

## LIETUVOS ĮVAIZDIS

**Ester Fainaitė**

Vis dažniau spaudoje ir televizijoje diskutuojama apie tai, jog būtina kurti Lietuvos įvaizdį, gvildenamos su tuo susijusios problemos. Nuomonės šiuo klausimu esti įvairiausios. Tačiau vis labiau tampa akivaizdu, jog šalies įvaizdžio kūrimo atsisakyti negalima. Atrandama nemažai argumentų, remiančių nuostatą, jog rūpinimasis teigiamu valstybės įvaizdžiu nėra tuščias ir nereikalingas lėšų ir jėgų švaistymas. Reikia pasakyti, kad šalies įvaizdis nesukuriamas per vieną dieną ir nėra savaimė išsprendžiamas klausimas. Tai kruopštaus ir nuoseklaus darbo rezultatas, kurio ilgą laiką siekia daug politikų, žurnalistų, komunikacijos specialistų.

Daugelis užsienio šalių rūpinasi savuoju įvaizdžiu pateikdamos pasauliui savo kultūrinės, ekonomines, politines vertybes. Tokiu būdu stengiamasi įsitvirtinti tarptautiniame gyvenime, sulaukti pasaulinės visuomenės pripažinimo, pritarimo, paramos, įveikiant ekonomines ar politines šalies krizes. Neabejotina, kad kiekviena šalis stengiasi išsaugoti tautines tradicijas, sudominti pasaulį savo kultūros unikalumu ir kitomis vertybėmis. Visa tai ir sudaro šalies įvaizdžio pagrindą. Sunku būtų įvardinti visus privalumus, kuriuos galėtų gauti valstybė, tinkamai suformavusi ir pateikusi savąjį įvaizdį pasaulio visuomenei.

### Lietuvos įvaizdžio kūrimas

Tik prieš keletą metų pasaulis išgirdo apie Baltijos šalių apsisprendimą atkurti nepriklausomas valstybes. Tuomet Lietuva, kaip ir Latvija bei Estija, susilaukė daugelio šalių dėmesio, pritarimo bei paramos žengiant tokį drąsų politinį žingsnį. Didelės ir mažos pasaulio valstybės pripažino Lietuvą nepriklausoma. Mūsų

šalis pradėjo naują savo istorijos laikotarpį. Šis įvykis taip pat lėmė daugybę pasikeitimų Lietuvos politiniame bei ekonominiame gyvenime. Be vidinių šalies problemų, iškilo ir šalies įsitvirtinimo tarptautinėje arenoje problema. Diplomatinį santykių užmezgimas bei Lietuvos dalyvavimas tarptautiniame gyvenime tapo realybe. Šių įvykių kontekste valstybės įvaizdžio kūrimo problema įgauna ypatingą svarbą.

Kas kuria Lietuvos įvaizdį, kas daro įtakos teigiamam ar neigiamam požiūriui į šalį – visi šie klausimai vis dar nesulaukia tinkamo ir išsamaus atsakymo. Todėl ir pati problema lieka neišspręsta [1].

### **Istorinė perspektyva**

Šiandien turbūt nedaugelis žino apie tai, jog Lietuvos valstybės įvaizdžio kūrimas nėra tik keletu pastarųjų metų problema. Šis reiškinys turi savo istorinę perspektyvą. Pirmąsyk šis klausimas iškilo 1918 metais, kai vasario 16 dieną buvo paskelbta Lietuvos nepriklausomybė. Mažai valstybei reikėjo sulaukti tarptautinio pripažinimo. Tuomet JAV veikusios Lietuvos Tautinės Tarybos (Lithuanian Nacional Council of the United States) rūpesčiu buvo surengta propagandinė ryšių su visuomene (toliau – RSV) kampanija, kurios tikslas buvo Lietuvos, kaip nepriklausomos valstybės, pripažinimas JAV [4; 5]. Nors ši kampanija vyko ne Lietuvoje, ją derėtų laikyti pirmąja RSV kampanija mūsų šalies istorijoje. Ji buvo pradėta 1919 metais. Tais pačiais metais JAV Senatas pripažino, jog Lietuva yra nepriklausoma ir pateisino lietuvių tautos laisvės siekimą. Tačiau formalaus pripažinimo Lietuvai dar teko laukti keletą metų. Visą tą laiką vyko intensyvus ir kryptingas darbas, kurį Lietuvos Tautinės Tarybos prašymu dirbo JAV Visuomenės informavimo komiteto (Public Information Committee, toliau – VIK) nariai. 1922 metų liepos mėnesį Lietuva sulaukė formalaus savo valstybingumo pripažinimo, kurį patvirtino JAV Senatas. Šį įvykį derėtų sieti su sėkmingai realizuota „lietuviškąja“ RSV kampanija.

## Visuomenės informavimo komitetas

“Lietuviškajai” kampanijai vadovavo C. Byoir, kuris Pirmojo pasaulinio karo metais buvo vienas VIK vadovų. Šio komiteto sukūrimas ir veikla vaidino itin svarbų vaidmenį Pirmojo pasaulinio karo, į kurį buvo įtrauktos ir JAV, metu. VIK paskirtis – suvienyti visuomenės nuomonę ir siekti šios pritarimo visiems vykdomiems JAV politikos sprendimams, susijusiems su šios šalies dalyvavimu kare. Komitetą įkūrė JAV prezidentas W. Wilson. Jo vadovu buvo paskirtas sumanus ir talentingas žurnalistas G. Creel. “Creel Komitetas” (Creel Committee) – toks yra dažniausiai sutinkamas ir įsitvirtinęs VIK pavadinimas [4; 5]. Creel nuopelnas yra ne tik puikus vadovavimas komiteto veiklai, bet ir tai, jog jis sugebejo sutelkti vienam tikslui nemažą būrį reikalingų žmonių: mokslininkų, žurnalistų, verslininkų. Tokia organizacija kaip VIK buvo pirmą kartą, iki to laiko nebuvo sukurta jokių panašių projektų. Creel komitetas buvo pirmasis masinės propagandinės veiklos mechanizmas. Jo veiklos pagrindu tapo paties JAV prezidento W. Wilson politinės idėjos. G. Creel samdyti mokslininkai ir žurnalistai rašė serijas patriotinių pamfletų, juos spausdino ir platino. Buvo manoma, kad tikslinė propaganda “nukreips žmones tam tikru veikimo keliu” [4, 12], padės įsisąmoninti tai, jog JAV dalyvavimas kare yra teisingas.

Ši propagandinė veikla neapsiribojo vien tik patriotinių rašinių rašymu ar plakatų gamyba bei platinimu. VIK savo pagrindinius tikslus realizavo ir kitokiais būdais. C. Byoir komitete vadovavo propagandai, skirtai įvairių etninių grupių žmonėms, gyvantiems JAV. “Visuomenės informavimo komiteto įrašai rodo, jog jis [C. Byoir] buvo labai aktyvus remdamas ir kurdamas kitakalbių gyventojų socialinius ir politinius klubus pagrindiniuose šalies miestuose. Ten, kur tokie klubai neegzistavo, jis padėdavo juos organizuoti.” [4, 13] C. Byoir pastangomis buvo įkurta Engiamų tautų lyga (League of Oppressed Nations), tuo siekiant susilpninti paramą vokiečiams. Vienas svarbesnių visos šios veiklos rezultatų buvo savanoriškų Lietuvos katalikų ir protestantų aso-

ciacijų (Catholic and Protestant Lithuanians in the United States) įtraukimas į propagandinę veiklą. Šių organizacijų pagrindu buvo suformuota JAV Lietuvių tautinė taryba, kuri pradėjo rūpintis Lietuvos valstybės pripažinimu JAV.

Šioje RSV kampanijoje dėl Lietuvos valstybės pripažinimo JAV svarbiausią vaidmenį vaidino žmonės, vadovavę šiam projektui. Tačiau svarbu ir tai, kokiame istoriniame kontekste, kokių aplinkybių veikiami jie dirbo. Sutelkiant dėmesį į įtaką, kurią visuomenei darė tuometinė RSV veikla, šios veiklos principus ir metodus, galima būtų aiškiau suvokti tai, kaip buvo ruošama bei vykdoma "lietuviškoji" kampanija. Pagrindinių šios kampanijos veikėjų profesinės veiklos apžvalga atskleidžia visus minėtuosius aspektus, sudarydama tinkamą kontekstą RSV kampanijos analizei.

### **Carl Byoir ir Edward L. Bernays**

Minėtoji RSV kampanija turi išties daug įdomių ir vertingų dalykų. Pirmiausia įdomu yra tai, jog kampanijai vadovavo žymiausi mūsų šimtmečio ryšių su visuomene veiklos atstovai: Carl Byoir ir Edward L. Bernays. Apie kiekvieną jų yra parašyta nemažai straipsnių, prisiminimų knygų. Jų praktinė veikla ir teoriniai darbai plačiai analizuojami ir tyrinėjami RSV mokslininkų ir praktikų [5].

C. Byoir ir E. L. Bernays laikomi RSV veiklos pradininkais, įtakingais šios profesinės veiklos kūrėjais [5].

E. L. Bernays nusipelnė ypatingos vietos RSV istorijoje. Jo knyga "Visuomenės nuomonės kristalizavimas" ("Crystallizing Public Opinion"), pasirodžiusi 1923 metais, tapo pirmąja RSV teorijos knyga. E. L. Bernays taip pat laikomas vienu pirmųjų ryšių su visuomene, kaip mokslinės disciplinos, dėstytojų universitete [3]. E. L. Bernays suformavo savo požiūrį į ryšius su visuomene, kaip į "taikomąjį socialinį mokslą" [6, 31], ir sudarė sąlygas naujai RSV teorijos plėtros kryptčiai, pajavairino praktinės veiklos metodus. Iki Pirmojo pasaulinio karo RSV veikla nebuvo grindžiama kokiu nors mokslu. Dauguma metodų buvo kuriama intuityviai, remiantis įvairiomis viešumo technikomis, taikant įtikinėj-

mo meną. E. L. Bernays pirmasis pradėjo remtis socialinių mokslų tyrimais, stengdamasis išsiaiškinti tai, kas sudaro įtikinėjimo esmę. Manoma, kad šis susidomėjimas kilęs dėl jo giminytės su Z. Froidu. E. L. Bernays buvo žymiojo psichoanalizės pradininko sūnėnas [3]. Masinio įtikinėjimo metodai, vyravę RSV veikloje XX amžiaus pradžioje, tapo E. L. Bernays tyrimų objektu. Teorinę ir praktinę RSV veiklą pagrindęs socialinių mokslų teorijomis, E. L. Bernays pasiekė puikių rezultatų daugelio RSV kampanijų metu, taip pat ir tada, kai dirbo įvairių verslo organizacijų RSV konsultantu.

E. L. Bernays savarankiškos RSV veiklos pradžią galima sieti su 1919 metais pradėta RSV kampanija dėl Lietuvos pripažinimo JAV. Tada C. Byoir Lietuvos tautinio komiteto vardu jam pasiūlė “sukurti viešumą” [4, 14; 3, 166]. Tokiu būdu buvo siekiama užsitikrinti amerikiečių paramą pripažįstant Lietuvos nepriklausomybę. “Lietuviškoji” RSV kampanija buvo planuojama ir realizuojama remiantis profesionalia patirtimi, sukaupta darbo Visuomenės informavimo komitete laikotarpiu. E. L. Bernays yra pasakęs, kad dirbdamas VIK jis pirmąsyk suvokė, jog idėjos gali tapti galingu ginklu, o žodžiai dažnai tampa kulkomis, siekiant kokio nors tikslo [3, 165]. Galima numanyti, jog daugelis propagandinės veiklos metodų, naudotų Creel Komitete, buvo pritaikyta ir Lietuvos pripažinimo JAV ryšių su visuomene kampanijoje.

### **“Lietuviškoji” ryšių su visuomene kampanija**

Ryšių su visuomene kampanija, inicijuota Lietuvių tautinės tarybos, buvo sėkminga, sprendžiant iš to, jog pagrindinis jos tikslas buvo pasiektas. Kaip jau buvo minėta, 1919 metais Jungtinių Amerikos Valstijų Senatas, pripažinęs Lietuvos nepriklausomybę, 1922 metais patvirtino šį faktą savo rezoliucija [4; 5].

Iš negausių šaltinių, kuriuose minima mūsų nagrinėjama RSV kampanija, pavyko sužinoti keletą konkrečių faktų, atskleidžiančių kai kuriuos jos aspektus.

Kaip jau buvo minėta, Lietuvių tautinė taryba įpareigojo C. Byoir rasti būdus, kaip efektyviai veikti, kad būtų pasiektas

norimas tikslas. Pagrindinė C. Byoir idėja buvo ta, kad sutelkus visuomenės nuomonę bus galima nesunkiai užsitikrinti jos paramą tada, kai JAV Senatas spręs Lietuvos valstybingumo klausimą. Yra žinoma, jog Lietuvių tautinė taryba finansavo šią RSV kampaniją. C. Byoir disponavo 23 tūkstančiais JAV dolerių. Pasiūlęs bendradarbiauti E. L. Bernays, jis išipareigojo jam mokėti 150 dolerių kassavaitinę algą, o pats neėmė sau jokios algos [2; 4].

1965 metais išleistoje savo prisiminimų knygoje E. L. Bernays rašė, jog „lietuviškosios“ kampanijos bandymas mobilizuoti visuomenės nuomonę tam tikru tikslu buvo vienas pirmųjų visoje RSV istorijoje [4]. Toks teiginys susijęs su tuo, jog pastarojoje RSV kampanijoje buvo panaudoti ne tik tie propagandos metodai, kuriais buvo remiamasi Visuomenės informavimo komiteto veikloje. Lietuvos pripažinimo JAV kampanija buvo veiksminga ir sėkminga kai kurių naujų viešumo priemonių dėka.

E. L. Bernays buvo išipareigojęs kiekvieną savaitę parašyti ir pateikti JAV spaudai po šešis trumpus straipsnius apie Lietuvą [4]. C. Byoir ir E. L. Bernays ruošė įvairius pranešimus, kurie pačių autorių pastangomis turėjo būti paskleisti didžiausiuose šalies miestuose. Kampanijos vadovai veikė pagal jų pačių parengtą ir pagrįstą planą. Savo pranešimams paskleisti jie samdydavo pranešėjus, o straipsniai, skirti spaudai, pasirodydavo vedamuosiuose didžiausių šalies dienraščių puslapiuose.

Buvo tiesiogiai kreipiamasi ir į JAV Senato narius: jiems buvo rašomos atviros telegramos, remiančios Lietuvos laisvės siekimą.

C. Byoir ir E. Bernays savo pranešimais siekė sukelti visuomenėje atitinkamą reakciją, kuri paskatintų tolesnius įvykius, vedančius prie pagrindinio RSV kampanijos tikslo. Iš visų pranešimų, pasklidusių JAV visuomenėje, įvairovės galima pastebėti, jog tam tikra jų dalis buvo skirta tam tikrai visuomenės grupei. Kaip teigia E. L. Bernays, tai buvo nauja RSV veiklos technika, kuri po kelerių metų, t. y. pasibaigus „lietuviškajai“ RSV kampanijai, tapo žinoma kaip „segmentinė“ [4]. Šios technikos esmę nesunku atskleisti analizuojant pranešimus apie Lietuvą, pasirodžiusius to meto JAV spaudoje.

“Sportas, verslas, transportas, maistas, drabužiai, šeimos bei papročiai – kiekvienai šių sričių atsirastų tapatybės ir amerikiečių gyvenime” – rašė E. L. Bernays savo prisiminimuose apie šią kampaniją [4, 15]. Kiekviena minėtų sričių, RSV kampanijos vadovų manymu, galėjo sudominti tik tam tikrą visuomenės grupę. Atsižvelgiant į pastarąją nuostatą, toliau buvo formuojama veiklos strategija. Ištirti atitinkamų JAV visuomenės grupių interesai, kurių pagrindu buvo rašomi jiems skirti straipsniai įvairiais gyvenimo Lietuvoje klausimais. Buvo tikimasi, kad, pvz., straipsnis apie lietuviškąjį siuvinėjimą sudomins moteris, o straipsnis, pavadintas “Lietuvos verslas laukia Amerikos eksportuotojų” turėtų atkreipti verslininkų dėmesį. Buvo rašoma ir apie pačią lietuvių kalbą, būtent apie jos draudimo istoriją [4].

Straipsniai, skirti tam tikrai visuomenės grupei, sąlygiškai suskirstyti į interesų grupes, turėjo vieną bendrą bruožą. Nors kiekvieno šių straipsnių tematika buvo skirtinga, tačiau idėjiškai jie buvo labai kryptingi. Kiekvienoje istorijoje būtinai turėjo slypėti panašaus pobūdžio pranešimas, jog “Lietuva, maža respublika prie Baltijos jūros, tvirtovė prieš bolševizmą, kovojanti dėl savo valstybės pripažinimo” [4, 15]. Beje, Lietuvos nepriklausomybės siekimas buvo grindžiamas tautos apsisprendimo teisės principu, skelbtu paties JAV prezidento W. Wilson. “Ši tema neatsiejama nuo amerikiečių laisvės ir lygybės sampratos, – rašė E. L. Bernays. – Aš vyliausi, jog tai skatins konstruktyvų visuomenės dalies veikimą, tokį kaip laiškų rašymas Kongreso nariams arba į laikraščius.” [4, 15]

Neabejotina, kad šimtai istorijų, pasklidusių po JAV apie Lietuvą, susilaukė atitinkamo atgarsio. Tai, kaip tiksliai ir sumaniai buvo skleiziami pranešimai bei tai, koks buvo jų poveikis visuomenei, rodo galutinis šios RSV kampanijos rezultatas. JAV vyriausybė teigiamai išsprendė Lietuvos valstybingumo klausimą, pripažindama šią nepriklausoma. Turbūt neįmanoma būtų įsivaizduoti kitokio sprendimo, priešingo tam, kuris buvo priimtas, pasirašius rezoliuciją dėl formalaus Lietuvos valstybės pripažini-

mo. Tai tiesiogiai prieštarautų visuomenės nuomonei, kuri buvo palanki Lietuvai.

Scott M. Cutlip, aprašęs "lietuviškąją" RSV kampaniją teigia, jog "Amerikoje, sėkmingai kovojančioje dėl pasaulio, kuriam saugiai egzistuoja demokratija, Bernays atrado savo propagandinei veiklai palankų visuomenės nuomonės klimatą" [4, 16].

## LITERATŪRA

1. Teigiamam šalies įvaizdžiui kurti neturime pinigų, o neigiamą sukuria rinkos dėsniai. // Lietuvos rytas. – Nr. 88. – 1995. – P. 53.

2. Cutlip S. M. Carl Byoir: The Little Giant of Public Relations // Public Relations. A History. – Hillsdale, NJ: Lawrence Elrbaum Associates, 1994. – P. 531–552.

3. Cutlip S. M. Edward L. Bernays: Pioneer, Philosopher, Centenarian // Public Relations. A History. – Hillsdale, NJ: Lawrence Elrbaum Associates, 1994. – P.159–192.

4. Cutlip S. M. Lithuania's First Independence Battle: A PR Footnote // Public Relations Review. – Vol. 16. – No. 4. – 1990. – P.12–16.

5. Cutlip S. M. Public Relations. A History. – Hillsdale, NJ: Lawrence Elrbaum Associates, 1994. – 790 p.

6. Fry S. L. A Conversation with Edward L. Bernays, Fellow, PRSA // Public Relations Journal. – Vol. 47. – No. 11. – 1991. – P. 31–33.

Įteikta 1996 m. vasario mėn.

## THE IMAGE OF LITHUANIA

### Summary

This article deals with some contemporary problems of Lithuania's image in the world. The importance of an appropriate country image is described in historical perspective.

The main aim of this article is to discuss Lithuania's first public relations (PR) campaign to win United States recognition of its independence after World War I. The PR campaign was initiated by the Lithuanian National Council and organized by Carl Byoir and Edward L. Bernays. The main aspects and principles of the Lithuanian PR campaign are represented. The success of this campaign is explained as an excellent work of two public relations professionals, based on their experience and techniques developed in the Public Information Committee.