

Vilniaus universitetas
TARPTAUTINIŲ SANTYKIŲ IR POLITIKOS MOKSLŲ INSTITUTAS

POLITIKOS IR MEDIJŲ MAGISTRO PROGRAMA

KRISTINA KYBARTAITĖ

II kurso studentė

**KOMUNIKACIJOS MODELIŲ PRITAIKYMAS DEZINFORMACIJOS TYRIMUI: AIDS
IR COVID-19 ATVEJŲ PALYGINIMAS**

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovas: dr. N. Maliukevičius

Vilnius, 2021

BIBLIOGRAFINIO APRAŠO LAPAS

Kybartaitė K. Komunikacijos modelių pritaikymas dezinformacijos tyrimui: AIDS ir COVID-19 atvejų palyginimas: Politikos mokslų specialybės, magistro darbas / VU Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institutas; darbo vadovas dr. N. Maliukevičius. 2021. – 59 p.

Reikšminiai žodžiai: dezinformacija, netikros naujienos, Šaltasis karas, AIDS, COVID-19, koronavirusas, naratyvai, aktyvios priemonės, strateginė komunikacija, NATO

Šiame darbe nagrinėjami AIDS ir COVID-19 pirmosios pandemijos bangos metu skleistos dezinformacijos atvejai. Remiantis strateginės komunikacijos teorija, sudaromas dezinformacijai analizuoti skirtas modelis ir jis pritaikomas lyginant šias dvi kampanijas. Išsiaiškinama, kokie įrankiai, taikyti dezinformacijai skleisti Šaltojo karo metu, tebėra aktualūs šiais laikais. Taip pat analizuojama, kokie atsirado nauji įrankiai, o kas šiuolaikinėje kampanijoje nebėra aktualu.

Dezinformacijos analizei taikoma strateginės komunikacijos teorijos prieiga. Modelis, skirtas analizuoti žinutėms, kuriamas remiantis komunikacijos teorija. Darbe taip pat atkreipiamas dėmesys į tai, kokią įtaką dezinformacijai ir aktyvioms priemonėms turi vizualios medijos.

PATVIRTINIMAS APIE ATLIKTO DARBO SAVARANKIŠKUMĄ

Patvirtinu, kad įteikiamas darbas (dalyko rašto darbo, semestrinio, bakalauro, magistro darbo pavadinimas) yra:

1. Atliktas mano paties ir nėra pateiktas kitam kursui šiame ar ankstesniuose semestruose;
2. Nebuvo naudotas kitame Institute/Universitete Lietuvoje ir užsienyje;
3. Nenaudoja šaltinių, kurie nėra nurodyti darbe, ir pateikia visą panaudotos literatūros sąrašą.

Kristina Kybartaitė

Vardas, pavardė



(parašas)

LENTELIŲ IR SCHEMŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. D. Berlo komunikacijos modelis.....	7
1 schema. Autorės siūlomas dezinformacijos tyrimo modelis.....	18

TERMINŲ IR SUTRUMPINIMŲ SĄRAŠAS

AIDS	Akvizitinis imunodeficito sindromas
Aktyvios priemonės	informaciniai politiniai veiksmai, vykdyti rusų/sovietų saugumo tarnybų
COVID-19	Infekcinė liga, kurią sukelia naujai atrastas virusas, dar vadinama koronavirusu
Dezinformacija	Informacija, neatitinkanti arba menkai atitinkanti tikrovę, neretai siekiant politinės naudos
Dezinformacijos kampanija	Suplanuotų veiksmų visuma, siekiant tikslingai skleisti realybės neatitinkančią informaciją
Naujiena	pranešimas žiniasklaidoje ar socialiniuose tinkluose apie įvykį, žinia, straipsnis
Netikros naujienos	Naujienos, kurių skleidžiama žinia neatitinka tikrovės
Pandemija	Globalaus masto epidemija
Strateginė komunikacija	Strateginis pranešimo konstravimas, pasirenkant tikslinę auditoriją, siekiant numatytų tikslų

PRIEDŲ SĄRAŠAS

1 priedas. „FireEye“ analizuotų prieš NATO nukreiptų dezinformacinių žinučių laiko juosta	49
2 priedas. Ekranu nuotrauka, kai apsimetant 15min.lt portalu patalpintas melagingas vaizdo įrašas	50
3 priedas. Straipsnis „Moscow-Pullman Daily News“ laikraštyje.....	51
4 priedas. Straipsnis laikraštyje „Kentucky New Era“	52
5 priedas. Imituojamas Delfi.lt straipsnis	52
6 priedas. „Sputniknews“ straipsnis.....	53
7 priedas. Straipsnis apie eksperimentą Latvijos restorane	53
8 priedas. Segalų brošiūra	54
9 priedas. Portale „Kas vyksta Kaune“ patalpinta naujiena apie sergantį karį	54
10 priedas. Straipsnis „Moscow News“ laikraštyje	55
11 priedas. Straipsnis laikraštyje „Literaturnaya Gazeta“	55
12 priedas. Karikatūra, vaizduojanti AIDS sukūrimą laboratorijoje	56
13 priedas. Stop kadras iš vaizdo įrašo apie tuščias ligonines	57

Turinys

Įvadas	3
1. Komunikacijos teorija ir medijų vaidmuo	7
1.1 Strateginės komunikacija ir jos modelių pritaikymas dezinformacijos kampanijose	9
1.2 Strateginė komunikacija ir dezinformacinės kampanijos: skirtingi tikslai – panašūs iššūkiai	11
2. Dezinformacija: samprata ir aktualumas	12
2.1 Aktyvios priemonės	13
2.2 Vizualumo įtaka kuriant netikras naujienas	15
3. AIDS ir COVID-19 dezinformacijos kampanijų palyginimas.....	16
3.1 Žinučių perdavimo dezinformacijos kampanijose modelis	17
3.2 AIDS dezinformacijos kampanija.....	19
3.3 COVID-19 dezinformacijos kampanija	20
3.4 Dezinformacinių žinučių skleidimo modelių palyginimas ir analizė	23
Išvados	40
Literatūros ir šaltinių sąrašas	43
Priedai	49
Summary	58

IVADAS

Komunikacijos sampratą, kaip žinutės cirkuliavimą pirmyn ir atgal tarp žinutės skleidėjo ir jos gavėjo, dar 1948-aisiais pateikė Claude'as Elwoodas Shannonas ir Warrenas Weaveris savo bendroje knygoje *The Mathematical Theory of Communication*.¹ Komunikacija galima vadinti bet kokio turinio ar formos žinutės perdavimą individui ar grupei žmonių, kitaip sakant, be vieno iš šių faktorių, komunikacija vykti negalėtų.

Siekiant, kad siuntėjo skleidžiama žinutė pasiektų savo tikslą, kuriami efektyvios strateginės komunikacijos modeliai. Tiesa, jie gali būti yra skirtingi ir siekti skirtingų tikslų. Kaip rašo ACLY komunikacijos vadovė Emily Tynes, strateginė komunikacija yra sustyguotas komunikacijos kanalų naudojimas a) ne pelno siekiančių organizacijų arba b) korporacijų. Pirmieji siekia paveikti publiką, formuoti nuomonę, o antrieji – pareklamuoti savo produktą.² Vis dėlto, yra ir dar vienas tikslas, kurio gali būti siekiama pasitelkiant strateginės komunikacijos įrankius – ne suteikti informacijos, žinių, bet priešingai – suklaidinti, apgauti ar supriešinti, arba, kitaip tariant, dezinformuoti. Todėl šiame darbe bus aptariama, kokie įrankiai pasitelkiami strateginės komunikacijos modeliuose, o susipažinus ir detalizavus priemones, bus aiškinamasi, kurie įrankiai yra taikomi ir vykdomi dezinformacijos kampanijas.

Pagrindinis šio darbo **objektas** – strateginės komunikacijos principų pritaikymas dezinformacijos kampanijose. Jei, kaip jau minėta, komunikacija yra skirta perduoti žinutę, informuoti, dezinformacijos tikslas yra suklaidinti, apgauti, priversti tikslinę auditoriją galvoti ar net elgtis taip, kaip nori dezinformacijos skleidėjas (refleksyvi kontrolė).³ Dezinformacijai skleisti naudojamos priemonės, panašios į tas, kurios naudojamos vykdomi strateginę komunikaciją. Tam, kad būtų pasiekta ir paveikta tikslinė auditorija, naudojamos žinutės, pranešimai, straipsniai, tačiau, siekiant suklaidinio tikslų, pateikiama informacija neatitinka arba menkai atitinka tikrovę. Kartais iš straipsnių kokybės ir turinio lengva suprasti, jog tai – melaginga žinia, tačiau neretai platinama informacija būna „sumaišoma“ su tikrove, faktų kontekste įpinant netikrų detalių. Tokiu atveju atskirti tiesą nuo melo būna sunkiau ir mažiau kritiškas informacijos vartotojas būna lengviau paveikiamas, jo nuomonė ar veiksmai gali būti paveikiami.

¹ C. Shannon; W. Weaver. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1949, 9.

² Kathy Bonk; Henry Griggs; Emily Tynes. *Strategic Communications for Nonprofits: A Step-by-Step Guide to Working with the Media*. 2 leid. San Francisco: Jossey-Bass, 2008, 6–7.

³ Thomas Timothy. „Russia's Reflexive Control Theory and the Military“. *The Journal of Slavic Military Studies*, 17(2), 2004, 237–256.

Vis dėlto dezinformacijos kampanijos nėra naujas reiškinys. Jos buvo vykdomos jau Šaltojo karo laikotarpiu; įvairios technikos, siekiant neigiamai atvaizduoti priešus, ypač JAV, dažnai būdavo pasitelkiamos Sovietų Sąjungoje. Tam, kad kampanijos būtų kuo efektyvesnės, buvo pasitelkiamos įvairios aktyvios priemonės (активные мероприятия) – kariniai politiniai veiksmai, vykdyti rusų/sovietų saugumo tarnybų. Jais buvo siekiama daryti įtaką pasauliniams politiniams reiškiniams, sukurti neigiamą JAV įvaizdį kitose užsienio šalyse, taip pat įtvirtinti savo gerą įvaizdį. JAV Valstijos departamento pranešime *Soviet „Active Measures“*. *Forgery, Disinformation, Political Operations* išskiriama, kas sudaro aktyvias priemones. Tai: kalbėtinė ar rašytinė dezinformacija; pastangos kontroliuoti užsienio šalių medijas; komunistų ir kitų partijų panaudojimas; slaptos radijo transliacijos; šantažas; politinės įtakos operacijos.⁴ Viena didžiausių dezinformacijos kampanijų buvo būtent AIDS kampanija, kuomet pasaulyje sparčiai plintantis naujas virusas, visuotinė baimė ir nežinia buvo išnaudojama savais politiniais tikslais.

Šiais laikais, kai gyvename medijų užtvindytame pasaulyje, kasdien susiduriame su dezinformacija ir netikromis naujienomis. Tai ypač aktualu pastaraisiais metais, kai situacija pasaulyje primena AIDS scenarijų: pasaulyje plinta naujas virusas, tvyro nežinomybė, kada visuomenė išsilaisvins iš karantinų ir viskas grįš į savas vėžes. Tokia padėtis masina dezinformacijos kūrėjus ir tai galime aiškiai matyti kibernetinę apsaugą siūlančios įmonės FireEye ataskaitoje pateiktoje laiko juostoje, kurioje matomos netikros naujienos, skleistos Baltijos šalyse nuo 2017-ųjų metų, nukreiptos prieš NATO partnerius (žr. 1 priedą). Jei prieš tai per metus pasitaikydavo 1–2 netikros naujienos per metus, galime aiškiai matyti, kaip smarkiai šis skaičius išaugo prasidėjus pandemijai. Per pusę metų užfiksuotos 8 melagingi naratyvai, ir, reikia nepamiršti, kad šioje konkrečioje laiko juostoje pavaizduotos tik tie, kurie nukreipti prieš NATO partnerius. 2020 metų balandžio mėnesį Lietuvoje per vieną savaitę buvo užfiksuoti 96 informaciniai incidentai apskritai, nukreipti būtent į COVID-19 ir NATO partnerius Lietuvoje.⁵ Dėl to galima kelti klausimą, ar ir šiais laikais skleisti dezinformacijai taikomos tam tikros aktyvios priemonės. Taigi dezinformacijos analizė iš skirtingų kampų šiais laikais yra labai **aktuali**.

Šiame darbe bus lyginamos AIDS ir COVID-19 dezinformacijos kampanijos iš komunikacijos teorijų perspektyvos. Kadangi abu atvejai iš pirmo žvilgsnio turi panašumų (naujas, sparčiai plintantis virusas; klaidinančių, prieš NATO arba JAV nukreiptų žinučių gausa), iš čia kyla **probleminis klausimas** – kaip pasikeitė/ ar pasikeitė dezinformacijos kampanijose vartojamos

⁴United States Department of State. „Forgery, Disinformation, Political Operations“ (88). Washington DC: Department of State Publication, 1981.

⁵ Delfi.lt, „Informacinėje erdvėje – hibridinio karo elementai: per savaitę fiksuoti 96 informaciniai incidentai“, 2020. <<https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/informacineje-erdveje-hibridinio-karo-elementai-per-savaite-fiksuoti-96-informaciniai-incidentai.d?id=84140041>> [žiūrėta 2020 08 07]

priemonės nuo Šaltojo karo laikų. Atsakymo bus ieškoma pasitelkiant empirinio tyrimo metodus. Remiantis surinkta medžiaga, efektyvios strateginės komunikacijos modeliais ir įrankiais, lyginant istorinę patirtį ir analizuojant jau vykdytas kampanijas, bus sudaromas originalus modelis, padedantis analizuoti tai, kaip skleidžiama dezinformacija bei kokios aktyvios priemonės pasitelkiamos.

Darbo tikslas: remiantis susidarytu modeliu palyginti, ar pasikeitė ir kaip pasikeitė, evoliucionavo įrankiai, skleidžiant dezinformaciją apie pasaulį siaubusias ar siaubiančias ligas.

Įvardintam tikslui pasiekti iškelti penki **uždaviniai:**

1. Per komunikacijos teorijos prizmę nustatyti dezinformacijos apibrėžimą ir teorinį pagrindą, jos veikimo mechanizmą įdarbinant vizualines praktikas;
2. Remiantis efektyvios strateginės komunikacijos įrankiais, sudaryti dezinformacijai analizuoti skirtą modelį;
3. Pagal turimus tyrimus išskirti 5 dažniausiai skleistus naratyvus AIDS dezinformacijos kampanijoje Šaltojo karo laikais ir juos išanalizuoti pagal pateiktą modelį;
4. Išskirti 5 dažniausiai skleidžiamus naratyvus šiuolaikinėje COVID-19 kampanijoje (Baltijos šalyse) ir išanalizuoti juos pagal sukurtą modelį;
5. Palyginti Šaltojo karo ir šių laikų dezinformacijos kampanijose taikytas priemones norimoms žinutėms perduoti, išsiaiškinti, kaip sistema veikė, kaip keitėsi.

Ginamieji teiginiai:

1. Šiuolaikinė COVID-19 dezinformacijos kampanija atkartoja Šaltojo karo laikų AIDS dezinformacijos kampanijos principus;
2. Strateginės komunikacijos modeliai ir įrankiai, skirti informuoti visuomenę, gali būti pritaikomi ir priešingiems tikslams – klaidinti, kiršinti, – vykdant dezinformacijos kampanijas;
3. Atsiradusios moderniosios technologijos suteikė naujų galimybių šiuolaikinėje dezinformacijoje pritaikant Šaltojo karo metu naudotas strategijas.

Tiriamas laikotarpis:

Tiriamas AIDS kampanijos laikotarpis – nuo 1980, kuomet buvo pradėta rengti ši kampanija, iki 1991 m., t. y. Šaltojo karo pabaigos. COVID-19 kampanijos laikotarpis – nuo 2020 metų sausio 1 dienos iki 2020 m. birželio 30 d. Būtent toks antrosios kampanijos laikotarpis pasirinktas dėl to, kad kampanija vis dar vykdoma darbo rašymo metu, tad pasirinkta laiko žyma, kai slūgo pirmoji koronaviruso banga, o kartu su ja – ir dezinformacijos kiekiai, kurie vėliau vėl padidėjo rudenį,

prasidėjus antrajai pandemijos bangai.⁶ Nors tiriamas AIDS dezinformacijos kampanijos laikotarpis apima 11 metų, o COVID-19 – tik 6 mėnesius, modelių palyginimas bus prasmingas. Šaltojo karo metu nebuvo šiuolaikinių medijų, tad nebuvo tokios žinučių gausos, kaip šiomis dienomis. Būtent dėl didelio dezinformacijos, susijusios su COVID-19, srauto, net per trumpesnę nei metų laiką susikaupia pakankamai medžiagos, kad būtų galima palyginti anų ir šių laikų strategijas.

Tyrimo metodologija:

Siekiant išsiaiškinti, ar pasikeitė ir kaip pasikeitė įrankiai, naudojami dezinformacijos kampanijose, bus naudojamas kokybinis lyginamosios analizės metodas.

Darbo aktualumas ir naujumas:

COVID-19 – visiškai naujas šių dienų reiškinys. Pirmą kartą apie plintantį naują virusą paskelbta 2019-ųjų metų lapkritį, o pandemijai sparčiai ėmus plisti pasaulyje, netrukus pradėtos vykdyti ir su pandemija susijusios dezinformacijos kampanijos. Nors apie naująjį koronavirusą sklindančios netikros naujienos analizuojamos tiek Lietuvos ar Baltijos šalių, tiek viso pasaulio mastu, iki šiol nebuvo sudarytas modelis, padedantis palyginti COVID-19 kampaniją su vykdytomis praeityje. Todėl šiame darbe siūlomą modelį bus galima pritaikyti tiriant ir kitus dezinformacijos atvejus, skirtus kitoms pasaulinio lygio pandemijoms, tiek vykusioms praeityje, tiek ir, tikėtina, vyksiančioms ateityje.

Šis darbas bus suskirstytas į keturias pagrindines dalis, o pabaigoje bus pristatomos išvados. Pirmojoje dalyje bus pristatoma komunikacijos samprata, jos apibrėžimai ir siūlomi modeliai. Taip pat bus aptariama, kas yra efektyvi strateginė komunikacija, kur ji vartojama ir kokie įrankiai pasitelkiami jai vykdyti.

Antroje dalyje bus aptariama dezinformacija. Pristačius jos sampratą, bus aptariama šio termino istorija, atvejai. Taip pat bus pristatoma dar viena svarbi šio darbo sąvoka – aktyvios priemonės. Ši dalis turės dar vieną potemę, kurioje, remiantis esama literatūra, bus aptariama, kokią įtaką dezinformacijos sėkmei turi vizualinės priemonės.

Trečioje dalyje bus pristatomas tyrimas, jo metodologija, taip pat bus pateikiamas sudarytas modelis dezinformacijos kampanijoms lyginti bet pati lyginamoji analizė. Čia bus atsakoma į klausimą ar/ kaip pasikeitė įrankiai, naudojami dezinformacijos kampanijose.

⁶ 15min.lt. „Debunk EU“: Baltijos šalys ir Lenkija Kremlui palankioje žiniasklaidoje – nesėkminga kova su COVID-19 ir fašizmo požymiai“, 2020. <<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/debunk-eu-baltijos-salys-ir-lenkija-kremlui-palankioje-ziniasklaidoje-nesekminga-kova-su-covid-19-ir-fasizmo-pozymiai-56-1429040>> [žiūrėta 2020 12 17].

1. KOMUNIKACIJOS TEORIJA IR MEDIJŲ VAIDMUO

Komunikacijos apibrėžimą dar 1948-aisiais pateikė Claude'as Elwoodas Shannonas ir Warrenas Weaveris savo bendroje knygoje *The Mathematical Theory of Communication*. Jų komunikacijos modelyje nurodoma, kad žinutę koduoja „perdavėjas“ (*transmitter*), žinutę paversdamas signalu, perduodamu per kažkokį kanalą, taip pat veikiamą išorinio triukšmo. Gavėjas tokį turinį pats išsikoduoja ir paverčia signalą atgal į žinutę, ir taip iškyla grėsmė, kad žinutė nebūtinai bus perskaityta taip, kaip tikisi siuntėjas.⁷ Šie autoriai komunikaciją suprato kaip procesą, kai siuntėjas naudojami žinute, kad paveiktų gavėją. Shannonas ir Warrenas iš esmės žinutės perdavimą įsivaizdavo kaip veikiamą kažkokios medijos ir jos lemiamo triukšmo. Jau tuomet buvo atkreipiamas dėmesys į sėkmingam informacijos perdavimui kylančius iššūkius, kai siuntėjo intencija nebūtinai būna tinkamai suvokiama gavėjo.

Teoretikas Davidas Berlas pastarųjų mokslininkų komunikacijos modelį adaptavo, pritaikydamas jį gyvai žmonių komunikacijai. Jis pasiūlė modelį: šaltinis → žinutė → kanalas → gavėjas. Kiekvieno iš šių faktorių nagrinėjimui autorius išskyrė papildomas grafas:⁸

Šaltinis	Žinutė	Kanalas	Gavėjas
Komunikacijos įgūdžiai	Turinys	Klausa	Komunikacijos įgūdžiai
Laikysena	Elementas (pvz., kūno kalba)	Skonis	Laikysena
Išmanymas	Elgesys (su žinute)	Regėjimas	Išmanymas
Socialinė sistema	Struktūra	Uoslė	Socialinė sistema
Kultūra	Kodas	Lietimas	Kultūra

1 lentelė. D. Berlo komunikacijos modelis⁹

⁷ Shannon; Weaver, 11–12.

⁸ D. K. Berlo. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960, 30–38.

⁹ Ten pat.

Kaip matoma iš šių išskirtų grafų, D. Berlas nagrinėja gyvai perduodamą žinutę, nes, pavyzdžiui, nei skonio, nei kvapo medijos nesugeba perduoti. Vis dėlto ir šis autorius savo darbe minėjo „triukšmą“, atsirandantį perduodant žinutę (pvz., trūkinėjantis ryšys kalbant telefonu), tačiau jis teigė, jog įprastai toks triukšmas yra toleruotinas ir iš esmės nelemia žinutės sėkmės.

Autoriai Steven R. Corman su kolegomis savo straipsnyje D. Berlo komunikacijos modelį įvardijo kaip „žinutės įtakos modelį“ (*message influence model*). Jie rašė, kad toks pavadinimas kilo dėl to, jog žinutės tikslas yra priversti gavėją suprasti žinutę taip pat, kaip siuntėjas, taip pat jį įtikinti, priversti pakeisti požiūrį ir pan.¹⁰ Iš to, ką rašo autoriai, matome, jog žinutė nėra tik informacijos perdavimas – jos siuntėjas turi vienokių ar kitokių tikslų paveikti gavėją.

Gilinantis į komunikacijos teorijas nesunku pastebėti, kad čia svarbų vaidmenį atlieka medijos. Jų įtaka informacijos perdavimui buvo svarbi tema jau prieš daugiau nei pusę amžiaus, vos pradėjus kurti jau aptartus komunikacijos modelius. Vystantis technologijoms, atsirandant vis didesniam jų pasiekiamumui, medijų įtaka darėsi vis svarbesnė. Kanadiečių filosofas Marshallas McLuhanas, plačiai aprašęs medijų teoriją, pačias medijas vadino žinute.¹¹ Anot autoriaus, būtent medija, kokia ji bebūtų, nulemia tai, kaip žinutė bus priimta gavėjo. Medijomis filosofas vadino iš esmės visus mus supančius objektus – tiek tradicinius televizorių ar telefoną, tiek elektros lemputę ar kinų hieroglifus. Medijas M. McLuhanas skirstė į „karštas“ ir „vėsius“, priklausomai nuo to, kokio žinutės vartotojo įsitraukimo jos reikalauja. „Karštomis“ vadinamos tos, kurios skatina vartotoją būti pasyvu, nepalieka daug spragų pranešimo suvokimui.¹² Būtent pastarosios medijos nemažai kritikuotos įvairių filosofų technopesimistų.

Vienas tokių autorių – amerikiečių teoretikas Neilas Postmanas, savo knygoje *Amusing ourselves to death* teigęs, kad televizija ir kitos medijos paveikia žmogaus sugebėjimą mąstyti. Visuomenę autorius lygina su Las Vegasu, kuriame vienintelis egzistuojantis ir svarbus dalykas yra linksmybės („entertainment“). Jis pabrėžia, kad visiškai atsiduodant medijoms nyksta kritinis mąstymas ir jų vartotojai noriai priima tai, ką medijos nori įteigti.¹³

Apie medijos įtaką taip pat rašė ir McCombs bei Shaw, teigdami, jog medijos ne tik nurodo žmonėms, ką galvoti apskritai, bet ir tai, kaip ir ką galvoti apie konkrečius dalykus.¹⁴ Anot autorių, medijos iš esmės turi galią formuoti visuomenės nuomonę norima linkme. Tiesa, šiuo atveju medijos

¹⁰ Corman, Steven R.; Angela Trethewey; Bud Goodall. „A 21st Century Model for Communication in the Global War of Ideas“ (0701). Arizona: Consortium for Strategic Communication Arizona State University, 2007.

¹¹ McLuhan, Marshall. *Kaip suprast medijas: žmogaus tęsiniai*. Vilnius: Baltos lankos, 2003, 44–45.

¹² Ten pat, 40.

¹³ Neil Postman. *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin Books, 1986, 3–4.

¹⁴ M.E. McCombs; D.L. Shaw. The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication*, 43(2), 1993, 58–67.

sąvoka suprantama kaip žiniasklaida.

Taigi, kaip matome iš skirtingų laikotarpių autorių darbų, visais laikais medijai suteikiamas didžiulis vaidmuo, lemiant, kaip žinutė bus priimta gavėjo. Nors pačios sąvokos suvokimas yra ne vienodas (vieni medija vadina technologija, padedančia perduoti žinutę, o kiti medijos vardą suteikia žiniasklaidai arba platformai, kur žinutė būna patalpinta), visi aptarti autoriai sutinka, kad medijos turi didelę įtaką žinutės perdavimui, jos suvokimui. Medijų įtaka dar aktualesnė šiais laikais, kai galimybę paskleisti savo žinutę plačiai prieinamuose tinkluose turi kiekvienas, turintis internetą.

1.1.Strateginės komunikacija ir jos modelių pritaikymas dezinformacijos kampanijose

Strateginė komunikacija, kaip implikuoja pats pavadinimas, turi iškeltus tikslus ir ji naudojama kaip taktika jiems pasiekti. Vieno šios sąvokos apibrėžimo nėra, tačiau šiame darbe bus apsišvojama ties W. L. Bennett ir J. B. Manheim siūlomu variantu: *strateginė komunikacija – mokslinis konstravimas ir tikslinės auditorijos parinkimas (targeting) žinutei, <...>, kad pasiektų siaurų politinių tikslų.*¹⁵ Šis apibrėžimas pasirinktas, nes jis kalba apie politikoje naudojamą strateginę komunikaciją, o būtent tai yra aktualu šiame darbe, nes dezinformacijos kampanijomis taip pat dažniausiai siekiama politinių tikslų; tik šiuo atveju tai būtų ne mobilizavimas, rinkėjų patraukimas į savo pusę ar pilietinių jausmų kurstymas, o kaip tik – supriešinimas, valstybės diskreditavimas ir pan.

Dažnai strateginė komunikacija naudojama įvairių komercinių organizacijų, kai siekiama sėkmingo informacijos perdavimo savo darbuotojams, paskleisti informaciją apie savo produktą ar paslaugą ir paskatinti ją įsigyti, taip pat pavaizduoti save visuomenei kaip gerą darbdavį ir t.t. Vis dėlto strateginę komunikaciją neretai pasitelkia ir nepelno siekiančios organizacijos, valstybinės įstaigos ar politinės partijos. Šiuo atveju tikslas dažniau būna, kaip jau minėta įvade, įtikinti, formuoti visuomenės požiūrį į tam tikrus klausimus ir panašiai. Taigi, galima teigti, jog nemaža dalis medijoje atsirandančių žinučių įvairiais klausimais būna kažkieno komunikacijos taktikos dalis.

Kaip atkreipia dėmesį politologai W. L. Bennett ir J. B. Manheim, strateginė komunikacija, seniau buvo aktualesnė pelno siekiančioms organizacijoms, o dabar į ją atsigręžė ir politikai. Savo straipsnyje autoriai teigia, kad tokia komunikacija gali remtis politinės partijos, bet taip pat ji gali lemti ir „kitų svarbių institucijų, kaip profsajungos, priežasties grupės ar verslo interesai“, politinį elgesį.¹⁶ Autoriai rašo, kad strateginė komunikacija įgauna didelę galią, nes ji nėra kontroliuojama taip, kaip, pavyzdžiui, rinkiminės kampanijos. Čia nėra griežtų ribojimų laiko, išteklių, kanalų ir t.t.

¹⁵ Lance W. Bennett; Jarol B. Manheim. „The Big Spin: Strategic Communication and the Transformation of Pluralist Democracy“. *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000, 282.

¹⁶ Ten pat, 283–284.

klausimais, todėl svarbiausia tampa pati strategija.¹⁷

Vieno nustatyto ir universaliai pritaikomo modelio strateginėje komunikacijoje nėra, nes siekiant skirtingų tikslų reikia naudoti skirtingus įrankius. Įvairūs autoriai išskiria nevienodas strateginės komunikacijos sudėtinės dalis ir jų pritaikymą. Brînduša Maria Popa, rašydama apie organizacijų komunikaciją, išvardijo, kad strateginė komunikacija susideda iš skirtingų disciplinų, tokių kaip viešieji ryšiai, diplomatija, vadybos komunikacija ir reklama.¹⁸ O štai politologas Hanspeteris Kriesi rašė apie politikos komunikaciją ir išskyrė tris strategijas, tačiau visose jose medija užima pagrindinę rolę.¹⁹ Autoriaus straipsnyje cituojami Blumleris ir Kavanaghas, kurie dar 1999 metais pabrėžė išaugusią ryšių tarp žurnalistų ir politikų svarbą. Iš esmės visos H. Kriesi išskirtos strategijos nurodo, kad norima viešoji nuomonė formuojama per žiniasklaidą, o skirtingos strategijos skiriasi tik tuo, kaip pasiekiamas medijos dėmesys. Čia galima atkreipti dėmesį į žiniasklaidos svarbą ir dezinformacijos kampanijose. Kaip matysime tyrimo dalyje, pagrindiniai netikrų naujienų kanalai buvo ir yra įvairios žiniasklaidos priemonės.

Taigi, strategija yra ne tik tai, kas galutinai pasiekia tikslinę auditoriją, bet ir tai, **kaip**, per kokius ryšius ir kanalus pranešimas gavėją pasiekia. Detaliau apie tai, kaip veikia strateginė komunikacija, susidaryti vaizdą galima iš jai analizuoti skirtų modelių. Australų profesorius Jimas Macnamara yra detaliai išanalizavęs skirtingus tyrimo modelius, naudojamus skirtingose pasaulio šalyse. Iš jų matoma, kad strateginę komunikaciją sudaro 5 pagrindinės dalys:

- indėliai (*inputs*): auditorijos tyrimai, apklausos, reikalingos informacijos rinkimas;
- veikla (*activities*): strategijos planavimas, medijos pirkimas, reikiamų ryšių užmezgimas ir pan.;
- produkcija (*outputs*): reklama, žiniasklaidai, socialinės medijos, renginiai, rėmimai ir t. t.;
- rezultatai (*outcomes*): susidomėjimas, įsitraukimas, pasitikėjimas ir t.t.
- poveikis (*impact*): pritrauktos registracijos, pajamos ir t.t.²⁰

Taigi strateginę komunikaciją sudaro visas veiksmų, siekiant perduoti žinutę, planas. Toks modelis gali būti pritaikomas tiek komercinėms įmonėms, tiek ir nepelno siekiančioms organizacijoms bei valstybinėms įmonėms, tiek ir planuojant dezinformacijos kampanijas.

¹⁷ Ten pat, 284–285.

¹⁸ Brînduša Maria Popa. „Strategic communication“. *Journal of Defense Resources Management*. 10(2), 2019, 174–175.

¹⁹ Hanspeter Kriesi. *Strategic Political Communication: Mobilizing Public Opinion in “Audience Democracies”*. *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004, 191.

²⁰ Jim Macnamara. A Review of New Evaluation Models for Strategic Communication: Progress and Gaps. *International Journal of Strategic Communication*. 12(2), 2018, 180–195.

1.2. Strateginė komunikacija ir dezinformacinės kampanijos: skirtingi tikslai – panašūs iššūkiai

Ruošiant strateginės komunikacijos planą, kaip ir bet kurioje kitoje srityje, būtina atsižvelgti ir į kylančius pavojus ar iššūkius. Jie aktualūs ir skleidžiant dezinformaciją, nes, nors tikslai ir skiriasi, baziniai strategijos punktai, taigi, ir iššūkiai yra panašūs. Pirmiausia, prieš pradėdant komunikuoti, tiek vienu, tiek kitu atveju reikia pažinti savo auditoriją, į kurią nukreipta žinutė, mat skirtingiems gavėjams prireiks skirtingos taktikos. Žinutės gavėjus galima skirstyti įvairiai, priklausomai nuo to, kokių tikslų siekiama, pvz., pagal amžių, lytį, išsilavinimą ar įsitraukimą. Linda Aldoory ir Jamesas E. Grunigas rašė, kad auditorija gali būti ne tik imli informacijai, bet ir pasyvi.²¹ Tam, kad tokiai publikai būtų efektyviai perduodama žinutė, neišvengiamai reikėtų įdėti daugiau pastangų ir ieškoti originalesnių idėjų, kaip ją pasiekti.

Žinoma, pasyvi tikslinė auditorija yra tik vienas iš iššūkių sėkmingai komunikacijai. „Komunikacijos tėvu“ vadinamas Walteris Lippmanas dar 1921-aisiais savo knygoje išskyrė pagrindinius iššūkius: cenzūra, socialinio kontakto ribotumas, medijos redaktoriai (*gatekeepers*), menkas dėmesio išlaikymo laikas.²² Nors šie barjerai atskirti prieš šimtą metų, jie aktualūs iki šiol: viešojoje erdvėje iki tam tikro lygio egzistuoja cenzūra (pvz., net tokioje laisvoje socialinėje medijoje kaip „Facebook“ tam tikro pobūdžio žinutės yra draudžiamos), redaktoriai žiniasklaidoje ir toliau išlieka. Socialinio kontakto trūkumas dar aktualesnis šiais, pandemijos, laikais, taip pat, kaip parodė Danijos technikos universiteto tyrimas, dar didesnę reikšmę įgijo ir dėmesio išlaikymo trumpumas.²³

Visi W. Lippmano išskirti komunikacijos iššūkiai yra aktualūs dezinformacijos kampanijoms, kai kurie iš jų – net labiau, nei vykdant tradicines informacijos kampanijas. Kaip užsiminta, tam tikri įrašai „Facebook“ yra cenzūruojami ir blokuojami – dažniausiai tokio sprendimo sulaukia žinutės, kurios identifikuojamos kaip melagingos. Taip pat melagingoms naujienoms dideliu iššūkiu tampa žiniasklaidos redaktoriai, kurių filtro dezinformacija dažniausiai nepraeina. Tai reikalauja atitinkamų sprendimų: arba skleidžiamą naujieną redaktoriams pateikti kaip įmanoma legitimiau (pvz., apsimetant tuo, kuo nėra (žr. 2 priedą), arba naujieną patalpinant nelegaliai, įsilaužiant į internetinius naujienų portalus. Taip pat ir socialinio kontakto trūkumas bei trumpas auditorijos dėmesio išlaikymo laikas yra iššūkiai siekiant dezinformacinių tikslų.

Taigi, komunikacijos specialistams ir dezinformacijos kampanijų kūrėjams, nepaisant skirtingų

²¹ Linda Aldoory; James E. Grunig. „The Rise and Fall of Hot-Issue Publics: Relationships that Develop From Media Coverage of Events and Crises“. *International Journal of Strategic Communication*, 6(1), 2012, 93-108.

²² Walter Lippman. *Public Opinion*. New York: *Free Press Paperbacks*, 1997, 3–22

²³ Dtu.dk. „Abundance of information narrows our collective attention span“, 2019.

<<https://www.dtu.dk/english/news/2019/04/abundance-of-information-narrows-our-collective-attention-span?id=246bbbed3-8683-4012-a294-20db7f0015f4>> [žiūrėta 2020 12 19].

tikslų, tenka tos pačios ar panašios užduotys norint paskleisti norimą žinutę savo tikslinei auditorijai. Tam, kad komunikacija būtų sėkminga, pasitelkiami įvairūs įrankiai – nuo ryšių su žurnalistais, diplomatijos, iki šiuolaikinių medijų išnaudojimo ir t. t. – priklausomai nuo to, kokių tikslų siekiama ir kas yra tikslinė auditorija.

2. DEZINFORMACIJA: SAMPRATA IR AKTUALUMAS

Dezinformacija – tai informacija, neatitinkanti arba menkai atitinkanti tikrovę, neretai siekiant politinės naudos, ir nebūtinai tik savo šalies viduje. Dažnai kuriamos dezinformacijos kampanijos, nukreiptos prieš kitas valstybes – tik šiuo atveju vyksta ne oficialus karas, o vykdomi vadinamieji informaciniai karai. Informacinio karo esmė, kaip savo knygoje aprašė Mantas Martišius, – „kryptingai taikant medijas daryti poveikį visuomenei. Perteikiamų žinių kontrolė ir manipuliavimas jomis yra pagrindinė informacinio karo funkcija, kurios paskirtis – padėti įgyvendinti kitus tikslus, t. y. formuoti politinį kontekstą, pateisinti karinius veiksmus, garantuoti jų įtaką, galią ir plėtotę.“²⁴

Dezinformacija pastaruosius kelerius metus yra plačiai paplitusi visame pasaulyje, įvairiomis kalbomis ir įvairiais tikslais. Kartais ji naudojama siekiant pritraukti daugiau paspaudimų internete ir taip siekiama vienokio ar kitokio pelno, kitais kartais būna piktybiškai platinama su tikslu pakenkti kažkieno (asmens, valstybės ir pan.) reputacijai. Tai, kad netikros naujienos yra problema, atskleidžia ir naujienų kompanijos „Buzzfeed“ atliktas tyrimas. Iširta po 20 populiariausių melagingų ir nemelagingų naujienų – paaiškėjo, kad būtent pirmosios sulaukė didesnio skaitytojų įsitraukimo „Facebook“ socialiniame tinkle.²⁵

Nors dezinformacija pakankamai plačiai tyrinėta ir Šaltojo karo metu, šiais laikais ši sąvoka įgijo dar didesnę svarbą. Tam įtakos turėjo išstobulėjusios technologijos – informacija tapo prieinama visiems, o taip pat visiems sudaroma galimybė informaciją kurti ir skleisti. Socialinių medijų poveikį dezinformacijos sklaidai plačiai tyrinėja Anne P. Mintz ir kt. knygoje *Web of Deceit: Misinformation and Manipulation in the Age of Social Media*. Čia teigiama, kad nors dezinformacija, tiesos sumaišymas su melu ir panašios strategijos nėra naujos, tačiau pati medija yra nauja ir tai ją daro tik pavojingesnę, nes žinutė sklinda tiesiog šviesos greičiu.²⁶ Anot jos, taip yra todėl, kad žmonės neretai neteisingai vertina matomus pranešimus socialiniuose tinkluose, netikrina faktų ir dėl to melagingomis

²⁴ Mantas Martišius. *Neakivaizdus karas – nagrinėjant informacinį karą*. Vilnius: Versus Aureus, 2010, 12–13.

²⁵ Juj Chang; Jake Lefferman; Claire Pedersen; Geoff Martz, „When Fake News Stories Make Real News Headlines“, 2016. <<https://abcnews.go.com/Technology/fake-news-stories-make-real-news-headlines/story?id=43845383>> [Žiūrėta 2020 04 20].

²⁶ Anne P Mintz; Amber Benham; Eli Edwards ir kt. *Web of Deceit: Misinformation and Manipulation in the Age of Social Media*. New Jersey: CyberAge Books, 2012, 3–7.

naujienomis lengva ranka dalinasi. Tuo metu socialinės medijos yra tiesiog neutralus įrankis, kuriam nerūpi, kad yra skleidžiami melai.²⁷

Tiesa, knyga išleista 2012-aisiais, todėl neįvertintos šiuolaikinės priemonės, kurių ėmėsi kai kurie socialiniai tinklai. Pavyzdžiui, „Facebook“ savo kovą su netikromis naujienomis pradėjo 2016-aisiais, po JAV prezidento rinkimų, paaikšėjus apie Rusijos kišimąsi, išnaudojant socialines medijas. Šis socialinis tinklas kuria įrankius, padedančius aptikti dezinformaciją, kurie yra itin aktualūs pasaulyje paplitus koronaviruso pandemijai. Sukuri ir specialūs puslapiai, kuriuose pateikiama oficiali su koronavirusu susijusi informacija, kad „Facebook“ vartotojai kliautųsi ja, o ne įtartinose grupėse rastomis „melagienomis“. Toks pavyzdys patvirtina šio darbo aktualumą – nors apie dezinformaciją rašyta nemažai, viskas keičiasi taip greitai, kad net dešimtmečio nesiekiančiame tekste jau galima rasti neatitikimų.

Apie socialinių tinklų įtaką dezinformacijos sklaidai rašo ir suomių žurnalistė Aro Jessikka. Straipsnyje *The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools* ji aprašo interneto trolius ir tai, kaip jie sugeba paskleisti melagingą informaciją įvairiomis kalbomis ir labai pačiai, taip pat nusitaikyti į individualius piliečius savo „agresyvioms operacijoms“.²⁸ Vadinamieji interneto troliai dažnai skleidžia priešiškos valstybės dezinformaciją tų šalių kalbomis, į kurią ji nukreipta, neretai kursto antivalstybinius jausmus. Šiems žmonėms už tokią informacijos sklaidą dažniausiai būna apmokama.

2.1. Aktyvios priemonės

Aktyvios priemonės (kariniai politiniai veiksmai, siekiant daryti įtaką pasauliniams politiniams reiškiniams) atsirado ir aktyviai naudotos Sovietų Sąjungoje. Pats pavadinimas kilęs iš sovietų žvalgybų leksikono, taip buvo vadinami KGB vykdomi veiksmai.²⁹ Detaliai tai aprašė Vasili Mitrokhin, dirbęs KGB Pirmojoje vyriausiojoje valdyboje, (*Первое главное управление КГБ СССР*) ir buvęs pagrindinis sovietų užsienio žvalgybos archyvistas, 1992 m. Didžiosios Britanijos ambasadai perdavęs rinkinį užrašų iš KGB archyvų. Šie užrašai dabar žinomi kaip Mitrokhino archyvai.

V. Mitrokhin vėliau bendradarbiavo su britų istoriku A. Christopheriu ir bendroje knygoje *The Sword and the Shield: the Mitrokhin Archive and the Secret History of KGB* detaliai aprašė Šaltojo karo laikotarpiu sovietų taikytas aktyvias priemones. Autoriai teigia, kad tuo metu KGB taikytos aktyvios priemonės pagrinde buvo nutaikytos į JAV. Jie rašo, jog kai kurios priemonės išsivystydavo

²⁷ Ten pat.

²⁸ Jessikka Aro. „The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools“, 2016. <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5>> [žiūrėta 2020 08 15].

²⁹ Dennis Kux. „Soviet Active Measures and Disinformation: Overview and Assessment“. *Scholarly Journals*, 15(4), 1985, 19–28.

iki smurtinio lygmens, tačiau dauguma operacijų buvo nukreiptos į poveikio darymą.³⁰ Autoriai detalai aprašo vykdytas operacijas – tiek nukreiptas į JAV, tiek į Jungtinę Karalystę bei kitas šalis.

Apie tai, kas yra aktyvi priemonė, plačiau yra rašęs G. M. K. Kinahanas. Jis išskyrė tokius elementus: rašytinė ir žodinė dezinformacija, suklastoti dokumentai, užsienio žiniasklaidos įtakos panaudojimas, manipuliacija tarptautinėmis organizacijomis, nelegalios (slaptos) radijo transliacijos, „naudingi idiotai“, kt.)³¹.

Aktyvių priemonių kampanijos taip pat detalai aprašytos JAV valstybės departamento 1986–1987 metų ataskaitoje. Daugiau nei 100 puslapių sudarančioje ataskaitoje aprašoma ir šiame magistro darbe lyginama AIDS kampanija, taip pat atskleidžiama, kad aktyvių priemonių buvo imtasi ir siekiant skleisti dezinformaciją apie kitas ligas. Su amerikiečių neva kuriamu biologiniu ginklu buvo mėginama susieti ir kitų ligų protrūkius Korėjoje, Kuboje, taip pat Pakistane.³² Tai reiškia, jog pasaulyje plintančiais virusais, pandemijomis sovietai noriai naudodavosi, siekiant apjuodinti vakarų valstybes ir ypač NATO sąjungininkus. Tai skatina kelti aktyvių priemonių klausimą būtent šių dienų COVID-19 pandemijos akivaizdoje.

Sovietų aktyvios priemonės su šiuolaikinėmis akademinėje literatūroje jau yra lygintos. Tai darė ir Steve Abrams straipsnyje *Beyond Propaganda: Soviet Active Measures in Putin's Russia*. Jo darbe sovietinės aktyvios priemonės tiriamos kaip modernios Rusijos politinio karo elementas.³³ Kad sovietinius metodus pažinti būtina, pritaria ir Jolanta Darczewska ir Piotr Żochowski. Knygoje *Active measures. Russia's key export* jie teigia, kad, žinant, kokios technologijos, kokie metodai buvo taikomi tais laikais, galima lengviau suprasti tai, kas vyksta šiuo metu, numatyti galimas grėsmes.³⁴

Vis dėlto su tuo nesutinka amerikiečių tyrėjai Megan Ward, Shannon Pierson ir Jessica Beyer. Jų straipsnyje *Formative Battles: Cold War Disinformation Campaigns and Mitigation Strategies* teigiama, jog nors pažinti ir žinoti, kokias aktyvias priemones sovietai taikė, reikia, jos yra per daug atitrūkusios nuo šiandieninio konteksto, kad žinias būtų galima panaudoti šių dienų reiškiniams analizuoti. Autoriai rašo, kad tuo metu taikytus sprendimus kovojant su aktyviomis priemonėmis

³⁰ Christopher Andrew; Vasili Mitrokhin. *The Sword and the Shield: the Mitrokhin Archive and the Secret History of KGB*. New York: Basic Books, 2001, 102.

³¹ G M. K. Kinahan. „Exposing Soviet Active Measures in the 1980s: A Model for the Bush Administration?“. *The Journal of Social, Political, and Economic Studies; Washington, D.C.* 15(3), 1990, 301.

³² United States Department of State. *Soviet Influence Activities: A Report on Active Measures and Propaganda*, 1986 – 87. Washington DC: Department of State Publication, 1987, 40.

³³ Steve Abrams. „Beyond Propaganda: Soviet Active Measures in Putin's Russia“. *Connections*. 15(1), 2016, 5-31.

³⁴ Jolanta Darczewska; Piotr Żochowski. *Active measures. Russia's key export*. Warszawa: Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, 2017, 6–7.

reikėtų palikti tų dienų kontekstui, nes šiais laikais Šaltojo karo priemonės gali būti „labiau išblaškancios negu padedančios“.³⁵

2.2. Vizualumo įtaka kuriant netikras naujienas

Naujųjų medijų atėjimas į kasdienį visuomenės gyvenimą apsupo mus vaizdais. Straipsniai laikraščiuose imti iliustruoti nuotraukomis, įvairią vizualinę informaciją vartojame tiek žiūrint televiziją, tiek kasdien naudojantis telefonais ar kompiuteriu. Vaizdais manipuluoti žmonės ėmė ir patys: dabar beveik kiekvienas gali naudotis vaizdo redagavimo programomis nuotraukoms ar vaizdo medžiagai montuoti. Naujųjų medijų teoretikas Levas Manovichius teigia, kad toks anksčiau buvusios išskirtinai profesionalams skirtos įrangos prieinamumas sumažino skirtumą tarp kūrėjo ir vartotojo, nes galimybę kažką sukurti įgyja kiekvienas, tačiau skirtis iki galo neišnyksta, nes išlieka perskyros technologijose, įgūdžiuose ir estetikoje.³⁶ Kaip bebūtų, verta pabrėžti, kad prieiga kurti ir manipuluoti vaizdais per dabartines technologijas suteikiama bet kam. Tai yra svarbu, nes socialiniai tinklai suteikė platformą savo kūriniams dalintis su visu pasauliu, o tai išnaudojama ir dezinformacijos skleidimui. Pavyzdžiui, „YouTube“ kanale patalpinta, profesionaliai ar iš dalies profesionaliai atrodanti „dokumentika“ gali atrodyti legitimi ir įtikinti dalį žiūrovų.

L. Manovichius pasitelkia filmo *Uodega vizgina šunį (Wig the Dog)* pavyzdį. Jis aiškina, kaip techniškai, pasitelkiant skaitmeninį montažą, įmanoma sukurti visiškai tikroviškai atrodantį vaizdą, galintį apgauti minias žmonių. Skaitmeninį montažą autorius skirsto į dvi technikas: laikiną ir to paties kadro montažą. Kaip rašo L. Manovichius, „pirmoji <...>: atskiros realybės sukuria vieną po kito laike einančius momentus. Antroji technika yra paties kadro montažas. Tai pirmosios priešingybė: atskiros tikrovės yra sudedamosios bendro vaizdo dalys“.³⁷

Nors autorius savo knygoje kalba daugiausiai apie šiuolaikinių technologijų panaudojimą vizualiniame mene, kine, jis pabrėžia, kad laikinis montažas „tampa ir viena pagrindinių ideologinės manipuliacijos technologijų, naudojama propagandiniuose ir dokumentiniuose filmuose, žinių laidose, reklamose ir t. t.“.³⁸ Taigi, galima teigti, kad šiuolaikinės technologijos, programinės įrangos ir socialiniai tinklai tampa puikiu įrankiu dezinformacijai kurti ir jai skleisti.

Nagrinėjant dezinformaciją, tiek Šaltojo karo laikų, tiek šiuolaikinę, aktualu išsiaiškinti, kokią įtaką jos veiksmingumui turi vizualiniai įrankiai ir kodėl melas tampa toks paveikus. Tai, kodėl melas veikia, savo straipsnyje *Deception – Magic!* yra nagrinėjęs amerikiečių autorius John Davis. Anot jo,

³⁵ Megan Ward; Shannon Pierson; Jessica Beyer. „Formative Battles: Cold War Disinformation Campaigns and Mitigation Strategies“. Wilson Center, 2019.

³⁶ Lev Manovich. *Naujųjų medijų kalba*. Vilnius: Mene, 2009, 202.

³⁷ Ten pat, 235.

³⁸ Ten pat, 236.

tam kad priešas būtų apgautas, kad dezinformacijos kampanija veiktų, pirmiausia reikia suvokti tai, kaip priešas mąsto. Autorius teigia, kad kartais žmonės būna apgaunami, kai jų išankstinės nuostatos būna prigretinamos prie „faktų“. Noras tikėti, anot jo, gali sukelti patvirtintų įrodymų neigimą.³⁹ Šie teiginiai iliustruojami pavyzdžiu, kai Antrojo pasaulinio karo metu vokiečių lakūnas buvo suklaidintas taip, jog numestų savo bombas 8 mylias nuo planuoto tikslo. Tokio rezultato pasiekta sukūrus miesto imitaciją, įžiebus keletą šviesų. Nors lakūnas matė, kad lėktuvo radarai rodo, jog miestas dar nepasiektas, jis labiau pasikliovė tuo, ką mato „realybėje“.

Tai, kad vaizdai yra itin svarbi dezinformacijos skleidėjų priemonė, aprašoma Muray Edelman knygoje *The politics of misinformation*. Anot autoriaus, šis įrankis tapo itin aktualus atsiradus masinei medijai, pasiekiančiai beveik visą populiaciją. Vaizdai, pasak jo, yra labiau paveikūs nei tekstai, o su šiuolaikinėmis priemonėmis lengva priversti žmones matyti manipuliuotojo norimą vaizdą.⁴⁰ Verta atkreipti dėmesį, jog šis tekstas rašytas XX ir XXI a. sandūroje, kai internetas dar nebuvo taip plačiai pasiekiamas. Todėl šis šaltinis nagrinėjant dezinformacijos poveikumą gali būti net aktualesnis nei tada, kai jis parašytas. Tyrimo dalyje bus bandoma įvertinti vizualios medijos naudojimą skleidžiant netikras naujienas.

3. AIDS IR COVID-19 DEZINFORMACIJOS KAMPANIJŲ PALYGINIMAS

Tolesnėje šio darbo dalyje bus lyginamos dviejų dezinformacijos kampanijų metu skleistos žinutės, atsiremiant į strateginės komunikacijos teorijas. Visų pirma tam, kad žinutes būtų galima palyginti, būtina sukurti modelį, pagal kurį jos bus lyginamos. Modelis sudaromas atsiremiant į pagrindinius komunikacijos teorijų autorius, strateginės komunikacijos teorijomas. Į modelį įtraukiamos aktyvios priemonės, nes būtent jų panaudojimas komunikaciją paverčia dezinformacija, taip pat išskiriami šiai temai aktualūs punktai. Jie bus išskiriami atsižvelgus į turimus abiejų analizuojamų kampanijų tyrimus. Sukurtas bendras modelis bus atvaizduojamas lentelėje, ir tai bus įrankis tolimesnei pasirinktų naratyvų analizei.

Antroji šio darbo dalis bus kokybinė lyginamoji abiejų kampanijų analizė. Bus aiškinamasi, kurie aspektai dviejose kampanijose sutampa, o kas atsiranda naujo arba išnyksta. Ši analizė padės atsakyti į pagrindinį šio darbo klausimą: kaip pasikeitė vykdomos dezinformacijos kampanijos ir jų modeliuojamos žinutės nuo Šaltojo karo laikų.

Tyrimo tipas. Kokybinė lyginamoji analizė. Šiam darbui ji pasirinkta, nes joje bus analizuojami kokybiniai duomenys (naratyvai, priemonės), nepritaikomi arba menkai pritaikomi statistiniam,

³⁹ John Davis. „Deception – Magic!“. *Military review*, 2002, 92–94.

⁴⁰ Murray Edelman. *The politics of misinformation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, 15–16.

kiekybiniam tyrimui. Šie duomenys surenkami empirinio tyrimo būdu, skaitant ir analizuojant surinktą medžiagą. Tokio tipo tyrimas padės rasti atsakymą į probleminį šio darbo klausimą.

Duomenų rinkimo metodai. Aktualios informacijos buvo ieškoma spaudos ir interneto archyvuose.

Tyrimo imtis. 5 naratyvai iš AIDS ir 5 iš COVID-19 dezinformacijos kampanijų. Tokia tyrimo imtis pasirinkta, nes AIDS dezinformacijos kampanijos metu buvo skleidžiamas būtent toks skaičius pagrindinių pranešimų. COVID-19 žinutės atsišvelgiant į viešus „Debunk.eu“ duomenis: jų dažnumą ir populiarumą.

Tyrimo laikotarpis. Palyginimui pasirinkti du laikotarpiai: 1983–1991, Šaltojo karo laikotarpis, kuomet skleista dezinformacija, susijusi su AIDS; bei 2020 01 01–2020 06 30. Tiriamą COVID-19 dezinformacijos laikotarpį užbaigti nuspręsta ties birželio mėnesiu, nes tuo metu buvo atšauktas visuotinis karantinas Lietuvoje, be to ir visas pasaulis išgyveno pirmosios bangos atoslūgį. Taigi šiame darbe bus tirama tik pirmosios koronaviruso bangos dezinformacija.

3.1 Žinučių perdavimo dezinformacijos kampanijose modelis

Šioje darbo dalyje bus sudaromas autorinis modelis, nagrinėjantis paskiras dezinformacijos kampanijose skleidžiamas žinutes. Kadangi informacija, skirta supriešinti ar apgauti, dažnai skleidžiama remiantis strateginės komunikacijos principais, modelis bus sudaromas remiantis pagrindiniais komunikacijų teorijų autoriais, jų siūlytus modelius adaptuojant dezinformacijai, vertinant per aktyvių priemonių prizmę.

Pateiktas modelis bus panaudotas kaip įrankis tiriant AIDS ir COVID-19 dezinformacijos kampanijų metu skleistas žinutes. Nors AIDS kampanija tyrinėta pakankamai plačiai, yra ne vienas dokumentas, aprašantis ir tyrinėjantis, kaip ji vykdyta, modelio, kuriuo remiantis būtų galima analizuoti kitus atvejus, pvz., COVID-19, sukurta nėra. Todėl šiame darbe siūlomas metodas bus tarsi rėmas, padedantis sugretinti dvi skirtingų laikmečių kampanijas ir jas palyginti.

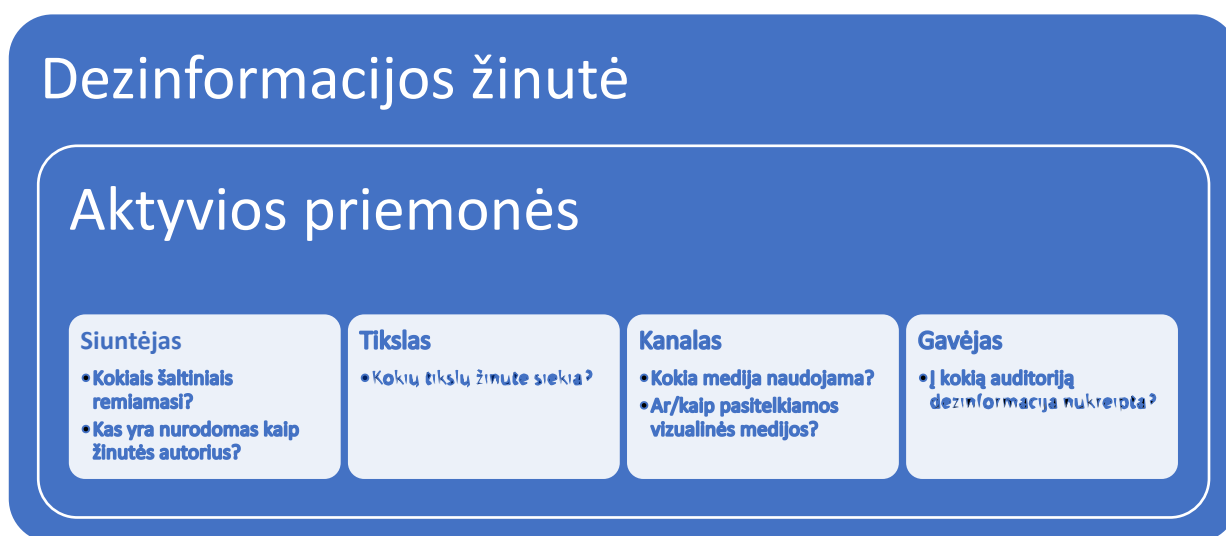
Išnagrinėjus po 5 kiekvienos dezinformacijos kampanijos naratyvus pagal šį modelį, bus nustatoma ir palyginama, kurie kanalai dažniausiai vartoti, kokios aktyvios priemonės panaudotos, bus atsakoma į klausimą, ar AIDS ir COVID-19 dezinformacija skleista pasitelkiant tokius pačius metodus, ar naujus, taip pat – ar vienodi kampanijų tikslai, auditorijos, į kurias dezinformacija nukreipta. Tai padės palyginti šiuolaikinės dezinformacijos naudojamas priemones su sovietų naudotomis.

Sudarant dezinformacijos skleidimo modelį pirmiausia remiamasi pagrindinėmis komunikacijos teorijomis. Kaip jau minėta teorinėje dalyje, pasaulyje plačiausiai pripažįstamas Claude'o Shannono

modelis (informacijos šaltinis → perdavėjas (kanalas) → signalas → gavėjas → gauta žinutė)⁴¹. Taip pat dažnai naudojama ir komunikacijos teoretiko Davido Berlo siūlyta schema: šaltinis → žinutė → kanalas → gavėjas. Pirmoje šio darbo dalyje buvo pateiktas detalesnis šio autoriaus siūlytas modelis, iš ko galima pastebėti, kad jis labiau taikytinas gyvai žmonių interakcijai, o ne žinutei, perduodamai pasitelkiant medijas. Vis dėlto tiek pirmųjų, tiek antrojo autorių modeliuose galutiniam žinutės tikslui svarbu yra tiek siuntėjas, tiek kanalas, tiek ir pats gavėjas. Kadangi dezinformacija taip pat skleidžiama perduodamos žinutės principu (nors šiuo atveju, tikslas yra ne informuoti, o apgauti, supriešinti), šio darbo modeliui galima pritaikyti šiuos punktus:

- Žinutė
- Dezinformacijos skleidėjas;
- Kanalas;
- Gavėjas.

Vis dėlto, toks modelis nagrinėjat konkrečius pavyzdžius būtų pernelyg siauras atvejų palyginimui, todėl jis papildomas papunkčiais, aktualiais analizuojant dezinformacijos žinutes. Taip pat į šį modelį bus įdedamos viską apjungiančios aktyvios. Šis punktas yra svarbus tuo, kad būtent jų naudojimas iškreipia strateginę komunikaciją, skirtą informuoti, paverčiant ją dezinformacija.



1 schema. Autorės siūlomas dezinformacijos tyrimo modelis

⁴¹ Shannon. „A Mathematical Theory of Communication“. *The Bell System Technical Journal*, 27, 1948, 379–423.

3.2 AIDS dezinformacijos kampanija

Iš visų Šaltojo karo metu vykdytų dezinformacijos kampanijų, AIDS kampanija pasirinkta dėl, ko gero, plačiausio savo masto. Nepaisant to, kad JAV pareigūnai išsiaiškino, jog dezinformacija, pvz., apie amerikiečių kuriamą biologinį ginklą, buvo specialiai skleidžiamos sovietų, ir su sovietų pareigūnais buvo pasiektas susitarimas, kad tokia dezinformacija nebebus skleidžiama, sovietai sugebėjo ją apeiti ir pasiekti tai, kad dalis žmonijos iki šiol tiki, jog AIDS – JAV sukurtas ginklas, skirtas naikinti juodaodžius, homoseksualus, nukreiptas prieš SSRS ir t. t.⁴²

AIDS dezinformacijos kampanijos metu skleisti 5 pagrindiniai naratyvai. Bene pagrindinis jų buvo tas, kad AIDS paplito JAV kuriant biologinį ginklą. Šiai žinutei skirta daugiausiai tarptautinio dėmesio. Joje teigiama, kad prielaidą, jog pandemiją sukėlė JAV pentagonas, pagrindžia tai, kad liga pirmiausia paplito tarp homoseksualų, narkomanų bei emigrantų iš Lotynų Amerikos – ant šių grupių žmonių ginklas neva buvo išbandomas. Taip pat žinutėje nurodoma, kad liga perduodama net per seiles ar ašaras, tad, praradus jos kontrolę, ji pavojinga ir vaikams. Ši žinutė tuo pat metu „paneigia“ amerikiečių versiją, jog AIDS galėjo kilti iš Afrikos beždžionių. Pastarąją versiją, kaip rasistinę, griežtai atmetė Afrikos šalys, todėl noriai publikavo KGB skleidžiamą žinutę, jog ši liga – JAV biologinis ginklas.⁴³

Tiesa, ši konspiracijos teorija nebuvo sukurta originaliai KGB. Dėl didelės nežinomybės, kas ligą sukelia, kaip ją gydyti ir t.t., visuomenė buvo įbauginta ir tokioje aplinkoje greitai plito įvairiausi gandai. Kalbos, kad AIDS – JAV specialiųjų tarnybų sukurta liga, sklido JAV homoseksualų bendruomenėje, o sovietai šį gandą „įdarbino“ savo tikslams įgyvendinti.

Tokią žinutę papildė kita – kad AIDS, išplitus pirmiausiai JAV, vėliau ėmė plisti šalyse, kurios importuoja kraują iš ten. Dėl šios priežasties liga pavojingiausia besivystančioms šalims.⁴⁴ Kai kurie šiame naratyve vartojami teiginiai sutampa su ankstesniuoju (pvz., kad tai yra JAV sukurta liga), tačiau ja siekiama ne tiesiog suformuoti neigiamą JAV įvaizdį, bet ir sukelti tam tikrą baimę.

Kitas sovietų skleistas naratyvas – JAV kariuomenės medikai jau yra sukūrę pakankamai efektyvų gydymą ir būdą nustatyti ligą anksčiau. Tokią žinutę skleisti Bulgarijos „buržuazinėje“ spaudoje kreipimesi į Bulgarijos saugumo departamentą prašė KGB. Žinutėje teigiama, kad sumažėjo AIDS atvejų ir mirčių skaičiai JAV kariuomenėje, o taip atsitiko dėl to, jog JAV kariuomenėje atrastas būdas nustatyti ligą, kai ją pagydyti dar įmanoma. Tačiau šiais atradimais kariuomenė nesidalina ne tik su

⁴² C. Holden. „Curbing Soviet disinformation“. *Science*, 242(4879), 1988, 665.

⁴³ KGB. „Information nr. 2742 [to Bulgarian state security]“ 1987.

<<https://digitalarchive.wilsoncenter.org/document/208948>> [žiūrėta 2020 m. lapkričio 26 d.].

⁴⁴ KGB. „Information nr. 2955 [to Bulgarian state security]“, 1985.

<<https://digitalarchive.wilsoncenter.org/document/208946>> [žiūrėta 2020 m. lapkričio 26 d.].

likusiu pasauliu, bet ir su civiliais žmonėmis valstybinėse ligoninėse, su kuriais esą atliekami bandymai ir ligos tyrimai.⁴⁵

Dar vienas naratyvas teigė, kad JAV ne tik kuria biologinius ir cheminius ginklus, bet į tai įtraukiamos ir NATO šalys. JAV kaltinamos nesilaikant tarptautinio susitarimo dėl biologinių ir cheminių ginklų. Šalis taip pat kaltinama, kad į tokių ginklų kūrimą įtraukia ir kitas šalis – NATO sąjungininkes. Vienas iš pavyzdžių – teigiama, jog Turkijoje laikoma didžiulė biologinių ginklų bazė.⁴⁶ Ši teorija iškilo tokiu metu, kai buvo ganėtinai stipriai išaugusi kritika JAV tiek šalies viduje, tiek užsienyje. Sovietai pasinaudojo šia situacija kaip palankia terpe savo norimai žinutei skleisti.

Penktoji analizuojama žinutė teigė, kad JAV kariai yra pagrindiniai AIDS nešiotojai. Šis pranešimas buvo bene labiausiai išnaudojamas gandų lygmenyje. Jai skleisti pasitelkiami „naudingi idiotai“, kurstomos kalbos, skatinama žinutę perduoti „iš lūpų į lūpas“. Žinutės pagrindinė mintis – JAV kariai yra pavojingi, jie platina AIDS.

3.3 COVID-19 dezinformacijos kampanija

COVID-19 virusas pasaulyje ėmė plisti tik 2019-aisiais, tačiau netrukus jo pandemija apėmė visą pasaulį. Tai – neabejotinai didžiausio masto pasaulį apėmusi pandemija nuo AIDS atsiradimo laikų. Tokios aplinkybės aktyviai išnaudojamos dezinformacijos kampanijose.

Su koronavirusu susijusios dezinformacijos atvejis įdomus tiek savo naratyvų įvairove, tiek globalumu. Pasaulyje plinta netikros, klaidinančios naujienos pradedant tuo, kad medicininės kaukės yra neveiksmingos, karantinai neveikia ir pažeidžia žmogaus teises, iki teorijų, kad COVID-19 – specialiai sukurta tam, kad būtų sumažinta žmonijos populiacija ir t. t. Koronaviruso dezinformacija neaplenkė ir biologinio ginklo teorijos, tiesa, skirtingose šalyse nurodomi skirtingi „ginklo“ kūrėjai: Kinijoje teigiama, kad tai – amerikiečių specialiųjų tarnybų darbas⁴⁷, o tuo metu JAV plito teorija, kad COVID-19 sukurtas Kinijos laboratorijoje.⁴⁸ Beje, dar 2020-ųjų vasarį amerikiečių pareigūnai buvo išreiškę įtarimus, kad už dezinformacinių žinučių apie JAV biologinį ginklą, nukreiptą prieš Kiniją, slypi būtent rusų tarnybos.⁴⁹ Buvo išvesta paralelė su KGB vykdyta AIDS dezinformacijos

⁴⁵ Ten pat.

⁴⁶ KGB. „Information nr. 2742 [to Bulgarian state security]“, 1987.

⁴⁷ Economist. „China’s rulers see the coronavirus as a chance to tighten their grip“, 2020.

<<https://www.economist.com/china/2020/02/08/chinas-rulers-see-the-coronavirus-as-a-chance-to-tighten-their-grip>> [žiūrėta 2020 12 12].

⁴⁸ BBC. „China coronavirus: Misinformation spreads online about origin and scale“, 2020.

<<https://www.bbc.com/news/blogs-trending-51271037>> [žiūrėta 2020 12 12].

⁴⁹ Jessica Glenza. „Coronavirus: US says Russia behind disinformation campaign“, 2020.

<<https://www.theguardian.com/world/2020/feb/22/coronavirus-russia-disinformation-campaign-us-officials>> [žiūrėta 2020 12 12].

kampanija.⁵⁰ Koronaviruso sukūrimu tam tikruose regionuose taip pat buvo kaltinti žydai – neva jie taip siekė pasaulio rinkų žlugimo,⁵¹ o štai Indijoje plito rasistinės žinutės, kad pagrindiniai koronaviruso nešiotojai – musulmonai.⁵² Taigi, galima aiškiai matyti, kaip dezinformacijos kūrėjai naudojami pasaulio lygio krize kurstant neapykantą, rasizmą, susiskaldymą.

Dėl itin plataus COVID-19 dezinformacijos kampanijos masto, taip pat dėl skirtingų kultūrinių kontekstų, šiam tyrimui pasirinkta analizuoti tik tas žinutes, kurios platintos Baltijos šalių regione. Jų taip pat netrūko per pirmąjį 2020-ųjų pusmetį. Remiantis „Debunk.eu“ platintu pranešimu, daugiausiai dezinformacinių žinučių fiksuota Latvijoje (59 proc.), o ištyrus 6703 straipsnius nustatyti 265 dezinformacijos atvejai vien gegužės mėnesį.⁵³ Tokia statistika tik iš dalies atspindi netikros informacijos kiekį, plitusių Baltijos šalyse, žinant, kad pirmosios melagingos žinutės pasirodė dar sausio mėnesį ir buvo itin aktyviai platintos šalyse įvedus karantino ribojimus kovo mėnesį. Pavyzdžiui, vien kovo 16–29 dienomis „Demaskuok.lt“ fiksavo 135 propagandos ir dezinformacijos atvejus vien Lietuvos ir Rusijos interneto portaluose bei „Facebook“ socialiniame tinkle.⁵⁴ Tuo metu, kaip teigiama „Debunk.eu“ pranešime, gegužės pabaigoje dezinformacijos atvejų jau buvo ėmę mažėti dėl tuo metu atslūgusios pirmosios COVID-19 bangos.⁵⁵

Šio darbo lyginamajai analizei pasirinkti 5 pagrindiniai naratyvai, naudoti dezinformacijos kampanijose Baltijos šalyse. Žinutės pasirinktos remiantis „Debunk.eu“ statistika, taip pat Lietuvos Sveikatos apsaugos ministerijos duomenimis.

⁵⁰ Kate Ng. „US accuses Russia of huge coronavirus disinformation campaign“, 2020. <[⁵¹ Irene Katz Connelly. „Online anti-Semitism thrives around coronavirus, even on mainstream platforms“, 2020. <<https://forward.com/news/441421/anti-semitic-coronavirus-response-thrives-online-even-on-mainstream>> \[žiūrėta 2020 12 12\].](https://news.yahoo.com/us-accuses-russia-huge-coronavirus-171730161.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnLw&guce_referrer_sig=AQAAAHYDD7kZTZvi1ptkcg418GAPICA7a-EPfiPN4KERtCOq17Njovf3B5aNFmnl9ZbYiVwM3VfdZpTUIht8uT2S1RN-4hudNpID_rySx-NT-YRU05ettz-kXp6ZFfkKVldjH150dQyFDMTvbRqmBOC8cOuC3O3tJ8IHUJEBiq3iLVV> [žiūrėta 2020 12 17].</p></div><div data-bbox=)

⁵² Pinak Pani Datta. „Coronavirus outbreak sparks racist attacks on people from North East, stokes Islamophobia on social media“, 2020. <<https://www.firstpost.com/health/coronavirus-outbreak-sparks-racist-attacks-on-people-from-north-east-stokes-islamophobia-on-social-media-8231371.html>> [žiūrėta 2020 12 12].

⁵³ Delfi.lt. „Demaskuok.lt“: daugiausiai dezinformacijos apie COVID-19 gegužę fiksuota Latvijoje“, 2020. <<https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/demaskuoklt-daugiausiai-dezinformacijos-apie-covid-19-geguze-fiksuota-latvijoje.d?id=84505147>> [žiūrėta 2020 12 17].

⁵⁴ Delfi.lt. „Karantino metu suaktyvėjo dezinformacija: ištyrė plintančias melagingas naujienas“, 2020. <https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/karantino-metu-suaktyvejo-dezinformacija-istryre-plintancias-melagingas-naujienas.d?id=83950937&fbclid=IwAR3i0_4wJhQn8JC_9KRtHxSIB_qeaEwtwv1njsq8IXQ8XNBHcTOVSSi2fVc> [žiūrėta 2020 12 17].

⁵⁵ Delfi.lt. „Demaskuok.lt“: daugiausiai dezinformacijos apie COVID-19 gegužę fiksuota Latvijoje“, 2020. <<https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/demaskuoklt-daugiausiai-dezinformacijos-apie-covid-19-geguze-fiksuota-latvijoje.d?id=84505147>> [žiūrėta 2020 12 17].

Pirmasis naratyvas buvo aktualiausias pačioje pandemijos pradžioje, kai Baltijos šalių dar nebuvo pasiekęs koronavirusas, arba kai šalyse tebuvo tik pavieniai atvejai. Šios žinutės skelbė apie užfiksuotus COVID-19 atvejus, nors oficialioje statistikoje jie nebuvo pavaizduoti. Melagingos naujienos teigė, jog valdžia atvejus slepia. Pavyzdžiui, kovo pradžioje pasirodė pranešimas, kad Lietuvoje užfiksuoti 200 koronaviruso atvejų, dėl to uždaromas oro uostas. Iš tiesų tuo metu oficialiai Lietuvoje buvo nustatytas tik 1 užsikėtimas, o oro uostai veikė taip, kaip įprastai. Į kitus melagingus pranešimus apie slepiamus fiksuotus pirmus užsikėtimus tiek Lietuvoje, tiek Latvijoje buvo įtraukiami ir NATO kariai. Dar sausio mėnesį Lietuvoje platintas pranešimas apie sunkios būklės koronavirusu užsikrėtusį JAV karininką, o Latvijoje balandžio mėnesį paskleista žinia, kad COVID-19 į jų šalį įvežė kanadiečių kariai.

Kitas naratyvas taip pat buvo nukreiptas į NATO, jis paplito prieš JAV vadovaujamas pratybas „Gynėjas 2020“. Žinutėje buvo skelbiamas neva Lietuvos valdžios nutarimas, jog pratybos turi įvykti pilna apimtimi, nepaisant koronaviruso plitimo grėsmės. Buvo teigiama, jog tuometis Krašto apsaugos ministras Raimundas Karoblis kreipėsi į amerikiečių pajėgas su prašymu neatšaukti pratybų, o tam, kad šalyje nekiltų panika, neva nutarta žiniasklaidai ir piliečiams neteikti informacijos apie karių judėjimą. Realybėje pratybų apimtis buvo gerokai sumažinta ir, ministerijos teigimu, tiek Lietuvos, tiek JAV kariai ėmėsi atsargumo priemonių, kad būtų išvengta galimo viruso plitimo.⁵⁶

Pirmosios koronaviruso bangos metu dezinformacija buvo nukreipiama ne tik prieš NATO. Dar vienas populiarus (ypač Latvijoje) naratyvas melagingose žinutėse teigė, jog COVID-19 griaua Europos Sąjungą. Latvijos prokremliškame portale lv.sputniknews.ru paskleista žinia, kad koronavirusas sukurtas būtent Latvijoje tam, kad būtų sukontroliuota senstanti Italijos demografija.⁵⁷ Tokia melaginga naujiena paskleista tarp tokių žinučių, kaip tai, kad ES nesusitvarko su koronaviruso pandemija, šalys narės kenkia viena kitai ir apskritai – sąjunga baigia subyrėti.

Visose Baltijos šalyse svarbus naratyvas, ypač gegužės mėnesį, buvo tai, kad šiose valstybėse neva pandemijos metu plinta rusofobiškos nuotaikos. Pavyzdžiui, newsbalt.ru buvo išpublikuota melaginga naujiena, kad Latvijoje restoranas atsisakė aptarnauti šeimą, pasipuošusią Šv. Jurgio juostelėmis. Taip pat visose šalyse platintos žinutės, kad, prisidengiant COVID-19, norima uždrausti

⁵⁶ Vaidas Saldžiūnas. Sukčiai naudojami koronavirusu: apsimetę pareigūnais baugina apie neva slepiamą informaciją, 2020. <<https://www.delfi.lt/news/daily/demaskuok/sukciai-naudojasi-koronavirusu-apsimete-pareigunais-baugina-apie-neva-slepiama-informacija.d?id=83829475>> [žiūrėta 2020 12 17].

⁵⁷ Oksana Pykh. „Коронавирус изобрели в Латвии? А почему бы и нет“, 2020. <<https://lv.sputniknews.ru/Latvia/20200315/13379140/Koronavirus-izobreli-v-Latvii-A-pochemu-by-i-net.html>> [žiūrėta 2020 12 17].

gegužės 9-osios paradus. Antirusiškumo naratyvas buvo itin populiarus Latvijoje, tačiau taip pat buvo platintas ir Lietuvoje bei Estijoje.⁵⁸

Penktasis analizuojamas naratyvas – vienas populiariausių lietuviškoje socialinėje medijoje. Žinutėse teigiama, kad virusas neegzistuoja, medikai yra verčiami klastoti statistiką apie mirusius ir sergančius žmones, nors ligoninės iš tiesų yra tuščios. Tiesa, aiškinimų, kodėl taip yra daroma, yra ne vienas. Populiariausi jų – statistika klastojama tam, kad Lietuva sulauktų didesnės Europos Sąjungos paramos, arba kad virusas apskritai yra išgalvotas siekiant visiškos gyventojų kontrolės. Pastarasis naratyvas buvo populiarus tiek pandemijos pradžioje, tiek ir 2020-ųjų metų pabaigoje, Lietuvą pasiekus pirmosioms vakcinoms.

3.4. Dezinformacinių žinučių skleidimo modelių palyginimas ir analizė

Dezinformacijos skleidėjas

Žinučių autoriai

AIDS atvejis

Iš tyrimo metu rinktų pavyzdžių ir jau buvusių analizių galima matyti, kad skleidžiant melagingas žinutes jose nurodomi skirtingi autoriai – ir ne visada tai buvo realūs asmenys, taip pat ne visada buvo pateikiami tikrieji vardai. Pavyzdžiui, Indijos laikraštyje „Patriot“ (žinomas kaip KGB dezinformacijos skleidėjas)⁵⁹ išspausdinta nuomonė, skleidžianti JAV biologinio ginklo teoriją. Jos autoriumi nurodomas anoniminis „garsus amerikiečių mokslininkas antropologas“, nors nei jo vardas, nei pavardė nenurodomi. Tiesa, kaip rašoma T. Boghardto straipsnyje, „tekste buvo paliktos kelios gramatinės klaidos, įskaitant viruso pavadinimą „*virus flu*“ vietoje „*flu virus*“. Tokie lingvistiniai paslydimai tipiška išduodavo Sovietų bloko dezinformaciją.“⁶⁰

Tuo metu vakarų spaudoje, taip pat rašančioje apie šią teoriją, buvo nurodomos autorių pavardės, nors jos nebūtinai buvo tikros. Vakarietiškoje žiniasklaidoje straipsniuose buvo galima rasti tokių autorių kaip Erichas Friedländeris, Kunanhandnanas Nairas, Heimo‘as Claaßenas ir kt. Šie žurnalistai buvo žinomi HVA (Hauptverwaltung Aufklärung (*vok.*)), arba Pagrindinei žvalgybos

⁵⁸ Delfi.lt. „Demaskuok.lt“: daugiausiai dezinformacijos apie COVID-19 gegužę fiksuota Latvijoje“, 2020. <<https://www.delfi.lt/m360/naujaisi-straipsniai/demaskuoklt-daugiausiai-dezinformacijos-apie-covid-19-geguze-fiksuota-latvijoje.d?id=84505147>> [žiūrėta 2020 12 17].

⁵⁹ Douglas Selvage. „Operation ‘Denver’ The East German Ministry Of State Security And The KGB’s AIDS Disinformation Campaign, 1985– 1986 (Part 1)“. *Journal Of Cold War Studies*. 21(4), 2019, 71–123.

⁶⁰ Thomas Boghardt. „Soviet Bloc Intelligence and Its AIDS Disinformation Campaign (Operation INFEKTION)“. *Studies in Intelligence*. 53(4), 2009, 1–2.

valdybai (užsienio specialiosios tarnybos), o Friedländeris jiems dirbo Tanzanijoje, prisidengęs Hugo Lang vardu.⁶¹

Vis dėlto, tiek sovietinėje, tiek vakarų spaudoje buvo publikuojama nemažai straipsnių ir su tikrais autorių vardais. KGB dezinformacinis laikraštis „Literaturnaya gazeta“ spausdino realaus žurnalisto Valentino Vasilevichiaus Zapevalovo straipsnius – tiek apie kuriamą ginklą, tiek apie pavojų trečiosioms pasaulio šalims. Tuo tarpu vakaruose apie JAV kuriamą biologinį ginklą rašė, pvz., Didžiosios Britanijos dienraštis „Sunday Express“ (nepriklausomai nuo KGB)⁶². Pranešimų autoriai buvo britų žurnalistai, susidomėję šia istorija.

Dar vienas realus asmuo, aktyviai aprašinėjęs biologinio ginklo istoriją ir ją platinęs buvo Jacobas Segalas, vokiečių mokslininkas iš Berlyno universiteto Humboldto fakulteto. Jis veikė su savo partnere Lilli Segal, kartu parašė mokslinį darbą apie dirbtinę viruso prigimtį, vėliau platino šią žinią skleidžiančias skrajutes. Nėra iki galo aišku, ar KGB prisidėjo, kad būtų imtasi šios temos, tačiau aišku, kad mokslininkai buvo žinomi KGB pareigūnams, o patys Segalai „tikėjo tarptautiniu komunizmu“.⁶³ Kaip savo straipsnyje rašo T. Boghart, tikėtina, kad mokslininkams, nors ir neturintiems kompetencijų konkrečiai šioje srityje, buvo tiesiog „pamėtėta“ idėja pasidomėti AIDS prigimtimi, o toliau jų tyrimas vyko nepriklausomai.⁶⁴

Vakarų spaudoje taip pat neretai buvo minimas ir gandas, jog pagrindiniai AIDS nešiotojai – JAV kariai. Pavyzdžiui, JAV Šiaurės Vakaruose leidžiamas laikraštis „Moscow-Pullman Daily News“ išspausdino profesoriaus Kentono Birdo nuomonę. Čia nėra konkrečiai teigiama, jog JAV kariai platina ŽIV, bet keliamas klausimas, kaip padaugėjo ligos atvejų tarp vietinių gyventojų, Hondūre atsiradus JAV kariuomenei. Taip implikuojama, kad būtent karių buvimas ten galėjo sukelti AIDS protrūkių (žr. 3 priedą). Taip pat apie šį gandą užsimenama JAV laikraštyje „Kentucky New Era“ spausdintame „Associated Press“ žurnalisto Josepho B. Fraziero straipsnyje. Pats straipsnis yra apie tai, kad JAV kariai atvyko į Panamą, o autorius neteigia, jog kariuomenė platina AIDS, tačiau cituojamas valdžios kontroliuojamas laikraštis, kuris cituoja Panamos sveikatos ministeriją, vadinančią JAV karius potencialiais ligos nešiotais (žr. 4 priedą).

Išnagrinėjus, kokie autoriai nurodomi prie straipsnių, perduodančių šią žinutę, matoma, kad čia naudojamos kelios aktyvios priemonės. Visų pirma – suklastotas laiškas Indijos laikraščiui, prisistatant amerikiečių mokslininku. Toliau – autoriai, prisidengę išgalvotomis pavardėmis. Tokie atvejai pasirodydavo Vakarų spaudoje. Vis dėlto, kalbant apie aktyvias priemones, dažniausiai ir

⁶¹ Selvage, 71–123.

⁶² KGB. „Information nr. 2742 [to Bulgarian state security]“, 1987.

⁶³ Boghardt, 1–2.

⁶⁴ Ten pat.

geriausiai buvo išnaudojami „naudingi idiotai“ – teorija apie JAV kuriamą biologinį ginklą buvo aktyviai skelbiama ir tikrų žurnalistų, patikėjusių šia dezinformacija. Šiuo atveju pasitarnavo ir savo teorija įsitikinę mokslininkai, ir žmonės, skleidžiantys įvairius gandus. Vadinamasis „iš lūpų į lūpas“ įrankis, dažnai naudojamas strateginėje komunikacijoje, šiuo atveju padėjo dezinformacijai išplisti taip plačiai, kad ja tikinčių galima rasti iki šių dienų.

COVID-19 atvejis

Nagrinėjant turimą medžiagą – surinktas ekrano nuotraukas, internete dar tebesančius netikrus straipsnius ir socialinių tinklų įrašus, taip pat ekspertų analizes – matoma, kad skirtingoms žinutėms skleisti renkamosi vis kiti būdai įvardijant autorystę. Kai kuriuose publikuotuose straipsniuose autorystė nėra nurodoma visai, tik šaltinis, pvz., žinoma naujienų agentūra. Toks atvejis buvo fiksuotas, kai BNS („Baltic News Service“) vardu prisidengiant platintas straipsnis apie tai, jog Lietuvoje koronavirusu serga NATO karininkas. Be konkrečių autorių buvo publikuojamos ir naujienos JAV 1-osios kavalerijos divizijos, 2-osios brigados 9-ojo pulko tinklaraštyje, kuris vienas pirmųjų paskelbė ir apie neva sergantį karininką. Buvo imituojama, kad naujienas tinklaraštyje skelbia patys kariai.

Siekiant apgauti neretai prisidengiama ir pagrindiniais šalių portalais. Suklastotose ekrano nuotraukose būna matomas straipsnis, iš pirmo žvilgsnio tikrame naujienų tinklalapyje (žr. 5 priedą). Tokiu atveju ir autoriais neretai nurodomi žurnalistai, iš tiesų dirbantys portale, kuriuo apsimetama. Tokia strategija pasinaudojo sukčiai, skleidami naujieną apie koronaviruso protrūkį Lietuvoje. Tiesa, vieno žurnalistų vardas buvo parašytas klaidingai (Edgar vietoje Edgaras).

Nors rusakalbiuose portaluose, ypač propagandiniuose „Sputnik“, „Rubaltic“ ir kt., būna ir autentiškų žurnalistų pavardžių, pvz., apie neva Latvijoje gaminamą koronavirusą rašiusi Oksana Pykh, vis dėlto koronaviruso dezinformacijos kampanijoje neretai pasitelkiama ir dar viena autorystės nurodymo taktika – vadinamasis „ghostwriting“, t. y. kai autoriais nurodomi neautentiški, išgalvoti žmonės. Detaliau ši strategija aprašyta „Fireeye“ ataskaitoje. Koronaviruso dezinformacijos kampanijoje tokios autorystės fiksuota ne kartą, pvz., išgalvoti žurnalistai Edgars Palladis ir Vairis Godmanis Latvijoje ir politiku bei žurnalistu prisistatantis Tomas Kurtinaitis.⁶⁵

Įvairioms dezinformacinėms žinutėms skleisti taip pat dažnai naudojami ir suklastoti laiškas. Pvz., paskleidus žinią apie koronavirusą į Latviją atvežusius kanadiečių karius, Latvijos užsienio reikalų ministrą pasiekė „žurnalistų“ laiškas, siekiant išprovokuoti reakciją. Apie tai rašoma NATO

⁶⁵ FireEye. „‘Ghostwriter’ Influence Campaign“, Milpitas: FireEye, 2020.

tinklalapyje.⁶⁶ Laiško iš netikro asmens, Edgardo Palladžio, sulaukė ir Latvijos visuomeninis transliuotojas lsm.lv, kuriame pranešama apie užsikrėtusius karius.⁶⁷ Suklastotų laiškų sulaukė ir Lietuvos žiniasklaida. Pvz., „Delfi“ redakcija sulaukė laiško anglų kalba iš neva Krašto apsaugos ministerijos strateginės komunikacijos departamento darbuotojo, pranešančio apie būsimas pratybas. Suklastoti neva Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamento darbuotojo laiškai buvo išsiųsti ir Lenkijos gynybos ministerijai, NATO štabui, keliems Krašto apsaugos ministerijos darbuotojams.⁶⁸

Prie netikrų autorių taip pat galima priskirti ir neegzistuojančių asmenų anketas socialiniuose tinkluose, iš kurių skleidžiama dezinformacija apie, pvz., sumeluotą virusą. Tai yra vadinamieji „troliai“, kuriems už dezinformacijos skleidimą mokama. Nors literatūroje, aprašančioje aktyvias priemones, tokios sąvokos nėra, ji aktuali tapo tik atsiradus internetui. Tai – apie 2016-uosius atsiradęs reiškinys, kai finansuojami asmenys komentuoja po naujienų portalų straipsniais, taip pat socialiniuose tinkluose dalinasi norimais, užsakovui palankiais naratyvais. Nagrinėjant, pvz., „Facebook“ skleistą dezinformaciją, akivaizdu, kad toli gražu ne visos anketos yra autentiškų žmonių, o nuotraukos neretai sukuriamos dirbtinio intelekto. Vis dėlto, be „trolių“ skleidžiant dezinformaciją pasitarnavo ir „naudingi idiotai“, gausiai besidalinantys netikromis naujienomis socialiniuose tinkluose ir patys kuriantys melagingą turinį.

Taigi, nors aktyvių priemonių sąvoka atsirado Šaltojo karo metu, Sovietų Sąjungoje, analizuojant šiais laikais taikomus įrankius dezinformacijos skleidimui, akivaizdu, kad jos taikomos ir koronaviruso kampanijoje. Nurodant autorius prie dezinformacinių straipsnių, analizuojamoje COVID-19 kampanijoje naudojamos šios aktyvios priemonės: apsimetama realiais žurnalistais, prisidengiama išgalvota tapatybe. Čia galioja ir tie atvejai, kai prisidengiama kitų žurnalistų pavardėmis, tiek ir tie, kai autoriai buvo tiesiog išgalvojami ir būna pasitelkiamas vadinamasis „ghostwriting“. Suklastoti laiškai, socialiniuose tinkluose ir naujienų portaluose komentujančių „trolių“ bei „naudingų idiotų“ išnaudojimas dezinformacijai skleisti taip pat laikytini aktyviomis priemonėmis.

Palyginimas

⁶⁶ NATO. „NATO’s approach to countering disinformation: a focus on COVID-19“, 2020.

<<https://www.nato.int/cps/en/natohq/177273.htm>> [žiūrėta 2020 11 19].

⁶⁷ Mike Collier. „Opinion: The Fake News Catch-22“, 2020. <<https://eng.lsm.lv/article/features/commentary/opinion-the-fake-news-catch-22.a357224/>> [žiūrėta 2020 11 19].

⁶⁸ Vaidas Saldžiūnas. Sukčiai naudojami koronavirusu: apsimetę pareigūnais baugina apie neva slepiamą informaciją, 2020. <<https://www.delfi.lt/news/daily/demaskuok/sukciai-naudojasi-koronavirusu-apsimete-pareigunais-baugina-apie-neva-slepiama-informacija.d?id=83829475>> [žiūrėta 2020 12 17].

Kaip matome, tarp dezinformacinių žinučių autorių AIDS ir COVID-19 kampanijose galima rasti nemažai bendrumų. Tiek vienoje, tiek kitoje kampanijoje naudoti netikri autoriai išgalvotais vardais, tad „ghostwriting“ apraiškų, nors ir skamba naujai, buvo galima aptikti jau sovietmečiu. Vis dėlto, išgalvotiems autoriams patekti į laikraščių puslapius Šaltojo karo laikais buvo paprasčiau, tuo metu koronaviruso kampanijoje išgalvoti autoriai dažniausiai minimi tik portaluose, kurie yra žinomi kaip dezinformacijos sklaidėjai.

Kitas panašumas – realūs autoriai. Tiesa, Šaltojo karo metu tikrų žurnalistų, rašančių apie galimai dirbtinę AIDS kilmę pasitaikydavo tiek tarp vakarų, tiek tarp sovietų. Šiais laikais, dėka interneto ir kitų technologijų, informaciją patikrinti lengviau, todėl žurnalistus Vakaruose kur kas sudėtingiau įtikinti sąmokslu teorijomis. Tačiau propagandiniuose Kremliaus valdomuose laikraščiuose ten dirbantys autoriai savo pavardžių neslepia.

Kaip ir AIDS kampanijoje, taip ir COVID-19 didelė pagalba dezinformacijos platintojams yra vadinamieji „naudingi idiotai“. Tiesa, AIDS atveju jie buvo ne tokie efektyvūs – jei tuomet gandai sklisdavo „iš lūpų į lūpas“, komunikuojant gyvai, tai COVID-19 dezinformacija ja patikėję žmonės dalinasi kur kas plačiau, su žymiai didesne auditorija ir greičiau. Kadangi internetas šiais laikais kiekvieną „įgalino“ tapti autoriumi, sąmokslu teorijomis patikėję žmonės ima kurti „Youtube“ vaizdo įrašus, taip pat ir įrašus „Facebook“ ar „Twitter“ kanaluose, aiškindami tai, ką pavyko „sužinoti“ apie netikrą virusą, nereikalingas kaukes ir pan. Tiesa, tiriamo laikotarpio įrašų neliko daug, nes didieji socialiniai tinklai ėmėsi aktyvios kovos su dezinformacija, tad nemažai publikacijų ir net ištisų grupių, skirtų būtent melagingai informacijai skleisti, buvo panaikinta.

Vis dėlto platforma „naudingiems idiotams“ nėra vienintelė naujovė šių laikų dezinformacijos kampanijoje. Naujosios technologijos suteikė galimybę platinti netikras naujienas prisidengiant tikrų žurnalistų vardais – tokiam veiksmui atlikti pakanka pasinaudoti bet kuria vaizdo redagavimo programa, kad prie melagingos naujienos būtų galima „įklijuoti“ žinomų autorių pavardes.

Taigi, nors naujos technologijos atvėrė daugiau galimybių dezinformacijos sklaidai, iš esmės melagingų žinučių autoriai abejais atvejais liko nepakitę arba pakitę neženkliai. Tiek sovietinėje, tiek šiuolaikinėje dezinformacijos kampanijoje naudojamos panašios aktyvios priemonės nurodant autorystę: tai suklastoti laiškai, išgalvoti asmenys bei naudingi idiotai. Nors, priešingai nei sovietų atveju, šiais laikais realūs vakarų žurnalistai netikrų žinučių neskleidžia dėl kur kas prieinamesnio faktų tikrinimo, „naudingi idiotai“ išnaudojami socialinėse medijose, be to, šios priemonės svarba gerokai išaugo dėl didesnio masto žinutės sklaidos. Taip pat atsirado ir nauja priemonė – „troliai“, arba apmokami komentatoriai.

Šaltiniai, kuriais remiamasi

AIDS atvejis

Nors įvairūs dezinformaciniai pranešimai buvo platinami ir kaip skaitytojų nuomonės arba autentiški autoriniai tyrimai (Segalų atveju), daugumoje straipsnių buvo remiamasi ir konkrečiais šaltiniais tam, kad informacija atrodytų legitimi. Pavyzdžiui, anoniminiame laiške „Patriot“ laikraščiu minima visuomenei prieinama Jungtinių Valstijų biologinio ginklo programa bei cituojami amerikietiški laikraščiai: „U.S. News & World Report“, „Associated Press“, „Army Research“, „Development & Acquisition“⁶⁹. Legitimia amerikiečių žiniasklaidos kompanijos „U.S. News & World Report“ publikuota statistika buvo pasiremiam ir jau minėto žurnalisto V. V. Zapelvalovo straipsnyje apie iš JAV sklindantį pavojų trečiosioms šalims.⁷⁰

Skleidžiant dezinformacines žinutes šaltiniais taip pat dažnai buvo nurodomos oficialios sveikatos organizacijos: buvo remiamasi tikrais arba suklastotais jų duomenimis. Pats organizacijos paminėjimas tarsi suteikdavo patikimumo straipsniui. Pavyzdžiui, KGB kreipimesi į Bulgarijos saugumo departamentą prašoma platinti žinutę apie pavojų trečiosioms šalims ir nurodoma remtis Pasaulio sveikatos organizacija (PSO), kuri yra minėjusi, jog besivystančios šalys yra pažeidžiamiausios AIDS klausimu.⁷¹ Kitos organizacijos – Atlantos Ligų kontrolės centro – duomenys minimi minėtame „Kentucky New Era“ straipsnyje.

Dar vienas šaltinis, kuriuo buvo remiamasi labai dažnai, platinant dezinformaciją apie biologinį ginklą, buvo jau minėtas J. Segalas. Būtent jo tyrimai cituojami Didžiosios Britanijos dienraštyje „Sunday Express“, Afrikos spaudoje. Vakarų spauda taip pat kalbino pačius Segalus ir publikavo jų interviu. Tiesa, jie – ne vieninteliai mokslininkai, kurių pavardės minėtos kalbant apie dirbtinę AIDS prigimtį. Pavyzdžiui, tarptautinės radijo stoties „Radio Moscow World Service“ transliacijoje buvo pasiremiam Londono venerologo Johno Seale'o teiginiais, kad ŽIV – genetinės inžinerijos vaisius (nors šis mokslininkas ir neteigė, jog AIDS – konkrečiai JAV ar sovietų darbas).⁷²

Taip pat šioje kampanijoje nevengta mokslinių tyrimų ir klastoti. Pavyzdžiui, biologinio ginklo teoriją pagrindė „moksliniai tyrimai“ iš Vokietijos Demokratinės Respublikos, patvirtinantys, kad

⁶⁹ Boghardt, 1–2.

⁷⁰ Ten pat.

⁷¹ KGB. „Information nr. 2955 [to Bulgarian state security]“, 1985.

⁷² Selvage, 71–123.

AIDS kilo JAV, o ne Afrikoje.⁷³ Taip pat suklastoti tyrimai buvo pasitelkiami ir siekiant įrodyti JAV saugumo kaltę dėl AIDS bei bandant išgauti JAV prisipažinimą kūręs biologinį ginklą.⁷⁴

Straipsniuose, teigiančiuose, kad AIDS – JAV kurtas biologinis ginklas, taip pat neretai buvo remiamasi ir jau minėtu Indijos laikraštyje „Patriot“ spausdintu anoniminiu straipsniu. Jis buvo cituojamas tiek „Sunday Express“ ar „Daily Telegraph“, tiek „Literaturnaya gazeta“. Verta atkreipti dėmesį, kad tarp minimus straipsnius ir cituojamą šaltinį skyrė poros metų skirtumas (1983 – „Patriot“, 1985 – „Literaturnaya gazeta“, 1986 – „Sunday Express“ ir „Daily Telegraph“). Taigi galima daryti prielaidą, kad dezinformacijos kampanija planuota buvo gerokai anksčiau, nei pasklido plačiai pasaulyje.

Nurodant šaltinius skleidžiamose netikrose žinutėse naudojamos kelios aktyvios priemonės. Pirmą – citavimas savo pačių sukurtų naujienų, kaip, pvz., „Patriot“ atveju. Taip pat – faktų sugretinimas su melu, oficialių organizacijų citavimas, viešai prieinamos statistikos naudojimas taip suteikiant savo skleidžiamam naratyvui įsivaizduojamo legitimumo. Taip pat šiam tikslui dažnai buvo cituojama (net jei citata buvo išgalvota) įvairi Vakarų spauda.

COVID-19 atvejis

Nagrinėjant COVID-19 pirmosios bangos dezinformacijos kampanijos metu skleistas žinutes, matoma, jog pranešimuose dažnai vartojamos išgalvotos citatos. Tokių pavyzdžių galima rasti ne vieną: publikacijoje apie neva susirgusį karininką cituojamas JAV bataliono vadas Stevenas Johnsonas, pranešime apie protrūkį Lietuvoje pateikiama tuometinio Sveikatos apsaugos ministro Aurelijaus Verygos neva išsakyta mintis, o skelbiant apie neatšaukiamas pratybas cituojamas tuometinis Krašto apsaugos ministras Raimundas Karoblis. Išgalvotu interviu remiamasi ir Egdaro Palladžio straipsnyje apie į Latviją COVID-19 atvežusius kanadiečių karius. Čia pateikiama neva Kanados pareigūno citata apie užsikrėtusius karius. Vis dėlto ne visos citatos dezinformaciniuose straipsniuose yra išgalvotos. Pavyzdžiui, „Sputnik“ publikuotame straipsnyje apie grėsmę Europos Sąjungai cituojamas kito propagandinio portalo „RuBalti.ru“ autorius Aleksandras Nosovičius (žr. 6 priedą)

COVID-19 kampanijoje užfiksuotas ir atvejis, kai remiamasi kitu melagingu šaltiniu. Taip nutiko neva susirgusio NATO karininko atveju – pirmiausia žinutė buvo publikuota neva JAV 1-osios kavalerijos divizijos, 2-osios brigados 9-ojo pulko tinklaraštyje anglų kalba ir tik vėliau išversta į

⁷³ Division X Of The Hauptverwaltung Aufklärung (Hva/X) Of The Ministry Of State Security (Mfs). „Plan For Common And Coordinated Active Measures Of The Intelligence Organs Of The Mof Of The Pr Bulgaria And The Mfs Of The Gdr For 1987 And 1988“, 1986. <<https://digitalarchive.wilsoncenter.org/document/208947>> [žiūrėta 2020 m. lapkričio 29 d.].

⁷⁴ KGB. „Information nr. 2742 [to Bulgarian state security]“, 1987.

lietuvių kalbą.⁷⁵ Kitu melagingu šaltiniu remiamasi ir kxan36news.com publikuotame straipsnyje, kuriame laužyta anglų kalba aprašomas eksperimentas, paremtas „Sputnik“ ir newsbalt.ru skleista naujiena apie iš restorano Jūrmaloje gegužės 9-ąją neva išvarytą rusų šeimą, pasipuošusią Šv. Jurgio juostelėmis (žr. 7 priedą).⁷⁶

Taip pat dezinformacinėse žinutėse nevengiama cituoti ir valstybinio ar pasalinio lygio organizacijų, kad pateikiami melai atrodytų realiau. Šaltiniais tyrinėtose žinutėse nurodoma ir Lietuvos Krašto apsaugos ministerija, ir PSO, kai rašomi melai apie koronavirusą. Ypač dažnai pastarosios iškraipyta statistika buvo pateikiama „Facebook“ įrašuose ar kituose socialiniuose tinkluose. Taip pat čia neretai buvo cituojami ir įvairūs mokslininkais prisistatantys „Youtube“ vaizdo įrašų kūrėjai, tačiau dauguma tokių įrašų jau pašalinta. Tai, kad tokia priemonė, kaip melagingų faktų sugretinimas su tikrais, naudojama ir COVID-19 atveju, sakė „Demaskuok.lt“ analitikas Algirdas Kazlauskas: „didžiausia problema yra ta, kad dezinformacinėse žinutėse įprastai yra dalis tiesos, o tai jas paverčia labiau įtikinamomis“.⁷⁷

Nurodant šaltinius taip pat pastebėta ir atvejų, kur, kaip jau minėta, prisidengiama oficialių naujienų agentūrų pavadinimu. Taip atsitiko, kai BNS vardu, įsilaužus į tam tikrus lietuvių portalus, platinta naujiena apie sergantį karį.

Aktyvios priemonės, naudojamos nurodant informacijos šaltinius, buvo šios: išgalvotos citatos; savo melagingos naujienos, publikuotos kitur, pavertimas šaltiniu; taip pat tiesos suliejimas su melu ir oficialių organizacijų ar valstybės pareigūnų citavimas. Užfiksuotas ir atvejis, kai šaltiniu melagingai nurodoma tikra, egzistuojanti naujienų agentūra.

Palyginimas

Nagrinėjant šaltinius, kuriais remiamasi skleidžiant netikras naujienas, nesunku pastebėti, kad tiek sovietų naudoti įrankiai, tiek ir naudojami šiuolaikinėse dezinformacijos kampanijose, labai panašūs. Abiejose kampanijose dažnai cituojami (nors ir melagingai) tikri žmonės, pareigūnai, taip pat dažnai remiamasi oficialių organizacijų duomenimis. Tiek AIDS, tiek COVID-19 dezinformacijos kampanijų netikrose naujienose nevengiama remtis PSO pateikiama statistika, tiek ją iškraipant (ypač

⁷⁵ Vaidas Saldžiūnas. „Paniką dėl koronaviruso sėja ir įsilaužėliai: nusitaikė į JAV karius Lietuvoje“, 2020. <<https://www.delfi.lt/news/daily/demaskuok/panika-del-koronaviruso-seja-ir-isilauzeliai-nusitaike-i-jav-karius-lietuvoje.d?id=83419671>> [žiūrėta 2020 11 19].

⁷⁶ Kxan36news.com. „Russian ribbon of St. George ran the restaurant in Jurmala“, 2020. <<https://www.kxan36news.com/russian-ribbon-of-st-george-ran-the-restaurant-in-jurmala>> [žiūrėta 2020 12 17].

⁷⁷ Delfi.lt. „Karantino metu suaktyvėjo dezinformacija: ištyrė plintančias melagingas naujienas“, 2020. <https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/karantino-metu-suaktyvejo-dezinformacija-istryre-plintancias-melagingas-naujienas.d?id=83950937&fbclid=IwAR3i0_4wJhQn8JC_9KRtHxSIB_qeaEwtwv1njsq8IXQ8XNBHcTOVS5I2fVc> [žiūrėta 2020 12 17].

socialinių tinklų atveju), tiek pasinaudojant ja, norint pateikti naujieną taip, kaip patogia dezinformacijos kūrėjui (AIDS atveju, kai siekta kurstyti baimę trečiojoje šalyje).

Pateikiant melagingas naujienas šiuolaikinės kampanijos metu, rečiau negu Šaltojo karo metu cituojami oficialūs naujienų portalai. Jei AIDS kampanijos atveju buvo galima aptikti minimus tokius šaltinius kaip „U.S. News & World Report“, „Associated Press“, „Army Research“, „Development & Acquisition“, COVID-19 melagingose žinutėse nedažnai galima rasti „LRT“, „Delfi“, „15min“ ir kitų naujienų portalų ar laikraščių citatų. Tačiau prisidengiant naujienų portalais būna skleidžiamos žinutės, kai jais apsimetama, pvz., nuorodos socialiniuose tinkluose, su vizualiai panašiais tinklalapių pavadinimais.

Kaip sovietmečiu, taip ir dabar kuriant dezinformacijos žinutes nevengiama remtis ir šaltiniais, kuriuose patiekiami ta pati melaginga informacija. AIDS kampanijoje toks pavyzdys buvo po poros metų nuo pirmo pasirodymo tiek vakarų, tiek sovietų spaudoje pradėtas cituoti Indijos „Patriot“ laikraštyje spausdintas anoniminis laiškas. Tuo metu COVID-19 atveju naujienose buvo cituojamas netikras NATO karininkų tinklaraštis, taip pat vieni kitus skleidžiant įvairias naujienas cituoja Kremliaus valdomi portalai „Sputnik“, „Newsbalt“, „RT“ ir kt.

Taigi, šaltinių pateikimo ir citavimo strategijos, tad ir aktyvios priemonės, abejais laikotarpiais buvo pakankamai panašios, išskyrus oficialių laikraščių citavimą, taikytą sovietų. Vietoje to, oficialiais žiniasklaidos šaltiniais prisidengiama kitais būdais, išnaudojant socialines medijas; tai bus aptarta toliau šiame darbe.

Tikslai

AIDS atvejis

Pagrindinis sovietų dezinformacijos kampanijos tikslas – skleisti anti-amerikietiškas nuotaikas. Kaip rašoma KGB dokumente, skirtame Bulgarijos saugumo departamentui, skleidžiant dezinformaciją siekiama „sukurti [sovietams] palankią nuomonę užsienyje, kad ši liga yra slaptų eksperimentų su naujo tipo biologiniu ginklu, vykdomų slaptųjų JAV tarnybų, rezultatas <...>“.⁷⁸ Vis dėlto kiekvienos skleistos žinutės tikslai buvo ir smulkesni. Pavyzdžiui, pagrindine žinute, jog AIDS – JAV kuriamo biologinio ginklo pasekmė, buvo siekiama ne tik sukurti sovietams palankią nuomonę apie JAV vakaruose, bet ir skatino prieš amerikiečius nukreiptas nuotaikas Afrikos žemyne. Šiam tikslui puikiai padėjo ir pačių amerikiečių skleista teorija, kad liga kilo Afrikoje, iš beždžionių.

⁷⁸ KGB. „Information nr. 2955 [to Bulgarian state security]“, 1985.

Žinutė, kad iš JAV importuojamas kraujas į trečias šalis pavojingas, buvo skirta ir baimės bei nesaugumo jausmo kūrimui. Buvo tikimasi trečiasias šalis priversti nebenorėti turėti bendrų reikalų su JAV.

Eskaluojuant „laboratorijos“ versiją taip pat buvo siekiama ir kitokių politinių rezultatų. Kaip rašoma KGB kreipimesi į Baltarusijos saugumo departamentą, skleidžiant žinią apie tai, kad JAV išnaudoja NATO sąjungininkes ginklų laikymui, buvo siekiama sudaryti JAV spaudimą prisipažinti, jog jos nesilaikė tarptautinių susitarimų ir, nors buvo sutarta kitaip, kūrė biologinius ginklus.⁷⁹ Taip pat šitaip buvo siekiama ir politinių kontroversijų pačių JAV viduje.

Tikslas akivaizdus ir analizuojant platintą žinutę, jog JAV kariai – pagrindiniai ligos nešiotojai. Skleidžiant tokią pranešimą, skatinant gandus, buvo siekiama sukelti priešiškus jausmus prieš JAV kariuomenės buvimą šalyse, kuriose dislokuotos JAV pajėgos.

COVID-19 atvejis

Kadangi koronaviruso pandemijos akivaizdoje dezinformacija skleista itin aktyviai, o jos žinučių kiekiai skaičiuojami šimtais vien Lietuvos mastu, įvairiais skirtingais naratyvais, nenuostabu, kad ir jų tikslai buvo nukreipti keliomis skirtingomis kryptimis. Visų pirma, aktyviai skleistos žinutės apie NATO karių užsikrėtimus tiek Latvijoje, tiek Lietuvoje buvo nukreiptos prieš sąjungininkus. Kaip Sveikatos apsaugos ministerijos pranešime žiniasklaidai teigė Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamento vyr. žinovas Mažvydas Kunevičius, tokios „informacinės atakos turėtų auginti nepasitikėjimą Lietuvos Vyriausybe ir kvestionuoti Lietuvos narystę Europos Sąjungoje ir NATO“.⁸⁰ Tokį siekį įvardija ir jau minėtas „Demaskuok.lt“ analitikas A. Kazlauskas: „Antras siekis – pakirsti žmonių pasitikėjimą demokratinėmis, taikią pasaulio tvarką palaikančiomis institucijomis – NATO ir Europos Sąjunga“.⁸¹

Kaip pirmą siekį A. Kazlauskas įvardijo tikslą „mažinti visuomenės pasitikėjimą autoritetais – sveikatos apsaugos sistema, akademikais, gydytojais ir mokslu iš esmės“.⁸² Čia kalbama apie žinutes, skelbiančias apie koronaviruso neegzistavimą, diskredituojančias mokslininkus, karantino

⁷⁹ KGB. „Information nr. 2742 [to Bulgarian state security]“, 1987.

⁸⁰ Lietuvos Sveikatos apsaugos ministerija. „Experts warn: false information on COVID-19 on social media spreads fast“, 2020. <<https://sam.lrv.lt/en/news/experts-warn-false-information-on-covid-19-on-social-media-spreads-fast>> [žiūrėta 2020 11 19].

⁸¹ Delfi.lt. „Karantino metu suaktyvėjo dezinformacija: ištyrė plintančias melagingas naujienas“, 2020. <https://www.delfi.lt/m360/naujaisi-straipsniai/karantino-metu-suaktyvejo-dezinformacija-istryre-plintancias-melagingas-naujienas.d?id=83950937&fbclid=IwAR3i0_4wJhQn8JC_9KRtHxSIB_qeaEwtwv1njsq8IXQ8XNBHcTOVS5I2fVc>> [žiūrėta 2020 12 17].

⁸² Ten pat.

įvestų priemonių efektyvumą ir kt. Tuo pačiu tokiomis „naujienomis“ buvo siekiama ir bauginti žmones, sėti nežinią ir nerimą.

Visuomenės bauginimui buvo skirtos ir melagienos apie užsikrėtusius karius, fiksuotus protrūkius. Tokiomis žinutėmis siekta kelti nerimą, nesaugumo jausmą, taip pat – nepasitikėjimą valdžia dėl tokios informacijos neva slėpimo.

Koronavirusas išnaudotas ir, pasitelkiant dezinformaciją, kurstyti tautinę neapykantą. Tai itin akivaizdu Latvijos atveju, kurioje vien gegužę užfiksuotos 87 žinutės apie pandemijos metu plintančią rusofobiją. Tuo tarpu Lietuvoje nustatytos 7 tokios žinutės, o Estijoje – 4.⁸³

Palyginimas

Išanalizavus abiejų kampanijų tikslus, kuriems siekti pasitelkiamos aktyvios priemonės, pagrindinis matomas skirtumas yra tikslų skaičius. AIDS kampanijos atveju pagrindinis tikslas buvo skleisti neapykantą JAV. Tuo metu koronaviruso dezinformacijos kampanijoje priešiskumas JAV ir NATO kariams – tik vienas iš tikslų, nors jam taip pat skirta nemažai dėmesio.

Tiek AIDS, tiek COVID-19 kampanijoje išryškėjo ir tikslai skleisti paniką, nerimą. Abiem atvejais pasaulyje išplitusi iki tol nežinomos ligos pandemija buvo tikslingai išnaudota, pasinaudojant tvyrančia nežinomybe.

Koronaviruso atveju išskirta ir daugiau tikslų: kelti nepasitikėjimą valstybių valdžia bei ES, diskredituoti mokslą ir skatinti tautinę neapykantą. Tokių tikslų nebuvo įvardinta AIDS kampanijoje. Vis dėlto, nors koronaviruso atveju tikslų buvo daugiau, abiejose kampanijose išlieka ketiniai: priešinti, diskredituoti, apgauti, suklaidinti, sėti baimę ir nerimą.

Kanalas

Kokios medijos naudojamos?

AIDS atvejis

Analizuojant to laiko medijas, būtina atsižvelgti į tai, kad tuo metu medijos nebuvo tokios įvairios ir taip plačiai paplitusios, kaip šiais laikais. Daugiausia koncentruotasi į kelias pagrindines medijas.

Iš atliktos analizės ir rastų pavyzdžių akivaizdu, kad pagrindinė medija buvo spauda. Visiškai dominuojantis kanalas buvo laikraščiai. Būtent į juos dažniausiai buvo nukreipiamos tokios aktyvios priemonės kaip suklastoti laiškai ar neautentiški autoriai. Melagingoms naujienoms skleisti buvo

⁸³ Delfi.lt. „Demaskuok.lt“: daugiausiai dezinformacijos apie COVID-19 gegužę fiksuota Latvijoje“, 2020. <<https://www.delfi.lt/m360/naujaisi-straipsniai/demaskuoklt-daugiausiai-dezinformacijos-apie-covid-19-geguze-fiksuota-latvijoje.d?id=84505147>> [žiūrėta 2020 12 17].

išnaudojami tiek rusiški, tiek Vakarų laikraščiai, kurių redakcijas pavykdavo įtikinti savo skleidžiamomis teorijomis.

Tarp naudojamų spaudos kanalų buvo ir brošiūros. Vienas žinomiausių tokių atvejų, jau minėtų mokslininkų Segalų išleista ir platinama vadinamoji Hararės brošiūra, pavadinimu „AIDS: JAV – namie sukurtas blogis; NE importuotas iš Afrikos“ (žr. 8 priedą). Ji buvo išleista Zimbabvės Hararės mieste ir platinama Afrikoje. Nors, kaip rašyta anksčiau šiame darbe, nėra tiksliai žinoma, ar KGB turėjo įtakos tam, kad Segalai ėmėsi šios temos, HVA/X direktoriaus pavaduotojas Wolfgangas Mutzas užsiminė, kad HVA prisidėjo prie brošiūros kopijavimo ir platinimo.⁸⁴

Dezinformacijai skleisti taip pat buvo naudojamos ir radijo transliacijos. Vienas tokių pavyzdžių – jau minėta transliacija tarptautinėje radijo stotyje „Radio Moscow World Service“, kurioje buvo skelbiama, kad ŽIV – genetinės inžinerijos rezultatas.

Taigi, kuriant aktyvių priemonių modelį AIDS dezinformacijos kampanijai, buvo kuriama strategija, visų pirma, kaip pasiekti vietinę ir tarptautinę spaudą. Tam panaudotas užsienio tarnybų įtraukimas, pvz., KGB kreipimasis į Bulgarijos saugumo departamentą su prašymu skleisti dezinformaciją buržuazinėje spaudoje. Taip pat ir kitų užsienio šalių žiniasklaidos įtraukimas – tiek prašant, kad Bulgarijos tarnybos pakleistų norimą žinutę apie tai, kad AIDS platina JAV kariai, paplatintų Turkiškoje spaudoje⁸⁵, tiek ir skleidžiant melagingas naujienas trečiųjų šalių žiniasklaidoje.

COVID-19 atvejis

Šios kampanijos atveju pilna galia išnaudojamos šiuolaikinės technologijos. Melagingos žinutės įvairiausiai kanalais skleidžiamos internete. Visų pirma, akys krypsta į naujienų portalus, nes būtent čia žmonės dažniausiai ieško naujienų. Nieko keisto, kad dauguma melagingų žinučių pasirodo prokremliškuose tinklalapiuose. „Debunk.eu“ nurodė, kad vien gegužės mėnesį daugiausiai dezinformacinių žinučių rasta tokiuose portaluose kaip sputniknewslv.com, rubaltic.ru, laisvaslaikrastis.lt, baltnews.com, ekspertai.eu ir kt.⁸⁶

Vis dėlto, netikrų naujienų buvo galima rasti ne tik portaluose, žinomuose kaip dezinformacijos skleidėjai, bet ir oficialiose, patikimose interneto svetainėse. Šiuo atveju buvo pritaikoma akivaizdžiai agresyvi aktyvi priemonė – įsilaužimas į naujienų portalus ir nelegaliai juose paplatinama norima

⁸⁴ Douglas Selvage; Christopher Nehring. „Operation “Denver”: KGB and Stasi Disinformation regarding AIDS“, 2019 <<https://www.wilsoncenter.org/blog-post/operation-denver-kgb-and-stasi-disinformation-regarding-aids>> [žiūrėta 2021 01 02].

⁸⁵ KGB. „Information nr. 2742 [to Bulgarian state security]“, 1987.

⁸⁶ Delfi.lt. „Demaskuok.lt“: daugiausiai dezinformacijos apie COVID-19 gegužę fiksuota Latvijoje“, 2020. <<https://www.delfi.lt/m360/naujaisi-straipsniai/demaskuoklt-daugiausiai-dezinformacijos-apie-covid-19-geguze-fiksuota-latvijoje.d?id=84505147>> [žiūrėta 2020 12 17].

žinutė. Pastaraisiais metais vien Lietuvoje tokių įsilaužimų buvo ne vienas. Iš nagrinėtų žinučių toks pavyzdys – kai buvo patalpinta dezinformacija apie sergantį kariškį net keliuose lietuviškuose tinklalapiuose: baltictimes.com, kauno.diena.lt, klaipeda.diena.lt, diena.lt, kasvyska.lt (žr. 9 priedą).

Dar vienas kanalas, dažnai pasitelkiamas COVID-19 dezinformacijos kampanijoje – socialiniai tinklai. Remiantis „Debunk.eu“ tyrimu, 2020–ųjų gegužę vien „Facebook“ kanalas buvo penktas pagal dažniausiai vartojamą tinklalapį netikroms naujienoms skleisti.⁸⁷ Socialiniai tinklai patogūs tuo, kad čia galima burtis į bendraminčių grupes, kuriose skleidžiama dezinformacija, be to, kiekviena publikuojama naujiena turi potencialią milžinišką auditoriją. Kaip minėta, socialiniuose tinkluose išnaudojami „naudingi idiotai“ ir interneto „troliai“.

Taip pat išnaudojamos ir kitos platformos, kuriose turinį kurti gali kiekvienas vartotojas. Vienas tokių – tinklalapis, kuriame naujienas skelbia patys žmonės – „Live Leak“. Čia, sukūrus netikro asmens paskyrą, buvo platinama ir anksčiau aprašyta žinutė apie planuojamas pratybas.

Dezinformacijai skleisti taip pat išnaudotos ir vaizdo kūrimo platformos, pvz., „Youtube“. Kurį laiką čia itin aktyviai plito įrašai, diskredituojantys mokslą, aiškinantys, kad COVID-19 neegzistuoja arba yra nepavojinga ir t.t. Plačiau apie vizualios medijos išnaudojimą bus rašoma tolimesnėje skiltyje.

Palyginimas

Medijos, naudojamos dezinformacijai platinti, yra vienas ryškiausių skirtumų tarp AIDS ir COVID-19 kampanijų. Pirmuoju atveju beveik visos melagingos naujienos ir gandai platinti spaudoje – laikraščiuose, skrajutėse ir pan. Taip pat vyko ir radijo transliacija, tačiau tokie atvejai nebuvo dažnai pasitaikantys, taigi ir analizuoti.

Tuo metu COVID-19 kampanijos metu praktiškai visa dezinformacija aptinkama internete. Jei naujienų portalai galėtų būti savotiškas prilyginimas tuometei spaudai, tai socialiniai tinklai ir suteikta platforma turinį kurti bet kam – visiška naujovė. Ja, kaip matoma iš anksčiau pateikto tyrimo, aktyviai naudojamos melagingai informacijai skleisti.

Vienas ryškus skirtumas, kalbant apie aktyvias priemones, yra užsienio šalių įtraukimas skleidžiant dezinformaciją. Jei AIDS kampanijos metu yra žinoma, jog KGB kreipėsi į Bulgariją, prašydama pagalbos platinti melus, tai nagrinėtoje medžiagoje apie COVID-19 kampaniją, kreipimusi į draugiškas valstybes dezinformacijai platinti neaptikta. Greičiausiai, tai ir nebebuvo itin aktualu, nes su programišių pagalba norimą naujieną įmanoma patalpinti ten, kur norima, kada norima, be kitų šalių įtraukimo.

⁸⁷ Ten pat.

Taip pat COVID-19 kampanijoje atsirado naujų aktyvių priemonių, nulemtų naujųjų technologijų. Tai – jau minėti įsilaužimai į naujienų portalus bei interneto „troliai“, kurių Šaltojo karo metu būti tiesiog negalėjo.

Vizualinės priemonės

AIDS atvejis

AIDS dezinformacijos kampanija vyko tuo metu, kai vizualinės medijos dar nebuvo stipriai pažengusios, todėl tyrimuose neįsivieja nuotraukų montažai, manipuliacijos ar vaizdo įrašai. Nagrinėtuose tyrimuose pagrindinės tuometės vizualinės medijos – televizijos – minima taip pat nėra.

Vis dėlto, galima pastebėti, kaip buvo iliustruojama spauda, nors ir joje, analizuojant archyvuose aptiktus laikraščių straipsnius, daug pavyzdžių neaptinkama. Ypač tai galioja vakarų spaudoje – dažniausiai joje pateikiamas tik plikas tekstas be jokių iliustracijų, arba įdėta tik cituojamo ar kalbinamo šaltinio nuotrauka (žr. 10 priedą). Vakarų spaudoje vizualika nebuvo pasitelkiama tam, kad būtų sustiprintas efektas, keliama panika, provokuojamos emocijos ar pan.

Tuo metu rusiška spauda buvo kiek vizualesnė. Čia buvo pridėtos gąsdinančios nuotraukos su ligoniais, JAV kariais (žr. 11 priedą). Taip pat buvo naudojamos ir Šaltojo karo metu sovietų pamėgtos karikatūros (žr. 12 priedą).

COVID-19 atvejis

Koronaviruso kampanijoje vizualios priemonės įdarbinamos beveik visada. Įvairūs vizualai įprastai naudojami prie daugelio publikuojamų naujienų. Neretai tai būna tiesiog asociatyvios greitosios pagalbos automobilių nuotraukos straipsnio iliustravimui, tačiau būna ir šurpių, keliančių nerimą. Taip siekiama atkreipti dėmesį, taip pat ir suteikti straipsniui legitimumo, mat naujienų portaluose šiais laikais įprasta talpinti straipsnius su nuotraukomis.

Tiesa, kai kuriais atvejais panaudojamos ir aprašomą įvykį iliustruojančios nuotraukos, nors ir išimtos iš konteksto. Toks pavyzdys – straipsnyje apie užsikrėtusį karininką pridėtos 9-ojo pulko nuotraukos iš seniau vykusių apdovanojimų ceremonijų, o vienoje nuotraukoje užfiksuotas ir užsikrėtęs karininkas. Taip tarsi teigiama, kad kiti nuotraukoje esantys žmonės turėjo kontaktą su užsikrėtusiuoju.

Tačiau vizualinės priemonės koronaviruso kampanijoje naudojamos ne tik straipsnių iliustravimui. Kaip rašyta teorinėje šio darbo dalyje, žmonės yra linkę tikėti tuo, ką mato, todėl melagingoms naujienoms pasitelkiamos ir nuotraukų redagavimo programos. Tai labiausiai išnaudojama imituoju tikrų portalų straipsnius – sukuriama netikrai „ekrano nuotrauka“, kurioje

matomas neva žinomo portalo straipsnis. Tokiomis nuotraukomis dažniausiai dalinamasi socialiniuose tinkluose ir uždaroje jų grupėse. Suklastota nuotrauka buvo dalinamasi ir Latvijos atveju, kai skleista žinia apie sergančius Kanados karių: „Facebook“ buvo išplatinta netikra ekrano nuotrauka iš neva kanadiečių NATO bataliono Latvijoje puslapyje, kuriame pranešama apie užsikrėtimus.⁸⁸ Taigi, manipuliavimą vaizdo medžiaga galima išskirti kaip dar vieną šių laikų aktyvią priemonę.

Be nuotraukų (tikrų ir padirbtų) dezinformacijos skleidėjai naudoja ir dar vieną vizualinę mediją – tai vaizdo įrašai. „Youtube“ ir kituose socialiniuose tinkluose neva ekspertai „atskleidžia“ koronaviruso sąmokslus. Vienas tokių pavyzdžių – platintas vaizdo įrašas, kuriame apsilankoma prie kelių Vilniaus ligoninių ir teigiama, kad jokie pacientų antplūdžio nėra, o virusas – išgalvotas (žr. 13 priedą). Vaizdo įrašai padeda dar įtikinamiau pateikti dezinformaciją.

Palyginimas

Lyginant AIDS ir COVID-19 dezinformacijos kampanijų metu naudotas vizualines priemones, taip pat, kaip ir kanalų atveju, aiškiai matomas skirtumas, kurį lėmė interneto atsiradimas ir technologijų prieinamumas. Jei AIDS atveju nuotraukos prie straipsnių pasirodydavo retai, koronaviruso atveju vienokiu ar kitokiu vizualu iliustruotas dažnas straipsnis, taip siekiant atrodyti legitimiai, pritraukti dėmesį, sukelti tam tikras emocijas.

Vis dėlto netikros su koronavirusu susijusios žinutės nebėra iliustruojamos karikatūromis, kurios buvo populiarios sovietmečiu. Tokios priemonės atsisakyta galimai dėl neveiksmingumo, tačiau tam įtakos galėjo turėti ir tai, kad šiais laikais pakankamai paprasta sumontuoti norimą nuotrauką, o realus (net jei tai tik iliuzija) vaizdas bet koku atveju turės daugiau įtakos negu pieštas. Taigi koronaviruso dezinformacinėse žinutėse, priešingai negu AIDS atveju, naudojamos ir vaizdo redagavimo programos bei jas išnaudojanti aktyvi priemonė.

Šalia to koronaviruso dezinformacijos kampanijoje atsiranda ir vaizdo įrašai. Šaltojo karo metu vaizdo įrašus pamatyti buvo galima nebent per televiziją, kurios redakciją apeiti nebuvo taip paprasta. Tuo metu šiais laikais vaizdo įrašus kurti ir juos platinti praktiškai neribotai auditorijai gali kiekvienas, kuomet ir pasinaudoja dezinformacijos kūrėjai.

Gavėjas

Į kokią auditoriją dezinformacija nukreipta?

AIDS atvejis

⁸⁸ FireEye. „‘Ghostwriter’ Influence Campaign“, Milpitas: FireEye, 2020.

Kaip jau minėta, AIDS dezinformacijos kampanijos metu skleistos, nors ir susijusios, tačiau tuo pat metu ir skirtingos žinutės. Taigi, jos ir nutaikytos buvo į skirtingas auditorijas. Plačiausiai skleista žinutė apie biologinį ginklą buvo nutaikyta į plačiausią auditoriją: tai trečiosios šalys, pvz., Indija ar Afrika, Bulgarijos buržuazija, kurios spaudoje KGB prašė skleisti dezinformaciją, vakarų šalys, siekiant, kad jos taip pat imtų JAV matyti priešiška.

Į tą pačią tikslinę auditoriją buvo nukreipta ir žinutė, kad JAV kariuomenė jau turi vaistą, tik nesidalija juo su likusiu pasauliu. Čia tikslinė auditorija tapo ir pačių JAV gyventojai, siekiant juos įbauginti pranešimais apie su civiliais žmonėmis atliekamus bandymus. Tuo pačiu taip siekta ir sėti nepasitikėjimą šalies valdžia.

Žinutė, kad AIDS plinta šalyse, kurios importuoja kraują iš JAV, buvo nukreipta į trečiašias šalis. Jų gyventojai buvo skatinami nusigrežti nuo Vakarų, nenorėti turėti bendrų reikalų su JAV. Taip pat kartu buvo siekiama įbauginti tų šalių gyventojus.

Dezinformacija apie į biologinio ginklo kūrimą ir dislokavimą įtrauktas NATO šalis buvo nukreipta tiek į pačias JAV ir jų gyventojus, tiek į NATO sąjungininkes. JAV gyventojai tokiomis žinutėmis buvo kiršinami, skatinami diskredituoti valdžios sprendimus, o štai šalis sąjungininkes tokiu naratyvu norėta paveikti taip, kad imtų įtariai žiūrėti į bet kokius NATO veiksmus.

Į šalių, kuriose dislokuotos NATO pajėgos, gyventojus taip pat buvo nukreipta ir žinutė apie tai, kad JAV kariai – pagrindiniai ligos platintojai. Šią auditoriją bandyta įtikinti kvestionuoti organizacijos reikalingumą, o galbūt net priversti atsisakyti šalyse dislokuotų karių.

COVID-19 atvejis

Kaip rašyta ankstesnėje dalyje, dezinformacija COVID-19 tema su skirtingomis žinutėmis skleista ir skleidžiama visame pasaulyje, todėl tikslinė auditorija priklauso nuo konteksto: tai gali būti ir Kinijos, ir JAV, ir Artimųjų Rytų gyventojai.

Vis dėlto šiame darbe nagrinėjama būtent Baltijos šalyse skleista dezinformacija, todėl pirmiausia melagingos naujienos nukreiptos į čia gyvenančius žmones. Ypač tai aktualu kalbant apie tuos pranešimus, kurių tikslas yra skleisti baimę, paniką, nepasitikėjimą valdžios veiksmais. Šiuo atveju tinkamas pavyzdys – pranešimai apie protrūkius šalyje tada, kai jų oficialiai dar nebuvo fiksuota.

Žinutė apie rengiamas pratybas, nepaisant koronaviruso grėsmės, buvo skirta keliems gavėjams. Visų pirma, tai buvo aktualu Lietuvos gyventojams, ypač tiems, kas gyvena netoli vietų, kur įsikūrę JAV kariai. Jiems pranešimai apie pratybas ir neskelbiamą karių judėjimą galėjo būti itin aktualūs, įsibaiminus, kad liga nebūtų paskleista tarp vietinių civilių. Taip pat šis pranešimas platintas ir anglų

kalba, tad auditorija buvo ir užsienio šalyse, siekiant atkreipti dėmesį, kad ignoruojama civilių sveikatos apsauga vardan pratybų.

Apie byrančią ES ir jos nesugebėjimą kontroliuoti pandemijos buvo kalbama kelioms tikslinėms auditorijoms, ir tai nebuvo tik Baltijos šalys, o visos narės. Jų gyventojai buvo skatinami kvestionuoti narystę ir jos svarbą, skatinami nacionalistiniai jausmai, kai buvo teigiama, jog galiausiai, krizės akivaizdoje, kiekviena šalis lieka kovoti už save.

Pranešimai apie suaktyvėjusią rusofobiją buvo nukreipti konkrečiai į Baltijos šalyse gyvenančius rusų tautybės žmones. Tokią išvadą sufleruoja ir „Debunk.eu“ tyrimas, kuriame matoma, jog dažniausiai ši žinutė skleista Latvijoje, kurioje rusų tautinė mažuma didžiausia Baltijos šalyse. Taip siekta visuomenę skaldyti, rusus jaustis nesaugiai Baltijos šalyse, tuo pačiu jausti priešišumą kitiems valstybės piliečiams.

Palyginimas

Nors šiame darbe analizuojama tik Baltijos šalyse skleista dezinformacija, pradžioje aprašyta, koks yra bendras šios kampanijos mastas. Kaip matome, jis aktualus visame pasaulyje, labai panašiai, kaip ir AIDS kampanijos atveju. Tiesa, čia nėra nurodomo vieno kaltininko: jei COVID-19 atveju kaltinamos ir kiršinamos vis kitos šalys, AIDS metu visose šalyse pandemijos kaltininkėmis buvo nurodomos JAV.

Dar vienas akivaizdus panašumas, kai kalba eina apie žinutės gavėjus – tai žmonės, kuriems aktualu NATO karių dislokavimas. Abejais atvejais siekta šalis partneres įbauginti dėl šalyje esančių dalinių, sėti nepasitikėjimą kariais ir organizacija apskritai.

Vis dėlto, kaip nustatyta analizuojant tikslus, jų gerokai daugiau buvo COVID-19 kampanijoje, taigi ir tikslinių auditorijų buvo proporcingai daugiau. Čia gavėjai suskirstyti ne tik į, pvz., NATO partnerius, bet ir ES sąjungininkes, taip pat dezinformacija buvo nukreipta ir į tautines mažumas.

IŠVADOS

Strateginė komunikacija svarbi įvairiose srityse. Specialistų žinios ir įgūdžiai taikomi tiek komercinėje rinkodaroje, kai siekiama pareklamuoti savo prekes ar paslaugas, tiek ir nepelno siekiančių organizacijų komunikacijoje, siekiant, kad jų idėja, veikla pasiektų kuo didesnę tikslinę auditoriją, taip pat siekiant daryti įtaką skleidžiamos žinutės gavėjams.

Komunikacija ir jos strategija išnaudojamos perduoti norimoms idėjoms, žinioms ir pan. Tačiau ji gali būti naudojama ir siekiant priešingų tikslų – t. y. apgauti, suklaidinti, įbauginti, supriešinti. Pasirinkus tam tikrus komunikacinius įrankius ir juose pritaikant aktyvias priemones, kuriamos pasaulinio masto dezinformacijos kampanijos – jų veikimas aptariamas šiame darbe.

Dezinformacija, kaip ir strateginė komunikacija, susiduria su labai panašiais iššūkiais, nors tikslai ir skiriasi. Tiek vienu, tiek kitu atveju susiduriama su publikos pažinimo iššūkiu – tam, kad norima žinutė būtų sėkminga, kiekvienai tikslinei auditorijai reikia pasirinkti atitinkamus įrankius. Taip pat susiduriama su sunkumu, kai reikia praeiti žiniasklaidos redaktorių „filtrus“: strateginėje komunikacijoje mezgami ryšiai su žurnalistais, galvojama, kaip kūrybiškai ir medijos vartotojams aktualiai pateikti norimą informaciją, tuo metu dezinformacijos kūrėjai ieško kitų būdų „apeiti“ redaktorių cenzūrą: siunčiami suklastoti laišakai, manipuluojama nuotraukomis, padirbinėjamos ekrano nuotraukos, o kartais – į norimą naujienų portalą tiesiog įsilaužiama ir patalpinama netikra naujiena.

Šiame darbe palygintos dvi kampanijos – sovietų Šaltojo karo metu skleista AIDS ir šiuolaikinė COVID-19. Šios kampanijos pasirinktos dėl, iš pirmo žvilgsnio, savo panašumo aplinkybių atžvilgiu. Abiem atvejais visame pasaulyje plinta iki tol nežinoma liga, žmonės gyvena baimėje, niekas tiksliai nežino, kaip liga atsirado, kaip ją gydyti, neaišku, kada pandemija liausis. Tokiomis sąlygomis žmonės noriai pasiduoda gaunamai dezinformacijai, o jos kūrėjai tai išnaudoja savo tikslams.

Darbo pradžioje buvo iškelti trys ginamieji teiginiai:

1. *Šiuolaikinė COVID-19 dezinformacijos kampanija atkartoja Šaltojo karo laikų AIDS dezinformacijos kampanijos principus.* Šis teiginys didžiąją dalimi pasitvirtino. Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad abi kampanijos dažnai sutampa tikslų, auditorijų ir naudojamų strategijų atžvilgiais. Abiejose kampanijose atsikartojo tokie tikslai kaip neigiamos nuomonės prieš JAV ir NATO formavimas, taip pat baimės, panikos skleidimas. Abi kampanijos turi panašias tikslines auditorijas, pvz., šalių, kuriose dislokuotos NATO pajėgos, gyventojai. Tiek vienoje, tiek kitoje kampanijoje neretai taikomos panašios aktyvios priemonės, siekiant paskleisti norimą naratyvą: suklastoti laišakai žiniasklaidai ir valstybinėms struktūroms, išgalvoti straipsnių autoriai, tiesos sugretinimas su melu,

suklastotos citatos, „naudingų idiotų“ išnaudojimas. Abiem atvejais nevengota prisidengti viešai prieinamais pasaulinių organizacijų duomenimis ar statistika. Koronaviruso atvejis labiausiai išsiskyrė tuo, kad, dėl kampanijos masto, čia visko daugiau. Didesne naratyvų skaičiaus apimtimi pasinaudojama siekiant daugiau skirtingų tikslų: atsiranda neapykantos tautiniu pagrindu skatinimas, mokslininkų ir valdžios struktūrų diskreditavimas, siekiama kvestionuoti narystę ne tik NATO, bet ir ES. Taigi, ir tikslinės auditorijos yra įvairesnės, pvz., išskiriamos tautinės mažumos.

2. *Strateginės komunikacijos modeliai ir įrankiai, skirti informuoti visuomenę, gali būti pritaikomi ir priešingiems tikslams: klaidinti, kiršinti, vykdant dezinformacijos kampanijas.* Šis teiginys pasitvirtino. Strateginės komunikacijos įrankiai, juos sujungus su aktyviomis priemonėmis, tampa dezinformacijos kampanijų įrankiais. Tiek planuojant strateginę komunikaciją, tiek rengiant dezinformacijos kampaniją, galioja tie patys principai: tikslų išsikėlimas, tikslinės auditorijos pasirinkimas ir jos pažinimas, taip pat kanalų, tinkamų norimai žinutei platinti, atsirinkimas. Abiem atvejais galioja ir strategijos, kaip pasiekti norimą kanalą, kūrimas. Būtent čia dezinformacijoje atsiranda aktyvios priemonės. Jei strateginėje komunikacijoje dažniausiai pasitelkiami ryšiai su žurnalistais, diplomatija ir kiti legalūs būdai, padedantys pasiekti informacijos sklaidą, tai norint patalpinti dezinformacines žinutes legitimioje žiniasklaidos priemonėje, tenka imtis agresyvių veiksmų. Tai yra ne tik įsilaužimai į naujienų portalus, atsiradę šiais laikais, bet ir abiejose kampanijose naudojamos jau išvardintos aktyvios priemonės. Taigi, nors tikslai ir būdai, kaip juos pasiekti per skleidžiamas žinutes, strateginėje komunikacijoje ir dezinformacijoje skiriasi, įrankiai ir kanalai yra tie patys: žiniasklaida, spauda, šiais laikais aktualūs socialiniai tinklai ir kt.

3. *Atsiradusios moderniosios technologijos suteikė naujų galimybių šiuolaikinėje dezinformacijoje pritaikant Šaltojo karo metu naudotas strategijas.* Šis teiginys pasitvirtino. Nagrinėjant šiuolaikinę COVID-19 kampaniją pagal sudarytą modelį, pavyko išskirti atsiradusių naujų kanalų ir galimybių dezinformacijos sklaidai. Visų pirma, technologijos ir interneto atsiradimas suteikė prieigą prie globalios auditorijos. Tai ir žinutės itin sparti sklaida paskatino dezinformacijos kūrėjus išsikelti daugiau skirtingų tikslų bei išsirinkti daugiau norimų pasiekti auditorijų. Atsiradusios techninės galimybės taip pat suteikė naujų galimybių pritaikant sovietines aktyvias priemones. Pavyzdžiui, „naudingų idiotų“ įdarbinimas, kuris buvo svarbus ir AIDS dezinformacijos kampanijoje, įgijo dar didesnę reikšmę atsiradus socialiniams tinklams ir platformai turinį kurti praktiškai kiekvienam gyventojui. „Naudingų idiotai“ turi galimybę plačiai skleisti savo teorijas, taip pat jie gali burtis į grupes, kuriose tomis pačiomis idėjomis besikeičiantys žmonės tik dar labiau patiki įvairiais melais. Taip pat atsirado techninių galimybių įvairiems klastojimams. Pasitelkus vizualines medijas galima vietoj sovietmečiu klastotų mokslinių tyrimų kurti ištikus dezinformacinius „dokumentinius“

filmus. Taip pat vietoj suklastotų žinomų žiniasklaidos priemonių citatų atsirado galimybė jas tiesiog imituoti, taip priverčiant naujiena patikėti daugiau žmonių, nes, kaip išsiaiškinta tyrime, žmonės linkę tikėti tuo, ką mato.

Taigi atlikta dviejų skirtingų laikmečių dezinformacijos kampanijų lyginamoji analizė atskleidė šiuos pagrindinius panašumus ir skirtumus:

Abiejose kampanijose buvo naudojama ta pati strategija, pasirenkant melagingų žinučių autorius. Abiem atvejais naudoti netikri laiškai, išgalvoti autoriai, pasitelkti ir „naudingi idiotai“, kurie dar didesnę aktualumą įgavo socialinių tinklų dėka. Dėl šiuolaikinių technologijų COVID-19 atveju atsirado galimybė apsimesti ir tikrais žurnalistais. Abiem tiriamais atvejais taip pat nurodomi ir šaltiniai: melagingos citatos, viešai prieinama statistika ir organizacijų duomenys į tekstą įdedami išimti iš konteksto, kad patvirtintų norimą naratyvą, taip pat cituotos pačių anksčiau išplatintos žinutės.

Tiek AIDS, tiek COVID-19 kampanijose aptinkami ir vienodi tikslai. Kuriamas palankus naratyvas, nukreiptas prieš NATO, jų karius ir sąjungininkus. Skirtumas yra tas, kad AIDS atveju žinutės, nukreiptos prieš aljansą, buvo pagrindinės, tuo metu koronaviruso atveju – neigiama nuomonė NATO atžvilgiu yra proporcingai svarbus tikslas, bet taip pat šioje kampanijoje yra ir kitų tikslų: tautinės neapykantos skatinimas, valdžios, mokslo diskreditavimas, neigiamo požiūrio į narystę ES kūrimas. Tikslinės auditorijos, gavėjai, tiesiogiai priklauso nuo iškeltų tikslų, bet gavėjai, siekiant vienodų tikslų NATO atžvilgiu, abiejose kampanijose sutampa.

Abiem tiriamais atvejais svarbiausias kanalas melagingoms žinutėms skleisti buvo žiniasklaidos priemonės. Didžiausias skirtumas tas, kad AIDS kampanijoje tai buvo laikraščiai, o COVID-19 – internetiniai portalai ir socialiniai tinklai. Ir nors pasikeitė techninės galimybės, sudarydamos sąlygas atsirasti naujoms aktyvioms priemonėms, abiem atvejais dezinformacijos kūrėjai susidūrė su iššūkiais, kaip patekti į pagrindinius naujienų kanalus. Jei AIDS atveju apgauti žurnalistus ir redaktorius pavykdavo suklastotais laiškais ar moksliniais tyrimais, COVID-19 atveju, nors laiškų redakcijoms irgi dar pasitaiko, norimą žinutę galima ištransliuoti į tinklalapį įsilaužus ar tiesiog apsimitus norimu naujienų portalu.

Taigi, kaip paaiškėjo išanalizavus žinutes, skleistas abiejų kampanijų metu, jų įrankius ir strategijas, akivaizdu, kad šiuolaikinė COVID-19 kampanija turi daug panašumų su vykdyta sovietmečiu. Tokios išvados leidžia kelti hipotezę, kad už dezinformaciją, susijusią su koronavirusu, kurios skleidimui panaudojamos dar sovietų taikytos priemonės, atsakingas yra Kremlius.

LITERATŪROS IR ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

Akademinė literatūra

1. Abrams, Steve. „Beyond Propaganda: Soviet Active Measures in Putin’s Russia“. *Connections*, 15(1), 2016, 5-31.
2. Aldoory, Linda; James E. Grunig. „The Rise and Fall of Hot-Issue Publics: Relationships that Develop From Media Coverage of Events and Crises“. *International Journal of Strategic Communication*. 6(1), 2012, 93-108.
3. Andrew, Christopher; Vasili Mitrokhin. *The Sword and the Shield: the Mitrokhin Archive and the Secret History of KGB*. New York: Basic Books, 2001.
4. Aro, Jessikka. „The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools“, 2016. <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5>> [žiūrėta 2020 04 20].
5. Bennett, W. Lance; Jarol B. Manheim. „The Big Spin: Strategic Communication and the Transformation of Pluralist Democracy“. *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000, 282–285.
6. Berlo, D.K. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960.
7. Boghardt, Thomas. „Soviet Bloc Intelligence and Its AIDS Disinformation Campaign (Operation INFEKTION)“. *Studies in Intelligence*. 53(4), 2009, 1–2.
8. Bonk Kathy, Henry Griggs, Emily Tynes. *Strategic Communications for Nonprofits: A Step-by-Step Guide to Working with the Media*. 2 leid. San Francisco: Jossey-Bass, 2008.
9. Boyd-Barrett, Oliver. *RussiaGate and Propaganda– Disinformation in the Age of Social Media*. USA: Routledge, 2019
10. Corman, Steven R.; Angela Trethewey; Bud Goodall. „A 21st Century Model for Communication in the Global War of Ideas“ (0701). Arizona: Consortium for Strategic Communication Arizona State University, 2007.
11. Darczewska, Jolanta; Piotr Żochowski. *Active measures. Russia’s key export*. Warszawa: Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, 2017.
12. Davis, John. „Deception – Magic!“. *Military review*. 82(5), 2002, 92–95.
13. Edelman, Murray. *The politics of misinformation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
14. Gioe, David V.; Richard Lovering; Tyler Pachesny. „The Soviet Legacy of Russian Active Measures: New Vodka from Old Stills?“. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*. 33(3), 2020, 1–26.

15. Holden, C. „Curbing Soviet disinformation“. *Science*, 242 (4879), 1988, 665.
16. Kinahan, G McK. „Exposing Soviet Active Measures in the 1980s: A Model for the Bush Administration?“. *The Journal of Social, Political, and Economic Studies*. 15(3), 1990, 301.
17. Kriesi, Hanspeter. „Strategic Political Communication: Mobilizing Public Opinion in “Audience Democracies““. *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004, 191.
18. Kux, Dennis. „Soviet Active Measures and Disinformation: Overview and Assessment“. *Parameters*. 15(4). 1985, 19–28.
19. Lippman, Walter. *Public Opinion*. New York: Free Press Paperbacks, 1997
20. Macnarama, Jim. „A Review of New Evaluation Models for Strategic Communication: Progress and Gaps,“. *International Journal of Strategic Communication*. 12(2), 2018, 180–195.
21. Manovich, Lev. *Naujųjų medijų kalba*. Vilnius: Mene, 2009.
22. Martišius, Mantas. *Neakivaizdus karas – nagrinėjant informacinį karą*. Vilnius: Versus Aureus, 2010.
23. McCombs, M.E.; D.L. Shaw. „The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas“. *Journal of Communication*. 43(2), 1993, 58–67.
24. McLuhan, Marshall. *Kaip suprast medijas: žmogaus tęsiniai*. Vilnius: Baltos lankos, 2003.
25. Mintz, Anne P.; Amber Benham; Eli Edwards ir kt. *Web of Deceit: Misinformation and Manipulation in the Age of Social Media*. New Jersey: CyberAge Books, 2012.
26. Popa, Brîndușa Maria. Strategic communication. *Journal of Defense Resources Management*. 10(2), 2019, 174–175.
27. Postman, Neil. *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin Books, 1986.
28. Selvage, Douglas. „Operation ‘Denver’ The East German Ministry Of State Security And The KGB’s AIDS Disinformation Campaign, 1985– 1986 (Part 1)“. *Journal Of Cold War Studies*. 21(4), 2019, 71–123.
29. Selvage, Douglas; Christopher Nehring. „Operation “Denver”: KGB and Stasi Disinformation regarding AIDS“. 2019 <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/operation-denver-kgb-and-stasi-disinformation-regarding-aids> [žiūrėta 2021 01 02].
30. Shannon, C.; W. Weaver. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1949.
31. Shannon, C. „A Mathematical Theory of Communication“. *The Bell System Technical Journal*, 27, 1948, 379–423.

32. Timothy, Thomas. „Russia’s Reflexive Control Theory and the Military“. *The Journal of Slavic Military Studies*. 17(2), 2004, 237–256.
33. Ward, Megan; Shannon Pierson; Jessica Beyer. „Formative Battles: Cold War Disinformation Campaigns and Mitigation Strategies“, 2019. https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/media/documents/publication/cold_war_disinformation_campaign.pdf [žiūrėta 2020 06 03].

Naudoti šaltiniai

- 15min.lt. „Debunk EU“: Baltijos šalys ir Lenkija Kremlui palankioje žiniasklaidoje – nesėkminga kova su COVID-19 ir fašizmo požymiai“, 2020. <<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/debunk-eu-baltijos-salys-ir-lenkija-kremlui-palankioje-ziniasklaidoje-nesekminga-kova-su-covid-19-ir-fasizmo-pozymiai-56-1429040>> [žiūrėta 2020 12 17].
- BBC. „China coronavirus: Misinformation spreads online about origin and scale“, 2020. <<https://www.bbc.com/news/blogs-trending-51271037>> [žiūrėta 2020 12 12].
- Bird, Kenton. „U.S. in Honduras: questions to ask“. *Moscow Pullman Daily News*. 94(104), 1987, 15.
- BNS. „Įsilaužėliai toliau internete bando eskaluoti melą apie vokiečių tanką Kauno žydu kapinėse“, 2019. <<https://kaunas.kasvyksta.lt/2019/09/27/lietuvoje/isilauzeliai-toliau-internete-bando-eskaluoti-mela-apie-vokieciu-tanku-kauno-zydu-kapinese/>> [žiūrėta 2020 12 22].
- Chang Jujū; Jake Lefferman; Claire Pedersen ir Geoff Martz, „When Fake News Stories Make Real News Headlines“, 2016. <<https://abcnews.go.com/Technology/fake-news-stories-make-real-news-headlines/story?id=43845383>> [žiūrėta 2020 04 20].
- Collier, Mike. „Opinion: The Fake News Catch-22“, 2020. <<https://eng.lsm.lv/article/features/commentary/opinion-the-fake-news-catch-22.a357224/>> [žiūrėta 2020 11 19].
- Connelly, Irene Katz. „Online anti-Semitism thrives around coronavirus, even on mainstream platforms“, 2020. <<https://forward.com/news/441421/anti-semitic-coronavirus-response-thrives-online-even-on-mainstream>> [žiūrėta 2020 12 12].
- Datta, Pinak Pani. „Coronavirus outbreak sparks racist attacks on people from North East, stokes Islamophobia on social media“, 2020. <<https://www.firstpost.com/health/coronavirus-outbreak-sparks-racist-attacks-on-people-from-north-east-stokes-islamophobia-on-social-media-8231371.html>> [žiūrėta 2020 12 12].

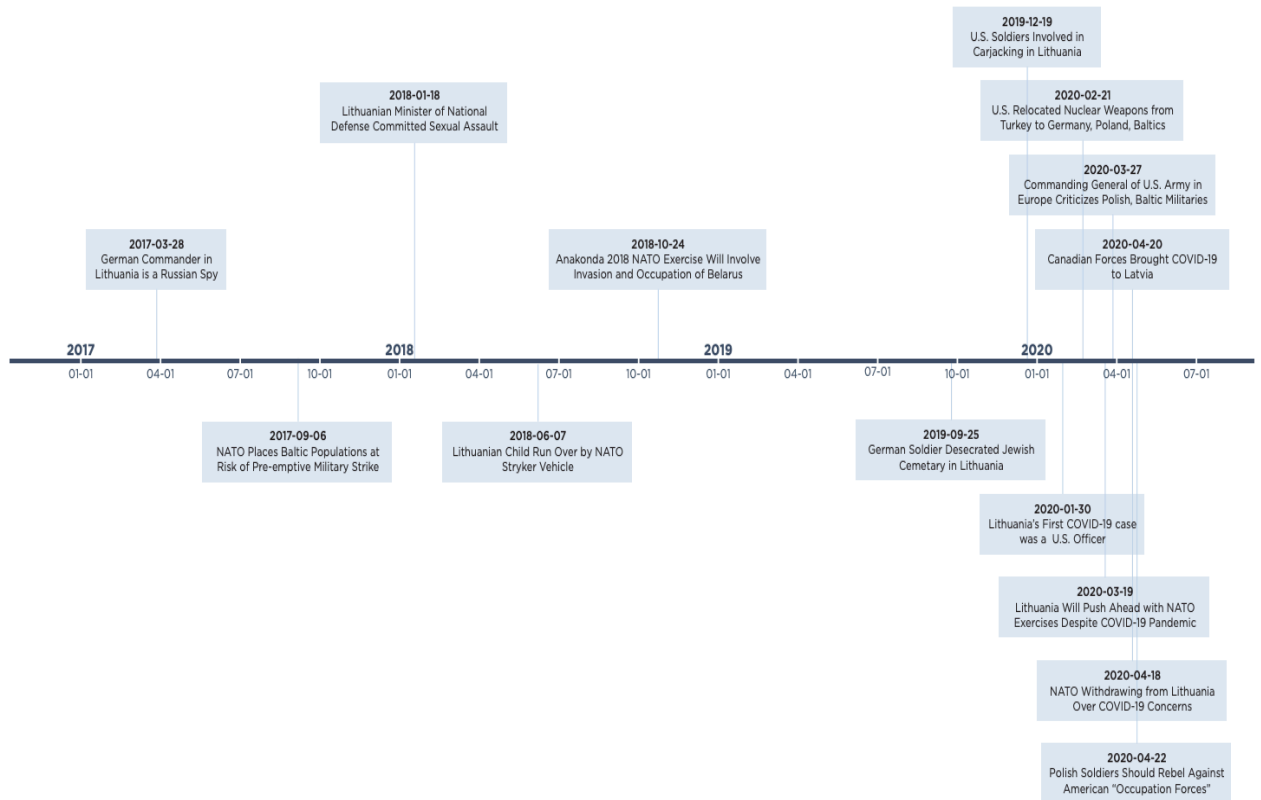
9. Delfi.lt. „Demaskuok.lt“: daugiausiai dezinformacijos apie COVID-19 gegužę fiksuota Latvijoje“, 2020. <<https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/demaskuoklt-daugiausiai-dezinformacijos-apie-covid-19-geguze-fiksuota-latvijoje.d?id=84505147>> [žiūrėta 2020 12 17].
10. Delfi.lt. „Karantino metu suaktyvėjo dezinformacija: ištyrė plintančias melagingas naujienas“, 2020. <https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/karantino-metu-suaktyvejo-dezinformacija-istryre-plintancias-melagingas-naujienas.d?id=83950937&fbclid=IwAR3i0_4wJhQn8JC_9KRtHxSIB_qeaEwtwv1njsq8IXQ8XNBHcTOVS5I2fVc> [žiūrėta 2020 12 17].
11. Division X Of The Hauptverwaltung Aufklärung (Hva/X) Of The Ministry Of State Security (Mfs). „Plan For Common And Coordinated Active Measures Of The Intelligence Organs Of The Mof Of The Gdr For 1987 And 1988“, 1986. <<https://digitalarchive.wilsoncenter.org/document/208947>> [žiūrėta 2020 m. lapkričio 29 d.].
12. Dtu.dk. „Abundance of information narrows our collective attention span“, 2019. <<https://www.dtu.dk/english/news/2019/04/abundance-of-information-narrows-our-collective-attention-span?id=246bbbed3-8683-4012-a294-20db7f0015f4>> [žiūrėta 2020 12 19].
13. Economist. „China’s rulers see the coronavirus as a chance to tighten their grip“, 2020. <<https://www.economist.com/china/2020/02/08/chinas-rulers-see-the-coronavirus-as-a-chance-to-tighten-their-grip>> [žiūrėta 2020 12 12].
14. FireEye. „‘Ghostwriter’ Influence Campaign“, Milpitas: FireEye, 2020.
15. Frazier, Joseph B. „First of additional US troops arrive in strife-torn Panama“. *Kentucky New Era*. 101(119), 1988, 15.
16. Glenza, Jessica. „Coronavirus: US says Russia behind disinformation campaign“, 2020. <<https://www.theguardian.com/world/2020/feb/22/coronavirus-russia-disinformation-campaign-us-officials>> [žiūrėta 2020 12 12].
17. KGB. „Information nr. 2742 [to Bulgarian state security]“ 1987. <<https://digitalarchive.wilsoncenter.org/document/208948>> [žiūrėta 2020 m. lapkričio 26 d.].
18. KGB. „Information nr. 2955 [to Bulgarian state security]“, 1985. <<https://digitalarchive.wilsoncenter.org/document/208946>> [žiūrėta 2020 m. lapkričio 26 d.].
19. Kxan36news.com. „Russian ribbon of St. George ran the restaurant in Jurmala“, 2020. <<https://www.kxan36news.com/russian-ribbon-of-st-george-ran-the-restaurant-in-jurmala>> [žiūrėta 2020 12 17].

20. Lietuvos Sveikatos apsaugos ministerija. „Experts warn: false information on COVID-19 on social media spreads fast“, 2020. <<https://sam.lrv.lt/en/news/experts-warn-false-information-on-covid-19-on-social-media-spreads-fast>> [žiūrėta 2020 11 19].
21. NATO. „NATO’s approach to countering disinformation: a focus on COVID-19“, 2020. <<https://www.nato.int/cps/en/natohq/177273.htm>> [žiūrėta 2020 11 19].
22. Ng, Kate. „US accuses Russia of huge coronavirus disinformation campaign“, 2020. <https://news.yahoo.com/us-accuses-russia-huge-coronavirus-171730161.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnLw&guce_referrer_sig=AQAAAHYDD7kZTZvi1pttkcg418GAPICA7a-EPfiPN4KERtCOq17Njovf3B5aNFMnl9ZbYiVwM3VfdZpTUIht8uT2S1RN-4hudNpID_rySx-NT-YRU05ettz-kXp6ZFfkKVldjH150dQyFDMTvbRqmBOC8cOuC3O3tJ8IHUJEBiq3iLVV> [žiūrėta 2020 12 17].
23. Petkauskas, Vilius. „Atsargiai! Melagingą informaciją apie NATO karius piktavaliai platina prisidengę 15min vardu“, 2020. <<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/atsargiai-melaginga-informacija-apie-nato-karius-piktavaliai-platina-prisidenge-15min-vardu-56-1307140>> [žiūrėta 2020 12 22].
24. Petkauskas, Vilius. „Tuščių ligoninių“ šamokslas Lietuvą pasiekė iš už Atlanto“, 2020. <<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/tusciu-ligoniniu-samokslas-lietuva-pasieke-is-uz-atlanto-56-1301212?copied>> [žiūrėta 2020 12 20].
25. Pykh, Oksana. „Коронавирус изобрели в Латвии? А почему бы и нет“, 2020. <<https://lv.sputniknews.ru/Latvia/20200315/13379140/Koronavirus-izobreli-v-Latvii-A-pochemu-by-i-net.html>> [žiūrėta 2020 12 17].
26. Saldžiūnas, Vaidas. „Paniką dėl koronaviruso sėja ir įsilaužėliai: nusitaikė į JAV karius Lietuvoje“, 2020. <<https://www.delfi.lt/news/daily/demaskuok/panika-del-koronaviruso-seja-ir-isilauzeliai-nusitaike-i-jav-karius-lietuvoje.d?id=83419671>> [žiūrėta 2020 11 19].
27. Saldžiūnas, Vaidas. „Sukčiai naudojami koronavirusu: apsimetę pareigūnais baugina apie neva slepiamą informaciją“, 2020. <<https://www.delfi.lt/news/daily/demaskuok/sukciai-naudojami-koronavirusu-apsimete-pareigunais-baugina-apie-neva-slepiama-informacija.d?id=83829475>> [žiūrėta 2020 12 17].
28. Saldžiūnas, Vaidas. „Sukčiai naudojami Delfi vardu: platina melagingą informaciją apie paniką dėl koronaviruso“, 2020. <<https://www.delfi.lt/news/daily/demaskuok/sukciai-naudojami-delfi-vardu-platina-melaginga-informacija-apie-panika-del-koronaviruso.d?id=83738741>> [žiūrėta 2020 12 17].

29. Sputniknews.lt. „Nuomonė: koronavirusas kelia grėsmę Europos Sąjungos išlikimui“, 2020. <<https://sputniknews.lt/world/20200313/11593692/Nuomone-koronavirusas-kelia-gresm-Europos-Sajungos-islikimui.html>> [žiūrėta 2020 11 19].
30. United States Department of State. „Forgery, Disinformation, Political Operations“ (88). Washington DC: Department of State Publication, 1981.
31. United States Department of State. „Soviet Influence Activities: A Report on Active Measures and Propaganda, 1986 – 87“. Washington DC: Department of State Publication, 1987.

PRIEDAI

Operational Timeline



I priedas. „FireEye“ analizuotų prieš NATO nukreiptų dezinformacinių žinučių laiko juosta⁸⁹

⁸⁹ FireEye. „Ghostwriter’ Influence Campaign“, Milpitas: FireEye, 2020.

**IN RELATION TO COVID-19 OUTBREAK AMONG NATO TROOPS IN LITHUANIA,
A GROUP OF MILITARY MEDICS FROM CROATIA, GERMANY AND THE NETHERLANDS
WAS URGENTLY SENT THERE**

NATO withdraws troops from Lithuania (NATO išves savo karius iš Lietuvos)
37 views • 2020-04-21

15min LIETUVA MANO TEVYNĖ 15min nuotr. / Melaginga informacija „Youtube“ platformoje

2 priedas. Ekrano nuotrauka, kai apsimetant 15min.lt portalu patalpintas melagingas vaizdo įrašas

90

⁹⁰ Vilius Petkauskas. „Atsargiai! Melagingą informaciją apie NATO karius piktavaliai platina prisidengę 15min vardu“, 2020. <<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/atsargiai-melaginga-informacija-apie-nato-karius-piktavaliai-platina-prisidenge-15min-vardu-56-1307140>> [žiūrėta 2020 12 22].

U.S. in Honduras: questions to ask

A delegation of Idahoans leaves Monday for a week-long fact-finding mission in Central America. The value of their trip will depend on their willingness to challenge traditional assumptions and their ability to ask questions of people not on the official itinerary.

The tour of Honduras and Panama is sponsored by the Idaho National Guard in an attempt to explain U.S. military activities in the region. Five reporters and seven private citizens, including Moscow City Council member Bill Bode, are scheduled to participate.

Debate over U.S. aid to the Contras has diverted public attention from the massive and costly military build-up in Honduras, the country immediately to the north of Nicaragua. The Defense Department has built a massive base at Palmerola in central Honduras to coordinate a virtually continuing series of military exercises involving both National Guard members and active-duty personnel.

To determine the wisdom of this policy, Bode and his colleagues should attempt to determine answers to these questions:

- How can U.S. military officials justify building permanent bases and barracks in Honduras in violation of congressional intent that such quarters be only temporary?

- What are the risks to U.S. soldiers during these exercises? (About 60 Americans have died in maneuvers in Honduras, most recently a U.S. Air Force member killed in a parachute jump in March.)

- How close will National Guardsmen be to the Nicaraguan border? What restrictions are there on contact between U.S. soldiers and the Contras?

- How has the U.S. military presence affected civil liberties and political dissent in Honduras? (This question should be asked of a Honduran human rights activist or member of the opposition party.)

- How has the U.S. base at Palmerola increased prostitution, drug abuse and alcoholism among Hondurans living nearby? How many cases of AIDS been contracted by Honduran prostitutes from American GIs? (These questions should be asked of a Honduran health official, preferably one who's worked near the base.)

- Does the typical Honduran consider Nicaragua a threat to his country? (Ask the peasants and small shopkeepers this, not the government officials or the large land owners.)

The answers to these questions will provide some context for judging the validity of the Reagan administration's contention that the U.S. military presence is beneficial to Honduras.

—Kenton Bird

3 priedas. Straipsnis „U.S. in Honduras: questions to ask“ Moscow-Pullman Daily News“ laikraštysje⁹¹

⁹¹ Bird, Kenton. „U.S. in Honduras: questions to ask“. Moscow Pullman Daily News. 94(104), 1987, 15.

First of additional US troops arrive in strife-torn Panama

By JOSEPH B. FRAZIER
Associated Press Writer

PANAMA CITY, Panama (AP) — As military transport jets brought in the first of 1,300 additional U.S. troops, Panama's military regime said it was willing to negotiate with the opposition — then inexplicably withdrew the offer.

The government, which is controlled by the Defense Forces chief, Gen. Manuel Antonio Noriega, issued a statement Tuesday saying it was willing to meet with opposition leaders in talks mediated by the Roman Catholic Church.

Later, the government said the statement was void and sent a messenger to news organizations' offices to reclaim it. No explanation was given for the move, and government officials met late into the evening.

Opposition leaders have said they will not enter such talks until the government frees all political prisoners, allows opposition news media to reopen and promises that Noriega will be willing to resign and leave Panama.

The government statement had not addressed those conditions.

Also Tuesday, leading opposition activist Ricardo Arias Calderon asked for the protection of the Catholic Church after four cardinals of state security police surrounded his home. Calderon, who is president of the Christian Democratic Party, fled his home before the police arrived and appeared later with the Rev. Oscar Brown, the auxiliary archbishop of Panama City.

U.S. military transports began touching down about once an hour at Howard Air Force Base near Panama City on Tuesday in an airlift that was to bring another 1,300 troops, 26 helicopters, police dogs and equipment into the country by late Thursday.

The extra forces were ordered after a five-week campaign of economic and political pressure failed to oust Noriega, whose strength lies in the 15,000-strong Panamanian Defense Forces.

Noriega was indicted in the United States in February on federal charges of trafficking in Colombian cocaine. U.S. economic sanctions have since prompted Panama's banks to close and the government has been unable to meet its payroll.

The reinforcements were sent after reports U.S. citizens were harassed by Panamanian soldiers and several American reporters were briefly arrested during a police raid on opposition headquarters in a Panama City hotel.

The government has repeatedly accused the Reagan administration of preparing to invade Panama.

The first U.S. troops arrived Tuesday in C-141 Starlifter transport jets that brought airborne military police based at Fort Bragg, N.C. Other troops were due from Fort Mead, Md., and Fort Ord, Calif.

There is no limit on the length of their stay.

The U.S. government has said the additional soldiers are needed to protect the 10,000 troops in the former Panama Canal Zone and to

guard the canal, American citizens and installations.

A contingent of 500 military police arrived in mid-March. The new arrivals will bring American troop strength to about 11,800.

Army officials say there were no plans for the new troops to leave the old Canal Zone, which was turned over to Panama in 1979 as part of the 1977 treaties that cede control of the canal to Panama by the year 2000.

The U.S. national security adviser, Lt. Gen. Colin L. Powell, said in Santa Barbara, Calif., on Tuesday that the United States has no plans to send more troops to Panama but "would not eliminate that possibility."

Reagan administration officials are increasingly frustrated with the failure of U.S. economic sanctions to dislodge Noriega, Powell said.

Powell would not say how long U.S. officials would wait for the sanctions to work.

Powell said the administration continues to weigh military, political and economic options, but he refused to comment on recent reports saying a possible Noriega kidnapping had been discussed.

Government-controlled newspapers on Tuesday quoted Panama's Health Ministry as calling the new U.S. troops potential AIDS carriers.

The ministry was quoted as saying tests by the Centers for Disease Control in Atlanta showed U.S. military personnel have "a high rate" of infection with the acquired immune deficiency syndrome virus.

4 priedas. Straipsnis laikraštje „Kentucky New Era“⁹²

The screenshot shows a web browser displaying a news article on the Delfi.lt website. The article title is "Number of Coronavirus cases in Lithuania explodes. Over 200 infected. Lockdown at airport" with 293 comments. The author is Ziedinė Julijonė, Edgar Savickas, and Gabrielle Grinkeaitė, dated 2020 March 9 1:19 pm. The article text states: "Health Minister Aurelijus Veryga announced today a sharp increase in the number of Coronavirus cases in the country. Travellers arriving at Vilnius airport will be subject to isolation for up to 2 weeks and will undergo full body disinfection procedures upon arrival." Below the article are related articles and advertisements for "betsafe" and "LOŠIMO AUTOMATAI".

5 priedas. Imituojamas Delfi.lt straipsnis⁹³

⁹² Frazier, Joseph B. „First of additional US troops arrive in strife-torn Panama“. Kentucky New Era. 101(119), 1988, 15.

⁹³ Saldžiūnas, Vaidas. „Sukčiai naudojami Delfi vardai: platina melagingą informaciją apie paniką dėl koronaviruso“, 2020. <<https://www.delfi.lt/news/daily/demaskuok/sukciai-naudojami-delfi-vardu-platina-melaginga-informacija-apie-panika-del-koronaviruso.d?id=83738741>> [žiūrėta 2020 12 17].

Nuomonė: koronavirusas kelia grėsmę Europos Sąjungos išlikimui

PASAULYJE 09:55 2020.03.13 (atnaujinta 11:13 2020.03.13) [Gauti trumpą nuorodą](#)

Aleksandro Nosovičiaus teigimu, koronaviruso epidemija kelia Europos Sąjungos ateities klausimą: ar šis projektas gali tęstis, jei jis akivaizdžiai nesugeba atlaikyti šių laikų iššūkių

VILNIUS, kovo 13 — Sputnik. Europa tapo pagrindine koronaviruso platintoja pasaulyje. Nors Kinija didžiąja dalimi susidorojo su naujos ligos protrūkiu, o Rusija ir kitos posovietinės šalys sėkmingai kovoja su koronaviruso plitimu, europiečiai pasaulyje vis dažniau yra vertinami kaip ligos platintojai. Ypač apgailėtinos ir bejėgės kritinėje situacijoje yra ES struktūros, rašo portalo "RuBalti.ru" autorius Aleksandras Nosovičius.

Autoriaus teigimu, koronaviruso epidemija kelia Europos Sąjungos ateities klausimą: ar šis projektas gali tęstis, jei jis akivaizdžiai nesugeba atlaikyti šių laikų iššūkių?

JAV prezidentas Donaldas Trampas mėnesiui uždraudė iš Europos įvažiuoti į Ameriką. Draudimas galioja visų ES šalių gyventojams. Kreipdamasis į tautą Trampas negailestingai pareiškė, kad Europos



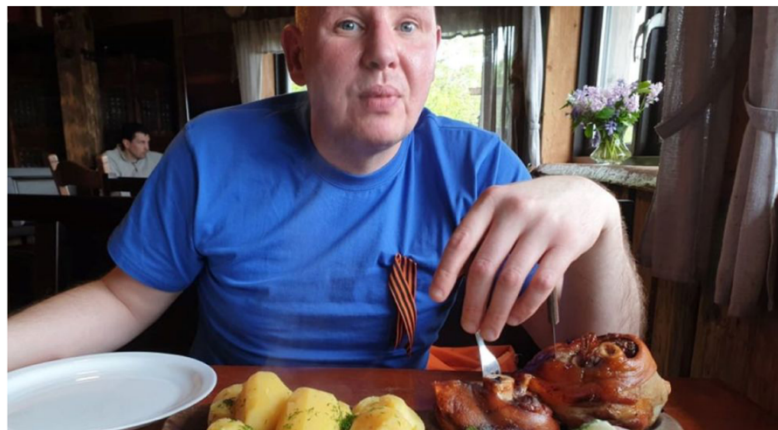
© SPUTNIK / ВЛАДИСЛАВ АДАМОВСКИЙ

Draudžiami renginiai ir uždaromos mokyklos: kaip nuspręsta priešintis COVID-19

6 priedas. „Sputniknews“ straipsnis⁹⁴

Russian ribbon of St. George ran the restaurant in Jurmala

By RAMBLER - 26/05/2020 105 0



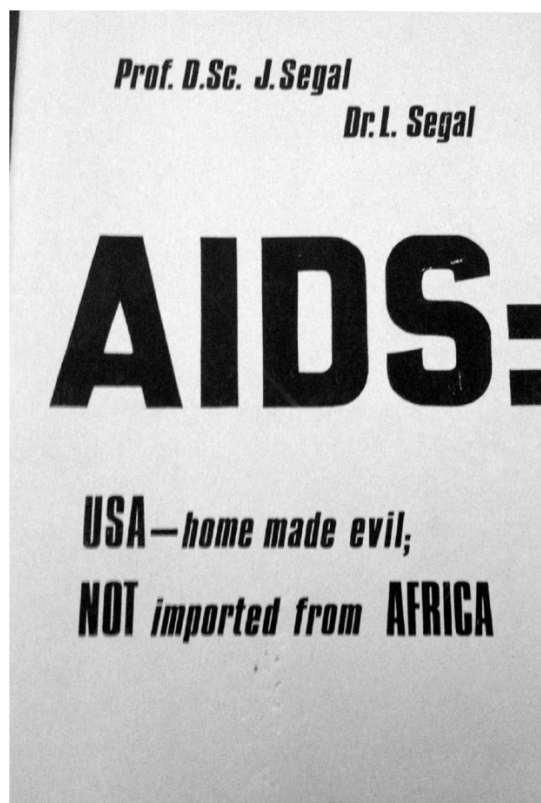
7 priedas. Straipsnis apie eksperimentą Latvijos restorane⁹⁵

⁹⁴ Sputniknews.lt. „Nuomonė: koronavirusas kelia grėsmę Europos Sąjungos išlikimui“, 2020.

<<https://sputniknews.lt/world/20200313/11593692/Nuomone-koronavirusas-kelia-gresm-Europos-Sajungos-islikimui.html>> [žiūrėta 2020 11 19].

⁹⁵ Kxan36news.com. „Russian ribbon of St. George ran the restaurant in Jurmala“, 2020.

<<https://www.kxan36news.com/russian-ribbon-of-st-george-ran-the-restaurant-in-jurmala>> [žiūrėta 2020 12 17].




8 priedas. Segalų brošiūra⁹⁶

KAS VYKSTA Kaune

NAUJIENOS • RENGINIAI • HOROSKOPAI | Reklama | Kontaktai | BNS 2020/01/31 9:21


Laisvalaikis Miestas Rajonas Eismas Verslas Nuomonės Sportas Eismo informacija Ves

Koronavirusas Lietuvoje. JAV karininkas sunkios būklės



Nepaisant vyriausybės beprecedenčių apsaugos priemonių siekiant užkirsti kelią koronaviruso patekimui į Lietuvą, patvirtintas pirmasis šalyje užsikrėtimo nauju virusu atvejis.

Šis virusas buvo diagnozuotas Lietuvoje dislokuoto JAV kariuomenės 1-osios kavalerijos divizijos, 2-osios brigados 9-ojo pulko, 1-ojo bataliono karininkui, pranešė Lietuvos Respublikos Krašto apsaugos ministerija.



Kaip teigė JAV kariuomenės bataliono vadas Stevenas Johnsonas, Pabradės poligono teritorijoje pratybų metu kareivis jautėsi blogai.

9 priedas. Portale „Kas vyksta Kaune“ patalpinta naujiena apie sergantį karį⁹⁷

⁹⁶ Selvage, Douglas; Christopher Nehring. „Operation “Denver”: KGB and Stasi Disinformation regarding AIDS“. 2019 <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/operation-denver-kgb-and-stasi-disinformation-regarding-aims> [žiūrėta 2021 01 02].

⁹⁷ Saldžiūnas, Vaidas. „Paniką dėl koronaviruso sėja ir išilaužėliai: nusitaikė į JAV karius Lietuvoje“, 2020. <<https://www.delfi.lt/news/daily/demaskuok/panika-del-koronaviruso-seja-ir-isilauzeliai-nusitaike-i-jav-karius-lietuvoje.d?id=83419671>> [žiūrėta 2020 11 19].

HYPOTHESIS

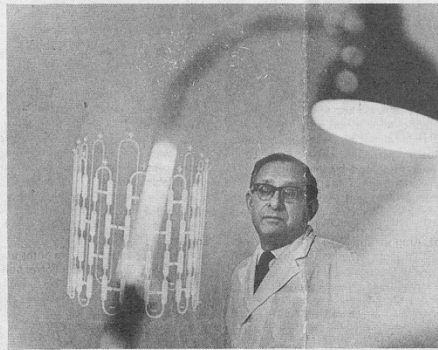
WHERE DOES AIDS COME FROM?

AIDS was dubbed the plague of the 20th century from the very beginning. Where did that scourge for humankind come from? Was nature to blame, or is AIDS just another product of today's militarism that uses violence against nature to use violence against humanity? There is no unanimous opinion among specialists on the issue. However, the facts uncovered so far are compelling ever more people to subscribe to the hypothesis that the AIDS virus originated inside the US laboratories developing means of biological warfare. A group of researchers at Harvard University recently concluded that there may be a Pentagon connection. The Pentagon was forced to admit that work was being done with viruses at its laboratories. What lies behind those admissions? We put this question to Dr. SEGAL, a reputed immunologist from the GDR.

By Prof. Jakob SEGAL,
GDR

IN ORDER to understand the origin of the human immune-deficiency virus (HIV) which causes AIDS it is necessary to compare its genome, set of hereditary factors, with that of viruses of similar types. It becomes evident that the genome of the HIV is almost identical with that of the Visna virus which causes a disease in sheep destroying the central nervous system over several years (AIDS has the same effect if its victim doesn't die of immune deficiency first).

The Visna virus cannot penetrate the human cell, but the HTLV-1 virus can. In humans the virus causes an exceptionally rare disease of malignant lymphoma which is just one type of blood-cell cancer. If a gene from the HTLV-1 virus could be somehow attached to the hereditary apparatus of the Visna virus, the result would be



Florida and Chicago a year after the first cases were spotted in New York. There are many more such examples.

Experts in biology started to feel uneasy about uncontrolled manipulations with genes because of the possible consequences. In order to diffuse their growing concern, the Western mass media supplied two versions as to the origin of the disease. Both looked quite convincing for the general public but were actually at variance with reality. The first one is the green-monkey version.

American virologist Max Essex caught 104 green monkeys in the tropical forests of Central Africa. All the monkeys were perfectly healthy, still the scientist discovered in half of them a virus which he claimed greatly resembled the AIDS virus. He also claimed, without supplying any proof, that one of the monkeys could bite or severely scratch a black hunter, and a harmless monkey virus changed in the human body into the deadly AIDS virus.

That assertion was not reliable from the onset, for even at that time, the scientists had at their disposal very detailed data obtained by a research group from Japan under Watanabe, which testified that both viruses in question belonged to different families and consequently couldn't beget one another. Thus, Essex tried deliberately to mislead his colleagues and the public. It is small wonder that not a single scientific publication supported his version.

However, a skilful manipulation of public opinion through the mass media resulted in making a lot of people, including scientists who do not watch the AIDS research publications, believe in the transformation of a monkey virus into the AIDS pathogen. And it is only under the influence of a sharp criticism uttered by many scientists at the Paris 1986 congress on the problem of

managed to establish one case as of December 1982. The first instances of AIDS in New York date as far back as 1979, and the date for Western Europe is 1981.

It should be noted that AIDS in Africa is mainly limited to the well-to-do public who mingle with white tourists and technical personnel. I would like to cite a very eloquent example – the screening of prostitutes in Nairobi for AIDS done by the research group headed by Kriss. There are two types of prostitutes in the city – very expensive and very cheap ones. The cheap prostitutes cater for the local people, the expensive ones – foreign tourists. The Kriss' group established that the disease among the group for the local people is non-existent, while the rate of AIDS among the second group is 53 per cent. How did AIDS get to Nairobi? From abroad or from the rural areas?

THE AFRICAN VERSION TO BE DISCARDED

GREAT importance was ascribed to the fact that AIDS antibodies which testify to the existence of the disease were discovered to be present in the blood serum samples collected long ago in Africa for the purpose of monitoring the spread of such infections as B-hepatitis, yellow fever and others. The conclusion was drawn that AIDS has been present in Africa for many years. American immunologist Namas and his group screened the serum specimens collected in Zaire in 1959: 90.5 per cent of those were regarded AIDS-positive. That means that hundreds of thousands must have died in 1961 at the latest. Was anything like that recorded?

My wife and I are immunologists by profession and have a wealth of experience in the field of conservation

10 priedas. Straipsnis „Moscow News“ laikraštijje⁹⁸



11 priedas. Straipsnis laikraštijje „Literaturnaya Gazeta“⁹⁹

⁹⁸ Erhard Geissler; Robert Hunt Sprinkle. „Disinformation squared“. *Politics and the Life Sciences*, 32(2), 2013, 2–99.

⁹⁹ Selvage, Douglas; Christopher Nehring. „Operation “Denver”: KGB and Stasi Disinformation regarding AIDS“. 2019 <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/operation-denver-kgb-and-stasi-disinformation-regarding-aids> [žiūrėta 2021 01 02].

Вирус СПИД, тяжелой болезни, от которой пока не найдено средств лечения, по мнению некоторых западных ученых, был создан в лабораториях Пентагона. (Из газет).

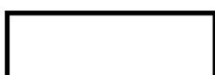


Пентагоновские СПИДциалисты.

Рисунок Д. Агвава.

12 priedas. Karikatūra, vaizduojanti AIDS sukūrimą laboratorijoje¹⁰⁰

¹⁰⁰ Mythdetector.ge. „Soviet KGB’s myth about the origin of aids virus in Sakinformi“, 2016. <<https://www.mythdetector.ge/en/myth/soviet-kgs-myth-about-origin-aids-virus-sakinformi-0>>, [žiūrėta 2020 12 20].



Patinka Komentuoti Bendrinti ...

2,1 tūkst. 1,5 tūkst. komentarai 7,7 tūkst. bendrinimai

230 tūkst. peržiūrų · penktadienį ·

Pandemijos "pikas", o ligonių nėra

15min nuotr./rašas socialiniame tinkle

13 priedas. Stop kadras iš vaizdo įrašo apie tuščias ligonines¹⁰¹

¹⁰¹ Vilius Petkauskas. „Tuščių ligoninių“ sąmokslas Lietuvą pasiekė iš už Atlanto“, 2020.

<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/tusciu-ligoniniu-samokslas-lietuva-pasieke-is-uz-atlanto-56-1301212?copied> [žiūrėta 2020 12 20].

Summary

The objective of master thesis "Application of communication models for research on disinformation: comparing AIDS and COVID-19 cases" is the application of strategic communication principles in the campaigns of disinformation. The thesis's primary purpose is to compare whether the tools of spreading disinformation on the world's diseases have changed and how if so. The main tasks were to create a model based on strategic communication theory and adapt it to analyze narratives from disinformation campaigns; to choose 5 main narratives in both analyzed campaigns and research them based on the created model; to compare the tools of spreading disinformation in both campaigns.

The term disinformation is very relevant nowadays, especially during the coronavirus crisis. Researches show that ever since the pandemic appeared, the instances of fake news increased drastically. Both AIDS and COVID-19 campaigns are similar at first sight: they are both taking place during the worldwide pandemic, having narratives directed against NATO, etc. It raises the problematic question of this thesis: how, if so, the measures used in disinformation campaigns since the Cold War have changed.

This thesis seeks to prove the following statements: 1. Contemporary COVID-19 campaign repeats the principles of AIDS disinformation campaign used during the Cold War; 2. The models and measures of strategic communication, intended to inform the public, may be used for the opposite purposes in disinformation campaigns; it is to deceive, mislead, instigate; 3. The advent of modern technologies gave a new impulse for adapting Cold War strategies to contemporary disinformation.

The model designed to analyze the fake messages shows how active measures are used to distort communication strategy, and by doing so, create disinformation. Even though the term 'active measures' appeared in the Soviet Union and was used during the AIDS campaign, the thesis shows that the term is still relevant these days. As the research suggests, some of these active measures have changed; however, many are repeated or adapted from the campaign that took place during the Cold War.

The research of this thesis shows that there are more similarities than just the circumstances between the campaigns in comparison. When spreading false news, both campaigns use fake authors, forged letters. There are often true facts blended with fake ones to make it harder to decide for the receiver of the message if the news is legit. The false articles use the real data of world organizations to make the narratives look reliable. These are just a few active measures used in both campaigns in question.

This research also points out the changes in AIDS and COVID-19 campaigns. The main difference is modern technologies and the Internet, which allowed the creators of disinformation to

spread fake news in greater expanse, faster and easier than before. New active measures, such as the internet 'trolls,' appeared as well.

This thesis may be used in further researches on disinformation and fake news. The model may be applied to analyze fake news in the broader contexts and not only the pandemic-related topics.