

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO
ŽMOGAUS IR VISUOMENĖS STUDIJŲ FAKULTETAS
KOMUNIKACIJOS INSTITUTAS

SIMONAS IVANOVAS
KOMUNIKACIJOS IR KŪRYBINIŲ TECHNOLOGIJŲ STUDIJŲ PROGRAMA

ATSPARUMO PRIEŠIŠKAI PROPAGANDAI STIPRINIMAS LIETUVOS KARIUOMENĖS
DEPŲ TARNYBOJE

Darbo vadovė: prof. Gražina Čiuladienė

Vilnius, 2025

TURINYS

LENTELIŲ SĄRAŠAS.....	4
PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS.....	5
ĮVADAS.....	6
1. PROPAGANDOS SAMPRATOS, tipai ir modeliai.....	9
1.1. Propagandos sampratos.....	9
1.2. Propagandos tipai ir modeliai.....	12
1.3. Propagandos sklaidos kanalai.....	15
1.4. Propaganda karinėje aplinkoje.....	18
1.5. Propagandos sampratų, tipų ir modelių bei sklaidos kanalų dokumentų analizės apibendrinimas.....	21
2. KOVOS SU PROPAGANDA BEI ATSPARUMO PRIEŠIŠKAI PROPAGANDAI STIPRINIMO BŪDAI.....	22
2.1. Kova su propaganda instituciniame lygyje.....	22
2.2. Individualaus atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdai.....	24
2.3. Atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdai Lietuvos kariuomenėje.....	28
2.4. Kovos su propaganda bei atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdų dokumentų analizės apibendrinimas.....	31
3. ATSPARUMO PRIEŠIŠKAI PROPAGANDAI LIETUVOS KARIUOMENĖS DEPŲ TARNYBOJE TYRIMAS.....	33
3.1. Tyrimo metodologija.....	33
3.2. Tyrimo rezultatai ir jų analizė.....	37
3.3. Tiriamosios dalies apibendrinimas.....	51
IŠVADOS.....	53
REKOMENDACIJOS.....	55
SANTRAUKA.....	56
SUMMARY.....	57
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	58
PRIEDAI.....	64

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1.1. lentelė. 7 propagandos tipai	12
1.2. lentelė. Autoritarinių valstybių propagandos modeliai.	13
1.3. lentelė. Lietuvių naudojimas socialiniais tinklais	16
1.4. lentelė. Asmenys, kurie internete matė, jų nuomone, netikros informacijos ar turinio	18
1.5. lentelė. Psichologinių operacijų komunikacinės priemonės	20
2.1. lentelė. 7 pirmųjų abėcėlės raidžių taisyklės	24
2.2. lentelė. Dažniausiai propagandistų išnaudojamos mąstymo klaidos	25
2.3. lentelė. Privalomų kasmetinių priemonių, stiprinti atsparumą priešišakai propagandai Lietuvos kariuomenės Profesinės karo tarnybos kariams, sąrašas	29
3.1. lentelė. Respondentų pasiskirstymas (Klausimas Nr. 3)	39
3.2. lentelė. Tarpusavio ryšys tarp respondentų susidūrimo su propaganda ir propagandos sklaidos kanalų bei priemonių	40
3.3. lentelė. Respondentų atsparumo priešišakai propagandai įsivertinimas pagal darbo / tarnybos tipą	43
3.4. lentelė. Tarpusavio ryšys tarp respondentų atsparumo priešišakai propagandai įsivertinimo ir įtakos jų priimamiems sprendimams, nuomonei bei efektyvumui	44
3.5. lentelė. Respondentų skiriamo dėmesio atsparumo priešišakai propagandai stiprinti Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje vertinimas pagal darbo / tarnybos tipą	44
3.6. lentelė. Tarpusavio ryšys tarp respondentų nuomonių atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdų stygiaus / pertekliaus ir jų naudos	47
3.7. lentelė. Respondentų, suskirstytų pagal darbo / tarnybos tipą sutikimas su 14 klausime pateiktu teiginiu	47
3.8. lentelė. Respondentų skiriamo dėmesio atsparumo priešišakai propagandai stiprinti Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje vertinimas pagal darbo / tarnybos tipą (pakartotinis)	48
3.9. lentelė. Respondentų, suskirstytų pagal darbo / tarnybos tipą sutikimas su 16 klausime pateiktu teiginiu	49
3.10. lentelė. Tarpusavio ryšys tarp respondentų nuomonių atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdų pertekliaus / stygiaus ir atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo svarbos	50

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1.1. pav. Propagandos tipų pavyzdžiai	13
1.2. pav. Propagandos sklaidos kelias	17
1.3. Psichologinių operacijų kategorijos.	19
2.1. pav. Sąveika tarp skirtingų suinteresuotų šalių kovoje prieš propagandą.	23
2.2. pav. Kritinio mąstymo ugdymo organizavimo proceso schema.....	27
2.3. pav. Atsparumo priešiška propagandai mokymų Lietuvos kariuomenėje vykdymo schema	30
3.1. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį	37
3.2. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tarnybos / darbo tipą	38
3.3. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausias Nr. 2)	39
3.4. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausias Nr. 4)	41
3.5. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausias Nr. 5)	42
3.6. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausimai 6-10)	43
3.7. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausias Nr. 12)	45
3.8. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausias Nr. 13)	46
3.9. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausias Nr. 17)	50

IVADAS

Temos aktualumas. Pastarąjį dešimtmetį Lietuvoje vis dažniau pastebima naujo karo rūšis – hibridinis karas. Pagrindinis šio karo iniciatorius Lietuvoje – Rusijos Federacija. „Nuo 2014 m. Kremliaus naratyvų propagavimas už šalies ribų ir visuomenės nuomonės apie Rusiją ir jos veiksmus formavimas tapo Rusijos propagandos mašinos prioritetu, susijusiu su jos informaciniu karu“ (Polegkyi, 2023, p. 92). Rusijai aneksavus Krymą prasidėjo naujo karo era, kurią galima įvardinti kaip informacinis karas. Šis karas apima propagandą, dezinformaciją bei melagienas. Vienas naujausių identifikuotų atvejų buvo 2025 m. Baltijos šalims tapus energetiškai nepriklausomoms nuo Rusijos pastebėtas propagandos ir dezinformacijos padidėjimas socialiniuose tinkluose. Dezinformacijos analizės centro Debunk.org vadovas Viktoras Daukšas vertindamas šią situaciją sako – „siekia daryti operacijas, įsimaišyti į šitas diskusijas, apsimetant Lietuvos piliečiais“ (Prieš sinchronizaciją Lietuvoje suaktyvėjo interneto komentatoriai, išpuolių nefiksuota, 2025). Tokiu būdu siekiama paveikti Lietuvos visuomenę, pasiūlyti naratyvus, kurie yra palankūs Rusijos Federacijai.

Tobulėjant išmaniosioms technologijoms ir besivystant dirbtiniam intelektui propagandos mastai bei sklaidos greičiai tampa sunkiai įveikiami pagrindiniams apsaugos mechanizmomis valstybėje. Neseniai atlikto tyrimo duomenimis, grupė mokslininkų teigia, kad „reikia nedelsiant imtis veiksmų sušvelninti dirbtinio intelekto remiamų propagandos kampanijų įtaką“ (Wack ir kt., 2025, p. 6). Tai rodo, kad atsparumas priešiškai propagandai šiuo metu yra itin svarbi savybė.

Lietuvos kariuomenėje priešiška propaganda yra identifikuojama kaip grėsmė ir jos užkardymui 2021 m. buvo parengtas ir išleistas atsparumo priešiška propagandai planas (priedas Nr. 1), kuris yra patvirtintas Lietuvos kariuomenės vado įsakymu. Lietuvos kariuomenės Depų tarnyba yra vienas iš daugelio Lietuvos kariuomenės dalinių, kurie privalo įvykdyti Lietuvos kariuomenės vado patvirtintame atsparumo priešiška propagandai plane nurodytas atsparumo priešiška propagandai priemones ir tokiu būdu užtikrinti karių atsparumą propagandai. Šių priemonių įgyvendinimas yra planuojamas kasmet, tačiau jų efektyvumo vertinimas nėra aiškus.

Ištirtumo lygis. Mokslinės literatūros susijusios su propaganda yra gausu. Pradedant 1939 m. Lee ir Lee mokslinė monografija „*The Fine Art of Propaganda*“, pereinant prie 2017 m. Rytų Europos studijų centro parengtos ataskaitos „*Rusijos propaganda: analizė, įvertinimas, rekomendacijos*“ ar Ričardo Savukyno monografijos „*Kaip nugalėti propagandą*“. Studentai savo baigiamuosius darbus taip pat ganėtina dažnai rašo propagandos tema. Aldas Banelis 2024 m. rašė magistro baigiamąjį darbą tema „*Dezinformacija, propaganda, melagienos: poveikis visuomenės saugumui ir užkardymo*

teisinės galimybės“, Agnė Vinkauskaitė magistro baigiamąjį darbą tema „*Galios, įtakos ir propagandos virsmas naujosiose medijose: propaganda Lietuvos socialiniuose tinkluose*“. Visa ši literatūra rodo, kad propaganda yra nuolat tiriama, tačiau ją tirti plačiu mastu yra sudėtinga. Nepaisant to, tyrimų atliktų su išskirtinai karinės paskirties organizacijomis propagandos kontekste trūksta. Žinoma, galima rasti tokių ataskaitų kaip Helmus ir Holynska 2024 m. parengta „*Ukrainian Resistance to Russian Disinformation. Lessons for Future Conflicts*“, tačiau jos susijusios su jau kariaujančiomis valstybėmis. Mokslinė literatūra tirianti atsparumą priešišškai propagandai bei jo stiprinimo būdus mokslinėje literatūroje yra fragmentinė ir nesusisteminta į vieną leidinį. Įvairūs autoriai siūlo skirtingus atsparumo priešišškai propagandai stiprinimo būdus. Taip pat verta paminėti, kad mokslinėje literatūroje labai retai pateikiama informacija kaip stiprinti atsparumą priešišškai propagandai tikslinėms auditorijoms, dažniausiai siūlomi būdai apima bendrai visuomenę.

Temos naujumas. Atsižvelgiant į tai, kad propagandos tema šiandien yra aktuali, o jos ištirtumas yra ganėtinai gilus, pastebimas vienas trūkumas – nėra gilinamasi į individualų atsparumą priešišškai propagandai bei jo stiprinimą. Šioje temoje bus tiriamas būtent šis reiškinys, apie kurį mokslinėje literatūroje nėra rašoma. Verta paminėti, kad šis reiškinys bus tiriamas Lietuvos kariuomenėje, o tai siaurina ir gilina temą dar labiau.

Tyrimo objektas. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų atsparumas priešišškai propagandai.

Tyrimo problema. Lietuvos kariuomenės kariai ir darbuotojai Lietuvos gynyboje vaidina išskirtinį vaidmenį. Besikeičiančios priešiškos propagandos strategijos, evoliucionuojantys jos parengimo būdai, didėjantis propagandos kompleksiskumas bei sklaidos mastai reikalauja papildomo vertinimo bei inovatyvių ir tikslingai pritaikytų atsparumo jai stiprinimo sprendimų. Mokslinėje literatūroje pateikiamus atsparumo priešišškai propagandai stiprinimo būdus pritaikytus plačiajai visuomenei reikia pritaikyti atitinkant Lietuvos kariuomenės poreikius bei specifiką.

Tyrimo tikslas – pateikti tinkamiausias ir įgyvendinamas atsparumo priešišškai propagandai stiprinimo rekomendacijas atsižvelgiant į dokumentų analizės metu surinktą ir išanalizuotą informaciją apie propagandą bei empirinio tyrimo metu surinktus ir išanalizuotus duomenis.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išanalizuoti propagandos sampratą, tipus ir modelius bei sklaidos kanalus teoriniu lygiu;
2. Išanalizuoti atsparumą priešišškai propagandai bei jo stiprinimo būdus teoriniu lygiu;

3. Atlikus kiekybinį tyrimą įvertinti atsparumo priešišakai propagandai lygį Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje bei nustatyti tinkamiausius atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdus.

Hipotezės:

1. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariai bei darbuotojai susiduria su propaganda ir tai kelia didelę riziką jų priimamiems sprendimams, nuomonės formavimui bei efektyvumui;
2. Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje trūksta inovatyvių ir veiksmingų būdų stiprinti atsparumą priešišakai propagandai.

Mokslinio tyrimo metodai. Darbe atliekama mokslinės literatūros ir karinės dokumentacijos dokumentų analizė siekiant apibrėžti propagandos sampratas, jos tipus bei modelius ir sklaidos kanalus. Taip pat šiuo metodu siekiama aptarti atsparumą priešišakai propagandai bei jo stiprinimo būdus. Atliktas kiekybinis tyrimas – anketavimas, siekiant surinkti duomenis iš Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų ir vėliau juos apdoroti statistinės analizės metodu, siekiant nustatyti reikšmingus statistinius požymius.

Baigiamojo darbo struktūra. Šį magistro baigiamąjį darbą sudaro trys dalys. Pirmoje dalyje aprašomos mokslinėje literatūroje pateikiamos propagandos sampratos, tikslai bei veikimo mechanizmai. Išskiriami propagandos tipai bei modeliai ir pateikiami jų naudojimo pavyzdžiai. Apžvelgiama propagandos sklaida bei dažniausiai jai naudojami komunikacijos kanalai bei stiprinantys veiksniai. Taip pat šioje dalyje gilinamasi į propagandos sampratą bei veikimą karinėje aplinkoje. Antroje dalyje yra aprašomas atsparumas priešišakai propagandai bei mokslinėje literatūroje ir karinėje dokumentacijoje pateikti jo stiprinimo būdai instituciniame, individualiame bei karinės aplinkos lygiuose. Trečioje baigiamojo darbo dalyje yra pateikiama detali mokslinio tyrimo metodologija bei tyrimo rezultatai. Darbo pabaigoje pateikiamos tyrimo išvados ir siūlomos rekomendacijos.

1. PROPAGANDOS SAMPRATOS, TIPAI IR MODELIAI BEI SKLAIDOS KANALAI

Propaganda mena tūkstančius metų. Kai kurie autoriai nurodo, kad dar Senovės Egipto faraonų savęs sudievinimą galima vertinti kaip propagandą. „Nors propagandos naudojimas karo ir konfliktų situacijose nėra nei naujas nei neįprastas, sistemingas propagandos vystymas, kaip vieno iš karo mechanizmų, pradėtas plėtoti XX amžiuje“ (Scriver, 2015, p. 395). I ir II pasauliniai karai paspartino ne tik technologinius procesus, tačiau ir propagandinius mechanizmus. „Suvokus žiniasklaidos kaip galios lauko reikšmę, atsirado tiesmuka jos kaip propagandos interpretacija <...> viešoji nuomonė gali būti paversta preke ir parduodama <...> nuomonę galima suformuoti ir valdyti, tereikia tam turėti atitinkamų resursų (Rytų Europos studijų centras, 2017, p. 11). Šis suvokimas virto į įvairiausių propagandinių mechanizmų kūrimo varžybas ne tik tarp valstybių, bet verslo, besistengiančio nugalėti konkurentus. Šaltojo karo metu išstobulintos technikos naudojamos iki pat šių dienų, o valstybių kariuomenės bei žvalgybos institucijos steigia atskirus komunikacijos departamentus propagandos skleidimui bei identifikavimui. Šiame skyriuje bus pateikiami propagandos apibrėžimai, rūšys, tipai ir modeliai bei galimi jos sklaidos kanalai.

1.1. Propagandos sampratos

Dar 1928 m. propagandos pradininku, tiriant ją moksliniu lygiu, laikomas Edward Bernays pateikė tokį propagandos apibrėžimą „nuoseklios, ilgalaikės pastangos kurti ar formuoti įvykius, turinčius įtakos visuomenės santykiams su įmone, idėja ar grupe“ (1928, p. 25). Šių laikų autoriai šį reiškinių apibūdina kiek kitaip – „Propaganda yra informacija, sukurta siekiant suformuoti ar pakeisti nuomonę apie tam tikrą temą“ (Doeden, 2020, p. 6). Paprastas, bet taiklus apibrėžimas pateikiamas Ričardo Savukyno – „Propaganda yra tyčinis realybės iškraipymas“ (2023, p. 7). Nors Jacques Ellul jau 1957 m. teigė, kad „šiuo metu neįmanoma pateikti aiškaus propagandos apibrėžimo“ (p. 61), tačiau tiksliausiai apibendrinantį pateikia Ivana Markova – „Tai laikoma viena ar kita komunikacijos forma, kurios tikslas – paveikti ir keisti kitų nuomonę aptariamu klausimu“ (2008, p. 37). Iš visų šių skirtingu laiku bei skirtinga tema parašytų mokslinių sąvokų apie propagandą galima daryti išvadą, kad ši tema buvo ir vis dar yra aktuali bei nuolat yra papildoma naujais apibrėžimais.

Šiam baigiamajam darbui svarbu apibūdinti Rusijos skleidžiamą propagandą. „Rusijos propaganda – tai institucionalizuota informacinės politikos rūšis, nukreipta palenkti visuomenę

vykdant įvairaus lygmens Rusijos valdžios nustatytus uždavinius, plečiant informacinę erdvę pasaulyje ir Lietuvoje bei siekiant išlaikyti informacinę įtaką įtaigiai formuojant nuomonę, kuri pateisintų Rusijos pretenzijas ir agresyviuosius veiksmus (Rytų Europos studijų centras, 2017, p. 206). Konkretesnius tikslus įvardija S. Statkutė – „Rusijos skleidžiama propaganda norima pakeisti mūsų šalies istorinę atmintį, sukeliant nepasitenkinimą ir nepasitikėjimą Lietuvos valstybe, demokratine santvarka ir veikiančiomis institucijomis“ (2021, p. 14). Galima daryti prielaidą, kad Rusijos tarpvalstybiniu lygiu naudojama propaganda nukreipta Lietuvos atžvilgiu, bet kokiu atveju, yra bandymas gauti naudos nors pati nauda ne visada yra tiesioginė. Pavyzdžiui, Rusijos propaganda yra siekiama sukurti nepasitenkinimą Lietuvos politikais. Pats faktas, jog lietuviai nepasitikės Lietuvos politikais neturi tiesioginės naudos, tačiau atsižvelgiant į tai Rusija bandys ateinančiuose rinkimuose sukurti palankias sąlygas savo statytiniams būti išrinktiems ir tokiu būdu ateityje turėti žmones valdymo organuose, kurie priims sprendimus Rusijos naudai. Būtent dėl tokių propagandos pavyzdžių visuomenėje ji yra suprantama kaip neigiamas reiškinys. Sekančioje pastraipoje bus aptartos propagandos grupės, kurios ne visada yra naudojamos kenkėjiškais ar naudos sau tikslais.

Propaganda įprastai yra skirstoma į **tris grupes** pagal šaltinių patikimumą. Scot Macdonald savo knygoje ją suskirstė taip – „Baltojoje propagandoje šaltinis yra žinomas ir paprastai jis yra oficialus; juodojoje propagandoje jis yra paslėptas arba siūlomas klaidingas šaltinis; o pilkojoje propagandoje šaltinis užtemdytas“ (2007, p. 33). Puikius baltosios propagandos pavyzdžius pateikia Aldas Banelis – „*Baltajai propagandai* galėtume priskirti informacines kampanijas, skatinančias mesti rūkyti, nesėsti už vairo esant neblaiviam, neviršyti leistino greičio vairuojant ar atsisakyti lošimų“ (2024, p. 9). Nors baltoji propaganda yra laikoma pozityviaja, tačiau Mantas Martišius teigia „baltąją propagandą nemeluoja, bet ir nepasakoma visa teisybė“ (Baltoji propaganda prasiveržia ir Lietuvos žiniasklaidoje, 2013). Tad bet kokiu atveju, matoma, kad baltoji propaganda nėra visapusiškai naudinga auditorijai, į kurią ji yra nukreipta, nes neturint skirtingų vertinimų ar pilnos informacijos negalima priimti sprendimų savarankiškai, jie priimami atitinkamai vienokie arba kitokie, nes tokie yra pasiūlomi. Nepaisant to, Nuno Rodriguez teigimu „propaganda siekia laikytis idėjos be diskusijų ir svarstymų“ (2019, p. 120), tad baltąją propagandą galima išnaudoti ir organizacijos tikslams pasiekti, pavyzdžiui, skatinti prisijungti prie ginkluotųjų pajėgų ginti šalį.

„*Pilka propaganda*, išsidėsčiusi tarp baltosios ir juodosios propagandos, kurioje nėra aiškiai nurodyta šaltinio kilmė arba jo kilmė priskiriama sąjungininkui ir ar informacija yra teisinga nėra aišku“ (Gray ir Martin, 2007, p. 9). Ši propaganda dažnai naudojama iškraipant faktus ir juos interpretuojant sau naudinga kryptimi. Viktor Denisenko ją apibūdina taip – „Pilkoji propaganda yra

subtilesnė, klastingesnė – ji pasiekia savo tikslų, kai faktus sumaišo su išgalvotais, melagingais dalykais, ir taip padaro informacijos kokteilį“ (Nuo propagandos iki melo apskritai: ekspertai įvardijo, kas ir kodėl mus paveikia, 2022). Tokiu būdu kur kas sudėtingiau išsiaiškinti tiesą, nes propagandos informacijos šaltinis gali atrodyti kaip šaltinis, turintis išskirtinės ar papildomos informacijos, o ne kaip propagandos skleidėjas. Vienas įdomesnių pilkosios propagandos pavyzdžių panaudotas vėlyvaisiais 1940-aisiais, kai Čekoslovakijos bulvių ūkininkus užpuolė kolorado vabalai. Tuo metu vyriausybė greitai sugalvojo kaip šioje situacijoje gauti dvigubos naudos ir apkaltino Jungtines Amerikos valstijas įvežus ir paskleidus kenkėjus, tam kad sugniuždytų režimą. Faktas, kad kolorado vabalai užpuolė ūkininkus yra tiesa, tačiau priežastis išgalvota. Šiuo atveju buvo siekiama dviejų tikslų: pašalinti spaudimą keliamą Čekoslovakijos vyriausybei dėl šių kenkėjų atsiradimo ir tuo pačiu formuoti neigiamą visuomenės nuomonę apie vakarų pasaulį.

Juodoji propaganda visuomenėje dažnai yra identifikuojama kaip bendrinė propagandos sąvoka apimanti visą reiškinį. Jeff Bradford juodąją propagandą apibūdina taip – „Juodoji propaganda neapsiriboja pranešimo šaltinio tapatybės slėpimu ir klaidingu jos priskyrimu kitam subjektui <...> ji neišvengiamai apima melą ir nesąžiningumą“ (White, Gray And Black Propaganda: A Business Owner's Guide, 2023). Ši propagandos rūšis geriausiai žinoma naudojant priešiškais tikslais paveikti kitos valstybės visuomenę, valdymo organus bei kariuomenę. „Juodąją propagandą sukurti sunkiau nei baltąją, nes baltoji propaganda gali turėti klaidų ir vis tiek būti veiksminga“ (Macdonald, 2007, p. 33). Anot autoriaus, kuriant juodąją propagandą reikia išlaikyti šaltinio patikimumą, nes kitaip visa propagandos kampanija kylanti iš šio šaltinio gali žlugti. Vienas naujausių pavyzdžių, kurį galima paminėti atvaizduojant juodąją propagandą buvo užfiksuotas 2022 m. Rusijos–Ukrainos kare. Rusija paleido propagandines žinutes teigiančias, kad Ukrainos laboratorijose yra kuriami „koviniai uodai“ bei tiriama paukščių migracija, siekiant juos panaudoti susargdinant rusus juodlige, poliomieliu ar meningitu. Šiame atvejuje nėra pateikiami faktai įrodantys tokią ukrainiečių veiklą, o šaltiniai žiniasklaidoje įvardinami „gerai informuotais Rusijos gynybos ministerijos atstovais“, tačiau tiksliai neįvardijami. Šitaip siekiama įtikinti vidinę auditoriją palaikyti Rusijos karinę veiklą Ukrainos teritorijoje, nupiešiant ukrainiečius kaip mirtiną grėsmę Rusijai. Tikslas, kurio siekiama iš likusio pasaulio yra pasėti dvejonę, mažinti žmonių, palaikančių paramą Ukrainai skaičių, o tuo pačiu ir skirti papildomą laiką bei resursus šios propagandos tikrinimui. Tokie Rusijos naudojami propagandos pavyzdžiai Vakarų pasaulyje nebėra priimami rimtai, tačiau vis vien negali būti praleisti pro pirštus ir į juos būtina reaguoti.

Apibendrinant galima teigti, kad propagandos sampratos kinta minimaliai išlaikydamos tą pačią esmę. Propaganda tiriamoje srityje įgauna savitus apibrėžimus, tačiau jos veikimo procesai bei tikslai išlieka panašūs arba tokie patys, o pateikti pavyzdžiai tai patvirtina.

1.2. Propagandos tipai ir modeliai

Sociologai A. McClung Lee ir E. Briant Lee pirmieji suskirstė propagandą pagal jos tikslus ir taktikas į **7 tipus** (žr. lentelę 1.1.). Jų pateiktas suskirstymas yra naudojamas aptarinėjant ir šiuolaikinę propagandą. Galima matyti, kad visi šie tipai aiškiai patvirtina prieš tai išvardintas propagandos sampratas, nes apibendrinus juos išryškėja pasikartojančios frazės ir žodžiai: „netiriant įrodymų“, „idėja“, „itikinti“, „priimti“, „atmesti“ ir kiti.

1.1. lentelė. 7 propagandos tipai

Eil. Nr.	Tipas	Aprašymas
1.	Įzeidinėjimas (<i>angl. name-calling</i>)	Idėjai priskiriama bloga etiketė – naudojama siekiant priversti atmesti ir pasmerkti idėją netiriant įrodymų.
2.	Blizgantis bendrumas (<i>angl. glittering generality</i>)	Kažkas susiejama su visuomeninėmis dorybėmis – naudojamas priversti priimti ir patvirtinti dalykus netiriant įrodymų.
3.	Perdavimas (<i>angl. transfer</i>)	Ji turi kažkieno gerbiamo autoritetą ar prestižą tam, kad būtų priimta. Arba atvirkščiai ji turi baudžiamosios sankcijos savyje, jei propagandistas nori, kad kažkas nebūtų priimta.
4.	Liudijimas (<i>angl. testimonial</i>)	Joje gerbiamas arba nekenčiamas asmuo pasako, kad idėja, programa, produktas ar asmuo yra geras arba blogas.
5.	Žmonių (<i>angl. plain folks</i>)	Metodas, kuriuo kalbėtojas bando įtikinti savo auditoriją, kad jis ar jo idėjos yra geros, nes jos yra iš žmonių.
6.	Kortų krovimas (<i>angl. cards stacking</i>)	Apima faktų ir melų, iliustracijų ir logiškų ar nelogiškų teiginių atranką ir naudojimą, siekiant pateikti geriausią arba blogiausią įmanomą idėjos, programos, produkto ar asmens atvejį.
7.	Grupinė karieta (<i>angl. band wagon</i>)	Ji turi savo temą, jog „Visi tai daro“. Propagandistas bando įtikinti, kad visi grupės nariai sutinka su jo programa ir todėl mes taip pat turime sekti kitus ir „šokti“ į grupės karietą.

Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal: Lee & Lee, 1939.

Išvardyti tipai rodo, kad propaganda buvo smarkiai pažengusi ir beveik prieš 100 metų, o taip pat buvo tirtas galimas jos pritaikymas įvairioms auditorijoms ir situacijoms. Tam, kad surasti pavyzdžių šiems propagandos tipams nereikia grįžti viso amžiaus atgal. Viena iš situacijų, kurioje galima rasti beveik visus šių tipų panaudojimus – 2024 m. vykę Jungtinių Amerikos valstijų prezidento rinkimai (žr. pav. Nr. 1.1. p. 13.). Paveiksle pateikti pavyzdžiai atspindi šiuolaikinį Jungtinių Amerikos valstijų politinį gyvenimą bei begalinį varžymąsi bet kokia kaina pasiekti pergalę. Nors pavyzdžiuose dažniau

pateikiami Donaldo Trampo atvaizdai, tačiau teigti, kad propaganda buvo naudojama vien jo prezidentinėje kampanijoje negalima. Atsižvelgiant į tai, politiniuose rinkimuose yra naudojami visi propagandos tipai, galima daryti prielaidą, kad rinkėjai yra paveikiami naudojamos propagandos.



Liudijimas



Blizgantis bendrumas



Grupinė karieta



Perdavimas



Ižeidinėjimas



Žmonių

1.1. pav. Propagandos tipų pavyzdžiai

Sudaryta autoriaus. Pagal: Lee & Lee, 1939 ir internetinius šaltinius.

Šiuolaikines masinės propagandos kampanijas autoritarinėse valstybėse Chubb ir Wang suskirstė į 4 modelius (žr. lentelę Nr. 1.2.).

1.2. lentelė. Autoritarinių valstybių propagandos modeliai.

Eil. Nr.	Tipas	Aprašymas
1.	Mobilizacija (angl. <i>mobilization</i>)	Lyderiai gali pradėti propagandos kampanijas, kad padidintų grėsmės suvokimą, sustiprintų populiarias emocijas ir sustiprintų ryžtą. Jie gali paaugoti visuomenės nuomonę dėl valstybės užsienio politikos tikslų.
2.	Signalizacija (angl. <i>signaling</i>)	Šis modelis naudojamas strateginėje komunikacijoje. Sukuriama propagandos kampanija, kuria siekiama įtikinti viešai duotų pažadų vykdymą. Geriau meluoti, nei atsisakyti savo duotų pažadų.
3.	Nukreipimas (angl. <i>diversion</i>)	Režimai nukreipia visuomenės dėmesį nuo vidinių problemų, inscenizuodami išorinį reginį – tarptautinės įtampos eskalavimą ar net išitraukimą į karą. „Atpirkimo ožiu“ paverčiančios priešiškas valstybes, anot, jos kaltos dėl vidinių problemų.
4.	Pacifikacija (angl. <i>pacification</i>)	Šis modelis naudojamas stengiantis nuraminti įsiaudrinusius nacionalistus, kurie tikima, kad gali destabilizuoti visuomenę ir kelti grėsmę režimui.

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal: Chubb ir Wang, 2023.

Akivaizdžiausias propagandos mobilizacijos metodo pavyzdys yra 2022 m. pasirodę Rusijos pareiškimai, kad Ukraina yra nacistinė šalis, o Rusijos pradėta speciali operacija yra Ukrainos denacifikacija. Tačiau Treyger ir kiti teigia, kad iš tiesų Rusijos tikslas buvo „ekstremistinių ideologijų ir etnorasinių priešiškamų Rusijos ir Ukrainos kare pavertimas ginklu, kad sutelktų vidaus viešąją nuomonę ir paveiktų tarptautinę auditoriją“ (2025, p. 1). Signalizacijos propagandos metodo vieną pagrindinių tikslų įvardina Huang – „galėdami sau leisti nemažus išteklius vieningai propagandinei žinutei pateikti ir primesti tai piliečiams – vyriausybė, kuri turi stiprius gebėjimus išlaikyti socialinę kontrolę ir politinę tvarką gali pasiūsti patikimą signalą apie šį gebėjimą ir atskirti save nuo silpnų vyriausybių, taigi netiesiogiai įbauginant mases, kurios kitaip gali galvoti apie režimo pakeitimą“ (2015, p. 421). Iš šios citatos ir metodo aprašymo galima daryti išvadą, kad tokios propagandos taikymas yra skirtas ne tik įtikinti piliečius, kad duoti pažadai bus įvykdyti, bet ir sukurti stiprios valdžios įvaizdį, kuris užkirstų kelią bet kokiam pilietiniam perversmui. Kalbant apie propagandos nukreipimo metodą, galima paminėti Jungtinių Amerikos valstijų paskelbtą muitų karą. Šiuo atveju, Donald Trump kaltina visą likusį pasaulį (vienas šalis labiau, kitas mažiau) tuo, kad dėl neteisingos tarptautinės prekybos Jungtinės Amerikos valstijos skursta, kainos didėja ir galiausiai mažėja jos galia. Šiuos kaltinimus daugybė pasaulinio lygio ekspertų įvardijo neteisingais, o žurnalistai ėmėsi faktų tikrinimo (Fact check: Trump’s false claims about tariffs and trade, 2025). Pritaikius šią situaciją propagandos nukreipimo metodui, galima matyti, kad ji kuo puikiausiai tinka jame, tačiau ji nekoreliuoja su demokratija, todėl prasideda informacinis chaosas, kai vieša informacija prieštarauja viena kitai, o piliečiai nebežino kuo tikėti. Galiausiai pacifikacijos metodas yra naudojamas galimų maištų ir perversmų prevencijai. Visuotinėje lietuvių enciklopedijoje pacifikacija apibūdinama taip – taikos palaikymas smurtinėmis priemonėmis: manifestacijų, maištų, sukilimų, kitų antivyriausybinių veiksmų slopinimas panaudojant ginkluotąsias pajėgas (kariuomenę, žandarmeriją, policiją). Taigi šiam propagandos metodui galima priskirti įvairiausią propagandą, kuri gali nuraminti į maištą linkusius piliečius. Pagal pateiktus šių modelių pavyzdžius galima daryti išvadą, kad propagandos pagalba režimai geba įteisinti beveik bet kokius savo veiksmus, su kuriais jų šalies piliečiai nesutiktų dėl moralinių vertybių, ekonominės naudos ar politinių įsitikinimų, taip pat galima teigti, kad nors pateikti propagandos modeliai šiuo metu yra įvardijami kaip naudojami autoritarinių režimų vidinei auditorijai, negalima teigti, kad jie nėra naudojami ir demokratinėse valstybėse.

Verta paminėti, kad vis daugiau ir kokybiškesnės propagandos pavyzdžių sutinkama parengtų dirbtinio intelekto. Dar 2017 m. Jungtinių Amerikos valstijų valstybės departamento specialiaame raporte Powers S., ir Kounalakis M. teigė, kad „Dirbtinio intelekto įrankiai dinamiškai tobulėja

generuojant unikalų turinį ir netrukus bus pajėgūs kurti pritaikytą propagandą, dezinformaciją ir įtikinamus argumentus“ (p. 41). O jau 2024 m. pabaigoje grupės mokslininkų atliktas tyrimas rodo, kad 43,5 proc. visų respondentų neidentifikavo, jog dirbtinio intelekto parengti straipsniai yra propagandiniai (Goldstein ir kt., p. 1). Tai rodo koku greičiu dirbtinio intelekto technologijos tobulėja pastaraisiais metais. „Dezinformacija, sukurta generuojančių AI modelių, gali būti geriau parašyta ir įtikinamesnė nei parengta žmonių propagandistų“ (Monteith ir kt., 2024, p. 34). Didelį susirūpinimą dirbtinio intelekto galimybėmis išreiškia ir Dušan Prorokovič „jis gali įvesti tarptautinius santykius į nuolatinių ir nesibaigiančių konfliktų stadiją, vykdydamas gausias psichologinės propagandos operacijas ir pradėdamas niekada nesibaigiančius hibridinius karus“ (2023, p. 13). Autorius tokią poziciją išreiškia atsižvelgdamas į tai, kad dirbtinis intelektas reikalauja vis mažiau priežiūros iš žmogaus. Bontridder N. ir Pouillet Y. išskiria dvi pagrindines problemas, kurias sukuria dirbtinis intelektas „Pirma, dirbtinis intelektas generuoja naujas galimybes kurti ir manipuliuoti teksta, paveikslais, vaizdo bei garso įrašais. Antra, dirbtinio intelekto sistemos, kurios sukurtos ir įdiegtos internetinėse platformose, tam kad gerokai padidintų vartotojų įsitraukimą, prisideda ir prie veiksmingos bei greitos dezinformacijos sklaidos internete“ (2021, p. 4). Tai rodo, kad dirbtiniam intelektui visame propagandos informacijos komunikaciniame kelyje nebėra reikalingas žmogaus įsitraukimas. Tinkamai užprogramuotas dirbtinis intelektas gali pats sukurti propagandinę žinutę (tokiu būdu tapdamas propagandos šaltiniu) ir vėliau ją, naudodamasis botų arba trolių pagalba, platinti internetinėse platformose dideliu mastu.

Išdėstyti 1939 m. aprašyti propagandos tipai bei pateikti šiuolaikiniai pavyzdžiai rodo, kad šie tipai iš esmės nesikeitė, tačiau jų taikymo bei gamybos būdai evoliucionavo. Tai patvirtina pateikta informacija apie dirbtinio intelekto kuriamos propagandos grėsmes. Pastebėta, kad autoritariniams režimams priskiriami propagandos modeliai yra naudojami ir demokratijos lopšiu vadinamose Jungtinėse Amerikos Valstijose, o tai kelia nerimą ir pavojų pačiai demokratiškos valstybės valdymo formai.

1.3. Propagandos sklaidos kanalai

„Manipuliacija – tai ne paskiros apgaulės atvejis, bet ištisos komunikacinės strategijos dalis, suteikianti galios informacijai, interpretuojančiai „tikrovę“ (Juodytė, 2008, p. 37). Tokią išvadą pateikė Vilniaus universiteto doktorantė dar 2007 m. po atlikto tyrimo apie propagandą spaudoje. „Bitė Lietuva“ užsakytas tyrimas atskleidė, kad net 70 proc. respondentų 2022 m. socialinius tinklus

naudojo naujienų skaitymui. Tai rodo, kad socialiniai tinklai didelei daliai Lietuvos gyventojų nebėra platforma, skirta vien bendravimui. „Socialiai orientuotos robotų versijos, kurias galima užprogramuoti taip, kad atrodytų ir veiktų kaip tikri žmonės tokiose svetainėse kaip „Facebook“ ar „Twitter“, dažnai yra pagrindinės priemonės **kompiuterinei propagandai** skleisti“ (Wooley, 2020, p. 91). „Tele2“ užsakyto tyrimo duomenys parodė kokius socialinius tinklus 2024 m. dažniausiai naudoja lietuviai (žr. lentelę Nr. 1.3.). Matoma, kad pirmauja trys socialiniai tinklai: „Facebook“, „Messenger“ ir „Youtube“. Galima daryti prielaidą, kad didžiausi propagandos mąstai apima būtent šias platformas. „Facebook“ ir „Messenger“ platformose botų dalyvavimas visuomenei yra žinomas, tačiau juos identifikuoti nėra taip paprasta.

1.3. lentelė. Lietuvių naudojimas socialiniais tinklais

Socialinis tinklas	Respondentų proc., kuris naudoja socialiniu tinklu.
Facebook	94 proc.
Youtube	97 proc.
Messenger	93 proc.
Instagram	47 proc.
TikTok	35 proc.

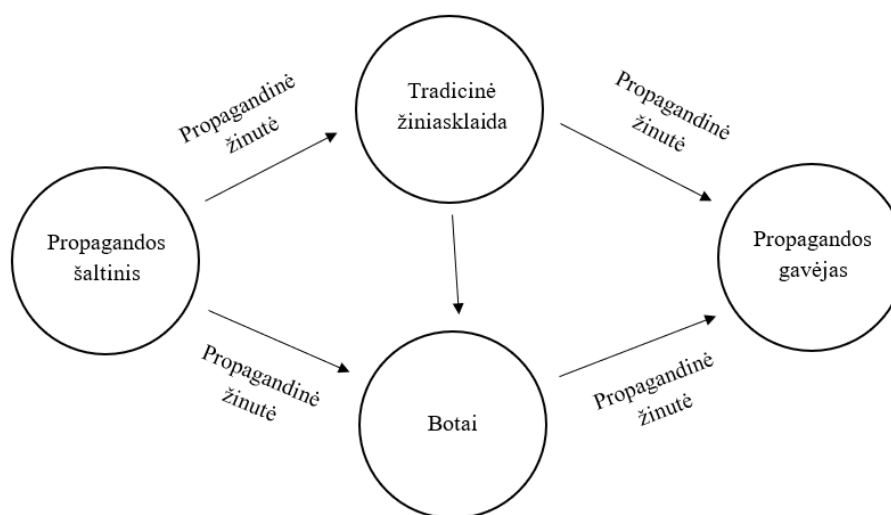
Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal: „Norstat“, (2024).

Tokiose platformose botai komentuoja įvairius valstybinės reikšmės projektus bei dalinasi propagandiniais pranešimais kurdami neigiamą nuotaiką ir skatindami nepasitikėjimą valstybės valdymo organais. A. Vinkauskaitė savo baigiamajame darbe nustatė, kad „Propaganda infiltruojasi į „mases“ – tikslingai administruojant netikras „Facebook“ anketas ir dalyvaujant įvairiose diskusijose stengiamasi pakreipti pokalbį reikiama linkme, taip masės „veikiamos iš vidaus“ ir koreguojama bendra visuomenės „vieša nuomonė“ (2015, p. 65). Nors atsparesni priešiška propagandai žmonės geba tiesiog ignoruoti šiuos veiksmus, tačiau dalį žmonių tai veikia neigiamai bei formuoja jų nuomonę bei keičia įsitikinimus.

Dažnu atveju propagandą „pasigauna“ ir tradicinės medijos, tokios kaip laikraščiai, naujienų portalai, televizija ar radijas. Pagrindiniai jų siekiai yra kelti savo reitingus, nepaisant to, kad pateikiama informacija ne visada yra teisinga. W. Lance Bennet ir Steven Livingston tokios informacijos šaltiniais įvardina „išrinktuosius politikus, įvairių judėjimų lyderius, socialinių tinklų nuomonės formuotojus, užsienio vyriausybes ir politinius tinklapius, kurie dažnai naudoja gerai pažįstamus žurnalistinius formatus „supakuoti“ propagandą“ (2020, p. 15). Iš visų šių prieš tai paminėtų šaltinių gaunama informacija gali būti paskleista masiškai, pasitelkiant ne tik tradicines medijas, kurias dažniausiai valdo autoritetingos įmonės, bet ir kompiuterizuotus **botus**, kurie kaip

minėta prieš tai veikia socialiniuose tinkluose masiškai dalindamiesi pranešimais arba juos komentuodami užsakovo nustatyta nuotaika.

Vertinant išdėstytą **propagandos sklaidą** galima matyti, kad propagandos gavėjas dažnai tą pačią klaidingą ar netikrą informaciją gali gauti skirtingais kanalais, o botaus skleidžiama informacija perimama tiek iš pirminio šaltinio tiek ir iš retransliatoriaus (žr. pav. Nr. 1.2.). Tokios propagandos galia vartotojui yra labai didelė, nes skirtingos komunikacijos priemonės ir kanalai skleidžia tą pačią propagandą, o rasti alternatyvią informaciją reikalauja įdėti papildomų pastangų. Dabartinėje visuomenėje informacijos perdavimo kanalai yra pasikeitę, o pagrindinė priemonė yra internetas.



1.2. pav. Propagandos sklaidos kelias

Šaltinis. Sudaryta autoriaus pagal: Bennett, Livingstone, 2020; Wooley, 2020.

Įvairių platformų, pritaikytų gausiems informacijos srautams, veikiančių interneto pagalba informacija masiškai yra perduodama dideliu greičiu vartotojams. Lietuvos oficialios statistikos portalo, administruojamo Valstybės duomenų agentūros duomenimis (žr. lentelę Nr. 1.4. p. 18) pastebima auganti abejotinos arba netikros informacijos sklaida internete, kurią pastebi vartotojai. Tai aiškiai rodo, kad visuomenė yra susipažinusi su galimu susidūrimu su propaganda ar netikra informacija internete. Pateikti duomenys taip pat atskleidžia, kad Y ir Z kartos (Y karta gim. 1981–1996 m., Z karta gim. 1997–2012 m.) žmonės kur kas lengviau atpažįsta propagandą internete. Tuo tarpu vyresnio amžiaus interneto vartotojai kur kas sunkiau identifikuoja propagandą. „Nors melagienos skirtos įvairaus amžiaus skaitytojams, vyresnio amžiaus žmonės dezinformacija dalijasi daugiausiai“ (Brashier ir Schacter, 2020, p. 323). Šie duomenys atskleidžia, kad kompiuterinis raštingumas turi didelę įtaką identifikuojant propagandą internete.

1.4. lentelė. Asmenys, kurie internete matė, jų nuomone, netikros informacijos ar turinio

	2021 m.		2023 m.	
	proc., nuo asmenų, kurie naudojo internetu per 3 mėn. iki apklausos	proc., nuo visų asmenų	proc., nuo asmenų, kurie naudojo internetu per 3 mėn. iki apklausos	proc., nuo visų asmenų
Visi 16–74 m.	43,6	37,9	48,7	43,2
16–24 m.	52,9	52,9	60,8	60,5
16–29 m.	54,8	54,5	59,4	59,3
25–34 m.	56,3	55,5	59,3	59,3
35–44 m.	50,2	48,8	53,8	52,7
45–54 m.	36,3	32,6	44,0	39,9
55–64 m.	31,2	24,8	38,4	30,6
65–74 m.	26,4	14,6	31,8	20,7

Šaltinis: Valstybės duomenų agentūra, 2023.

Atsižvelgiant į tai, kad 2023 m. net 83,2 proc. visų 16–74 m. amžiaus žmonių naudojo internetu kasdien, o net 80,5 proc. jų laiką internete praleido skaitydami naujienas bei siųsdamiesi laikraščius ir žurnalus (Valstybės duomenų agentūra, 2023), galima teigti, kad botų skleidžiama propaganda galimai pasiekia beveik kiekvieną interneto vartotoją. Tai rodo, kad vartotojas neišvengiamai susiduria su propaganda ir nuo jo paties atsparumo jai priklauso kokia įtaka bus padaryta. Taip pat, galima teigti, kad sąlygos propagandai skliti internetu yra šiuo metu palankesnės lyginant su tradicinėmis medijomis, kurioms yra taikomos smarkios kontrolės priemonės ir būtent į šios propagandos sklaidą reikia reaguoti labiausiai, stengiantis sumažinti jos daromą įtaką piliečiams.

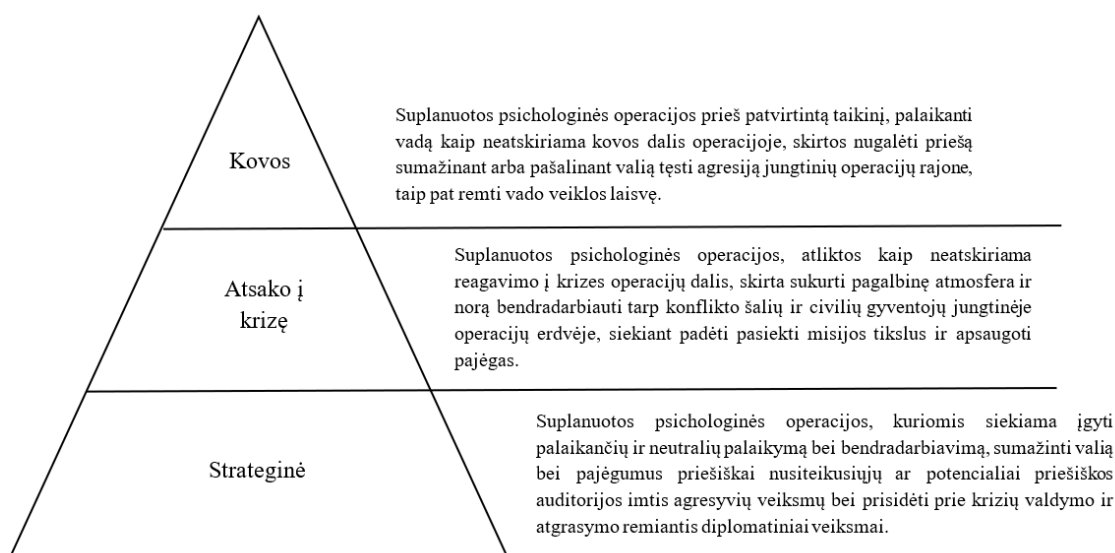
Apibendrinant galima teigti, kad socialiniai tinklai yra tinkamiausia terpė skliti propagandai, o jos sklaidą dar labiau sustiprina botai. Nepaisant to, propaganda kartais skleidžiama ir tradiciniais kanalais, o jos pirminiais šaltiniais gali tapti tiek žinomi, tiek ir nežinomi asmenys. Statistikos duomenys rodo, kad Lietuvoje propagandą internete lengviau atpažįsta jaunesnio amžiaus asmenys ir tai leidžia suprasti, kad vyresnio amžiaus asmenys yra pažeidžiamiausia grupė.

1.4. Propaganda karinėje aplinkoje

Fronto kariai yra dažnas priešininkų kampanijų taikiny, skirtų pakirsti valią kovoti bei sumenkinti karinių vienetų vienybę (Helmus ir Holynska, 2024, p. 7). Šioje ataskaitoje, kuri parengta pagal vis dar tebevykstančio Rusijos-Ukrainos karo propagandos pavyzdžius, aiškiai pateikiama, kad profesionalūs kariai yra viena iš pagrindinių krypčių, į kurias yra nukreipta priešiška propaganda. Kariniais terminais tokia priešiška propaganda vadinama informacinėmis operacijoms (Info Ops).

NATO pateikia tokį informacinių operacijų apibrėžimą – „Funkcija analizuoti, planuoti, vertinti ir integruoti informacinę veiklą remiant misijos tikslus, kad būtų sukurtas norimas poveikis priešininkų, galimų priešininkų ir tikslinių auditorijų valiai, supratimui ir galimybėms“ (NATO, 2023, p. 25). Informacinės operacijos NATO planuose yra vykdomos dvejais komunikaciniais mechanizmais: kariniais viešaisiais ryšiais ir psichologinėmis operacijomis. „Kariniai viešieji ryšiai yra atsakingi už tikslų ir savalaikį NATO karinių tikslų ir uždavinių ištransliavimą visuomenei“ (NATO, 2023, p. 31). Karinių viešųjų ryšių pagrindiniai tikslai yra informacinių operacijų pagalba suteikti validumą vykdomai karinei veiklai, tačiau stengiantis nustatyti galimus propagandos atvejus karinėje aplinkoje bei būdus jai atsispirti reikia sutelkti dėmesį į psichologines operacijas.

NATO 2007 m. išleido Sąjungininkų jungtinę doktriną psichologinėms operacijoms, kuri skirta aprašyti galimus vado psichologinių operacijų veiksmus konflikto metu. Šiame dokumente PSYOPS apibrėžiamas kaip – „Suplanuota psichologinė veikla naudojant komunikacijos metodus ir kitas priemones, skirtos iš anksto numatytai auditorijai, siekiant daryti įtaką suvokimui, požiūriui ir elgesiui, darant įtaką politiniams pasiekimams ir kariniams tikslams“ (NATO, 2007, p. 17). Psichologinės operacijos yra skirstomos į tris kategorijas: strateginę, atsako į krizę ir kovos (žr. pav. Nr. 1.3.).



1.3. Psichologinių operacijų kategorijos.

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal: NATO, 2007.

Strateginės psichologinės operacijos naudojamos iš anksto ruošiantis konfliktinei situacijai, bandant operacijos rajone esančius civilius ir karius parengti turėti iš anksto nustatytą nuomonę apie būsimus karinius veiksmus. Šioms operacijoms esant sėkmingoms yra sumažinama valia priešintis.

Atsako į krizę psichologinės operacijos naudojamos vertinant kilusios krizės šalių nusiteikimą draugiškų pajėgų atžvilgiu. Šios operacijos padeda išlaikyti operacijos rajone civilių palankumą operaciją vykdančiųjų karių atžvilgiu. Kovos psichologinės operacijos yra naudojamos siauroje, tiksliai numatytoje užduotyje, kurių tikslas yra prisidėti prie vado numatytų uždavinių įvykdymo. Tai gali būti, pavyzdžiui, garsiniai įrašai (sraigtasparnių ar lėktuvų garsai) leidžiami siekiant išgąsdinti ir suklaidinti priešininkus prieš vykdant puolimą žeme. „Psichologinių operacijų sėkmė priklauso nuo įgūdžių šešiose pagrindinėse srityse: analizavimo, informuotumo, planavimo, plėtojimo, pristatymo ir įvertinimo“ (US Army, 2019, p. 6). Anot Jungtinių Amerikos valstijų armijos specialistų, norint pasiekti savo tikslų psichologinėmis operacijomis, svarbiausia gebėti analizuoti tikslinę auditoriją, nes analizė įgalina visus likusius penkis žingsnius.

Dažniausiai pasitaikančias psichologinių operacijų komunikacines priemones įvardino pulkininkas leitenantas Zbigniew Modrzejewski (žr. lentelę Nr. 1.5.). Šioje lentelėje galima matyti, kad psichologinėms operacijoms išnaudoti yra pasitelkiamos visos egzistuojančios komunikacinės priemonės, įskaitant ir bendravimą akis į akį.

1.5. lentelė. Psichologinių operacijų komunikacinės priemonės

Spausdinta medžiaga	Garsinė medžiaga	Internetas
Plakatai, brošiūros, lankstinukai, laikraščiai, grafiti.	Garsiakalbiai, televizija, radijas, bendravimas akis į akį.	Socialiniai tinklai, naujienų portalai, įvairūs tinklapiai.

Šaltinis. Sudaryta autoriaus pagal: Zbigniew Modrzejewski, 2016.

Nors įvardintose NATO doktrinos yra labai smulkiai aprašyti informacinių operacijų vykdymo veiksmai, tačiau pasigendama bet kokių nuorodų į tai, kaip turėtų būti stiprinamas atsparumas priešiškomis informacinėms operacijoms. Vertinant prieš tai išdėstytus faktus ir atsižvelgiant į dabartinės pasaulinės komunikacijos priemones galima daryti prielaidą, kad priešiškos NATO valstybės savo psichologinėse operacijose naudoja panašias schemas paveikti tiek civilius tiek ir karius, gyvenančius ar dislokuotus NATO teritorijose, o tuo pačiu atsižvelgiant į paminėtus būdus, galima rengti įrankius, skirtus didinti atsparumą šioms informacinėms operacijoms. Taip pat vertinant komunikacines priemones, kuriomis atliekamos psichologinės operacijos galima teigti, kad jos visiškai nesiskiria nuo priemonių, kurios naudojamos propagandos skleidimui plačiojoje visuomenėje. Tai rodo, kad propaganda karinėje aplinkoje nors ir turi savo terminologiją bei apibrėžimus iš esmės nuo įprastos propagandos skiriasi minimaliai

1.5. Propagandos sampratų, tipų ir modelių bei sklaidos kanalų dokumentų analizės apibendrinimas

Apibendrinant šiame skyriuje pateiktą medžiagą galima teigti, kad propaganda neatsiejamai žengia kartu su žmonėmis. Propagandos sampratų daugėja, tačiau visų jų esmė išlieka panaši: bet kokia komunikacija įgalina propagandos naudojimą, o tikslai, kurių siekiama ją pritaikant beveik nesikeičia – siekis daryti įtaką tam tikrai žmonių grupei, kurią galima suskirstyti pagal įvairiausius kriterijus: tautybę, amžių, rasę, religiją bei kitus. Atsižvelgiant į dabartines pasaulinės komunikacijos galimybės galima pastebėti ir dar vieną fenomeną, kai propaganda yra skleidžiama taip plačiai, kad išnyksta tikslinės auditorijos ir ji naudojama pasauliniu mastu, siekiant pateisinti tam tikrus vienos valstybės veiksmus prieš kitą. Išanalizavus 1939 m. pateiktus propagandos tipus pavyko rasti pavyzdžių įrodančių, kad jie vis dar naudojami šiuolaikinėje komunikacijoje. Pritaikius pavyzdžius autoritarinėse valstybėse naudojamos propagandos metodams pavyko nustatyti, kad panašūs metodai yra naudojami ir demokratinėse valstybėse. Nepaisant to, išanalizuota medžiaga ir kiti pavyzdžiai susieti su šiais metodais patvirtino, kad tokia propaganda dažniausiai naudojama autoritarinėse valstybėse. Įvertinus mokslinę medžiagą apie dirbtinio intelekto kuriamą propagandą pavyko pastebėti, kad ši sritis vystosi itin sparčiai, o mokslinė bendruomenė dar tik pradeda gilesnius tyrimus. Taip pat paaiškėjo, kad tokio tipo propaganda yra ypač pavojinga ir darosi vis sunkiau atpažįstama žmonių. Renkant ir analizuojant medžiagą apie propagandos sklaidos kanalus pavyko nustatyti, kad socialiniai tinklai yra naudojami ne tik bendravimui, bet ir naujienų skaitymui. Buvo atskleista, kad socialiniuose tinkluose propagandos sklaida didėja dėl botų naudojimo. Įvertinus surinktą medžiagą buvo parengta propagandos sklaidos schema, kurioje pavaizduota, kaip botų pagalba yra skleidžiama propagandinė žinutė. Peržiūrėjus statistinius duomenis galima teigti, kad 16–44 m. amžiaus grupės Lietuvos piliečiai propagandą atpažįsta kur kas dažniau nei vyresnio amžiaus žmonės. Galima konstatuoti, kad propagandos grėsmė Lietuvoje ir pasaulyje yra gaji, o atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdai yra būtini, tam kad sumažinti jos daromą įtaką bei žalą.

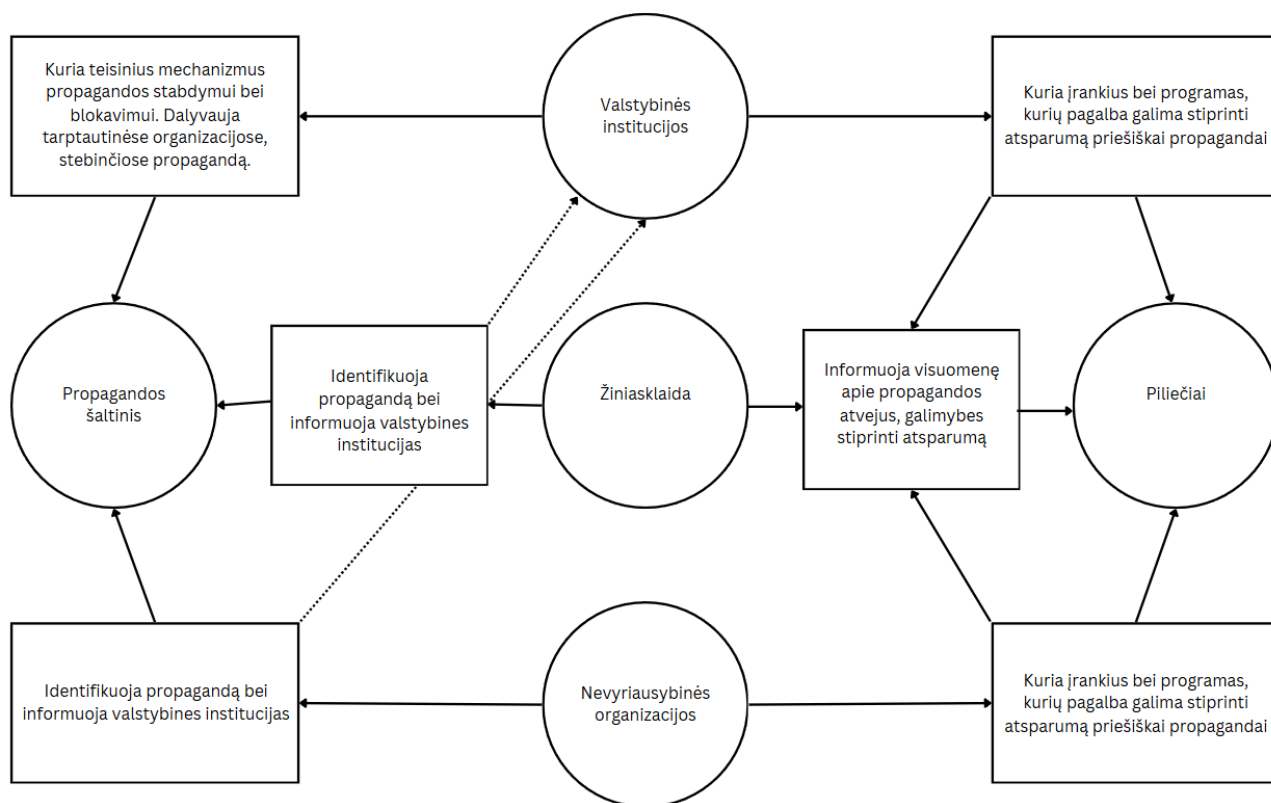
2. KOVOS SU PROPAGANDA BEI ATSPARUMO PRIEŠIŠKAI PROPAGANDAI STIPRINIMO BŪDAI

2.1. Kova su propaganda instituciniame lygyje

2015 m. buvo padarytas pirmasis Europos sąjungos jungtinis žingsnis kovoje prieš Rusijos propagandą, kuriuo „Europos Vadovų taryba pabrėžė būtinybę mesti iššūkį Rusijos tebesiskleidžiančiai dezinformacijai ir pakvietė vyriausiąją įgaliotinę bendradarbiaujant su valstybėmis narėmis ir ES institucijomis iki birželio mėnesio parengti strateginės komunikacijos veiksmų planą“ (Europos tarnyba, p. 5). Tais pačiais metais startavo Rytų flango strateginės komunikacijos darbo grupė (angl. *East StratCom Task Force*), kurios darbo vaisiumi tapo tinklapis EUvsDiSiNFO.eu. Viena iš darbo grupės nurodomų misijų „didinti visuomenės informuotumą ir supratimą apie Kremliaus dezinformacijos operacijas bei padėti Europos ir kitų valstybių piliečiams išsiugdyti pasipriešinimą skaitmeninės informacijos ir žiniasklaidos manipuliacijoms“ (EUvsDiSiNFO). Šiame tinklapyje yra interaktyviai pateikiama mokomoji medžiaga skatinanti atpažinti, suprasti ir reaguoti į propagandą. Sekant šiuo pavyzdžiu ir Lietuvoje pradėjo steigtis panašios pelno nesiekiančios nevyriausybines organizacijos. 2015 m. buvo įsteigta organizacija Res Publica, kuri savo tikslu įvardina pilietinio atsparumo dezinformacijai stiprinimą. Vėliau, 2018 m. įsikūrė nepriklausomas tyrimų centras ir nevyriausybinių organizacija Debunk.org. Ši organizacija savo tyrimus bei analizes vykdo Baltijos šalyse, Lenkijoje, Gruzijoje ir Juodkalnijoje, taip pat Jungtinėse Amerikos Valstijose ir Šiaurės Makedonijoje.

Kovoje prieš propagandą valstybėje galima įvardinti 4 atskiras suinteresuotas šalis, kurios turi būdų, galios bei įrankių demaskuoti, pašalinti arba užkirsti kelią priešiškai propagandai: valstybinės institucijos, žiniasklaida, nevyriausybines organizacijos ir piliečiai. NATO Strateginės komunikacijos kompetencijos centro 2024 m. pateiktos ataskaitos duomenimis, „visą visuomenę apimantis požiūris ir didėjantis vyriausybės ir pilietinės visuomenės bendradarbiavimo lygis gali paskatinti atsparumą informacinės aplinkos grėsmėms“ (p. 150). Kaip pavyzdį jie pateikia Lietuvoje naudojamą schemą (žr. pav. Nr. 2.1. p. 23). Schemoje matoma, kad iki gyventojo, į kurį yra nukreipta propaganda darbuojasi trys skirtingos suinteresuotos šalys. Žiniasklaida ir nevyriausybinių organizacijos atlikdamos savo tyrimus identifikuoja propagandos atvejus ir apie juos informuoja tiek valstybines institucijas tiek ir piliečius tos pačios žiniasklaidos pagalba. Vyriausybines institucijas, vertindamos gautą informaciją iš minėtų šalių bei savo veikloje surinktus duomenis, inicijuoja teisesines procedūras

propagandos atvejo užkardymui bei propagandos šaltinio sankcionavimui arba nubaudimui. Tuo tarpu žiniasklaida yra linkusi bendradarbiauti su valstybinėmis institucijomis ir nevyriausybėmis organizacijomis skleidžiant informaciją apie propagandos atvejus bei apie galimus būdus dalyvauti kolektyviniuose ar individualiuose mokymuose stiprinant atsparumą priešišakai propagandai.



2.1. pav. Sąveika tarp skirtingų suinteresuotų šalių kovoje prieš propagandą.

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal: NATO strateginės komunikacijos kompetencijos centras, 2024.

Anot NATO Strateginės komunikacijos kompetencijos centro, tokia sąveika „Maskvai apsunkina galimybes įsitvirtinti ir kurti ilgalaikį neigiamą poveikį Lietuvos informacinėje aplinkoje“ (2024, p. 98). Galiausiai, šioms trims organizuoto veikimo šalims neužkardžius propagandos ir jai pasiekus piliečius galutinis ginklas prieš propagandą yra atsparumas jai.

Debunk.org organizacijos atlikto tyrimo duomenys atskleidė, kad Rusija propagandai 2021 m. skyrė 1,5 mlrd. JAV dolerių (Coining lies. Kremlin spends 1.5 Billion per year to spread disinformation and propaganda, 2022). Nei viena šalis neskiria net 1 proc. nuo 1,5 mlrd. JAV dolerių kovai su propaganda. Lyginant tokį Rusijos propagandos finansavimą su Europos sąjungos bei atskirų valstybių atsaku, galima teigti, kad to tikrai nepakanka užkirsti kelią propagandai. „Vien grynas dydis pasaulinių skaitmeninių duomenų gamybos ir vartojimo kelia rimtų suvaržymų vyriausybėms stebėti

propagandos šaltinius, jau nekalbant apie veiksmingą konfrontaciją nukreiptą prieš jas“ (Bjola, 2018, p. 306). Žinoma, socialinius tinklus valdančios įmonės taip pat imasi tam tikrų veiksmų, tačiau „technologijų įmonės atsiduria tarp verslo modelių, vertinančių vartotojų sukurtą turinį ir oficialių reikalavimų tą patį turinį apriboti“ (Kaye, 2022, p. 143).

Vertinant šiame poskyryje išdėstytą kovos su propaganda perspektyvą galima teigti, kad galiausiai propaganda vis vien nebus visiškai sustabdyta, prafiltruota ar paneigta nei valstybinių institucijų, nei pelno nesiekiančių organizacijų, nei verslo, o vienintelis būdas pilnavertiškai nugalėti propagandą liks paties vartotojo atsparumas priešišškai propagandai.

2.2. Individualaus atsparumo priešišškai propagandai stiprinimo būdai

Nevyriausybės organizacijos „Pilietinio atsparumo iniciatyva“ parengtame Kovos su dezinformacija priemonių rinkinyje minima, kad geriausias būdas apsisaugoti nuo propagandos yra „ugdyti ilgalaikius atsparumo įgūdžius, kurie padeda geriau orientuotis informacinėje erdvėje: tiek internete bei socialinėse medijose, tiek ir klasikinėse žiniasklaidos priemonėse“ (2023, p. 3). Tam, kad pilnavertiškai ugdyti atsparumo įgūdžius būtina ne vien gebėti atpažinti propagandą, bet ir suprasti ją gilesniu lygiu. Jau minėtieji Lee ir Lee pateikė savo 7 pirmųjų abėcėlės raidžių taisykles kaip atpažinti, išanalizuoti ir suprasti propagandą (žr. lentelę Nr. 2.1.).

2.1. lentelė. 7 pirmųjų abėcėlės raidžių taisyklės

Pavadinimas	Aprašymas
Išsiaiškinti (angl. <i>Ascertain</i>)	Išsiaiškinkite konflikto elementą jūsų analizuojamoje propagandoje. Visose propagandose yra konfliktas arba kaip priežastis, arba kaip pasekmė, arba kaip abu.
Stebėti (angl. <i>Behold</i>)	Stebėkite savo reakciją į šį konflikto elementą. Visada būtina žinoti ir atsižvelgti į savo nuomonę konfliktinėje situacijoje, kuri yra jaučiama, į kurios pusę linkstama stoti, ši informacija leidžia mums tapti objektyvesniais analizuojant.
Susikoncentruoti (angl. <i>Concern</i>)	Susikoncentruokite į šiandieninę propagandą, susijusią su šiandienos konfliktu. Tai ji tiesiogiai veikia jūsų dabartinę būseną.
Abejoti (angl. <i>Doubt</i>)	Abejokite tuo, kad jūsų nuomonė yra jūsų paties. Dažniausiai ji nėra. Mūsų nuomonė yra smarkiai įtakojama aplinkos. Tik drastiški mūsų gyvenimo sąlygų pokyčiai, nauja ir kitokia patirtis, asociacijos ir įtaka gali atsverti arba panaikinti paveldėjimo ir ilgų metų aplinkos poveikį.
Įvertinti (angl. <i>Evaluate</i>)	Įvertinkite su didžiausiu atidumu savo propagandas. Turime aiškiai suprasti, kodėl elgiamės ir būtent taip sprendžiame įvairius konfliktus ir klausimus.

Išsiaiškinti faktus (angl. <i>Find the Facts</i>)	Prieš darydami išvadą, raskite faktus. Reikia užduoti klausimus: Kas yra propagandistas? Kaip jis bando paveikti mūsų mintis ir veiksmus? Kokių tikslų jis naudoja bendrus propagandos prietaisus? Kokie pagrindiniai šio propagandisto interesai? Ar jo interesai sutampa su daugumos mūsų visuomenės piliečių interesais?
Saugotis (angl. <i>Guard</i>)	Visada reikia saugotis neapibrėžtų žodžių. Tai žodžiai, kuriais propagandistui lengva apgauti. Šiuos žodžius sunku apibūdinti, jie turi skirtingas reikšmes skirtingiems žmonėms. Geriausias būdas juos nugalėti yra suprasti propagandisto turimą žodžio reikšmę.

Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal: Lee & Lee, 1939.

Perleidus bet kokią įtartiną informaciją per šių taisyklių rinkinį galima ganėtinai nesunkiai išanalizuoti ir identifikuoti, ar tai yra propaganda bei kokių tikslų ji parengta. Atsižvelgiant į šiuolaikinius komunikacijos kanalus ir priemones, per kurias informacija dažniausiai pasiekia auditoriją, galima teigti, kad kiekvienas individas gali tapti informaciniu šaltiniu ir skleisti propagandą dideliu mastu, o „supratimas, kas stovi už pranešimo, gali padėti lengviau atpažinti perduodamos informacijos tikslą ir priežastį“ (Jakimavičiūtė, 2024, p. 16).

Mąstymo klaidos yra logikos klaidos, kurios įstringa galvoje ir sukelia įvairių suvokimo klaidų. „Nagrinėjant didžiulius Kremliaus propagandos srautus, pastebėtas vienas fenomenas: propagandiniuose straipsniuose visada galime rasti informacijos, provokuojančios mąstymo klaidas“ (Savukynas, 2020, p. 7). Tokios išvados Ričardą Savukyną privedė prie dar vieno galimo kovos su propaganda būdo, orientuoto į galutinį jos gavėją – kognityvinės elgesio terapijos. „Kognityvinės elgesio terapija skatina labiau subalansuotą mąstymą, kad pagerinti gebėjimą susidoroti su stresu“ (Nakao ir kt., 2021, p. 1). Būtent per stresines situacijas arba iškilusias krizes propagandistai dažniausiai ir siekia paveikti visuomenę. Savo knygoje Ričardas Savukynas pasiūlo 12 dažniausiai propagandistų išnaudojamų mąstymo klaidų (žr. lentelę Nr. 2.2).

2.2. lentelė. Dažniausiai propagandistų išnaudojamos mąstymo klaidos

Eil. Nr.	Klaidos pavadinimas	Aprašymas
1.	„viskas arba nieko“	Klaidos esmė: jei bent kažkas buvo netobula, vadinasi, viskas nepavyko.
2.	perteklinis apibendrinimas	Klaidos esmė: remiantis vienu blogu įvykiu, padaromas visa apimantis apibendrinimas, kad viskas yra blogai.
3.	minčių filtras (mentalinis filtras)	Klaidos esmė: geri dalykai negirdimi ir nematomi, elgiamasi taip, lyg jų nebūtų.
4.	pozityvo diskvalifikavimas	Klaidos esmė: bet kokie geri dalykai nuvertinami aiškinant, kad jie nieko nereiškia
5.	minčių skaitymas	Klaidos esmė: žmogus mano žinąs, ką galvoja, nori ir gali pasakyti kitas žmogus.

6.	ateities pranašavimas	Klaidos esmė: žmogus mano žinąs, kas įvyks ateityje, nors išties neturi jokių duomenų ar įrankių, leidžiančių taip prognozuoti
7.	magnifikavimas, arba išdidinimas	Klaidos esmė: visai nesvarbus ar sąlyginai mažos svarbos dalykas ar įvykis taip padidinamas, kad ima atrodyti lyg katastrofa
8.	minimizavimas, arba sumažinimas	Klaidos esmė: reikšmingas, svarbus dalykas ar įvykis sumažinamas tiek, kad atrodytų visai nesvarbus
9.	emocinis vertinimas	Klaidos esmė: įvairūs dalykai pasakojami ir vertinami remiantis ne logika, o emocijomis, jausmais
10.	privilegijai	Klaidos esmė: aiškinama, kad esą kažkas turėtų būti vienaip ar kitaip, nors taip gal visai ir neturėtų būti
11.	etiketės	Klaidos esmė: įvairūs dalykai, įvykiai ar žmonės vadinami neigiamais epitetais ar pravardėmis, kurie užslepia ir iškreipia esmę
12.	personalizavimas	Klaidos esmė: aiškinama, kad konkretus žmogus yra kaltas dėl dalykų, dėl kurių jis visai nekaltas

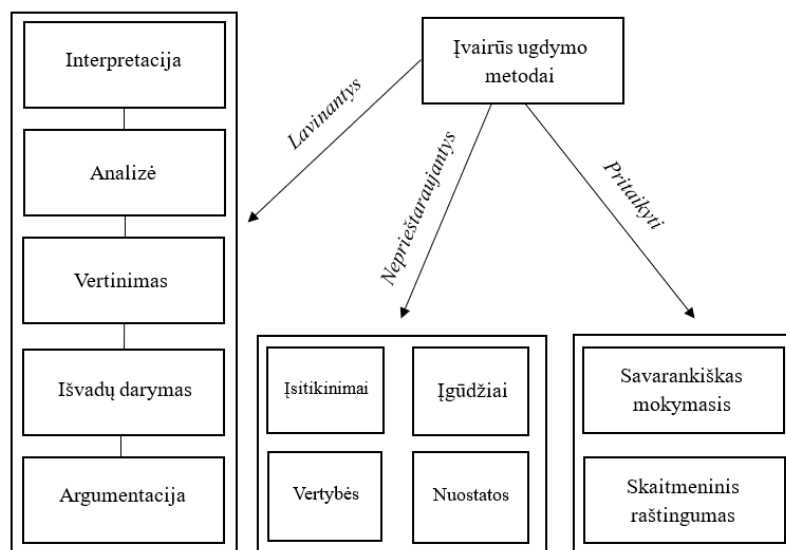
Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal: Savukynas, 2020.

Suprantant šias mąstymo klaidas ir žinant kaip jos yra išnaudojamos propagandos tikslais neabejotinai galima sustiprinti asmeninį atsparumą priešiskai propagandai. Pavyzdžiui, viešojoje erdvėje skelbiant Krašto apsaugos sistemos pirkimus dažnai galima sutikti tokių komentarų – „Jei Rusija puls, nieko nereikš tie jūsų bokseriai ir nauji šarvuočiai“. Atpažinus, jog tai yra pozityvo diskvalifikavimo klaida, galima nesusidaryti klaidingo, propagandisto siūlomo naratyvo.

„Manoma, kad skaitmeninis raštingumas vaidina pagrindinį vaidmenį pilietiniame ugdyje bei kovoje su dezinformacija“ (University of Ottawa, 2024, p. 76). Vertinant pasikeitusią komunikacinę erdvę, kurioje susitinka skirtingas vertybes ir nuostatas turintys bei skirtingų tikslų siekiantys individai „skaitmeninis medijų raštingumas yra esminis dalykas, norint išspręsti šių pokyčių pasekmes, vengiant dezinformacijos, netikrų naujienų ir iškreiptos praktikos, galinčios turėti didelį poveikį visuomeniniam ir politiniam lygmeniui“ (Perez–Escoda ir Freire, 2023, p. 1). „Pagrindinis daugialypės aplinkos bruožas yra nuolatinis poreikis įvertinti patikimumą pareiškimų ir užklausų, tiek formalų, tiek neoficialių – ne tik peržiūrint socialinius kanalus ir naujienų antraštes, bet ir kasdieniauose susidūrimuose, tokiuose kaip sukčiavimo bandymai ar el. pašto dėžutėje esantis šlamštas“ (Guess ir Munger, 2022, p. 113). Atsižvelgiant į tai, kad dabartiniame informaciniame amžiuje nėra galimybės patikrinti visų naujienų dėl laiko stokos ir informacijos kiekio, galima teigti, kad skaitmeninio raštingumo ir kritinio mąstymo pagalba informacija yra greituoju būdu perfiltruojama ir yra arba priimama arba atmetama. „Gebėjimas kritiškai mąstyti padeda išsiaiškinti, ar naujiena, kuri pasiekia asmenį, yra aiški, svarbi ir tinkama“ (Vilniaus universitetas, 2018, p. 21).

„Vienas iš vyriausybės taikinių turi būti stiprinti piliečių žiniasklaidos raštingumą ir kurti kritiškai mąstančią visuomenę, gebančią apsiginti“ (Khriyenko, 2018, p. 2). Nepaisant to, kad autorius teigia, jog minėtas taikinis yra vyriausybės atsakomybė, kiekviena individuali privataus kapitalo ar valstybinė organizacija turi apsvarstyti galimybes organizuoti kritinio mąstymo bei skaitmeninio raštingumo mokymus savo darbuotojams, tam kad išvengti jų pasidavimo propagandos provokacijoms, kurios vėliau gali išsivystyti į kur kas didesnes problemas pačiai organizacijai.

„**Kritinis mąstymas** apibūdinamas kaip tikslingas, savireguliacinis sprendimų priėmimo **procesas**, kuris pasireiškia interpretuojant, analizuojant, vertinant, darant išvadas, grindžiant sprendimą argumentais“ (Tolutienė, 2010, p. 65). Toks apibūdinimas parodo, kad kritinio mąstymo stiprinimui reikia organizuoti ugdymo procesą. Grupės Lietuvos mokslininkų atlikto tyrimo aukštosiose mokykloje įstaigose paaiškėjo, kad „**kritinis mąstymas** buvo suvokiamas kaip **procesas**, priklausantis nuo žmogaus įgūdžių, nuostatų, vertybių ir įsitikinimų“ (Indrašienė ir kt., 2021, p. 36). „Savarankiško mokymosi ir skaitmeninio raštingumo derinys, be jokios abejonės, gali stiprinti mokinių kritinio mąstymo gebėjimus“ (Fadli ir kt., 2024, p. 28). Taigi galima matyti, kad kritinio mąstymo stiprinimui vien teorinių paskaitų nepakanka. „Kai mokymasis apima įvairių išteklių naudojimą (pvz., tiesioginę patirtį, antrinius šaltinius, interaktyvią medžiagą, nepriklausomus tyrimus, dialogus), suformuojami alternatyvūs nagrinėjamo subjekto požiūriai; tai savo ruožtu gali būti panaudota ugdant kritinio mąstymo įgūdžius“ (Pritchard, 2009, p. 35). Įvertinus pateiktą mokslinę medžiagą apie kritinį mąstymą galima matyti, jog ugdymo procesas turėtų susidėti iš daugelio skirtingų dedamųjų (žr. pav. 2.2.).



2.2. pav. Kritinio mąstymo ugdymo organizavimo proceso schema

Šaltinis. Parengta autoriaus pagal: Tolutienė, 2010; Indrašienė ir kt., 2021; Fadli ir kt., 2024; Pritchard, 2009.

2.3. Atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdai Lietuvos kariuomenėje

Pagrindinis dokumentas apibrėžiantis **atsparumo priešiška propagandai** stiprinimą Lietuvos kariuomenėje yra Lietuvos kariuomenės vado 2021 m. gegužės 27 d. įsakymas Nr. V-568 „Dėl atsparumo priešiška propagandai ir karių motyvacijos bei pilietiškumo stiprinimo“ (1 priedas). Šiuo įsakymu yra patvirtintas Lietuvos kariuomenės atsparumo priešiška propagandai ir karių motyvacijos bei pilietiškumo stiprinimo planas, kurio veiklos privalo būti įtrauktos į kasmetinį karinio rengimo planą. Karinio rengimo planas – dokumentas, kuriame atsispindi visos einamųjų metų karinio rengimo veiklos.

Lietuvos kariuomenės atsparumo priešiška propagandai ir karių motyvacijos bei pilietiškumo stiprinimo planas yra suskirstytas į 3 grupes pagal tarnybos būdą:

1. **Nuolatinės privalomosios pradinės karo tarnybos kariai** – suskirstyta į 4 etapus 9 mėnesių tarnybos laikotarpyje, kuri susideda iš nuolatinio vadų bendravimo, teorinių paskaitų, motyvacinių bei edukacinių filmų ir ekskursijų į rekomenduojamus bei privalomus Lietuvos kultūros objektus.

2. **Kariai savanoriai** – privalomai kartą per metus organizuojamos teorinės paskaitos bei iki dviejų ekskursijų į rekomenduojamus bei privalomus Lietuvos kultūros objektus.

3. **Profesinės karo tarnybos kariai** – privalomai kartą per metus organizuojamos teorinės paskaitos, diskusijos bei iki dviejų ekskursijų į rekomenduojamus bei privalomus Lietuvos kultūros objektus.

Atsižvelgiant į tai, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje Nuolatinės privalomosios pradinės karo tarnybos kariai ir kariai savanoriai tarnybos neatlieka, plačiau aptarti reikia tik priemones taikomas Profesinės karo tarnybos kariai. Visų pirma derėtų atkreipti dėmesį į tai, kad šiame įsakyme nėra minimi darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį. Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje dirba ne mažas skaičius darbuotojų (tikslus skaičius negali būti atskleistas dėl riboto naudojimo informacijos), kuriems šio įsakymo priemonės negali būti taikomos privalomai, todėl galima daryti išvadą, kad taikos metu ši grupė gali būti silpnoji grandis Lietuvos kariuomenėje. Žinoma, karo atveju darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį nėra tiesiogiai traukiami į Lietuvos kariuomenės struktūrą ir papildys kariuomenės rezervą numatytomis procedūromis. Grįžtant prie minėto priemonių plano, Profesinės karo tarnybos kariai yra pateikiamos 8 priemonės, kurios turi būti įgyvendintos privalomai (žr. lentelę Nr. 2.3. p. 29). Lentelėje galima matyti, kad priešiškos propagandos atsparumo stiprinimui yra priskiriamos 5 priemonės. Paskaitas „Priešiška informacinė

veikla“ ir „Grėsmių apžvalga“ galima priskirti prie tiesioginių žinių apie priešiškas informacines operacijas perdavimu, o paskaitas „Lietuvos pasiekimai“ ir „Karys ir visuomenė“ bei ekskursijas prie istorijos žinių perdavimo. Pirmose dvejose paskaitose perduodama informacija turėtų sudaryti sąlygas kariams suvokti kokias inovacijas propagandos srityje naudoja priešiškos Lietuvai valstybės, o tai automatiškai prisideda prie karių gebėjimo atpažinti propagandą. Lietuvos istorijos paskaitos veikia kitu principu – nuolat diegiamos Lietuvos istorijos žinios leidžia įveikti priešišką propagandą, nes kariai išmano Lietuvos istoriją, o propagandinės žinutės, kuriose bandoma ją iškraipyti, netenka galios.

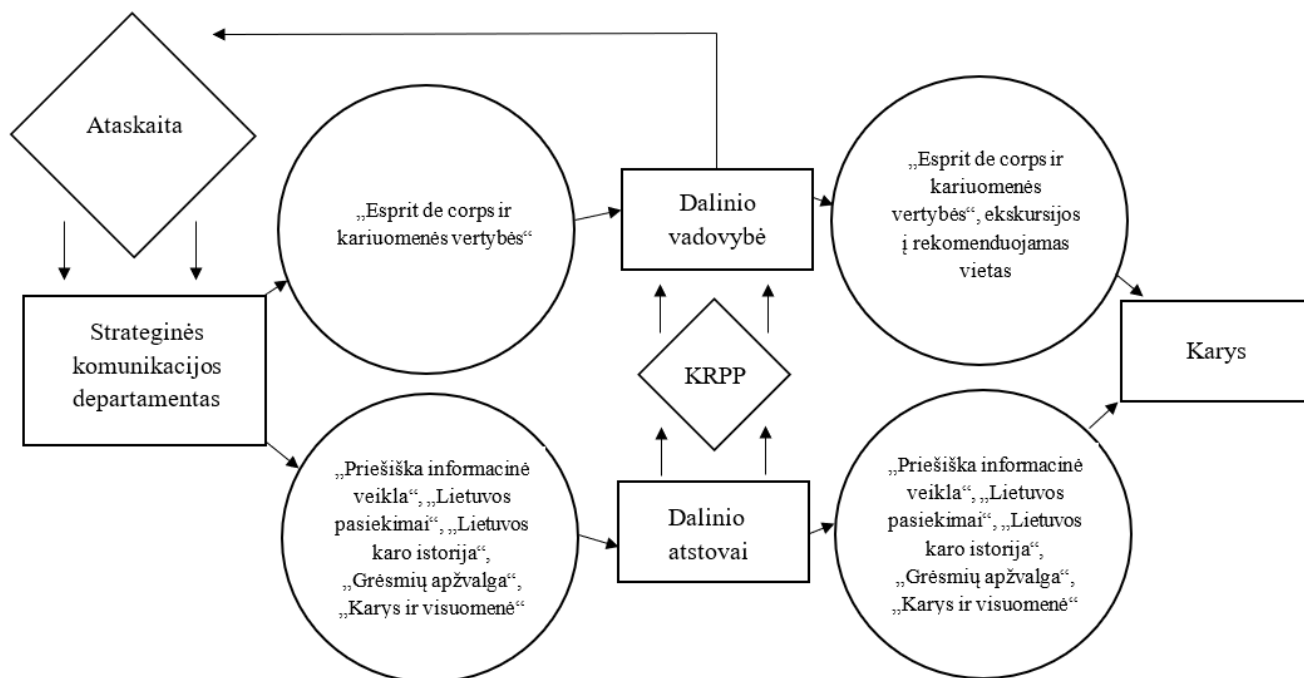
2.3. lentelė. Privalomų kasmetinių priemonių, stiprinti atsparumą priešiskai propagandai Lietuvos kariuomenės Profesinės karo tarnybos kariams, sąrašas

Priemonė	Atsakingi	Efektas
Paskaita „Priešiška informacinė veikla“	LK SKD	Padidėjo kario gebėjimas kritiškai vertinti situaciją bei viešoje erdvėje pateikiamą informaciją. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka. Karių moralė ir motyvacija pakilo.
Paskaita „Lietuvos pasiekimai“	LK SKD	Sustiprėjo pasididžiavimas Lietuvos valstybe bei jos istorija. Įsisąmoninta savanorystės ir pasiaukojimo prasmė. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka.
Paskaita „Lietuvos karo istorija“	LK SKD	Karių moralė ir motyvacija pakilo. Sustiprėjo pasididžiavimas Lietuvos valstybe bei jos istorija.
Paskaita „Grėsmių apžvalga“	LK SKD / Dalinys	Karių moralė ir motyvacija pakilo. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka.
Paskaita „Karys ir visuomenė“	LK SKD	Įsisąmoninta savanorystės, pilietiškumo bei patriotiškumo svarba šiuolaikinėje visuomenėje. Karių moralė ir motyvacija pakilo. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka.
Paskaita „ <i>Esprit de corps</i> ir kariuomenės vertybės“	LK SKD	Padidėjo motyvacija. Išaugo lojalumas – Lietuvos valstybei, kariuomenei, daliniui bei tarnybos kolegoms.
Diskusijos apie dalinio <i>esprit de corps</i> formavimą ir vystymą	Dalinio vadovybė	Padidėjo motyvacija. Išaugo lojalumas – Lietuvos valstybei, kariuomenei, daliniui bei tarnybos kolegoms.
Iki dviejų ekskursijų per metus į rekomenduojamus objektus.	Dalinys	Sustiprėjo pasididžiavimas Lietuvos valstybe bei jos istorija. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka.

Šaltinis. Sudaryta autoriaus pagal: Lietuvos kariuomenė, 2021.

Įsakyme nurodoma, jog už beveik visų šių paskaitų vykdymą yra atsakingas Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamentas, o ne dalinio atstovai, tačiau plano 8.3. papunktyje įsakoma „Į LK SKD organizuojamus LK dalinių pilietiškumo ugdymo instruktorių mokymus įpareigoju LK vienetų vadus, pagal atskirą nurodymą, skirti karius iš savo vieneto užimančius vyriausiųjų

puskarininkų, būrių vadų pavaduotojų, kuopininkų, kuopų vadų pavaduotojų (jiems nesant kuopų vadų) ir S5 specialistų pareigas arba dalinio vado nuožiūra kitų pareigybių karius kurie vado vertinimu yra tinkamesni ugdyti dalinio karių motyvaciją ir pilietiškumą“ (Lietuvos kariuomenė, 2021, p. 22). Praktiškai tai reiškia, kad Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamentas organizuoja minėtų paskaitų rengimo mokymus, į kuriuos yra siunčiami visos Lietuvos kariuomenės dalinių atstovai. Įgiję žinias šiuose mokymuose dalinių atstovai savo ruožtu turi organizuoti paskaitas pavaldiems kariams kaip pavaizduota schemeje (žr. pav. Nr. 2.3).



2.3. pav. Atsparumo priešiška propagandai mokymų Lietuvos kariuomenėje vykdymo schema

Šaltinis. sudaryta autoriaus pagal: Lietuvos kariuomenė, 2021.

Schemeje aiškiai matoma, kad pagrindinį vaidmenį stiprinant atsparumą priešiška propagandai vaidina Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamentas, o kariniai daliniai, šiuo atveju, yra tik vykdytojai. Kariniame dalinyje kiekvieną ketvirtį įvykdytos priemonės turi būti aptartos karinio rengimo planavimo pasirengimo metu, o metų pradžioje ataskaita apie įgyvendintas priemones pateikta Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamentui. Šios atgalinio ryšio teikimo procedūros įsakyme įvardijamos kaip plano tobulinimo dalis. Žinoma, verta paminėti, kad Lietuvos kariuomenėje tarnyba yra atliekama rotaciniu būdu, o tam tikras pareigas užimantys kariai neišvengiamai yra skirstomi į kitas pareigas ir išleidžiami į atsargą. Tam įvykus automatiškai pašalinama dalis dalinio atstovų grandies iš schemos, nes naujai paskirti į pareigas kariai neturi reikiamų žinių vesti paskaitas, dėl ko gali kilti sunkumų įgyvendinant atsparumo priešiška

propagandai stiprinimą. Nepaisant to, kad yra patvirtintas privalomų priemonių planas, kariniai daliniai gali savarankiškai organizuoti papildomus mokymus, kurie, dalinio vado manymu, yra būtini karių įgūdžiams tobulinti.

Lyginant išdėstytus atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdus Lietuvos kariuomenėje su mokslinėje literatūroje pateikiamais būdais galima matyti, kad dalies stiprinimo būdų trūksta, o dalis išpildoma dalinai. Suformuotas atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo mechanizmas turėtų nuolat būti tobulinamas, tačiau tai neatsispindi dokumente.

2.4. Kovos su propaganda bei atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdų dokumentų analizės apibendrinimas

Nustatyta, jog Lietuvoje pasipriešinimą propagandai vykdo 3 pagrindiniai veikėjai: valstybinės institucijos, nevyriausybinės pelno nesiekiančios organizacijos ir žiniasklaida. Nepaisant to, svarbiausias ginklas prieš propagandą – individualus atsparumas priešišakai propagandai. Kaip pagrindinį atsparumo priešišakai propagandai įrankį galima įvardinti kritinį mąstymą, kurio pagalba, **žinant kaip veikia propaganda**, kiekvienas pilietis gali identifikuoti propagandą ir suprasti kokių tikslų ji yra naudojama. Verta pažymėti, kad svarbų vaidmenį kovoje su propaganda vaidina skaitmeninis raštingumas, kuris leidžia lengviau atpažinti netikrą turinį. NATO karinėje aplinkoje naudojamai propagandai nukreiptai į priešišką auditoriją yra skiriamas labai didelis dėmesys, tačiau pasigendama būdų stiprinti atsparumą jai. Lietuvos kariuomenėje numatyti būdai stiprinti atsparumą priešišakai propagandai veikia per Lietuvos istorijos pažinimą bei priešiškų Lietuvai valstybių informacinių operacijų keliamų grėsmių apžvalgą. Lyginant šias atsparumo priešišakai propagandai priemones su rekomenduojamomis civiliams, galima matyti, kad nėra įtrauktų psichologinių paskaitų, susijusių su mąstymo klaidomis, skaitmeninio raštingumo ir kritinio mąstymo mokymų bei gilesnių teorinių paskaitų apie propagandą. Apibendrinant propagandos naudojimą bei būdus stiprinti atsparumą priešišakai propagandai karinėje aplinkoje galima teigti, kad abi šios sritys yra aiškiai aprašytos ir turi nuorodas, kaip jos turėtų būti naudojamos praktiškai. Kita vertus, toks instrukcijų rinkinys kovoje su propaganda uždaro kelią naujoms galimoms priemonėms. Kaip pavyzdį galima pateikti praeitame poskyryje minėto Savukyno knygą „Kaip nugalėti propagandą“ (2020), kurią nors ir išleido Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamentas, tačiau ji, atsižvelgiant į tai, kad Lietuvos kariuomenė turi karo psichologus, nevirto mokymais ir nepapildė kovos su propaganda

priemonių plano. Nepaisant to, matoma, kad Lietuvos kariuomenėje egzistuoja atsparumo priešiška propagandai stiprinimo mechanizmas, kuris pagal savo veikimo būdą turėtų būti nuolat tobulinamas.

Apibendrinant šį skyrių, galima daryti išvadą, kad būdų kovoti su priešiška propaganda yra, tačiau dalis propagandos vis vien pasieks adresatą. Skirtingi kovos su propaganda mechanizmai yra sėkmingi, tačiau jie visiškai nepašalina galimybės vartotojams susidurti su kenkėjiška informacija. Maksimalaus kovos su propaganda efektyvumo užtikrinimui reikia atsigręžti į visuomenę ir stiprinti individualų atsparumą priešiška propagandai. Kiekvienas medijų vartotojas turi gebėti bent identifikuoti propagandą, o geriausiu atveju, mokėti ją analizuoti.

3. ATSPARUMO PRIEŠIŠKAI PROPAGANDAI LIETUVOS KARIUOMENĖS DEPŲ TARNYBOJE TYRIMAS

3.1. Tyrimo metodologija

Atsižvelgiant į tai, kad tiriamą organizaciją yra tiksliai įvardinta bei į tai, kad ji yra tik Logistikos valdybos dalis, o Logistikos valdyba yra Lietuvos kariuomenės dalis, tyrimui atlikti buvo pasirinkta atvejo analizės metodologija įgyvendinta kiekybiniu tyrimu.

Dokumentų analizės metodas. Išanalizuota ir aprašyta mokslinė literatūra, moksliniai straipsniai, moksliniai tyrimai, statistika bei karinė dokumentacija, susijusi su baigiamajame darbe nagrinėjama tema.

Empirinis tyrimo metodas. *Kiekybinio tyrimo metodas* – anketinės apklausos metodas. Šis metodas pasirinktas siekiant išsiaiškinti, kaip pateikiamais klausimais pasiskirsto tiriamos populiacijos nuomonės. Kadangi organizacijoje dirba / tarnauja keli šimtai žmonių, šis metodas yra tinkamiausias reprezentatyvumui bei siekiant ištirti populiacijos visumą.

Nuoroda į elektroninės anketos versijos pildymą išsiųsta visiems Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariams ir darbuotojams į darbui skirtus elektorinius pašto adresus, tokiu būdu užtikrinant vienodą galimybę pasirinkti sudalyvauti apklausoje visam tarnybos personalui. Klausimai pateikti anketoje yra uždaro tipo.

Statistinės analizės metodas. Anketinės apklausos metu surinkti duomenys buvo apdoroti naudojantis statistinės programinės įrangos rinkiniu IBM SPSS Statistics, skirtu duomenų valdymui, pažangiajai analizei, daugiamatei analizei, verslo žvalgybai ir nusikaltimų tyrimui. Šios programos pagalba buvo apskaičiuotas procentinis respondentų pasiskirstymas, vidurkiai (*mean*), modos (*mode*), bei standartiniai nuokrypiai (SD). Duomenys buvo apdoroti pritaikant Spirmano koreliaciją, kad nustatyti ryšio tarp dviejų intervalinių kintamųjų stiprumui, kurio skaitmeninė išraiška svyruoja nuo 0 – nėra koreliacijos, iki ± 1 – puiki koreliacija arba atvirkštinė tarpusavio priklausomybė.

Tyrimo etika. Respondentai anketas galėjo pildyti jiems patogiu metu. Anketos buvo pildomos lygiomis galimybėmis savanoriškumo principu. Anketų anonimiškumas užtikrintas, o surinkti duomenys naudojami tik tyrimo tikslais. Respondentų pateikti duomenys būtų pašalinti iš tyrimo visumos jiems išreiškus tokį pageidavimą. Visi potencialūs respondentai turėjo lygias galimybes paprašyti papildomos informacijos atsakydami arba tiesiogiai kreipdamiesi į tyrėją.

Atsižvelgiant į tai, kad tiriamoji visuma nėra išskirtinai pažeidžiama grupė, rizika padaryti žalą respondentams vertinama ypatingai žema. Atsižvelgiant į tai, kad anketos pirminis variantas buvo suderintas su organizacijos vadovu, rizika padaryti žalą organizacijai vertinama – žema.

Tyrimo duomenims surinkti buvo naudojama anketa (2 priedas). Anketa parengta vadovaujantis K. Kardelio keliamaus reikalavimais ir siūlomomis rekomendacijomis. Klausimai sudaryti apie karių ir darbuotojų atsparumo priešiškaip propagandai Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje vertinimą. Anketos elektroninė versija sukurta www.manoapklausa.lt platformoje. Ši platforma pasirinkta todėl, kad Lietuvos kariuomenėje didžioji dalis internetinių puslapių yra blokuojami dėl įvairaus pobūdžio keliamų pavojų, tačiau minėtas pasirinktas puslapis į šią kategoriją nepatenka. Taip pat ir dėl to, jog platforma siūlo sugeneruoti apklausos duomenų dokumentą pritaikytą IBM SPSS Statistics programai.

Anketos pradžioje pateiktas prisistatymas, trumpas tyrimo pristatymas, nurodyta apytikslis anketos pildymo laikas ir paminėta, kad anketa yra anonimiška, o tyrimo rezultatai bus naudojami tik magistrinio darbo tikslams pasiekti. Klausimyną sudaro 17 klausimų, iš kurių 2 klausimai skirti nustatyti demografinius duomenis, o likę 15 klausimų suskirstyti į 3 klausimų grupes. Visiems klausimams, išskyrus demografinius, buvo pasirinkta taikyti ranginę ir Likert'o skales.

Klausimų grupėje „Atsparumo priešiškaip propagandai lygis“ (klausimai nuo 2 iki 10) siekiama išsiaiškinti Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų atsparumo priešiškaip propagandai lygį. Šią grupę sudaro klausimai: 2. Kaip dažnai susiduriate su priešiška propaganda (Priešiška propaganda yra komunikacijos rūšis, kurią viena šalis naudoja siekdama paveikti kitos šalies žmones elgtis ar mąstyti jos iš anksto paruoštais naratyvais)? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 niekada, 5 labai dažnai), 3. Kur dažniausiai sutinkate priešiškos propagandos atvejus? (Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 niekada, 5 labai dažnai), 4. Kokius priešiškos propagandos pavyzdžius dažniausiai sutinkate? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5? (1 niekada nesutinku, 5 dažnai sutinku), 5. Kaip vertinate savo atsparumą priešiškaip propagandai (Atsparumas priešiškaip propagandai yra individualūs gebėjimai atpažinti priešiškaip propagandą ir nepasiduoti jos įtakai)? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5? (1 esu visiškai neatsparus, 5 lengvai atpažįstu ir susidoroju su propaganda), 6. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų priimamus sprendimus tarnyboje/darbe? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę įtaką), 7. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų efektyvumą tarnyboje/darbe? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę įtaką), 8. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų nuomonę apie politinius sprendimus priimamus Lietuvoje, susijusius su Krašto apsaugos sistema? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę

įtaką), 9. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų nuomonę apie Rusijos – Ukrainos karą? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę įtaką), 10. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų nuomonę apie NATO sąjungininkus? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę įtaką). 2-ame klausime pateiktas priešiškos propagandos apibrėžimas, kad visi respondentai vienodai suprastų reiškinį, o klausimas skirtas nustatyti ar kariai ir darbuotojai susiduria su propaganda ir tuo pačiu ar geba ją atpažinti. 3 ir 4 klausimai yra skirti nustatyti priešiškos propagandos pavyzdžius bei sklaidos kanalus, su kuriais ir kuriuose dažniausiai respondentai susiduria. 4-ame klausime pateikti pavyzdžiai darant prielaidą, kad respondentai nėra susipažinę su propaganda tokiu pat lygiu koku yra tyrėjas. Taip pat šie du klausimai (kuriuose pateikti priešiškos propagandos pavyzdžiai ir sklaidos kanalai) paruošia respondentus sekančiam klausimui. 5 klausimu siekiama nustatyti pačių Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių atsparumo priešiskai propagandai įsivertinimą. Klausimai nuo 6 iki 10 yra skirti patikrinti respondentų nuoširdumą ir tuo pačiu nustatyti, kurios temos yra pažeidžiamiausios vertinant iš propagandisto perspektyvos ir kurioms reikia skirti išskirtinį dėmesį teikiant atsparumo priešiskai propagandai stiprinimo būdų pasiūlymus.

Klausimų grupę „Atsparumo priešiskai propagandai stiprinimas“ sudaro klausimai nuo 11 iki 15, susiję su atsparumo priešiskai propagandai stiprinimu. Šiuo atveju 11-ame ir 15-ame klausimuose yra klausama beveik to paties, tačiau klausimais nuo 12 iki 14 siekiama supažindinti respondentus su būdais stiprinti atsparumą priešiskai propagandai ir tai padarius, 15-ame klausime užduoti panašų klausimą į 11-ą dar kartą. Tokiu būdu stengiamasi palaikyti respondentų budrumą ir tuo pačiu patikrinti anketos pildymo nuoširdumą. 11 klausimas skirtas nustatyti bendrą respondentų vertinimą Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos atsparumo priešiskai propagandai stiprinimo atžvilgiu. 12-uoju klausimu siekiama nustatyti kokių atsparumo priešiskai propagandai stiprinimo būdų pasigenda respondentai. 13-uoju klausimu tikimasi nustatyti priimtinausius atsparumo priešiskai propagandai stiprinimo būdus. 14 klausimas yra skirtas patikrinti ar Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje yra pilnavertiškai įgyvendinamas Lietuvos kariuomenės vado patvirtintas atsparumo priešiskai propagandai planas. Galiausiai 15 klausimas, kaip ir buvo minėta prieš tai, skirtas dar kartą pateikti savo vertinimą apie dabartinį Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje naudojamą atsparumo priešiskai propagandai mechanizmą.

Paskutinė klausimų grupė „Nuostatos ir požiūris“, kurią sudaro 16 ir 17 klausimai, yra skirta patikrinti karių nuostatas ir požiūrį į atsparumo priešiskai propagandai stiprinimą. 16-uoju klausimu siekiama patikrinti ar kariai bendrai suvokia atsparumo priešiskai propagandai stiprinimo naudą ir

būtinybę. Paskutiniuju klausimu siekiama patikrinti susiformavusias karių nuostatas ties atsparumo priešiška propagandai stiprinimo organizavimo ir atsakomybėmis.

Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų anoniminė apklausa buvo vykdoma 2025 m. balandžio 13–27 dienomis. Pirminė anketos versija buvo išsiųsta Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos vadui su tikslu patikrinti jos funkcionalumą bei vadui įvertinus, jog anketoje nereikalaujama jokios informacijos galinčios diskredituoti Lietuvos kariuomenę ar atskleisti įslaptintą informaciją, gauti iš jo leidimą siųsti anketos nuorodą visam likusiam Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos personalui. Nuoroda į anketos pildymą buvo išsiųsta naudojantis Microsoft Outlook programa, kurioje yra sukurta vartotojų grupė (DT.visi). Šioje grupėje yra įtraukti visi Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariai ir darbuotojai dirbantys ar atliekantys tarnybą šiame dalinyje. Toks anketos nuorodos išsiuntimo būdas leidžia užtikrinti, kad visa tiriamoji visuma gauna galimybę sudalyvauti apklausoje. 2025 m. balandžio 20 d. vykusio Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos štabo ir padalinių savaitinio veiklos aptarimo metu padalinių ir skyrių vadams bei viršininkams buvo priminta apie galimybę pildyti šią anketą. Atsižvelgiant į tai, kad dalis Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų savo tarnybą / darbą vykdo ne kompiuterinėse darbo vietose (mechanikai, remontininkai, sandėlininkai ir kiti) vadų ir viršininkų buvo paprašyti užtikrinti galimybę visiems pavaldiems kariams ir darbuotojams pasinaudoti kompiuterine darbo vieta anketos užpildymui. Spausdinta anketos versija nebuvo dalinama pildymui.

Tiriamoji visuma – Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos profesinės karo tarnybos kariai ir darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį. Tyrėjui tikslus populiacijos skaičius yra žinomas, tačiau atsižvelgiant į tai, kad minėti duomenys yra riboto naudojimo, šiame darbe jie nebus atskleisti. Šie duomenys tyrėjui buvo atskleisti Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos personalo skyriuje.

Atsižvelgiant į tai, kad yra žinomas populiacijos dydis, imties dydžiui (n) nustatyti buvo nuspręsta pritaikyti 1993 m. Schwarze sukurta formulę:

$$n = \frac{N \cdot 1,96^2 \cdot p \cdot q}{\varepsilon^2 \cdot (N - 1) + 1,96^2 \cdot p \cdot q}$$

formulėje:

N – populiacijos dydis;

skaičius 1,96 yra standartizuoto normaliojo skirstinio reikšmė, kai pasiklivimo lygmuo

$\alpha=0,05$;

p – numatoma įvykio baigmės tikimybė, kad nagrinėjamas požymis tiriamoje populiacijoje pasireikš (pasirinkta įprastai teoretikų siūloma blogiausio scenarijaus tikimybė – požymis pasižymės 50 proc. tiriamos populiacijos, $p = 0,5$);

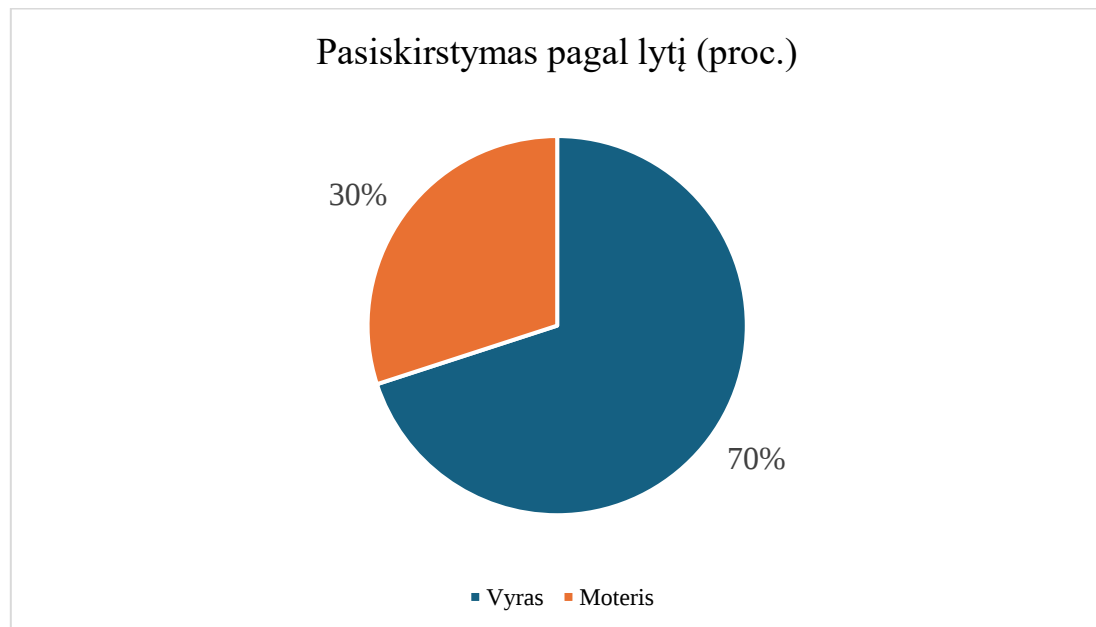
q – tikimybė, kad nagrinėjamas požymis nepasireikš tiriamoje populiacijoje ($q=1-p=0,5$);

ε – pageidautinas tikslumas (dažniausiai $\varepsilon=0,05$) (Bekešienė, 2015).

Pritaikius šią formulę buvo suskaičiuota tikslus tyrimo imties dydis. Karių ir darbuotojų skaičius, užpildęs anketą viršijo suskaičiuotą imties dydį, tad galima teigti, kad tyrimo imtis yra reprezentatyvi.

3.2. Tyrimo rezultatai ir jų analizė

Tyrimo dalyvavusiųjų respondentų skaičius (n) 207, šie duomenys toliau darbe bus pateikti procentine išraiška. Tyrimo dalyvių pasiskirstymas pagal lytį (žr. pav. Nr. 3.1.) atskleidė, kad 70 proc. respondentų yra vyrai, o 30 proc. – moterys. Toks pasiskirstymas nėra atsitiktinis, nes Lietuvos kariuomenėje sparčiai didėja tarnaujančių moterų skaičius. Taip pat verta paminėti, kad darbuotojus, dirbančius pagal darbo sutartį Lietuvos kariuomenėje įprastai sudaro panašus skaičius vyrų ir moterų.

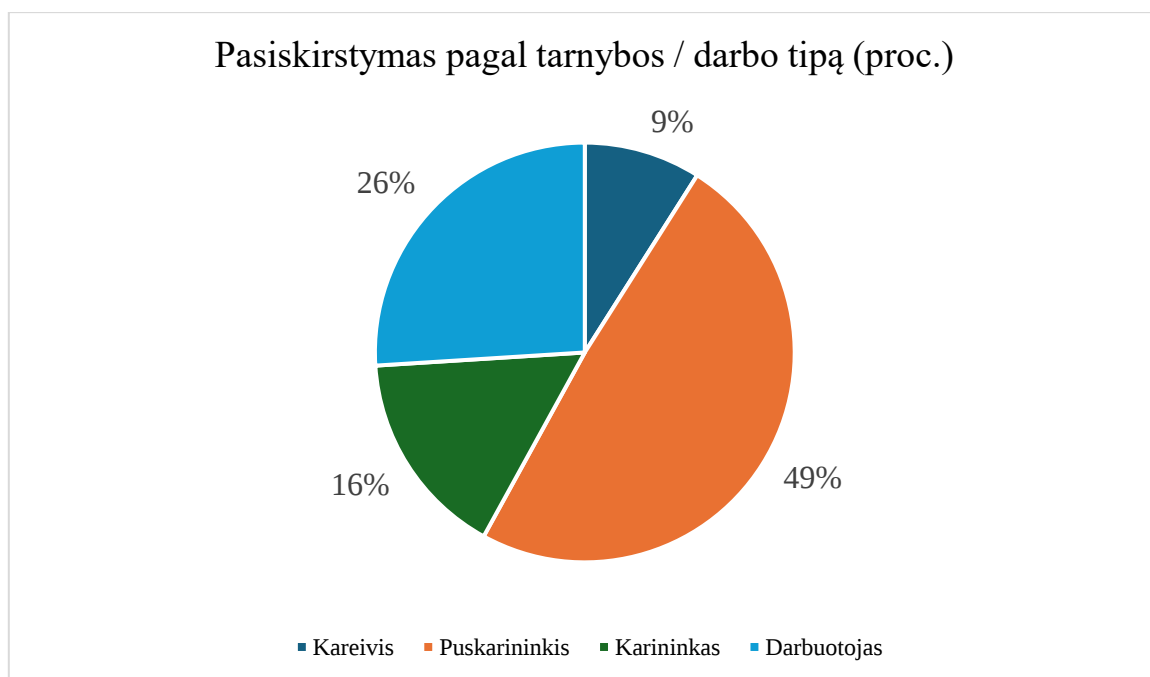


3.1. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį

Respondentų buvo prašyta įvardinti tikslų savo amžių. Dalyvavusių apklausoje karių ir darbuotojų amžiaus intervalas yra nuo 20 metų iki 68 metų. Vidutinis respondentų amžius – 41,7 m.

Atsižvelgiant į tai, kad profesinės karo tarnybos kariai sudaro didžiausią viso personalo dalį, o jiems yra leidžiama tarnauti iki 56 metų (sukakus 56 m. išleidžiami į atsargą), galima daryti išvadą, kad jaunesnio amžiaus kariai apklausoje dalyvavo vangiau.

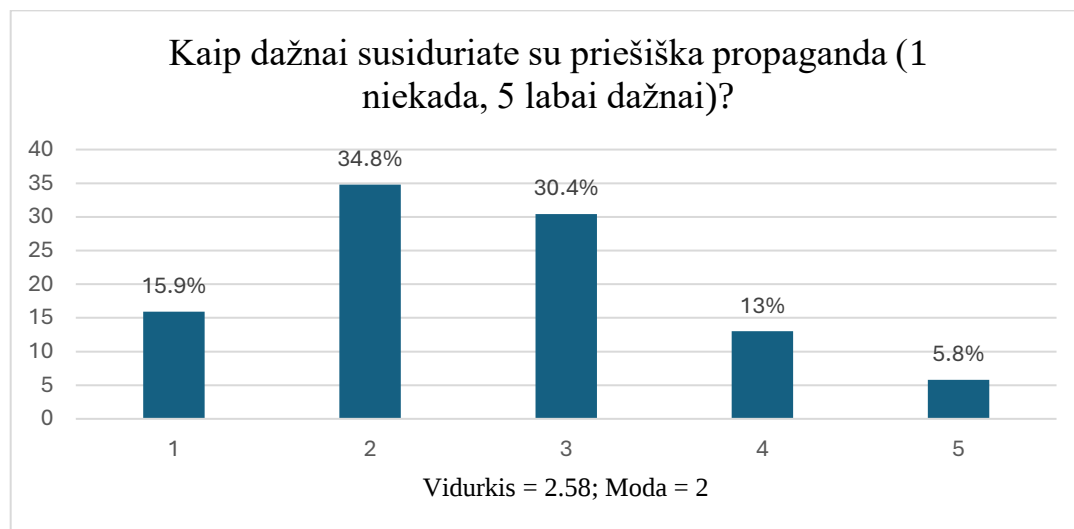
Įvertinus respondentų pasiskirstymą pagal tarnybos / darbo tipą (žr. pav. 3.2.) galima matyti, kad pusę visų dalyvavusiųjų apklausoje sudaro puskarininkiai. Toks pasiskirstymas nėra neįprastas, nes kareiviai yra nesenai pradėję tarnybą kariai (nuo jaunesniojo eilinio iki vyresniojo eilinio karinio laipsnio), o puskarininkiai – bent 2 m. ištarnavę kariai (nuo grandinio iki seržanto majoro karinio laipsnio). Būtent ši karių kategorija yra vadinama „Lietuvos kariuomenės stuburu“. Kaip įprasta, vadovaujančias pareigas užimančių karių – karininkų (nuo leitenanto iki generolo karinio laipsnio) procentas nėra didelis. Pateiktas pasiskirstymas atitinka realų personalo pasiskirstymą tarnyboje.



3.2. pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tarnybos / darbo tipą

Paprašius respondentų įvertinti skalėje nuo 1 iki 5 (1 niekada, 5 labai dažnai) kaip dažnai jie susiduria su priešiška propaganda, rezultatai parodė (žr. pav. Nr. 3.3. p. 39), kad 15,9 proc. niekada nesusiduria su priešiška propaganda. Atsižvelgiant į tai, kad propagandą visada stengiamasi užmaskuoti, šis rezultatas gali reikšti, kad 15,9 proc. respondentų negeba atpažinti propagandos. Pasireiškusi moda šiame klausime yra 2. Šį variantą skalėje pasirinko 34,8 proc. visų apklaustųjų. Galima daryti išvadą, kad trečdalis respondentų neatmeta galimybės, jog susiduria su propaganda, tačiau kaip dažnai pasikartojančio reiškinių nepastebi. 30,4 proc. respondentų skalėje įvertino, jog vidutiniškai dažnai susiduria su propaganda, o likusieji 18,8 proc. dažnai arba labai dažnai. Išvedus

penkiabalės skalės vidurkį (2,58), paaiškėjo, kad išskirtiniai didelis respondentų susidūrimas su propaganda nepasireiškė, tačiau tai rodo tik identifikuojamos propagandos susidūrimo įsivertinimą. Užmaskuota propaganda, kurios pagrindinis tikslas veikti nepastebimai ir neidentifikuotai įvertinus šiame klausime pateiktus duomenis neatsispindi. Nepaisant to, galima daryti išvadą, kad 84,1 proc. respondentų susiduria su propaganda ir ją identifikuoja. Toks aukštas procentas rodo, kad priešiška propaganda yra rizika Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariams ir darbuotojams.



3.3. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausimas Nr. 2)

Išanalizavus gautus respondentų rezultatus trečiame klausime kokiuose komunikaciniuose kanaluose bei kokiomis priemonėmis propaganda pasiekia respondentus skalėje nuo 1 iki 5 (1 niekada, 5 labai dažnai) (žr. lentelę Nr. 3.1.) buvo nustatyta, kad dažniausiai propagandinio tipo žinutes respondentai sutinka internetu veikiančiais kanalais bei priemonėmis išskyrus elektroninį paštą.

3.1. lentelė. Respondentų pasiskirstymas (Klausimas Nr. 3)

	Vidurkis	Standartinis nuokrypis	Moda
Televizija	2,5797	1,02974	2
Radijas	2,1739	,90237	2
Internetiniai naujienų portalai	3,2609	,97521	4
Socialiniai tinklai	3,7391	1,15312	4
Įvairūs internetiniai tinklapiai	3,4203	1,07133	3
Spausdinti leidiniai	1,8841	,81018	2
Elektroninis paštas	1,7101	,88846	1

Pritaikius vienos sigmos standartinį nuokrypį galima matyti, jog apie 68 proc. respondentų internetiniuose naujienų portaluose patenka į intervalą 2,29–4,23, socialiniuose tinkluose į intervalą 2,59–4,89, o internetiniuose tinklapiuose į 2,34–4,49 intervalą. Tai reiškia, kad apie du trečdalius respondentų šiuose kanaluose skirtingu dažniu **susiduria** su priešiška propaganda. Anot respondentų, rečiausiai propaganda yra matoma elektroniniame pašte bei spausdintuose leidiniuose. Patikrinus tarpusavio ryšį tarp respondentų susidūrimo su propaganda dažnio ir propagandos sklaidos ir kanalų, kuriuose ją sutinka (žr. lentelę Nr. 3.2.) nustatyta, kad dažniau su propaganda susiduriantys respondentai įprastai ją sutinka internetiniuose kanaluose ir priemonėse.

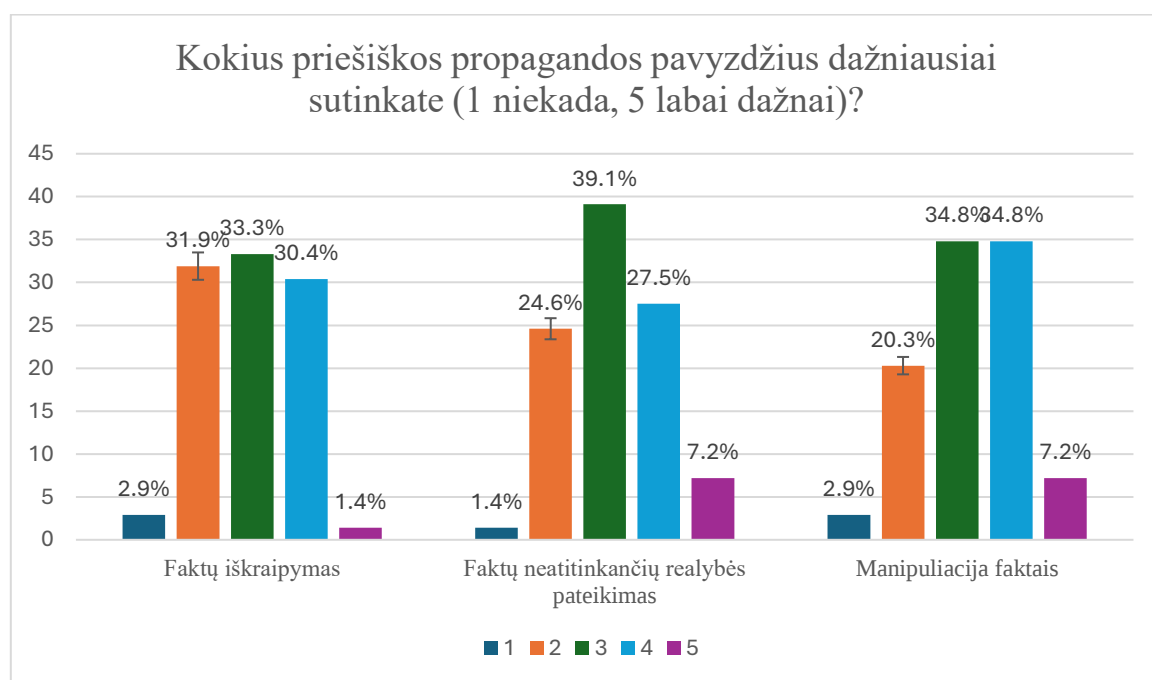
3.2. lentelė. Tarpusavio ryšys tarp respondentų susidūrimo su propaganda ir propagandos sklaidos kanalų bei priemonių

Susidūrimo su propaganda dažnis/ amžius Kanalai ir priemonės	Tarpusavio ryšys pagal Spirmano koreliaciją (nuo -1 iki 1) (dažnis)	Patikimumo lygis 95 proc. (reikšmingas esant $p < 0,05$)	Tarpusavio ryšys pagal Spirmano koreliaciją (nuo -1 iki 1) (amžius)	Patikimumo lygis 95 proc. (reikšmingas esant $p < 0,05$)
Televizija	,275	<,001	,048	,491
Radijas	,230	<,001	,147	,035
Internetiniai naujienų portalai	,463	<,001	-,186	,007
Socialiniai tinklai	,604	<,001	-,254	<,001
Internetiniai puslapiai	,582	<,001	-,141	,043
Spausdinti leidiniai	,356	<,001	-,045	,518
Elektroninis paštas	,291	<,001	,036	,605

Amžiaus ir sklaidos kanalų tarpusavio ryšys atskleidė, kad vyresnio amžiaus respondentai rečiau susiduria su propaganda socialiniuose tinkluose nei jauni. Vertinant šiuos duomenis galima daryti prielaidą, kad dėl skaitmeninio raštingumo stokos vyresnio amžiaus respondentai negeba identifikuoti propagandos internetiniuose sklaidos kanaluose.

Įvertinus respondentų pasiskirstymą 4 klausime (žr. pav. Nr. 3.4. p. 41) galima matyti, kad visi trys pateikti pavyzdžiai pasidaliję apyvienodžiai, visi trys pavyzdžiai pagal vidurkius linkę į didesnę dažnio pusę. Matomas nedidelis susidūrimo su manipuliacija faktais polinkis į dažnesnę pusę ($mean = 3,21$). Tai rodo, kad įprastai Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariai ir darbuotojai susiduria su propaganda, kuri savyje turi dalį tiesios, tačiau tiesa yra pakreipiama propagandisto naudai. Su faktais

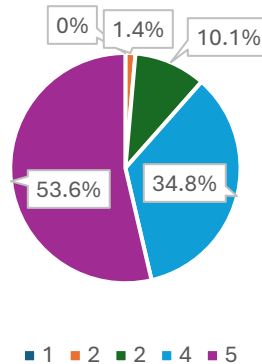
neatitinkančiais realybės ($mean = 3,15$) respondentai nurodė, kad susiduria kiek rečiau nei su faktų iškraipymu ($mean = 2,96$). Nepaisant to, matomas aiškus patvirtinimas, kad **respondentai susiduria su propaganda**, nes pasirinkusiųjų „niekada“ nesiekė net 3 proc. nei viename iš duotų pavyzdžių. Tai taip pat gali rodyti, kad pateikus propagandos pavyzdžius respondentai geriau suprato apie ką yra ši anketa. Respondentai susiduriantys su vienu iš propagandos pavyzdžių „labai dažnai“ procentas taip pat nėra didelis (1,4–7,2 proc.), tačiau jis perkopia niekada nesusiduriančių su propaganda procentą. Tai rodo, kad net labai kategoriški respondentai yra labiau linkę į susidūrimą su propaganda nei visišką jos nebuvimą. Apibendrinant galima teigti, kad virš 96 proc. respondentų nurodė, kad vienokiu ar kitokiu dažniu susiduria su pateiktais priešiškos propagandos pavyzdžiais ir geba juos identifikuoti. Tai patvirtina 2 klausime gautus rezultatus ir juos sustiprina, nes įvardinus propagandos pavyzdžius susiduriančių su propaganda procentas išaugo nuo 84,1 iki 96,1 proc.



3.4. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausimas Nr. 4)

Paprašius respondentų pateikti asmeninį atsparumo priešiškai propagandai įsivertinimą (žr. pav. Nr. 3.5. p. 42) paaiškėjo, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karius ir darbuotojus vertinančius save visiškai atspariais priešiškai propagandai sudaro net 53,6 proc., o visiškai neatsparių respondentų nebuvo.

Asmeninis respondentų atsparumo priešišakai propagandai įsivertinimas (1 visiškai neatsparus, 5 lengvai atžįstu ir susidoroju su propaganda)



3.5. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausimas Nr. 5)

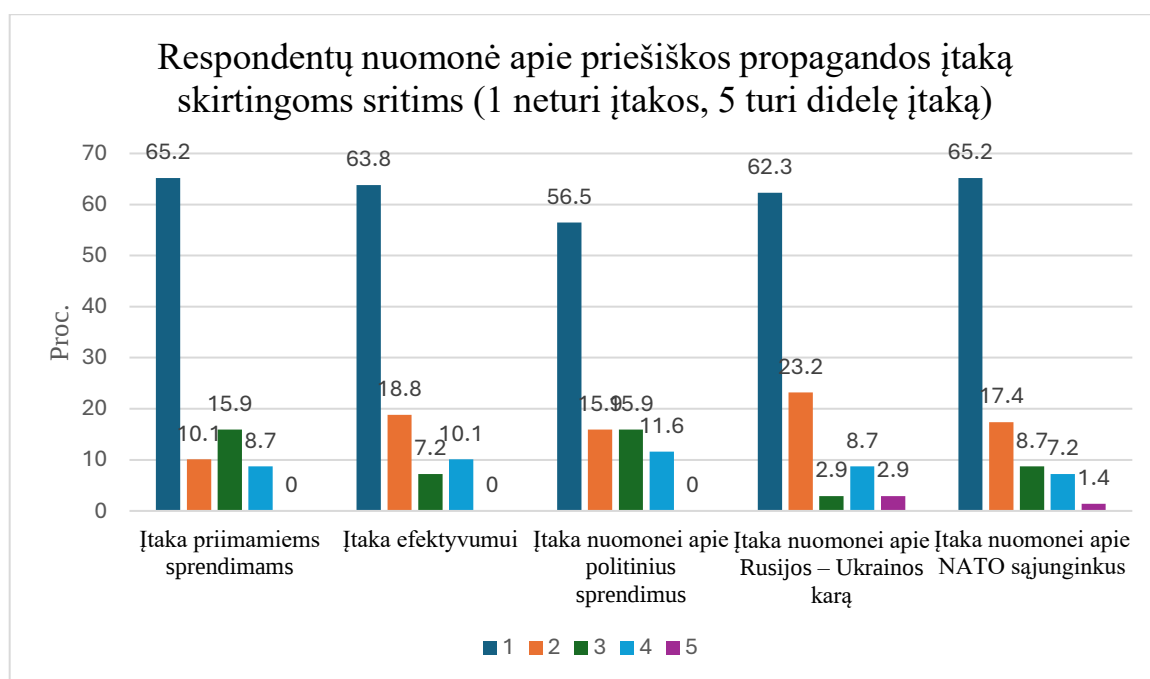
Toks respondentų pasiskirstymas yra suprantamas, nes įsivertinti ir išmatuoti asmeninį atsparumą priešišakai propagandai yra neįmanoma, o paveiktiems propagandos tai pastebėti yra beveik neįmanoma. Atsižvelgiant į tai, kad skalėje nuo 1 iki 5 respondentų, pasirinkusių 4 ir 5 yra net 88,4 proc. galima daryti išvadą, kad respondentai, galimai, perdėtai gerai vertina savo atsparumą, o taip pat, kad propaganda respondentų yra priskiriama prie menką riziką keliančių faktorių tarnyboje.

Išvedus atsparumo priešišakai propagandai vidurkius, suskirsčius respondentus pagal tarnybos / darbo tipą galima matyti, kad kareiviai nurodė žemiausią įsivertinimą (žr. lentelę Nr. 3.3. p. 43). Atsižvelgiant į tai, kad karininkai Lietuvos kariuomenėje yra labiausiai parengta karių grandis, o kareiviai mažiausią patirtį turintys kariai, galima daryti prielaidą, kad puskarininkių ir darbuotojų, dirbančių pagal darbo sutartį, įsivertinimas nėra visiškai tikslus ir jį galima vertinti kaip neatitinkančio realybės, nes lyginant jų rezultatus su karininkais, kurie turi kur kas daugiau žinių apie propagandos poveikį ir galimybes įsivertinimas yra tik šiek tiek aukštesnis. Vertinant tokiu principu anomalija tampa kareiviai, kurie neturi žinių ir patirties, tačiau laiko save mažiausiai atspariais propagandai tiriamoje visumoje. Tokį išsidėstymą galima grįžti tuo, jog jauni kariai dar neturi pasitikėjimo savimi ir savo atsparumą priešišakai propagandai vertina atsargiai. Nepaisant to, šie duomenys rodo, kad neišskiriant nei vieno tipo, visų įsivertinimas galimai yra perdėtas ir tik parengus propagandos atpažinimo užduotis ir tokiu būdu įvertinus galimybes galima nustatyti tikslų atsparumo priešišakai propagandai lygį.

3.3. lentelė. Respondentų atsparumo priešišakai propagandai įsivertinimas pagal darbo / tarnybos tipą

Darbo / tarnybos tipas	Vidurkis
Karininkai	4,45
Puskarininkiai	4,47
Kareiviai	4,00
Darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį	4,40

Išanalizavus respondentų pasiskirstymą klausimų grupėje apie, jų manymu, propagandos daromą įtaką skirtingose srityse (žr. pav. Nr. 3.6.) nustatyta, kad daugiau nei pusė pažymėjo, jog priešiška propaganda neturi jokios įtakos nei jų nuomonei, nei jų efektyvumui ar priimamiems sprendimams. Toks pasiskirstymas dar kartą patvirtina, kad didžioji dalis respondentų mano, jog propaganda jų visiškai neįtakoja. Nepaisant to, virš 30 proc. dalyvavusių apklausoje pažymėjo, kad priešiška propaganda gali turėti stipresnę ar silpnesnę įtaką jų nuomonei bei sprendimams priimamiems darbe / tarnyboje ar jų efektyvumui.



3.6. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausimai 6-10)

Patikrinus tarpusavio ryšį tarp atsparumo priešišakai propagandai įsivertinimo ir priešiškos propagandos įtakos pasitelkiant Spirmano koreliaciją (žr. lentelę Nr. 3.4. p. 43) nustatyta, kad nors

didėjant atsparumo priešišakai propagandai įsivertinimui mažėja priešiškos propagandos įtaka, tačiau rodikliai nėra labai aukšti (nuo -,246 iki -,464). Tai rodo, kad nors respondentai vertina savo atsparumą priešišakai propagandai labai aukštu lygiu, tačiau jie visiškai neatmeta galimybės, kad ji gali daryti įtaką, nes tokiu atveju koeficientas būtų labiau link -1. Verta paminėti, kad duomenys parodė, jog nepaisant to, kad respondentai savo atsparumo priešišakai propagandai lygį įsivertino labai aukštai, didžiausia rizika yra įtaka jų priimamiems sprendimams, o mažiausia įtaka yra daroma nuomonei apie Rusijos–Ukrainos karą, kuris vis dar vyksta ir apie jį propagandą yra skleidžiama nuolat.

3.4. lentelė. Tarpusavio ryšys tarp respondentų atsparumo priešišakai propagandai įsivertinimo ir įtakos jų priimamiems sprendimams, nuomonei bei efektyvumui

Atsparumo priešišakai propagandai įsivertinimas Priešiškos propagandos įtaka	Tarpusavio ryšys pagal Spirmano koreliaciją (nuo -1 iki 1)	Patikimumo lygis 95 proc. (reikšmingas esant $p < 0,05$)
Įtaka priimamiems sprendimams	-,246	<,001
Įtaka efektyvumui	-,416	<,001
Įtaka nuomonei apie politinius sprendimus	-,350	<,001
Įtaka nuomonei apie Rusijos–Ukrainos karą	-,464	<,001
Įtaka nuomonei apie NATO sąjungininkus	-,404	<,001

Pereinant prie klausimų, susijusių su atsparumo priešišakai propagandai stiprinimu, galima matyti, kad paprašius įvertinti skalėje nuo 1 iki 5 (visiškai nesutinku, 5 visiškai sutinku) ar Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje yra skiriamas pakankamas dėmesys atsparumo priešišakai propagandai stiprinimui, vertinimai smarkiai neišsiskiria priklausomai nuo darbo / tarnybos specifikos (žr. lentelę Nr. 3.5.).

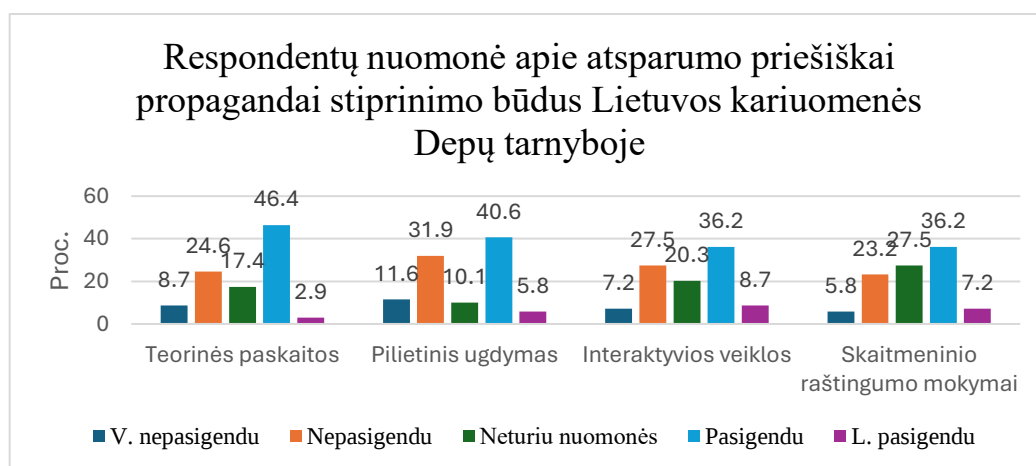
3.5. lentelė. Respondentų skiriamo dėmesio atsparumo priešišakai propagandai stiprinti Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje vertinimas pagal darbo / tarnybos tipą

Darbo / tarnybos tipas	Vidurkis (visumos = 3,27)	Moda (visumos = 3)
Karininkai	2,91	3
Puskarininkiai	3,38	3
Kareiviai	3,16	2,5

Darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį	3,33	3,5
--	------	-----

Vėl matomas karininkų tipo atsargesnis vertinimas ir matymas, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje būtų galima skirti didesnę dėmesį kovai su priešiška propaganda. Nepaisant to, visų kitų tarnybos / darbo tipų respondentai taip pat neišreiškė išsiskiriančios nuomonės nuo bendros visumos. Galima teigti, kad respondentai nemato perteklinės Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos veiklos stiprinant atsparumą priešiskai propagandai ir ji galėtų būti didesnė.

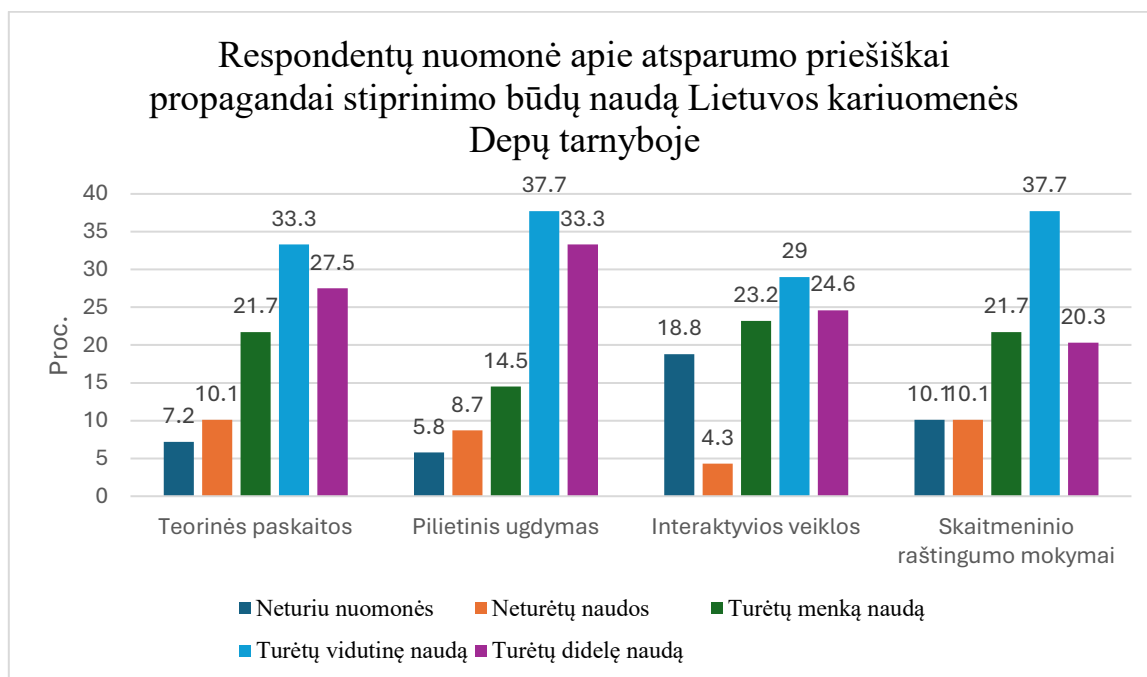
Išanalizavus respondentų pateiktus duomenis apie būdus stiprinti atsparumą priešiskai propagandai (žr. pav. Nr. 3.7.). galima matyti, kad respondentai labiau linkę į veiklų stokojimą.



3.7. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausimas Nr. 12)

Net 46,4 proc. respondentų pažymėjo, kad pasigenda teorinių paskaitų, 40,6 proc. pilietinio ugdymo veiklų, o 36,2 proc. interaktyvių veiklų ir skaitmeninio raštingumo mokymų. Tai rodo, kad beveik pusė Lietuvos kariuomenės depų tarnybos karių ir darbuotojų pasigenda arba labai pasigenda tam tikrų atsparumo priešiskai propagandai stiprinimo veiklų. 31,9 proc. respondentų nurodė, kad nepasigenda pilietinio ugdymo veiklų, o likusių veiklų nepasigenda respondentų spektras nuo 23,2 iki 27,5 proc. Verta paminėti, kad lyginant neturinčius nuomonės apie atsparumo priešiskai propagandai stiprinimą per pilietinį ugdymą (10,1 proc.) su jo stiprinimą pasitelkiant kitus metodus (nuo 17,4 iki 27,5 proc.), galima matyti ženklų nuomonės neturėjimo padidėjimą. Tai rodo, kad respondentai yra susipažinę su pilietinio ugdymo teikiamomis naudomis, tačiau su kitų metodų taikymu kur kas mažiau.

Sekančiame klausime respondentų buvo paprašyta įvertinti jau minėtų būdų stiprinti atsparumą priešiška propagandai galimą naudą (žr. pav. Nr. 3.8.).



3.8. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausimas Nr. 13)

Iš pateiktų duomenų galima matyti, kad respondentai visas veiklas vertina kaip galimai naudingas. Apie 60 proc. respondentų nurodė, kad teorinės paskaitos ir skaitmeninio raštingumo mokymai turėtų didelę arba vidutinę naudą, virš 70 proc. taip vertina pilietinio ugdymo veiklas, o apie 55 proc. įvertino vidutinę ir didelę teigiamą naudą teikiančiomis interaktyvias veiklas. Dar kartą pasitvirtino, kad kariai turi susidarę geriausią nuomonę apie pilietinio ugdymo veiklas, nes tik 5,8 proc. visų jų nurodė, kad neturi nuomonės apie minėtą veiklą. Daugiausiai klausimų keliantis ir menkiausiai, jų nuomone, teigiamą naudą turintis būdas yra interaktyvios veiklos. Tai rodo, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje galimai nėra organizuojami tokio pobūdžio atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdai. Pakeitus duomenų išdėstymą IBM SPSS Statistics programoje ties 12 klausimu ir perkėlus duomenis iš galimo pasirinkimo 3 – neturiu nuomonės, į 1 – neturiu nuomonės bei atitinkamai pakeitus iš 1 visiškai nepasigendu į 2 – visiškai nepasigendu bei 2 – nepasigendu į 3 – nepasigendu, buvo patikrintas tarpusavio ryšys tarp respondentų nuomonių apie atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdų taikymą Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje bei jų naudą pagal Spirmano

koreliaciją (žr. lentelę Nr. 3.6. p.). Galima matyti, kad didėjant vieno iš nurodytų atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdų trūkumo lygiui, didėja ir jų nuomone turimos naudos lygis.

3.6. lentelė. Tarpusavio ryšys tarp respondentų nuomonių atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdų stygiaus / pertekliaus ir jų naudos

Atsparumo priešiška propagandai būdai ir jų nauda	Tarpusavio ryšys pagal Spirmano koreliaciją (nuo -1 iki 1)	Patikimumo lygis 95 proc. (reikšmingas esant $p < 0,05$)
Teorinės paskaitos	,433	<,001
Pilietinis ugdymas	,426	<,001
Interaktyvios veiklos	,685	<,001
Skaitmeninio raštingumo mokymai	,526	<,001

Verta paminėti, kad interaktyvios veiklos šiek tiek išsiskiria iš likusių su ,685 koeficientu. Tai rodo, kad respondentai pasirinkę, jog jų manymu Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje trūksta interaktyvių veiklų stiprinant atsparumą priešiška propagandai mano, jog būtent šios veiklos turės labai aukštą naudą. Tai rodo, kad taip pasirinkę respondentai galimai yra susidūrę su interaktyviomis veiklomis ir jas vertina kaip aukštą pridėtinę naudą turinčiais mokymais, nes paviršutinė statistikos apžvalga nerodė jokių išskirtinių interaktyvių veiklų galimos naudos rezultatų, o atvirkščiai respondentų buvo vertinama žemiausiai.

Iš pateikto respondentų pasiskirstymo pagal tarnybos / darbo tipą 14 klausime (ar sutinkate su teiginiu, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje kiekvienais metais yra vedamos atsparumo priešiška propagandai stiprinimo paskaitos „Priešiška informacinė veikla“, „Lietuvos pasiekimai“, „Lietuvos karo istorija“, „Karys ir visuomenė“, „Esprit de corps ir kariuomenės vertybės“?) (žr. lentelę Nr. 3.7.), pastebima, kad darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį penkiabalėje skalėje (1 visiškai nesutinku, 5 visiškai sutinku) nurodė, jog mažiausiai sutinka su šiuo teiginiu.

3.7. lentelė. Respondentų, suskirstytų pagal darbo / tarnybos tipą sutikimas su 14 klausime pateiktu teiginiu

Darbo / tarnybos tipas	Vidurkis	Moda
Karininkai	3,27	3
Puskarininkiai	3,18	3

Kareiviai	3,17	2,5
Darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį	2,78	2,5

Vertinant kitų respondentų tipų pasiskirstymą galima matyti, kad jis nėra aukštas, o tai rodo, kad respondentai nesutinka arba sutinka tik iš dalies su teiginiu, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje yra organizuojami Lietuvos kariuomenės vado patvirtintame kovos su priešiška propaganda plane išdėstyti būdai.

Baigiant „Atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdai“ klausimų grupę respondentų buvo dar kartą paklausta, kitaip suformulavus klausimą, apie dabartinių Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje naudojamų atsparumo priešišakai propagandai būdų naudą (žr. lentelę 3.8.).

3.8. lentelė. Respondentų skiriamo dėmesio atsparumo priešišakai propagandai stiprinti Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje vertinimas pagal darbo / tarnybos tipą (pakartotinis)

Darbo / tarnybos tipas	Vidurkis (visumos = 3,41)	Moda (visumos = 3)
Karininkai	3,64	4
Puskarininkiai	3,44	3
Kareiviai	4,00	4
Darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį	3,00	3

Palyginus gautus duomenis su gautais pirmą kartą uždavus šį klausimą galima įžvelgti tam tikrus pokyčius. Didžiausias skirtumas lyginant vidurkius pasireiškė kareivių grupėje (0,84). Tai gali rodyti, kad šie kariai gavę prieš tai buvusiuose klausimuose galimus atsparumo priešišakai propagandai pavyzdžius geriau suprato kas yra atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdai ir todėl antrą kartą pažymėjo, jog skiriamas dėmesys yra labiau į teigiamą pusę nei prieš tai. Atvirkštinė reakcija įvyko tarp darbuotojų, dirbančių pagal darbo sutartį: sužinoję kokie yra galimi atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdai jie išreiškė nedidelį sumažėjimą savo vertinime (0,33) apie Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos skiriamą dėmesį kovai su propaganda.

Įvertinus karių pateiktus atsakymus į 16 klausimą (Ar sutinkate su teiginiu, kad kiekvienas karys/darbuotojas dirbantis Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje turi ugdyti asmeninį atsparumą

priešiška propagandai?), kuriame reikėjo įvertinti sutikimo lygį skalėje nuo 1 iki 5 (1 visiškai nesutinku, 5 visiškai sutinku), nustatyta, kad respondentai beveik visiškai (visumos vidurkis = 4,67) sutinka su šiuo teiginiu (žr. lentelę Nr. 3.9.).

3.9. lentelė. Respondentų, suskirstytų pagal darbo / tarnybos tipą sutikimas su 16 klausime pateiktu teiginiu

Darbo / tarnybos tipas	Vidurkis (visumos = 4,67)	Moda (visumos = 5)
Karininkai	4,64	5
Puskarininkiai	4,53	5
Kareiviai	4,67	5
Darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį	4,94	5

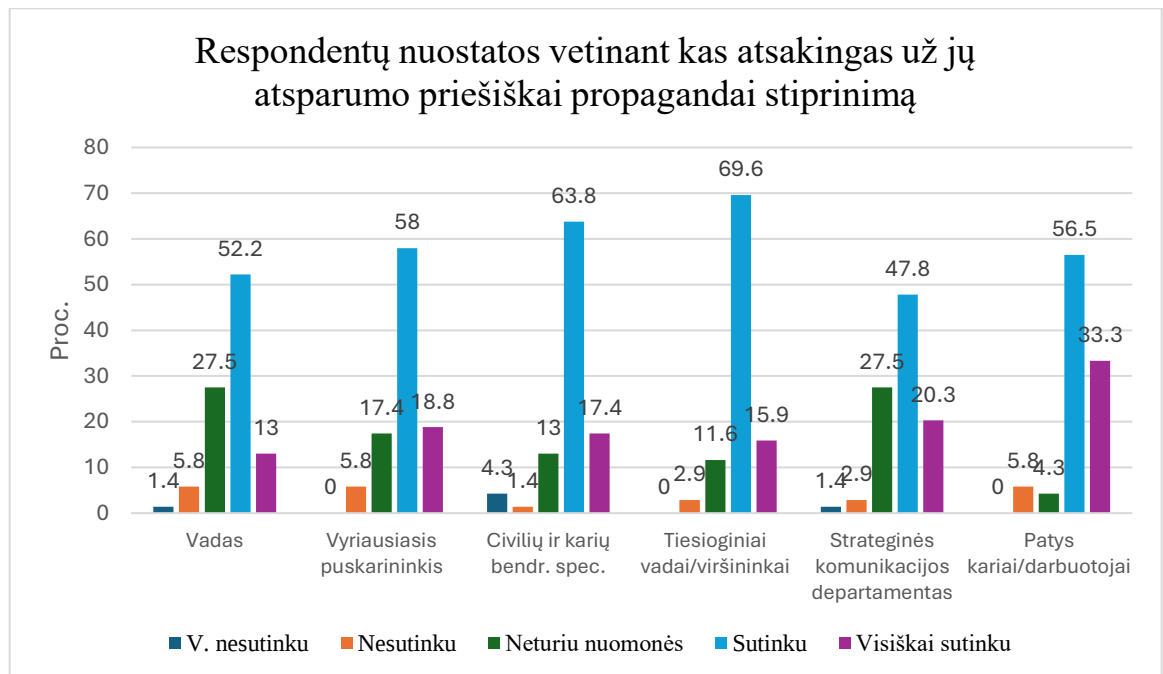
Įvertinus respondentų atsakymus, suskirstytus pagal tarnybos / darbo tipą, palyginus vidurkius su visumos vidurkiu matoma, kad išskirtinių nuokrypių nėra, o labiausiai su teiginiu sutinka darbuotojai, dirbantys pagal darbo sutartį (vidurkis = 4,94). Toks visumos vidurkis rodo, kad respondentai supranta atsparumo priešiška propagandai naudą ir jį vertina. Taip pat galima daryti prielaidą, kad respondentai būtų linkę teigiamai vertinti įvedamus papildomus atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdus.

Patikrinus tarpusavio ryšį tarp respondentų atsparumo priešiška propagandai svarbos įvertinimo ir jų išreikštos nuomonės apie atsparumo priešiška propagandai stiprinimo būdų stygių / perteklių taikant Spirmano koreliacijos formulę (žr. lentelę Nr. 3.10. p. 50), nustatyta, kad didėjant respondentų atsparumo priešiška propagandai svarbos vertinimui didėja ir interaktyvių veiklų bei skaitmeninio raštingumo mokymų poreikis. Toks tarpusavio ryšys nepasireiškė su teorinėmis paskaitomis bei pilietiniu ugdymu. Tai rodo nežymų respondentų polinkį į tai, kad teorinių paskaitų ir pilietinio ugdymo veiklų respondentai norėtų mažiau nei minėtų kitų dviejų būdų.

3.10. lentelė. Tarpusavio ryšys tarp respondentų nuomonių atsparumo priešišškai propagandai stiprinimo būdų pertekliaus / stygiaus ir atsparumo priešišškai propagandai stiprinimo svarbos

Atsparumo priešišškai propagandai stiprinimo būdų perteklius / stygius ir atsparumo priešišškai propagandai stiprinimo svarba	Tarpusavio ryšys pagal Spirmano koreliaciją (nuo -1 iki 1)	Patikimumo lygis 95 proc. (reikšmingas esant $p < 0,05$)
Teorinės paskaitos	,045	,521
Pilietinis ugdymas	,048	,491
Interaktyvios veiklos	,227	,001
Skaitmeninio raštingumo mokymai	,188	,007

Patikrinus karių ir darbuotojų nuostatas apie tai, kas yra atsakingas už jų atsparumo priešišškai propagandai stiprinimą (žr. pav. Nr. 3.9.), nustatyta, kad daugiau nei pusė respondentų sutinka arba visiškai sutinka, kad visi išvardinti dalyviai yra atsakingi už jų atsparumo priešišškai propagandai stiprinimą.



3.9. pav. Respondentų pasiskirstymas (klausimas Nr. 17)

Verta paminėti, kad beveik 90 proc. respondentų nurodė, kad jie patys yra atsakingi už atsparumo priešišškai propagandai stiprinimą. Tai rodo, kad sudarius sąlygas savarankiškai ugdyti atsparumą galima tikėtis teigiamų rezultatų. Nors tarnyboje nieko nevyksta be vado leidimo, tik apie 65 proc. respondentų pažymėjo, kad vadas yra atsakingas už minėtų veiklų organizavimą, tačiau apibendrinant galima teigti, kad išskirtinių neatitikimų nuo Lietuvos kariuomenės vado patvirtintame atsparumo

priešiškai propagandai plane įvardintų atsakingų asmenų / organizacijų vertinant respondentų nuostatas šiuo klausimu nustatyta nebuvo.

3.3. Tiriamosios dalies apibendrinimas

Įvertinus surinktus ir apdorotus duomenis galima teigti, kad:

1. 96 proc. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų susiduria su priešiška propaganda;
2. Apie 68 proc. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų dažniausiai su priešiška propaganda susiduria internetiniuose sklaidos kanaluose ar priemonėse: socialiniuose tinkluose, įvairiuose internetiniuose puslapiuose, internetiniuose naujienų portaluose;
3. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariai ir darbuotojai, dažniau susiduriantys su priešiška propaganda, ją sutinka internetiniuose sklaidos kanaluose ar priemonėse: socialiniuose tinkluose, įvairiuose internetiniuose puslapiuose, internetiniuose naujienų portaluose;
4. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariai ir darbuotojai savo atsparumą priešiškai propagandai vertina labai aukštu lygiu nepaisant kokiam tarnybos / darbo tipui jie priklauso;
5. Apie du trečdalius Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų mano, kad priešiška propaganda visiškai neturi įtakos jų nuomonei, efektyvumui ir priimamiems sprendimams tarnyboje / darbe;
6. Apie pusę Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų pasigenda skirtingų atsparumo priešiškai propagandai stiprinimo būdų;
7. Apie 70 proc. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų pasiūlytus atsparumo priešiškai propagandai stiprinimo būdus vertina kaip turinčius vidutinę naudą arba didelę naudą;
8. Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje nėra pilnai įgyvendinamas Lietuvos kariuomenės vado patvirtintas Atsparumo priešiškai propagandai planas;
9. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų požiūris į atsparumo priešiškai propagandai stiprinimą yra teigiamas;
10. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų nuostatos atsparumo priešiškai propagandai stiprinimo atsakomybės klausimu atitinka Lietuvos kariuomenės vado patvirtintame Atsparumo priešiškai propagandai stiprinimo plane nurodytiems atsakingiems asmenims.

Apibendrinant šiuos teiginius galima daryti išvadą, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariai ir darbuotojai susiduria su priešiška propaganda savo kasdienėje veikloje, kuri nėra tiesiogiai susijusi su tarnyba / darbu. Priešišką propagandą personalas vertina kaip rizikingą, tačiau savo atsparumą jai vertina labai aukštu lygiu, nors toks vertinimas gali neatitikti realybės. Karių ir darbuotojų požiūris bei nuostatos į atsparumo priešiškai propagandai stiprinimą yra teigiamos ir teisingos, todėl galima daryti išvadą, kad organizuojant papildomus mokymus jų motyvacija turėtų būti aukšta. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariai ir darbuotojai nurodė, kad visi pasiūlyti atsparumo priešiškai propagandai stiprinimo būdai yra vertinami kaip priimtini ir turėtų naudos, o tai reiškia, kad juos galima vystyti. Vystant pateiktus galimus atsparumo priešiškai propagandai stiprinimo būdus derėtų atkreipti dėmesį į priešiškos propagandos sklaidos kanalus ir integruoti bei akcentuoti informaciją apie būtent šiuose kanaluose bei šiomis priemonėmis siunčiamą propagandą.

IŠVADOS

1. Baigiamojo darbo pirmajame skyriuje pasitelkus dokumentų analizės metodą buvo išanalizuotos propagandos sampratos, tipai ir modeliai bei sklaidos kanalai teoriniu lygiu. Gauti rezultatai leido iškelti hipotezę Nr. 1 – propaganda sparčiai evoliucionuoja gamyboje bei sklaidoje ir tai kelia didelę riziką. Dauguma autorių mokslinėje literatūroje propagandą įvardina kaip ypatingai didelę grėsmę keliantį reiškinį šiuolaikinei visuomenei. Taip pat šiame skyriuje buvo įvardinti propagandos tipai ir modeliai, kuriems parinkti atitinkantys pavyzdžiai iš realių įvykusių propagandos naudojimo atvejų. Išanalizavus informaciją apie propagandos sklaidos kanalus buvo nustatyta, kad šiuo metu palankiausia terpė propagandos sklaidai yra internetu veikiančios platformos. Moksliniai šaltiniai atskleidė, kad propagandos sklaidai šiuose kanaluose stipriai asistuoja botai. Įvertinus propagandą karinėje aplinkoje buvo pastebėta, kad jos teorinis aprašymas yra orientuota į pritaikymą priešiškoje aplinkoje, tačiau pasigendama būdų kaip apsiginti nuo priešiškos propagandos.

2. Antrajame skyriuje taikant dokumentų analizės metodą buvo pateikti bei palyginti mokslinėje literatūroje ir karinėje dokumentacijoje siūlomi atsparumo priešiskai propagandai stiprinimo būdai. Įvertinus juos nustatyta, kad yra nemažai būdų stiprinti atsparumą priešiskai propagandai, kurie nėra taikomi arba apie juos nėra rašoma karinėje dokumentacijoje, tačiau juos siūlo mokslinė bendruomenė kaip efektyvius būdus stiprinti atsparumą priešiskai propagandai. Minėti būdai yra: kritinio mąstymo ugdymas, skaitmeninio raštingumo mokymai, propagandos identifikavimo ir dekonstravimo mokymai bei kognityvinio elgesio terapija. Minėtų mokymų efektyvumui bei papildomo kritinio mąstymo ugdymo tobulinimui buvo analizuotos mokslinėje literatūroje pateiktos rekomendacijos, kurios turėtų padėti maksimizuoti siekiamą rezultatą. Taip pat įvertinus karinėje dokumentacijoje pateiktą informaciją buvo nustatyta, kad darbuotojams, dirbantiems pagal darbo sutartį Lietuvos kariuomenėje organizuojami atsparumo priešiskai propagandai stiprinimo mokymai nėra taikomi privalomai.

3. Atlikus empirinį tyrimą ir juo surinktus duomenis apdorojus statistinės analizės metodu paaiškėjo, kad virš 90 proc. Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų susiduria su priešiška propaganda. Šie duomenys patvirtino hipotezę Nr. 1. Nepaisant to, kariai savo atsparumą priešiskai propagandai vertina ypatingai gerai, o jos įtaką jų efektyvumui, nuomonei ar priimamiems sprendimams kaip labai žemą. Tyrimas parodė, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariai ir darbuotojai suvokia atsparumo priešiskai propagandai naudą bei yra teigiamai nusiteikę į galimus papildomus jo mokymus. Pateikti atsparumo priešiskai propagandai stiprinimo būdai tiriamai auditorijai yra priimtini ir jų manymu turėsiantys reikšmingą naudą. Taip pat tyrimas atskleidė

propagandos kanalus, kuriuose kariai ir darbuotojai dažniausiai sutinka priešišką propagandą, o tai leido, formuojant rekomendacijas, akcentuoti jautriausias vietas. Reikšmingo išsiskyrimo vertinant dažniausiai karių sutinkamus propagandos tipus nebuvo nustatyta. Verta paminėti, kad tyrimo duomenys atskleidė, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje nėra pilnai įgyvendinamas Lietuvos kariuomenės vado patvirtintas atsparumo priešiškai propagandai stiprinimo planas.

Apibendrinant galima teigti, kad pritaikius dokumentų analizės, empirinio tyrimo bei statistinės analizės metodus buvo pasiektas tyrimo tikslas, o abi iškeltos hipotezės pasitvirtino arba pasitvirtino dalinai. 1 hipotezėje – nors beveik visi Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariai ir darbuotojai susiduria su propaganda savo atsparumą jai vertina labai aukštai, o jos įtaką vertina kaip minimalią. 2 hipotezė pasitvirtino – surinkti duomenys atskleidė, kad respondentai pasigenda tiek inovatyvių būdų tiek ir tradicinių būdų stiprinti atsparumą priešiškai propagandai. Pateikiamos rekomendacijos buvo suformuotos atsižvelgiant į Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų tyrimo metu pateiktą informaciją bei į mokslinėje literatūroje siūlomus atsparumo priešiškai propagandai stiprinimo būdus. Pateiktose rekomendacijose yra siūlomi nauji atsparumo priešiškai propagandai stiprinimo būdai bei kiti tyrimo metu pastebėti reikšmingi faktoriai įtakoiantys Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos atsparumą priešiškai propagandai.

REKOMENDACIJOS

1. Bendradarbiaujant su Lietuvos kariuomenės Dr. Jono Basanavičiaus karo tarnybos karo psichologais organizuoti teorines paskaitas apie kognityvinio elgesio terapiją bei mąstymo klaidas, kurios yra išsamiai aprašytos Ričardo Savukyno monografijoje „*Kaip nugalėti propagandą*“;
2. Pasitelkiant Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamento specialistus organizuoti teorines paskaitas apie propagandos identifikavimą bei dekonstravimą. Šių paskaitų metu akcentuoti bei pristatyti ir išanalizuoti internetiniuose sklaidos kanaluose dažniausiai pasitaikančius propagandos atvejus;
3. Bendradarbiaujant su Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamentu ir Lietuvos kariuomenės Kibernetinės gynybos valdyba inicijuoti skaitmeninio raštingumo mokymus arba tai ugdančios platformos įdiegimą Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje;
4. Tam, kad būtų lavinamas Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų kritinis mąstymas, organizuojant įvairius mokymus taikyti skirtingus mokymo metodus bei skatinti savarankišką mokymąsi. Rengiant mokymus stengtis neprieštarauti karių ir darbuotojų įsitikinimams, vertybėms bei nuostatoms ir atsižvelgti į jų jau turimus įgūdžius bei stengtis kiek įmanoma personalizuoti užduotis. Pateikiamos užduotys turėtų būti lavinančios interpretacijos, analizės, vertinimo, išvadų darymo bei argumentacijos gebėjimus.
5. Užtikrinti Lietuvos kariuomenės vado patvirtinto atsparumo priešišakai propagandai plano visapusišką įgyvendinimą. Siūloma privalomas kartą metuose įgyvendinti atsparumo priešišakai propagandai veiklas organizuoti kelis kartus metuose, tokiu būdu užtikrinant maksimalų dalyvavimą.
6. Organizuojant atsparumo priešišakai propagandai mokymus, privalomai į jų dalyvavimą įtraukti darbuotojus, dirbančius pagal darbo sutartį.

SANTRAUKA

Šiame baigiamajame magistro darbe tiriamas Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos atsparumas priešišakai propagandai. Tyrimo tikslas įvertinti Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų atsparumo priešišakai propagandai lygį bei naudojamus atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdus, nustatyti dažniausiai pasitaikančių propagandos atvejų tipus, jų sklaidos kanalus bei pateikti tinkamiausias ir įgyvendinamas atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo rekomendacijas atsižvelgiant į dokumentų analizės metu surinktą ir išanalizuotą informaciją apie propagandą. Tyrimo tikslo įgyvendinimui buvo išskirti 3 uždaviniai:

1. Išanalizuoti propagandos sampratas, tipus ir modelius bei sklaidos kanalus teoriniu lygiu;
2. Išanalizuoti atsparumą priešišakai propagandai bei jo stiprinimo būdus teoriniu lygiu;
3. Atlikus kiekybinį tyrimą įvertinti atsparumo priešišakai propagandai lygį Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje bei nustatyti tinkamiausius atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdus.

Tyrimo eigai organizuoti buvo iškeltos dvi hipotezės:

1. Propagandos taikymo būdai bei mastai sparčiai plečiasi ir tai kelia riziką Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos kariams bei darbuotojams;
2. Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje naudojami atsparumo priešišakai propagandai būdai nėra parengti visapusiškai vadovaujantis mokslinės bendruomenės siūlomais būdais ir gali būti tobulinami siekiant užtikrinti geresnį atsparumo priešišakai propagandai stiprinimo būdų efektyvumą.

Tyrimui atlikti buvo pasirinkta atvejo analizės metodologija įgyvendinta kiekybiniu tyrimu. Tyrimo teorinėje dalyje buvo naudojamas dokumentų analizės metodas. Tiriamojoje dalyje buvo naudojami empirinio tyrimo ir statistinės analizės metodai. Empirinio tyrimo duomenims surinkti buvo naudojamas anketavimas, o jų apdorojimas buvo vykdomas IBM SPSS Statistics programiniu paketu. Įgyvendinus minėtus metodus buvo pasitvirtino abi hipotezės.

Atsižvelgiant į baigiamojo darbo įvade suformuotus uždavinius buvo parengtos išvados. Įvertinus dokumentų analizės metu surinktą ir išanalizuotą medžiagą bei ją pritaikius gautiems rezultatams iš tiriamosios dalies buvo suformuotos tinkamiausios rekomendacijos tiriamai organizacijai ir tokiu būdu įgyvendintas tyrimo tikslas.

SUMMARY

This master's thesis examines the resistance of the Depot Service of the Lithuanian Armed Forces to hostile propaganda. The purpose of the study is to assess the level of resistance to hostile propaganda of soldiers and employees of the Lithuanian Armed Forces Depot Service and the methods used to strengthen resistance to hostile propaganda, to determine the most common types of propaganda cases, their dissemination channels, and to provide the most suitable and feasible recommendations for strengthening resistance to hostile propaganda, taking into account the information about propaganda collected and analyzed during document analysis. For the implementation of the research goal, 3 tasks were set:

1. To analyze the concepts, types and models of propaganda and channels at a theoretical level;
2. To analyze the resistance to hostile propaganda and ways of strengthening it at the theoretical level;
3. After conducting a quantitative study, assess the level of resistance to hostile propaganda in the Depot Service of the Lithuanian Armed Forces and determine the most suitable ways of strengthening resistance to hostile propaganda.

Two hypotheses were put forward to organize the course of the research:

1. The methods and scope of propaganda are rapidly expanding and this poses a risk to the soldiers and employees of the Depot Service of the Lithuanian Armed Forces;
2. The methods of resistance to hostile propaganda used in the Depot Service of the Lithuanian Armed Forces are not fully developed in accordance with the methods proposed by the scientific community and can be improved in order to ensure better effectiveness of methods of strengthening resistance to hostile propaganda.

A case study methodology implemented through a quantitative study was chosen for the research. In the theoretical part of the study was used method of document analysis. Empirical research and statistical analysis methods were used in the research part. A questionnaire was used to collect the data of the empirical study, and their processing was carried out with the IBM SPSS Statistics software package. After implementing the mentioned methods, both hypotheses were confirmed.

Taking into account the tasks formed in the introduction of the thesis, conclusions were prepared. After evaluating the material collected and analyzed during document analysis and applying it to the results obtained from the research part, the most appropriate recommendations were formed for the researched organization and in this way the aim of the research was achieved.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

• Mokslinių monografijų ir vadovėlių

1. Bekešienė S. (2015). *Duomenų analizės SPSS pagrindai*. Vilnius: Lietuvos kariuomenės Karo kartografijos centras.
2. Bernays E. (1928). *Propaganda*. New York: Liveright. Prieiga per internetą: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.275553/page/n23/mode/2up>.
3. Doeden M. (2020). *What Is Propaganda?* Minneapolis: Lerner Publications TM.
4. Treyger E., Williams H. J., Matthews L. J., Holynska K., Matveyenko J., Cunningham D., Goode T. ir Migacheva K. (2025). *The Denazify Lie. Russia's Use of Extremist Narratives Against Ukraine*. Santa Monica, California: RAND Corporations. Prieiga per internetą: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RAA3400/RAA3450-1/RAND_RRA3450-1.pdf
5. Helmus T. C. ir Holynska K. (2024). *Ukrainian Resistance to Russian Disinformation. Lessons for Future Conflicts*. Santa Monica, California: RAND Corporations. Prieiga per internetą: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RAA2771-1.html
6. Kardelis, K. (2016). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.
7. Lance Bennet W. ir Livingston S. (2020), *The Disinformation Age*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/9781108914628.
8. Lee M. A. ir Lee B. L. (1939), *The Fine Art of Propaganda*. New York: Harcourt, Brace, and Company. Prieiga per internetą: https://dn790005.ca.archive.org/0/items/LeeFineArt/lee_fine%20art.pdf
9. Macdonalds S. (2007). *Propaganda and Information Warfare in the Twenty-First Century Altered images and deception operations*, London and New York: Routledge Taylor and Francis Group.
10. NATO Strateginės komunikacijos kompetencijos centras. (2024). *Russia's Information Influence Operations in the Nordic – Baltic Region*, Riga: NATO StratCom COE. Prieiga per internetą: <https://stratcomcoe.org/pdfs/?file=/publications/download/RUS-Info-Influence-Operations-in-Nordic-Baltic-DIGITAL-V2.pdf?zoom=page-fit>
11. Pilietinio atsparumo iniciatyva. (2023). *Propagandos amžius, Kovos su dezinformacija rinkinys*. Vilnius: CRI. Prieiga per internetą: <https://cri.lt/wp-content/uploads/2023/06/webCRI-Propagandos-amz%CC%8Cius-A4.pdf>

12. Pritchard A. (2009). *Ways of Learning*. Routledge. Taylor and Francis Group.
13. Rytų Europos studijų centras. (2017). Rusijos propaganda: analizė, įvertinimas rekomendacijos. Prieiga per internetą: http://www3002.vu.lt/uploads/news/id987/RESC%20monografija_propaganda.pdf
14. Savukynas R. (2023). *Kaip nugalėti propagandą*. Vilnius: Lietuvos kariuomenės karo kartografijos centras.
15. University of Ottawa. (2024). *Contemporary Issues in Education*. Ottawa: The Best Cohort Press. Prieiga per internetą: <https://ruor.uottawa.ca/server/api/core/bitstreams/3ae67814-43e5-48fb-92f3-340c24100099/content#page=92>
16. US Army. (2019). *Special Warfare*. Washington: U.S. Government Publishing Office. Prieiga per internetą: https://www.swcs.mil/Portals/111/32-1_JAN_MAR_2019_web.pdf
17. Vilniaus Universitetas. (2018). *Skaitmeninių technologijų raštingumas, medijų turinio kritiškumas ir saugumas internete*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla. Prieiga per internetą: https://www.kf.vu.lt/dokumentai/publikacijos/Skaitmeniniu_tehnologiju_rastingumas.pdf
18. Woolley SC. (2020). Bots and Computational Propaganda: Automation for Communication and Control. Social Media and Democracy. 89-110. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/9781108890960.
- **Mokslinėse duomenų bazėse rastų straipsnių lietuvių ir užsienio kalbomis**
19. Bjola C. (2018). The Ethics of Countering Digital Propaganda, *Ethics & International Affairs*, 32(3) 305-315, doi: 10.1017/S0892679418000436.
20. Bontridder N. ir Pouillet Y. The role of artificial intelligence in disinformation. *Data & Policy*. 3:e32. doi: 10.1017/dap.2021.20.
21. Brashier N. ir Schacter D. (2020), Aging in an Era of Fake News. *Curr Dir Psychol Sci*. 29(3) 316-323. doi: 10.1177/0963721420915872.
22. Chubb A. ir Wang F. Y. (2023). Authoritarian Propaganda Campaigns on Foreign Affairs: Four Birds, One Stone, and the South China Sea Arbitration, *International Studies Quarterly*. 67(3) doi: 10.1093/isq/sqad047.
23. Ellul J. (1957). Information and Propaganda. *Diogenes*. 5(18), 61-77. doi: 10.1177/039219215700501805.
24. Fadli M. R., Mujazi M., Syofyan H. Ir Rosyid A. (2024). Self-Directed Learning and Digital Literacy in Social Studies Learning: Efforts to Improve Students' Critical Thinking. *Pedagogika*, 2(154), 27-44. doi: 10.15823/p.2024.154.2.

25. Gray T. ir Martin B. (2007). Backfires: White, Black and Grey, *Journal of Information Warfare*. 6(1), 7-16. Prieiga per internetą: <https://www.bmartin.cc/pubs/07jiw.pdf>
26. Guess A. ir Munger K. (2023). Digital literacy and online political behavior. *Political Science Research and Methods*. 11(1), 110-128. doi: 10.1017/psrm.2022.17.
27. Goldstein J. A., Chao J., Grossman S., Stamos A. ir Tomz M. How persuasive is AI-generated propaganda?, *PNAS Nexus*, 3(2), 1-7. doi: 10.1093/pnasnexus/pgae034.
28. Huang H. (2015). Propaganda as Signaling. *Comparative Politics*, 47(4), 419-437. Prieiga per internetą: <http://www.jstor.org/stable/43664158>
29. Indrašienė V., Jegelevičienė V., Merfeldaitė O., Penkauskienė D., Pivorienė J., Railienė A., Sadauskas J. ir Valavičienė N. (2021). The Interaction Between Understanding of Critical Thinking and Teaching/Learning of Critical Thinking Skills. *Pedagogika*, 4(144), 25-42. doi: 10.15823/p.2021.144.2.
30. Juodytė A. (2008). Manipuliacinės įtraukimo į komunikaciją strategijos periodinėje spaudoje. *Komunikacija ir informacija*, 1. 25-40. Prieiga per internetą: <file:///C:/Users/simas/Downloads/81-14284.pdf>
31. Kaye D. (2022). Online Propaganda, Censorship and Human Rights in Russia's War Against Reality. *AJIL Unbound*. 116, 140–144. doi: 10.1017/aju.2022.24.
32. Khriyenko O. (2018). Propaganda Barometer – a Supportive Tool to Improve Media Literacy Towards Building a Critically Thinking Society, *GSTF Journal on Computing*. 6(1), 1-10. doi: 10.5176/2251-3043_6.1.113.
33. Marková I. (2008). Persuasion and Propaganda. *Diogenes*. 55(1), 37-51. doi: 10.1177/0392192107087916.
34. Modrzejewski Z. (2016). Psychological operations after the Second World War, *Security and Defence Quarterly*, 12(3), 74-99. doi: 10.35467/sdq/103237.
35. Monteith S., Glenn T., Geddes JR., Whybrow PC., Achtyes E. ir Bauer M. (2024). Artificial intelligence and increasing misinformation. *The British Journal of Psychiatry*, 224(2), 33-35. doi: 10.1192/bjp.2023.136.
36. Nakao M., Shiotsuki K. ir Sugaya N. (2021). Cognitive-behavioral therapy for management of mental health and stress-related disorders: Recent advances in techniques and technologies. *Biopsychosoc Med*, 15(1), 15-16. doi: 10.1186/s13030-021-00219-w.

37. Pérez-Escoda A. ir Freire M. R. (2023). Digital literacy and technopolitics, core enablers in a disintermediated digital political communication age. *Profesional de la información*, 32(4), 1-12. doi: 10.3145/epi.2023.jul.12.

38. Polegkyi O. (2023), Russian disinformation and propaganda before and after the invasion of Ukraine. *Rocznik Instytutu Europy Środkowo-Wschodniej*, 21(1), 91-107. doi: 10.36874/RIESW.2023.1.6.

39. Prorokovič D. (2023). Artificial Intelligence And Psychologic – Propaganda Operations in Context of Threat to National Security. *The Policy of National Security*, 25(2), 13-32, doi: 10.5937/pnb25-46741.

40. Rodriguez N. (2019). The War for the Public Mind, *Journal of the Americas*. 1(1), 175-186. Prieiga per internetą: https://www.airuniversity.af.edu/Portals/10/JOTA/Journals/Volume%202%20Issue%201/02-Rodriguez_eng.pdf

41. Scriver S. (2015). War Propaganda. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 25 (2), 395–400. doi: 10.1016/B978-0-08-097086-8.96046-X. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/304184774_War_Propaganda

42. Statkutė S. (2021). Rusijos propaganda Lietuvos žiniasklaidoje kaip grėsmė nacionaliniam saugumui: „Covid-19“ pandemijos pirmosios bangos atvejais. *Šiuolaikinės visuomenės ugdymo veiksniai*, 6, 13-36. Prieiga per internetą: file:///C:/Users/simas/Downloads/svuv-6-1-1_statkute_guscinskiene.pdf

43. Tolutienė G. (2010). Andragogikos specialybės studentų kritinio mąstymo ugdymosi galimybės universitetinių studijų metu. *Mokytojų ugdymas*, 14(1), 63–76. Prieiga per internetą: <https://gs.elaba.lt/object/elaba:6089188/>

44. Wack M., Ehrett C., Linvill D. ir Warren P. (2025). generative propaganda: Evidence of AI's impact from a state-backed disinformation campaign. *PNAS Nexus*, 4(4), 1–6. doi: 10.1093/pnasnexus/pgaf083

• **Magistrinių darbų bei disertacijų susijusia tema**

45. Banelis A. (2024). Dezinformacija, propaganda, melagienos: poveikis visuomenės saugumui ir užkardymo teisinės galimybės (magistro baigiamasis darbas). Prieiga per internetą: <https://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:198262216/datastreams/MAIN/content>

46. Jakimavičiūtė A. (2024). An Analysis of Persuasive Techniques in Russia-Ukraine War Propaganda (magistro baigiamasis darbas). Prieiga per internetą: <https://epublications.vu.lt/object/elaba:210542661/210542661.pdf>

47. Vinkauskaitė A. (2015). Galios, įtakos ir propagandos virsmas naujosiose medijose: propaganda Lietuvos socialiniuose tinkluose. (magistro baigiamasis darbas). Prieiga per internetą: <https://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:8647476/datastreams/MAIN/content>

- **Statistikos**

48. Lietuvos oficialios statistikos portalas, administruojamas Valstybės duomenų agentūros. (2020). *Skaitmeninė ekonomika ir visuomenė Lietuvoje*. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/skaitmenine-ekonomika-ir-visuomene-lietuvoje-2020/gyvenimas-internete>

49. Lietuvos oficialios statistikos portalas, administruojamas Valstybės duomenų agentūros. (2023). *Asmenys, kurie internete matė, jų nuomone, netikros ar abejotinos informacijos ar turinio (Šiuolaikinė Lietuva)*. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?indicator=S4R174#/>

- **Teisės aktų ir teisminės praktikos**

50. 2021 m. gegužės 27 d. Lietuvos kariuomenės vado įsakymas Nr. V-568 „Dėl atsparumo priešiška propagandai ir karių motyvacijos bei pilietiškumo stiprinimo“. Žiūrėta 2025 m. balandžio 14 d.

51. Europos taryba. (2015). Europos tarybos posėdžio protokolas. Žiūrėta 2025 m. kovo 18 d. Prieiga per internetą: <https://www.consilium.europa.eu/media/21888/european-council-conclusions-19-20-march-2015-en.pdf>

52. NATO. (2007). Allied Joint Doctrine for Psychological Operations. Žiūrėta 2025 m. balandžio 12 d. Prieiga per internetą: <https://info.publicintelligence.net/NATO-PSYOPS.pdf>

53. NATO. (2023). Allied Joint Doctrine for Information Operations. Žiūrėta 2025 m. balandžio 12 d. Prieiga per internetą: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/650c03bf52e73c000d9425bb/AJP_10_1_Info_Ops_UK_web.pdf

54. U. S. Department of State. (2017). ACPD Special Report. *Can Public Diplomacy Survive The Internet?* Žiūrėta kovo 16 d. Prieiga per internetą: <https://www.state.gov/can-public-diplomacy-survive-the-internet/>

- **Internetiniai šaltiniai**

55. Baltoji propaganda prasiveržia ir Lietuvos žiniasklaidoje (2013 m. rugpjūčio 29 d.). Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/24193/baltoji-propaganda-prasiverzia-ir-lietuvos-ziniasklaidoje>
56. Colorado Potato Beetle, the „Bad American Bug“. (2025 m. balandžio 25 d.). Prieiga per internetą: <https://www.czechology.com/potato-beetle/>
57. Combat mosquitos, ethnically oriented birds and Satanists – Kremlin spreads fake reports. (2022 kovo 27 d.). Prieiga per internetą: <https://www.golos.com.ua/article/357846>
58. EUvsDiSiNFO. (2015). *East Stratcom Task Force*. Prieiga per internetą: <https://euvsdisinfo.eu/about/>
59. Fact check: Trump’s false claims about tariffs and trade. (2025 m. balandžio 4 d.). Prieiga per internetą: <https://edition.cnn.com/2025/04/02/politics/fact-check-trump-tariffs-trade/index.html>
60. Kremlin spends 1.5 Billion per year to spread disinformation and propaganda (2022 m. rugpjūčio 8 d.). Prieiga per internetą: <https://www.debunk.org/coining-lies-state-budget-financing-of-russian-propaganda>
61. Nuo propagandos iki melo apskritai: ekspertai įvardijo, kas ir kodėl mus paveikia (2022 m. liepos 16 d.). Prieiga per internetą: <https://www.15min.lt/kultura/naujiena/renginiai/nuo-propagandos-iki-melo-apskritai-ekspertai-ivardijo-kas-ir-kodel-mus-paveikia-29-1902744>
62. Prieš sinchronizaciją Lietuvoje suaktyvėjo interneto komentatoriai, išpuolių nefiksuota (2025 m. vasario 5 d.) Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/2478932/pries-sinchronizacija-lietuvoje-suaktyvejo-interneto-komentatoriai-ispuoliu-nefiksuota>
63. Socialinių tinklų naudojimas Lietuvoje. (2022). Bitė Lietuva. Prieiga per internetą: <https://www.bite.lt/sites/default/files/socialiniu-tinklu-naudojimas-lietuvoje.pdf>
64. Tyrimas: dauguma lietuvių ištikimi vienam socialiniam tinklui, o trečdalis susivilioja matomomis reklamomis (2024 m. gegužės 23 d.). Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/m360/naujausi-straipsniai/tyrimas-dauguma-lietuviu-istikimi-vienam-socialiniam-tinklui-o-trecdalis-susivilioja-matomomis-reklamomis-120018219>
65. White, Gray and Black Propaganda: A Business Owner’s Guide (2023 m. vasario 13 d.). Prieiga per internetą: <https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2023/02/13/white-gray-and-black-propaganda-a-business-owners-guide/>

PRIEDAI

1 PRIEDAS. Lietuvos kariuomenės vado 2021 m. gegužės 27 d. įsakymas Nr. V-568 „Dėl atsparumo priešiška propagandai ir karių motyvacijos bei pilietiškumo stiprinimo“.

2 PRIEDAS. Empirinio tyrimo klausimynas.

Dokumentas pasirašytas elektroniniu parašu Lietuvos kariuomenė 2021-05-27 Nr. V-568
--



LIETUVOS KARIUOMENĖS VADAS

ĮSAKYMAS

DĖL ATSPARUMO PRIEŠIŠKAI PROPAGANDAI IR KARIŲ MOTYVACIJOS BEI PILIETIŠKUMO STIPRINIMO

2021 m.

Nr.

Vilnius

Vadovaudamasis Krašto apsaugos ministerijos Generalinės inspekcijos 2020 m. spalio 9 d. Lietuvos kariuomenės Karinių oro pajėgų aviacijos bazės inspektavimo aktu Nr. VN-12, Lietuvos kariuomenės vado 2016 m. balandžio 22 d. įsakymo Nr. V-570 „Dėl Lietuvos karinės doktrinos atnaujinimo“ trečiosios dalies 3.3 skyriaus 308 punktu ir Lietuvos kariuomenės vado 2021 m. vasario 9 d. įsakymo Nr. V-139 „Dėl Lietuvos kariuomenės vado reikalavimų koviniam rengimui (2021–2023 metų laikotarpis) patvirtinimo“ trečiojo skyriaus, 8.6 punktu:

1. T v i r t i n u Lietuvos kariuomenės atsparumo priešišškai propagandai ir karių motyvacijos bei pilietiškumo stiprinimo planą (pridedama).
2. Į g a l i o j u Lietuvos kariuomenės pajėgų ir vienetų vadus kryptingai ugdyti karių motyvaciją, siekiant didinti kovinę galią ir neutralizuoti priešiškos propagandos poveikį.

Lietuvos kariuomenės vadas

gen. lt. Valdemaras Rupšys

LIETUVOS KARIUOMENĖS ATSPARUMO PRIEŠIŠKAI PROPAGANDAI IR KARIŲ MOTYVACIJOS BEI PILIETIŠKUMO STIPRINIMO PLANAS

1. Nuorodos:

1.1. Krašto apsaugos ministerijos Generalinės inspekcijos 2020 m. spalio 9 d. Lietuvos kariuomenės Karinių oro pajėgų aviacijos bazės inspektavimo aktas Nr. VN-12;

1.2. Lietuvos kariuomenės vado 2021 m. sausio 12 d. įsakymas Nr. V-27 „Dėl Lietuvos Respublikos krašto apsaugos ministerijos Generalinės inspekcijos pateiktų siūlymų, Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamento direktoriui, 2020 m. spalio 9 d. Lietuvos kariuomenės Karinių oro pajėgų aviacijos bazės inspektavimo akte Nr. VN12, įgyvendinimo priemonių plano tvirtinimo“;

1.3. Lietuvos kariuomenės (toliau – LK) vado 2021 m. vasario 9 d. įsakymas Nr. V-139 „Dėl Lietuvos kariuomenės vado reikalavimų koviniam rengimui (2021–2023 metų laikotarpis) patvirtinimo“;

1.4. Lietuvos kariuomenės vado 2016 m. balandžio 22 d. įsakymas Nr. V-570 „Dėl Lietuvos karinės doktrinos atnaujinimo“;

2. Situacija:

2.1. Lietuvos karių motyvacija ginti savo šalį yra vienas iš esminių kariuomenės kovinės galios komponentų. Šiuolaikinis motyvuotas Lietuvos karys visų pirma yra savo šalies kūrėjas, šeimininkas, atsakingas už jos ateitį, aiškiai suprantantis savo pilietines pareigas.

2.2. Rusijos Federacijos valdžios finansuojamos žiniasklaidos priemonės vykdo nedraugišką ir kenksmingą informacinę veiklą siekdama sumažinti Lietuvos karių valią ginti Lietuvos Respubliką (toliau – LR) ir bendrą pasitikėjimą Lietuvos valstybe. Rusija vykdydama agresyvią užsienio politika kelia grėsmę Lietuvos nacionaliniam saugumui, siekia diskredituoti LK, Lietuvos piliečių akyse ir mažinti visuomenės pilietinį bendradarbiavimą su savo kariuomene.

3. Uždavinys:

LK pajėgų ir vienetų vadams kryptingai ugdyti karių motyvaciją, siekiant didinti LK kovinę galią ir neutralizuoti priešiškos propagandos poveikį.

4. Vado ketinimas:

Kenksmingas priešiškos propagandos poveikis neutralizuojamas, pagal parengtą planą, stiprinant

karių motyvaciją ir pilietinę valią, ugdant dalinio dvasią (pranc. *esprit de corps*¹), paremtą LK vertybėmis.

5. Esminės užduotys:

- 5.1. Parengto plano pristatymas LK pajėgų ir vienetų vadams.
- 5.2. Plane numatytų priemonių įtraukimas į karinio rengimo programą.
- 5.3. Plano įgyvendinimas daliniuose.
- 5.4. Plano įgyvendinimo aptarimas karinio rengimo planavimo pasirengimo (toliau – KRPP) metu.
- 5.5. Nustatytų metinių užduočių rezultatų įvertinimas apklausos metodu.
- 5.6. Atnaujinto plano parengimas ir pristatymas LK pajėgų ir vienetų vadams.

6. Siektinas rezultatas:

85 proc. Lietuvos karių didžiuojasi tarnyba LK ir pasitiki Lietuvos valstybe.

7. Vykdymas:

7.1. Šis planas bus taikomas nuolatinės privalomosios pradinės karo tarnybos (toliau – NPPKT) kariams, profesinės karo tarnybos (toliau – PKT) kariams ir karių savanorių (bei kitų savanoriškos nenuolatinės karo tarnybos (SNKT) karių) motyvacijos stiprinimui. Parengtas planas, po pristatymo dalinių vadams, įtraukiamas į kovinio rengimo programą, kurioje nurodomos paskaitų filmų, išvykų/ekskursijų, susitikimų su įžymiais žmonėmis datos bei už organizavimą atsakingi asmenys. Įgyvendintos priemonės aptariamos kiekvieno KRPP metu.

7.2. NPPKT kariams organizuojamos paskaitos, filmų peržiūros, išvykos/ekskursijos pagal „Privalomų ir rekomenduojamų aplankyti objektų sąrašo“ (4 priedas) ir susitikimai su žymiais žmonėmis iš Lietuvos kariuomenės „šauklių“ sąrašo (1 priedas). NPPKT karių motyvacijos ir pilietinio ugdymo procesas skirstomas į keturis etapus:

SKILTIS IŠTRINTA, NES JI NĖRA AKTUALI BAIGIAMOJO DARBO TEMAI

7.3. PKT kariams kartą per metus privaloma išklaudyti motyvacines pilietiškumo ugdymo paskaitas. Būtina organizuoti diskusijas apie dalinio *esprit de corps* formavimą ir vystymą. PKT karių patirtis ir pilietiškumo žinių lygis yra skirtingas, todėl labiau patyrę kariai turi būti įtraukiami į mažiau patirties turinčių kolegų mokymus, paskaitų skaitymą bei diskusijų organizavimą. Karių motyvavimas besąlygiškai ginti Lietuvos valstybę, pilietinis ugdymas ir atsparumo priešiškaip propagandai stiprinimas privalo, vienaip ar kitaip, įtraukti visus PKT karius ir tapti dalinio kasdienybės dalimi. Jei vienetė tarnybą atlieka NPPKT kariai, PKT kariai turi išklaudyti metodines paskaitas ar seminarus,

¹ *esprit de corps* – dalinio dvasia, priklausymo bendrai grupei, didžiavimosi, garbės ir išskirtinio tarpusavio lojalumo pojūtis. Su tuo susijęs ryžtingas nusiteikimas nepasiduoti ir nugalėti, pasiryžimas aukotis dėl kovos draugo, savo dalinio, kariuomenės, tautos ir valstybės.

apie tai kaip motyvavimo ir pilietiškumo ugdymo žinutės turi būti perteikiamos NPPKT kariams jų tarnybos metu. Pagrindinė tradicijų puoselėjimo ir daliniui svarbių renginių vieta dalinyje yra dalinio ramovė. Vidinių renginių metu minimos dalinio kovų už Lietuvos laisvę metinės, prisimenami ir pagerbiami kovose žuvę dalinio kariai. Minimos Lietuvos valstybei svarbios datos, švenčiamos tradicinės Lietuvos šventės pagal „Švenčių ir atmintinų datų minėjimo planą Lietuvos kariuomenės daliniams“ (2 priedas). Skatinamas dalinio NPPKT karių bendruomeniškumas, savišalpos tarpusavio paramos tradicijos, bendradarbiavimas su savo atsakomybės rajono (toliau – AR) bendruomenėmis, vietos valdžios institucijomis, mokymo įstaigomis skleidžiant informaciją apie LK misiją ir užduotis bei integralumą su Lietuvos visuomene.

1.	<u>Paskaita</u> – „Grėsmių apžvalga“		LK SKD/ Atsakingų KAS institucijų atstovai	E: Karių moralė ir motyvacija pakilo. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka. Kariai supažindinami su aktualiomis, Lietuvai kylančiomis grėsmėmis. Įgalinimas suvokti platesnį poveikslą ir suprasti savo tarnybos reikalingumą.
2.	<u>Paskaita</u> – „Priešiška informacinė veikla“		LK SKD	E: Padidėjo kario gebėjimas kritiškai vertinti situaciją bei viešoje erdvėje pateikiamą informaciją. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka. Karių moralė ir motyvacija pakilo. Supažindinimas su priešiška informacine veikla. Supratimas, kad net ir taikos metu galime jausti priešiškų valstybių kenkėjišką veiklą kuri siekia, informacinės įtakos priemonėmis, palaužti mūsų valią turėti ir ginti savo valstybę ir nuteikinėja kitų valstybių žmones prieš mus. Paaiškinimas kas yra kritinis mąstymas ir kaip reikia tikrinti abejotiną informaciją.
3.	<u>Paskaita</u> – „Lietuvos pasiekimai“		LK SKD	E: Sustiprėjo pasididžiavimas Lietuvos valstybe bei jos istorija. Įsisąmoninta savanorystės bei pasiaukojimo prasmė. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka. Supažindinimas su valstybės pažanga nuo nepriklausomybės atkūrimo. Parodymas ką gali pasiekti laisva, suvereni valstybė lyginant su okupacijos periodu. Paskatinimas didžiuotis savo šalimi ir ją apsaugoti nuo negandų.

4.	<u>Paskaita</u> – „Lietuvos karo istorija“		LK SKD	E: Karių moralė ir motyvacija pakilo. Sustiprėjo pasididžiavimas Lietuvos valstybe bei jos istorija. Supažindinimas su Lietuvos kariuomenės istorija ir tradicijomis. Suvokimas, kad Lietuva yra valstybė su senomis tradicijomis, kuri per savo istoriją nuolat kovojo su priešais dėl savo išlikimo.
5.	<u>Paskaita</u> – „Karys ir visuomenė“.		LK SKD	E: Įsisąmoninta savanorystės, pilietiškumo bei patriotiškumo svarba šiuolaikinėje visuomenėje. Karių moralė ir motyvacija pakilo. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka. Paaiškinimas, kad jokia pasaulio kariuomenė negali efektyviai ginti savo šalies be savo civilių gyventojų paramos. Karo atveju civiliai gali suteikti daug būtinos pagalbos kariams. Todėl su visuomene kariai privalo bendradarbiauti ir palaikyti gerus santykius siekdami skatinti jų valią kurti, o prireikus ir ginti savo šalį. Įpareigojimas tinkamai reprezentuoti kariuomenę bei skleisti patriotines žinutes visuomenėje.
6.	<u>Paskaita</u> – „ <i>Esprit de corps</i> ir Kariuomenės vertybės“		LK SKD	E: Padidėjo motyvacija. Išaugo lojalumas – Lietuvos valstybei, kariuomenei, daliniui bei tarnybos kolegoms. Kariuomenės vertybių įsisavinimas, įtvirtinimas. Suvokimas, kad ištikimybė savo valstybei ir kariuomenei, prasideda nuo ištikimybės savo daliniui, savo vadams, draugams, pavaldiniams ir savo šeimai. Įdiegiama, kad užduočių vykdymui būtinas visiškas tarpusavio pasitikėjimas tarp dalinio karių. Karys supažindinamas su savo dalinio istorija. Skatinamas juo didžiuotis.

7.	<u>Diskusijos</u> – apie dalinio <i>esprit de corps</i> formavimą ir vystymą (atskiri karininkų ir puskarininkių bei kareivių sindikatai)		Dalinio vadas ir dalinio vyr. puskarininkis	E: Padidėjo motyvacija. Išaugo lojalumas – Lietuvos valstybei, kariuomenei, daliniui bei tarnybos kolegoms. Skirtinguose dalinio karių lygmenyse išskiriami dalinio dvasios stiprinimo prioritetai ir poreikiai.
8.	<u>Paskaita</u> – „NPPKT karių motyvavimo ir pilietiškumo ugdymo metodika“ (jei vienetė tarnybą atlieka NPPKT kariai).		LK SKD	E: Įsisąmoninta savanorystės, pilietiškumo bei patriotiškumo svarba šiuolaikinėje visuomenėje. Įsisąmoninta savanorystės bei pasiaukojimo prasmė. Karių moralė ir motyvacija pakilo. Su NPPKT kariais dirbantys PKT kariai išmano strateginių žinučių perteikimo metodus ir yra perpratę pilietiškumo ugdymo principus.
9.	Iki dviejų ekskursijų per metus į objektus iš		Dalinys	E: Sustiprėjo pasididžiavimas Lietuvos valstybe bei
	„Privalomų ir rekomenduojamų aplankyti objektų sąrašo“ (4 priedas).			jos istorija. Sumažėjo priešiškos propagandos (Lietuvos menkinimo) įtaka. Susipažinimas su Lietuvos istorija ir kultūra.

7.4. Kariams savanoriams privalomai organizuojamos kartą per metus paskaitos apie aktualias grėsmes Lietuvai ir apie piliečių pareigą ginti valstybę agresijos atveju.

SKILTIS IŠTRINTA, NES JI NĖRA AKTUALI BAIGIAMOJO DARBO TEMAI

8. Koordinavimo instrukcijos:

8.1. Įpareigoju LK dalinių vadus integruoti atsparumo priešiškai propagandai ir karių motyvacijos bei pilietiškumo stiprinimo plane numatytas priemones į karinio rengimo programą ir jas nuosekliai įgyvendinti. Rezultatų kontrolę vykdyti bendrųjų KRPP metu.

8.2. Už metodinės medžiagos parengimą ir pateikimą LK pajėgoms ir vienetams, dalinių instruktorių apmokymą ir karių motyvavimo bei pilietiškumo programos turinį atsakingu

skiriu Lietuvos kariuomenės Strateginės komunikacijos departamento (toliau - LK SKD) direktorių.

8.3. Į LK SKD organizuojamus LK dalinių pilietiškumo ugdymo instruktorių mokymus įpareigoju LK vienetų vadus, pagal atskirą nurodymą, skirti karius iš savo vieneto užimančius vyriausiųjų puskarininkių, būrių vadų pavaduotojų, kuopininkų, kuopų vadų pavaduotojų (jiems nesant kuopų vadų) ir S5 specialistų pareigas arba dalinio vado nuožiūra kitų pareigybių karius kurie vado vertinimu yra tinkamesni ugdyti dalinio karių motyvaciją ir pilietiškumą.

8.4. LK vienetuose valstybinės, tradicinės bei karinio vieneto šventės švenčiamos, atmintinos dienos minimos vadovaujantis „Švenčių ir atmintinų datų minėjimo planu LK daliniams“ (2 priedas).

8.5. Siekiant karius supažindinti su aukštąja Lietuvos kultūra, rekomenduotina LK padaliniams, bent kartą per metus, organizuoti daliniuose aukštos meninės vertės (visuotinai pripažintų menininkų savo kūryba transliuojančių išliekamąją vertą turinčią kūrybą, klasikinį Europos meną ir pan., pvz.: klasikinę muziką) atlikėjų pasirodymą.

8.6. „Lietuvos kariams rekomenduojamos literatūros sąrašas“ (3 priedas) skirtas padėti kariams tikslingai pasirinkti literatūrą laisvalaikio skaitiniams.

8.7. Karių motyvacijos ir pilietiškumo stiprinimas vykdomas vadovaujantis priemonių nuoseklumo ir lankstaus taikymo principais. Iki 30% „Atsparumo priešišakai propagandai ir karių motyvacijos bei pilietiškumo stiprinimo plane“ nustatytų priemonių gali būti įgyvendinimo proceso metu keičiamos kitomis priemonėmis arba neįvykdytos dėl objektyvių priežasčių. Tokie priemonių pakeitimai turi atitikti pagrindinius šio plano tikslus, o neįvykdytos priemonės nesutrukdyti, iš esmės, pasiekti užsibrėžtų tikslų.

8.8. 2021 ir 2022 metai yra „Atsparumo priešišakai propagandai ir karių motyvacijos bei pilietiškumo stiprinimo plano“ integravimo į LK karinio rengimo sistemą metai, todėl būtina fiksuoti pastabas ir reikalingus patobulinimus, palaipsniui (2021 m. nespėta, todėl fokusuotis į 2022 m. ir 2023 m.) planuoti reikiamas biudžetines lėšas plano įgyvendinimui.

9. Aprūpinimas:

Lėšas renginiams ir išvykoms LK vienetai privalo susiplanuoti savo metiniame biudžete.

Finansuojamos tik išvykos/ ekskursijos į vietas kurios minimos privalomųjų ar rekomenduojamųjų objektų sąrašuose.

10. Valdymas ir ryšiai:

Už LK pajėgų ir vienetų vykdomas karių motyvavimo ir pilietiškumo ugdymo priemonės bei organizuojamus renginius LK daliniai informuoja LK Gynybos štabą ir LK SKD Pilietiškumo ugdymo skyrių, pagal poreikį.

LIETUVOS KARIUOMENĖS „ŠAUKLIŲ“ SĄRAŠAS

SKILTIS IŠTRINTA, NES JI NĖRA AKTUALI BAIGIAMOJO DARBO TEMAI

**ŠVENČIŲ IR ATMINTINŲ DATŲ MINĖJIMO PLANAS LIETUVOS KARIUOMENĖS
DALINIAMS**

SKILTIS IŠTRINTA, NES JI NĖRA AKTUALI BAIGIAMOJO DARBO TEMA

LIETUVOS KARIAMS REKOMENDUOJAMOS LITERATŪROS SĄRAŠAS

SKILTIS IŠTRINTA, NES JI NĖRA AKTUALI BAIGIAMOJO DARBO TEMAI

PRIVALOMŲ IR REKOMENDUOJAMŲ APLANKYTI OBJEKTŲ SĄRAŠAS

SKILTIS IŠTRINTA, NES JI NĖRA AKTUALI BAIGIAMOJO DARBO TEMAI

KLAUSIMYNAS

Gerbiamas respondente,

Esu Simonas Ivanovas, Mykolo Romerio universiteto Komunikacijos ir kūrybinių technologijų programos VI kurso studentas. Atlieku tyrimą, kurio tikslas – nustatyti Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų atsparumo priešišakai propagandai lygį bei tinkamiausius būdus jį stiprinti.

Kiekvienas Jūsų atsakymas yra svarbus, todėl prašau atidžiai perskaityti anketos klausimus ir pažymėti Jums tinkamą atsakymą. Ši anketa yra anoniminė, o jos rezultatai bus panaudoti tik šio tyrimo tikslui pasiekti. Užtruksite apie 10 min.

Iš anksto dėkoju už atsakymus!

1. Jūsų lytis:

- Vyras
- Moteris

2. Jūsų amžius.

3. Jūs esate:

- Karininkas
- Puskarininkis
- Kareivis
- Darbuotojas, dirbantis pagal darbo sutartį

4. Kaip dažnai susiduriate su priešiška propaganda (*Priešiška propaganda yra komunikacijos rūšis, kurią viena šalis naudoja siekdama paveikti kitos šalies žmones elgtis ar mąstyti jos iš anksto paruoštais naratyvais*)? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 niekada, 5 labai dažnai).

5. Kur dažniausiai sutinkate priešiškos propagandos atvejus? (Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 niekada, 5 labai dažnai).).

- Televizijoje
- Radijuje
- Internetiniuose naujienų portaluose (delfi, 15min, lrytas ir kt.)
- Socialiniuose tinkluose (facebook, instagram, youtube, twitter ir kt.)
- Įvairiuose internetiniuose tinklapiuose

- Spausdintuose leidiniuose (knygos, dienraščiai, žurnalai, lankstinukai ir kt.)
- Elektroniniame pašte

6. Kokius priešiškos propagandos pavyzdžius dažniausiai sutinkate? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5? (1 niekada nesutinku, 5 dažnai sutinku).

- Faktų iškraipymas (*pavyzdys: iškraipoma visiems žinoma Lietuvos valstybės istorijos dalis ir pateikiama propagandisto naudai*)
- Faktų, neatitinkančių realybės pateikimas (*pavyzdys: sukurama istorija, apie kurią nėra faktų ir ją sunku patikrinti*)
- Manipuliacija faktais (*pavyzdys: iš tam tikro įvykio pateikiama ne pilna informacija, o tik fragmentas naudingas propagandisto tikslams*)
- Susiduriu su visais išvardintais variantais.

7. Kaip vertinate savo atsparumą priešiskai propagandai (*Atsparumas priešiskai propagandai yra individualūs gebėjimai atpažinti priešiską propagandą ir nepasiduoti jos įtakai*)? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5? (1 esu visiškai neatsparus, 5 lengvai atpažįstu ir susidoroju su propaganda).

8. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų priimamus sprendimus tarnyboje/darbe? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę įtaką).

9. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų efektyvumą tarnyboje/darbe? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę įtaką).

10. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų nuomonę apie politinius sprendimus priimamus Lietuvoje, susijusius su Krašto apsaugos sistema? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę įtaką).

11. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų nuomonę apie Rusijos – Ukrainos karą? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę įtaką).

12. Ar manote, kad priešiška propaganda gali įtakoti Jūsų nuomonę apie NATO sąjungininkus? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi įtakos, 5 turi didelę įtaką).

13. Ar sutinkate su teiginiu, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje yra skiriamas pakankamas dėmesys stiprinti atsparumą priešiskai propagandai? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 visiškai nesutinku, 5 visiškai sutinku).

14. Kurių iš išvardintų būdų stiprinti atsparumą priešiskai propagandai pasigendate Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje? (Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5, 1 visiškai nepasigendu, 5 labai pasigendu).

- Teorinės paskaitos apie propagandą bei būdus stiprinti atsparumą jai
- Pilietinio ugdymo veiklos (istorijos pažinimo ir tautiškumo bei patriotiškumo ugdymas)
- Interaktyvios veiklos (propagandos atpažinimo žaidimai, quiz'ai ir t.t.)
- Skaitmeninio raštingumo mokymai

15. Kuris iš išvardintų būdų stiprinti atsparumą priešiskai propagandai Jūsų manymu turėtų didžiausią naudą? (Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5, 1 neturėtų naudos, 5 turėtų didelę naudą)

- Teorinės paskaitos apie propagandą bei būdus stiprinti atsparumą jai
- Pilietinio ugdymo veiklos (istorijos pažinimo ir tautiškumo bei pilietiškumo ugdymas)
- Interaktyvios veiklos (propagandos atpažinimo žaidimai, quiz'ai ir t.t.)
- Skaitmeninio raštingumo mokymai

16. Ar Jūsų manymu dabartinis Lietuvos kariuomenės Depų tarnybos karių ir darbuotojų atsparumo priešiskai propagandai stiprinimas turi teigiamą naudą? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 neturi naudos, 5 turi didelę naudą).

17. Ar sutinkate su teiginiu, kad kiekvienas karys/darbuotojas dirbantis Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje turi ugdyti asmeninį atsparumą priešiskai propagandai? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 visiškai nesutinku, 5 visiškai sutinku).

18. Ar sutinkate su teiginiu, kad Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje kiekvienais metais yra vedamos paskaitos „Priešiška informacinė veikla“, „Lietuvos pasiekimai“, „Lietuvos karo istorija“, „Karys ir visuomenė“, „*Esprit de corps* ir kariuomenės vertybės“? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 visiškai nesutinku, 5 visiškai sutinku).

19. Kas Jūsų manymu yra atsakingas už karių/darbuotojų atsparumo priešiskai propagandai stiprinimą Lietuvos kariuomenės Depų tarnyboje? (Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5 (1 visiškai sutinku, 5 visiškai nesutinku).

- Patys kariai/darbuotojai
- Tarnybos vadas
- Tarnybos vyriausiasis puskarininkis
- Civilių ir karių bendradarbiavimo specialistas
- Tiesioginiai vadai/viršininkai
- Strateginės komunikacijos departamentas