1
		Viso: 6

IŠVADOS

1. Išanalizavus įvairių autorių apibrėžimus apie manipuliaciją, galima teigti, kad manipuliacija naudojama kaip psichologinio poveikio priemonė, siekiant eliminuoti žmogaus galimybę savarankiškai priimti sprendimus.

2. Atrinkti, susisteminti ir aprašyti dvidešimt aštuoni įvairių autorių pateikti manipuliacijos metodai, suformuluoti jų apibrėžimai, išskirtos indikacijos ir pateikti jiems iliustruoti tinkantys pavyzdžiai.

3. Išanalizavus visas penkias televizijos debatų laidas, skirtas Lietuvos prezidento rinkimams, nustatyta, kad politikai gana dažnai naudojo manipuliacijos metodus. Taikant teorinėje dalyje išskirtas metodų indikacijas, buvo atpažinta šimtas šeši jų naudojimo atvejai.

4. Nustatyta, kad dažniausiai politikai naudojo formuluotės metodą, kuris atpažintas devyniolika kartų. Tikslingo puolimo arba padidintos kritikos taktikos metodas identifiukuotas septyniolika kartų. Atsižvelgiant į šių metodų apibrėžimus, galima teigti, kad dauguma kandidatų į prezidentus tendencingai naudojo manipuliacijos metodus, norėdami išsiskirti savo pasisakymais bei stengdamiesi kaip galima dažniau sukritikuoti savo oponentus.

5. Atrinkus tik tuos kandidatų į prezidentus atsakymus, kuriuose buvo panaudotas bent vienas manipuliacijos metodas, išanalizavus juos, nustatyta, kad daugiausiai metodų naudojo du politikai. Vienas iš jų aštuoniolikoje savo atsakymų panaudojo trisdešimt vieną manipuliacijos metodą, o kito vienuolikoje atsakymų buvo atpažintas dvidešimt vienas manipuliacijos metodo naudojimo atvejis. Dažniausiai buvo naudojami kompromitacijos ir puolimo arba padidintos kritikos taktikos metodai, kurių apibrėžimuose nurodyta, kad jie skirti sužlugdyti, sukompromituoti ar sumenkinti savo priešininką. Daroma išvada, kad šie kandidatai tendencingai ir sistemingai naudojo manipuliacijos metodus, nuolat kritikuodami kitus ir teigiamai pristatydami save.

6. Nustatyta, kad ne tik kandidatai į prezidentus, bet ir žurnalistai (tiksliau viena žurnalistė) naudojo manipuliacijos metodus. Išanalizavus žurnalistų pateiktus klausimus, pastebėta, kad viena žurnalistė visiems politikams sistemingai pateikė provokuojančius klausimus, dažniausiai panaudodama susiejimo su neigatyviu reiškiniu ir tikslingo puolimo arba padidintos kritikos metodus. Remiantis šių metodų apibrėžimais daroma išvada, kad žurnalistė tai darė tendencingai, mėgindama išprovokuoti jų teisinimąsi prieš rinkėjus, susierzinimą ar net žodinį puolimą pačių žurnalistų atžvilgiu.

7. Hipotezė nepasitvirtino, nes manipuliacijos metodai buvo naudojami dažnai, sistemingai ir tendencingai. Nors ir nėra susiformavusių gilių televizijos debatų tradicijų, labai

tikėtina, kad manipuliacijos metodų naudojimo dažnumas ir sistemiškumas labiau siejasi ne su konkrečiu laidos formatu ar tradicijomis, o su politikų siekiais. Kadangi pagrindinis politiko tikslas – valdžia, jos realizavimas ir išlaikymas, todėl tampa svarbu, naudojant įvairias, net ir manipuliacines priemones, pelnyti rinkėjų palankumą. Kitas, taip pat svarbus faktorius, nulėmęs tokį kai kurių kandidatų metodų naudojimo dažnumą, buvo tų kandidatų partijų („Tvarka ir teisingumas, „Darbo partija“) atstovų vieši pasisakymai apie samdomus politinius konsultantus bei šių partijų populistinę pakraipą.

8. Tai, kad rinkimus laimėjo D. Grybauskaitė, kuri televizijos debatų laidose itin mažai naudojo manipuliacinių metodų, leidžia teigti, kad rinkėjams tampa svarbu kandidato savybės, tokios kaip tikslus, aiškus savo minčių dėstymas, konkretūs pasisakymai įvairiomis temomis, gebėjimas pateikti savo idėjas, formuluojant aptakias frazes, kurios nei menkina kitus, nei pateikia problemų sprendimo būdą.

Bibliografinių nuorodų sąrašas.

BIELINIS, Lauras. *Lingvistiniai politinės komunikacijos supratimo aspektai* [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. gruodžio 05 d.]. Prieiga per internetą: <<http://filologija.vukhf.lt/2-7/bielinis.htm>>.

BIELINIS, Lauras. *Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė*. Eugrimas, 2005, p.9 - 98.

BIELINIS, Lauras. *Rinkiminių technologijų įvadas*. Vilnius, Margi raštai, 2000, p.104.

BERESNEVIČIUS Gintaras. *Kaukė prilipo. Kas toliau? Šiaurės atėnai*. 2003 m. Nr.635, 4p.

БРЕДЕМАЕР, Карстен. *Черная риторика. Власть и магия слова*. 2007, p. 5 - 24.

БРЕДЕМАЕР, Карстен. *Искусство словесной атаки: Практическое руководство* / Пер. с англ. - М.: Альпина. Бизнес Букс, 2005. p.190.

БРАУН Дж. *Техники воздействия: от пропанды до промывания мозгов*. Москва, 2002.

ЧЕРЕПАНОВА, Ирина Сергеевна. *Ангельский огонь: Красные PR России*. КСП+, 2003, p.928

ДОЦЕНКО, Е. Л. *Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита*. 1997, p.10-63.

DEUTSCH, K.W. *The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control*. London, Free Press of Glencoe, 1963. p. 316.

DAMULYTĖ J., PEKELIŪNAS A. Ar „Leo Lt“, ar „NDX energija“ konjaka status?[interaktyvus], In Delfi.lt. 2008 m. sausio 10 d. [žiūrėta 2010 vasario 12d.], prieiga per internetą: < www.delfi.lt >.

DELFI. *Liberalcentristams patars konsultantai iš JAV*. [interaktyvus], In Delfi.lt. 2008 m. vasario 09 d. [žiūrėta 2010 m. kovo 15 d.], prieiga per internetą: <www.delfi.lt>.

DAMULYTĖ, Jūratė, LANDSBERGIS, Vytautas. „Leo LT“ projektas gali virsti ir finansine, ir politine afera [interaktyvus]. 2008 m. sausio 08 d. In Delfi.lt. 2008 m. sausio 10 d. [žiūrėta 2010 vasario 13d.], prieiga per internetą: < www.delfi.lt >.

EDELMAN, Murray. *Politinio spektaklio konstravimas*. 2002, p.10,30,31,71,83.

GIRARDET, Raoul. *Politiniai mitai ir mitologijos*. Vilnius, 2007, p. 282.

ГОНЧАРОВ М.Ю. *Риторика политической коммуникации. Массовая коммуникация в современном мире*: Сборник научных трудов / Под ред. д.ф.н., проф. Ю.П. Буданцева и др. Москва, МГИМО, 1991, p. 55–60.

ГРАЧЕВ М.Н. *Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития*: Монография. Москва, Прометей, 2004, p. 328.

GUTAUSKIENĖ A., PAKŠIENĖ V. *Debatai*. Kaunas, Šviesa, 2001.

JOULE, Robert-Vincent *Manipuliacijos vadovas padoriems piliečiams* 2005, p.42.

JOWETT G., O'DONNELL V. *Propaganda and Persuasion*. 3rd edition. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc CA, 1999.

КАРА-МУРЗА, С. Г. *Манипуляция сознанием*. [interaktyvus]. 2000 m. [žiūrėta 2010 m. Kovo 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.kara-murza.ru/manipul.htm>>.

KAIRAITIS Raimundas. *Itaiga* [Interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. lapkričio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivaizdis.freeservers.com/itaiga1.html#Ai?ki%20?taiga>>

KRUPAVIČIUS Algis. *Demokratinė politika ir informacijos visuomenės iššūkiai* [Interaktyvus].. 1999. [žiūrėta 2009 m. spalio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-m-13/krupavicius.html>>.

KOŽENAUSKIENĖ, Regina. *Frazeologinis diskursas: manipuliacijos ir kalbos žaidimų galimybės*. [Interaktyvus].. 2, 2008. [žiūrėta 2009 m. gruodžio 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lietuviukalba.lt/index.php?id=100>.

ЛАТЫНОВ, В.В. *Политическая коммуникация. // Политическая энциклопедия*: В 2 т. / Национальный общественно-научный фонд; Рук. проекта Г.Ю. Семигин; Науч.-ред. совет: пред. совета Г.Ю. Семигин. – Т. 2. – М.: Мысль, 1999. p. 172–173.

LIUBERTAITĖ Pranciška Regina. *Manipuliacijos*. [interaktyvus] Atnaujintas 2006 gruodžio 20 d. Vilnius. [žiūrėta 2010 vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://xxiamzius.lt/numeriai/2006/12/20/nuom_01.html>.

MAŽEIKIS, Gintaras. *Politinis konsultavimas ar vien tik?*. Marketingas ir reklama, mėnesinis žurnalas. Šiaulių universiteto leidykla „Propaganda“ 2005 m. Nr.5, p.32-34.

MALOVIKAS, Aleksejus. *Karinių vienetų kasdieninės veiklos valdymo psichologiniai aspektai* [interaktyvus] . Metodologiniai nurodymai. Vilnius, 2002. [žiūrėta 2010 vasario 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lka.lt/EasyAdmin/sys/files/Aspektai.pdf>>.

МЕДВЕДЕВ П.Н. (М.М.Бахтин) *Формальный метод в литературоведении (Часть третья, глава I. - Поэтический язык как предмет поэтики)*. Москва, Лабиринт, 1993. p.116.

ORWELL, George "Politics and the English Language". In *Fifty Orwell Essays* [interaktyvus]. 1946m. [žiūrėta 2010 m. Kovo 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://gutenberg.net.au/ebooks03/0300011h.html#part42>>.

PLATONAS. *Valstybė*. vertė J. Dumčius. Vilnius, Mintis, 1981 [2-asis pataisytas leidimas: Vilnius, Pradai, 2000.

ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ. / Научн. ред., рук. авт. колл. А.А. Мигولاتьев, сост. В.А. Варывдин. – В 2 ч. – М.: Луч, 1994. – Ч. 1. 208 с.; Ч. 2. 224 с.

ПОЧЕПЦОВ Г.Г. *Психологические войны*. Москва, РЕФЛ-БУК/ВАКЛЕР, 2002. p.528.

ПОВАРНИН, С. И. *Спор: О теории и практике спора*. 1990,

ПАНАСЮК А. *Как победить в споре, или Искусство убеждать*. Москва., 1998. p.132-133

Kasdieniai televizijos manipuliacijos metodai [interaktyvus]. Požiūris. [žiūrėta 2007 m. gruodžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.poziuris.com/?str=2>>

SHABAD, George. *Juodosios ir pilkosios viešųjų ryšių technologijos*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2009 m. lapkričio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.mediabv.lt/resursai/vrstudija/Juodosios%20ir%20pilkosios%20VR%20technologijos.pdf>>.

СТАКИШАИТИЕНĖ Daiva. *Mito sugrįžimai* [interaktyvus]. 2010 03 10. [žiūrėta 2010 04 06]. Prieiga per internetą: <<http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2010-03-09-daiva-stakisaitiene-mito-sugrizimai/41666>>.

ŠIRVINSKAS, Marijus. *Neik su „Vilniaus prekyba“ obuoliauti* [Interaktyvus]. DELFI. 2007 m. birželio 27 d. [žiūrėta 2009 Gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.delfi.lt/news/ringas/lit/article.php?id=13627288>>.

ШВИДУНОВА, А. *СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий*. [Interaktyvus]. 2000m. [žiūrėta 2010 m. vasario 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.pressclub.host.ru/techn_13.htm>.

ШВАРЦЕНБЕРГ Р. Ж. *Политическая социология*: В 3 ч. – Ч. 1. – Москва, Российская академия управления, 1992. p.180.

ВЕРЕЩАГИН С. Б. *Дискурсивные аспекты политических дебатов (на материале русских и английских текстов)* [interaktyvus] автореф. дис. канд. филолог. наук. - Тюмень, 2007 [žiūrėta 2010 vasario 7d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.tnmlib.ru/resources/abstract/pdf/Verezhagin.pdf>>

VUIMA, Anton. *Juodieji viešieji ryšiai*. 2009, 24 p.

ЗЕЛИНСКИЙ, С. А.. *Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание*. Скифия, SankPeterburgas, 2008, 416 p.

ŽALNERAUSKAS, Vladas *Rinkimų programos propagandos vyksmo konstravimas*. Mažoji poligrafija. 2006, p.48

Tendencies of Manipulation Methods Use in Political Communication in Lithuania (**summary**)

The *object* of the MA paper is manipulation methods.

The *aim* is to identify and describe the use of manipulation methods in the TV debates on the Lithuanian presidential election held in 2009.

The *goals* are:

- To analyze, systemize and describe manipulation methods distinguished by various authors, give the definitions, distinguish indications and give examples;
- To identify and summarize the use of the manipulation methods in the TV debates on the Lithuanian presidential election in 2009 and adduce the tendencies of the methods used.

Having analyzed the definitions of manipulation given by various authors, it can be claimed that manipulation is used as a measure of psychological impact in order to preclude a person from an independent decision making.

Having studied the descriptions of manipulation methods by various authors using the comparative method, the descriptions of the same methods by various authors have been selected and grouped under similar features. Using the deductive method the key features of every manipulation method group have been pointed out, their descriptions have been formulated and indications have been distinguished.

Having reviewed various authors' ideas about political communication, the conclusions that election plays an important role in the political communication have been made. Every election becomes a feud between politicians and electors and manipulation is the main measure used in the election fight. Our opinions, attitudes and beliefs are mostly influenced by television; therefore, TV debates are the most acceptable and democratically proved method used in the pre-election fight. This is the only way for a candidate to demonstrate his speaking skills while convincingly expressing his opinion and attitude to his opponent.

Having carried out the analysis of the TV debates on the Lithuanian presidential election in 2009 using the deductive method, with the help of the distinguished indications the manipulation methods were identified. Having summarized the information, it was determined that politicians often, systematically and tendentiously used various manipulation methods.

The study can be useful to the representatives of the political communication, public relations, journalism as well as the students of the mentioned fields and everybody who is interested in the political peripeteia.

Keywords: *manipulation, manipulation methods, political communication, persuasion, political spectacle, TV debates, election.*

1 priedas. Laidų, skirtų 2009 metų Lietuvos Respublikos prezidento rinkimams, DVD video formate