

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO
EKONOMIKOS IR FINANSŲ VALDYMO FAKULTETO
INFORMATIKOS IR STATISTIKOS KATEDRA

LINA LAUČYTĖ
ELEKTRONINĖS VALDŽIOS ADMINISTRAVIMAS

RYŠIŲ SU VISUOMENE VAIDMUO E.VALDŽIOS STRUKTŪROJE

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas – Prof. dr. Arūnas Augustinaitis

Vilnius, 2005

TURINYS

IVADAS	3
1. Ryšių su visuomene sąvokų transformacija e. valdžios kontekste	6
1.1. E. valdžios formavimosi prielaidos	9
1.1.1. E. valdžios sąvoka ir jos kitimas istoriniame aspekte	9
1.1.2. E. valdžios tikslinės grupės: komunikuojančios visuomenės sandara.....	11
1.1.3. Ryšių su visuomene vaidmuo e. valdžios formavimosi fazėse	12
2. Ryšiai su visuomene - viena iš e. valdžios tikslų įgyvendinimo priemonių	21
2.1. Ryšių su visuomene transformacija istoriniame kontekste.....	21
2.2. Visuomenės nuomonės formavimasis ir formavimas e. valdžios sąlygomis	23
2.3. Komunikavimo modeliai ir ryšių su visuomene priemonės	25
3. Ryšių su visuomene priemonių naudojimas visuomeniniuose užsienio šalių projektuose..	30
3.1. Jungtinės Karalystės „geros praktikos“ pavyzdys	30
3.2. Jungtinių Amerikos Valstijų „geros praktikos“ pavyzdys.....	34
3.3. Australijos Brisbeno miesto „geros praktikos“ pavyzdys	37
4. Ryšių su visuomene priemonių naudojimo galimybių e. valdžios principais veikiančiose institucijose tyrimas	40
4.1. Ryšių su visuomene naudojimo tarptautiniame ir lokaliame viešajame sektoriuje tyrimas 41	
4.2. Ryšių su visuomene naudojimo Lietuvos viešajame sektoriuje tyrimas	50
Išvados ir pasiūlymai	60
Literatūros sąrašas	62
Santrauka	64

IVADAS

Kas yra „prisijaukinti“?

Tai jau senai užmiršta sąvoka, - tarè lapè. – Tai reiškia „užmegzti ryšius...“

Antoine de Saint-Exupery „Mažasis princas“

Pasaulyje vykstantys rinkų globalizacijos, intelektualinio kapitalo koncentracijos ir migracijos bei kiekybinės ir kokybinės visuomenės sandaros transformacijos procesai formuoja naują komunikuojančios žinių visuomenės sampratą. Ypatingai sparti, laiko atžvilgiu, ir plačiai paplitusi informacinių-komunikacinių technologijų integracija minėtuose procesuose skatina globalių ir individualių žinių transformaciją į unikalius sprendimus, kurie, savo ruožtu, suponuoja naujus administravimo, verslumo ir partnerystės modelius.

Pakitusios politinės, socialinės, ekonominės ir technologinės jėgos neabejotinai įtakoja valdžios ir valdomųjų institutą, keičia jame naudojamas sąvokas, galiojančias taisykles ir sutartus tarpusavio santykius. E. valdžios kontekste atsiradę nauji komunikavimo modeliai tarp įtakojančių ir įtakojamų reikalauja specifinių ryšių užmezgimo technikų.

Šiuo metu daug dėmesio skiriama žinių vadybos principų taikymui e. valdžioje. Kai antrinio geros praktikos patirties panaudojimo pagrindu kuriamos bendravimo su viešosios paslaugos naudotoju ir visuomenės įtraukimo į valdžios procesus strategijos. Taip pat akcentuojamas ryšių su klientais valdymo (CRM) metodų integravimas e. valdžios principais veikiančių institucijų veikloje, tačiau minėtų sprendimų nepakanka maksimaliam e. valdžios tikslų įgyvendinimui.

Ryšių su visuomene priemonės gali užimti specifinių komunikavimo sprendimų vietą e. valdžios principais veikiančioje institucijoje. Minėtų priemonių ypatingas lankstumas laiko, vietovės, socialinių ir kultūrinių skirtumų kontekste gali būti sėkmingai panaudotas visuomenės informavimo ir jos nuomonės formavimo procese. Jas lengva integruoti į daugiafunkcinį ir sudėtinį e. valdžios įgyvendinimo procesą. Be to, plačiai paplitusios tradicinės ryšių su visuomene priemonės gali sėkmingai veikti socialiai ir interaktyviai atskirtose bei skurdžiose visuomenės dalyse. Dėl šių priežasčių verta panagrinėti ryšių su visuomene vaidmenį e. valdžios struktūroje.

Šio darbo tikslas – įvertinti ryšių su visuomene priemonių naudojimo galimybes e. valdžios principais veikiančių viešojo sektoriaus institucijų veikloje. Tikslui pasiekti darbe buvo įgyvendinami šie uždaviniai:

- ❖ atlikti e. valdžios ir ryšių su visuomene teorinių pagrindų analizę;
- ❖ apibrėžti e. valdžios sąvoką ir jos įgyvendinimo principus;
- ❖ suformuluoti tradicinio ir interaktyvaus komunikavimo principus;
- ❖ išskirti interaktyvias ryšių su visuomene priemonės ir pagrindinius reikalavimus joms;

- ❖ įvardinti interaktyvių ryšių su visuomene priemonių naudojimo būdus ir jų teikiamą naudą viešojo sektoriaus institucijoms bei viešųjų paslaugų vartotojams;
- ❖ atlikti tyrimą, vertinantį interaktyvių ryšių su visuomene priemonių naudojimą tarptautiniame ir lokaliame lygmenyje.

Šio darbo objektu pasirinktos interaktyvios ryšių su visuomene priemonės, jų įvairumas, pasiskirstymas ir potencialo panaudojimo apimtys Europos Sąjungos šalių viešuosiuose portaluose bei Lietuvos savivaldos institucijų internetiniuose puslapiuose.

Pagrindinės sąvokos naudojamos darbe yra tradicinės bei interaktyvios ryšių su visuomene priemonės, komunikuoti-žinių visuomenė, viešųjų paslaugų vartotojai, e.konsultacijos, nauja dalyvavimo kultūra.

Darbą sudaro keturios pagrindinės dalys. *Pirmoje dalyje* nagrinėjama ryšių su visuomene sąvokų transformacija e. valdžios kontekste. Joje išskiriamos e. valdžios atsiradimo priežastys, formuluojama e. valdžios sąvoka ir įgyvendinimo fazės, nurodant kiekvienos iš jų stiprybes bei silpnybes, bei išryškintas ryšių su visuomene vaidmuo e. valdžios struktūroje.

Antra dalis skirta ryšių su visuomene priemonių aptarimui. Joje peržvelgiamas ryšių su visuomene kitimas istoriniame aspekte, apibrėžiama visuomenės nuomonės sąvoka, jos formavimosi tendencijos ir įtakojimo galimybės bei tikslinių grupių išskyrimo būdai. Taip pat šioje dalyje aptariami komunikavimo modeliai bei tradicinės ir interaktyvios ryšių su visuomene priemonės. Pagrindinis dėmesys skiriamas ryšių su visuomene priemonių taikymo e. valdyme galimybėms ir iš to sekančioms teigiamoms bei neigiamoms pasekmėms.

Trečioje dalyje aptariami Jungtinės Karalystės, Jungtinių Amerikos Valstijų ir Australijos geros praktikos pavyzdžiai. Šioje dalyje akcentuojami ryšių su visuomene priemonių vaidmuo e. valdžios įgyvendinimo projektuose. Minėtų projektų patirtis leidžia įvertinti ryšių su visuomene priemonių naudojimo e. valdžioje teikiamos naudos apimtį bei išskirti atsirandančių problemų sprendimų būdus.

Ketvirtoje dalyje pateikiamas ryšių su visuomene priemonių naudojimo galimybių tyrimas viešojo sektoriaus institucijose, veikiančiose tarptautiniu ir lokaliu mastu. Tyrimo metu buvo analizuojama kokios ryšių su visuomene priemonės ir kokių mastu naudojamos ES šalių viešuosiuose portaluose ir Lietuvos savivaldybių internetiniuose puslapiuose. Taip pat pateikiami atlikto tyrimo etapai, rezultatų grafinės išraiškos ir jų apibendrinimai.

Išanalizavus teorinę medžiagą, praktikos pavyzdžius bei tyrimų rezultatus, darbe pateikiamos išvados ir pasiūlymai ryšių su visuomene priemonių naudojimo e. valdžios principais veikiančių institucijų veikloje.

Numatytam tikslui pasiekti ir uždaviniams įgyvendinti naudota mokslinės literatūros bei interneto tinklapiuose pateikiamų tyrimų, konferencijų, publikacijų ir užsienio šalių geros praktikos pavyzdžių analizė. Jos metu buvo lyginami Lietuvos ir užsienio autorių požiūriai į e. valdžios ir ryšių su visuomene sąvokas bei jų įgyvendinimo ir derinimo galimybes, pritariama jau pripažintoms nuomonėms arba formuluojami nauji, keletą skirtingų autorių nuomonių apjungiantys, teiginiai. Tyrimo metu ryšių su visuomene priemonių kiekybinių aspektų vertinimo metu buvo vadovaujama lyginamosios analizės principais, o minėtų priemonių kokybinių aspektų vertinimo metu – SSGG analizės principais, išskiriant tiriamų objektų stiprybes, silpnybes, galimybes bei grėsmes.

1. Ryšių su visuomene sąvokų transformacija e. valdžios kontekste

Pora dešimtmečių atgal vyravusios tradicinės visuomenės, valdžios, teisės bei komunikavimo sąvokos šiandien nebegali pilnai aprėpti vykstančių pokyčių. Aktyvi socialinės asimiliacija, kosmopolitiškas gyvenimas, darbinės geografijos plėtra, valdžios struktūrų transformacija iš buvusios lokalinės bei nacionalinės į Europinę, be to spartus technologinis tobulėjimas gimdo naujas valdžios, visuomenės, demokratijos bei komunikavimo sąvokas.

„Visuomenės sandara vis mažiau suprantama kaip sistemiška, t.y. sudaryta iš santykinai stabilių klasių, sluoksnių ar grupių, o kaip samplaika kintančių tinklų, interesų grupių, bendruomenių ir visuomeninių institucijų, kurios turi labai savitus, individualizuotus požiūrius, vertybines orientacijas bei interesus, kuriuos išreiškia įvairiais lygiais ir aspektais, pradedant politiniu, ekonominiu ir baigiant komunikaciniu.“¹

Vienas iš „sveiko“ žinių visuomenės gyvavimo ramsčių yra komunikavimas tarp jos narių. Būtent šią sritį pirmiausia palietė ir pradėjo įtakoti progresyvios technologijos. Kadaisė esminiai komunikavimo principai: informacijos perdavimas ir grįžtamojo ryšio formavimas, buvo „įvilkti“ į naują skaitmeninį rūbą, taip suformuodami e. komunikavimo sąvoką. E. komunikavimo sklaida paskatino e. valdžios, e. demokratijos, žinių visuomenės, e. įtraukimo sąvokų formavimąsi.

E. komunikavime naudojamos priemonės žinių visuomenėje atlieka keleta funkcijų. Pirmiausia savo pagrindinę: naujų žinių kūrimo, esamų koncentravimo ir sklaidos informacinėje visuomenėje. Taip pat e. komunikavimas išlaisvina informacinės visuomenės narių bendravimą nuo geografinio, rasinio ir/ar amžiaus faktorių.

Trečioji e. komunikavimo funkcija yra ryšiai su visuomene. Dvipusis komunikavimas visuomenėje formuoja abipusiai naudingo bendradarbiavimo ir bendrumo pojūtį. Jis padeda pritraukti visuomenės narius dalyvauti valdžios procesuose, valdžios institutui išgirsti mažumų pozicijas bei atitinkamai formuoti procesus ir gauti norimą rezultatą. E. valdžios sąlygomis veikianti institucija IK technologijų dėka, vertindama visuomenėje vykstančius socialinius bei kultūrinius vyksmus, gali auginti sau palankią e. visuomenę.

Ryšių su visuomene būtinumą e. valdžioje skatina naujai atsirandantys interekatyvaus bendravimo skatinami reiškiniai.

Besikeičianti tradicinės visuomenės kokybinė sandara ir pažangių technologijų tobulėjimas bei sklaida duoda pradzą tokiems reiškiniams, kaip e. įtraukimas (*eInclusion*²). Žinių visuomenėje kolektyvinę kompetenciją formuoja skirtingo kokybinio lygio individai. Be to, socialiniai ir kultūriniai skirtumai dalina visuomenės narius į grupes, pasižyminčias skirtingu dalyvavimo e.

¹ Augustinaitis A. Žinių vadybos metodai: autorizuota metodinė medžiaga. Vilnius: LTU, 2004. P. 43

² Clarke A. eServices for all – treating all users equally//<http://www.prisma-eu.net/deliverables/SG3services.pdf>

valdžios procesuose potencialu. Kitais žodžiais tariant, šiandieninėje visuomenėje formuojasi nauja socialinė „nelygė“, grindžiama individo atitikimo žinių ekonomikos poreikiams lygiu.

Pažangių technologijų amžiuje lygiagrečiai gyvuoja du prieštaravimai:

- ❖ informacinės visuomenės technologijos žada naujas skaitmenines galimybes socialiai „atskirtiems“ piliečiams, padėsiančias įtraukti juos į komunikuojančios visuomenės sudėtį ir integruoti jų žinias į bedrą kolektyvinę kompetenciją. Tačiau tuopat metu
- ❖ pažangios technologijos sudaro prielaidą formuoti skaitmeniam atskirtumui. Vis augantis internetinių technologijų naudojimas, visuomenės narius neturinčius internetinės prieigos savotiškai išstumia iš bedros komunikuojančios visuomenės sudėties.

Vykstantys pokyčiai žinių visuomenės principais veikiančioje visuomenėje formuoja dar vieną naują sąvoką *e. įgūdžiai* (e-skills³). Kvalifikacijos migracija, „24“ valandų ekonomika, nuolatos augantis nestandartinių-individualizuotų paslaugų poreikis formuoja naują įgūdžių sąvoką. E. valdžios technologinių sprendimų dėka individuali kvalifikacija ir žinios tampa komunikuojančios-kolektyvinės kompetencijos dalimi. Tai kokybiškai gerina paslaugų kūrimo procesą bei mažina jo kaštus.

Galima teigti, jog vykstantys visuomeniniai ir technologiniai pasikeitimai suformavo naują valdžios sąvoką. Tradicinė transformavosi į e. valdžią, kurioje pats valdymo principas pakito:

- ~ iš poreikio *valdyti*, tam, kad kontroliuotų, į poreikį *reguliuoti*, tam, kad procesas vyktų sklandžiai,
- ~ iš standartiško administravimo į paslaugų teikimą,
- ~ iš biurokratijos į atvirumą ir atskaitingumą.

Kaip ir valdžios nuostata valdomojo atžvilgiu, kai:

- ~ politinis *dominavimas* transformavosi į *dalyvavimą* politikos formavimo procese,
- ~ teisių akcentavimas – į balansavimą tarp teisės ir atsakomybės,
- ~ diktavimas daugumai – į mažumos akcentavimą.

Paskutiniu metu pasigirsta svarstymų apie e. valdžios transformaciją į ž. valdžią (žiniomis grindžiamą valdžią) (*kGovernment*⁴). Tai sąlygoja pažangių technologijų transformacija į visose srityse naudojamą priemonę, kurios dėka, intelektualiai valdžia teikia intelektualias paslaugas. „Ž. valdžios pagrindas personalizuota, intelektualiai valdžia, į kurią, naudodamasis žinių vadybos

³ Background papers// European E-skills 2004 conference, Thessalonica, Greece, September 20-21, 2004. P. 38.
<http://www.eskills2004.org>

⁴ Knowledge based Government

principais, dirbtiniu intelektu, visur esančiomis technologijomis, kreipiasi mobilios (geografinėje ir socialinėje erdvėje) asmenybės.“⁵

Valdymo bei visuomenės kitimas formuoja naują demokratijos sampratą. Naujausių informacinių-komunikacinių (toliau tekste - IK) technologijų naudojimas davė pradžią interaktyvios demokratijos, su kiekvienais metais vis labiau skatinančios plataus spektro bendravimą tarp valdančių ir valdomųjų ir komunikuojančios visuomenės formavimąsi.

E. demokratijai būdingi visi klasikinės demokratijos principai:

- ✓ dalyvavimo principas įgyvendinamas piliečiams renkant juos atstovausiančius asmenis bei partijas laisvuose, teisėtuose ir reguliariuose rinkimuose;
- ✓ pliuralistinės konkurencijos principas išreiškiamas individo teise kandidatuoti į bet kurią valstybinę poziciją;
- ✓ pilietinės ir politinės laisvės principas įgyvendinamas piliečiams laisvai reiškiant savo poziciją. Šio principo gyvybiškumas tiesiogiai įtakoja pirmųjų dviejų veiksmingumą.

Skiriasi tik minėtų principų realizavimas. Pirmiausia technologiniu aspektu, kai pilietinis dalyvavimas ir laisvos pozicijos raiška perkeliama į elektroninio komunikavimo lygmenį. Multikultūriniu aspektu, kai tradicinės visuomenės atstovo reprezentuojama daugumos poziciją individualizavosi pagal atskiras socialines-kultūrinės mažumas.

Pagrindinės tendencijas, paskatinusias transformacijos procesus ir to sąlygoti pasikeitimai yra:

❖ Socialinės-ekonominės:

- * demografinis aspektas, t.y. senėjanti visuomenė,
- * multikultūrinės arba kitaip „mozaikiškos“ visuomenės formavimasis.

❖ Kultūrinės:

- * naujų visuomeninių vertybių ir interesų formavimasis, t.y. naujoji dalyvaujamosios demokratijos sąvoka,
- * augantis individualumo pojūtis ir savirealizacijos poreikis, t.y. naujas žinių visuomenės nario požiūris, kai individualumas realizuojamas saveikoje su kitais visuomenės dalyviais,
- * „pokyčiai, vykstantys žinių visuomenėje, tokie kaip gyvenimo būdo, informacijos vartojimo, tikėjimo, vertybių, normų, lyčių santykių, reguliavimo, švietimo ir individualaus bei kolektyvinio mokymosi, racionalumo ir jo pasireiškimo formų įvairovės pasikeitimas“⁶.

❖ Tobulėjantys vartotojai:

⁵ Millard J. eStrategies for government//<http://www.prisma-eu.net/deliverables/SG10egovernment.pdf>

⁶ Augustinaitis A. Žinių vadybos metodai: autorizuota metodinė medžiaga. Vilnius: LTU, 2004. P. 43

- * naujas vartotojas, reikalaujantis integruotų, operatyviai bei kokybiškai teikiamų ir individualizuotų paslaugų ,
- * intelektualus vartotojas-žinių visuomenės narys, formuojantis asmeninį efektyvumą bei žmoniškąjį kapitalą, ne tik savo pastangomis, bet ir globalios „kolektyvinė kompetencija“ dėka,
- * vartotojo orientacijos transformacija, t.y. vartotojui nepakanka gauti gatavą produktą, jis pageidauja dalyvauti kūrimo procese ir formuoti abipusiai naudingą sprendimų pirėmimo algoritmą.

❖ Teisinės ir reguliacinės:

- * naujos „teisinės“ visuomenės formavimasis, kai kiekvienas jos narys turi ir naudojami savo formalia teise.

❖ Technologinės:

- * technologinis tobulėjimas ir technologijų liberalėjimas,
- * teigiamas visuomenės narių požiūris į tobulėjančius technologinius procesus,
- * pažangių technologijų naudojimo sklaida. E. piliečio sąvokos formavimasis,
- * interaktyvus komunikavimas formuojantis naują komunikuojančią visuomenę.

Apibendrinant aukščiau pasakytą, galima teigti, jog besikeičiantys ryšiai su visuomene yra neatsiejama e. valdymo funkcija. Jų dėka viešojo sektoriaus institucijos derinasi prie visuomenėje vykstančių pasikeitimų, įgyvendina naujos demokratijos principus ir formuoja komunikuojančią-žinių visuomenę. Ryšių su visuomene priemonių inovatyvumas ir lankstumas leidžia jas lengvai integruoti į e. valdžios institutą.

Tam, kad įrodytumėme ryšių su visuomene priemonių svarbumą e. valdžios tikslų įgyvendinimo procese verta apibrėžti pačią e. valdžios sąvoką ir nurodyti ryšių su visuomene vietą jos formavimosi etapuose.

1.1. E. valdžios formavimosi prielaidos

1.1.1. E. valdžios sąvoka ir jos kitimas istoriniame aspekte

Klysta tie, kurie mano, jog e.valdžia yra nauja valdžios forma ir iš esmės skiriasi nuo tradicinės. Tai tiesiog tobulesnis valdžios reiškinio variantas, kuris su laiku gali ir tapti nauju.

Galima teigti, jog e. valdžios sąvokos formavimasis, jos kitimas skirtingais laiko tarpniais, puikiai atspindi patį reiškinį ir jo transformaciją.

Pirmajame eEurope dokumente⁷, e. valdžios sąvoka dar nenaudojama. Šiame dokumente kabama apie dalies valdžios funkcijų perkėlimą į skaitmeninį lygmenį, t.y. prieigos prie verslui ir piliečiams svarbios informacijos sukūrimas internetinių aplikacijų dėka. Pagrindiniai tokio žingsnio tikslai:

- ✓ „priartinti viešąsias paslaugas prie piliečių,
- ✓ sumažinti viešojo sektoriaus išlaidas,
- ✓ padidinti teikiamos paslaugos vertę,
- ✓ sukurti geresnę visos Europos mastu rinkai reikalingos informacijos bazę“.

eEuropa-2005: Informacinė visuomenė teigia, jog e. valdžia yra „pažangių IK technologijomis pagrįstų sistemų tyrimai ir plėtra, siekiant tobulinti ir atnaujinti pagrindinių viešųjų paslaugų teikimą“.⁸

Pasaulio Banko (The World Bank) e. valdžios tyrimų medžiagoje pateikiamas dar vienas e. valdžios apibrėžimas:

„E. valdžia savyje koncentruoja informacines technologijas, kurias valstybinės institucijos naudoja siekdamas transformuoti santykius su piliečiais, verslo subjektais ir kitomis valdžios struktūromis.“⁹

Informacinės visuomenės plėtros komiteto užsakymu sukurtoje informacinėje sistemoje „Valdžios elektroniniai vartai“ pateikiamas toks e. valdžios apibrėžimas:

„E. valdžia - Valstybės institucijų teikiamos viešosios paslaugos internetu, valstybės institucijų informacijos teikimas per vientisą portalą“¹⁰.

E. valdžia padeda viešajam sektoriui palaikyti ir stiprinti „gero valdymo“ tradicijas žinių visuomenės principais veikiančioje visuomenėje, t.y.:

1. „atviras ir skaidrus viešasis sektorius, kuriame valdymas suprantamas ir atskaitingas, atviras demokratiškam dalyvavimui,
2. visiems tarnaujantis viešasis sektorius – į vartotoją orientuotas viešasis sektorius apimantis viską, t.y. neišskiriantis ir gerbiantis savo vartotojus bei teikiantis jiems personalizuotas paslaugas,
3. produktyvus viešasis sektorius, teikiantis vartotojams maksimumą paslaugų už jų sumokėtus mokesčius.“¹¹

⁷ eEurope: An Information Society for all. Communication on a Commission Initiative for the Special European Council of Lisbon, 23 and 24 March

2000//http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/news_library/pdf_files/initiative_en.pdf

⁸ eEurope: An Information Society for all//http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2005/index_en.htm

⁹ Definition of E-Government//<http://www1.worldbank.org/publicsector/egov/definition.htm>

¹⁰ www.evaidzia.lt

Reziumuojant aukščiau pasakytą, galima teigti, jog e. valdžios pagrindas yra IK technologijų naudojimas tradicinės valdžios santykių su valdomaisiais ir pačios valdžios transformavimui, padarant ją lengviau pasiekiamą piliečiams bei verslo struktūroms, efektyviau veikiančią, atskaitingą ir skaidresnę. Transformacija apima viešojo sektoriaus institucijų ir jų „klientų“, t.y. viešąsias paslaugas gaunančių subjektų, tarpusavio santykių pasikeitimą.

Ryšių su visuomene priemonės, integruotos su ryšių su klientais (CRM) metodais bei tobulėjančiomis IK technologijomis sudaro bendrą e. valdžios tikslų siekimo mechanizmą. Tobulėjančios technologijos palengvina komunikavimo procesą, CRM metodai padeda formuoti abipusiai suderintus ryšius tarp viešojo sektoriaus institucijų ir esamų jų paslaugų vartotojų.

Ryšių su visuomene priemonės šioje priemonių derinyje atlieka pagrindinę funkciją. Jų dėka atliekamas piliečių informavimo darbas, transformuojama jų pozicijas ir „atvedami“ buvę pasyvūs viešųjų paslaugų naudotojai. Prie šios funkcijos galima pridėti e. valdžios įvaizdžio formavimą, t.y. valdžios skaidrumo, atskaitingumo ir efektyvumo akcentavimas, kurio valdžios institutas be ryšių su visuomene sėkmingai įgyvendinti negalėtų. Taip pat, minėtos priemonės padeda propaguoti e. valdžios bei e. demokratijos idėjas.

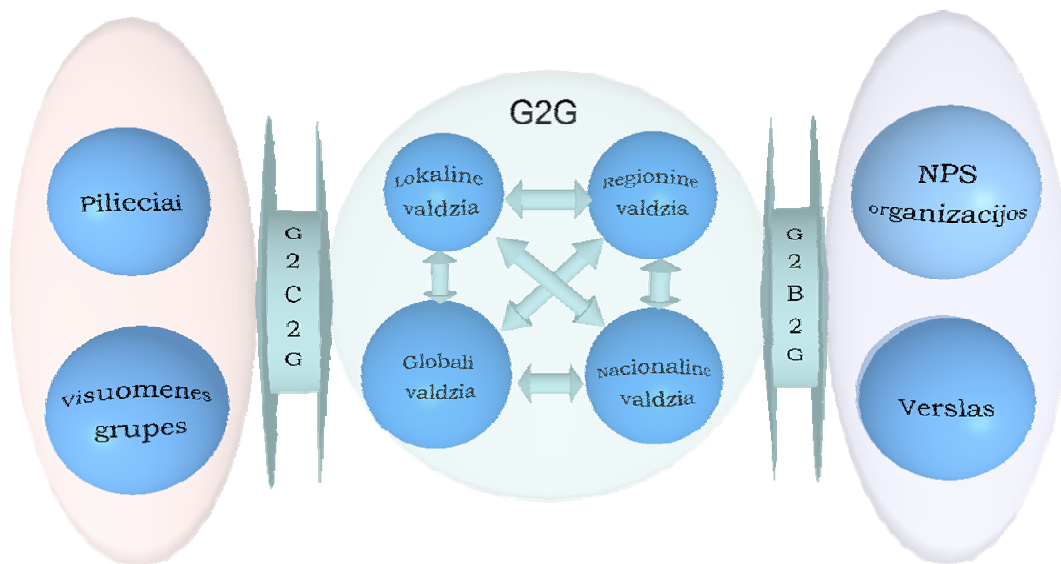
Kodėl reikėtų įtakoti visuomenės nuomonę ir kas yra visuomenės pozicija? Kokie tarpusavio santykiai vyrauja komunikuojančioje žinių visuomenėje ir kaip valdžios institutas visuomenės pozicijas bei santykius gali įtjoti ryšių su visuomene priemonėmis? Atsakymai į minėtus klausimus pateikiami žemiau einančiuose skyriuose.

1.1.2. E. valdžios tikslinės grupės: komunikuojančios visuomenės sandara

Tikslinės e. valdžios grupės, į kurias orientuojamas ryšių su visuomene priemonių poveikis, nustatomos vadovaujantis tradiciniais valdžios ir valdomojo komunikavimo principais. Sąveikavimas e. valdžioje vyksta trimis kryptimis: valdžia – piliečiai (G2C), valdžia – verslas (G2B) ir valdžios struktūrų tarpusavio sąveikavimas (G2G). Žinoma, visuose minėtuose santykiuose yra ne tik tiesioginiai, bet ir grįžtamieji ryšiai.

Įvairiuose informacijos šaltiniuose galima rasti daugybę minėto sąveikavimo grafinių išraiškų. Šiame darbe pateikiamas apibendrinta grafinė e. valdžios tikslinių grupių sąveikavimo struktūra.

¹¹ Reorganisation of government back-office for better electronic public services – European good practices// http://europa.eu.int/information_society/activities/egovernment_research/doc/back_office_reorganisation_volume1_mainreport.pdf



1 pav.: E. valdžios tikslinių grupių sąveikavimas

Viešojo sektoriaus institucijos, naudodamos ryšių su visuomene priemones, gali įtakoti visuomenėje vyraujančias nuomones ir formuoti joms palankias pozicijas. Žinių visuomenės nariai, savyje koncentruodami intelektualinį kapitalą ir dalyvavimo potencialą, ryšių su visuomene priemonėmis skatinami išreikšti savo pozicijas ir naudoti savo žinias teigiamam valdžios procesų transformavimui.

Kaip vyksta bendravimas tarp e. valdžios tikslinių grupių ir kaip ryšių su visuomene priemonių dėka formuojama minėtų detaliau aprašyti kitame skyriuje „E. valdžios formavimosi fazės“.

1.1.3. Ryšių su visuomene vaidmuo e. valdžios formavimosi fazėse

Kaip ir kiekvieną procesą, e. valdžios formavimąsi galima suskirstyti į tam tikras fazes. Nereikėtų manyti, jog šios fazės yra priklausomos viena nuo kitos ar, kad vėlesnės įgyvendinimui nėra būtinas ankstesnės visiškas įvykdymas. Žvelgiant plačiąja prasme, šios proceso įgyvendinimo fazės gali tarnauti kaip atspirties taškas formuojant e. valdžios tikslus ir detalizuojant ryšių su visuomene svarbą minėtame procese.

Apibendrinus teorinę medžiagą, šiame darbe išskirtos trys pagrindinės e. valdžios fazės. Kiekvienos teigiamų ir neigiamų aspektų aptarimui bus panaudota supaprastintas SSSG analizės principas.

1-oji fazė — Informacijos viešumas (e. informacija)

Valstybinės institucijos savo darbo metu generuoja daug informacijos, kurios turinys svarbus privatiems asmenims ir verslo subjektams. Naudodamiesi internetu ir kitomis pažangiomis komunikacinėmis technologijomis minėtą informaciją piliečiai bei verslo atstovai gali pasiekti greičiau ir tiesiogiai. Plačiąja prasme šios fazės įgyvendinimo strategijas galima suskirstyti į dvi kategorijas:

1. orientuotos į būdus kaip tai padaryti;
2. orientuotos į informaciją, kurią reikėtų padaryti labiau prieinamą.

Iš esmės, pradžia šiam procesui duotų, dalies valstybinės informacijos paviešinimas, t.y. nebūtina iškart į internetą sudėti visą viešajam sektoriui svarbią informaciją. Aš patarčiau tai daryti pakopomis:

- pirmiausia paviešinant įstatymus, taisykles bei nutarimus,
- dokumentų formas,
- statistinius duomenis bei ekonominę informaciją.

Šį sprendimą, t.y. galimybę piliečiams bei verslo atstovams gauti jiems reikalingą viešojo sektoriaus informaciją be keliavimo į valstybines institucijas, stovėjimo eilėse bei kyšių davimo, galima vadinti revoliuciniu. Ypatingai tai jaučiama tose šalyse, kur biurokratijos ir korupcijos lygis pasiekęs kritinę ribą: Indija, Afrikos Respublikos, Pietų Amerikos šalys.

Vienas iš šios fazės rezultatų galėtų būti valstybinio portalo, veikiančio vieno langelio principu, sukūrimas.

Stiprybės:

1. *Informacijos prieinamumas:* Viešumas suteikia piliečiams galimybę naudotis duomenimis jiems patogiu laiku. Viešųjų paslaugų teikimas neribojamas darbo valandomis, nesutrunka atsakingam institucijos darbuotojui neatvykus į darbą ir pan.
2. *Procesų išlaidų mažinimas:* Šiandieninių technologijų dėka informacijos pateikimo ir atsakymo gavimos procesas greitėja laiko atžvilgiu. Tai mažina minėtų procesų vykdymo kaštai.
3. *Viešųjų paslaugų kokybė:* e. valdžios instrumentų naudojimas mažindamas šių paslaugų teikimo kaštus bei paprastindamas jų gavimą, gerina viešųjų paslaugų kokybę. Jos tampa lankstesnės bei skaidresnės.
4. *Vieno langelio principas:* vieno langelio valdžios prielaida yra visų viešojo valdymo institucijų informacinių ir komunikacinių technologijų sistemų sujungimas. Įgyvendinus šį principą, vartotojas gali naudotis visomis viešojo administravimo sektoriaus teikiamomis paslaugomis bei gauti naudingą informaciją viename valstybiniame portale.

5. *Paslaugų suskirstymą pagal poreikių grupes*: multikultūrinis viešųjų paslaugų vartotojo srautas motyvuoja viešąją instituciją vystyti individualiai orientuotą teikiamų paslaugų ir informacijos suskirstymą.
6. *Pasirinkimo alternatyvos*: Įgyvendinus informacijos viešumo fazę atsiranda daugiau pasirinkimo galimybių informacijai ir viešajai paslaugai gauti. Paslauga teikiama ne tik tiesioginio kontakto su viešojo sektoriaus institucijos darbuotoju metu, bet ir telefoninių konsultacijų, trumpųjų tekstinių žinučių ar kompiuterio, naudojančio internetinę aplikaciją, dėka, tuo metu kai jos reikia.
7. *Žinių vadybos principų adaptavimas*: Šį punktą galima suskirstyti į keletą dalių:
 - a. Globalaus žinojimo adaptavimas vietiniams poreikiams;
 - b. Lengvesnė ir greitesnė prieiga prie naudingų žinių ir sprendimų;
 - c. Geresnis veikslių suderinamumas;
 - d. Žinių sklaida tarpinstituciniame lygmenyje.

Silpnybės:

1. *Konfidencialumas*: dalis informacijos cirkuliuojanti viešajame sektoriuje yra konfidenciali (pvz: asmens duomenys, nes elektroninių paslaugų teikimo tendencijų plėtra didina valstybės gaunamos asmens identifikavimo informacijos apimtį). Atsižvelgiant į tokios informacijos apsaugos aspektus, ji negali būti prieinama visiems.
2. *Privatumo problemos dvilypumas*: teisė apsaugoti asmens (verslo subjekto) duomenis ir konstitucinė asmens (verslo subjekto) teisė gauti pageidaujamą informaciją.
3. *Informacijos perteklius ir suprantamumas*: Lietuvoje puikus pavyzdys yra elektroninis pajamų deklaravimas, siekiant susigražinti pajamų mokesčio permoką. Valstybinės Mokesčių inspekcijos duomenimis, tik 30 % visų pateikiamų deklaracijų yra teisingai užpildytos. Likusi dalis reikalauja vienokio ar kitokio taisymo. Ši problema kartojasi jau keletą metų, nors visa metodinė bei teisinė informacija, reikalinga teisingam deklaracijos užpildymui yra prieinama viešai Mokesčių inspekcijos internetiniame puslapyje. Iš to seka išvada, kad informacijos viešinimas turi būti daromas atsakingai, pasveriant visus už ir prieš. Informacija turi būti suprantama, t.y. viešai pateikiamuose dokumentuose reikėtų vengti tarptautinių žodžių pertekliaus ar įmantrių stilistinių konstrukcijų. Taip pat priminiam viešosios paslaugos vartotojui pateikiamos informacijos kiekis neturėtų viršyti būtino minimalaus kiekio, t.y. informacijos turį būti tiek kiek reikia, o ne tiek kiek jos yra (sukauptos per laiką, nagrinėjančios visus ne standartinius, bet tikėtinius aspektus ir pan.)
4. *Daugiakalbiškumas*: nereikia pamiršti, jog gyvename multikultūrinėje terpėje, kurios įvairumą kiekvieną dieną didina globalizacijos procesas (puikus pavyzdys: Lietuvos įstojimas į Europos Sąjungą). Šalyje gyvenantys kitataučiai ar į ją atvykstantys kitos šalies svečiai turi tokią pačią

teisę naudotis valstybės teikiamomis viešosiomis paslaugomis kaip ir teisėti piliečiai. Todėl ypatingos svarbos viešojo sektoriaus institucijų internetiniuose puslapiuose informacija turi būti teikiama ne tik gimtąja kalba.

Apibendrinant aukščiau pasakyta, galima teigti, jog ryšių su visuomene priemonių naudojimas šioje e. valdžios fazėje pirmiausia orientuotas visuomenės informavimą. Viešosios institucijos ryšių su visuomene priemonių dėka turi informuoti visuomenę apie naują valdžios išraišką ir jos teikiamus privalumus eiliniam piliečiui. Pirmiausia apie informacijos prieinamumo perspektyvas ir iš to gaunamą naudą: valstybinės intelektualinės kompetencijos pasiekiamumą, vieno langelio principu teikiamų paslaugų patogumą, laiko ir finansinių resursų taupymą ir panašius. Taip pat, apie valdžios instituto skaidrumo ir atskaitingumo perspektyvą. Pirmoje e. valdžios fazėje naudojamos ryšių su visuomene priemonės turi visuomenėje padėti palankios e. valdymui ir e. komunikavimui pozicijos pagrindus. Tai yra pirminis visuomenės nuomonės formavimo proceso taškas.

Antroje e. valdžios įgyvendinimo fazėje ryšiai su visuomene pereina į kitą kokybinį lygį ir jų poveikis orientuojamas į kitus aspektus.

2-oji fazė – Komunikavimas: piliečių dalyvavimas valdyme (e. komunikavimas)

Informacijos paviešinimas, tai tik pirmas žingsnis einant link e. valdžios įgyvendinimo. Vienas iš e. valdžios tikslų piliečių įtraukimas į valdymo procesą. Kartu su viešojo sektoriaus darbuotojais piliečiai turėtų dalyvauti visuose politikos formavimo cikluose ir visuose valdymo lygiuose. Piliečių pasitikėjimas valdymo institucijomis tiesiogiai proporcingas jų dalyvavimui valdymo procese.

Ryšių su visuomene priemonių dėka viešojo sektoriaus institucijos gali propaguoti interaktyvaus komunikavimo idėją. Tai savotiškai naujas sprendimų priėmimo metodas, kai viešojo sektoriaus institucijos, naudodamos informacines-komunikacines technologijas į politikos formavimą įtraukia piliečius.

Šioje fazėje interaktyvi e. valdžia apima du komunikavimo būdus:

- Kontaktinės valstybinių institucijų informacijos pateikimas internetiniame puslapyje;
- Atsiliepimų/komentarų laukeliai, kuriuose piliečiai gali pareikšti savo poziciją priimamų teisinių dokumentų ar viešojo valdymo institucijų vykdomų projektų klausimu. Tobulesnė tokio komunikavimo forma – piliečių-valstybės forumai. Šie suteikia galimybę žmonėms

pasikeisti idėjomis, reikšmingomis pastabomis aktualių problemų klausimu bei sukuria sąlygas aktyvumui, kurio nevaržo geografiniai atstumai.

Interaktyvaus komunikavimo teorijose pateikiama visa eilė būdų ir priemonių, kaip sudaryti sąlygas bei skatinti informacinės visuomenės dalyvavimą e. demokratijos procesuose. Apibendrinus, ryšių su visuomene priemonių poveikį reikėtų orientuoti į:

- komunikuojančios (tinklinės) visuomenės, kurioje gyvenantys ir veikiantys žmonės gali įsitraukti į politines diskusijas bei ieškoti būdų, kaip paveikti valdžios politiką ir priimamus sprendimus, formavimą,
- pasyvių viešojo sektoriaus institucijų motyvavimą perkelti savo veiklą į skaitmeninį lygmenį, diegti ir naudoti technologijas, leidžiančias komunikuoti bei pritraukti didesnę grupę piliečių,
- akademinės visuomenės skatinimą bendradarbiauti su valdžios institucijomis, dalyvaujant interaktyviam komunikavimui palankių teisinių ir administracinių sprendimų procese bei kuriant technologinius sprendimus.

Stiprybės:

1. *Atsakingumas*: žmonėms dalyvaujant sprendimų priėmimo procese, visuomenėje formuojasi sąlyginis atsakingumo ne tik už savo veiksmus ir žodžius, bet ir už būsimą rezultatą pojūtis. Tai kaip grandininė reakcija. Atsakingumo pojūtis savotiškai didina piliečio visuomeninę vertę. Ši stumia asmenį pareikšti savo nuomonę ir kituose projektuose. Be to, augantys atsakingumo ir vertės pojūčiai skatina pilietį siūlyti kokybiškai vertingesnius pasiūlymus.
2. *Demokratija*: augantis piliečių dalyvavimas viešojo sektoriaus sprendimų priėmimo procesuose bei įtaka valstybinių institucijų veiksams sąlygoja aukštesnį demokratijos lygį šalyje. Viešai prieinamos paslaugos didina piliečių pasitikėjimą jomis.
3. *Partnerystė*: interaktyvaus komunikavimo ir viešo poveikio galimybė padeda formuoti socialiai ar ekonomiškai orientuotoms grupėms, siekiančioms konkrečių tikslų. Jos, dalyvaudamos viešose diskusijose, savotiškai skatina įsijungti ir kitas panašių tikslų siekiančias grupes. Tai būdinga tiek eiliniam piliečiam, tiek ir verslo subjektams .
4. *Nauji komunikavimo šaltiniai*: interaktyvus komunikavimas naudingas ne tik piliečiams, bet ir valstybei. Tai puikus būdas išreikšti abiejų šalių pozicijas ir išsiaiškinti nuomones.
5. *Paslaugų kokybės gerinimas*: Grįžtamasis ryšys susiformuojantis interaktyvaus komunikavimo metu leidžia geriau reaguoti į piliečių požiūrį apie teikiamų paslaugų kokybę. Taip pat suteikia galimybę įtraukti juo į paslaugų tobulinimo procesą.

6. *Pilietinio intelektualinio kapitalo (toliau - IK) pritaikymas*: Net vertinant faktą, kad viešąsias paslaugas teikianti institucija disponuoja vertinga informacija, bet be adekvataus IK jos nebus pakankamai efektyvios. Minėtos paslaugos turi būti grindžiamos išmintingais sprendimais. Išmintingi sprendimai paremti duomenimis, informacija, žiniomis (išreikštinėmis, neišreikštinėmis) bei intuicija¹².

Silpnybės:

Milica Howell ir Ross Ferguson¹³ suformulavo žemiau išvardintus pavojus, kurie gali trikdyti visuomenės dalyvavimą sprendimų priėmimo procese:

1. *Socialinis išskirtinumas*: Minėto straipsnio autoriai, socialinio išskirtinumo faktoriumi įvardina Interneto prieigą. Reikia pripažinti, jog Lietuvoje ne tik Internetas, bet ir kompiuteris vis dar yra prabangos prekė, ypač mažų miestelių ir kaimų gyventojų tarpe. Nors dažnas iš mūsų, gyvenančių Vilniuje, jau nebeįsivaizduojame gyvenimo be šių darbo, ryšio bei naujos informacijos gavimo priemonių.
2. *Tokenizmas*: Milica Howell ir Ross Ferguson teigia, jog tai – tendencija, pakviesti visuomenę dalyvauti interaktyviam bendravime, bet po to ją ignoruoti. Anglų-Lietuvių kalbos žodyne, šis žodis dar reiškia simbolišką, tik dėl akių vykdomą priemonę. Šis bruožas labai dažnai jaučiamas mūsų valstybėje vykdomų visuomenės apklausų akcijose. Verta dar kartą prisiminti, jog vienas iš e. valdžios veikimo tikslų – skatinti visuomenę dalyvauti sprendimų procese. Mano nuomone, piliečių nuomonės nepaisymas, prieš tai prašant ją pareikšti, etikos požiūriu didesnis nusižengimas demokratijai, nei pilietinės teisės reikšti savo nuomonę ignoravimas.
3. *Technokratija*: Nereikia užmiršti, jog e. valdžia yra demokratinis sprendimų priėmimo būdas, pažangias technologijas naudojantis kaip komunikavimo priemonę. Tad itin svarbu, jog e. valdžios instrumentus kuriantys žmonės orientuotųsi į pagrindinius e. valdžios tikslus, o ne į pažangių technologijų galimybių tyrinėjimą.
4. *Technologinis valdymas („Moderation“¹⁴)*. Interaktyviame komunikavime labai svarbu rasti pusiausvyrą tarp būtinos priežiūros bei procesų valdymo ir netaktiško kišimosi bei totalitariško kontroliavimo. Kiekviename forume reikalingas asmuo, kuris stebėtų diskusijos taisyklių laikymosi, vertintų pasisakymų etiškumą kitų forumo dalyvių atžvilgiu, užtikrintų grįžtamąjį ryšį forumo dalyviams. Bet, dažnai pasitaiko, jog forumą prižiūrinti institucija ar asmuo:
 - ✓ subjektyviai vertina pasisakančių pozicijas ir neleidžia, jų manymų, ne teisingoms nuomonėms išvysti dienos šviesą;
 - ✓ riboja forumo dalyvių ratą, vėlgi vadovaujantis subjektyviais kriterijais;

¹² Augustinaitis A. Žinių vadybos metodai: autorizuota metodinė medžiaga. Vilnius: LTU Leidybos centras, 2004. P. 43

¹³ Howell M., Ferguson R. Designing of public consultation technologies: basic constructional elements and models// <http://www.mruni.lt>

¹⁴ Howell M., Ferguson R. Project: Key Stages of Development of Public Consultations// <http://www.mruni.lt>

- ✓ neformuoja grįžtamojo ryšio, t.y. neinformuoja forumo dalyvių apie priimtus sprendimus ir pan.

Apibendrinant aukščiau pasakytą galima teigti, jog visuomenės dalyvavimas sprendimų priėmimo procese yra vienas iš pagrindinių e. valdžios koncepcijos tikslų.

Pirmiausia šiam tikslui pasiekti naudojamos ryšių su visuomene priemonės. Jų tikslas galėtų būti padalintas į sudėtinius tarpinius tikslus:

1. Tęsimas visuomenės informavimo darbas. Tik šioje fazėje ryšių su visuomene priemonės atskleidžia naujas komunikavimo galimybes, kurias suteikia IK technologijų integravimas viešojo sektoriaus ir piliečio bendravimo procese.
2. Grįžtamojo ryšio formavimas. Pirmiausia tai visuomeninio intelektualinio kapitalo integravimas į valdžios sprendimų priėmimo procesą. Ryšių su visuomene priemonių formuojamo grįžtamasis ryšio dėka „išmintingi sprendimai“ pasiekia valdžios institutą. Taip pat, grįžtamasis ryšys padeda gerinti e. paslaugų kokybę.
3. Ryšių su visuomene priemonės, ypatingai orientuotos į socialinius aspektus, stiprina visuomenėje bendruomeniškumo, identiteto bei e. demokratijos principus. Be to, šių priemonių dėka visuomenės narių tarpe formuojasi atsakingumo už savo sprendimus jausmas.

3-ioji fazė – Pilnos elektroninės viešosios paslaugos (transakcijos)

Verslo pasaulyje plačiai naudojamos e. verslo praktikos taikymas viešajame administravime tapo puikia prielaida pilnai išbaigtoms elektroninėms viešosioms paslaugoms teikti ir dar labiau padidino viešųjų paslaugų prieinamumą.

Informacinės visuomenės plėtros komiteto užsakymu sukurtoje informacinėje sistemoje „Valdžios elektroniniai vartai“ pateikiamas toks viešosios e. paslaugos apibrėžimas:

Viešoji paslauga – teisės aktais nustatyta duomenų, informacijos bei dokumentų teikimas, kurio procedūros atliekamos asmens buvimo vietoje bei jo pageidavimu, skaitmeniniu būdu per internetą ar (ir) kitomis telekomunikacijų priemonėmis ir apima visą gyventojų bendravimą su viešojo administravimo subjektais [www.evaldzia.lt].

Galima teigti, jog pilna viešoji paslauga apima: i) paslaugos užsakymą bei patvirtinimą, jog paslauga užsakyta, ii) paslaugos apmokėjimą bei iii) paslaugos gavimą (jei tai leidžia technologinės galimybės) naudojantis internetinėmis aplikacijomis (internetinėmis priemonėmis namuose, pašto

skyriuose, prekybos centruose ir pan.) arba kitomis komunikavimo priemonėmis (telefonu, trumpąja tekstine žinute).

Svarbus tai, jog visas paslaugos teikimo procesas nuo pradžios iki galo vykėtų be fizinio biurokratinės institucijos įsikišimo. Žinoma, kaip ir kiekvienoje e. valdžios įgyvendinimo fazėje, šioje taip pat yra savų pliusų ir minusų.

Stiprybės:

1. *Kaštų taupymas*: kaip ir ankstesnėse fazėse, pilnos elektroninės viešosios paslaugos mažina paslaugų teikimo kaštus. Kad ir elementarių administracinių sąnaudų paslaugų užsakymo formų popieriniams blankams, transporto išlaidoms, patiriamoms keliaujant iš vienos institucijos į kitą, ir pan. mažėjimas.
2. *G2B ir B2G sąveikavimo gerinimas*: valdžios ir verslo struktūrų santykių perkėlimas į skaitmeninę plotmę gerina tarpusavio komunikavimą. Toks komunikavimas mažina korupcijos (kyšio) galimybę bei didina lygiateisiškumą tarp skirtingų „svorio kategorijų“ verslo subjektų. Valstybinių institucijų sprendimai verslo subjektų atžvilgiu taip pat tampa skaidresni. Lengvina atskaitomybės procesą (pvz. elektroninis deklarasavimas, mažina eiles valstybinėse institucijose bei paprastina įmonės apskaitininko darbą), paprastina ir greitina valdžios ir verslo institucijų komunikavimą.
3. *G2C ir C2G sąveikavimo gerinimas*: šiame punkte taip pat galima pakartoti analogiškus faktus apie korupciją, lygiateisiškumą, atskaitingumą bei skaidrumą, kaip ir valstybės santykiuose su verslu.
4. *E. verslui palankios aplinkos formavimas*: pilnų elektroninių viešųjų paslaugų teikimui reikalinga atitinkama teisinė bazė. Valstybinės institucijos formuodamos elektroninių paslaugų teikimui palankią teisinę bazę, tuo pačiu skatina verslo subjektus perkelti dalį savo veiklos į elektroninę plotmę.

Silpnybės:

1. *Įsipareigojimų pasiskirstymas*: viešojo administravimo sektorius institucijų įsipareigojimais pasiskirsto skirtinguose politiniuose lygmenyse, tokiuose kaip nacionalinis, regioninis ar lokalinis. Be to, šis sektorius padalintas į gausybę departamentų, kurie dažnai būna išsidėstę skirtingose geografinėse vietose. Tai komplikuoja vieningos aiškios informacinė - komunikacinė infrastruktūros, reikalingos transakcijoms atlikti, sukūrimą.
2. *Technologinės bei procesinės problemos*: skirtingos institucijos ir jų departamentai naudoja įvairius informacinių technologijų ir komunikacinius sprendimus. Taip pat naujas viešųjų paslaugų teikimo principas reikalauja vidinių darbo procesų pakeitimo.

3. *Privatumas*: Problema atsiranda kai piliečių privati informacija, dažnai papildomi asmens identifikavimo duomenys, ne reikalingi transakcijai atlikti, kaupiami kartu su pirminiais asmens duomenimis ir tampa antrinio naudojimo, atliekamo verslo subjektų ir/ar valstybės, objektu.
4. *Departamentų tarpusavio komunikavimas*: kai kurie valstybinių įtaigų departamentai neturi galimybės keistis informacija su kitais arba, kaip minėjau, ji gali būti konfidenciali, tad keitimasis ja su reikalingų įgaliojimų neturinčiais asmenimis gali prieštarauti teisiniams informacijos apsaugos aspektams.

Trečiojoje e. valdžios įgyvendinimo fazėje ryšių su visuomene priemonės be informavimo funkcijos, atlieka skatinamąją, t.y. skatina piliečius naudotis e. paslaugomis. Ryšių su visuomene priemonės šioje fazėje turėtų akcentuoti viešųjų paslaugų išbaigtumą ir teikiamą ypatingą naudą jų naudotojams.

Pagrindiniai akcentai, kuriuos ryšių su visuomene priemonės šioje fazėje turėtų išryškinti yra viešųjų paslaugų skaidrumas ir lygiateisiškumas. Internetinių technologijų dėka teikiamos paslaugos apsaugo jų vartotojus nuo korupcijos, kyšio ar susijusių asmenų sindromo.

Visose trijose valdžios įgyvendinimo fazėse yra tam tikrų neigiamų aspektų, kurie trikdo sklandų e. valdžios ir e. paslaugų sklaidos procesą. Ryšių su visuomene priemonių dėka viešosios institucijos gali informuoti savo piliečius apie galimus neigiamus aspektus ir būdus jų išvengti. Tų pačių technologijų dėka, viešosios institucijos gali panaudoti galimas e. valdžios įgyvendinimo silpnybes savo įvaizdžio gerinimui. Viešosios institucijos gali pateikti visuomenei neigiamų aspektų eliminavimo būdus ir taip užsidirbti sau papildomus plusus visuomenės akyse.

Apibendrinus aukščiau aptartus faktus, galima teigti, jog ryšiai su visuomene yra būtini e. valdžios įgyvendinimo procese. Viešosios institucijos jų dėka informuoja visuomenę. Sudarydamos sąlygas dvipusiam komunikavimui, šios institucijos ne tik įtakoja piliečių nuomonę, bet ir gauna atsakymus į joms rūpimus klausimus. Tokiu būdu pozicijos formavimo procese galima laviruoti tarp kraštutinių nuomonių ir formuoti bendrą e. valdžiai palankią visuomenės nuomonę. E. valdžios principų ir e. paslaugų sklaidą tiesiogiai priklauso nuo visuomenės požiūrio ir jos informuotumo.

Kas slypi po komunikavimo, visuomenės nuomonės formavimo bei ryšių su visuomene sąvokomis atskleidžia kitas skyrius. Jame aptariamas ryšių su visuomene sąvokos kitimas, visuomenės nuomonės sąvoka ir jos formavimosi ir formavimo ypatumai bei komunikavimo modeliai ir ryšių su visuomene priemonių sklaidą į interaktyviąją terpę.

2. Ryšiai su visuomene - viena iš e. valdžios tikslų įgyvendinimo priemonių

Nagrinėjant valdžios transformacijos procesą į e. valdžią ypatingai akcentuojamas ryšių su visuomene priemonių vaidmuo e. valdymo procese. Minėtos priemonės ne tik padeda skatinti transformacijos sąlygojamus teigiamus aspektus, bet ir išryškinti, spręsti bei užkirsti kelią neigiamiems.

Kaip formavosi ir keitėsi ryšių su visuomene sąvoka skirtingais laiko etapais aptaria žemiau einantis poskyris.

2.1. Ryšių su visuomene transformacija istoriniame kontekste

Fraser P. Seitel¹⁵ savo knygoje teigia, jog ko gero pirmasis ryšių su visuomene kaip reiškinių apibrėžimas pateikiamas Biblijoje „To do good, and communicate, forget not.“ Išvertus iš anglų kalbos šis apibrėžimas reiškia „Daryk gera ir bendrauk, nepamiršk to“.

Manoma, jog ambicingiausios universalios ryšių su visuomene apibrėžimo paieškos vyko 1975 m., kai Viešųjų ryšių tyrimo ir ugdymo fondas¹⁶ surinko šešiasdešimt penkis geriausias viešųjų ryšių specialistus į mokslinę konferenciją. Šios konferencijos metu buvo išanalizuoti 472 skirtingi viešųjų ryšių apibrėžimai ir pasiūlytas vienas:

„Viešieji ryšiai yra savita vadybos funkcija:

- padedanti sukurti ir palaikyti abipusį komunikavimą, supratimą, pritarimą ir bendradarbiavimą tarp organizacijos ir jos „publikos“ (organizacijai svarbios visuomenės dalies);
- apimanti problemų valdymą;
- padedanti vadybai būti informuotai ir reaguoti į visuomenės nuomonę;
- apibrėžianti ir akcentuojanti vadybos pareigą tarnauti visuomenės interesams;
- padedanti vadovybei neatsilikti nuo ir efektyviai pasinaudoti naujovėmis (pasikeitimais);
- tarnaujanti kaip pirminė įspėjimo sistema, padedanti numatyti tendencijas;
- kaip pagrindines savo veiklos priemones naudojanti tyrimo bei sveiko ir etiško komunikavimo technikas.”

1980 m. Jungtinių Amerikos Valstijų Viešųjų ryšių asociacija pasiūlė tokį paprastą viešųjų ryšių apibrėžimą, susidedantį iš dviejų dalių:

¹⁵ Seitel F. P. The practice of Public relations (5th edition). New York: Macmillan Pub. Co., 1995. P. 664

¹⁶ Foundation for Public Relations Research and Education

- Viešieji ryšiai padeda organizacijai ir jos „publikoms“ abipusiai prisitaikyti vienas prie kito;
- Viešieji ryšiai tai organizacijos pastangos laimėti jai svarbių žmonių grupių bendradarbiavimą.¹⁷

Lietuvos Ryšių su visuomene specialistų sąjunga teigia, jog “ryšiai su visuomene kuria ir įgyvendina komunikaciją - kaip supratimą, pritarimą, institucijos ir atitinkamos auditorijos susijungimą ar bendradarbiavimą, sprendžia įvairias problemas, informuoja visuomenę, sudaro nuomonę apie individą ar instituciją, kuria palankų požiūrį į juos.”¹⁸

Apibendrinant aukščiau pateiktus ryšiai su visuomene apibrėžimas, galima teigti, jog tai savita vadybos funkcija, padedanti formuoti ir palaikyti abipusį komunikavimą, supratimą, sutarimą ir bendradarbiavimą tarp institucijos ir jos tikslinių grupių.

Žvelgiant į ryšių su visuomene sąvokos transformaciją, galima pastebėti kaip laiko atžvilgiu keitėsi minėtas reiškinys. Vystantis mokslui, technologijoms, keičiantis tradicinei visuomenės sandarai ryšių su visuomenė reiškinio svarba valdžios institucijoms su kiekvienais metais įgudavo vis didesnę reikšmę.

Atitinkamai buvo koreguojami ir ryšių su visuomene apibrėžimai. Ryšių su visuomene reiškinio evoliuciją puikiai atspindi klausimai, kuriuos įmonės užduodavo savo viešųjų ryšių konsultantams. 1980 metų pabaigoje James’as Dowling’as, buvęs Burson-Marsteller, vienos didžiausių pasaulinės viešųjų ryšių agentūros, direktorius, savo interviu New York Times laikraščiui pateikė tokią minėtų klausimų kitimo tendenciją:

1950-ais metais organizacija savo viešųjų ryšių konsultanto klausdavo:

“Kaip mes tai turėtume pasakyti?”

Socialiniu požiūriu audringais 1960 ir 1970-aisiais, ta pati organizacija klausdavo: "Ką mes turėtume pasakyti?"

1980-ais metais ji klausia: "Ką mes turėtume padaryti?"¹⁹.

Reziumuojant aukščiau pasakyta, galima teigti, jog ryšių su visuomene reiškinio kitimą labiausiai įtakojo visuomenės kokybinė kaita bei nuolatinė visuomenės nuomonės transformacija. Minėtos nuomonės įtakojimas „reikiama“ linkme yra pagrindinis e. valdymo iššūkis, nuo pat šio interaktyvaus valdžios instituto atsiradimo. Todėl kitame poskyryje aptariama visuomenės nuomonės formavimosi ir formavimo aspektai.

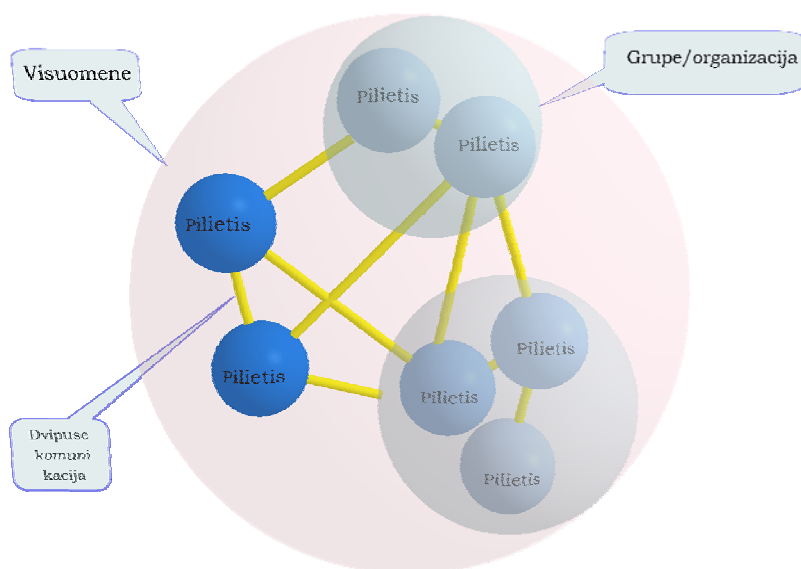
¹⁷ Seitel F. P. The practice of Public relations (5th edition). New York: Macmillan Pub. Co., 1995. P. 664

¹⁸ <http://www.lrvs.lt>

¹⁹ Seitel F. P. The practice of Public relations (5th edition). New York: Macmillan Pub. Co., 1995. P. 664

2.2. Visuomenės nuomonės formavimasis ir formavimas e. valdžios sąlygomis

Visuomenę sąlyginai galima įvardinti pagrindine e. valdžios tiksline grupe. Traktuoti ją kaip vienetą būtų neteisinga. Ši plati bendrinė sąvoka sudaryta iš daug atskirų dalyvių, kurie veikdami ir komunuodami tarpusavyje formuoja vieningą visumą, kurią į atskiras grupes dalina geografiniai, amžiaus, socialiniai skirtumai. Šiuolaikinių technologijų sklaidos dėka atsiradusi interaktyvus komunikavimo galimybė sujungia, kartais iš pirmo žvilgsnio net nesujungiamas žmonių grupes. Visuomenės modelis grafiškai pavaizduotas paveikslėlyje Nr. 2.



2 pav. Komunuojančios visuomenės sandara

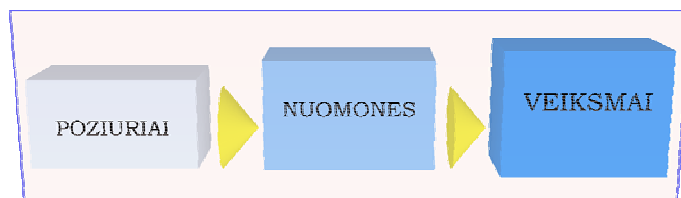
Komunuavimo metu visuomenės nariai keičiasi ne tik informacija, bet ir asmeninėmis nuomonėmis. Šis nuomonių pasikeitimas įtakoja abi komunuojančias puses ir keičia jų pozicijas.

Tenka pripažinti, jog dažnai sunku pakeisti vieno žmogaus nuomonę, nekalbant apie žmonių grupę ar visos valstybės piliečių poziciją. Nepaisant to, esminės ryšių su visuomene pastangos orientuotos į jos pakeitimą „reikalingos“ pozicijos link .

Vertėtų konstatuoti, jog didžioji dalis viešojo sektoriaus ryšių su visuomene programų formuojamos tam, kad:

1. įtikinti žmones pakeisti jų nuomonę konkrečiais klausimais (apie viešąją paslaugą ar instituciją);
2. išsiaiškinti „neinformuotas“ ar „neišvystytas“ nuomones;
3. sustiprinti egzistuojančias palankias nuomones.

Tam, kad viešosios institucijos pasirinktų teisingas poveikio priemones, jos turi žinoti visuomenės nuomonės formavimosi procesą. Galime teigti, kad nagrinėjamoje visuomenės grupėje vyrauja tam tikras jos narių požiūris į konkrečią problemą. Kai šis požiūris (požiūrių visumą) tampa vyraujančiu, t.y. ypatingai paplinta tarp grupės narių, jis transformuojasi į tos visuomenės grupės nuomonę. Visuomenės grupės nuomonei stiprėjant ji perauga į konkrečius veiksmus.



3 pav. Visuomenės nuomonės formavimasis

Visuomenės nuomonė atspindi konsensuą, atsirandantį tarp daugelio tarpusavyje derančių individualių nuomonių. Jos, savo ruožtu, yra grindžiamos asmeniniais požiūriais į konkrečią problemą.

Viešųjų ryšių specialistui svarbu „teisingai“ įtakoti asmens požiūrį. Fraser P. Seitel²⁰ teigia, jog požiūris gali būti suprantamas „tiek kaip polinkis apie tam tikrą problemą galvoti tam tikru būdu, tiek kaip ir tai kaip asmuo vertina konkrečią problemą“. Be to, požiūrio formavimąsi įtakoja tam tikri subjektyvūs ir objektyvūs faktoriai, kaip, kad asmeniniai – fiziniai ir emociniai individo bruožai (amžius, socialinė statusas), kultūriniai – tam tikros geografinės teritorijos kultūrinė aplinka ir gyvenimo būdas (Japonija vs Lietuva), išsilavinimas – asmens išsilavinimo lygis ir kokybė, šeimos įtaka – dažniausiai vaikai „paveldi“ savo tėvų skonį, politinius įsitikinimus ir pan., religija, socialinė klasė ar etninė kilmė.

Be aukščiau išvardintų, visuomet išlieka tikimybė, jog požiūrį įtakos situacinis faktorius ar visuomenės narių išankstinis nusistatymas į problemą.

Setel F. P.²¹ savo knygoje pažymi, kad, J.E. Grunig ir T. Hunt tvirtino, jog yra trys visuomenės nuomonės evoliucijos stadijos:

1. latentinė, kai visuomenė dar neidentifikavusi problemos;
2. ją identifikavusi visuomenė pereina į supratimo (žinojimo) stadiją;
3. trečiojoje, visuomenė suvokia problemą ir imasi veiksmų, jai spręsti.

²⁰ Seitel F. P. The practice of Public relations (5th edition). New York: Macmillan Pub. Co., 1995. P. 664

²¹ Seitel F. P. The practice of Public relations (5th edition). New York: Macmillan Pub. Co., 1995. P. 664

Svarbiausia viešajai institucijai apčiuopti visuomenės nuomonę supratimo stadijoje ir komunikuoti bei įtakoti ją, kai visuomenė dar nesiėmė konkrečių veiksmų ir nesusiformavimo nusistatymo prieš.

Kad komunikavimas su visuomene būtų maksimaliai naudingas, institucija turi išskirti tikslines visuomenės grupes arba publikas. Tam, reikia atsakyti į klausimus:

- ❖ su kuo institucijai reikėtų formuoti vienokius ar kitokius santykius? Reikia įvertinti tikslinės publikos svarbumą ir naudingumą institucijai, ir
- ❖ ką šie žmonės turėtų galvoti apie ją? Kaip institucija turi pakeisti tikslinės publikos nuomonę?

E. valdžios požiūriu viešojo sketoriaus institucijų pagrindinės publikos yra:

1. Piliečiai: pavieniai žmonės ir jų bendruomenės (G2C);
2. Verslo struktūros: pelno ir nepelno siekiančios organizacijos (G2B);
3. Asociacijos ir kitos nevalstybinės organizacijos (G2B);
4. Masinio informavimo priemonės (mano nuomone, neteisinga būtų šią publiką priskirti prie G2B santykių. Reikėtų pisminti, jog žiniasklaida vadinama „ketvirtąja valdžia“);
5. Kitos viešojo sektoriaus institucijos: nacionalinės, lokalinės valdžios įstaigos ir sąjunginės struktūros (Europos Sąjungos, Nato ir t.t. institucijos) (G2G);
6. Vidinė institucijos publika: darbuotojai (G2G).

Apibendrinant aukščiau išdėstytus faktus, galima suformuluoti pagrindinį viešosios institucijos tikslą - teisingai įtakoti minėtas publikas, t.y. pritraukti jas intensyviai dalyvauti viešojo konsultavimo procese.

Reziujuojant, ryšius su visuomene galima apibrėžti kaip keturių funkcijų visumą:

- * tyrimas, padedantis išsiaiškinti bendrą situaciją, tikslinės visuomenės grupės sudėtį ir jos požiūrį į problemą,
- * veikimas, veiksmų programos formulavimas. Veiksmų programa turi atsakyti į du pagrindinius klausimus: ką ir kaip reikia padaryti,
- * komunikavimas su tiksline visuomenės dalimi, formuojant jos supratimą ir skatinant pritarimą,
- * komunikavimo poveikio visuomenei įvertinimas.

2.3. Komunikavimo modeliai ir ryšių su visuomene priemonės

Ryšių su visuomene evoliuciją e. valdžios įgyvendinimo procese galima suskirstyti į savotiškas fazes.

Dr. Michael L. Turney²² išskiria tris ryšių su visuomene fazes:

1. *Viešumo fazė*: kai formuojamas institucijos ar viešosios paslaugos žinomumas. Žinomumo sąvoką sudaro sąmoningumas (pvz. politinis arba pavadinimo, formos ir pan. įsisavinimas) ir pripažinimas. Šioje fazėje ryšių su visuomene specialistai dirba naudodami reklamos (propagavimo) principus, kai svarbiausias informacinės žinutės skleidimo tikslas yra pasiekti kuo platesnę auditoriją.

Šiai fazei būdingas vienpusis komunikavimas su visa visuomene, nesirenkant tikslnio kontingento. Pagrindiniai informacijos platinimo kanalai yra spauda, televizija ir kitos masinio informavimo priemonės. Visos viešųjų ryšių specialistų pastangos sutelktos į informacijos viešumo mąstą. Ryšių su visuomene akcijos rezultatai matuojami informacinės žinutės transliacijos laiku ir dažnumu įvairiose televizijos ir radijo laidose bei publikavimo dažnumu spaudoje. Tokių publikacijų tikslas pranešti ir priminti visuomenei apie instituciją ar viešąją paslaugą.

2. *Aiškinimo fazė*: kai poveikio grupei stengiamasi teikti pilną informaciją, o akciją organizuojanti institucija aiškiai deklaruoja savo veiksmų priežastis. Taip tikimasi supažindinti tiksline visuomenės dalį su faktu, sulaukti šios grupės palankumo ir suformuoti jos nariams poziciją, jog tik šios organizacijos paslaugas jie nori gauti ir tik minėta organizacija gali suteikti pilnavertes paslaugas. Šiai fazei būdingas principas, jog žinutės gavėjai turi suprasti ir pritarti (pripažinti) ją siunčiančios organizacijos poziciją.

Aiškinimo fazėje iš esmės taip pat pasireiškia vienpusis komunikavimas, nors kartais tikimasi ir grįžtamojo ryšio. Priešingai nei pirmoje, šioje fazėje ryšių su visuomene specialistai tiksline auditoriją aprūpina „tinkama“ informacija ir aiškina institucijos, organizuojančios ryšių su visuomene akciją, veiksmų priežastis ir tikslus.

Aiškinimo fazėje vyksta aukštesnio lygio komunikavimas nei viešumo, bet viepusis komunikavimas visuomet bus labai savaudiškas institucijos požiūris.

3. *Abipusės satisfakcijos fazė*: kai organizacijos, kreipdamosis į savo klientus, orientuojasi į abipusiai naudingus sprendimus. Šioje fazėje didžiausias dėmesys skiriamas grįžtamojo ryšio žinutėms iš poveikio grupės narių. Šių žinučių dėka suformuojamas esamos viešosios nuomonės „paveikslas“. Jis tampa atspirties tašku tolesniam visuomenės nuomonės formavimui.

Šioje fazėje vykstantys veiksmai grindžiami dvipusiu komunikavimu, derybomis ir kompromisais. Jai būdingas kryptingas tikslinių grupių elgsenos formavimas.

²² Professor of communication, Communication Department Northern Kentucky University, USA

Kuo tvirtesnės institucijos atvirumo ir suderinamumo su savo „klientais“ vertybės, tuo geresnė jos reputacija visuomenėje. Tuo lengviau tokiai institucijai formuoti palankią jai visuomenės nuomonę. Kaip ir dviejose primose fazėse, ši taip pat turi savo plusų ir minusų. Geriausia šioje fazėje vykdomų veiksmų sėkmės formulė yra J.E. Grunig mintis: „*dvipusiai simetriniai ryšiai su visuomene yra daug efektyvesni, nei dvipusiai asimetriniai*“.

Reziūmavus faktus, tenka pripažinti, jog nėra nei vieno universalaus modelio, kurį viešojo sektoriaus institucija galėtų taikyti visose gyvenimo situacijose. Renkantis visuomenės poveikio metodus, nevertėtų prisirišti prie vieningo komunikavimo sprendimo. Institucija turėtų formuoti individualias ryšių su visuomene strategijas, orientuotas į jos tikslines grupes, siekiamų tikslų pobūdį ir pan.

Pagrindiniai tradiciniai ryšių su visuomene instrumentai yra šie:

- ✓ *Darbas su visuomenės informavimo priemonėmis*: interviu spaudos leidiniams, radijui, televizijai, spaudos konferencijos, laidos apie instituciją per radiją ir televiziją, redakciniai straipsniai, reportažai ir pan.;
- ✓ *Ryšių su visuomene renginiai*: konferencijos, seminarai, jubiliejinės šventės, apdovanojimų įteikimas, atvirų durų dienos ir pan.;
- ✓ *Ryšių su visuomene kampanijos*: fotokonkursai, aukcionai socialiniams tikslams ir pan.;
- ✓ *Publikacijos*: ataskaitos apie institucijos būklę, prospektai, brošiūros, institucijos laikraščiai ir pan.;
- ✓ *Pokalbiai*: pranešimai, prezentacijos, pokalbių šou, diskusijos ant podiumo ir pan.;
- ✓ *Kiti*: dalyvavimas institucijai ir visuomenei svarbiuose renginiuose bei akcijose, mokslo, meno, sporto rėmimo fondai, premijos ir pan.

Natūralu, jog vystantis technologijoms ir plečiantis interaktyvaus komunikavimo apimtims, dalis ryšių su visuomene persikėlė iš paprasto komunikavimo į skaitmeninį, savo tikslams pasiekti naudojantys intelektualias komunikavimo technologijas. Todėl verta aptarti ir interaktyvius ryšius su visuomene bei jų įgyvendinimui naudojamą priemones.

Interaktyvūs ryšiai su visuomene: Technologijų amžiuje didžioji dalis viešojo bendravimo persikėlė į skaitmenį lygmenį. Ryšiai su visuomene ne išimtis. Veiksnius, sąlygojusius ryšių su visuomene transformaciją, galima suskirstyti į keletą kategorijų:

Spartus technologijų vystymasis, reikalaujantis kitokio, o kartais visiškai naujo požiūrio į buvusius įprastus dalykus.

Piliečiai, viešosios paslaugos vartotojai, tampa vis labiau technologiškai pažangesni. Jiems jau nebe pakanka būti „įtakotiesiems“. Jie nori dalyvauti sprendimų priėmimo procese, patys daryti poveikį kitiems ir skleisti savo žinias bei pozicijas.

Viešųjų ryšių politiką įgyvendinančios institucijos pažangių technologijų dėka grįžtamojo ryšio sulaukia greičiau, nei naudodamosi įprastomis komunikavimo priemonėmis. Tai leidžia aktualiu laiku identifikuoti naujas problemas bei tikslingai reaguoti į senų sprendimo proceso pokyčius. Be to, greitas grįžtamasis ryšis padeda laiku pajusti tikslinės grupės nuotaikų ir pozicijų kaitas ir įvertinti komunikavimo naudingumą.

Internetinės technologijos suteikia daugiau galimybių suskirstyti viešosios paslaugos vartotojus pagal poreikių grupes. Viešosios institucijos internetiniame puslapyje pateikiama informacija individualizuojama, orientuojantis į konkrečias tikslines piliečių grupes, pvz. naudojantis gyvenimiškų situacijų matricos principu.

Visuomenės ir tikslinės grupės sąvokos transformuojasi. Dabar jas galima suskirstyti į lokalias ir globalias. Šiuolaikinės technologijos suteikia galimybę ignoruoti geografinius apribojimus..

Dar vienas veiksnys, paskatinęs ryšių su visuomene veiklos perėjimą į interaktyvų lygmenį yra naujai susiformavusi sąlyginio atstumo tarp įtakojančio ir įtakojamojo mažėjimo tendencija. Interaktyvios ryšių su visuomene priemonės yra „arčiau adresato“²³, nei masinio informavimo priemonės. Šis faktas kol kas atrodo šiek tiek ginčytinas, ypač vertinant galimybės naudotis IK technologijomis apimtis skurdžiose ar socialiai nepakankamai subrendusiose visuomenėse.

Išvardinus priežastis, paskatinusias ryšių su visuomene priemonių persikėlimą į interaktyviąją terpę, tenka pripažinti, jog interaktyvios technologijos yra ryšių su visuomene dabartis. Tradiciniai ryšių su visuomene principai išlieka tie patys, keičiasi tik technologijos, kurių dėka jie įgyvendinami. Taip plečiasi komunikamo geografinis ir galimybės.

Tinklinio komunikavimo priemonės ir reikalavimai joms: tinklinės interaktyvios technologijos suteikia galimybę jų naudotojams komunikuoti tokių pagrindinių priemonių dėka:

1 lentelė: Tinklinio komunikavimo priemonės

Komunikavimo priemonė	Komunikavimo tipas
El. paštas	Vienas su vienu
Internetinis puslapis, intranetas ir klientų extranetas	Vienas su daugeliu ir daugelis su daugeliu
Pokalbių svetainės, konferencijos ir pokalbių	Vienas su vienu, vienas su daugeliu ir daugelis

²³ Online PR basics: use the internet to create broader and more targeted communications// www.online-pr.com

forumai	su daugeliu
Formos (nuo svečių knygų iki lankytojų prieigos išrašų)	Vienas su vienu ir vienas su daugeliu
Virtualios diskusijos, vykdomos daugialypės (“multimedia”) įrangos ir internetinio ryšio dėka	Vienas su vienu, vienas su daugeliu ir daugelis su daugeliu
Virtualūs telefoniniai pokalbiai	Vienas su vienu
Tinklinės radio programos	Vienas su daugeliu
Kita: technologiniai sprendimai, kurie pasaulyje jau egzistuoja, bet man nėra žinomi (dėl techninių žinių tūkumo)	

Šios technologijos leidžia piliečiams komunikuoti, užduoti klausimus ir gauti atsakymus, reikšti nepasitenkinimą, keisti informacija ir formuoti santykius su kitais komunikuojančios visuomenės nariais.

Viešoji institucija minėtų technologinių sprendimų pagalba turi:

- * pritraukti publikas dalyvauti interaktyviame komunikavime su valdžios institucijomis: reikšti savo poziciją spęstinų problemų klausimais, teikti pasiūlymus ir pageidavimus, dalintis savo patirtimi.
- * formuoti skaidrios ir patikimos institucijos įvaizdį. Natūralu, jog 100 % publikos dalyvavimas viešajame konsultavime yra neįmanomas, bet jo apimtis galima įtakoti. Jei institucija save pozicionuoja patikima organizacija:
 - ~ kurioje dirba profesionalų komanda, išmananti savo darbą,
 - ~ kurios darbo principai grindžiami skaidrumu, atskaitingumu ir abipusiai naudingumu komunikavimu,
 - ~ kurioje laikomasi informacijos apsaugos ir konfidencialumo reikalavimų;
 - ~ kuri tvarkingai ir atsakingai formuoja grįžtamąjį ryšį,
 - ~ kuri yra inovatyvi ir lanksti.

Apibendrinant aukščiau pasakytus faktus, reikėtų pastebėti, jog šiame technologiniame amžiuje viešojo sektoriaus institucijos propaguojančios e. valdžios principų bei e. paslaugų sklaidą turėtų derinti tradicinius ir interaktyvius ryšių su visuomene priemones. Vieningo komunikavimo modelio nebuvimas ir visuomenės narių e. įtraukimo apimtys kol kas neleidžia valdžios sektoriui naudotis tik interaktyviomis ryšių su visuomene priemonėmis. Vienalytis visuomenės informavimo

ir nuomonės formavimo sprendimas nepasiektų dalies tikslinės grupės, kurioje galbūt suformuoti ypatingai vertingi išmintingi sprendimai.

Kaip ir kokios ryšių su visuomene priemonės naudojamos užsienio šalių viešųjų institucijų vykdomuose visuomeniniuose projektuose aprašyta kitame skyriuje.

3. Ryšių su visuomene priemonių naudojimas visuomeniniuose užsienio šalių projektuose

E-konsultacijos apima visuomenės dialogą, struktūrizuotą visuomenės įtraukimą į konsultavimosi procesą naudojant IK technologijas. Tam, kad visuomenės nariai dalyvautų minėtose konsultacijose svarbu ne priversti juos dalyvauti, o pakeisti jų požiūrį „dalyvaujančios“ pozicijos link. Viešojo sektoriaus institucijos turėtų atskirti du momentus: vienkartinį piliečių pritraukimą dalyvauti diskusijoje ir jų vidinės nuostatos transformavimą. Aptarinėdama ryšių su visuomene principus minėjau, jog visuomenės nario požiūrio kryptinga sklaida tam tikroje visuomenės grupėje, formuoja apibendrintą nuomonę. Ši su laiku transformuojasi į veiksmą. Tad itin svarbu visuomenės elgesį įtakoti pirminėje jo formavimosi stadijoje, t.y. formuojantis visuomenės narių požiūriams.

E. valdžios sąlygomis veikianti institucija sau reikalingą konsultacijos dalyvių auditoriją gali įtakoti ryšių su visuomene priemonių dėka. Šiandieninėje interaktyvaus komunikavimo kultūroje formuojasi naujas terminas e. propagavimas (*e-advocacy*). Kai informacijos sklaida vyksta ne tiek informavimo, bet būtent įtikinimo ir nuomonės pakeitimo tikslais. Galima teigti, jog tai savotiška ryšių su visuomene strategijos išdava.

Kaip vyksta konsultacijos ir kokiomis priemonėmis pritraukti ir įtakoti visuomenę naudojasi kitos pasaulio šalys? Atsakymus į šiuos klausimus galima rasti žemiau pateiktuose kitų šalių geros praktikos pavyzdžiuose.

3.1. Jungtinės Karalystės „geros praktikos“ pavyzdys

Jungtinės Karalystės interaktyvaus komunikavimo specialistų pozicija teigia, jog tinkamos ir nuosekliai vysktančios politikos sėkmingo formavimo pagrindas yra visuomenės dalyvavimas. Piliečių įtraukimas į procesą verčia juos jaustis savotiškai atsakingais už rezultatą. Todėl, piliečių motyvacija, formuojanti reikalingus pasikeitimus ir pageidaujimą rezultatą, turi būti aiški ir įtikinama.

Jungtinės Karalystės specialistų gerą praktiką puikiai atspindi Prestono miesto tarybos projektas E. miesto projektas²⁴. Šio projekto tikslas buvo interaktyvių technologijų pagalba sujungti miesto bendruomenę, skatinti ją dalyvauti miesto politikos formavime ir palengvinti patį dalyvavimo procesą.

Visuomenės formavimas. Žinių visuomenė susideda iš atskirų individų, savyje fokusuojančių individualias žinias ir nuomones, poreikį dalintis jomis ir gauti naujas bei dalyvauti visuomeniniuose procesuose. Svarbu pavienius atstovus sujungti į visuomeninę visumą. Tuomet juos galima lengviau įtakoti ir aguti norimą rezultatą.

Fisuomenės formavimo procese Jungtinės Karalystės atstovai išskiria keletą žingsnių:

1. Aiškūs ir realūs visuomenės tikslai. Pirmiausia reikia žinoti kokia visuomenė yra dabar: išskiriant bendrą ir individualias pozicijas, ir kuria linkme norima ją transformuoti. Šioje stadijoje ypatingai svarbus realumo pojūtis. Abstrakcijos ir numanomus formuojant tikslus ateityje gali pakišti koją visam projektui.
2. Tikslios ir protingos priežastys. Viešojo sektoriaus institucija formuojanti sau palankią visuomenę, turi įvardinti priežastis, kurios skatins pileičius prisijungti prie visuomenės ir aktyviai joje dalyvauti.
3. Patikimos technologinės priemonės. Jei technologinės priemonės, kurių dėka viešoji institucija formuoja visuomenę yra sunkiai prieinamos, nepatogios vartotojui ir reikalauja ypatingų žinių, jų dėka minėta institucija vykdys visuomenės antiformavimo kompaniją.
4. Kvalifikuotas komunikuojantis personalas. Itin svarbu, jog viešosios institucijos personalas tiesiogiai bendraujantis su visuomenės nariais:
 - ❖ suprastų visuomenės poreikius ir gebėtų klausytis jos narių balso,
 - ❖ suprastų savo svarbą užimamoje pozicijoje;
 - ❖ kvalifikuotai atliktų jiems paskirtas užduotis.
5. Kantrybė, nes visuomenės formavimas, nuo individų masės iki solidžios ir sukomplektuotos visuomenės - reiklus ir trunkantis laiko atžvilgiu procesas.
6. Bendravimas su sudėtinėmis visuomenės dalimis. Visuomenė yra kompleksinis junginys, kuriame nuolat vyksta individualių pozicijų kaita. Kartais tam tikros individualios nuomonės stiprėjimas trikdo visuomenės vieningumą ir suponuoja jos skaldymosi procesą. Todėl būtina fiksuoti besiformuojančius lyderius ir transformuoti jų nuomones visuomenei palankia linkme.

²⁴ E-City Preston - Bridging the Digital Divide

7. Lankstumas. Transformuojant visuomenę svarbu nepamiršti savęs. Viešojo sektoriaus organizacija privalo klausyti ir išgirsti visuomenės balsą bei keisti savo nuostatas. Galima teigti jog piliečiams ne taip skaudu negauti atsako, kaip sulauti jiems nepalankaus.
8. Pozicijos pastovumas. Viešoji institucija, kas savaitę keičianti savo nuomonę labai greitai praras visuomenės narių pasitikėjimą. Tai nereiškia, jog institucijos nuomonė turi būti statiška. Svarbu, jog tiek pozicijos lankstumas, tiek ir pastovumas turi vadovautis “protingumo” kriterijumi.

Visuomenės skatinimas. Visuomenės skatinimas gali būti atliekamas dviem pagrindiniais būdais, t.y. naudojant IK technologijas ir tradicines ryšių su visuomene priemones. Pagrindiniai IK technologiniai sprendimai, naudojami formuojant visuomenės poziciją ir skatinant ją naudotis e. paslaugomis:

1. Internetinis puslapis. Miesto internetinis puslapis, kuriame yra nuorodos (ir atvirkščiai) į bendruomeninius portalus bei galimybė ir instrukcijos bendruomenei kurti savo internetinius puslapius. Miesto taryba skatino bendruomeninių portalų, kuriuose derinama aukštas portalo funkcionavimo lygis ir į vartotoją orientuotas paprastas naudotis, Microsoft Word programos pagrindu sukurtas portalų turinio valdymo principas. Minėti portalai sujungė Prestono miesto Tarybos internetinį puslapį su savanoriškų ir bendruomeninių organizacijų, parapijos tarybos bei miesto Tarybos narių internetiniais puslapiais.
2. Elektroninis paštas su integruota video funkcija²⁵ (toliau – video el. paštas). Vieningos visuomenės formavimas ir jos įtakojimas, suteikiant visuomenės nariams galimybę naudotis nemokamu video el. paštu. Jungtinės Karalystės ekspertai tam siūlo panaudoti interaktyvių internetinių kioskų tinklą (11 topių kioskų fiksuojama 13.000 prieigų per mėnesį)
3. Radijo programos transliuojamos interentinės aplikacijos dėka. Miesto taryba remdama miesto ribose veikiančios bendruomeninės radijo stoties transliacijas, gali formuoti “reikalingą” bendruomenės poziciją. Pirmiausia, skatinti ją naudotis interaktyviomis technologijomis. Taip pat skatinti mokytis bei tobulinti savo e. įgūdžius, reikalingus radijo programų klausymui ir savo radijo programų kūrimui.
4. Diskusijos: naudojant elektroninių pašto adresų sąrašus ir/arba interaktyvių forumų technologijomis.
5. Bendruomenės bevielės internetinės priemonės²⁶ — miesto Taryba užtikrina bevielio interneto prieigų sukūrimą savanoriškų ir bendruomeninių organizacijų bei projekte

²⁵ Video e-mail

²⁶ Community wireless Internet facilities (WiFi)

numatytuose biuruose, visuomeninės paskirties pastatuose, Centrinio Lankšyro universitete bei Prestono koledže²⁷ ir įvairuose klubuose, baruose, visuomenės lankomose vietose.

Pagrindinis tikslas suteikti visuomenei prieigą ir skatinti ją naudotis esamomis ir naujomis e. paslaugomis interaktyvių technologijų dėka. Šį tikslą galima pasiekti:

- ❖ tradicinių ir interaktyvių ryšių su visuomene priemonių dėka formuoti palankią vietinės bendruomenės poziciją e. paslaugų atžvilgiu,
- ❖ minėtomis priemonėmis kurti interaktyvių technologijų pagalba teikiamų paslaugų pridėtinę vertę visuomenės akyse,
- ❖ suteikiant bendruomenės nariams galimybę gauti:
 - * pradinį ar papildomą išsilavinimą IK technologijų srityje,
 - * nuolatinę pagalbą naudojantis IK technologijomis.

Apibendrinant, galima pasakyti, kad minimi tikslai pasiekiami integruojant individualius e. inovacinius, tame tarpe ir interaktyvius bei tradicinius, ryšių su visuomene sprendimus į egzistuojančius procesus.

Projekto nauda piliečiams, Prestono miesto Tarybai ir kitoms vietinės valdžios institucijoms.

1. Pirmiausia žinių visuomenės formavimas. Įdiegus minėtas interaktyvias technologijas buvo vykdomi atitinkami mokymai projekte dalyvavusioms grupėms ir piliečiams. Mokymai buvo organizuoti taip, jog besimokantieji buvo suskirstyti į keletą kategorijų. Pradedantieji išklause IK technologijų ir naudojimosi jomis pagrindų, tobulėsi vartotojai - ECDL²⁸ programą, o aukštesnio lygio ir piliečius konsultuosiantys specialistai dalyvavo specialiuose mokymuose.
2. Bevielio interneto prieigos formos naują miesto koncepciją – Prestonas tapo e. miestu. Tai formuoja naują miesto įvaizdį šalyje. Be to, miesto bendruomenė gaus papildomas galimybes naudotis interaktyviomis technologijomis.
3. Galimybė piliečiams ir jų grupėms kurti savo puslapius.
 - a. Pirmiausia tai būdas jiems rėlamuoti save. Tuo pačiu, tai galimybė naudotis e.verslo teikiama nauda, t.y. alimybė savo puslapiuose realizuoti e.paslaugų prinipus. Bendruomeninės organizacijos savo interentiniuose puslapiuose galės realizuoti prekių/paslaugų užsakymo ir atsikaitymo už jas technikas.
 - b. Internetinės puslapis ir jame integruotos komunikavimo technologijos suteikia daug galimybių kominikuoti tarpavyje: pilietis su piliečių, pilietis su organizacija,

²⁷ University of Central Lancashire, Preston College

²⁸European Computer Driving License - Europos kompiuterio vartotojo pažymėjimas

organizacijos su organizacijosmis ir t.t. Informacijos, žinių, nuomonių sklaida padeda formuotis sveikai ir brandžiai komunikuojančiai žinių visuomenei.

4. Video el.paštas, padės stiprinti etnines bendruomenes. Pavyzdys, neangliakabiai Prestono studentai. Jie galės siųsti video pranešimus savo draugams ir/ar artimiesiems gimtąja kalba. Taip jie puoselės savo etninį ir kultūrinį identitetą.
5. Bendruomenės narių ir grupių, kuriamos radijo programos. Miesto taryba suteikė galimybę bendruomenei kurti keletą radijo laidų transliuojamų miestos interenetinės radijo stoties. Šių laidų dėka miesto bendruomenė gali spręsti miestui aktualius klausimus ir tobulinti savo laidų kūrimo įgūdžius.

Šiame projekte pritaikytos inovacijos pagerina ne tik bendruomenės galimybes naudotis e. valdžios paslaugomis, bet ir skatina jų naudojimą. Taip pat padeda formuoti glaudesnius ryšius tarp miesto tarybos, bendruomenės ir jos partnerių, gerina jų e. įgūdžius ir lengviną priėmimą rpei visuomeninės informacijos.

Interaktyvių technologijų dėka atsirandantys inovatyvūs visuomeniniai tinklai ir paslaugos formuoja naujus veiklos standartus viešojo sektoriaus institucijoms. Tuo pat metu, gerinama bendradarbiavimo struktūra.

3.2. Jungtinių Amerikos Valstijų „geros praktikos“ pavyzdys

Jungtinėse Amerikos Valstijose (toliau JAV) vyraujanti pozicija dėl interaktyvių ryšių su visuomene technologijų naudojimo visuomeniniuose projektuose puikiai atspindi žemiau pateiktas PEOPLink²⁹ organizuoto projekto pavyzdys.

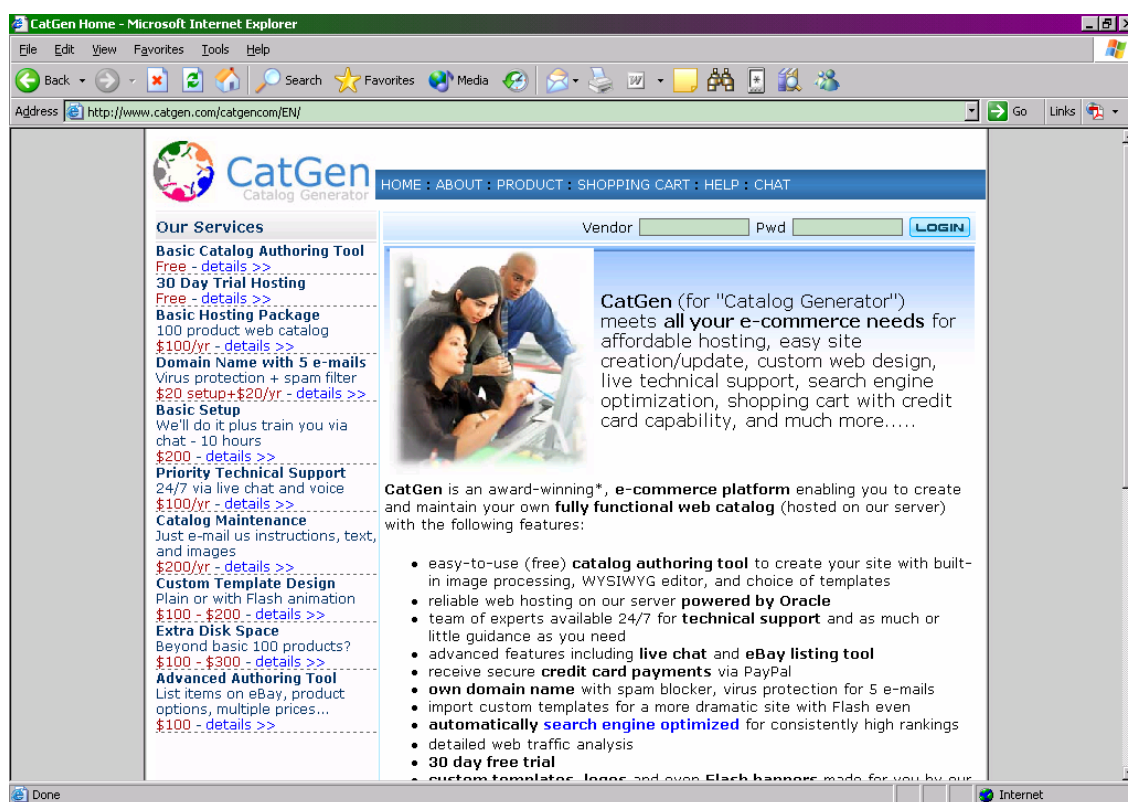
Projekto pavadinimas: „E. verslo sistema skirta vietiniams, kaimo vietovėse gyvenantiems amatininkams“³⁰.

Projekto priešistorė: 1996 metais buvo sukurtas “PEOPLink” tinklalapis. Jo dėka Lotynų Amerikos amatininkai gavo galimybę pardavinėti produktus JAV interesantams ir kurti savo internetinius puslapius. Šio projekto idėja buvo internetinių technologijų dėka pagelbėti neturtingųjų gaminamoms prekėms patekti į išsivysčiusio pasaulio didmenininkų ir pirkėjų akiratį, taip didinant vietinių kaimiečių ir amatininkų pajamas bei skleidžiant ir išsaugant jų kultūrinį identitetą. 1999 metais buvo sukurta “PEOPLink” CatGen įranga (“katalogų kūrimui”).

²⁹ Merilende (Maryland, USA) veikianti nepelno siekinati organizacija padedanti smulkaus ir vidutinio verslo įmonėm, www.peoplink.org

³⁰ PEOPLink E-commerce system for rural, indigenous craft producers, USA

60 prekybos partnerių, atatsovaujančių 100.000 amatininkų darbą, veikiančių 22 šalyse sukūrė savo puslapiu šio projekto dėka. Didžiąją dalį minėtų amatininkų sudaro vietinės moterys, savo šeimoms kasdien uždirbačios 1–2\$.



4 pav. CatGen įranga³¹

Šio projekto dalyviai, gaunantys realią naudą:

1. Minėti 100.000 (skaičius vis auga) skurdžių amatininkų. Pirmiausia tai papildomos pajamos ir “darbo vietos” kūrimas. Taip pat skaitmeninės edukacijos sklaida. Šios visuomenės grupės nariai interaktyvių technologijų dėka turi galimybę dalyvauti visuomeniniuose procesuose ir stiprinti savo kultūrinį identitetą.
2. Tarptautinė Alternatyvios prekybos federacija (IFAT³²). Ši federacija turi galimybę naudotos vieno langelio principu ir propaguoti prekes/paslaugas naujiems pirkėjams.
3. Vystymo agentūros paplitusios visame pasaulyje, ieškančios skaitmeninės edukacijos sklaidos ir e. komercijos bei e. komunikavimo propagavimo būdų.
4. Išsivysčiusio pasaulio pirkėjai, turintys galimybę plėsti savo kultūrinio pažinimo akiratį skaitydami informaciją internetiniuose gamintojų kataloguose.

Projekto partneriai.

³¹ www.catgen.com

³² International Federation for Alternative Trade

Šiame projekte dalyvavo Pasaulio Bankas, Jungtinių Tautų organizacijos savanoriškosios struktūros ir Ekonominio augimo Afrikoje programos specialistai, Afrikos, Ekvadoro, Brazilijos ir Indijos prekybos agentūros, Tarptautinė Alternatyvios prekybos federacija ir k.t.

IK technologijų vieta šiame projekte.

CatGen yra į klientą orientuotas, klientas-serveris principu veikiantis e.verslo sprendimas. Jį nemokamai galima persikelti iš www.catgen.com. CatGen programa automatiškai sukuria naują internetinį puslapį ir/ar atnaujina informaciją jau egzistuojančiame. Vartotojai tekstinę ir grafinę informaciją apie prekes/paslaugas surenka ir sudeda į programą nenaudodami interneto. Informacijos patalpiniui internete pakanka prisijungti internetinės aplikacijos dėka prie programos, kuri per 10-15 sekundžių sudeda tekstinę ir grafinę informaciją reikiamose vietose.

Reikia pastebėti, šio projekto internetiniai puslapiai atlieka dvi pagrindines funkcijas: skatina e.prekybą ir socialinės gerovės augimą bei tarnauja kaip ryšių su visuomene priemonė.

E.prekybos skatinimo ir socialinių problemų sprendimo pavyzdžiai:

- Skurdžių regionų gyventojai turi galimybę užsidirbti sau pragyvenimui.
- Šio projekto dėka skurdžiose šalyse propaguojamas ir nuolatos plečiasi smulkus verslas. Pajamų, gaunamų iš smulkaus verslo objektų augimas gerina bendrą neišsivysčiusių šalių ekonominę ir socialinę situaciją.
- Galimybė bendruomenė nariams dirbti ir smulkaus verslo plėtra kuria, ne tik mažina bendrą nedarą lygį, bet ir kuria naujas darbo vietas.
- Amatininkų grupės turi galimybę tiesiogiai kontaktuoti su perpardavėjais ir/ar pirkėjais ir reaguoti į jų poreikius bei užsitikrinti sau geresnę kainą.
- Perpardavėjai pageidauja gauti gaminių pavyzdžius prieš pirkdami prekę arba pareikšti savo pageidavimus (pvz.: dėl prekės dizaininio sprendimo). Internetinės aplikacijos dėka grafinė medžiaga perduodama greitai, taip taupant abiejų pusių laiką. Šis sprendimas suteikia galimybę didesnėms firmoms sėkmingai dirbti su mažais amatininkų kooperatyvais. Ir t.t.

Kaip minėjau, internetinis puslapis atlieka ryšių su visuomene priemonės rolę, nes:

- jo dėka viešojo sektoriaus institucijos skurdžiose visuomenėse propaguoja e. prekybos galimybes,
- galimybė puslapio dėka gauti apčiuopiamą naudą, skatina visuomenės e. įgūdžių formavimąsi. E. įgūdžių sklaida trečiojo pasaulio šalyse yra gan problemiška sritis. Finansinės naudos gavimo faktorius skurdžiose bendruomenėse formuoja savotišką e. įgūdžių augimo grandininę reakciją.

- skatina vietinių moterų integraciją į pilnavertę komunikuojančią visuomenę. Projekto vykdytojų tyrimų duomenimis, pirmieji ir pagrindiniai internetinio puslapio teikiamų paslaugų naudotojai buvo vietinės moterys. Jų dalyvavimas šiame projekte ne tik padeda spęsti skurdo eliminavimo klausimą, bet ir mažina skaitmeninio nekvalifikuotumo bei atskirtumo problemas žemo išsivystymo lygio regionuose.
- pirkėjų tarpe šio projekto internetinis puslapis atlieka kultūrinio identiteto sklaidos funkciją bei skatina išsivysčių šalių asmenis remti skurstančias bendruomenes,
- puslapyje esančioje pokalbių svetainėje piliečiai, visuomeninių organizacijų nariai, tarpininkai ir pirkėjai turi galimybę išsakyti savo pageidavimus, taip formuodami grįtamąjį ryšį suinteresuotiems diskusijų dalyviams bei įtakoti kitų komunikuojančiųjų pozicijas.

3.3. Australijos Brisbena miesto „geros praktikos“ pavyzdys

Brisbena³³ miesto tarybos projektas. Šio projekto esmė pritraukti piliečius dalyvauti kultūriniuose procesuose.

Projekto tikslas: Brisbena miesto taryba nusprendė išplėsti Chermisaido³⁴ bibliotekos paslaugų spektrą, papildomai sukuriant paslaugas, reikalingų vieningos visuomenės formavimui. Tam tikslui buvo nuspręsta įkurti Chermisaido Bendruomenės Klubą.

Klubas, be architektūrinių sprendimų sujungiančių biblioteką su Chermisaido Vandens poilsio centru bei formuojančių patrauklesnį klubo įvaizdį, dar:

- ❖ turėjo trečdaliu padidinti bibliotekos teritoriją, kurios dėka bendruomenėje formuotą žinių visuomenę,
- ❖ jame turėjo atsirasti du papildomi susitikimų kambariai, kuriuose bendruomenės nariai galėtų organizuoti viuosmeninius renginius, dalintis patirtimi, stiprinti savo kultūrinį identitetą,
- ❖ jame turėjo būti sukurta 10 papildomų kompiuterinių darbo vietų, turinčių prieigą prie interneto, tam, kad bendruomenės nariai galėtų naudotis globalios žinių visuomenės resursais bei dalyvauti interaktyviose konsultacijose.

Ryšų su visuomene metodai naudoti šiame projekte. Bendruomenės skatinimas dalyvauti šiame projekte buvo vykdomas nuo pat pradžių. Šis dalyvavimas turėjo suformuoti bendruomenėje nuosavybės, pasididžiavimo ir atsakomybės jausmą nuo projekto pradžios iki pabaigos.

³³ Brisbane, Kvynslendo valstijos (Queensland state) sostinė ir didžiausias miestas; įkurtas Britų kaip pataisos kolonija, 3-ias pagal dydį Australijos miestas

³⁴ Chermiside Library, Brisbane City

Renkantis ryšių su visuomene priemonės projekto metu itin didelis dėmesys buvo skiriamas tam, jog šios priemonės įtakotų tikslinę auditoriją, t.y. tą bendruomenės dalį, kuri realiai naudosis centro paslaugomis.

Reikia pastebėti, kad žinutės, kuria siekiama formuoti palankią bendruomenės poziciją, poveikis tiesiogiai priklauso nuo naudojamų jos perdavimo priemonių. Šio projekto vykdytojai pasirinko skirtingas ryšių su visuomene taktikas. Vietinės bendruomenės informavimui ir skatinimui dalyvauti šiame projekte buvo naudojamos dvejopos ryšių su visuomene priemonės:

❖ tradicinės:

- projekto skrajutės išsiųstos bendruomenės nariams paštu,
- projekto propagavimo medžiagos dalinimas Chermisaido bibliotekoje ir vandens poilsio centre,
- projekto ir dalyvavimo jame propagavimo konferencijos.

❖ interaktyvios:

- kompaktinės plokštekės, kuriuose pateikiame visa medžiaga apie projektą ir nuorodos į grįžtamojo ryšio kanalus,
- projekto internetinis puslapis, kuriame buvo panaudota „banerio“ funkcija,
- interaktyvios bendruomeninės diskusijos internetinės aplikacijos pagalba su bendruomenės nariais ir bendruomeninėmis organizacijomis,
- interaktyvios atsiliepimo-nuomonių anketos.

Šie ryšių su visuomene metodai garantavo ne tik maksimalų bendruomenės įtraukimą į projekto įgyvendinimą, bet ir atsižvelgimą į realius „tikrųjų“ paslaugos naudotojų poreikius. Taip pat ryšių su visuomene priemonių dėka gautas grįžtamasis ryšys padėjo įvertintų bendruomenės dalyvavimo šiame projekte lygį. Tai leidžia daryti prielaidą, kad vykdant kitus projektus galima tikėtis analogiško arba bent jau panašaus bendruomenės dalyvavimo potencialo.

Projekto įgyvendinimo pasekmės-rezultatai:

1. Unikali vieta bendruomenės narių susitikimams ir socialinėms, kultūrinėms ar pramoginėms veikloms vystyti, t.y. savo bendruomeninio bei kultūrinio identito stiprinimas komunikuojančioje visuomenėje.
2. Žinių visuomenės formavimasis. Šio projekto dėka bendruomenės nariai gali įprastu ir interaktyviu būdu naudotis miesto tarybos bibliotekos paslaugomis bei gauna prieigą prie bibliotekoje saugomos informacijos.
3. Puiki analogiškų projektų įgyvendinimo bei pozityvaus visuomenės dalyvavimo (ir pirmiausia jos įtraukimo) patirtis. Šis projektas – visuomenės dalyvavimo, kuris davė teigiamų rezultatų pavyzdys. Projekto įgyvendinimo metu nebuvo gauta jokių neigiamų atsiliepimų.

4. Nauja aiški ir nuosekli bendruomenės įtakojimo patirtis: kontaktavimo, komunikavimo, organizavimo, derybų ir visuomenės “sujungimo” įgūdžiai.
5. Naujos informacijos sklaidos galimybės: vidiniai bendruomenės tinklai (bendruomenės intranetas ir t.t.).
6. Nuosavybės pojūčio formavimas bendruomenėje.
7. Partnerystės formavimas tarp vietinės bendruomenės, bendruomeninių organizacijų, verslininkų ir valdžios instituto.

Aukščiau aprašyta Jungtinės Karalystės, JAV ir Australijos visuomeninių projektų patirtis, patvirtina, jog interaktyvios ryšių su visuomene priemonės naudotos viešojo sektoriaus projektuose puikiai papildo, o kai kuriuose iš jų net ir visiškai pakeitė tradicines. E. valdžios principais veikiančios viešojo sektoriaus institucijos privalo išnaudoti tuimus interaktyvius resursus visuomenei įtakoti.

Apibendrinant užsienio šalių geros patirties pavyzdžius, galima reziumuoti, jog ryšių su visuomene priemonės, naudojimas visuomeniniuose projektuose pirmiausia akcentuoja tokių projektų naudą pačiai visuomenei ir formuoja palankų jos požiūrį. Be šių priemonių viešosios institucijos, įgyvendinančios miėtus projektus, patirtų visišką fiasko. Ryšių su visuomene priemonės padeda:

- „pratinti“ visuomenę prie inovatyvių sprendimų ir integruoti juos į kasdieninį piliečių gyvenimą;
- formuoti palankią visuomenės poziciją e. paslaugų ir e. konsultavimosi atžvilgiu. Verta pripažinti, jog dalis, ypatingai skaitmeniškai atskirtos, visuomenės turi savotiškai „peržengti“ tradicinės valdžios ir valdymo suvokimą. Šį peržengimo procesą palengvina ir skatina viešųjų institucijų naudojamos ryšių su visuomene priemonės;
- kurti pridėtinę e. paslaugų vertę visuomenėje, o skeptikų tarpe skleisti šių paslaugų naudingumo ir demokratiškumo idėjas;
- skatinti grįžtamojo ryšio tarp piliečių ir viešojo sektoriaus institucijų formavimąsi;
- skleisti visuomeniškumo, e. demokratijos ir dalyvavimo idėjas;

Be ryšių su visuomene priemonių viešosios institucijos sunkiai galėtų rezultatyviai įgyvendinti viešuosius projektus, o tuo pačiu ir pačius e. valdžios ir e. demokratijos principus.

Naudojantis teorinės medžiagos ir užsienio šalių geros praktikos analizės rezultatais, kitoje darbo dalyje aprašyto tyrimo metu bus analizuojama kaip ir kokios ryšių su visuomene priemonės naudojamos Europos Sąjungos viešuosiuose portaluose ir Lietuvos viešojo sektoriaus institucijose.

4. Ryšių su visuomene priemonių naudojimo galimybių e. valdžios principais veikiančiose institucijose tyrimas

Tyrimą sudaro dvi esminės dalys. Pirmoji, kuri dar skirstoma į dvi sudėtines dalis. Pagal nustatytus kriterijus buvo lyginami atsitiktinai pasirinkti:

- ✓ 14 Europos Sąjungos šalių viešųjų portalų, tame tarpe ir Lietuvos viešasis portalas, ir
- ✓ Lietuvos savivaldos institucijų internetiniai puslapiai.

Šios tyrimo dalies pagrindinis tikslas įvertinti interaktyvių ryšių su visuomene sprendimų naudojimą tarptautiniu mastu šalis reprezentuojančiuose viešuosiuose portaluose ir lokaliu mastu Lietuvos miestų internetiniuose puslapiuose.

Antroji, kurioje buvo vertinami 9 Lietuvos miestų internetiniai puslapiai. Šioje dalyje tyrimui pasirinkti 5 didžiausių ir dar 4 antro didumo Lietuvos miestų savivaldybių internetiniai puslapiai. Šios tyrimo dalies tikslas įvertinti interaktyvių ryšių su visuomene priemonių, naudojamų institucijų internetiniuose puslapiuose, skaitinę išraišką, jų pasiskirstymą ir nestandartinių sprendimų naudojimo tendencijas.

1. Pagrindiniai tyrimo uždaviniai, kurių nuoseklus įgyvendinimas vedė prie užsibrėžtų tyrimo tikslų pasiekimo, yra:
2. Pagrindinių ryšių su visuomene priemonių naudojimo tikslų išskyrimas;
3. Pagrindinių tyrimo kriterijų apibrėžimas ir jų vertinimo metodų pasirinkimas;
4. Analizei reikalingos informacijos surinkimas;
5. Analizės atlikimas ir rezultatų įvardijimas.

Ryšių su visuomene priemonės turi:

- ❖ formuoti interaktyviai aktyvų bendruomenišką e.pilietį,
- ❖ formuoti naują komunikavimo ir šio proceso teikiamos abipusės naudos suvokimą,
- ❖ formuoti dalyvavimo-komunikavimo poreikį piliečių savimonėje ir taip skleisti e.demokratijos principus,
- ❖ skatinti juos dalyvauti ilgalaikiame interaktyviame komunikavime su valdžios institucijomis bei formuoti naują dalyvavimo kultūrą,
- ❖ skatinti juos naudotis visų lygių e. paslaugomis ir:
- ❖ didinti e. įtraukimo apimtį interaktyviai neaktyvioje visuomenės dalyje,
- ❖ plėsti skaitmeninį raštingumą ir formuoti e. įgūdžių plėtrai palankią terpę.

Pagrindiniai kriterijai, kuriais buvo vertinami Europos Sąjungos šalių viešieji portalai ir Lietuvos savivaldos institucijų internetiniai puslapiai pirmoje tyrimo dalyje, yra:

- ❖ e.paslaugų, kaip ryšių su visuomene strategijos įgyvendinimo priemonės, prieinamumo formavimas: daugiakalbiškumo funkcija;
- ❖ bendrapilietiškumo formavimo priemonės: pilietiškumo ir bendruomeninės nuosavybės akcentavimas ir propagavimas – socialiniai projektai, kultūrinio identiteto stiprinimas.

Pagrindiniai kriterijai, kuriais buvo vertinami Lietuvos miestų internetiniai puslapiai antroje tyrimo dalyje, yra:

- ❖ bendrapilietiškumo formavimo priemonės: pilietiškumo ir bendruomeninės nuosavybės akcentavimas ir propagavimas - socialiniai projektai, kultūrinio identiteto stiprinimas;
- ❖ e. paslaugos, kaip ryšių su visuomene strategijos įgyvendinimo priemonės:
 - jų kokybę vertinantys rodikliai: suskirstymas pagal veiklas ir poreikius, vieno langelio principo realizavimas, informacijos viešumo lygis,
 - žinių vadybos principų adaptavimo rodikliai: geros praktikos sklaidos priemonės, globalaus žinojimo adaptavimas, tarpžinybinių veiksmų suderinamumas;
- ❖ įvaizdžio formavimo priemonės: skaidrios, atskaitingos ir lanksčios piliečių poreikiams institucijos statuso formavimas.

4.1. Ryšių su visuomene naudojimo tarptautiniame ir lokaliame viešajame sektoriuje tyrimas

E. paslaugų prieinamumas: Viena iš interaktyvių ryšių su visuomene priemonių, kurios dėka įgyvendinama e. paslaugų prieinamumo formavimo priemone galima įvardinti viešojo sektoriaus institucijos internetinio puslapio daugiakalbiškumo funkciją. Nes:

- e. paslaugų prieinamumas įvairaus etninio statuso visuomenės nariams, suteikiant jiems galimybę naudotis minėtomis viešosiomis paslaugomis:
 - ❖ suteikia piliečiams galimybę dalyvauti e. konsultavimosi procesuose. Taip įgyvendinant vieną iš e. demokratijos principų – pilietinės valios pareiškimą interaktyviomis priemonėmis;
 - ❖ gilinant jų skaitmeninį išsilavinimą ir taip motyvuojant juos daugiau naudotis minėtomis paslaugomis;
- daugiakalbiškumas formuoja palankaus, įvairioms kultūroms bei idėjoms atviro ir intelektualaus internetinio puslapio įvaizdį;

- informacijos teikimas kaimyninių šalių kalbomis, pakelia taip save reprezentuojančią šalį ar šalyje veikiančią instituciją ant aukštesnio laiptelio bendroje šalių viešųjų portalų ir internetinių puslapių masėje. Pasienio regionuose vykstanti neišvengiama kultūrinė asimiliacija skatina lokalinio lygio migraciją. Tad draugiška savo geranoriškiems kaimynams šalis verta atitinkamos pagarbos;
- Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą (toliau- ES) jos teritorija sąlyginai padidėjo iki bendros sąjungos teritorijos dydžio. Vyraujanti intelektualinio kapitalo cirkuliacija, multikultūrinės visuomenės formavimasis, turizmo investicijos ir kiti globalizacijos bruožai ypatingai akcentuoja tiek viešųjų šalies portalų, tiek ir lokalinių viešojo sektoriaus institucijų internetinių puslapių reprezentacinę funkciją.

Šios funkcijos dėka internetinio puslapio kūrėjai gali įtakoti tikslinių grupių poziciją šalies ar institucijos atžvilgiu.

Tarptautiniu mastu Lietuvos viešojo portalo tikslinės grupės, į kurias orientuotas daugiakalbiškumo funkcija yra šios:

- ❖ finansinių resursų investuotojai,
- ❖ turistai,
- ❖ intelektualinio kapitalo savininkai, pasirengę dirbti Lietuvoje,
- ❖ konsulinio sektoriaus darbuotojai,
- ❖ emigravę lietuviai ir
- ❖ kiti užsienio valstybių atstovai, besidomintys Lietuva, jos geografinių, biologinių, kultūriniu paveldu.

Lyginamosios analizės dėka galima įvertinti Lietuvos viešojo portalo reprezentatyvumą skirtingų Europos šalių viešųjų portalų kontekste, pagrindiniu faktoriumi pasirinkus daugiakalbiškumą. Tyrime vertinti žemiau esančioje lentelėje išvardintų užsienio šalių viešieji portalai. Analizės metu buvo akcentuojami du pagrindiniai kriterijai: užsienio kalbų, kuriomis pateikiama portale esanti informacija, skaičius ir įvairovė. Užsienio kalbų įvairovė pateikiama žemiau esančioje lentelėje.

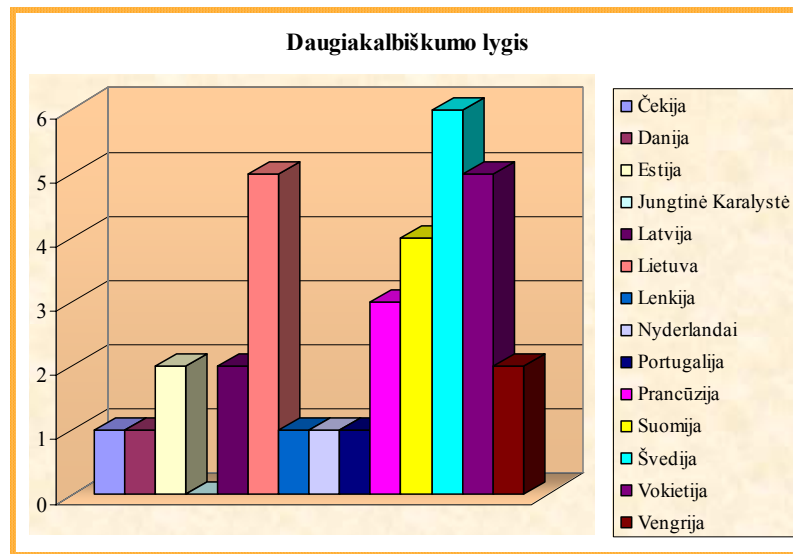
2 lentelė: Užsienio kalbų pasiskirstymas ES viešuosiuose portaluose

Šalis	Užsienio kalbos, kuriomis skelbiama puslapyje esanti informacija				
	Anglų	Vokiečių	Prancūzų	Ispanų	Kita
Čekija	Anglų	-	-	-	-
Danija	Anglų	-	-	-	-
Estija	Anglų	-	-	-	Rusų
Jungtinė Karalystė	-	-	-	-	-
Latvija	Anglų				Rusų

Lietuva	Anglų	Vokiečių	Prancūzų	-	Rusų, Lenkų
Lenkija	Anglų	-	-	-	-
Nyderlandai	Anglų	-	-	-	-
Portugalija	Anglų	-	-	-	-
Prancūzija	Anglų	Vokiečių	-	Ispanų	-
Suomija	Anglų	Vokiečių	Prancūzų	Ispanų	Rusų
Švedija	Anglų	Vokiečių	Prancūzų	Ispanų	*
Vokietija	Anglų	-	Prancūzų	Ispanų	Rusų, Arabų
Vengrija	Anglų	Vokiečių	-	-	-

* - pagrindiniai faktai Švedijos viešajame portale išversti dar į 10 užsienio kalbų.

Skaitinis daugiakalbiškumo funkcijos lygis ES šalių viešuosiuose portaluose grafiškai pavaizduotas žemiau esančiame paveikslėlyje.



5 pav. Daugiakalbiškumo lygis ESviešuosiuose portaluose

Žvelgiant į tyrimo rezultatus galima teigti, jog standartiniai stereotipai galiojantys Europoje šalių vešiesiems portalams negalioja. Puikūs pavyzdžiai Vokietija ir Prancūzija. Vienos didžiausių ES narių, garsiai deklaruojančios savo jėgą ir svarbą, daugiakalbiškumo požiūrių yra atviros bei „draugiškos“ savo kaimynų atžvilgiu. Gan įžeidi atrodo Jungtinės Karalystės pozicija visą informaciją pateikti tik gimtąją anglų kalba.

Lietuvos viešasis portalas minėtų šalių kontekste taip pat sudaro patikimo ir atviro viešojo portalo įvaizdį. Toks platus pasirinkimas įvairiomis užsienio kalbomis gaunamos informacijos kuria mūsų šaliai pridėtinę vertę. Kaip matote, Lietuvos viešasis portalas, tarp 14 ES šalių portalų su Vokietija dalinasi antrąją vietą pagal daugiakalbiškumo funkcijos apimtį. Toks informacijos prieinamumas plačiam interesantų ratui, ne tik formuoja patikimos šalies įvaizdį, bet ir skatina domėtis ja. Tad itin svarbus minėtas daugiakalbiškumo aspektas lokaliame kontekste.

Tam, kad įvertinti daugiakalbiškumo faktoriaus lygį lokaliaje terpėje atlikau pagrindinių Lietuvos regionus reprezentuojančių savivaldos institucijų internetinių puslapių lyginamąją analizę.

Lokaliniu mastu Lietuvos savivaldos institucijų internetinių puslapių tikslinės grupės, į kurias orientuotas daugiakalbiškumo funkcija yra šios:

- ❖ finansinių resursų investuotojai,
- ❖ turistai,
- ❖ intelektualinio kapitalo savininkai, pasirenkę dirbti Lietuvos regionuose,
- ❖ konsulinio sektoriaus darbuotojai,
- ❖ kiti užsienio valstybių atstovai, besidomintys Lietuva, jos geografinių, biologinių, kultūriniu paveldu,
- ❖ savivaldos teritorijoje gyvenantys kitakalbiai Lietuvos ar kitų šalių piliečiai,
- ❖ savivaldos teritorijoje individualia veikla užsiimantys kitakalbiai Lietuvos ar kitų šalių piliečiai.

Šio analizės tikslas, išsiaiškinti, kokiomis užsienio kalbomis galima gauti informaciją mūsų šalies viešojo sektoriaus institucijų internetiniuose puslapiuose. Analizės rezultatai pateikiami žemiau esančioje lentelėje.

3 lentelė: Užsienio kalbų pasiskirstymas Lietuvos internetiniuose puslapiuose

Regionas	Užsienio kalbos, kuriomis skelbiama puslapyje esanti informacija			
	Anglų	Vokiečių	Rusų	Kita
Vilniaus miestas	Anglų	-	-	-
Vilniaus rajonas	Anglų*	-	Rusų*	Lenkų*
Vilniaus apskritis	-	-	-	-
Kauno miestas	Anglų	-	-	-
Kauno rajonas	-	-	-	-
Kauno apskritis	Anglų	-	-	-
Klaipėdos miestas	Anglų	Vokiečių	Rusų	-
Klaipėdos rajonas	Anglų	-	-	-
Klaipėdos apskritis	Anglų	-	Rusų	-
Neringos miestas	Anglų	Vokiečių	Rusų	Prancūzų
Šiaulių miestas	Anglų	-	-	-
Šiaulių rajonas	Anglų	-	-	-
Šiaulių apskritis	Anglų	-	Rusų	-
Panevėžio miestas	Anglų	-	-	-
Panevėžio apskritis	Anglų	-	-	-
Panevėžio rajonas	Anglų	-	-	-
Alytaus miestas	Anglų	-	-	-
Marijampolės miestas	Anglų	-	-	-
Druskininkų miestas	Anglų	Vokiečių	Rusų	Lenkų
Birštono miestas	Anglų	Vokiečių	Rusų	-
Zarasų miestas	Anglų	-	Rusų	-
Visagino miestas	Anglų	-	Rusų	-
Akmenės rajonas	Anglų	Vokiečių	Rusų	-

* - žvaigždutė reiškia, jog lietuviškame internetinio puslapio nuorodos į tekstą žvaigždute pažymėtomis užsienio kalbomis neveikia, t.y. realiai informacija šiomis užsienio kalbomis puslapyje neteikiama.

Multikultūrinei visuomenėje itin svarbi viešojo sektoriaus institucijos internetiniame puslapyje esanti informacijos prieinamumo įvairiomis kalbomis galimybė. Tačiau, kiekviena save gerbianti institucija turi prisiminti, jog daugiakalbiškumo funkcija pirmiausia tarnauja kaip institucijos įvaizdžio formavimo detalė. Vilniaus rajono savivaldybės internetinis puslapis yra puikiausias institucijos antiįvaizdžio formavimo pavyzdys. Puslapyje pateikiamos nuorodos į informaciją anglų, rusų ir lenkų kalbomis neveikia. Šis faktas, regione, kur didžiąją dalį sudaro rusų ir lenkų kalbomis kalbantys piliečiai, ne tik kenkia savivaldybės, kaip institucijos įvaizdžiui, bet ir formuoja priešišką gyventojų nusistatymą. Tuo tarpu ši interaktyvių ryšių su visuomene priemonė turėtų padėti institucijai pritraukti visuomenę dalyvauti valdžios sprendimų priėmimo procese.

Reikia pripažinti, jog paskutiniu metu anglų kalba tapo „neoficialia“ tarptautine kalba, tačiau kai kurių Lietuvos regionų, pasižyminčių ypatingai mišria, etniniu požiūriu, piliečių mase, savivaldos institucijų internetiniai puslapiai nustebino savo nelankstumu.

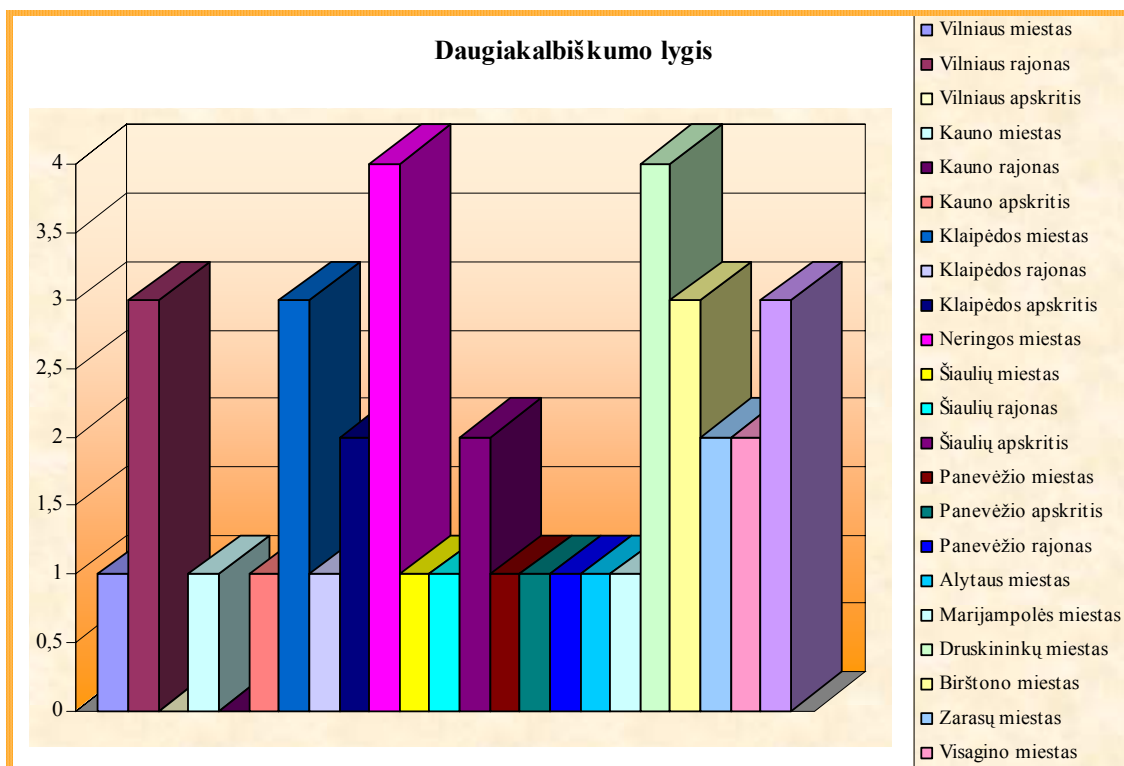
Tokie ne dideli miestai kaip Neringa, Druskininkai bei Birštonas, orientuodamiesi į atvykstančių turistų poreikius, bei Zarasai, Visaginas ir Akmenė, vertindami savo geografinę pozicijas, randa laiko ir lėšų savo internetiniame puslapyje publikuojamą informaciją išversti į vokiečių ir rusų kalbas.

Tuo tarpu, iš penkių didžiųjų Lietuvos miestų tik Klaipėda gali pasigirti tuo pačiu.

Net Vilnius, kuriame nuolatos šurmuliuoja turistų pulkai, kurio apylinkėse gyvena didžioji dalis Lietuvos rusiškai bei lenkiškai kalbančių piliečių, kuris yra mūsų valstybės sostinė ir vizitinė kortelė, sarkastiškai tariant, nesivargina išversti savo internetiniame puslapyje publikuojamos informacijos į kitas užsienio kalbas, išskyrus anglų.

Kaip minėjau, daugiakalbiškumo faktorius atlieka, galima sakyti, pagrindinę institucijos reprezentacinę funkciją (žiūr. E. paslaugų prieinamumas). Todėl svarbu, jog internetiniuose puslapiuose informacija būtų pateikiama kuo daugiau užsienio kalbų, aktualių tikslinių visuomenės grupių dalyviams.

Skaitinė daugiakalbiškumo funkcijos išraiška Lietuvos savivaldos institucijų internetiniuose puslapiuose grafiškai pavaizduota žemiau esančiame paveikslėlyje.



6 pav. Daugiakalbiškumo lygis Lietuvos savivaldos institucijų internetiniuose puslapiuose

Apibendrinant viešųjų portalų ir internetinių puslapių analizę vertinančią e. paslaugų prieinamumo kriterijų, galima teigti, jog tiek ES viešieji portalai, tiek ir Lietuvos savivaldos institucijų puslapiai naudoja e. paslaugų prieinamumo įvairiomis užsienio kalbomis priemonę, kaip netiesioginę, tačiau sudėtinę šalių ir institucijų ryšių su visuomene strategijos dalį. Šis kriterijus ypatingai išryškina institucijos orientaciją į jos tikslines grupes. Internetiniame puslapyje naudojamos užsienio kalbos yra pagrindinė e. paslaugų plėtros priemonė multikultūrinėje visuomenėje. Be šios netiesioginės ryšių su visuomene priemonės e. paslaugų sklaida įterpiama į ribotus geografinius rėmus. Tai prieštarauja vienam iš pagrindinių e. valdžios principų – laiko, aplinkos ir biurokратиškumo neribojamas paslaugų teikimas.

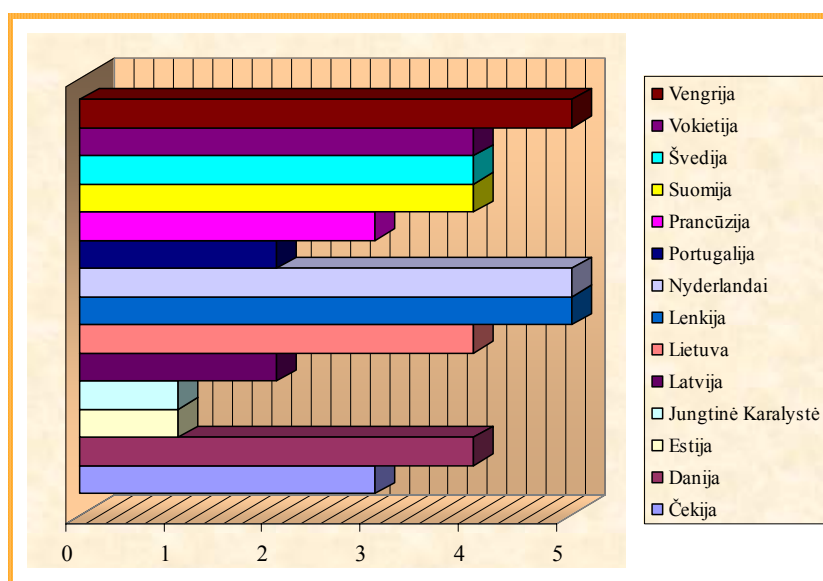
Bendrapilietiško formavimas. Globalizacijos sąlygomis, šalims gyvenant nuolatinės integracijos, o jų piliečiams – nuolatinės kultūrinės bei socialinės asimiliacijos sąlygomis itin svarbu išlaikyti savo kultūrinį identitetą.

Reikia pripažinti, kad viešieji šalių portalai dažnai šalių vizitinės kortelės, darančios didelę įtaką įvaizdžio formavimui. Pagrindinės interaktyvios ryšių su visuomene priemonės, taikomos kultūrinio identiteto bei šalies piliečių pasididžiavimo stiprinimui tarptautiniu aspektu yra:

- ❖ nacionalinių spalvų naudojimas viešajame portale,
- ❖ šalies aprašymas: trumpa istorija, geografija, vieta Europos žemėlapyje ir pan.,
- ❖ šalies pavadinimo naudojimas internetiniame portalo adrese,

- ❖ šalies pavadinimo akcentavimas, t.y. šalies pavadinimas matomas nuolatos, vaikstant skirtinguose portalo lygiuose;
- ❖ šaliai būdingų vaizdų fotomontažas tituliname ir kituose portalo puslapiuose.

Lyginamosios analizės metu įvertinau 14 ES šalių viešuosius portalus, pagal aukščiau įvardintus kultūrinio identiteto kriterijus. Kiekvienas kriterijus lygus 1 balui. Jei šalies viešajame portale tekstinės ar grafinės informacijos, atitinkančios kriterijaus nėra, tuomet rezultatų lentelėje žymėjau 0 balų. Analizės rezultatus ir kultūrinį identitetą stiprinančių interaktyvių ryšių su visuomene priemonių pasiskirstymą ES šalių viešuosiuose portaluose grafiškai vaizduoja schema, pateikta žemiau esančiame paveikslielyje.



7 pav. Ryšių su visuomene priemonių naudojimas ES šalių viešuosiuose portaluose

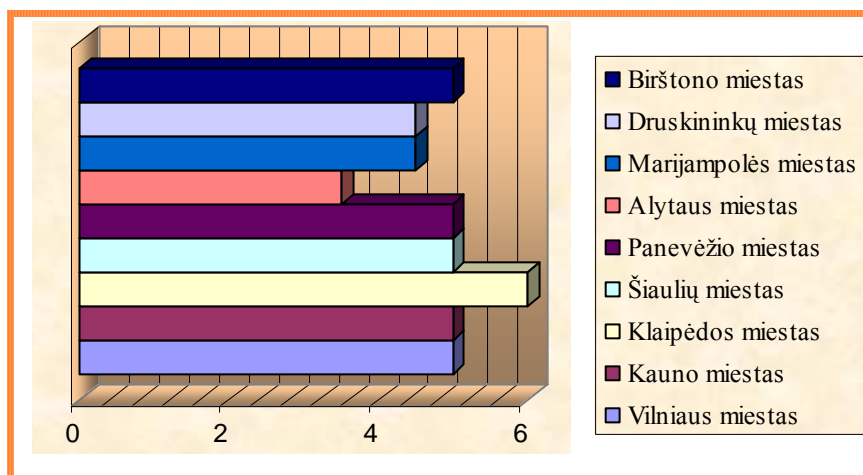
Maksimalus kriterijų balų skaičius yra 5. Iš 14 ES šalių tik trijų (Vengrijos, Olandijos ir Lenkijos) viešuosiuose portaluose panaudotos visos penkios interaktyvių ryšių su visuomene priemonės akcentuojančios kultūrinį identitetą. Lietuvos viešajame portale – keturios priemonės: iš minėtų penkių Lietuva savo portale nenaudoja nacionalinių spalvų paletės. Peržvelgus kitus portalus, galima teigti, jog nacionalinės spalvos išskiria portalą iš bendros internetinių puslapių masės ir formuoja ypatingą pilietinio pasididžiavimo bei suinteresuotumo pojūtį.

Čekijos viešojo portalo kūrėjai panaudojo dar vieną interaktyvių ryšių su visuomene priemonę stiprinančią kultūrinį identitetą - galimybę atsisiųsti į savo kompiuterį viešojo portalo ženklą. Tai vienintelė tokio pobūdžio nacionalinį ir kultūrinį identitetą skatinanti priemonė visų 14 ES šalių viešųjų portalų tarpe.

Vietiniu aspektu kultūrinio identiteto akcentavimas e. valdžios principais veikiančios viešojo sektoriaus organizacijos, šiame tyrime tai savivaldos institucijos, internetiniame puslapyje privalo palaikyti ir stiprinti vietinių piliečių kultūrinį bei pilietinį identitetą. Šiame darbe jau nekart buvo minėta, jog piliečių dalyvavimo valdžios procesuose skatinimas yra viena iš pagrindinių e. valdžios tikslų. Būtent stiprus kultūrinis identitetas yra žinių visuomenėje gyvenančio asmens pilietinės savimonės pagrindas. O šis, savo ruožtu, tarsi atspirties taškas piliečio poreikio, dalyvauti valdžios sprendimų priėmimo procese, ir pačios dalyvavimo kultūros formavimuisi. Dar viena svarbi priežastis suponuojanti kultūrinio identiteto stiprinimo poreikį lokaliame lygmenyje yra nevaldoma intelektualinio kapitalo migracija iš mūsų šalies. Interaktyvios ryšių su visuomene priemonės, naudojamos savivaldos institucijų internetiniuose puslapiuose nedaug tesiskiria nuo tų, kurios integruotos viešuosiuose šalių portaluose. Vietiniame savivaldybės internetiniame puslapyje turėtų būti naudojamos šios interaktyvių ryšių su visuomene priemonės:

- ❖ heraldikos naudojimas: miestų herbai ir vėliavos;
- ❖ šalies aprašymas: trumpa istorija, geografija, vieta Europos žemėlapyje ir pan.,
- ❖ šalies pavadinimo naudojimas internetiniame puslapio adrese,
- ❖ miestui (rajonui) būdingų pastatų, skulptūrų ar gamtovaizdžių fotografijos,
- ❖ miesto (rajono) pavadinimo akcentavimas, t.y. miesto (rajono) pavadinimas matomas nuolatos, vaikstant skirtinguose internetinio puslapio lygiuose.

Lyginamosios analizės metodu įvertinau 9 Lietuvos miestų savivaldybių internetinius puslapius, pagal aukščiau įvardintus kultūrinio identiteto kriterijus. Be penkių pagrindinių kriterijų, analizei buvo naudojamas ir šeštasis, t.y. kitos interaktyvių ryšių su visuomene priemonės, būdingos tik atskiriems internetiniams puslapiams. Analizės rezultatus ir kultūrinį identitetą stiprinančių interaktyvių ryšių su visuomene priemonių pasiskirstymą savivaldybių internetiniuose puslapiuose grafiškai vaizduoja schema, pateikta žemiau esančiame paveikslėlyje.



8 pav. Ryšių su visuomene priemonių naudojimas Lietuvos savivaldybių internetiniuose puslapiuose

Beveik visų miestų savivaldybių internetiniuose puslapiuose naudojamos visos penkios pagrindinės kultūrinį identitetą stiprinančios interaktyvių ryšių su visuomene priemonės. Kaip buvo minėta, kultūrinis identitetas tiesiogiai susijęs su asmens pilietiškumu. Tad, kultūrinio identiteto stiprinimo priemonės stiprina visuomenės pilietiškumą, kuris, savo ruožtu, evoliucionuoja į dalyvavimo poreikį.

Apibendrinant aukščiau pasakytą, galima teigti, jog kultūrinio identiteto stiprinimo priemonės yra būtina viešosios institucijos ryšių su visuomene strategijos dalis. Kultūrinio vieningumo suvokimas visuomenėje stiprina pilietiškumo sampratą, kuri savo ruožtu formuoja stiprią, aktyvią žinių visuomenę. Pageidaujančią užimti atitinkamą vietą valdžios sprendimų priėmimo procesuose, atvirą inovatyviems sprendimams, naudojančią visuomeninės patirties resursus ir kuriančią savo intelektualinius sprendimus. Be to, kultūrinio identiteto stiprinimo priemonės taip pat įtakoja institucijos, naudojančios šias interaktyvias priemones, įvaizdį ir statusą visuomenėje. Pagrindiniai viešojo sektoriaus institucijos tikslai yra informuoti visuomenę ir ryšių su visuomene priemonėmis formuoti palankų jos požiūrį į viešąją konsultavimąsi ir dalyvavimą valdžios sprendimų priėmimo procese. Patikimas institucijos įvaizdį padeda jai siekti šių tikslų.

Dar viena ryšių su visuomene priemonė propaguojanti ir formuojanti visuomenės narių pilietiškumo ir bendruomeninės nuosavybės pojūtį yra socialinė reklama ir socialiniai projektai. Socialinė reklamos įgyvendinimas atliekamas analogiškai, kaip ir komercinės. Skiriasi tik tikslinės grupės, reklamos turinys ir jos siekiamas tikslas. Socialinės reklamos tikslinės grupės sąvoka prasiplečia lyginant su komercine reklama. Minėtos reklamos objektas gali būti dvejopas: problemos aktualios didžiąją daliai visuomenės ar tik uždarei bendruomenei. Socialinės reklamos pavyzdys pateikiamas žemiau esančiame paveikslėlyje.



Socialinės reklamos tikslas - informuoti visuomenę arba tinkamai formuoti jos narių nuomonę. Tokios reklamos sklaidos priemonės yra standartiniai: reklaminiai stendai, reklama spaudoje bei televizijoje ir žinoma reklama internetiniuose puslapiuose. Socialinė reklama kaip ryšių su visuomene naudojama ir e. valdžios kontekste.

Vertinant viešųjų portalų naudojamos socialinės reklamos apimtį ir jos poveikio rezultatus visuomenei galima daryti keletą prielaidų:

- ❖ ši ryšių su visuomene priemonė puikiai papildo interaktyvaus visuomenės propagavimo priemones. Jų derinimas padeda viešajai institucijai siekti užsibrėžtų tikslų;
- ❖ šios reklamos perduodama žinutė pasiekia interaktyviai atskirtus piliečius ir informuoja bei pritraukia didesnę dalį visuomenės;
- ❖ atlieka visuomenės „vienijimo“ funkciją bei skatina pilietiškumą ir bendruomeniškumo jausmą.

Socialinės reklamos kriterijus bus tiriamas žemiau aprašytame tyrime, kurio metu buvo vertinami Lietuvos savivaldos institucijų internetiniai puslapiai.

Minėtų ryšių su visuomene kriterijų, tiek interaktyvių, tiek ir įprastų derinimas padėtų viešosioms institucijoms aprėpti didžiąją dalį tikslinės visuomenės grupės. Be to, visuomenėje skatinamas pilietiškumo, bendruomeninės nuosavybės ir visuomeninės atsakomybės, ne tik už savo veiksmus, bet ir už būsimą rezultatą, jausmas. Minėti jausmai augina sąlyginę pavienio piliečio, o tuo pačiu ir visuomeninę vertę. Kokybiškai tobulesnė visuomenės sudėtis suponuoja kokybiškai vėryngesnius jos sprendimus.

4.2. Ryšių su visuomene naudojimo Lietuvos viešajame sektoriuje tyrimas

Bendrapilietiškumo formavimo priemonės aptartos pirmoje tyrimo dalyje.

Dar vienas viešosios institucijos uždavinys, siekiant pagrindinių tikslų yra jos įvaizdžio formavimas. Jau ne kartą buvo minėta, kad atitinkamas institucijos įvaizdis:

- gali tarnauti kaip papildoma ryšių su visuomene priemonė, arba
- tarnauti kaip atspirties taškas institucijos vykdomai ryšių su visuomene politikai.

Todėl verta atskirai aparti institucijos įvaizdžio formavimo tendencijas ir tam naudojamas interaktyvias priemones.

Įvaizdžio formavimo priemonės. Patikima institucija pirmiausia suponuoja piliečių pasitikėjimą ir skatina jų norą dalyvauti. Pagrindiniai kriterijai, kurie buvo vertinami nagrinėjant institucijos įvaizdžio stiprinimą interaktyviomis ryšiu su visuomene priemonėmis yra:

- Tikslinės auditorijos. Viešojo sektoriaus institucija turi akcentuoti kiekvieno jos paslaugos vartotojo individualumą. Itin svarbu tiksliai išskirti skirtingus piliečių poreikius ir veikti tikslingai. Žinių visuomenės principais veikianti institucija orientuojasi į:
 - žinias gaunamas iš jos „klientų“ grįžtamojo ryšio pavidalu,
 - žinias įgyjamas bendraujant su „klientais“, formuojant skirtingas bendravimo bei poveikio strategijas, orientuotas į individualius visuomenės grupių ar pavienių narių poreikius.

Todėl svarbu, jog viešojo sektoriaus institucija savo internetiniame puslapyje suskirstytų teikiamą informaciją pagal poreikių grupes. Žvelgiant giliau, informacija orientuota į konkrečią „klientų“ grupę turėtų būti sudėliota vadovaujantis gyvenimiškų situacijų matricos arba dažniausia pasitaikančių poreikių principais.

- Pritaikyta neįgaliesiems. Viešojo sektoriaus institucijos privalo užtikrinti savo visuomenės nariams prieigą prie jiems reikalingos valstybinės informacijos. Neįgalieji yra pilnaverčiai visuomenės nariai, todėl jų negalia neturėtų trukdyti jiems naudotis e. paslaugomis. Tuo tarpu viešojo sektoriaus institucijos pareiga suteikti jiems tokią galimybę. Be to, šios funkcijos buvimas institucijos internetiniame puslapyje stiprina jos įvaizdį.
- Nuorodos. Viena iš interaktyvių ryšių su visuomene priemonių yra nuorodos. Institucija, formuodama savo įvaizdį, neturėtų pamiršti šios galimybės. Pirmasis įvaizdžio formavimo politikos žingsnis galėtų būti – informacijos banko statusas. Pilietis gal iš pradžių ir nepakankamai reaguos į pagrindines viešojo sektoriaus institucijos pastangas įtraukti jį į viešo konsultavimosi procesą, bet jam lengvai prisimins faktas, jog savivaldybės internetiniame puslapyje galima rasti nuorodas į visus jam reikalingų institucijų puslapius. Pirminis informacijos banko statusas formuoja naudingumo ir patikimumo įvaizdį. Informacijos banko asociacijas sustiprina dar viena netiesioginio ryšių su visuomene priemonė – renginių kalendorius. Institucijos pastangos „pririšti“ prie savęs jos paslaugų vartotoją yra pagrindas tolesniems ryšių su visuomene strategijos žingsniams.
- Naujienos. Naujienų rubrikoje teikiama informacija yra pirminė visuomenės poveikio priemonė. Pirmiausia naujienų turinio orientavimas į tikslines auditorijas. Antra, jų dažnumas ir savalaikiškumas formuoja aktyvios institucijos įvaizdį. Antrinė poveikio priemonė yra naujienų prenumerata. Pastoviai gaunamos žinutės nuolat primena apie ją siunčiančią instituciją, o žinutės turinys įtakoja skaitančiojo poziciją.
- Grįžtamojo ryšio priemonės. Pirmiausia tai klausimų-atsakymų skiltys,

- Interaktyvus forumas tarp viešojo sektoriaus institucijos ir jos „klientų“.
- Dažnai užduodami klausimai.
- Projektai. Projektų aprašymas formuoja atskaitingos ir patikimos institucijos įvaizdį.
- Netiesioginės įvaizdžio formavimo priemonės: internetinio puslapio žemėlapis, teritorijos žemėlapis, pagalbos funkcija, reklamos ir bėgančios eilutės.
- Dar viena netiesioginė įvaizdžio formavimo priemonė yra institucijos teikiamos e. paslaugos. Jų kokybė ir kiekybė tiesiogiai įtakoja institucijos įvaizdį.

Pagrindinio tyrimo metu lyginamosios analizės metodu buvo vertinami 9 Lietuvos miestų savivaldybių puslapiai. Bendros analizės metu buvo vertinami internetiniuose puslapiuose:

- ❖ naudojamų standartinių bendrapilietiškumo formavimo priemonių ir individualių sprendimų, įtakojančių pilietiškumą, gausa bei pasiskirstymas;
- ❖ teikiamų e. paslaugų kiekybė ir kokybė,
- ❖ naudojamų institucijos įvaizdžio formavimo priemonių gausa bei pasiskirstymas.

Analizės metu priemonės naudojamas internetiniame puslapyje buvo fiksuojamas 1 balu. Priešingu atveju, analizės rezultatų lentelėje buvo žymimas 0.

Maksimalus bendrapilietiškumo formavimo priemonių skaičius internetiniame savivaldybės puslapyje yra 6, t.y. penkios iš jų yra standartinės, įvardintos aukščiau (žiūr. bendrapilietiškumo formavimas), ir viena - nestandartinė, individuali kiekvienam savivaldybės internetiniam puslapiui.

E. paslaugos, kaip ryšių su visuomene strategijos įgyvendinimo priemonės, E. paslaugos, lyginant jas su įprastomis, palengvina „klientų“ bendradarbiavimą su institucija, t.y. taupomas abiejų procese dalyvaujančių šalių laikas ir pinigai, paprastinamas pats paslaugų užsakymo, vykdymo ir koordinavimo procesas. E. paslaugų įvairumas, jų patogumas naudoti ir lankstumas naudotojo atžvilgiu atlieka ryšių su visuomene priemonių darbą. Pirmiausia gerinant savivaldybės, kaip institucijos, įvaizdį ir stiprinant jos pozicijas visuomenės tarpe. Taip pat formuojant piliečių palankumą.

E. paslaugų, kaip interaktyvių ryšių su visuomene priemonių kiekybiniam įvertinimui naudojamas tas pats balų skaičiavimo principas. Maksimalus e.paslaugų kokybės vertinimo kriterijų skaičius šiame tyrime taip pat 6. E. paslaugų kokybė savivaldybių internetiniuose puslapiuose vertinama penkiais standartiniais kriterijais:

- kontaktinė informacija, tai viena iš pirminių elektroninių paslaugų,
- informacijos viešumo lygis,
- e. paslaugų suskirstymas pagal veiklas ir poreikius,

- geros praktikos pavyzdžiai,
- naudingos nuorodos į Lietuvos ir ES institucijų internetinius puslapius,
- šeštasis kriterijus įvardintas Kita. Šis kriterijus, kaip ir kultūrinio identiteto stiprinimo priemonių analizės metu, apima nestandartinius savivaldos institucijos sprendimus.

Maksimalus interaktyvių ryšių su visuomene priemonių skaičius vertinantis institucijos įvaizdžio formavimo lygį - 13. Visos jos standartinės ir įvardintos aukščiau (žiūr. Įvaizdžio formavimo priemonės). Nestandartiniai savivaldybių sprendimai buvo skaičiuojami atskirai, įvertinant juos papildomais balais.

Rezultatų fiksavimo lentelės pavyzdys pateikiamas žemiau.

3 lentelė: Kriterijaus kiekybinio vertinimas rezultatų lentelė

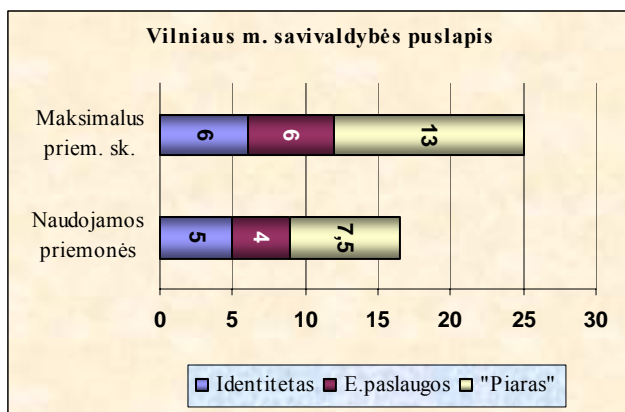
Regionas	Tyrimo kriterijus						
	Priemonė 1	Priemonė 2	Priemonė 3	Priemonė 4	Priemonė 5	Priemonė 6	Viso priemonių
Miestas	1	1	1	0	1	1	5

Dalis tyrimo metu gautų rezultatų (Vilniaus, Klaipėdos ir Panevėžio miestų internetinių puslapių analizės rezultatai) vaizduojami žemiau esančiose grafinėse schemose. Šalia minėtų schemų pateikiami paaiškinimai ir komentarai. Paveikslėliai pateikiami vadovaujantis logika, jog pirmame vaizduojama miesto savivaldybės internetiniame puslapyje naudojamų standartinių priemonių kiekybinė išraiška, o antrame – priemonių kiekybinės išraiškos pokytis sudėjus standartinės ir kitas priemones.

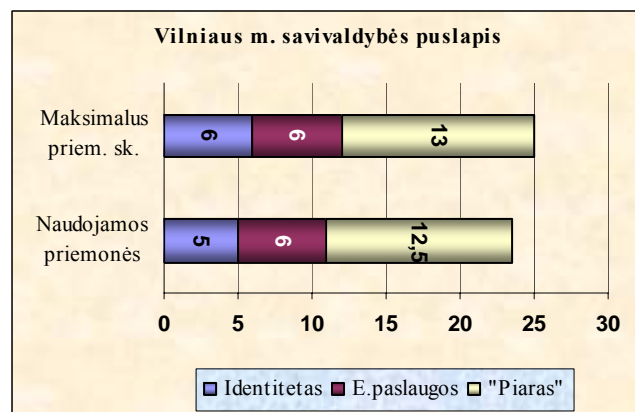
Trys minėti miestai: Vilnius, Klaipėda ir Panevėžys, iš 9 tyrimo metu vertintų buvo pasirinkti atsitiktine tvarka.

Rezultatų apibendrinimui panaudotas SWOT analizės principas, išskiriant savivaldybių internetinių puslapių stiprybes, silpnybes, grėsmes ir galimybes.

Pirmieji rezultatai atspindi Vilniaus miesto savivaldybės internetiniame puslapyje naudojamų interaktyvių ryšių su visuomene priemonių (naudojamų tiek identitetui stiprinti, tiek ir tiesioginiams ryšių su visuomene tikslams siekti) ir e. paslaugų kiekybines išraiškas.



10 pav. Standartinės RS priemonės



11 pav. Standartinės ir individualios RS priemonės

Pirmoji grafinė tyrimų rezultatų išraiška atspindi, jog Vilniaus miesto savivaldybė savo internetiniame puslapyje išnaudoja tik 66 % standartinių tiesioginių ir netiesioginių interaktyvių ryšių su visuomene priemonių institucijos įvaizdžio stiprinimui bei pilietiškumo skatinimui. Pasitelkusi į pagalbą individualius sprendimus Vilniaus miesto savivaldybė priemonių panaudojimo apimtis padidino iki 94 %.

Stiprybės:

- Unikaliai e.paslaugos, stiprinančios savivaldybės įvaizdį: Viešas interaktyvus žodynas-Vilniaus miesto mokykloms – nemokama atviro kodo žodynų programa, nemokama teisinė konsultacija, gaunama interaktyviomis komunikavimo priemonėmis, interesantų, pageidaujančių gauti savivaldybės paslaugas registracija el. paštu;
- Specialus puslapio dizaino sprendimas, atskiriantis skirtingas puslapio dalis įvairiomis spalvomis;
- Atskira žinių visuomenės skiltis internetiniame puslapyje, kurioje pateikiami geros praktikos pavyzdžiai ir unikali patirtis, įgyta žinių visuomenės plėtros projektų įgyvendinimo metu;
- Specifinės darbuotojų ir naujienų paieškos funkcijos.

Silpnybės:

- Nedidelė motyvacija: savivaldybės internetinių puslapių kūrimas ir nuolatinis tobulinimas yra pačių savivaldybių reikalas;
- Vilniaus savivaldybės puslapyje neišnaudotas interaktyvaus forumo sprendimas.
- Grįžtamojo ryšio formavimo priemonės naudojamos tik dalinai. Internetiniame puslapyje mažai kvalifikuotam vartotojui gan sudėtinga surasti galimybę išsiųsti vicemerui el. pašto laišką. Be to, apie atsakymo pateikimo laiką ir būdą nepateikiama jokios informacijos.

- Puslapyje nėra dažnai užduodamų klausimų rubrikos, naujienų prenumeratos ir pagalbos funkcijų.
- Puslapis nepritaikytas neįgaliesiems, taip ribojama dalies visuomenės teisė gauti informaciją ir naudotis e. paslaugomis.

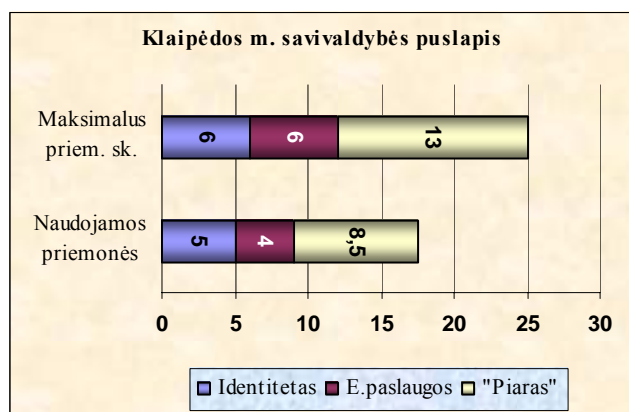
Grėsmės:

- Intelektualinio kapitalo migracija;
- Visuomenės kokybinės sudėties nuolatinis kitimas ir naujų etninių darinių formavimasis;
- Nedidelis pasikeitimų dažnumas. Per paskutinius 2 metus savivaldybės puslapio dizainas ir jo struktūra nesikeitė.

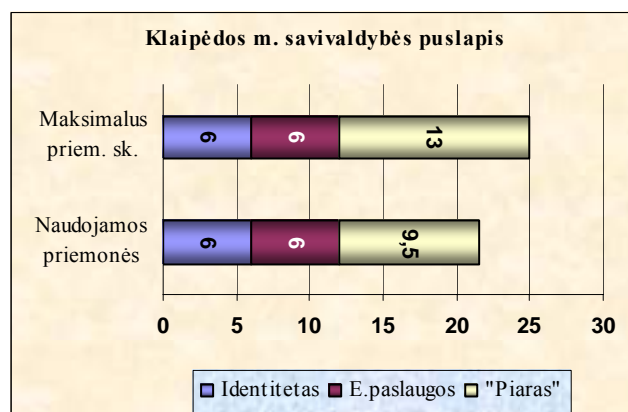
Galimybės:

- Augantis pilietiškumas, didinantis visuomenės narių poreikį dalyvauti valdžios sprendimų priėmimo procesuose;
- E.paslaugų plėtra apimanti vis didesnę paslaugų sferą;
- Augantis skaitmeninis išsilavinimas bei poreikis naudotis interaktyviomis technologijomis kasdieniniame gyvenime ir e. paslaugomis;
- Puslapio pritaikymas neįgaliesiems;
- Dvipolio idėjos propagavimas;
- Vilniaus - Europos kultūros sostinės projekto propagavimas.

Dalis silpnųjų, grėsmių ir galimybių kartosis ir kitų miestų internetinių puslapių SWOT analizėje, nes globalizacijos sąlygomis vykstantis kitimo procesai būdingi visų tiriamų Lietuvos miestų aplinkoms ir visuomenėms.



12 pav. Standartinės RS priemonės



13 pav. Standartinės ir individualios RS priemonės

Pirmoji grafinė tyrimų rezultatų išraiška atspindi, jog Klaipėdos miesto savivaldybė savo internetiniame puslapyje išnaudoja 70 % standartinių tiesioginių ir netiesioginių interaktyvių ryšių su visuomene priemonių institucijos įvaizdžio stiprinimui bei pilietiškumo skatinimui. Pasitelkusi į pagalbą individualius sprendimus Klaipėdos miesto savivaldybė priemonių panaudojimo apimtis padidino tik iki 86 %.

Stiprybės:

- Unikali e. paslaugos formuojančios patikimos ir paslaugios institucijos įvaizdį: pagalbos telefonų sąrašas ir visų savivaldybės darbuotojų el. pašto adresai;
- Klaipėdos miestas pasinaudojo viena iš pagrindinių interaktyvių ryšių su visuomene taisyklių stiprinančių institucijos įvaizdį – jos patikimumas ir veiklos skaidrumas. Klaipėdos miesto savivaldybė savo internetiniame puslapyje pateikė savo viziją, misiją ir uždavinius, kurių įgyvendinimas veda prie suformuluotų tikslų pasiekimo;
- Atskira viešųjų pirkimų informacijos skiltis internetiniame puslapyje, kurioje pateikiami geros praktikos pavyzdžiai ir unikali patirtis, įgyta viešųjų pirkimo projektų įgyvendinimo metu;
- Naujienų prenumeratos funkcija.

Silpnybės:

- Nedidelė motyvacija: savivaldybės internetinių puslapių kūrimas ir nuolatinis tobulinimas yra pačių savivaldybių reikalas;
- Nepakankamas individualių ryšių su visuomene sprendimų panaudojimas savivaldybės tikslams siekti;
- Dalinis grįžtamojo ryšio priemonės išnaudojimas. Piliečiui internetiniame puslapyje yra suteikta galimybė užduoti klausimą. Šios funkcijos neišbaigtumas tame, jog klausiančiajam nesuteikiama informacija apie klausimo adresatą, terminą, per kurį jis bus atsakytas, ir komunikavimo priemonės, kurių dėka uždavęs klausimą gaus atsakymą;
- Puslapyje nėra dažnai užduodamų klausimų rubrikos ir pagalbos funkcijos.
- Puslapis nepritaikytas neįgaliesiems, taip ribojama dalies visuomenės teisė gauti informaciją ir naudotis e. paslaugomis.

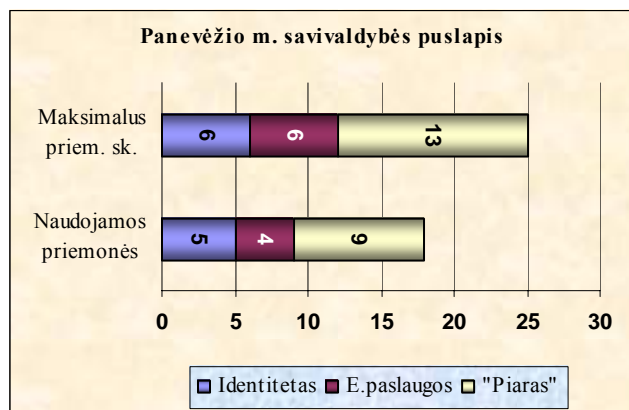
Grėsmės:

- Intelektualinio kapitalo migracija;
- Visuomenės kokybinės sudėties nuolatinis kitimas ir naujų etninių darinių formavimasis;

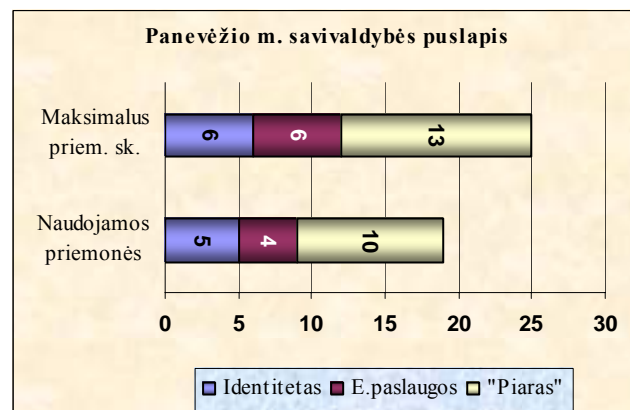
- Konkurencija. Klaipėdos verslo informacijos centro internetinis puslapis, orientuotas į verslo plėtrą regione. Didžioji dalis verslo subjektų gali naudotis minėtos institucijos teikiamomis e. paslaugomis.

Galimybės:

- Augantis pilietiškumas, didinantis visuomenės narių poreikį dalyvauti valdžios sprendimų priėmimo procesuose;
- E.paslaugų plėtra apimanti vis didesnę paslaugų sferą;
- Augantis skaitmeninis išsilavinimas bei poreikis naudotis interaktyviomis technologijomis kasdieniniame gyvenime ir e. paslaugomis;
- Puslapio pritaikymas neįgaliesiems;
- Naujų individualių sprendimų integravimas.



14 pav. Standartinės RS priemonės



15 pav. Standartinės ir individualios RS priemonės

Pirmoji grafinė tyrimų rezultatų išraiška atspindi, jog Panevėžio miesto savivaldybė savo internetiniame puslapyje išnaudoja 72 % standartinių tiesioginių ir netiesioginių interaktyvių ryšių su visuomene priemonių institucijos įvaizdžio stiprinimui bei pilietiškumo skatinimui. Pasitelkusi į pagalbą individualius sprendimus Panevėžio miesto savivaldybė priemonių panaudojimo apimtis padidino tik iki 76 %.

Stiprybės:

- Unikali ryšių su visuomene priemonė: miesto įvaizdį ir miestiečių savimonę skatinanti reklaminė akcija. Atidarius internetinį puslapį atsidaro atskiras reklaminis internetinis langas, kuriame akcentuojami trys pagrindiniai Panevėžio gerovės principai:
 - „Panevėžys - regiono lyderis“;
 - Panevėžyje palanki verslo aplinka;

o Panevėžyje turiningas viešasis gyvenimas.“

- Internetiniame puslapyje įdomiai sprendžiamas atsiskaitymo apie savivaldybėje vykdomus projektus. Kiekvienas projektas išskiriamas ryškiais reklaminiais skelbimais ir ženklais;
- Internetiniame puslapyje integruota interaktyvaus piliečių ir miesto savivaldybės bendravimo funkcija, t.y. viešas forumas, kuriame miestiečiai ir miesto svečiai gali pareikšti savo pastabas miestui aktualiais klausimais;
- Panaudota naujienų prenumeratos funkcija.

Silpnybės:

- Nedidelė motyvacija: savivaldybės internetinių puslapių kūrimas ir nuolatinis tobulinimas yra pačių savivaldybių reikalas;
- Nepakankamas individualių ryšių su visuomene sprendimų panaudojimas savivaldybės tikslams siekti;
- Dalinis grįžtamojo ryšio priemonės išnaudojimas. Piliečiui internetiniame puslapyje yra suteikta galimybė užduoti klausimą. Šios funkcijos neišbaigtumas tame, jog klausiančiajam nesuteikiama informacija apie klausimo adresatą, terminą, per kurį jis bus atsakytas, ir komunikavimo priemonės, kurių dėka uždavęs klausimą gaus atsakymą;
- Puslapyje esanti dažnai užduodamų klausimų rubrika tuščia.
- Puslapis nepritaikytas neįgaliesiems, taip ribojama dalies visuomenės teisė gauti informaciją ir naudotis e. paslaugomis.

Grėsmės:

- Intelektualinio kapitalo migracija;
- Visuomenės kokybinės sudėties nuolatinis kitimas ir naujų etninių darinių formavimasis;
- Šiuolaikiška puslapio grafika gali pasirodyti per daug sudėtinga pradedantiesiems interneto naudotojams;
- Dažnai užduodamų klausimų skyrelio tuštumas formuoja atmetinumo įvaizdį. Minėta problema gali gilinti besilankančiųjų puslapyje pilietinę apatiją.

Galimybės:

- Augantis pilietiškumas, didinantis visuomenės narių poreikį dalyvauti valdžios sprendimų priėmimo procesuose;
- E.paslaugų plėtra apimanti vis didesnę paslaugų sferą;

- Augantis skaitmeninis išsilavinimas bei poreikis naudotis interaktyviomis technologijomis kasdieniniame gyvenime ir e. paslaugomis;
- Puslapio pritaikymas neįgaliesiems.
- Naujų individualių sprendimų integravimas.

Tyrimo metu vertinti trijų didžiųjų Lietuvos miestų savivaldybių internetiniai puslapiai ryšių naudoja didžiąją dalį interaktyvių su visuomene priemonių. Savivaldybių institucinio įvaizdžio stiprinimui, jų teikiamų e. paslaugų propagavimui bei bandrapilietiškumo skatinimui naudojamos interaktyvios ryšių su visuomene priemonės orientuotos tik į dalinį minėtų tikslų įgyvendinimą. Institucijoms derėtų derinti minėtas priemones kartu su tradicinėmis. Tik viename iš puslapių buvo panaudota socialinės reklamos priemonė. Vietinės visuomenės nuomonės įtakojimo strategijoje ši priemonė turėtų būti vienoje iš pirmų vietų.

Be to, nei vienas savivaldybės puslapis nepritaikytas neįgaliesiems. Taip ignoruojama dalies piliečių demokratinė teisė dalyvauti valdžios procesuose bei formuojamas neigiamas, ignoruojančios institucijos įvaizdis.

Kaip tyrime dalyvausios institucijos galėtų pagerinti savo įvaizdį, sustiprinti įtaką visuomenės nuomonei bei kokias ryšių su visuomene priemones jos turėtų integruoti savo ryšių su visuomene strategijose? Atsakymai į šiuos klausimus pateikiami Išvadų ir pasiūlymų skyriuje, pasiūlymų dalyje.

Išvados ir pasiūlymai

Atlikus darbą, galima pateikti tokias išvadas:

1. Vykstantys visuomenės kokybinė sandaros, darbinės geografijos, valdžios struktūrų kaitos procesai ir spartus pažangių technologijų tobulėjimas bei sklaida transformuoja tradicines valdžios, visuomenės bei jų tarpusavio komunikavimo sąvokas.
2. Ryšiai su visuomene turėtų būti suprantami kaip sudėtinė e. valdžios tikslų siekimo strategijos dalis, padedanti padaryti valdžios institutą lengviau pasiekiamą piliečiams bei verslo struktūroms, didinti jo efektyvumą, atskaitingumą ir skaidrumą.
3. Teorinės medžiagos analizė ir kitų šalių „geros praktikos“ pavyzdžiai konstatuoja faktą, jog:
 - 3.1. Tradicinis komunikavimas ir įprastos priemonės nepatenkina intelektualiai ir technologiškai tobulėjančių komunikuojančios žinių visuomenės piliečių.
 - 3.2. Įprasto komunikavimo pagrindinės funkcijos žinių visuomenėje transformuojasi į e. komunikavimo funkcijas, kurioms būdinga:
 - naujų žinių kūrimas, esamų koncentravimas ir sklaida informacinėje visuomenėje;
 - visuomenės narių bendravimo išlaisvinimas iš nevaržomą komunikavimą ribojančių veiksnių (geografinio, rasinio, amžiaus, statuso ir pan.);
 - visuomenės narių skatinimas ir pritraukimas dalyvauti valdžios procesuose;
 - pagalba viešojo sektoriaus institucijoms įsiklausyti į daugumos ir išgirsti mažumos pozicijas, atitinkamami formuoti procesus bei visuomenės nuomonę ir gauti norimą rezultatą.
 - 3.3. Viešojo sektoriaus institucijos ryšų su visuomene priemonėmis gali „įkalbėti“ piliečius dalyvauti e-konsultacijose, keičiant jų požiūrį „dalyvaujančios“ pozicijos link ir formuojant naują dalyvavimo kultūrą.
 - 3.4. Ryšių su visuomene priemonės padeda priartinti viešąsias paslaugas prie jų naudotojų.
4. Išnagrinėjus ryšių su visuomene vaidmens e. valdžios struktūroje problematiką, reikia pripažinti, jog dar nepakankamai aptartos tokios problemoms kaip: tradicinių ir interaktyvių ryšių su visuomene priemonių suderinamumas viešuosiuose projektuose, tradicinių ir interaktyvių ryšių su visuomene priemonių derinių naudojimo skatinimas e. valdžioje, netradicinių poveikio visuomenei priemonių integravimas viešojo sektoriaus institucijų ryšių su visuomene strategijose, žinių visuomenės plėtra interaktyvių ryšių su visuomene priemonių dėka.
5. Tyrimas parodė, jog šiandien, tiek ES, tiek ir Lietuvos viešojo sektoriaus institucijos, nepakankamai išnaudoja interaktyvių ir tradicinių ryšių su visuomene teikiamas galimybes visuomenės nuomonės formavimui, institucinio įvaizdžio stiprinimui ir pilietiškumo skatinimui.

Apibendrinus teorinę medžiagą, užsienio šalių „geros praktikos“ pavyzdžius ir tyrimo rezultatus galima pateikti tokias pasiūlymus:

1. Viešojo sektoriaus institucijos turėtų:
 - 1.1. labiau išnaudoti individualių-nestandartinių tradicinių ir interaktyvių ryšių su visuomene sprendimų teikiamą naudą;
 - 1.2. pritaikyti savo puslapius neįgaliesiems. Taip institucijos atsikratys mažumų ignoravimo įvaizdžio ir palengvins daliai savo piliečių dalyvavimą visuomeniniame gyvenime;
 - 1.3. savo internetiniuose puslapiuose integruoti pagalbos funkciją. Jos dėka mažesni skaitmeninį išsilavinimą turintys viešųjų paslaugų vartotojai lengviau integruosis į viešo konsultavimosi procesus. Be to, ši funkcija padės „pradedantiesiems“ vartotojams stiprinti savo informacinių technologijų naudojimo žinias.
 - 1.4. integruoti viešojo forumo funkciją savo internetiniuose puslapiuose. Šiuo metu didžioji dalis Lietuvos regionų gyventojų ne tik neturi galimybės dalyvauti viešajame konsultavimesi, bet išduoti jiems rūpimus klausimus regioninės, lokalinės ar nacionalinės valdžios atstovams. Viešieji forumai padėtų išspręsti keltą esminių problemų:
 - 1.4.1. stebėti visuomenės nuotaikų ir nuomonių kitimą bei formuoti aktualią situaciją atitinkančią komunikavimo ir administravimo politiką;
 - 1.4.2. palengvintų institucijos darbą, taupant laiką ir resursus, kurie būtų skirti tradicinėms viešosioms apklausoms atlikti;
 - 1.4.3. formuoti pasitikėjimo vertos ir atviros visuomenei viešosios institucijos įvaidį.
2. Įgyvendinant ryšių su visuomene strategijas neapsiriboti vieninteliu sprendimu, naudoti tik tam tikrą grupę interaktyvių ryšių su visuomene priemonių. Prisiminus, jog dalis visuomenės vis dar nesinaudoja internetu, nes neturi prieigos, nemoka, nenori ir t.t., maksimalų rezultatą bus įmanoma pasiekti tik derinant tradicines ir interaktyvias ryšių su visuomene priemones.
3. Viešojo sektoriaus institucijos neturėtų pamiršti, jog piliečiai yra jų teikiamų viešųjų paslaugų naudotojai. Tad e. paslaugų ir e. konsultacijų efektyvumui didinti reikėtų naudoti ir CRM metodus.
4. Nuolat stebėti technologinių procesų kaitą ir naujų komunikacinių sprendimų kūrimą. Tobulėjančios IK technologijos suteikia viešojo sektoriaus institucijoms vis daugiau galimybių komunikuoti su savo „klientais“ ir įtakoti jų pozicijas sau palankia kryptimi.

Literatūros sąrašas

1. Augustinaitis A., Petrauskas R. The First Steps of e-Governance in Lithuania: From Theory to Practice//Electronic Government: first international conference proceedings, EGOVS 2002. Aix-en-Provence, France, September 2-6, 2002. P. 438-445.
2. Augustinaitis A. Žinių vadybos metodai: autorizuota metodinė medžiaga. Vilnius: LTU Žinių visuomenės valdymo institutas, 2004. P. 43.
3. Dzemydienė D., Naujikienė R. Informacinės sistemos. Duomenų struktūros ir valdymas. Vilnius: MRU Leidybos centras, 2004. P. 263.
4. Petrauskas R. Informacinių technologijų taikymas viešajame administravime. Vilnius: LTU Leidybos centras, 2001. P. 59.
5. Keras A., Kurapka E., Petrauskas R. Informacinės visuomenės kūrimo, informacinių technologijų taikymo ir informacinių technologijų teisės plėtros tendencijos Europos Sąjungoje. Vilnius: LTU Leidybos centras, 2001. P. 68.
6. Petrauskas R. Interneto vartojimo Lietuvos centrinės valdžios institucijose ypatybės. Viešoji politika ir administravimas. Vilnius: LTU Leidybos centras, 2001. P. 67-70.
7. Rudzkienė V. Kompiuterinė duomenų analizė teisėje ir valdyme. Vilnius: LTU Leidybos centras, 2001. P. 43.
8. Barquin R. C., Bennet A., Remez Sh. G. Knowledge management: The Catalyst for Electronic Government. Vienna (USA): Management Concepts Inc, 2001. P. 562.
9. Clarke L. The handbook of strategic public relations & integrated communications. New York: McGraw-Hill, 1998. P. 574.
10. Greg R. Government information on the Internet. Lanham (USA): Bernan Press, 2001. P. 778.
11. Seitel F. P. The practice of Public relations (5th edition). New York: Macmillan Pub. Co., 1995. P. 664.
12. Augustinaitis A. Integruotos komunikacijos samprata ir taikymo galimybės// <http://www.infovi.vu.lt>, prisijungimo laikas: 2005-08-13.
13. Augustinaitis A. Ryšiai su visuomene// <http://www.infovi.vu.lt>, prisijungimo laikas: 2005-08-13.
14. Augustinaitis A. Tarptautinės ir tarpkultūrinės komunikacijos samprata, bruožai, tendencijos// <http://www.infovi.vu.lt>, prisijungimo laikas: 2005-08-14.
15. Augustinaitis A. Informacijos visuomenės plėtros uždaviniai, problemos ir sprendimai teisės, ekonomikos, švietimo ir kultūros srityse// <http://www.infovi.vu.lt>, prisijungimo laikas: 2005-08-14.

16. Background papers// European E-skills 2004 conference, Thessalonica, Greece, September 20-21, 2004. P. 38. <http://www.eskills2004.org>, prisijungimo laikas: 2005-08-05.
17. Clarke A. eServices for all – treating all users equally//<http://www.prisma-eu.net>, prisijungimo laikas: 2005-09-24.
18. Definition of E-Government//<http://www1.worldbank.org/>, prisijungimo laikas: 2005-09-25.
19. Clift S. Online Consultations and Events - Top Ten Tips for Government and Civic Hosts//
<http://www.publicus.net/articles/consult.html>. prisijungimo laikas: 2005-10-01.
20. eEurope: An Information Society for all//<http://europa.eu.int>, prisijungimo laikas: 2005-09-25.
21. eEurope: An Information Society for all. Communication on a Commission Initiative for the Special European Council of Lisbon, 23 and 24 March 2000//<http://europa.eu.int>, prisijungimo laikas: 2005-09-25.
22. Gudauskas R. Informacijos visuomenės kūrimo strategija: Lietuva globalių permainų kontekste// www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-mok/14/tomas14.html, prisijungimo laikas: 2005-08-14.
23. Howell M., Ferguson R. Designing of public consultation technologies: basic constructional elements and models// <http://www.mruni.lt>, prisijungimo laikas: 2005-08-10.
24. Howell M., Ferguson R. Project: Key Stages of Development of Public Consultations//
<http://www.mruni.lt>, prisijungimo laikas: 2005-08-10.
25. Millard J. eStrategies for government//<http://www.prisma-eu.net>, prisijungimo laikas: 2005-09-24.
26. Online PR basics: use the internet to create broader and more targeted communications//
www.online-pr.com, prisijungimo laikas: 2005-10-01.
27. Reorganisation of government back-office for better electronic public services – European good practices, Final report to the European Commission// <http://europa.eu.int>, prisijungimo laikas: 2005-09-25.
28. Riley T. B., Riley C.G. E-governance to e-democracy: examining the evolution//
<http://www.electronicgov.net>, prisijungimo laikas: 2005-09-24.
29. Themistocleous M., Irani Z., Love P. E. D. Developing e-governement integrated infrastructures: a case study// <http://www.hicss.hawaii.edu/Hicss38/apahome38.html>, prisijungimo laikas: 2005-08-10.
30. Viešosios e. paslaugos apibrėžimas//www.evaldzia.lt, prisijungimo laikas: 2005-08-05.
31. <http://www.catgen.com>, prisijungimo laikas: 2005-10-13.
32. <http://www.peoplink.org>, prisijungimo laikas: 2005-10-13.

Santrauka

Ryšių su visuomene priemonių lankstumas ir prieinamumas leidžia minėtoms priemonėms užimti specifinių komunikavimo sprendimų vietą e. valdžios principais veikiančioje institucijoje. Ryšiai su visuomene turėtų būti suprantami kaip sudėtinė e. valdžios tikslų siekimo strategijos dalis, padedanti padaryti valdžios institutą lengviau pasiekiamą piliečiams bei verslo struktūroms, didinti jo efektyvumą, atskaitingumą ir skaidrumą. Ryšių su visuomene priemonių naudojimą e. valdžios įgyvendinime apibrėžia tokie faktoriai kaip: abipusiai naudingas komunikavimas, įnaudotoją orientuotos viešosios paslaugos, individualūs-nestandartiniai ryšių su visuomene sprendimai, tradicinių ir interaktyvių ryšių su visuomene priemonių derinimas. Baigiamojo darbo tikslas yra įvertinti ryšių su visuomene priemonių naudojimo galimybes e. valdžios principais veikiančių viešojo sektoriaus institucijų veikloje ir pateikti pasiūlymus dėl efektyvaus ryšių su visuomene priemonių naudojimo e. valdžioje.

Pagrindinės sąvokos naudojamos darbe yra tradicinės bei interaktyvios ryšių su visuomene priemonės, komunikuojanti-žinių visuomenė, viešųjų paslaugų vartotojai, e.konsultacijos, nauja dalyvavimo kultūra.

Summary

Public relations in e.government

Flexibil and accesibil public relations technologies are able to replace specific communication solutions of e. government based public institution with. Public reations should be recognized as a constituent part of e. governemt policy, which is aimed to governments' accesability and effectiveness increase, accountability and transparency. The use of public relations in e. government is described by such factors: mutual two-way communication, user based publis services, individual-specific public relations solutions, combination of traditonal and interactive public relations. The main goal of this master thesis is evaluation of possibility of public relations use in e. government based public institutions' and offering of suggestions regarding effective use of public reations in e.government.

The key words and abbreviations used in this master thesis are: traditonal and interactive public relations, communicating-knowledge based society, users of public services, e. consultations, new participation culture.

Magistro baigiamasis darbas baigtas 2005 m. gruodžio mėn. 17 d.