



# Kas nāk prātā, izdzirdot vārdu “propaganda”?



- Vai tas ir pozitīvs, negatīvs, vai abi?
- Vai prātā nāk kāda nesena situācija, kad vārds ‘propaganda’ ir izmantots?
- Vai pēdējā laikā esat redzējuši propagandu?
- *Diskutējiet 5 min.*



...ir sistemātiski virzīta darbība...

...izmanto valodu, attēlus vai citus simbolus...

...ietekmē cilvēku viedokļus, vērtības un darbības, ievirzot tās konkrētā virzienā.

Ir svarīgi atšķirt dažādus **propagandas** veidus.

Baltajai propagandai  
ir skaidrs sūtītājs un  
vēstījums.

Pelēkajai propagandai  
nav zināms autors.

Melnajā propagandā  
avots izliekas par kādu  
citu.

Daļa propagandas darbojas **demokrātijas ietvaros**, t.i., vēstījumi, kuri ciena cilvēktiesības.

Bet propagandu var atrast arī **ārpus demokrātijas ietvariem**, un šajos gadījumos cilvēktiesības var tikt pārkāptas.



# Pieci **propagandā** plaši izmantoti paņēmieni:

- Vēršanās pie cilvēku emocijām
- Uzbrukums pretiniekam (radot “mūs” un “viņus”)
- Vienkāršot, izkropļot un melot par faktiem
- Vēršanās pie konkrētas auditorijas
- Idejas vai ziņojuma atkārtošana

*Lielāko daļu šo paņēmienu var kombinēt, it īpaši filmās.*

# Kādēļ praktizēt attēlu interpretāciju?

Ik dienu mēs atšifrējam un interpretējam attēlus. Ja mēs praktizējamies attēlu interpretācijā, mēs stiprinām savas spējas izvērtēt un atšifrēt redzēto.

- Internetā tiek izplatīti daudzi attēli un filmas, kuriem ir neskaidri sūtītāji un apšaubāmi vēstījumi.
- Ja mēs apgūstam daļu no trikiem, kuri tiek izmantoti vēstījuma efektīvā sagatavošanā, kļūst vieglāk apšaubīt to, ko mēs redzam.
- Apgūstot šos trikus, kļūst vieglāk pašam interpretēt vēstījumu.



**VĒRŠANĀS**

---

**PIE**

---

**EMOCIJĀM**

---





Foto: Shutterstock



**STOP CLIMATE CHANGE  
BEFORE IT CHANGES YOU.**



Foto: WWF Belgium

# Kopsavilkums | Vēršanās pie emocijām

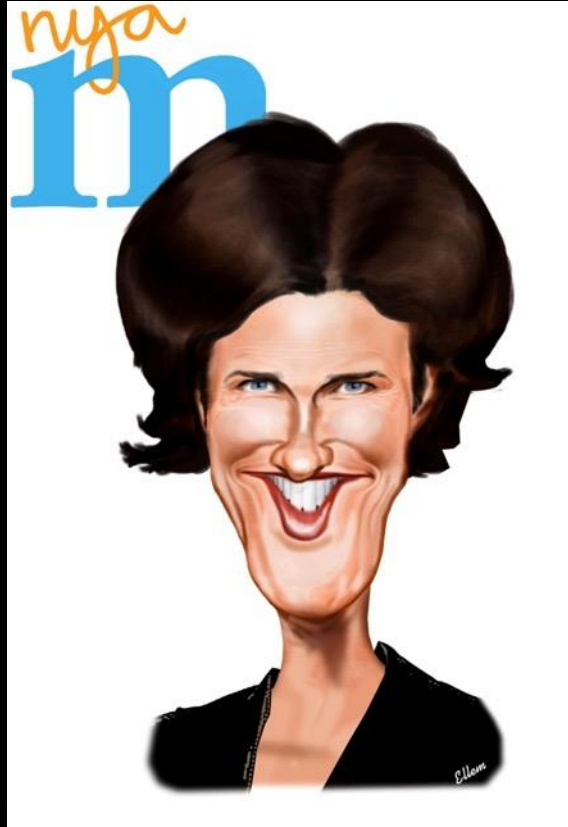
Propaganda, kas uzkurina emocijas un jūsos mēģina izraisīt tādas spēcīgas jūtas kā bailes, cerība, dusmas, līdzjūtība, riebums vai satraukums. Kad mūs pārņem spēcīgas jūtas, mēs kļūstam uzņēmīgāki pret vēstījumu, kuru propaganda vēlas mums nodot.

Vienkārši triki :

- Dažādas krāsas (sarkanu biežu saista ar ko karstu un dramatisku, savukārt zilu ar aukstu)
- Gaismas un krāsu korekcija (piemēram, maiga gaisma ar siltiem krāsu toņiem, lai radītu pozitīvas izjūtas, bet vēsa, cieta gaisma ar tumšiem toņiem, lai radītu dramatiskas un negatīvas asociācijas)
- Attēli, kas rada emocionālas asociācijas (kopības vai vilšanās sajūta)
- Izteiksme, kas, piemēram, izraisa sirdsapziņas pārmetumus vai dusmas
- Dramatiska mūzika, kas skan pavadījumā kustīgajiem attēliem

# UZBRUKT PRETINIEKAM

– radīt ‘mēs’ un ‘viņi’



Zviedru karikatūristi: Lennart Moberg and Olle Magnusson.

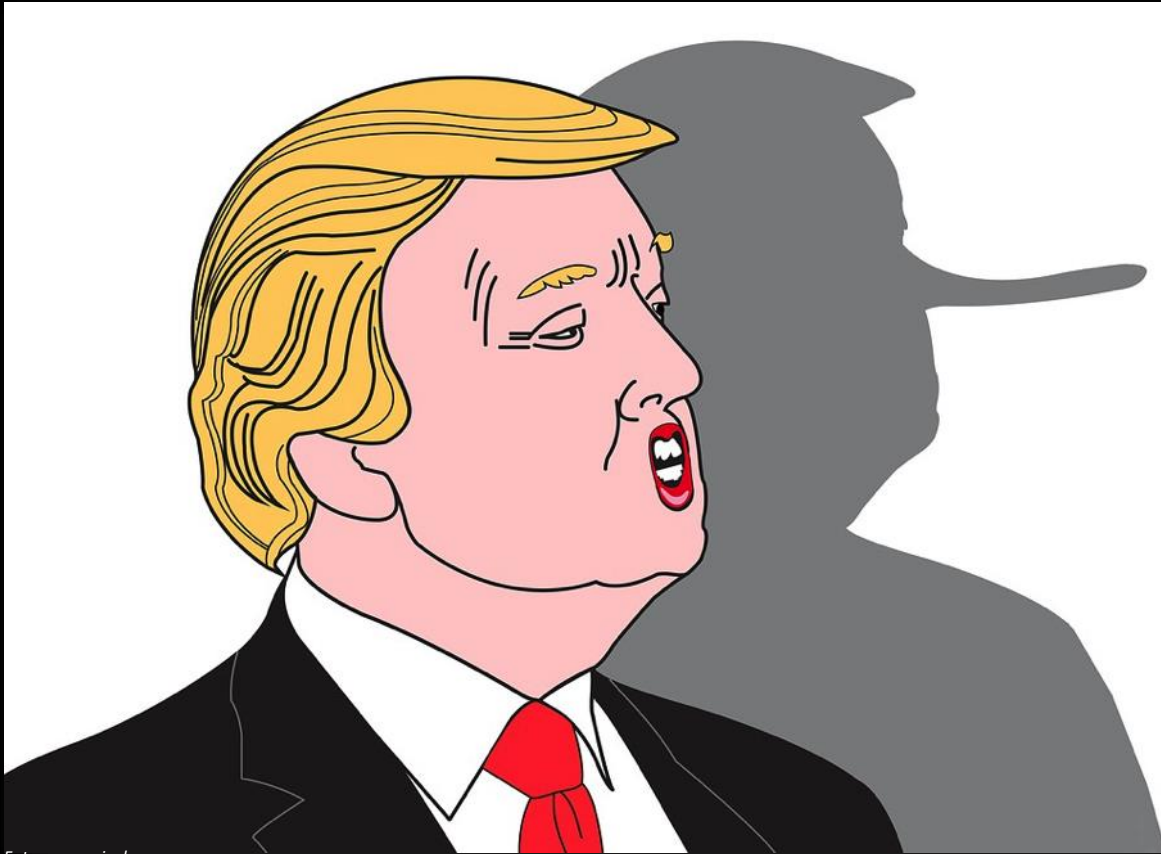
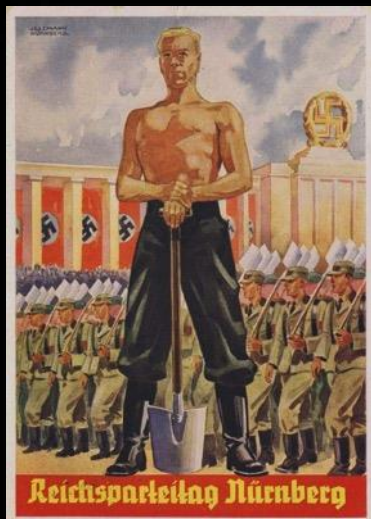
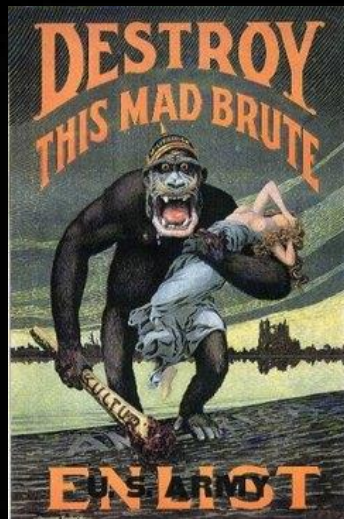


Foto: [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)



Vācija  
Vācijas skatījumā



Vācija  
ASV skatījumā



ASV  
Itālijas skatījumā



ASV  
ASV skatījumā







# Kopsavilkums | Uzbrūc pretiniekam, radot 'mūs' un 'viņus'

Šis propagandas paņēmiens cenšas radīt 'mūs' un 'viņus'. Citi var būt viedokļa oponenti, bet tie var būt arī pilnīgi izdomāti ienaidnieki.

*Šādām nolūkam izmantotie paņēmieni::*

- Pretinieka radīšana, izceļot kādu personu vai grupu
- Karikatūru radīšana par pretinieku
- Metaforu radīšana, atspoguļojot pretinieku negatīvā veidā
- Šīs personas vai grupas apmelošana, iznīcinot viņu reputāciju un rosinot naidu un vienaldzību
- Savu grupu padarīt pievilcīgāku, lai cilvēki vēlētos tai piederēt