Vilniaus universiteto studijų programų
rengimo, vykdymo ir tobulinimo tvarkos aprašo priedas

(Vilniaus universiteto studijų dalyko (modulio) aprašo tipinė forma lietuvių kalba)

STUDIJŲ DALYKO (MODULIO) APRAŠAS

Dalyko (modulio) pavadinimas	Kodas
PROPAGANDINĖ KOMUNIKACIJA	

Dėstytojas / a (-ai)	Padalinys (-iai)
Koordinuojantis: doc. dr. Eglė Gabrėnaitė	Kauno fakulteto Kalbų, literatūros ir vertimo studijų institutas ☒ Socialinių mokslų ir taikomosios informatikos institutas ☐

Studijų pakopa	Dalyko (modulio) tipas
Pirmoji ☒ antroji ☐	Privalomasis dalykas ☒ Pasirenkamasis dalykas ☐ Bendrauniversitečių studijų dalykas ☐ Individualiųjų studijų dalykas ☒ Tarpkryptinis dalykas ☐

Įgyvendinimo forma	Vykdymo laikotarpis	Vykdymo kalba (-os)
Paskaitos ir seminarai	Pavasario sem. (4 / 6 sem.)	Lietuvių kalba

Reikalavimai studijuojančiajam	
Išankstiniai reikalavimai: –	**Gretutiniai reikalavimai (jei yra): –**

Dalyko (modulio) apimtis kreditais	Visas studento darbo krūvis	Kontaktinio darbo valandos	Savarankiško darbo valandos
5	125	48	77

Dalyko (modulio) tikslas		
Dalyko tikslas — supažindinti studentus su propagandinės komunikacijos teoriniais ir praktiniais aspektais; ugdyti gebėjimą identifikuoti ir analizuoti skirtingo pobūdžio propagandinius diskursus; atpažinti ir dekonstruoti propagandos technikas paveikiosios komunikacijos kontekstuose; vertinti diskursą propagandinės informacijos įtakų ir etikos aspektu.		
Dalyko (modulio) studijų rezultatai	**Studijų metodai**	**Vertinimo metodai**
Studentai gebės atpažinti propagandinį diskursą, skirtingas propagandinės komunikacijos formas bei jos sklaidos kanalus; nusakyti pagrindines propagandinės komunikacijos charakteristikas; apibrėžti ir paaiškinti sudedamąsias propagandinio diskurso dalis.	Probleminis dėstymas, teorinės literatūros studijos. Seminarai: propagandinių diskursų analizė, atvejo analizė, interaktyvios užduotys, grupinis ir savarankiškas darbas.	Egzaminas raštu (atvirojo ir uždarojo tipo klausimai ir užduotys), viešoji pateiktis, rašto darbas.
Studentai gebės analizuoti propagandinį diskursą, propagandos technikas ir kontekstus, klasifikuoti, interpretuoti ir tirti dominuojančias propagandos strategijas ir instrumentus.		

Studentai gebės taikyti įgytas žinias ir įgūdžius kurdami paveikųjį diskursą (reklamą, viešųjų ryšių strategijas, taip pat viešo pri(si)statymo, derybų, debatų, konfliktų sprendimo metu) ir atlikdami nedidelės apimties propagandinių komunikatų analizę.		
Studentai suvoks propagandinės komunikacijos svarbą ir gebės kritiškai vertinti: įžvelgti lokalių ir globalių veiksnių, tarpkultūrinių įtakų poveikį komunikacijai; adekvačiai įvertinti propagandinės komunikacijos privalumus ir trūkumus, korektiškai prognozuoti galimas pasekmes.		

Temos	**Kontaktinio darbo valandos**							**Savarankiškų studijų laikas ir užduotys**	
	Paskaitos	Konsultacijos	Seminarai	Pratybos	Laboratoriniai darbai	Praktika	**Visas kontaktinis darbas**	**Savarankiškas darbas**	**Savarankiškai atliekamos užduotys**
1. Įvadinė paskaita. Propagandinė komunikacija: komunikacija, informacija, propaganda ir jų tarpusavio sąveika. Reiškinio samprata, apibrėžtys, pagrindinės sąvokos, terminijos įvairovė. Propagandinės komunikacijos socialiniai, politiniai, ekonominiai, kultūriniai aspektai, tikslai, raidos ir kaitos procesai. Teigiami ir neigiami reiškinio aspektai. Pasiruošimas seminaro diskusijai „Propagandinės komunikacijos samprata: atpažinti ir suprasti“. Pa(si)rinktų atvejų analizė.	4			2			6	8	Paskaitų medžiagos analizė, mokslinės literatūros studijos: Hailong 2019; Grigas 2016. Kita literatūra iš rekomenduojamos literatūros sąrašo.
2. Propagandinės komunikacijos reiškinio genezė: paveikumo slinktys nuo *informavimo* iki *įtikinėjimo*. Naujoji propaganda vs. klasikinė propaganda. Propagandos ir naujųjų medijų sąveika. Moderniosios propagandos identifikavimo iššūkiai. Propagandos ir paveikiųjų diskursų niveliacijos procesai. Įtikinamoji komunikacija kaip galios įrankis. Pasiruošimas seminaro diskusijai „Propagandinė komunikacijos transformacijos: nuo...iki“.	4			2			6	8	Paskaitų medžiagos analizė, mokslinės literatūros studijos: Jones 2021; Jowett 2012. Kita literatūra iš rekomenduojamos literatūros sąrašo.
3. Propagandinės komunikacijos formavimas ir sudedamieji elementai. Propagandinės komunikacijos kūrimo technikos, jų universalumas ir pritaikomumas skirtingo pobūdžio diskursuose. Propagandos technikų (pri)taikymas paveikiuosiuose diskursuose: socialinėje, politinėje reklamoje, viešuosiuose ryšiuose, socialinių medijų komunikacijoje, derybose, debatuose ir kt.	4			2			6	8	Paskaitų medžiagos analizė, mokslinės literatūros studijos: Rastrilla 2023. Kita literatūra iš rekomenduojamos literatūros sąrašo.

Pasiruošimas seminaro diskusijai „Propagandos technikos X diskurse“.									
4. Propagandinės komunikacijos skverbtys paveikiuosiuose diskursuose: archetipai, stereotipai, prietarai, mitai, režisūra kaip propagandos kūrimo strategijos. Propagandos klasifikacija pagal tikslinę auditoriją, poveikio laiką, informacijos objektyvumą, atvirumą, aprėptį, objektą, galios pobūdį ir kt.). Propagandinės komunikacijos sklaidos kanalai. Adresato įtaka paveikiosios komunikacijos formavimui ir sklaida. Paveikumo sąlygos ir etapai. Pasiruošimas seminaro diskusijai: „(Tarp)kultūriniai stereotipai kaip propagandos instrumentas“. Pa(si)rinktų atvejų analizė.	4			2			6	8	Paskaitų medžiagos analizė, mokslinės literatūros studijos: Rastrilla 2023; Jones 2021. Kita literatūra iš rekomenduojamos literatūros sąrašo.
5. Vizualinė propagandinė komunikacija: vaizdo retorikos samprata, pagrindinės vizualinės komunikacijos teorijos, vizualinio raštingumo kompetencijų svarba. Paveikioji vaizdo komunikacija: verbalinės ir vizualinės raiškos sąveika ir konkurencija. Vizualaus turinio analizė ir vertinimas propagandos aspektu. Pasiruošimas seminaro diskusijai „Vizualiosios propagandos sklaida ir technikos“. Pa(si)rinktų atvejų analizė.	4			2			6	8	Paskaitų medžiagos analizė, mokslinės literatūros studijos: Becker 2017; Russmann, Svensonn 2017. Kita literatūra iš rekomenduojamos literatūros sąrašo.
6. Reklama kaip propagandinės komunikacijos instrumentas. Komercinės, socialinės, religinės, asmeninės reklamos specifika. Reklamos, viešųjų ryšių ir propagandinės komunikacijos santykis, pagrindiniai tikslai ir rezultatai. Socialinių medijų įtaka paveikumo (trans)formavimui. Savireklamos fenomenas: nuomonių lyderiai ir jų įtakos ribos. Pasiruošimas seminaro diskusijai: „Paveikumo strategijų analizė reklamoje“. Pa(si)rinktų atvejų analizė.	4			2			6	8	Paskaitų medžiagos analizė, mokslinės literatūros studijos: Gabrėnaitė, Biržietienė 2018. Kita literatūra iš rekomenduojamos literatūros sąrašo.
7. Propagandos tyrimų tradicijos: istoriniai ir teoriniai propagandos tyrimai. Propagandinės komunikacijos tyrimo metodologinės prielaidos. Propagandinio diskurso tyrimo metodai, duomenų rinkimo ir analizės technikos. Propagandinės informacijos poveikio analizė. Pasiruošimas seminaro diskusijai „Propagandinio diskurso X sklaidos ir paveikumo tyrimas“. Atvejų analizė.	4			2			6	8	Paskaitų medžiagos analizė, mokslinės literatūros studijos: Jowett 2012, Henderson, Braun 2016. Kita literatūra iš rekomenduojamos literatūros sąrašo.
8. Propagandinės informacijos poveikio problematika: indoktrinacija, konflikto imitacija, poreikio inspiracija, problemos maskuotė, vertybinė krizė. Paveikiosios komunikacijos santykis su masių kultūra. Masių kultūros fenomenas. Propagandinės komunikacijos santykis su žodžio laisve ir etika.	4			2			6	8	Paskaitų medžiagos analizė, mokslinės literatūros studijos: Feingold 2016; Grigas 2016. Kita literatūra iš rekomenduojamos literatūros sąrašo.

Pasiruošimas seminaro diskusijai „Pozityvūs ir negatyvūs propagandinės komunikacijos aspektai“. Propagandinės komunikacijos atvejų analizė etikos aspektu.									
Savarankiškas žinių sisteminimas ir ruošimasis egzaminui								13	Paskaitų medžiagos analizė. Savarankiškas privalomosios ir rekomenduojamos literatūros studijavimas.
Iš viso	32			16			48	77	
Pastaba: ne daugiau kaip 4 kontaktinio darbo val. gali būti pakeičiamos socialinių partnerių kviestinėmis paskaitomis arba edukacinėmis išvykomis pas socialinius partnerius.									

Vertinimo strategija	Svoris proc.	Atsiskaitymo laikas	Vertinimo kriterijai
Viešoji pateiktis	30 %	Nustatytu laiku semestro metu	Vertinama pagal 10 kriterijų. Kiekvieno kriterijaus vertė – 1 balas arba 0,5 balo (esant daliniam kriterijaus išpildymui). Vertinami šie viešosios pateikties aspektai: 1. Prisistatymas. Temos pristatymas. Pagrindinės tezės formulavimas. 2. Demonstracinė medžiaga. 2. Pasitikėjimas savo jėgomis (laikysena, gestai, mimika). 3. Klausytojų sudominimas (komunikacija su auditorija). 4. Argumentavimas. Oponento argumentų atrėmimas. 5. Kalbėjimo nuoseklumas (kalbos struktūra). 6. Kalbos kultūra. 7. Stiliaus kultūra. 8. Etika ir etiketas. 10. Balsas, tarsena, loginiai akcentai.
Rašto darbas	30 %	Semestro pabaiga	Vertinama pagal 10 kriterijų. Kiekvieno kriterijaus vertė – 1 balas arba 0,5 balo (esant daliniam kriterijaus išpildymui). Vertinami šie rašto darbo aspektai: 1. Mokslinės problemos (darbo klausimo), tyrimo tikslo ir pagrindinių darbo hipotezių ar tezių formulavimas. 2. Struktūros ir tyrimo metodų bei technikos pagrįstumas. 3. Balansas tarp faktografinės ar empirinės ir teorinės medžiagos. Rašto darbo autorius turi naudoti problemai aptarti ar tirti tinkančias mokslo sąvokas ir teorijas bei (arba) metodus. 4. Iškeltų hipotezių ar tezių patikrinimo ir patikimumo laipsnis (būtina pagrįsti pagrindinius teiginius (hipotezes, tezes) ar vieną pagrindine laikomą hipotezę ar tezę). 5. Išvadų pagrįstumas (rašto darbas turi atsakyti į klausimą, slypintį temos pavadinime arba iškeltoje problemoje). 6. Savarankiškumas, naujumas ir originalumas. 7. Dėstymo nuoseklumas, logiškumas (rašto darbas turi būti vientisas jo sudedamųjų dalių susietumo prasme). 8. Akademinis stilius. 9. Informacinė darbo kultūra (išnašų, bibliografijos, grafikų, lentelių sudarymo taisyklės). 10. Citavimo taisyklių laikymasis (mokslinė etika).
Egzaminas	40 %	Per sesiją	Egzaminą sudaro 10 užduočių (atvirieji ir uždarieji klausimai bei užduotys), kurias reikia atlikti taikant teorines ir praktines išklausyto kurso žinias. Atvirieji klausimai reikalauja vienareikšmių atsakymų, interpretacijos galimybės sumažinamos iki minimumo. Vertinimas: 10 balų – 90 ir daugiau procentų nuo maksimalaus taškų skaičiaus, 9 balai: 80 – 89 %; 8 balai: 70 – 79 %, 7 balai: 60 – 69 %;

			6 balai: 50 – 59%; 5 balai: 40 – 49%; 4 balai: 30 – 39 %; 3 balai: 20 – 29 %; 2 balai: 10 – 19 %; 1 balas: 1 – 9 %; 0 neatsakius nė į vieną klausimą.

DĖL DALYKO LAIKYMO EKSTERNU

Pažymėti ☒				Jei leidžiama, pateikti sąlygas
Neleidžiama	☐	**Leidžiama**	☒	Atsiskaitant dalyką eksternu, rengiami rašto darbai (2x30 proc.), kurie dėstytojui el. paštu (arba įkeliami į emokymų aplinką) pateikiami ne vėliau kaip prieš 5 d. d. iki egzamino, ir laikomas egzaminas (40 proc.). Vertinant darbus, taikomi tokie patys kriterijai, kaip ir studijuojant dalyką nuosekliai.

DĖL GENERATYVINIO DIRBTINIO INTELEKTO (GDI) ĮRANKIŲ („CHATGPT“ AR KT.) NAUDOJIMO STUDIJUOJANT DALYKĄ

Pažymėti ☒				Jei leidžiama, pateikti sąlygas, kt.
Neleidžiama	☐	**Leidžiama**	☒	GDI galima naudoti tik dėstytojai nurodžius, kad vieną ar kitą užduotį galima rengti naudojant GDI, kitu atveju, nevertinama. Jei užduotims atlikti leidžiama naudotis GDI įrankiais, griežtai laikytinasi citavimo reikalavimų, numatytų Dirbtinio intelekto naudojimo Vilniaus universitete gairėse.

DĖL STUDIJŲ REZULTATŲ PASIEKIMO PAŽANGOS

Studentui, (1) nuosekliai semestro laikotarpiu per praktinius užsiėmimus (seminarus, pratybas, kt.) nedemonstruojančiam numatytų dalyko (modulio) studijų rezultatų pasiekimo pažangos ir (2) neįvykdžiusiam visų tarpinių atsiskaitymų reikalavimų ir užduočių dalyko apraše numatytu laiku, **neleidžiama** dalyvauti egzaminų sesijoje.

Autorius	**Leidimo metai**	**Pavadinimas**	**Periodinio leidinio Nr. ar leidinio tomas**	**Leidimo vieta ir leidykla ar internetinė nuoroda**
Privalomoji literatūra				
Rastrilla, L. P; Sapag, M. P.; Recio García, A.	2023	Propaganda in the Age of TikTok		Springer Singapore. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-99-5110-9
Jones M. D.	2021	Disinformation and You: Identify Propaganda and Manipulation		Visible Ink Press. https://www.visibleinkpress.com/t210/Disinformation-and-You-Identify-Propaganda-and-Manipulation
Hailong, L.	2019	Propaganda: Ideas, Discourses and Its Legitimization		Taylor & Francis. DOI: https://doi.org/10.4324/9780429353536
Gabrėnaitė, E.; Biržietienė, S.	2018	Eristinė argumentacija politinėje reklamoje.	Nr. 3 (20)	Žmogus ir žodis. Vilnius: LEU leidykla, 74–82. https://doi.org/10.15823/zz.2018.18
Russmann, U.; Svensonn, J.	2017	Introduction to Visual Communication in the Age of Social Media: Conceptual Theoretical and Methodological Challenges	Volume 5, Issue 4,	Media and Communication, p. 1–5. https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1263
Feingold, R. et. al.	2017	Fake News and Misinformation: The roles of the nation’s digital		Stanford Law School, (10). https://law.stanford.edu/wp-content/uploads/2017/10/Fake-

		newsstands, Facebook, Google, Twitter and Reddit.		News-Misinformation-FINAL-PDF.pdf.
Becker, K.	2017	Where is Visual Culture in Contemporary Theories of Media and Communication?“	Volume 25: Issue 1-2, 28 Feb 2017	Journal from the Nordic Information Centre for Media and Communication Research. https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/157_149-158.pdf
Grigas, V. et. al.	2016	Šiuolaikinės medijos ir informacija: Požeminiai garažai Google karalystėje.		Vilnius: Akademinė leidyba.
Henderson, G. L.; Braun, M. J. (eds.)	2016	Propaganda and Rhetoric in Democracy: History, Theory, Analysis.		Carbondale, IL: Southern Illinois University Press. https://muse.jhu.edu/book/48585/#info_wrap
Pečiulis, Ž. (red.)	2012	Medijos, žiniasklaida, žurnalistika tradicinėje ir tinklaveikos visuomenėje.		Vilnius: VU leidykla.
Mažeikis, G.	2010	Propaganda ir simbolinis mąstymas		Kaunas: VDU
Papildoma literatūra				
Canetti E.	2003	Masė ir valdžia		Vilnius: Alma littera
Gabrėnaitė, E.	2018	Grėsmės retorika kaip paveikaus diskurso instrumentas.	Nr.69	Valoda dažādu kultūru kontekstā. Daugavpils: „Saule“, 172–179. https://du.lv/wp-content/uploads/2019/02/Valoda_2018_DRUKA_GALA.pdf
Gabrėnaitė, E.	2017	Politinė retorika: vertybinės topikos dėmenys.	Nr. 9	Žmogus kalbos erdvėje, 73–85. http://www.knf.vu.lt/dokumentai/failai/konferenciju/ZKE_2017.pdf
Grigaliūnas, M.	2009	Naujųjų medijų ir populiariosios kultūros šiuolaikinėje propagandoje tyrimai: teorinės ir metodologinės prielaidos.	Nr. 9	Inter-Studia Humanitatis. http://www.su.lt/bylos/mokslo_leidiniai/interstudija/2009_9/grigaliunas.pdf
Keršanskas, V.	2018	Informaciniai karai: kaip kovoti su priešiška propaganda?		Prieiga: https://ec.europa.eu/lithuania/sites/lithuania/files/kersanskas_ir_seselgyte.pdf
	2018	Propaganda. Techniques for Students to Understand.		Prieiga: https://www.cleverism.com/7-propaganda-techniques-for-students-to-understand/.