

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS**  
**SOCIALINIŲ, HUMANITARINIŲ MOKSLŲ IR MENŲ FAKULTETAS**  
**VIEŠOJO ADMINISTRAVIMO KATEDRA**

**Edita MANČIAUSKĖ**  
Viešojo valdymo studijų programos studentė

**VIEŠIEJI RYŠIAI VIETOS SAVIVALDOJE:  
RADVILIŠKIO RAJONO SAVIVALDYBĖS ATVEJIS**

Magistro darbas

Šiauliai, 2016

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS**  
**SOCIALINIŲ, HUMANITARINIŲ MOKSLŲ IR MENŲ FAKULTETAS**  
**VIEŠOJO ADMINISTRAVIMO KATEDRA**

**Edita MANČIAUSKĖ**

**VIEŠIEJI RYŠIAI VIETOS SAVIVALDOJE:  
RADVILIŠKIO RAJONO SAVIVALDYBĖS ATVEJIS**

Magistro darbas

Socialiniai mokslai, Viešasis administravimas (N700)

**Darbo vadovė:**

doc. dr. Aistė LAZAUSKIENĖ

Teigiu, kad magistro darbas, kurį teikiu Viešojo administravimo magistro kvalifikaciniam laipsniui įgyti, yra originalus autorinis darbas.

---

(Studento parašas)

## ANOTACIJA

Edita Mančiauskė. **Viešieji ryšiai vietos savivaldoje: Radviliškio rajono savivaldybės atvejis.**  
Magistro darbas.

Magistro darbo tikslas – ištirti ryšių su visuomenme raišką Radviliškio rajono savivaldybėje. Darbo tikslui pasiekti buvo išnagrinėta mokslinė literatūra viešųjų ryšių vietos savivaldos veikloje aspektu. Pateikti teorinius teiginius patvirtinantys statistiniai duomenys. Apžvelgta viešųjų ryšių vietos savivaldoje samprata, vaidmuo, svarba ir įtaka bei išanalizuotas jų teisinis reglamentavimas. Tiriamojoje dalyje naudotas kompleksinis tyrimo metodas: anketinės apklausos metodas – gyventojų nuomonės tyrimas, internetinės svetainės, dienraščio „Radviliškio naujienos“ analizė bei standartizuotas (formalizuotas) interviu – ekspertų apklausa. Gauti tyrimų duomenys rodo visuomenėje vyraujančią nepasitikėjimą Radviliškio rajono savivaldybės veikla. Gyventojai nesijaučia reikšmingi politinio proceso dalyviai. Savivaldybė nutolusi nuo gyventojų, nepakankamai rūpinasi informacijos pateikimu apie galimą piliečių dalyvavimą vietos savivaldos veikloje. Nepakankamai išnaudojamos galimybės vietos savivaldos veikloje itraukiant gyventojus į viešųjų sprendimų formavimą ir priėmimo procesą. Nors Savivaldybės atstovai stengiasi išnaudoti visas galimybes skatinant gyventojų aktyvumą. Sukaupiti faktai suteiks galimybes tobulinti savivaldybių institucijų veiklą – tobulinant informacijos teikimo ir piliečių įtraukimo mechanizmus, bei plėtojant viešųjų ryšių veiklą Radviliškio rajono savivaldybėje.

Darbe iškelta hipotezė – Radviliškio rajono savivaldybės viešųjų ryšių organizacinis modelis visiškai tenkina tiek savivaldos institucijų vadovų ir darbuotojų, tiek visuomenės interesus, skatina gyventojus dalyvauti savivaldos procesuose – nepasitvirtino.

Darbą sudaro: santraukos lietuvių ir anglų kalbomis, įvadas, trys pagrindinės dalys, išvados ir rekomendacijos, literatūros sąrašas bei priedai.

## Summary

Edita Manciauske. **Public Relations in Local Governance: Radviliskis District Municipality Case. Master's research work.**

The aim of the Master's research work is to explore the aspect of public relations at Radviliskis District Municipality. To reach the goals there has been analysed the scientific literature in the aspect of the public relations in local self-government work. There was represented the statistical information approving the theoretical propositions. Importance and influence, the role and the conception of the public relations in local governance were reviewed and their juridical regulation has been also analysed. The researching part reveals the complex research method: a questionnaire method - a survey of public opinion; analysis of the internet site and analysis of the daily newspaper "Radviliškio naujienos"; moreover, an expert poll – a standardized (formalized) interview.

The results of the survey show that society only partly trusts in Radviliskis District Municipality's proceeding. The community members do not feel themselves to be the significant partners in political process. The municipality stays distant from the community, it does not offers enough information about the possibility of taking part in the activities of local self-government. The information got from the interviews and questionnaires reveals the fact that involvement of the community members into forming public resolutions and their acceptance process is quite insufficient. Despite the fact that Municipality representatives try to do their best in order to make people more active, their endeavour is not efficient. Facts stored will give the opportunities to improve the work of Municipality institutions by improving information acceptance and citizens' involvement and expanding the work of public relations at Radviliskis District Municipality.

The hypothesis which was carried out "The organizational model of public relations at Radviliskis District Municipality absolutely answers the hopes of the leaders and employees and society interests, motivates citizens to take part in self-government process as well," is unsubstantiated.

The Master's work consists of the summary in Lithuanian and English, introduction, three main parts, conclusions and recommendations, references and appendix.

## **TURINYS**

### **SANTRAUKA (LIETUVIŲ KALBA)**

### **SANTRAUKA (ANGLŲ KALBA)**

<b>IVADAS.....</b>	<b>1</b>
<b>I. RYŠIŲ SU VISUOMENE TEORINIAI ASPEKTAI.....</b>	<b>5</b>
1.1. Viešųjų ryšių samprata ir veiklos ypatumai .....	5
1.2. Viešųjų ryšių tikslai ir funkcijos.....	7
1.3. Viešieji ryšiai ir socialinė atsakomybė .....	10
1.4. Ryšiai su žiniasklaida .....	11
1.5. Viešųjų ryšių, marketingo, lobizmo ir socialinės propagandos sąsajos .....	12
1.6. Komunikacijos įtaka viešųjų ryšių procesui .....	13
1.7. Interneto ir socialinių medijų įtaka viešųjų ryšių veiklai .....	15
1.8. Globalizacijos įtaka viešųjų ryšių plėtrai.....	19
1.9. Viešieji ryšiai naujausių viešojo valdymo teorijų kontekste .....	20
<b>II. RYŠIŲ SU VISUOMENE VAIDMUO VIETOS SAVIVALDOS</b>	
<b>SISTEMOJE .....</b>	<b>22</b>
2.1. Viešųjų ryšių ir viešojo valdymo sąsajos .....	22
2.2. Viešųjų ryšių teisinis reglamentavimas .....	23
2.3. Viešųjų ryšių organizaciniai modeliai vietos savivaldoje .....	26
2.4. Vidinės ir išorinės komunikacijos būdai vietos savivaldoje.....	26
<b>III. VIEŠŲJŲ RYŠIŲ ORGANIZACINIO MODELIO RADVILIŠKIO</b>	
<b>RAJONO SAVIVALDYBĖJE TYRIMAS .....</b>	<b>29</b>
3.1. Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų nuomonės tyrimas. Tyrimo metodologija .....	29
3.2. Tyrimo rezultatų analizė.....	32
3.3. Ekspertų interviu analizė .....	50
3.4. Interneto svetainės analizė.....	57
3.5. Viešųjų ryšių kanalai, vietinės žiniasklaidos rinkos analizė.....	58
3.6. Radviliškio rajono savivaldybės informacinio biuletenio „Savivaldybės aktualijos“ pristatymas.....	60
<b>IŠVADOS .....</b>	<b>62</b>
<b>REKOMENDACIJOS .....</b>	<b>64</b>
<b>NAUDOTA LITERATŪRA.....</b>	<b>66</b>
<b>PRIEDAI .....</b>	<b>71</b>

## IVADAS

Komunikacijų ir kompiuterinių technologijų raida, žiniasklaidos plėtra, tarptautinio verslo ir ekonomikos augimas – visa tai didina viešųjų ryšių (toliau RsV) svarbą. Visuomenės nuomonei formuoti reikia pastangų ir konkrečios veiklos, kuri yra vadinama viešaisiais ryšiais.

Viešieji ryšiai – vienas pagrindinių vietos valdžios elementų. Tai yra minčių, idėjų pateikimas visuomenei, informuojant kitus ir naudojant informaciją kaip pagrindą kurti naujus pasiūlymus ar pakeisti jau egzistuojančius. Viešieji ryšiai savivaldos srityje – mažai nagrinėta tema. Tiek savivaldybių, tiek valstybinių įstaigų reputaciją dažnai gadina pasitaikantys korupcijos, piktnaudžiavimo tarnybine padėtimi, viešųjų ir privačių interesų nesuderinimo atvejai. Viešieji ryšiai grindžiami tam tikra filosofija. Daug lengviau yra siekti užsibrėžtų tikslų, turint visuomenės pritarimą ir palaikymą, nei tada kai visuomenė yra jiems abejinga. Viešieji ryšiai ne tik padeda sukurti organizacijos įvaizdį, bet ir padeda organizacijai įgyti tam tikrą pavidalą. Grįžtamojo ryšio metu gauti ir tinkamai interpretuoti duomenys gali padėti sprendžiant problemas ar rengiant ilgalaikius planus.

**Tyrimo aktualumas.** Norint sėkmingai plėtoti ryšių su visuomene veiklą organizacijai reikia palaikyti pastovius ryšius su visuomene, būtina žinoti visuomenės nuomonę organizacijai svarbiais klausimais, poreikius bei interesus ir tinkamai planuoti savo veiksmus. Tik tokiu būdu bus pasiektas esminis ryšių su visuomene tikslas – nežinojimas keičiamas žinojimu, o neigiamas požiūris – į teigiamą. Informacijos apie instituciją žinojimas realizuoja pagrindinį ryšių su visuomene tikslą – visuomenės ir institucijos supratimą. Tai labai aktualu vietos savivaldos institucijoms, nes efektyvi ryšių su visuomene veikla garantuoja sėkmę ir visuomenės palaikymą. Tyrimo aktualumas atsispindi tame, jog nors viešųjų ryšių svarba šiuolaikinėje visuomenėje jau įgavo savo vietą ir organizacijos atrado tokio pobūdžio veiklos vertę, tačiau pastebėtina, jog pastarasis reiškinys kur kas dažniau aptinkamas privačiame sektoriuje, o viešasis sektorius paliekamas natūraliai eigai, įstaigos ir jos veiklos viešinimą nustumiant į antrą planą arba šios veiklos visiškai nevykdant.

**Temos naujumas.** Ryšių su visuomene technologijos bei organizacijų įvaizdžio formavimo metodai aprašyti marketingo, reklamos, komunikacijos specialistų (G.M. Broom, S.M. Cutlip, A.H. Center, J.E. Grunig, D.L. Wilcox), tačiau praktinis jų pritaikymas, ypač vietos savivaldos sistemoje, analizuotas mažai. Taigi yra aktualu nuodugniau panagrinėti teorines ryšių su visuomene veiklos priemonės bei išanalizuoti jų praktinį taikymą, remiantis Radviliškio rajono savivaldybės atvejo analize.

**Tyrimo ištirtumas.** Nagrinėjant viešuosius ryšius vietos savivaldoje buvo tyrinėjama ši literatūra ir šaltiniai: Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas, Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksas, naudotasi R. Matkevičienės (2005), A. Nugaraitės (1999), L. Mažylio (2006), A. Augustinaičio (2006) teoriniais darbais apie viešuosius ryšius, L. D. Wilcox, T. G. Cameron, H. P. Ault, K. G. Agee (2007), L. Ulevičiaus (2006), A. Vuimos (2009) praktiniais viešųjų ryšių vadovais ir daugeliu kitų šaltinių.

**Tyrimo problema.** Remiantis atliktais lietuvių mokslininkų tyrimais, susijusiais su viešaisiais ryšiais ir jų kryptimis, galima teigti, kad dauguma šių tyrimų buvo atliekami tiriant privataus sektoriaus viešųjų ryšių apraiškas bei problemas Lietuvoje. Todėl galima iškelti šią tyrimo problemą – koks yra viešųjų ryšių raiškos modelis Radviliškio rajono savivaldybėje. Atsižvelgiant į tai, ši magistro darbo problema gali būti formuluojama šiais probleminiais klausimais:

1. Ryšių su visuomene samprata ir vaidmuo savivaldos procesuose.
2. Kaip viešieji ryšiai įtakoja savivaldos institucijų vykdomą veiklą?
4. Kaip organizuojamas viešosios informacijos skleidimo procesas Radviliškio rajono savivaldybėje?
5. Kokios ryšių su visuomene priemonės naudojamos Radviliškio rajono savivaldybės gyventojams?

**Tyrimo objektas** – vietos savivaldos institucijos vykdomas viešųjų ryšių procesas.

**Ginamasis teiginys:**

Tikėtina, kad Radviliškio rajono savivaldybės viešųjų ryšių organizacinis modelis visiškai tenkina tiek savivaldos institucijų vadovų ir darbuotojų, tiek visuomenės interesus, skatina gyventojus dalyvauti savivaldos procesuose.

**Tikslas:** ištirti ryšių su visuomene raišką Radviliškio rajono savivaldybėje.

**Uždaviniai:**

1. Išnagrinėti teorinius ryšių su visuomene aspektus.
2. Išanalizuoti ryšių su visuomene vaidmenį vietos savivaldos procesuose.
3. Remiantis laikraščio ir interneto svetainės analize bei atlikus giluminį interviu su ekspertais ir gyventojų apklausą, išnagrinėti ryšių su visuomene kanalus Radviliškio rajono savivaldybėje.
4. Ištirti, kokios ryšių su visuomene priemonės labiausiai efektyvios Radviliškio rajono savivaldybės administracijos gyventojams.
5. Parengti rekomendacijas dėl Radviliškio rajono savivaldybės viešųjų ryšių veiklos gerinimo.

### **Tyrimo metodai:**

Šiame magistro darbe naudotas kompleksinis tyrimo metodas. Teoriniai ryšių su visuomene aspektai savivaldos srityje tirti remiantis mokslinės literatūros analizės ir sintezės metodais. Galiausiai, apibendrinant surinktą informaciją ir siekiant atlikti atvejo tyrimą, vykdoma kiekybinė ir kokybinė apklausa. Kiekybinis tyrimas buvo naudojamas tiriant Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų nuomonę. Tiriant Radviliškio rajono savivaldybės viešųjų ryšių organizavimo procesą, naudotas kokybinis tyrimas – giluminis interviu. Kokybinio tyrimo pagrindų (mokslinės literatūros, publikacijų ir dokumentų analizės) perengtas interviu klausimynas su atvirais klausimais tyrimo problemos analizavimui.

Socialiniuose moksluose yra taikomi kokybiniai tyrimai. Pasak K. Kardelio (2005), kokybinių tyrimų metodai – lankstūs, nes yra orientuoti į interpretaciją, o ne į matavimus; į procesą, o ne į išvadą; atkreipia dėmesį į situacijas ir elgesio ryšį, kuris teikia didžiausią įtaką patirties formavimui.

### **Tyrimo imtis ir organizavimas.**

Tyrimui buvo pasirinkti Radviliškio savivaldybės veiklą reglamentuojantys ir kiti dokumentai.

Pasirinktu interviu metodu siekta atskleisti Radviliškio rajono savivaldybės viešųjų ryšių organizavimo procesą. Šiame tyrime dalyvavo 5 ekspertai.

Kiekybinis tyrimas buvo naudojamas tiriant Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų nuomonę. Šiame tyrime dalyvavo 398 informantai.

### **Tyrimo etapai.**

I etapas. Mokslinės literatūros, publikacijų ir kt. mokslinių šaltinių analizė (2015 m. rugsėjo – 2016 m. sausio mėn.)

II etapas. Empirinis tyrimas. Renkant ir analizuojant duomenis taikyta kokybinių tyrimo metodų strategija. Atlikus dokumentų analizę buvo atlikti 5 interviu su atrinktais informantais.

Kiekybinis tyrimas buvo naudojamas tiriant Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų nuomonę. Išdalinta 400 anketų.

III etapas. Empirinio tyrimo rezultatų analizė ir apibendrinimas (2016 kovo-balandžio mėn.)

IV etapas. Išvadų formulavimas, rekomendacijų rengimas (2016 balandžio - gegužės mėn.)

**Darbo reikšmingumas.** Viešieji ryšiai savivaldoje yra mažai tirta sritis, todėl jos procesų, galimybių ir trūkumų analizė yra aktuali visiems, dirbantiems šioje srityje. Šiame darbe siekta



išsiaiškinti savivaldos institucijų ryšių su visuomene organizavimo sistemą, įvertinti viešųjų ryšių organizacinio modelio Radviliškio rajono savivaldybėje veiklą remiantis Radviliškio rajono savivaldybės atvejo analize. Taigi šis magistro darbas gali būti reikšmingas Radviliškio savivaldybės vadovams, nes remiantis tyrimo analize suformuluotos išvados padės tobulinti Radviliškio rajono savivaldybės veiklą ryšių su visuomene srityje, bus išnagrinėta objektyvi probleminė situacija. Be to, darbo išvados ir rezultatai bei atliktų tyrimų statistika gali būti naudingi savivaldybės įsivertinimui.

**Darbo struktūra.** Magistro darbą sudaro įvadas, 3 skyriai: pirmasis apima viešųjų ryšių sampratą ir teorinius aspektus. Antrame skyriuje pateikta viešųjų ryšių vaidmuo savivaldos institucijose, trečiame skyrius apima viešųjų ryšių Radviliškio savivaldybėje tyrimo metodologiją ir metodus, viešųjų ryšių Radviliškio savivaldybėje tyrimo rezultatus. Pateikiamos išvados, rekomendacijos, literatūros sąrašas, priedai. Darbe pateiktos 3 lentelės (iš jų 2 magistro darbe ir 1 prieduose) ir 30 paveikslų (6 iš jų prieduose). Bendra magistro darbo apimtis 68 puslapiai (be priedų). Literatūros sąrašas 58 šaltiniai.

# I. RYŠIŲ SU VISUOMENE TEORINIAI ASPEKTAI

## 1.1. Viešųjų ryšių samprata ir veiklos ypatumai

Organizacijos egzistuoja ir veikia sociume, todėl kiekviena iš jų palaiko tam tikrus ryšius su visuomene. Bendrąją prasmę, viskas, ką daro organizacija yra ryšiai su visuomene, nes kiekvienas organizacijos veiksmas ir joje vyraujanti atmosfera, sukelia tam tikras – teigiamas arba neigiamas – reakcijas ir vertinimus, formuoja nuomonę ir įvaizdį. Todėl ryšiai su visuomene pirmiausia yra požiūris, nuostata, supratimas, kad viskas, kas vyksta organizacijoje, turi reikšmės jos reputacijai.

Mokslinėje literatūroje ryšiams su visuomene apibūdinti pateikiama įvairių apibrėžimų, kuriuose aiškinama šios veiklos esmė, nes ryšių su visuomene samprata integruoja trijų mokslo sričių sąsajas: komunikaciją, vadybą, žurnalistiką. Skirtingi autoriai akcentuoja skirtingus ryšių su visuomene aspektus.

D. L. Wilcox teigia, kad „ryšių su visuomene terminas yra naudojamas kaip skėtis, vienijantis daugelį komunikacijos priemonių, per kurias yra skleidžiama informacija tiek apie paslaugas ar produktą, tiek apie instituciją“ (Wilcox, Dennis: 2009, p.8).

S. M. Cutlip, A. H. Center ir G. M. Broom, apibrėždami ryšius su visuomene, vartoja vadybos funkcijos sąvoką: „Ryšiai su visuomene yra vadybos funkcija, kuri nustato, užmezga ir palaiko abipusiai naudingus santykius tarp organizacijos ir įvairių auditorijų, nuo kurių priklauso organizacijos sėkmė ir nesėkmė“ (Cutlip: 2006, p. 282). J. E. Grunig ir T. Hunt taip akcentuoja vadybos funkciją. Jie teigia, kad ryšiai su visuomene yra „komunikacijos tarp organizacijos ir jos publikų vadyba“ (Grunig, Hunt: 1984, p. 241).

Anot D. Bernstein, „ryšiai su visuomene – plati veiklos sritis, apimanti daugiau negu skatinimas ar netgi rinkodara“ (Bernstein: 1996, p. 17). Iš šio apibrėžimo matyti, kad ryšiai su visuomene jau nebėra vien rinkodaros komplekso rėmimo dalies viena iš sudedamųjų dalių. Viešųjų ryšių paskirtis ir funkcijos lygiuojasi į valdymo ir vadybos gretas. „Ryšiai su visuomene – tai veikla, kuria siekiama visuomenėje ar tam tikrose jos grupėse suformuoti teigiamą įmonės įvaizdį ir sukurti pasitikėjimo bei supratimo atmosferą“ (Pranulis, Pajuodis, Urbonavičius, Virvilaitė: 2008, p. 442).

Tarptautinė ryšių su visuomene asociacija (IPRA, International Public Relations Association) viešųjų ryšių discipliną apibrėžia, kaip valdymo funkciją, kuri įvertina visuomenės požiūrius, identifikuoja institucijos ir individo politiką bei veiksmus iš visuomenės interesų pozicijos, planuoja ir vykdo veiksmų programą, siekdama įgyvendinti visuomenės supratimą ir pritarimą (<https://www.ipra.org/>).

Analizuojant K. Birkigt, M. M. Stadler, H. J. Func ir kitų autorių teiginius apie ryšius su visuomene, galima pateikti šios veiklos formuluotes, panaudojant esmę nusakančius žodžius ir frazes. (Birkigt, Stadler, Func: 1995, p. 629)

*Sąmoningumas.* Ryšiais su visuomene galima laikyti viską, ką daro organizacija, nes bet koks jos veiksmas turi didesnę ar mažesnę poveikį visuomenei. Tačiau ryšiai su visuomene kaip veiklos sritis yra sąmoninga veikla, siekiant pateikti informaciją, daryti įtaką, pasiekti supratimą ar kitaip palaikyti ryšį su visuomene.

*Planingumas ir sistemingumas.* Ryšiai su visuomene yra organizuojami ir planuojami. Nustatomos problemos, ieškoma jų sprendimo būdų ir per apibrėžtą laikotarpį vykdoma suplanuota ryšių su visuomene programa. Ryšiai su visuomene vykdomi sistemingai, naudojant tyrimus ir analizę.

*Visuomeninis interesas.* Ryšiai su visuomene turi atspindėti visuomenės reikmes, o ne tik siekti naudos organizacijai. Idealiu atveju, ryšiai su visuomene yra vienodai naudingi ir organizacijai, ir publikai – tai yra organizacijos ir visuomenės interesų derinimas. Konkrečioje situacijoje tai pasireiškia kaip organizacijos pasiryžimas koreguoti savo veiklą, jeigu to reikalauja aplinkos faktoriai, o ne žūtbūt laikytis savo veiklos linijos ir primesti savo tikslus visuomenei.

*Dvipusė komunikacija.* Ryšiai su visuomene apima ne tik komunikaciją ir organizacijos į visuomenę, bet ir iš visuomenės į organizaciją. Taip realizuojama organizacijos socialinė atsakomybė, t.y. organizacija turi galimybę atsižvelgti į visuomenės poreikius. Tokių ryšių su visuomene tikslas yra tarpusavio supratimas. Organizacija siekia ne įtikinti publiką savo veiksmų teisingumu, bet pasiekti, kad visuomenė suprastų jos poziciją, bei pati suprasti visuomenės interesus.

*Valdymo funkcija.* Ryšiai su visuomene yra efektyviausi, kai jie suprantami kaip vadybos funkcija. Jais ne tik pranešama visuomenei apie padarytus sprendimus, bet ir siekiama įtikinti vadovus elgtis taip, kad tai būtų naudinga organizacijai ir priimtina visuomenei. Ryšiai su visuomene praneša organizacijos vadovams apie visuomenės požiūrį bei elgesį organizacijos atžvilgiu ir dalyvauja priimant sprendimus apie organizacijos veiklos strategiją ir taktiką.

Šiuolaikinės ryšių su visuomene veiklos apibrėžimą pasiūlė profesoriai L. W. Long ir V. Hazelton. Jie ryšius su visuomene apibūdina kaip „vadybos komunikacinę funkciją, kurios dėka organizacijos, siekdamos savo tikslų, prisitaiko, keičiasi ir puoselėja savo aplinką“ (Wilcox: 2003, p.19). Šis apibrėžimas pateikia platesnį požiūrį į ryšius su visuomene. Ryšiai su visuomene yra kur kas daugiau nei įtikinimas. Jie skatina atvirą, dvikryptį ryšį ir tarpusavio supratimą.

Pabrėžiama, kad ne tik tikslinės auditorijos, bet ir pati organizacija turėtų keisti savo požiūrį ir elgesį.

Lietuvos ryšių su visuomene specialistų sąjungos teigimu, 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. Ryšiai su visuomene jungia tokias veiklos sritis: informacijos vadybą, strateginę vadybą, reklamą, propagandą, pardavimų skatinimą ir kt. (Lietuvos ryšių su visuomene specialistų sąjungos svetainė internete, 2016).

Viešieji ryšiai „yra valdymo funkcija, padedanti sukurti ir palaikyti valstybės ir visuomenės abipusės komunikacijos, tarpusavio priėmimo bei bendradarbiavimo kanalus; nustatanti ir pabrėžianti valstybės įsipareigojimus visuomenei; palaikanti grįžtamąjį ryšį; padedanti jausti ir įvertinti permainas. Viešieji ryšiai yra planingos pastangos daryti įtaka viešajai nuomonei gera veikla ir įvaizdžiu, pagrįstos abiem pusėms priimtiniu bendravimu.“ (Gudauskas, 1997, p. 3)

Dažnai viešieji ryšiai apibūdinami kaip organizacijos komunikacijos su jai svarbiais adresatais (publikomis) vadyba ar kaip organizacijos reputacijos, patikimumo ir įvaizdžio kūrimo bei palaikymo funkcija (Mamedaitytė, 2003).

Autorės nuomone, viešieji ryšiai – dinamiškas ir ilgalaikis procesas, kuriam reikalingas planavimas. Jis tiria visuomenės poreikius, siekia juos patenkinti, todėl labai svarbu suprasti žmonių poreikius ir įsigilinti į vyraujančias nuomones. Visi viešųjų ryšių teoretikai sutinka, jog būtina vykdyti dvikryptes komunikacijos programas, gauti atsaką, atgalinį ryšį, reakciją iš visuomenės. Viešųjų ryšių specialistams būtina planuoti ir vidinį (organizacijos viduje), ir išorinį (su organizacijos publikomis) komunikacijos procesus.

Remiantis aukščiau išdėstytu, galima teigti, kad yra daug apibrėžimų, bandančių nusakyti viešųjų ryšių esmę. Taip pat galima daryti išvadą, kad viešųjų ryšių teoretikai ir praktikai nesutaria, kas iš esmės yra viešieji ryšiai: menas, mokslas, funkcija, procesas ar veikla.

## **1.2. Viešųjų ryšių tikslai ir funkcijos**

Ryšių su visuomene tikslai skirtingose organizacijose gali būti įvairūs ir priklausomai nuo situacijos kisti, bet pirmiausia jie priklauso nuo pačios organizacijos tikslų.

„Organizacijos tikslai dažniausiai būna siejami su organizacijos žinomumo ir pasitikėjimo ja kūrimu, palaikymu, stiprinimu visuomenėje. Nustatant ryšių su visuomene tikslus ypač svarbu tai, kad jie papildytų ir sustiprintų organizacijos tikslus“ (Jefkins: 1998, p. 241).

Literatūroje aptinkami įvairūs ryšių su visuomene tikslai (Glosienė: 1999, p. 31) :

- Informuoti apie organizacijos veiklą, jos produktus bei paslaugas;
- Didinti paklausą ir matomumą;
- Užtikrinti ir didinti finansavimą;
- Kurti ir skleisti teigiamą organizacijos įvaizdį;
- Prireikus gelbėti organizacijos reputaciją;
- Užtikrinti visuomenės palaikymą;
- Palaikyti grįžtamąjį ryšį;
- Koreguoti organizacijos strategiją ir taktiką.

A. Nugaraitė (1999), formuluodama RsV tikslus, neakcentuoja pelno, finacinės naudos sukūrimo, daugiau kalba apie nematerialiąją pridėtinę vertę – gerą įstaigos reputaciją.

S. Mamedaitytė (2003) akcentuoja ekonominę viešųjų ryšių teikiamą naudą: informuoti apie organizacijos veiklą, jos produktus bei paslaugas, užtikrinti ir didinti finansavimą, didinti paklausą ir matomumą.

Ryšių su visuomene tikslus būtina formuluoti atsižvelgiant į ryšių su visuomene veiklos užduotį: negatyvią situaciją keisti į pozityvią. Jei visuomenė yra nusiteikusi priešiskai – organizuojama veikla, sukurianti jos palankumą ir simpatiją, jei nepalankiai nusistačiusi – siekiama jos pritarimo, jei yra apatiška ir abejinga – sukeliamas jos susidomėjimas, jei nežino ir ignoruoja žinojimą – priverčia sužinoti (R. Matkevičienė, 2003).

Visgi esminis ryšių su visuomene tikslas – pakeisti neigiamą požiūrį į teigiamą, nežinojimą pakeisti žinojimu. Žinojimas apie instituciją ir pasitikėjimas ja suponuoja supratimą tarp visuomenės ir organizacijos.

Europos ryšių su visuomene teoretikų ir specialistų sudarytuose apibrėžimuose paprastai akcentuojami viešųjų ryšių tikslai ir funkcijos. Klagerfurto universiteto profesorius K. Nessmann mini šiuos elementus (Wilcox, Cameron, Auly, Agee: 2003, p.19):

- Pasitikėjimo, supratimo bei pritarimo kūrimas ir stiprinimas.
- Dėmesio, susidomėjimo sukėlimas ir poreikių žadinimas.
- Komunikacijos bei santykių kūrimas ir saugojimas.
- Tarpusavio supratimo ir sutarimo formavimas.
- Interesų įvardijimas, atstovavimas ir koregavimas.
- Poveikio visuomenės nuomonei darymas.

- Konfliktų sprendimas ir derybos.
- Bendros nuomonės kūrimas.

Ryšiai su visuomene yra gana plati veiklos sritis, apimanti įmonei palankių veiklos sąlygų kūrimą ir palaikymą. Tarptautinė ryšių su visuomene asociacija (IPRA) pateikia gana konkretų ryšių su visuomene veiklos funkcijų suskirstymą (žr. 1 lent.).

1 lentelė

<b>Veiklos funkcija</b>	<b>Turinys</b>
Konsultavimas	Tai patarimai vadovams organizacijos politikos, santykių ir komunikacijos klausimais: apima politikams rengiamus ryšių su visuomene planus, krizių prevencijos programas, atskirų uždavinių įgyvendinimo planus, vidinės komunikacijos strategijas.
Tyrimai	Tyrimai reikalingi tam, kad būtų galima planuoti, vykdyti ir įvertinti ryšių su visuomene veiksmus. Jie būtini planavimui, nes ryšių su visuomene veiksmus sąlygoja dvikryptė komunikacija, o ši savo ruožtu negalima neištyrus publikų nuomonės.
Ryšiai su darbuotojais ir organizacijos nariais	Ryšiai su darbuotojais (vidinė komunikacija) apima informacijos vadybą įmonės viduje siekiant sukurti tobulesnę darbo aplinką informuojant, motyvuojant, mokant, išsaugant patirtį, kuriant organizacijos kultūrą, vertybes ir filosofiją.
Ryšiai su bendruomene	Tai ryšiai su suinteresuotais asmenimis vietinėje bendruomenėje: įvairūs bendruomenės renginiai, rėmimo, darbuotojų atrankos, prioritetai regiono gyventojams.
Visuomeniniai reikalai	Apima organizacijos ryšius su visuomeninėmis organizacijomis ir organizacijos veiklai aktualiomis visuomenės dalimis.
Ryšiai su valdžia	Siekiama palaikyti organizacijos ryšius su įstatymų leidybos ir jų veiklą reguliuojančiomis institucijomis.
Problemų/ krizių vadyba	Identifikuoja ir reaguoja į visuomenei svarbias problemas, kurios yra ar galėtų būti susijusios su organizacija. Krizių vadyba apima dėl įvairiausių priežasčių kylančių krizių prevenciją ir valdymą.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis IPRA duomenimis.

Organizacijas anksčiau ar vėliau paveikia krizė, todėl krizių ir konfliktų valdymas taip pat svarbi ryšių su visuomene funkcija. „Netinkami darbuotojų santykiai organizacijos viduje gali suskaldyti įmonę, lemti nepasitikėjimą administracija ir jo priimamais sprendimais, slopinti darbuotojų iniciatyvą bei prielankumą“ (Jefkins: 1998, p. 243). Neigiama informacija apie organizaciją ir ypač neigiami jos vertinimai žiniasklaidoje yra ryškūs įmonės krizės ženklai. „Organizacija, kuri turi parengtą rizikos analizę ir iš anksto sudarytą krizės valdymo planą, yra gerai pasiruošusi nuslopinti krizės poveikį“ (Cutlip, Center, Broom: 2006, p. 397).

Remiantis aukščiau išdėstytu galima teigti, jog viešieji ryšiai šiame darbe suprantami kaip vadybos funkcija, kuri įvertina visuomenės požiūrį, nustato individo ar organizacijos, turinčios viešųjų interesų, politiką ir procedūras bei suplanuoja ir vykdo veiksmų programą, skirtą visuomenės supratimui ir palankumui laimėti. O praktiniame viešųjų ryšių veiklos įgyvendinime svarbu išskirti pamatinius dalyvius, t.y. organizaciją ar įstaigą ir jos tikslines auditorijas, tarp kurių vykdoma abipusė komunikacija, ir atsižvelgiant į jos metu gautą informaciją, organizuojama veikla, kuri būtų naudinga tiek organizacijai, tiek auditorijos poreikiams. Vadinasi, viešieji ryšiai yra orientuoti į tarpusavio santykius, siekiant abipusės naudos. Tuo tarpu viešųjų įstaigų vykdoma veikla siekiant visuotinio gerbūvio, tikslingi viešieji ryšiai turi padėti pasiekti visuomenės pritarimą ir palaikymą, siekiant įstaigos tikslų ir sėkmingai vykdant numatytąją veiklą.

### **1.3. Viešieji ryšiai ir socialinė atsakomybė**

Ryšių su visuomene pagrindas – socialinė atsakomybė, kuri glaudžiai siejasi su patikimumu, gera reputacija ir pasitikėjimu. „Pastaraisiais dešimtmečiais padidėjęs visuomenės dėmesys organizacijų atliekamoms funkcijoms, jų teikiamai naudai visuomenei ir pašaliniais efektams tapo stimulu daugeliui organizacijų permąstyti savo socialinę atsakomybę“ (Cutlip: 1995, p. 138). Taigi, bet kurie organizacijos žingsniai ir veiksmai turi būti apmąstyti, galvojant apie trumpalaikį ir ilgalaikį poveikį, efektą, naudą ar žalą visuomenei.

Kiekviena organizacija, ypač valdžios institucija, turi būti socialia atsakinga. Ji turi priimti atsakomybę už savo veiksmus, keisti technologijas saugesnėms, atvirai ir skaidriai priiminėti teisės aktus ir pan.

Organizacija, planuodama savo socialinę atsakomybę, turėtų atsižvelgti į šiuos principus:

- Pasirinkti aktualiausias problemas;
- Sutelkti pastangas į kelias sritis, kuriose galima tikėtis didžiausio poveikio ir matomumo;

- RsV priemonėmis perduoti ir paskelbti institucijos socialines ir bendruomenės programas ir savo indėlį;

- Mažinti arba visiškai vengti vien tik organizacijai naudingų tikslų, kuriuos visuomenė gali įvertinti kaip savanaudiškumą. (A. Nugaraitė, 1999, p.35)

#### **1.4. Ryšiai su žiniasklaida**

Svarbiausia viešųjų ryšių išraiška, kuriant bendrovės reputaciją, yra laikomi ryšiai su žiniasklaida. (Konsultacijos vadovui, Verslo žinios, 2006) Žiniasklaida su visuomene sieja glaudūs ryšiai, nes ji ne tik patraukia auditorijos dėmesį ir ją informuoja, bet gali formuoti nuomones apie objektus ir suteikti jiems vienokį ar kitokį statusą. Tradicinė žiniasklaida yra tarpininkas tarp verslo organizacijos ir visuomenės.

Tikriausiai jokia kita rinka nepasikeitė taip smarkiai, įsigalėjus internetui, kaip žiniasklaida ir ryšiai su visuomene. Ankščiau apibrėžtais kanalais teiktos žinios dabar pavirto į didžiulį žiniatinklyje klaidžiojantį informacijos srautą. Tradicinė žiniasklaida – laikraščiai, publikacijos, transliacijos – visada išliks sėkmingos RsV strategijos dalimi, tačiau šiuo metu jau yra labai daug naujų virtualių įrankių, kurie keičia tradicinių RsV esmę. Kartu keičiasi ir žiniasklaida: tradiciniai žiniasklaidos kanalai ne tik permeta dalį ar visas pajėgas į internetą, bet ir pamažu diegia socialinių medijų funkcijas.

Tyrimų duomenimis 98 proc. žurnalistų kasdien internete ieško idėjų straipsniams ir 83 proc. žmonių ieško naujienų (Cohen, 2009). Dėl to atsidurti vartotojų paieškos rezultatuose ir modifikuoti tradicines RsV priemones taip, kad būtų įmanoma pasiekti naujienų internete ieškančius vartotojus, dabar yra ypatingai svarbu. Dalijimasis žiniomis internete pritraukia skaitytojus, žurnalistus, tinklaraštininkus, teigiamai veikia paieškos variklių rezultatus. Tačiau šis dalijimasis žiniomis negali pasikliauti senais metodais.

Dar visai neseniai „naująja žiniasklaida“ vadintas internetas jau tapo kasdiene, įprasta žiniasklaida. Ryšių su visuomene specialistams reikia dirbti su daugybe skaitmeninės žiniasklaidos kanalų. Jane Johnson (2009) knygoje „Ryšiai su visuomene: teorija ir praktika“ (Public relations: theory and practice) rašo, jog socialinių medijų dėka RsV rinka dabar turi daugiau galios nei kada nors ankščiau. Tuo pat metu daugiau galios turi ir tikslinės grupės, kurias paveikti siekiama ryšių su visuomene priemonėmis. „Internetas dramatiškai pakeitė būdus, kuriais RsV specialistai skleidžia informaciją, bendrauja su tikslinėm grupėm, valdo krizes. Organizacijų ryšiai su visuomene tapo paremti įtraukimu, ir dienos, kai būdavo platinami pranešimai ir nesidomima to pasekmėmis – jau praeityje“.



Stacey Cohen teigimu, pranešimų žiniasklaidai era baigėsi – RsV specialistų užduotis dabar yra rašyti ne pranešimus žiniasklaidai, o pranešimus visuomenei. Socialinės medijos leidžia aplenkti žiniasklaidos sieną ir patiems tiesiogiai kalbėti su vartotojais. Tokio tiesioginio naujienų pranešimo rašymo principai neapsiriboja teisinga žiniasklaidai priimtina piramidės struktūra ir aiškiai parašytu tekstu. Rašant pranešimus pagal naujas taisykles, labai svarbu yra:

- Tekste ir antraštėje naudoti raktinius žodžius ir frazes.
- Pranešime duoti nuorodas į organizacijos tinklapį ar papildomą medžiagą.
- Naudojant raktinius žodžius, rašyti komentarus temą atitinkančiuose forumuose ir tinklaraščiuose.

Be naujienų pranešimų, socialinės medijos leidžia naudoti begalę naujų RsV priemonių – virtualius „naujienų kambarius“, žiniasklaidos paketus, ataskaitas, naujienlaiškius, virtualius seminarus ir t.t. Svarbiausia – platinti tokį pranešimą, kuris pasakotų, tačiau nei bandytų parduoti. Organizacijos, tiesiogiai bendraudamos su tikslinėmis auditorijomis, turi informuoti, spręsti problemas ir kurti pasitikėjimą.

### **1.5. Viešųjų ryšių, marketingo, lobizmo ir socialinės propagandos sąsajos**

Dažnai viešieji ryšiai yra painiojami su reklama, marketingu, lobizmu, propaganda. Iš tiesų visi šie elementai yra vienaip ar kitaip susiję su ryšiais, su visuomene, jei visi turi savyje komunikacijos komponentą.

„Viešieji ryšiai (santykis su bendruomene, agitacinės kampanijos, priklausymas klubams ir organizacijoms) – tai marketingo priemonė, padedanti įtikinti žmones“ (Levison, 2009, p. 63). Viešųjų ryšių priemonės efektyviai veikia su visomis kitomis marketingo priemonėmis. Valstybinėms ir savivaldos institucijoms būtina palaikyti gerus ryšius su bendruomene, stengtis ir organizuoti įvairius labdaros renginius ar socialinius projektus.

Marketingo pagrindinis tikslas yra maksimalus produkto ar paslaugos pardavimas, tokie padaliniai būtini komercinėse organizacijose. Marketingo skyrių nebūna valstybinėse ir savivaldos institucijose, nes jos neparduoda produkto, nesiekia pelno, jos rūpinasi savo organizacijos tikslų įgyvendinimu ir jų pateikimu visuomenei, siekia didesnio pripažinimo visuomenėje, geresnės reputacijos.

Daugelis teoretikų šiandien kalba ne apie ryšius su visuomene, marketingą ir reklamą atskirai, o apie integruotą komunikaciją, t.y. strategiją, apimančią visas bendravimo taktikas, tikslus ir metodus. Kaip teigia Ulevičius „Nuo reklamos viešuosius ryšius skiria tai, kad už

reklamą reikia mokėti pinigus, o viešieji ryšiai siekia nemokamo, natūralaus ir savaiminio organizacijos viešumo (per pranešimus spaudai, publikacijas, reportažus).“ (Ulevičius, 2006, p. 24

Tuo tarpu propagandą su viešaisiais ryšiais sieja – įtikinimo funkcija. Esminis jų skirtumas yra tas, kad propaganda remiasi vienakrypte komunikacija, jai nereikia grįžtamojo ryšio, o viešieji ryšiai siekia dialogo. Jai svarbu, ar žinia pasiekė auditoriją, ar auditorija ją priėmė, suprato, ir kaip tai ją paveikė. Pirmasis nuo propagandos ir viešumo (pasakojimo pateikimo per žiniasklaidą) viešuosius ryšius atskyrė viešųjų ryšių disciplinos pradininkas Edwardas Bernaysas, 1923 m. išleidęs savo pirmąją knygą apie viešuosius ryšius „Crystallizing Public Opinion“ („Kristalizuojant viešąją nuomonę“).

Labiausiai propaganda veikia visuomenę tuomet, kai žinutė įdedama į žinomų ir autoritetingų žmonių lūpas, kai tą nuomonę patvirtina ekspertai, kai ta žinutė pasiekia juos kiekvieną vakarą labiausiai žiūrimu laiku. Tuomet propaganda pradeda manipuliuoti žmonėmis ir pamažu veikia žmonių elgesį. Žodis propaganda turi neigiamą konotaciją vien todėl, kad pirmo pasaulinio karo metu jį vartojo vokiečiai, tad, pasak E. Bernayso, pasirinktas kitas žodžių derinys pavadinti tai pačiai veiklai kaip propaganda – ryšiai su visuomene. Ši disciplina nuo 1923 metų išsivystė į mokslą ir savyje šiandien talpina daug daugiau komponentų, ne tik propagandą.

Nuo viešųjų ryšių, marketingo, ir socialinės propagandos neatsiejamas ir lobizmas. Lobizmas, kaip ir propaganda, su viešaisiais ryšiais siejasi per bendrą įtikinėjimo funkciją. Lobizmas – „siekis daryti įtaką valstybės institucijų ar kai kurių jos atstovų sprendimams, teisėkūros procesui“ (Ulevičius, 2005, p. 30). Lobizmu Lietuvos savivaldos institucijose paprastai užsiiminėja vadovai, o ne RsV specialistai, nes šiame procese svarbiausi ryšiai su aukščiausia valstybės valdžia – Seimo, Vyriausybės nariais. RsV specialistams belieka įtikinti visuomenę, kad vienas ar kitas sprendimas bus teisingas ir tinkamas.

### **1.6. Komunikacijos įtaka viešųjų ryšių procesui**

Ryšiai su visuomene talpina savyje viešąją informaciją, bendravimą su visuomene, komunikaciją su bendruomenėmis. Komunikaciją su visuomene ir jos grupėmis paspartino spaudos atsiradimas, sparti naujų technologijų raida. Komunikacija yra pagrindinė ir labiausiai matoma viešųjų ryšių sritis. Komunikacija apibrėžia informacijos perdavimo procesą.

Komunikuojant informacijos siuntėjui ir gavėjui, dalijamasi informacija, kuri yra užkoduota tam tikrais šifrais, suprantamas būtent tai visuomenės daliai, kuriai ši informacija yra skirta. Viešųjų ryšių specialistai, pasirinkę tikslinei auditorijai tinkamą kodą, gali skleisti

teigiamą žinią apie organizaciją ir užtikrinti viešumą, patikimumą, formuoti reputaciją, įvaizdį, patikrinti savo veiklos efektyvumą, o taip pat gauti grįžtamąjį ryšį.

Kaip teigia Augustinaitis, „Komunikacija iš esmės tampa visuomenės pilietinio sugyvenimo ir sanglaudos forma, kuri suprantama kaip įvairovės vienovė ir vertybinių (pasitikėjimo), ir ekonominiu (globaliojo konkurencingumo), ir kultūriniu (nacionalinio tapatumo) požiūriu. Tai yra pilietinės visuomenės ypatumas žinių visuomenėje. Paprastai kalbant, šiuolaikinės pilietinės visuomenės formulė – teisinė valstybės plius komunikacija.“ (Augustinaitis, 2006, p.24).

Pažymėtina, kad komunikavimo procesas vyktų, būtinas siuntėjas ir gavėjas, ne tik žinia, taigi galima teigti, kad kiekvienas komunikacijos proceso modelis susideda iš:

- siuntėjo (asmens, kuris perduoda informaciją);
- pranešimo (koduotos informacijos ir jos perdavimo kanalų);
- gavėjo (asmens, kuris priima informaciją) (Baršauskienė, 2002).

Tinkamai organizuotas komunikacijos procesas RsV specialistui padeda siekti organizacijos tikslų. Savivaldos institucijose komunikacijos procesas gali būti apibūdinamas kaip informacijos laiko teikimas tinkamoms grupėms piliečių, siekiant jų pripažinimo, palaikymo, organizacijos tikslų įgyvendinimo, pozityvaus vertinimo.

Ryšių su visuomene specialistai planuoja, organizuoja, valdo ir vykdo organizacijos kaip visumos komunikaciją:

1. Analizuoja iš išorės ateinančius pranešimus, jų pagrindu teikia pasiūlymus vadovams.
2. Rengia, koordinuoja ir valdo organizacijos siunčiamus pranešimus aplinkai (Mamedaitytė, 2003).

Autorės nuomone valstybės ir savivaldos institucijų komunikacijos tikslas yra informuoti ir motyvuoti tikslines auditorijas atlikti vienus ar kitus veiksmus, kurie yra susiję su valstybės valdymu ar savivaldos proceso užtikrinimu. Pranešimas turi būti užkoduotas būtent tai tikslinei grupei suprantamais šifrais, kuriai skiriama informacija, kad ji suprastų ir reaguotų į pranešime paslėptą informaciją. Komunikacijos procesas valstybinėse ir vietos savivaldos institucijose turi būti pagrįstas atvirumo, skaidrumo, viešumo, konsultavimo principais.

Organizuojant viešuosius ryšius, ypač valstybinėse bei vietos savivaldos institucijose svarbią vietą užima žiniasklaida. Žurnalistai yra komunikacijos proceso dalyviai. Jiems kaip potencialiems informacijos platintojams perduodama žinia visuomenei. Žurnalistai atlieka pranešimo perkoduotojo, šešėlinio komunikatoriaus vaidmenį (Rollinson, 1999). Jie gali

modifikuoti žinią taip, kaip tik jiems reikia, bet nelabai palanku RsV specialistui. „Gaunama per žiniasklaidą informacija ne tik veikia, bet ir informuoja mūsų visuomenę“ (Nugaraitė, 1999, p. 5).

„Žiniasklaidos atstovai organizacijos RsV specialisto pateikiamus duomenis gali pildyti ir lyginti su bet kokiais turimais duomenimis, net logiškai netinkamas faktų suderinimas yra galimas. Pretenzijos žurnalistui gali būti keliamos tik tokiais atvejais, kai neakivaizdžiai iškraipoma pateikta informacija arba ji tyčia pateikiama tokia forma, kad organizacija patirtų neadekvačiai didelę žalą“ (Ulevičius, 2006, p. 26).

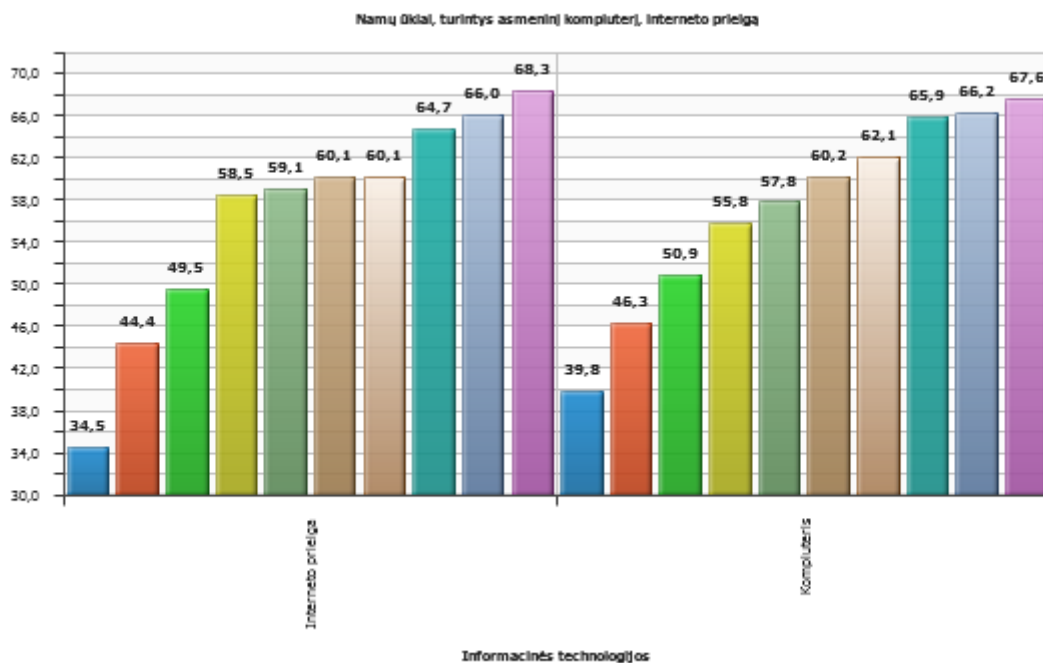
Tačiau reikia paminėti, kad žiniasklaidos atstovai dažnai iškreipia tikrovės vaizdą ir kuria iliuzijas. Lietuvoje žiniasklaida prisiima sau valdžios kontrolės vaidmenį ir viešojoje erdvėje pateikia nemažai neigiamos informacijos apie valstybės ar savivaldybių valdančiąsias struktūras: korupcijos atvejai, valstybės tarnautojo neigiamo įvaizdžio formavimas ir pan.

Remiantis aukščiau išdėstytu, galima teigti, kad organizuojant komunikacijos procesus RsV specialistams reiktų atsižvelgti į šešėlinį komunikatorių (žiniasklaidą) ir pateikti žinią taip, kad neliktų priežasčių jos interpretuoti savaip. Pasak S. Mamedaitytės (2003), efektyvi komunikacija nėra duotybė, tai įgūdis, labai svarbūs yra ryšių su visuomene specialistų (kaip ir bet kurio kito specialisto) turimi bei lavinami ir tubulinami komunikacijos įgūdžiai.

### **1.7. Interneto ir socialinių medijų įtaka viešųjų ryšių veiklai**

Pasitikėjimas internete randama informacija Lietuvoje auga: RAIT tyrimų bendrovės duomenimis, jaunimas (15 – 24m.) interneto portalais pasitiki labiau nei televizija (atitinkamai 37,9 ir 36,5 proc.). Aukštąjį išsilavinimą turintys apklaustieji interneto portalais taip pat pasitiki labiau nei televizija (32,8 ir 28,3 proc.). Apklaustieji, kurių šeimose vienam nariui tenka daugiau nei 1100 litų labiausiai pasitiki interneto portalais (31,4 proc.), antra vieta tenka televizijai (30,7 proc.), trečia – nacionaliniams dienraščiams (17,1 proc.) (Račas, 2009).

Lietuvoje interneto įtaka didėja kasmet. LR statistikos departamentas atliko tyrimą ir nustatė, kad 2015 metų pabaigoje 68,3 proc. namų ūkių namuose turėjo kompiuterius ir 67,6 proc. namų ūkių namuose turėjo interneto prieigą. (žr. 1 pav.)



**1 pav.** Šaltinis: Namų ūkiai Lietuvoje, turintys kompiuterius ir interneto prieigą (LR Statistikos departamentas, 2015 <http://osp.stat.gov.lt/web/guest/statistiniu-rodikliu-analize?portletFormName=visualization&hash=b37c5887-f571-4816-a141-019d39770389>).

Dėl informacinių technologijų plėtros, šiandieniniame pasaulyje tam, kad organizacija būtų matoma ir gautų visuomenės pasitikėjimą – tradicinių ryšių su visuomene veiksmų nepakanka. Juos privalo papildyti nauji komunikacijos internete ir socialinėse medijose metodai, kurie pamažu keičia visą ryšių su visuomene suvokimą.

Visą interneto galimybių potencialą sunku ir įvertinti, tačiau aiškus interneto išnaudojimas – informacijos perdavimo kanalas, leidžiantis transliuoti žinias ir kurti komunikacijos kanalus. Interneto tinklalapiai turi būti nuolat atnaujinami, o tai reikalauja investicijų ir technologijos išmanymo. Organizacijos interneto tinklapiui svarbų vaidmenį vaidina dizaino ir tyrimų aspektai, kurie teikia augimo potencialą daugybei viešųjų ryšių agentūrų ir konsultantų. Sandra Oliver straipsnyje „Public relations strategy“ (2007) rašo, jog įprastinis suvokimas „Mąstyk globaliai, veik lokaliai“ (angl. „think global, act local“) šiandien yra nepakankamas, kuomet komunikacija privalo kirsti kultūros, kalbos tradicijų ir tikėjimo barjerus (Oliver, 2007).

D. L. Wilcox (2003) teigimu, internetas RsV darbuotojams suteikia daugialypę pasaulinės komunikacijos formą: siūlo keistis pranešimais elektroniniu paštu, per žiniatinklį skleisti informaciją, įtikinėti bei atlikti tyrimus. Svarbiausiomis interneto panaudojimo formomis

autorius laiko elektroninį paštą, žiniatinklio svetaines, internetines brošiūras, vartotojų diskusijų grupes, elektroninio pašto grupės.

Greitas socialinių medijų rinkos augimas žada daugybę galimybių mažinti informacijos valdymo kaštus, didinti specifinių komunikacijos operacijų efektyvumą. Šiandieniniai profesionalai didžiuojasi galimybe naudoti technologijas, kad galėtų rasti naujus svarbius sprendimus, įveikiant problemas ir užtikrinant didesnę savo organizacijų veiklos efektyvumą (Paxhia, 2008). Tačiau tam reikia įsisavinti naujas komunikacijos taisykles. Komunikuojant per socialines medijas pats svarbiausias faktorius yra sąžiningumas. Socialinės medijos skatina ir įtraukia labiau nei reklama, nes verčia žmones reaguoti. Raktas į sėkmę čia yra pasitikėjimas (Amis, 2007).

Socialinės medijos yra grupė naujos rūšies virtualių medijų, kurioms būdinga:

- Dalyvavimas: socialinės medijos skatina dalyvavimą ir įsitraukimą visų, kurie domisi, panaikina ribas tarp medijų ir auditorijos.
- Atvirumas: daugiausiai socialinių medijų priemonės yra atviros atgaliniam ryšiui ir dalyvavimui. Ji skatina balsavimą, komentarus ir informacijos dalinimąsi. Retai yra kokių nors barjerų, pasiekiant ir naudojantis turiniu – slaptažodžiu apsaugotas turinys yra labai retas.
- Komunikacija: tradicinės medijos transliuoja (turinys perduodamas auditorijai), o socialinė medija yra traktuojama kaip dvipusė komunikacija.
- Bendruomeniškumas: socialinė medija leidžia bendruomenėms formotis greitai ir bendrauti efektyviai, bendruomenės dalinasi panašiomis idėjomis kaip meilė fotografijai, politika ar mėgstamiausios TV laidos.
- Ryšiai: daugiausia socialinių medijų rūšių klesti dėka ryšių, nuorodų į kitus tinklalapius, šaltinius ir žmones (Mayfield, 2008).

Socialinių tinklų populiarumą Lietuvoje parodo populiariausių interneto svetainių statistika. Interneto tyrimų kompanijos Alexa.com duomenimis, iš 10 lankomiausių svetainių sąrašo, net 5 yra priskirtinos socialinių tinklų svetainėms – Facebook.com, YouTube.com, Delfi.lt, 15min.lt, Lrytas.lt:

1. Google.com 6. 15min.lt
2. Facebook.com 7. Lrytas.lt
3. YouTube.com 8. Skelbiu.lt
4. Google.lt 9. Swedbank.lt

## 5. Delfi.lt 10. Plus.lt

Tyrimų kompanija TNS LT „Media Day“ 2014 m. vasario – balandžio mėnesiais atliko populiariausių medijų naudojimo tyrimą. Tyrimo metu buvo apklausiami 1.780 15 – 74 m. Lietuvos gyventojai. Apklausos rezultatai parodė, kad vadinamoji Millenium arba Y karta (18 – 34 m.) Lietuvoje, kuriai bene daugiausiai dėmesio skiria tiek gamintojai, tiek reklamdaviai, su medija kanalais praleidžia daugiau laiko nei vidutinis gyventojas – 7 val. 50 min.

Tuo tarpu vyresnio amžiaus, 60 – 74 m. Lietuvos gyventojai per parą su medijomis praleidžia 8 val. 12 min. Jaunesni, 50 – 59 m. respondentai su medijomis praleidžia mažiau laiko – 7 val. 25 min. Galima teigti, kad augantis socialinių medijų populiarumas didina ir šių platformų reikšmę bei įtaką vartotojams (TNS LT duomenys).

Bostono universiteto profesoriai Gerald C. Kane, Robert G. Fichman ir John Gallaughter straipsnyje „Community Relations 2.0“ (2009), išskiria keturis svarbiausius socialinių medijų aspektus organizacijoms. Pirmiausia, socialinės medijos skatina gilų socialinio tinklo narių įsitraukimą į tvirtą sąjungą su kitais nariais. Sąjunga yra paremta giliu narių pasitikėjimu vienu kitu, kuris kyla iš nuolatinio narių dalijimosi informacija, kuri įdomi kitiems nariams. Antras svarbus aspektas – organizacijos gali būti labai greitos: kartais pakanka kelių valandų, kad keli šimtai tūkstančių bendruomenės narių būtų įtraukti vienam tikslui. Trečia, socialinės medijos skatina kūrybiškumą ir vienodina informacijos priėmimą: gaudami informaciją socialinės medijos pagalba dažniausiai visi nariai suvokia informaciją vienodai. Ketvirta, socialinė medija leidžia maksimaliai filtruoti informaciją ir pasisavinti tik tą, kuri yra individualiai svarbi, o į filtravimą įtraukiama visa bendruomenė.

Katie Delahaye Paine straipsnyje „New School of Thought“ santykio tarp žiniasklaidos kūrėjų ir vartotojų pasikeitimą vadina „Mirties sukrėtimu“ (angl. „Mental earthquake“), o vykstantį procesą lygina su žemės drebėjimu: viešųjų ryšių ir marketingo tektoninės plokštės šiuo metu juda. To pasėkmė – dalis organizacijų žus, o dalis tiesiog pakils iš griuvėsių. Didelę dalį organizacijos likimo sukrėtimo laikotarpiu lemia komunikacijos specialistai, kurie turi suvokti, jog keičiasi laiko sąvoka, keičiasi viešųjų ryšių ir komunikacijos vaidmuo visuomenėje bei daugelis komunikacijos sėkmės matų tampa nereikšmingi (Paine, 2009, p. 20 – 24 ).

Komunikacijos specialistai turi keisti sąvokos „dabar“ suvokimą. Nors socialinės medijos vis dar yra augimo stadijoje, tačiau sutinkama nemažai atvejų, kuomet žala organizacijos įvaizdžiui socialinės medijos terpėje buvo padaryta per kelias valandas. Komunikacijos vadovai privalo reaguoti bet kuriuo paros metu, o reakciją per porą valandų šiuo metu negali būti laikoma „labai greita“. Komunikacijos specialistai privalo pamiršti, jog darbo savaitė baigiasi penktadienį.

Katie Delahaye Paine teigia, jog komunikacijos specialistams svarbu suvokti, kad vartotojai pakeitė sprendimų priėmimo būdą, dėl ko būtina keisti komunikaciją. Vartotojai ieško atsakymų paieškos sistemose, jie klausia kitų socialinių tinklų vartotojų nuomonės prieš priimdami sprendimą apie prekės ar paslaugos pirkimą. Taipogi, patarimai išlieka ilgai interneto terpėje, todėl niekada negali žinoti, kiek klientų atbaidė neprisistačiusio asmens paliktas neigiamas atsiliepimas prieš kelerius metus. Svarbu yra tai, jog būtina tinkamai suvokti, jog neįmanoma valdyti informacijos – egzistuoja tik galimybė daryti jai įtaką.

### **1.8. Globalizacijos įtaka viešųjų ryšių plėtrai**

XX a. prasidėję globalizacijos procesai formuoja kitokią, globalinę, sąmonę. Globalizacija vadinamas visą pasaulio apimančios rinkos skverbimasis į šalių gyvenimą, sukeliamas tarptautinės finansinės rinkos stiprėjimo, pasaulinės prekybos didėjimo, daugianacionalinių verslovių kūrimosi, telekomunikacijos naujovių ir informacinių technologijų plėtros.

Globalizacija, kaip ir ryšiai su visuomene, yra dinamiškas ir atviras procesas. Z. Bauman (2002) teigia, jog valstybės nyksta, o jas ardančios jėgos yra transnacionalinės. Be to, jis pastebi: mes nesame pajėgūs pakreipti įvykių, mes tik galime stebėti, kaip ribos, institucijos keičiasi ir juda nenuspėjamu keliu. Tai procesas, kuris paliktas savieigai ir jo kontroliuoti iš esmės valstybė negali. Globalizacija pasireiškia ir veikia visas žmogaus gyvenimo sritis: ekonomika, politiką, socialines struktūras ir netgi žmonių laiko ir erdvės suvokimą. Ji ne tik jungia, bet ir išskiria, t. y. Ryškėja skirtumai tarp turtingųjų ir neturtingųjų valstybių (Puleikytė, 2006).

Pasauliniai globalizacijos procesai, informacinių technologijų tobulėjimas ir prieinamumas visuomenei sudaro sąlygas skleisti tokius informacijos rautus, kad eilinis pilietis pradeda suvokti niekada negalėsiąs jų aprėpti. Sukuriama iliuzija, tarsi žmogus yra nuolat atakuojamas informacijos srautų. Formuojasi įspūdis, kad laisvai galima gauti bet kokią informaciją: nuo pramogų pasaulio skleidžiamų gandų iki žinių apie valdžios ir piliečio santykius. Tokios iliuzijos apimtas žmogus ateina į valdžios institucijas ir tikisi lengvai ir greitai gauti atsakymus į rūpimus klausimus, bet netikėtai pačiam sau jis atsiduria painiame ir daug laisvo laiko reikalaujančiame valdymo aparate, kuriame niekas greitai nesprenžžiama. Informacijos gavimą iš valstybės ir vietos valdžios institucijų apsunkina ir ilgos biurokratinės procedūros (terminai, įvairių dokumentų rinkimas ir pan.). „Deklaravus demokratinius santykius, darosi sunku juo įgyvendinti“ (Bielinis, 2005, p. 20).

Tiek globalizacija, tiek viešuosius ryšius sieja vienas bendras bruožas: ji sukuria iliuziją, jog viskas yra pasiekama, arti. A. Baricco (2005) savo mąstymuose apie globalizaciją kalba apie „ypatingą žvairumą“. Būdingą kolektyvinei sąmonei, t. y. Iškreiptą tikrovės vaizdą.



### **1.9. Viešieji ryšiai naujausių viešojo valdymo teorijų kontekste**

Naujojo viešojo valdymo atsiradimą (toliau NVV) lėmė XX a. pabaigos įvairūs globalūs veiksniai, kurie pareikalavo reformuoti viešąjį administravimą ir valdymą, modernizuoti ir tobulinti valdymo metodus, atsakomybės paskirstymą, personalo gebėjimų bei išteklių panaudojimą (Domarkas, 2004). Šiuos veiksnius galima suskirstyti į politinius, ekonominius, socialinius, institucinius ir technologinius. NVV skatino atsirasti padidėję piliečių lūkesčiai ir reikalavimai dėl geresnės kokybės viešųjų paslaugų srityje. Piliečiai taip pat reikalavo skaidraus valdžios sprendimų priėmimo proceso ir atsakomybės. Be to, NVV atsiradimą sąlygojo ir naujų technologijų sparti pažanga.

Autorės nuomone, naujasis viešasis valdymas nuo tradicinio hierarchinio ir naujosios viešosios vadybos modelių pirmiausia skiriasi tuo, kad jis yra vertybinis modelis. Pažymėtina, kad kiekybiniai rodikliai jame nėra dominuojantys kaip naujoje viešojoje vadyboje, o ypač svarbi yra kokybinė pusė bei veiksmingumo, socialinio teisingumo, lygybės ir etikos aspektai.

Jeigu tradiciniame hierarchiniame modelyje labai svarbus buvo procesas, tuo tarpu naujoje viešojoje vadyboje – rezultatai, tai naujam viešajam valdymui svarbu ir procesas, ir jo rezultatai. Atvirumas, skaidrumas, demokratija, pliuralizmas, socialinė kokybė ir atsakomybė, korupcijos nebuvimas bei aktyvi nevyriausybių organizacijų veikla yra svarbūs naujojo viešojo valdymo bruožai.

Remiantis A. Raipa (2009) būtų tikslinga išskirti pagrindinius naujojo viešojo valdymo bruožus:

- Tarnavimas piliečiams, o ne klientams;
- Pilietiškumo vertinimas labiau už vadybiškumą;
- Viešojo intereso ieškojimas;
- Piliečių įtraukimas į viešųjų reikalų sprendimą;
- Kovos prioritetai su neigiamų reiškinių viešajame sektoriuje priežastimis, bet ne su pasekmėmis;
- Strateginis mąstymas, demokratiškas veikimas;
- Atskaitomybė svarbiau už efektyvumą;
- Tarnavimas, o ne reguliavimas;
- Žmonių, o ne produktyvumo vertinimas (Raipa, 2009, p. 41).

Autorės nuomone, remiantis aukščiau išdėstytu galima daryti išvadą, jog pagrindinis naujojo viešojo valdymo tikslas yra pagerinti socialinius ryšius, pilietinį dalyvavimą, bendradarbiaujantį veikimą ir abipusę paramą bei įtaką.

## **II. RYŠIŲ SU VISUOMENE VAIDMUO VIETOS SAVIVALDOS SISTEMOJE**

### **2.1. Viešųjų ryšių ir viešojo valdymo sąsajos**

Viešųjų ryšių vieta viešojo valdymo srityje nėra konkrečiai apibrėžta. Dažniausiai RsV specialistai reikalingi tik teigiamam valstybinės ar savivaldos institucijos įvaizdžiui formuoti.

Pagrindiniai viešųjų ryšių strategijos įgyvendintojai yra vietos politikai, administracijos vadovai, vietiniai partijų lyderiai. Nuo jų veiksmų, norų ir supratimo priklauso vykdomieji viešieji ryšiai, jų reikšmė institucijos viešajame gyvenime.

Šiuolaikiniame (postmoderniajame, technologiniame, globaliajame, informaciniame, žinių) pasaulyje viešieji ryšiai pamažu įgauna reikšmę, atskaitos tašką. Kaip teigia A. Augustinaitis (2006), viešieji ryšiai įgyja viešybės valdymo instrumentų statusą.

Viešojo valdymo komunikacijos procesus lemia:

- Žinių visuomenės augimas;
- Informacijos vertės didėjimas ir jos pajautimas;
- Visuomenės susiskaldymas į atskirus segmentus (pagal socialinę padėtį, priklausymą tam tikroms organizacijoms ir pan.

Savivaldos institucijos yra arčiausiai žmogaus, o jose dirbantys žmonės yra tos pačios bendruomenės nariai, todėl patys gali formuoti tam tikras nuomones apie vieną ar kitą sprendimą, arba gali keisti savo sprendimus atsižvelgdami į visuomenės reakcijas ir pageidavimus. Būtent savivaldoje greičiausiai galima pakeisti tradicinį valdymo modelį „iš viršaus į apačią“ pasitelkiant viešuosius ryšius, t. y. Sugebėti patenkinti atskirų interesų grupių poreikius.

Autorės nuomone, viešasis valdymas bus efektyvesnis tada, kai bus atsižvelgiama į visų viešojo valdymo proceso dalyvių interesus: tiek valdymo, tiek privataus, tiek visuomeninio sektorių. Visų šių sektorių atstovai turėtų tarpusavyje derinti regiono plėtros procesą ir siekti bendrų tikslų. Viešųjų ryšių paskirtis šiame procese – įtraukti vietos bendruomenes, atskiras socialines grupes, tikslines auditorijas ir siekti jų dalyvavimo socialiniuose, ekonominiuose ir politiniuose debatuose – yra vienas pagrindinių regioninę plėtrą ir pokyčius skatinančių veiksmų (Bagdzevičienė, 2003).

Galima teigti, kad savivaldos lygmenyje į viešuosius ryšius žiūrima kaip į instrumentą pasiekti vieną ar kitą auditoriją, įgyti visuomenės palankumą. Ryšiai su visuomene vietos savivaldos institucijoje taip pat yra tarpininkas tarp institucijos ir gyventojų. Pasak Liutauro

Ulevičiaus, RsV yra tokie įtakingi, kad gali pakeisti net valstybinių institucijų planus: „Planinga ir gerai organizuota ryšių su visuomene taktika gali užtikrinti daug geresnius rinkodaros veiksmų rodiklius, visiškai skirtingų vartotojų nuomonę, o kritiniais atvejais – net valdžios institucijų sprendimus“ (Ulevičius, 2006).

Kalbant apie viešąjį valdymą būtina apibrėžti ir strateginio planavimo esminius bruožus. Autorės nuomone, strateginio planavimo esmė – institucijos misijos suformulavimas. Sudarant strateginius planus vietos savivaldos institucijos turi galimybę paklausti visuomenės, kokia kryptimi joms reikia eiti, kokius projektus įgyvendinti, kokius klausimus spręsti pirmiausia. Anot L.Mažylio, „Brandžios demokratijos valstybėse gyventojams privalo būti suteikiama galimybė vertinti savivaldybės teikiamas paslaugas, juos derėtų kuo plačiau įtraukti į sprendimų rengimą“ (Mažylis, 2006, p.71).

Reikia paminėti, kad gerai neišvystyti socialiniai ryšiai su atskiromis visuomenės grupėmis lemia viešųjų ryšių pobūdį. Dažniausiai veikiama pagal modelį Rsv specialistas + žiniasklaida = informacija paskleista. Tai specifinis, valdžios institucijoms būdingas, viešųjų ryšių supratimas. Žiniasklaida šiame modelyje atlieka tarpininko vaidmenį, ji suprantama kaip viešoji erdvė ir manoma, kad be jos vykdyti viešuosius ryšius būtų neįmanoma. Tokį požiūrį lemia tai, kad žiniasklaida užima labai stiprias pozicijas ir priskiria sau valdžios kontrolės vaidmenį. „Žiniasklaida yra svarbiausia šiuolaikinės komunikacijos infrastruktūrinė raiška. Jos socialinis, politinis, kultūrinis ir ekonominis reikšmingumas nuolat didėja, medijiniu požiūriu jai interneto ir kompiuterinių tinkle erdvėje, stiprėjant globaliesiems idėjų karams, formuojantis pasauliniam informacijos karų skydai ir internetinio valdymo tinklui“ (A.Augustinaitis, 2006, p.19).

Apibendrinant galima teigti, kad viešasis valdymas ir viešieji ryšiai šiandien yra susiję per įvairius lygmenis: politikos, verslo ir pan. Tie, kurie nesugeba prisitaikyti prie besivystančios visuomenės pokyčių, kurie nesupranta informacijos reikšmės ir jos nevaldo, neveikia skaidriai ir viešai, gali netekti pranašumo, prarasti konkurencingumą ir tiesiog išnykti.

## **2.2.Viešųjų ryšių teisinis reglamentavimas**

Viešieji ryšiai vietos savivaldoje pradėjo formotis Lietuvai atgavus nepriklausomybę, kai nusistovėjo aiškios savivaldybių funkcijos. „Savivaldybių viešosios informacijos skleidimo poreikį lėmė jų svarbos viešajam bendruomenės gyvenimui stabilizavimasis bei vietos žiniasklaidos rinkos formavimasis“ (L. Mažylis, 2006, p. 72). Tiek tuomet, tiek dabar viešieji ryšiai savivaldoje yra menkai teisiškai reglamentuojama sritis. Savivaldybei paliekama laisvė rinktis, reikalingi jai viešieji ryšiai, ar ne.

Pagrindinis įstatymas, kuriuo privalo vadovautis vietos savivaldos institucijose dirbantys RsV specialistai – Visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymas (Žin., 2010, Nr.123-6260). Jame apibrėžiami pagrindiniai viešosios informacijos principai, kanalai, gavimo ir teikimo galimybės, viešosios informacijos skleidimo procese dalyvaujantys asmenys, technologiniai įrengimai, etikos normos ir kt. Jame teigiama, kad visuomenės informavimas yra viešosios informacijos teikimas visuomenei. Minėtame įstatyme apibrėžiamos ir visuomenės informavimo priemonės: laikraštis, žurnalas, biuletenis ar kitas leidinys, knyga, televizijos, radijo programa, kino ar kita garso ar vaizdo studijų produkcija, informacinės visuomenės informavimo priemonė ir kita priemonė, kuria viešai skleidžiama informacija.

Išanalizavus minėtą įstatymą, galima teigti, jog būtent šiame įstatyme yra reglamentuojama tik siaura dalis viešųjų ryšių – naudojamas vienakryptis informacijos teikimo gyventojams per žiniasklaidos priemones modelis. Pagal šį įstatymą, valstybės ir savivaldybių institucijos bei įstaigos turi informuoti visuomenę apie savo veiklą. Viešai galima skleisti visą informaciją, išskyrus pažymėtą grifu Slaptai. Įstatyme nurodoma, kad viešosios informacijos rengėjai ir skleidėjai, valstybės ir savivaldybių institucijos bei įstaigos turi neatlygintinai teikti informaciją (įskaitant transliuotų laidų įrašus), būtiną jų funkcijoms atlikti. Viešoji informacija visuomenės informavimo priemonėse turi būti pateikiama teisingai, tiksliai ir nešališkai. Kiekvienas asmuo turi teisę gauti iš valstybės ir savivaldybių institucijų bei įstaigų, kitų biudžetinių įstaigų viešąją informaciją apie jų veiklą, oficialius jų dokumentus (kopijas, taip pat informaciją, kurią minėtos įstaigos turi apie jį patį).

Šiame įstatyme nurodomi ir terminai, per kuriuos informacija turi būti suteikta: informacija, kurią rengiant nereikia kaupti papildomų duomenų, viešosios informacijos rengėjams ir (ar) skleidėjams, žurnalistams pateikiama ne vėliau kaip per vieną darbo dieną, o informacija, kurią rengiant reikia kaupti papildomus duomenis, - ne vėliau kaip per savaitę. Įstatyme numatyta, jog atsisakius teikti informaciją, būtina nurodyti atsisakymo priežastį.

Aukščiau minėtame teisės akte numatoma, kad įstaiga, teikianti viešąją informaciją, turi paskirti asmenį, kuris būtų atsakingas už pateikiamos informacijos teisingumą. Paprastai savivaldybėse tokie asmenys yra viešųjų ryšių specialistai.

Kitas svarbus teisės aktas, reglamentuojantis informacijos pateikimą, yra Teisės gauti informaciją iš valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų įstatymo pakeitimo įstatymas (Žin., 2005, Nr. 139-5008). Jame akcentuojama įstaigų pareiga informuoti apie savo veiklą ir teikti privačią informaciją, nurodoma, kad įstaiga privalo turėti Vyriausybės patvirtintus reikalavimus atitinkančią interneto svetainę, kurioje teiktą informaciją apie savo funkcijas, struktūrą, informacijos teikimui skirtos informacijos rodyklę, kitą teisės aktais nustatytą informaciją. Visa

informacija apie įstaigos veiklą vykdant teisės aktais pavestas funkcijas turi būti visiems prieinama ir teikiama neatlygintinai.

Pagrindiniame vietos savivaldą reglamentuojančiame Vietos savivaldos įstatymo pakeitimo įstatyme (Žin., 2008, Nr. 113-4290) akcentuojami bendri atsakomybės ir atskaitomumo principai (privalu atsiskaityti rinkėjams ir visai bendruomenei), interesų derinimo principai (Savivaldybės institucijos sudaro sąlygas savivaldybės gyventojams tiesiogiai dalyvauti rengiant ir svarstant sprendimų projektus, organizuojant apklausas, susirinkimus, sueigas, viešą peticijų nagrinėjimą, skatina kitas pilietinės iniciatyvos formas). Savivaldybės institucijos diegia savivaldos principus švietimo, kultūros ir kitose įstaigose, remia asociacijų iniciatyvas, susijusias su viešųjų savivaldybės reikalų tvarkymu), veiklos skaidrumo (Savivaldybės institucijų ir kitų savivaldybės viešojo administravimo subjektų turi būti aiški ir suprantama savivaldybės gyventojams, kurie tuo domisi, jiems sudaromos sąlygos gauti paaiškinimus, kas ir kodėl daroma), viešumo ir reagavimo į savivaldybės gyventojų nuomonę (savivaldybės gyventojai ar jų atstovai turi teisę susipažinti su savivaldybės institucijų sprendimų projektais ir priimtais sprendimais, gauti viešus ir motyvuotus atsakymus į pareikštą nuomonę apie savivaldybės institucijų ir kitų savivaldybės viešojo administravimo subjektų ar atskirų valstybės tarnautojų darbą) principais. Šiame įstatyme nurodyta, kad savivaldybės negali savo išleistais teisės aktais riboti teisės gauti informaciją.

Atskiruose teisės aktuose, reglamentuojančiuose įvairias savivaldybės veiklos sritis, nurodoma, kokią konkrečiai informaciją privaloma skelbti, nurodomi skelbimo terminai. Dažniausiai šią informaciją būtina skelbti vietinėje spaudoje, kaip pagrindiniame visuomenės informavimo šaltinyje. Teisės aktų paskelbimui užtenka trumpo teisės akto esmės išdėstymo ir nuorodos į savivaldybės interneto svetainę, kurioje galima susipažinti su pilnu teisės aktu. Vadovaujantis teisės aktais neprivaloma skelbti informacijos apie institucijos įvaizdį (interviu su vadovais, renginių aprašymai ir pan.), bet ši informacija padeda formuoti teigiamą visuomenės nuomonę apie instituciją. Deja, dažnai būtent ji yra viešųjų ir privačių interesų susikirtimo vieta, ypač jei informacija susijusi su politikais (meru, mero pavaduotoju, politinio pasitikėjimo darbuotojais: administracijos direktoriumi, jo pavaduotoju).

Autorės nuomone, apibendrinant tai, kas išdėstyta aukščiau, galima daryti išvadą, kad teisės aktuose yra pateikiami tik informacijos pateikimo piliečiams proceso bendri bruožai (pvz., terminai), bet nėra nurodoma, kaip turi vystytis pats viešųjų ryšių organizavimo procesas, informacijos teikimo intensyvumas, struktūrų, teikiančių šią informaciją piliečiams modeliai: savivaldybėms pačioms palikta spręsti, kaip bus organizuojamas procesas.

### **2.3. Viešųjų ryšių organizaciniai modeliai vietos savivaldoje**

Viešųjų ryšių teorijoje skiriami keturi viešųjų ryšių proceso organizavimo modeliai. Juos 1976 metais išskyrė James E. Grunigas ir Toddas Huntas.

- viešasis (propaganda);
- informacinis ( žurnalistika)
- dvikryptis asimetrinis;
- dvikryptis simetrinis (Matkevičienė, 2005,p.9).

Pirmieji du modeliai vadinami techniniais, kiti du – profesionaliaisiais. Kiekviena organizacija pasirenka modelį, labiausiai atitinkantį jos komunikacijos proceso tikslus, darbo pobūdį, veiklos organizavimą, organizacijos poreikius. „Idealusis“, visų komunikacijos proceso dalyvių poreikius patenkinantis ir populiarėjantis modelis yra dvikryptis simetrinis modelis (Wilcox, Cameron, Ault, Agee, 2007, p. 55).

Lietuvos savivaldybėse ryšiai su visuomene suprantami skirtingai, tai rodo tiek specialistų skaičius, tiek pareigybių pavadinimai. L. Mažylis savo darbe „Viešųjų ryšių organizacinių modelių raida Lietuvos savivaldybėse“ (2006) teigia, kad pirmosios užuomazgos atsirasti ryšių su visuomene funkcijai atsirado 1990 metais su vietinės žiniasklaidos rinkos atsiradimu. 1993 metais jau atsirado atstovai spaudai didžiosiose šalies institucijose – Seime, Vyriausybėje, 1997 metais dauguma savivaldybių jau turi žmogų, tiesiogiai atsakingą už ryšius su visuomene, pradeda atsirasti pirmosios savivaldybių interneto svetainės. 2000 metais jau visos savivaldybės turi interneto svetaines, jas pradeda kurti seniūnijos. 2004 metais didieji miestai jau pradeda į savo viešųjų ryšių veiklą įtraukti viešųjų ryšių agentūras.

### **2.4. Vidinės ir išorinės komunikacijos būdai vietos savivaldoje**

Viešųjų ryšių specialistai turėtų valdyti tiek išorinės, tiek vidinės komunikacijos procesus. Pasak R. Jefkins (1998), viešiesiems ryšiams labai svarbios dvi komunikacijos formos. Jis teigia, kad ryšiai su visuomene susideda iš visų planuojamos komunikacijos formų – išorinių ir vidinių – tarp organizacijos ir jos publikų, siekiant konkrečių tikslų, vedančių į jų tarpusavio supratimą. Gera vidinė komunikacija lemia 70 proc. išorinės komunikacijos sėkmės. Jei vidinė komunikacija gera, viešųjų ryšių specialistui nereikia lakstyti po visą organizaciją ir ieškoti naujienų, stengiantis „atrinkti svarbiausią informaciją iš įvairiausių, daugialypių savivaldos funkcijų margumyno“ (Mažylis, 2006, p. 75). Sureguliuotas vidinės komunikacijos procesas išsprendžia informacijos surinkimo, perteikimo, koordinavimo klausimus.

Kaip teigia L. Mažylis, savivaldos institucijose veikia du vidinės komunikacijos modeliai, padedantys platinti informaciją išorės auditorijoms:

- informacijos teikimą žiniasklaidai inicijuoja savivaldybės skyriai, jos patekimą viešųjų ryšių specialistas kreguoja su skyriaus vadovu.

- Informaciją iš skyrių renka ir jos teikimą inicijuoja viešųjų ryšių specialistas (Mažylis, 2006, p. 75).

Taip pat svarbi ir vidinė komunikacija – ryšiai su darbuotojais ir organizacijos nariais. Ši veikla apima informacijos sklaidą organizacijos viduje. „Vidinės komunikacijos tikslas yra tobulesnės darbo aplinkos sukūrimas informuojant, motyvuojant, išsaugant patirtį, kuriant organizacijos kultūrą, vertybes ir filosofiją.“ (Barauskienė, Bivainienė, 2005, p. 34).

Anot Matkevičienės „Svarbu, kad organizacijos auditorija suprastų, jog ji informuoja ir perteikia organizacijos įvaizdį išorinėms organizacijos auditorijoms“ (Matkevičienė, 2005, p. 33).

Sėkminga vidinė komunikacija lemia:

- efektyvų darbą (darbuotojai tiksliai žino savo pareigas, atskaitomybę, užduoties vykdymo būdus);

- valdymo galimybę (darbuotojus laiku pasiekia informacija, reikalinga užduočiai atlikti, atsisakoma neefektyvių komunikacijos priemonių, kanalų);

- grįžamojo ryšio užtikrinimą (tinkamai valdomi informacijos srautai padeda atsisakyti perteklinės informacijos, tinkamai paskirstyti turimą);

- motyvaciją (darbuotojas, žinodamas esmines žinias apie organizaciją, savo atliekamų funkcijų svarbą, jaučiasi tikras organizacijos narys, yra labiau motyvuotas geriau atlikti savo darbą);

- komandinio darbo skatinimą (neformalus komandos narių bendravimas padeda išsiaiškinti efektyvias darbo grupes);

- pasirengimą krizinei situacijai (informacijos srautų valdymas organizacijos viduje leidžia išvengti gilios vidinės organizacijos krizės);

- darbuotojų dalyvavimą organizacijos valdyje (laiku gaunama informacija skatina darbuotojus teikti pasiūlymus optimizuoti įstaigos valdymo procesus) (Matkevičienė, 2005, p. 33).

Vidinės komunikacijos būdai yra skirstomi į formalius ir neformalius: formalus bendravimas būdingas įvairiems susirinkimams, posėdžiams, oficialiems susitikimams ir pan., neformalus bendravimas yra bendravimas kasdienybėje akis į akį, telefonu, elektroniniu paštu,



internetu, organizacijos išvykos, šventės ir pan. Neformaliojo bendravimo metu darbuotojai gerai vienas kitą pažįsta, sustiprėja jų tarpusavio santykiai (Memedaitytė, 2003).

Autorės nuomone, viena iš efektyviausių priemonių bendrauti su darbuotojais yra intranetas. Jis – vidinė įmonės sistema, padedanti efektyviai organizuoti informacijos srautų judėjimą, pagreitina informacijos srautus, padidina darbuotojų iniciatyvą. Intranetas leidžia elektroninėms priemonėms efektyviai vykdyti vidinius įmonės procesus, efektyviau paskirstyti informacijos išteklius, tinkamiau planuoti darbo laiką, optimaliau valdyti užduotis, projektus, daryti tai, kas padidintų įmonės konkurencingumą, veiklos efektyvumą, sukurti institucijai galimybę tobulėti, mokytis.

Pažymėtina, jog viešųjų ryšių specialistai, siekdami kuo plačiau skleisti informaciją apie savivaldos instituciją, gali įtraukti bendruomenę: tai padėtų jiems išugdyti auditoriją, išmanančią įvairius ekonominius, socialinius ir politinius procesus. Aktyvus bendruomenės dalyvavimas padėtų savivaldybės institucijai atrasti aktualias problemas, ieškoti būdų joms spręsti.

Reikia, paminėti, kas seniūnijos yra arčiausiai žmonių esantis savivaldos institucijos padalinys. Būtent jų darbuotojai geriausiai pažįsta potencialią auditoriją ir gali padėti savivaldybės viešųjų ryšių specialistams rasti tinkamiausius būdus informuoti jas apie savivaldybės veiklą, aktyvinti jas, skatinti jas dalyvauti vietos savivaldos procesuose.

Būtent viena iš išorinės komunikacijos sudedamųjų dalių yra grįžamojo ryšio formavimas. Pasak L. Mažylio, grįžtamasis ryšys bus efektyvus tik tuomet, jei valdžios institucijos, priimdamos sprendimus, atsižvelgs į piliečių siūlymus ir suteikta informaciją (Mažylis, 2006, p. 79). Vis dėlto pasitaiko atvejų, kai yra atsiklausoma gyventojų nuomonės, kad būtų išlaikytos sprendimo priėmimo procedūros, bet paskui priimamas visiškai priešingas gyventojų nuomonei sprendimas. Visuomenės apklausos duomenys nėra lemiantis faktorius, jos pavadinamos rekomenduojamosiomis. Reikia paminėti, kad tokie savivaldos institucijos vadovų poelgiai formuoja neigiamą savivaldybės įvaizdį, kenkia reputacijai.

### **III. VIEŠŲJŲ RYŠIŲ ORGANIZACINIO MODELIO RADVILIŠKIO RAJONO SAVIVALDYBĖJE TYRIMAS**

Radviliškio rajono savivaldybės teritorija yra vidurio Lietuvoje ir priklauso Šiaulių apskrčiai. Žvelgiant į istoriją pirmą kartą rašytiniuose šaltiniuose Radviliškis paminėtas 1567 metais. Manoma, kad miesto pavadinimas kilęs iš bajorų Radvilų giminės vardo. Didžiausias savivaldybės miestas yra Radviliškis, taip pat tai ir administracinis centras nuo 1950 metų, nes tuomet buvo įkurtas Radviliškio rajono darbo žmonių deputatų tarybos vykdomasis komitetas. Šiandien Radviliškio rajono savivaldybėje yra dvylika seniūnijų. Didžiausia pagal gyventojų skaičių yra Radviliškio miesto seniūnija, mažiausia – Tyrulių seniūnija ([www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt))

Radviliškio rajono savivaldybės iškelta misija, pagal jai suteiktą LR savivaldos įstatymo teisę, yra atsakingai tvarkyti Radviliškio rajono savivaldybės viešuosius reikalus, siekiant kuo geriau patenkinti gyventojų poreikius. Radviliškio rajono savivaldybės struktūra sudaryta iš gyventojų išrinktos savivaldybės tarybos, kuriai priklauso 25 įvairių partijų atstovai taip pat savivaldybės taryba sudaro atskirus komitetus ir komisijas, iš jų yra 5 komitetai ir 7 komisijos.

Kita Radviliškio rajono savivaldybės įstaiga (vykdomoji) – administracija. Radviliškio rajono savivaldybės administracija yra sudaryta iš 17 skyrių ir 12 savivaldybės administracijos filialų – seniūnijų (žr. 3 priedą). Taip pat Radviliškio rajono savivaldybė turi jai priklausančias 25 įmones ir įstaigas ([www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt)).

#### **3.1. Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų nuomonės tyrimas. Tyrimo metodologija**

**Tyrimo metodika** – mokslinėje literatūroje teigiama, kad sociologinio tyrimo metodika yra socialinių faktų nustatymo, sisteminimo ir analizės būdų sistema (Sociologinis tyrimas, 2007). Norint tinkamai atlikti tyrimą būtina nusistatyti reikiamą tyrimo metodiką, bei metodą. Sociologiniai tyrimai skirstomi į kiekybinius ir kokybinius (Sociologinis tyrimas, 2008). Kiekybiniais tyrimais galima apibrėžti tokį empirinį tyrimą, kurio duomenys pateikiami skaičiais bei apdorojami statistiniais metodais. Išskiriami tyrimo metodai yra interviu ir anketinė apklausa (Sociologinis tyrimas, 2008). Kokybinių tyrimų, priešingai nei kiekybinių tyrimų duomenys nėra pateikiami skaičiais (Sociologinis tyrimas, 2008).

**Tyrimo metodologinės prieigos.** Tyrimo metodologija grindžiama šių autorių mokslinių publikacijų ir dokumentų pagrindu: Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas, Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksas, naudotasi R. Matkevičienės (2005), A. Nugaraitės (1999), L. Mažylio (2006), A. Augustinaičio (2006) teoriniais darbais apie viešuosius ryšius, L.

D. Wilcox, T. G. Cameron, H. P. Ault, K. G. Agee (2007), L. Ulevičiaus (2006), A. Vuimos (2009) praktiniais viešųjų ryšių vadovais ir daugeliu kitų šaltinių.

**Tyrimo eiga.** Tyrimas vyko šiais etapais:

I etapas. Mokslinės literatūros, publikacijų ir kt. mokslinių šaltinių analizė (2015 m. rugsėjo – 2016 m. sausio mėn.)

II etapas. Apklausos būdo pasirinkimas: anketavimas raštu pildant anketas (2016 m. sausio – vasario mėn.).

III etapas. Anketų išdalijimas informantams, vykstančios apklausos kontrolė ir stebėseną (kovo – balandžio mėn.).

III etapas. Apklausos duomenų apdorojimas Microsoft Excel duomenų apdorojimo programa (2016 m. balandžio – gegužės mėn.).

IV etapas. Empirinio tyrimo rezultatų analizė, apibendrinimas, išvadų formulavimas ir rekomendacijų rengimas (2016 m. gegužės mėn.)

**Kiekybinio tyrimo dalyvių imtis.**

Kiekybinis tyrimas buvo naudojamas tiriant Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų nuomonę, naudotas 34 klausimų klausimynas. Tam, kad objektyviai atlikti apklausą reikia tinkamai atlikti informantų atranką. Šiuo atveju generalinė aibė yra Radviliškio rajono savivaldybėje gyvenantys asmenys. Pasirinkta imtis yra visi Radviliškio rajono savivaldybės gyventojai ([www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt)). Pasirinktoji imtis yra tikimybinė paprastoji atsitiktinė. Remiantis Radviliškio rajono savivaldybės informacija ([www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt)) nustatyta, kad Radviliškio rajono savivaldybėje gyvena 39 705 gyventojai. Imties tūriui „n“ nustatyti buvo naudojama Panioto formulė (Sociologinis tyrimas, 2007).

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}}$$

Formulėje naudojamų ženklų reikšmės yra:

n – atvejų skaičius atrankinėje grupėje, arba ieškomas imties tūris;

N – generalinė aibė

Δ – paklaidos dydis;

Parašome turimas reikšmes:

$\Delta - 0,05$  paklaidos dydis

N – 39 705 gyventojai

Turimas reikšmės įstatome į formulę:

$$N = 1 \left( (0,05)^2 + 1/39\,705 \right) = 396$$

Pagal šią formulę gautas skaičius rodo tam, kad tyrimas būtų sėkmingas reikia apklausti 396 informantus. Tyrimo metu apklausti 398 informantai. Į anketos klausimus atsakė 398 atsitiktinai pasirinkti įvairaus amžiaus, įvairios socialinės padėties Radviliškio rajono savivaldybės gyventojai (verslininkai, valstybės tarnautojai, pensininkai, miesto ir kaimo gyventojai, žiniasklaidos atstovai, bendruomenių, jaunimo, kitų organizacijų nariai). Siekiant apklausti kuo daugiau informantų, prieš vykdant apklausą, buvo susisiepta su institucijų vadovais, jie suteikė galimybę apklausti darbuotojus. Iš viso buvo išdalinta 400 atspausdintų anketų, sugrįžo 398.

### **Tyrimo instrumento pagrindimas.**

Mažylio (2006) atliktas tyrimas parodė, kad piliečių dalyvavimo būdai ir galimybės priklauso nuo valdžios institucijų požiūrio į visuomenės interesus, valdininkų noro ir sugebėjimo komunikuoti su visuomene, skleisti informaciją apie institucijos veiklą ir sprendtinąs problemas, kviečiant piliečius diskusijai.

Pasinaudojus kiekybinių duomenų analizės metodu – anketine apklausa, atskleista ar Radviliškio rajono savivaldybės gyventojai gali gauti visą informaciją reikalingą kritiškam valdžios vertinimui, ar suteikiamos galimybės būti įtrauktiems į vietos savivaldos veiklą, sprendimų rengimo procesą.

Tyrimo anketa (žr. 1 priedą) sudaryta remiantis L. Mažylio (2006), R. Matkevičienės (2005), A. Nugaraitės (1999), Wilcox, Cameron, Ault, Agee (2006) teoriniais darbais.

Rengiant klausimyną respondentams ir parenkant analizės metodus, remtasi S. Girdzijauskienės (2006) ir B. Bitino, L. Rupšienės, V. Žydžiūnaitės (2008) tyrimų metodologijos leidiniais, taip pat atsižvelgta į esamą viešųjų ryšių proceso situaciją Radviliškio rajono savivaldybėje, remtasi moksline literatūra apie viešųjų ryšių strategijų kūrimą, viešųjų ryšių savivaldoje ypatumus.

Anketą sudaro 34 uždari klausimai: 1–5 klausimai skirti nustatyti informantų charakteristikas, 6–11 skirti nustatyti informantų nuomonę apie savivaldybės veiklą, 12–20 klausimai skirti išsiaiškinti, ar tenkina informantus viešųjų ryšių Radviliškio rajono savivaldybėje organizavimas, 21–26 klausimai skirti išsiaiškinti informantų nuomonę apie

savivaldybės įvaizdį visuomenėje ir reputaciją, 27–34 klausimai skirti išsiaiškinti informantų dalyvavimą visuomeniniame gyvenime ir jų nuomonę apie visuomenės dalyvavimo savivaldos procesuose galimybes.

Anketos anoniminės, informantams akcentuoja, jog duomenys bus skelbiami tik tyrimui apibendrinti, jokios asmeninės informacijos (vardo, pavardės, asmens kodo, adreso ir pan.) respondentų neklausta. Formuluoiant klausimus, stengiasi gauti kuo daugiau aiškesnės informacijos apie viešųjų ryšių proceso Radviliškio rajono savivaldybėje vertinimą.

**Taikomi duomenų apdorojimo metodai:** statistinė analizė, interpretacija.

**Tyrimo tikslas** – išsiaiškinti visuomenės nuomonę apie Radviliškio rajono savivaldybės veiklą ryšių su visuomene srityje.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Išsiaiškinti informacijos gavimo būdus, informacijos prieinamumą ir kokybę .
2. Išsiaiškinti efektyvius visuomenės aktyvinimo ir informacijos sklaidos būdus.
3. Išsiaiškinti gyventojų nuomonę apie Radviliškio rajono savivaldybės vadovų ir įstaigos reputaciją.

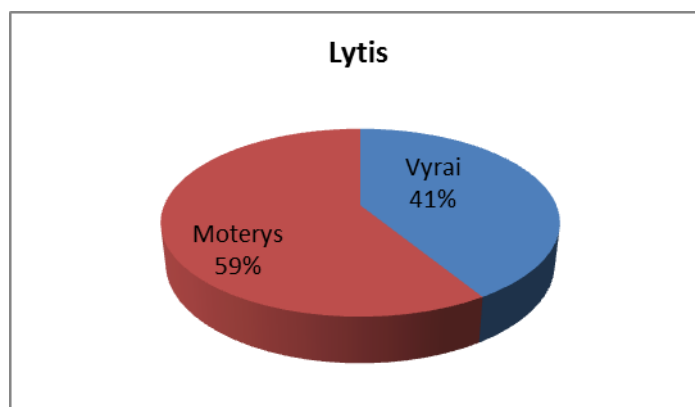
**Tyrimo tikslinė grupė.** 400 atsitiktinai pasirinktų įvairaus amžiaus, įvairios socialinės padėties Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų.

**Tyrimo praktinė reikšmė** – suformuluotos išvados padės tobulinti Radviliškio rajono savivaldybės veiklą ryšių su visuomene srityje, bus išnagrinėta ir atskleista probleminė situacija.

### 3.2. Tyrimo rezultatų analizė

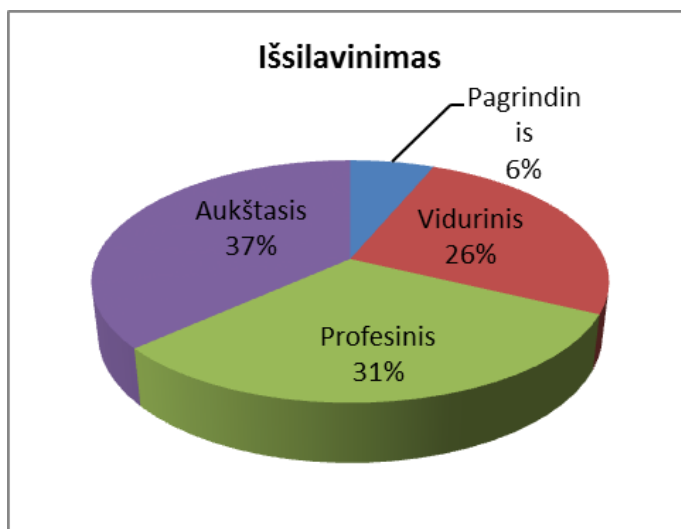
#### 3.2.1. Informantų charakteristikos

Tyrimo dalyvavo ir anketas pildė 398 Radviliškio rajono savivaldybės gyventojai – 41 proc. vyrų, 59 proc. moterų. Moterys tyrime dalyvavo šiek tiek aktyviau nei vyrai (žr. 2 pav.).



## 2 pav. Informantų pasiskirstymas pagal lytį

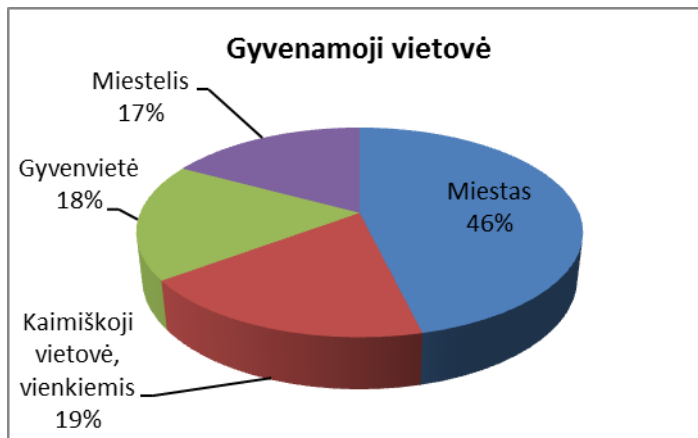
Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis



3 pav. Informantų išsilavinimas

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

Pagal 3 paveikslo duomenis, galima teigti, kad daugiausiai informantų turi aukštąjį išsilavinimą (37 proc.). Informantų, turinčių vidurinį išsilavinimą yra 26 proc., o profesinį išsilavinimą – 31 proc.

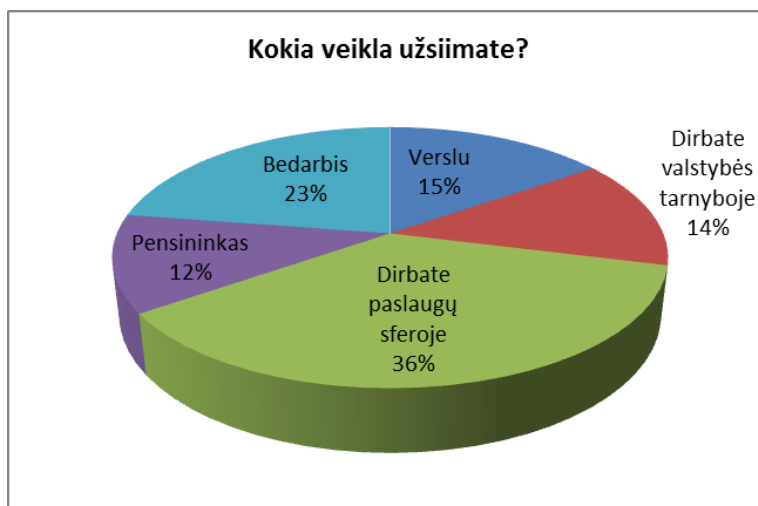


4 pav. Informantų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietovę

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

4 paveiksle matomas informantų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietovę. Daugiausia informantų gyvena mieste (46 proc.), mažiausia – miestelyje (17 proc.). 18 proc. informantų gyvena kaimiškoje vietovėje, vienkiemyje, o 18 proc. informantų gyvena gyvenvietėje.

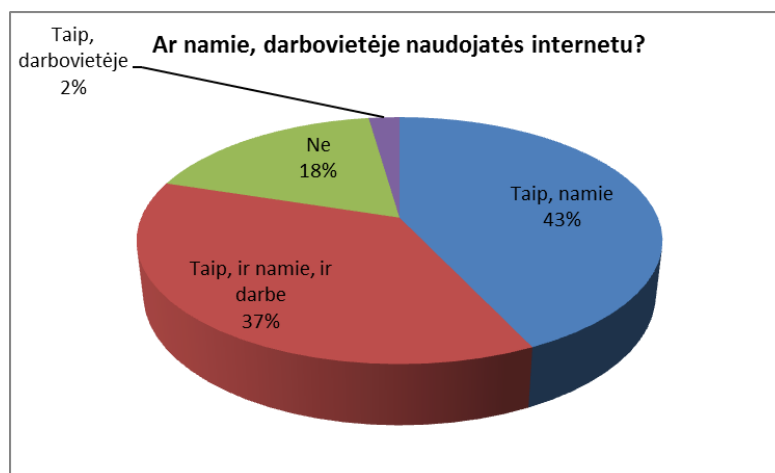
Išanalizavus 5 paveikslo duomenis, paaiškėjo, kad daugiausia apklaustųjų dirba paslaugų sferoje (36 proc.), net 23 proc. informantų yra bedarbiai, 15 proc. apklaustųjų teigė užsiimantys verslu, 14 proc. dirba valstybės tarnyboje, o 12 proc. – pensininkai.



5 pav. Informantų pasiskirstymas pagal veiklos sritis

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

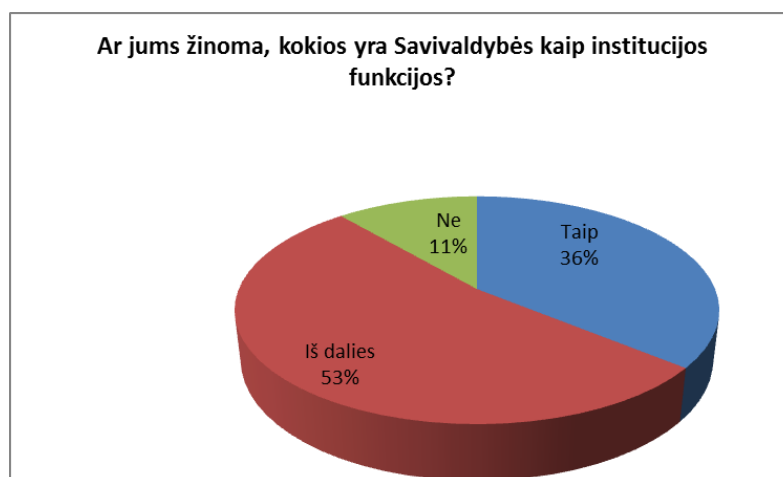
Pažvelgus į 6 paveikslą matome, jog dauguma informantų naudoja internetą: tik namie internetu naudoja net 43 proc., ir namie, ir darbe internetu naudoja 37 proc., darbovietėje internetu naudoja tik 2 proc. informantų, o internetu visiškai nesinaudoja net 18 proc. informantų. Šią aplinkybę galima išnaudoti pasirenkant didžiausią auditoriją turinčius kanalus.



6 pav. Informantų naudojimasis internetu

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

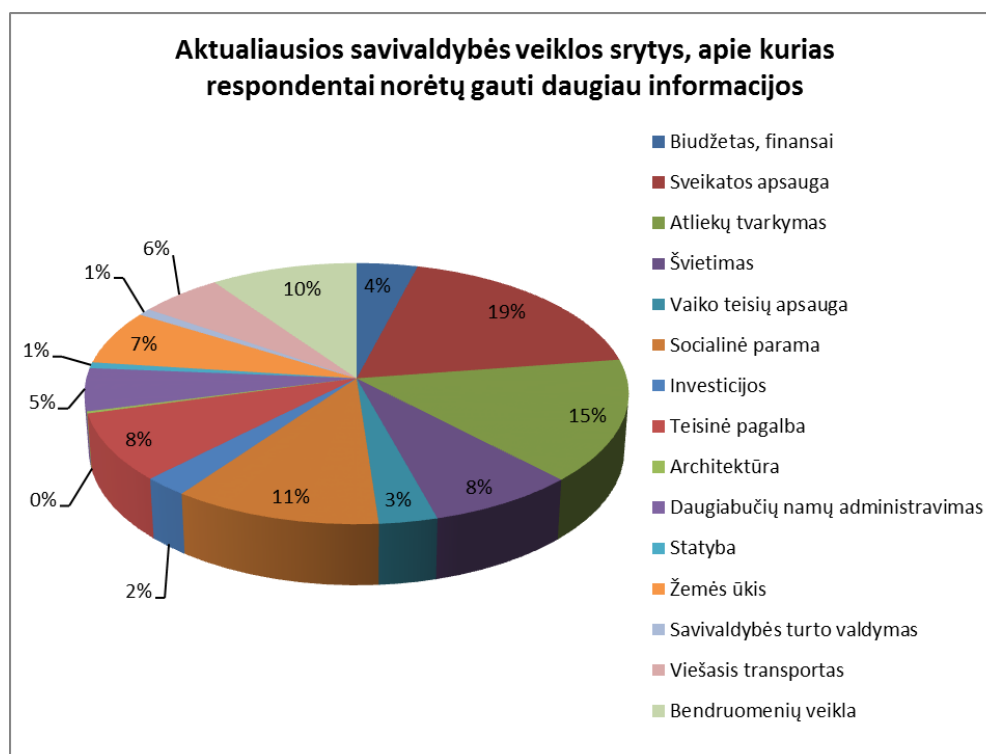
### 3.2.2. Viešųjų ryšių proceso organizavimo efektyvumo analizė



7 pav. Savivaldybės funkcijų žinojimas

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

Išanalizavus 7 paveikslą duomenis, galima teigti, kad dauguma informantų net 53 proc. tik iš dalies supranta, kokias funkcijas atlieka savivaldybė. Tuo tarpu 36 proc. informantų teigia žinantys jos funkcijas, o 11 proc. apklaustųjų teigia, jog savivaldybės atliekamų funkcijų nežino.

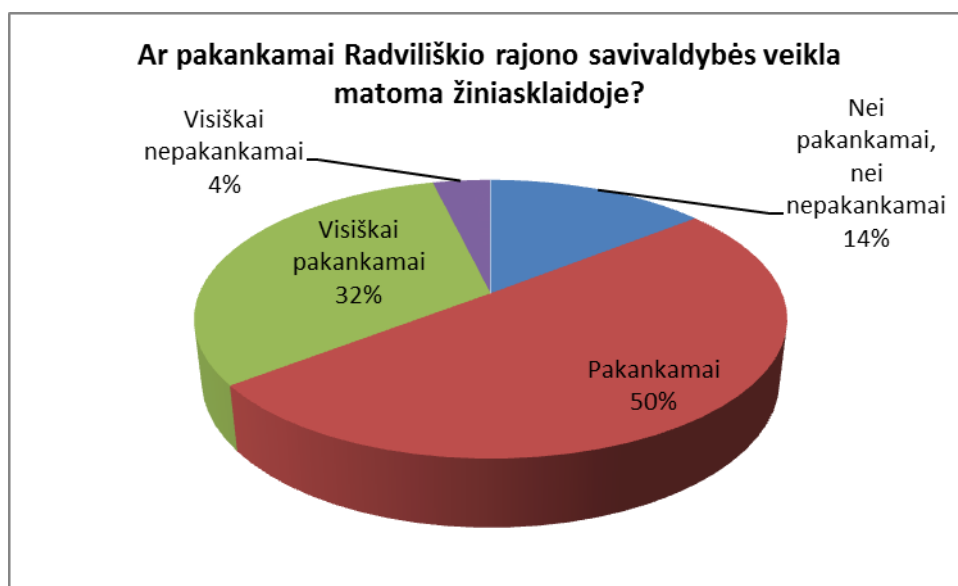


8 pav. Savivaldybės veiklos sritys, labiausiai dominančios gyventojus

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis



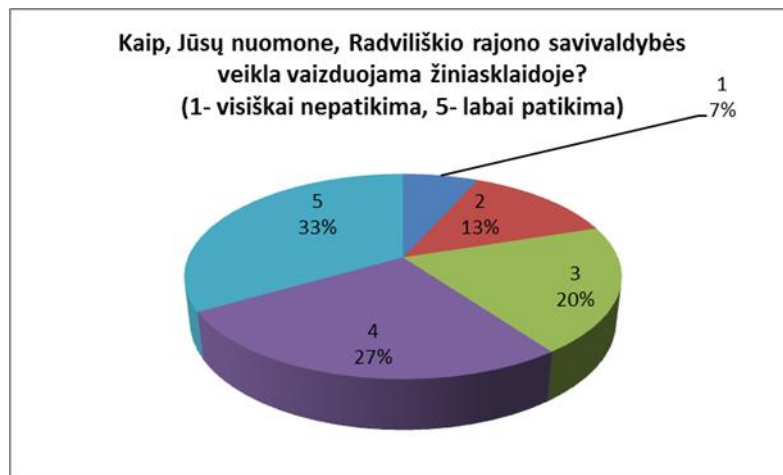
8 paveiksle matoma, kokios savivaldybės funkcijos labiausiai domina informantus: sveikatos apsauga (19 proc.), atliekų tvarkymas (15 proc.) ir socialinė parama (11 proc.). Kiek mažiau respondentų domisi bendruomenių veikla (10 proc.), švietimu (8 proc.), teisine pagalba (8 proc.), žemės ūkiu (7 proc.), viešuoju transportu (6 proc.), daugiabučių namų administravimu (5 proc.), vaiko teisių apsauga (4 proc.). Mažiausiai domimasi statyba (3 proc.), savivaldybės turtu (1 proc.), investicijomis (1 proc.) ir pan. Galima daryti išvadą, kad gyventojus labiausiai domina socialinę gerovę užtikrinantys dalykai: sveikatos apsauga, socialinė parama, mažiausiai domina dalykai, užtikrinantys paslaugų gyventojams teikimą (vietinis ūkis, viešasis transportas) ir specializuotos paslaugos (investicijos, savivaldybės turtas, architektūra).



9 pav. Savivaldybės veiklos matomumas

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

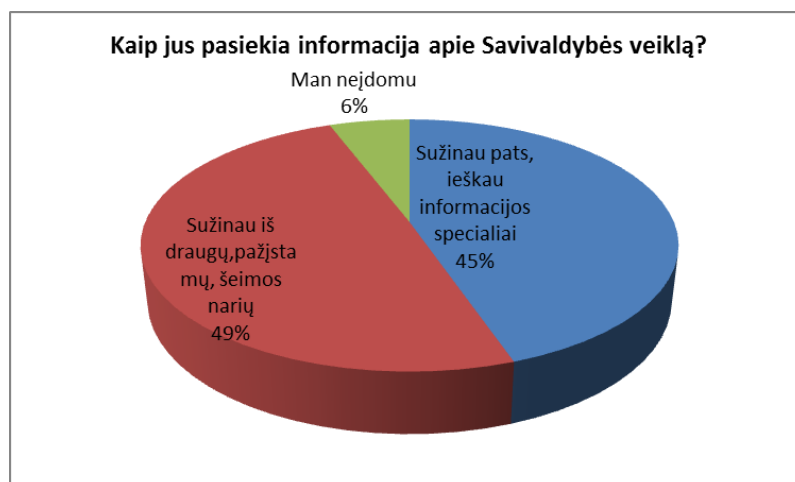
Remiantis 9 pav. duomenimis galima daryti išvadą, jog net 82 proc. informantų mano, kad savivaldybės veikla pakankamai matoma žiniasklaidoje. 14 proc. mano jog Savivaldybės veikla matoma nei pakankamai, nei nepakankamai, o tik 4 proc. apklaustųjų mano, jog veikla matoma visiškai nepakankamai.



10 pav. Savivaldybės veiklos vaizdavimas žiniasklaidoje

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

Remiantis 10 pav. duomenimis galima paanalizuoti kaip Radviliškio rajono savivaldybės veikla vaizduojama žiniasklaidoje. Net 33 proc. informantų mano, jog savivaldybės veikla yra labai patikima. Ir tik 7 proc. apklaustųjų teigia, jog savivaldybės veikla yra visiškai nepatikima.

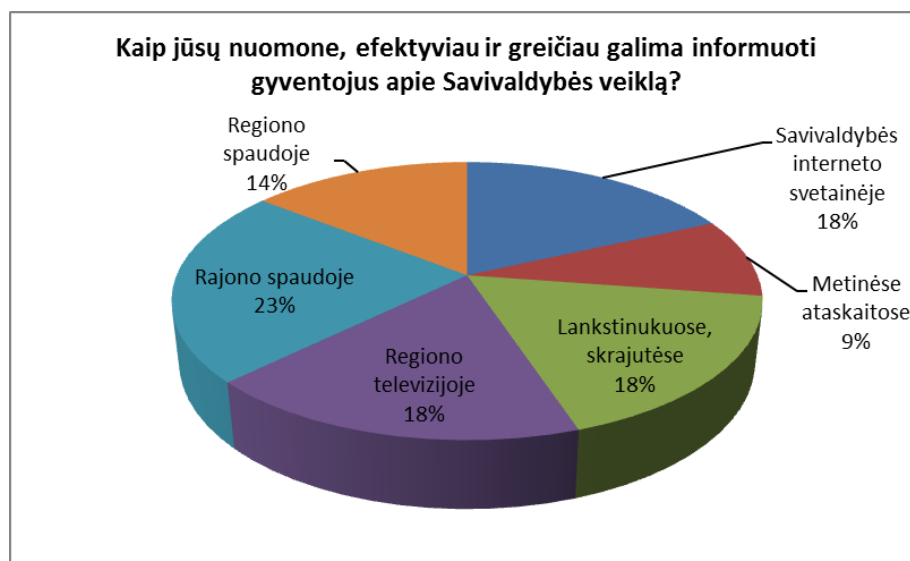


11 pav. Informacijos gavimo šaltiniai

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

11 paveiksle matoma, jog net 49 proc. apklaustųjų informaciją apie Savivaldybės veiklą sužino iš draugų, pažįstamų ar šeimos narių. Tuo tarpu 45 proc. informaciją apie savivaldybės veiklą sužino patys, ieškodami jos specialiai, o 6 proc. informantų nedomina informacija apie savivaldybės veiklą. Tokius duomenis galima vertinti dvejopai: viena vertus tai, jog vartotojas gali rasti jį dominančios informacijos pats, traktuojama kaip nelandus, bet pakankamas įstaigos veiklos viešinimas, tačiau kita vertus šiuolaikinėje visuomenėje, kur gausu panašias ar vienodas paslaugas siūlančių privataus sektoriaus įmonių, veikiančių kur kas ryžtingiau, siekiant sudominti vartotoją, nėra tikslinga palikti informacijos paiešką pačiam vartotojui. Galima teigti,

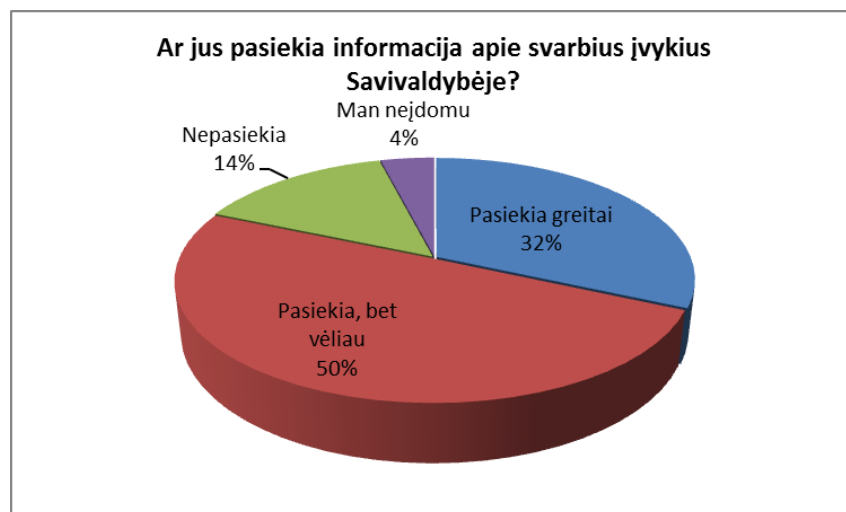
jog pasyvus viešosios įstaigos viešinimas sudaro sąlygas prarasti vartotojus ir nepakankamai efektyviai vykdyti veiklą bei siekti organizacijos tikslų.



12 pav. Informacijos šaltiniai

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

12 paveiksle matoma, kad informantai, norėdami greičiau sužinoti informaciją apie savivaldybės veiklą, dažniausiai renkasi rajono spaudą (23 proc.). Mažiausiai informantus domina savivaldybės metinės ataskaitos – jas renkasi tik 9 proc. apklaustųjų. Regiono televiziją žiūri 18 proc. apklaustųjų, tiek pat (18 proc.) informantų renkasi savivaldybės interneto svetainę. Regiono spaudą skaito net 14 proc. Lankstinukais ir skrajutėmis informaciją norėtų gauti net 14 proc. apklaustųjų. Galima daryti išvadą, jog ne tik savivaldybės svetainė internete yra patraukliausias būdas gauti informaciją apie savivaldybės veiklą. Daroma prielaida, kad nemažai savivaldybei kainuojantys kanalai, tokie kaip regiono televizija, spauda, lankstinukai ir skrajutės gali būti itin efektyvūs informacijos šaltiniai. Tuo tarpu savivaldybės metinės ataskaitos yra mažai veiksmingos. Remiantis šiais duomenimis efektyviausią informacijos sklaidos priemonę galima įvardinti vietinę spaudą. Žmonės iš žiniasklaidos dažniausiai tikisi politikos naujienų, nes būtent jie interpretuoja politines naujienas bei formuoja gyventojų nuomonę. Atsižvelgiant į paminėtus teiginius akcentuotinas Bėkštos, Lukošūnienės (2005) teiginys, kad piliečiams svarbu gauti lengvai ir plačiai prieinamą informaciją nepriklausomai nuo jų socialinio sluoksnio. Informacijos apie instituciją žinojimas sukuria pagrindinį ryšį su visuomene tikslą – supratimą tarp visuomenės ir institucijos.



13 pav. Informacijos pasiekiamumas

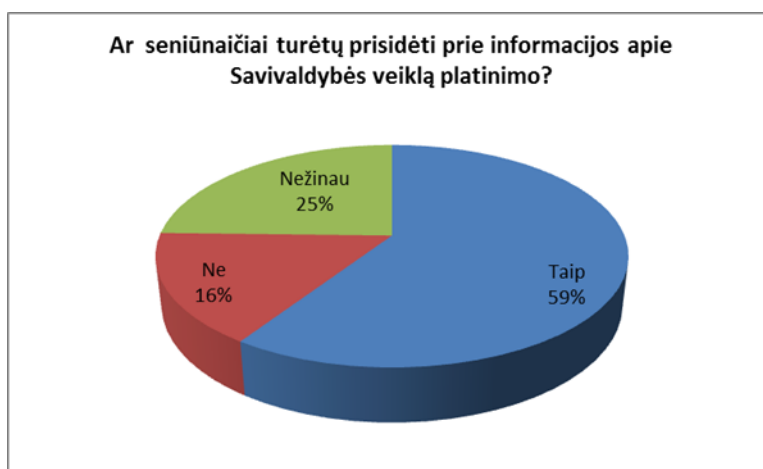
Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

Išanalizavus 13 paveikslą matoma, jog informacija apie svarbius įvykius Savivaldybėje net 50 proc. informantų pasiekia per vėlai. 32 proc. apklaustųjų teigia jog juos informacija pasiekia greitai, 14 proc. informacija nepasiekia, o 4 proc. savivaldybės informacija nėra įdomi. Remiantis šiais duomenimis galima teigti, kad Radviliškio rajono savivaldybė nutolusi nuo vietos gyventojų, nepakankamai rūpinasi informacijos pateikimo visuomenei sparta apie vietos gyventojams svarbius ir su vietiniu gyvenimu susijusius sprendimus. Savivaldybė turi didesnę dėmesį skirti gyventojų informuotumui. Dažnai gyventojai nedalyvauja vietos savivaldos veikloje, kadangi neturi pakankamai informacijos apie priimamus sprendimus. Galima teigti, kad visuomenės informuotumas tai viena valdžios atvirumo sąlygų. Dalyvaujant vietos savivaldos veikloje gyventojams lengviau suvokti, kokie sudėtingi sprendimai būna priimami ir kaip sunku rasti vieningą nuomonę sprendimui priimti. Tik visuomenė žinodama, kad yra svarstomi tam tikri klausimai galėtų įsitraukti į viešos politikos formavimo procesą.

7 priede pateikti duomenys apie geriausius būdus (informantų nuomone) gauti informaciją apie savivaldybę: Radviliškio rajono savivaldybės svetainę internete adresu [www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt) lanko 40 proc. respondentų, retai – 37 proc., visiškai joje nesilanko 12 proc. apklaustųjų. Informacija, pateikta joje, tenkina 44 proc. respondentų, iš dalies tenkina 21 proc., netenkina 5 proc. apklaustųjų. Nuomonės šiuo klausimu neturi net 30 proc. apklaustųjų (žr. 7 priedą). Per Šiaulių regiono televiziją „ŠTV“ transliuojamą laidą „Radviliškis šiandien ir rytoj“ žiūri 23 proc. respondentų, retai žiūri 38 proc., iš viso nežiūri 39 proc. apklaustųjų (žr. 8 priedą). Rajono savaitraštyje kiekvieną savaitę spausdinamą biuletenį „Savivaldybės aktualijos“ skaito net 47 proc., retai skaito 34 proc., neskaito 19 proc. informantų (žr. 9 priedą). Radviliškio rajono

savivaldybės ataskaitas, leidžiamas kiekvienais metais, skaito 40 proc. informantų. Jų neskaito 34 proc., retai skaito 26 proc. apklaustųjų (žr. 10 priedą).

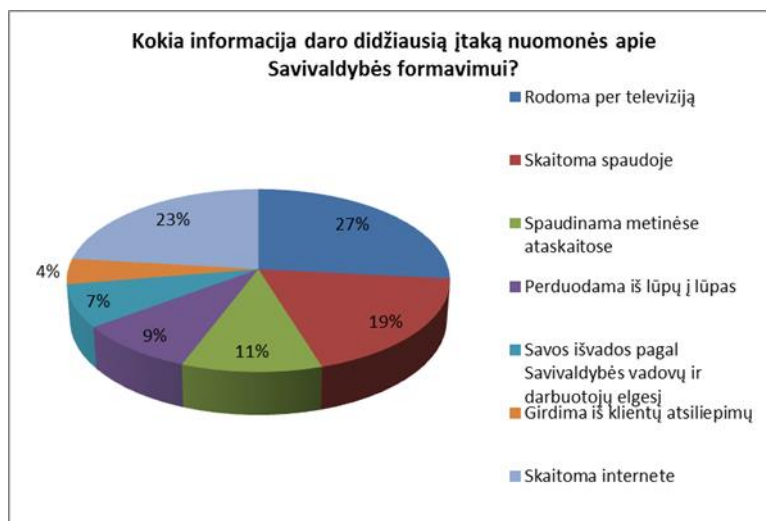
14 paveiksle matoma, kad 59 procentai informantų mano, jog prie viešųjų ryšių ir informacijos apie Savivaldybės veiklą platinimo turėtų prisidėti ir seniūnaičiai. Jie, kaip ir seniūnijos, yra arčiausiai žmonių ir gali pirmieji pateikti informaciją apie planuojamus įvairius savivaldybės įvykius ir sprendimus. Seniūnaičiai pradėjo savo veiklą 2010 metais, ir reikia pripažinti, kad jie yra puikūs pagalbininkai savivaldybės viešųjų ryšių srityje. Jie ne tik platina informaciją, bet ir padeda organizuoti įvairias apklausas, renginius, socialines programas ir kitas veiklas.



14 pav. Informantų nuomonė apie seniūnaičių prisidėjimą prie informacijos apie Savivaldybę platinimo

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

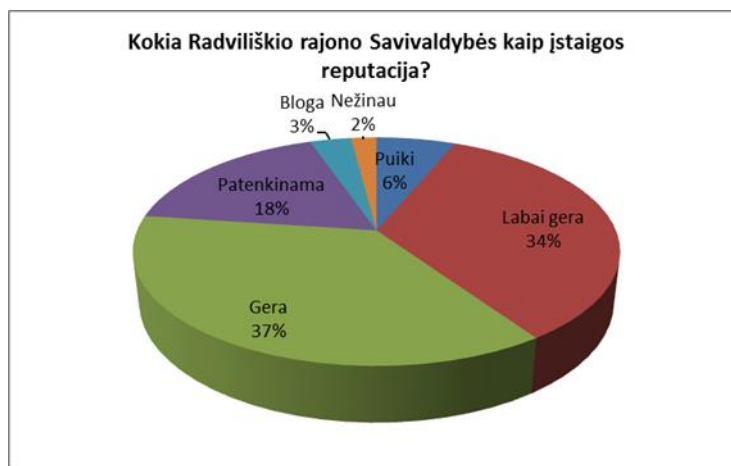
### 3.2.3. Savivaldos institucijos įvaizdžio ir reputacijos formavimo aspektai



### 15 pav. Informantų nuomonė apie kanalus, kurie turi didžiausią įtaką formuojant nuomonę apie Savivaldybės veiklą

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

15 paveiksle matoma, kokie kanalai, informantų nuomone, turi didžiausią įtaką savivaldybės reputacijai. Pirmojoje vietoje – informacija rodoma per televiziją (27 proc.), antrojoje – informacija skaitoma internete (23 proc.), trečiojoje – skaitoma spaudoje (19 proc.), ketvirtojoje – spausdinama metinėse ataskaitose (11 proc.). mažiau įtakos turi informacija, perduodama iš lūpų į lūpas (9 proc.), savos išvados (7 proc.) ir girdimos iš klientų atsiliepimų (4 proc.).



### 16 pav. Informantų nuomonė apie Radviliškio rajono savivaldybės reputaciją

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

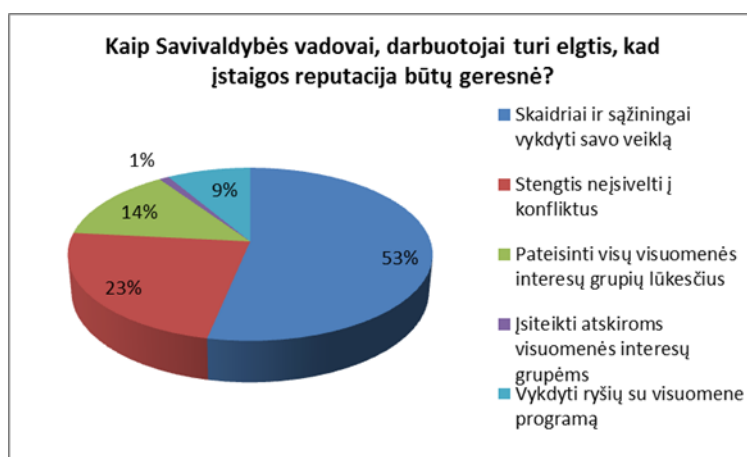
16 paveiksle matoma, kaip informantai įvertino Radviliškio rajono savivaldybės reputaciją. Atsižvelgiant į tai, kad žiniasklaida formuoja labiau teigiamą Radviliškio rajono Savivaldybės įvaizdį, tačiau patys valstybės tarnautojai tik iš dalies prisideda prie teigiamo požiūrio į juos formavimo, galima teigti, kad radviliškiečių informantų nuomonė jiems nėra itin palanki: tik 6 proc. apklaustųjų teigia, kad Radviliškio rajono savivaldybės reputacija yra puiki, 34 proc. teigia, jog reputacija yra labai gera, 37 proc. – gera, 18 proc. patenkinama, 3 proc. mano, jog reputacija yra bloga, o 2 proc. neturi nuomonės šiuo klausimu.



17 pav. Didžiausią įtaką Savivaldybės reputacijai tyrintys veiksniai

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

Pagal 17 paveikslo duomenis, didžiausią įtaką savivaldybės reputacijai turi vadovai (72 proc.). Jie yra labiausiai matomi, jų veiksmai ir sprendimai tapatinami su savivaldybės administracijos ir tarybos priimtais sprendimais. Jei vadovas turi prastą reputaciją, tai ir įstaiga turės neigiamą atspalvį. Kiek mažiau įtakos reputacijai turi Savivaldybės administracijos darbuotojų lojalumas (16 proc.), tarybos priimami sprendimai (7 proc.) ir mažiausią įtaką daro tarybos narių veikla (5 proc.).



18 pav. Informantų pasiūlymai Savivaldybės reputacijos gerinimui

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

Išanalizavus 18 paveiksle pateiktus duomenis, galima teigti, kad savivaldybės vykdoma skaidri ir sąžininga veikla padėtų suformuoti teigiamą savivaldybės reputaciją labiau nei kuri nors kita priemonė (53 proc.). Savivaldybės vadovai, administracija ir tarybos nariai turėtų stengtis neįsivelti į konfliktus (23 proc.), labiau pateisinti visų visuomenės grupių interesų

poreikius (14 proc.), vykdyti bent minimalią ryšių su visuomene programą (9 proc.) ir stengtis įsiteikti atskiroms visuomenės interesų grupėms (1 proc.).

Atsižvelgiant į Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymo 4 str. apibrėžtus vietos savivaldos veiklos principus, tokius kaip: atsakingumas rinkėjams, veiklos skaidrumas, viešumas ir reagavimas į gyventojų nuomonę, žmogaus teisių ir laisvių užtikrinimas bei gerbimas, galima teigti, kad vietos valdžios atstovai turi jausti atsakomybę prieš kiekvieną gyventoją. Savivaldybė turėtų siekti mažinti atotrūkį tarp vietos valdžios ir gyventojų siekiant pasitikėjimo savivaldybe. Vietos valdžia turi tarnauti žmonėms ir jų gerovei dirbti skaidriai, prisiimant atsakomybę už veiklos rezultatus. Reikalingas glaudesnis bendradarbiavimas tarp gyventojų ir vietos valdžios. Vietos valdžios atstovai turi dirbti taip, kad įgytų ne tik gyventojų pasitikėjimą ir palaikymą, bet ir pagarbą.



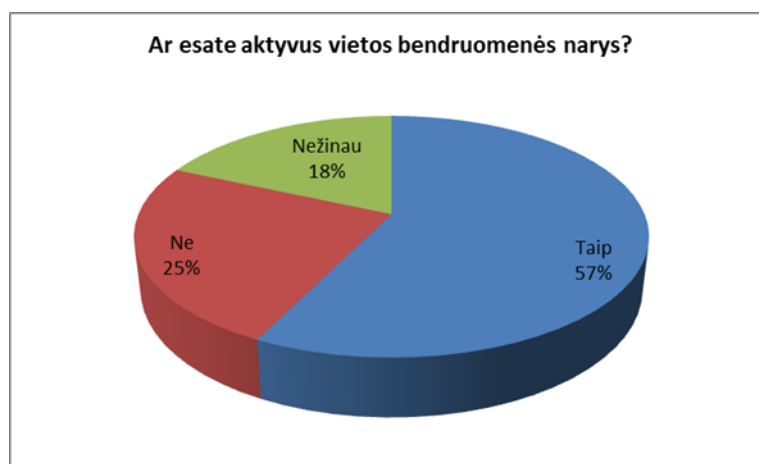
19 pav. Radviliškio rajono savivaldybės pareigūnų kompetencija

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

Informantams buvo užduotas klausimas: ar Radviliškio rajono Savivaldybės pareigūnai gerai išmano savo darbą? Iš 19 paveikslo matyti, jog dauguma, net 50 procentų apklaustųjų teigia, jog pareigūnai savo darbą išmano tik iš dalies, 29 procenatai mano, jog išmano puikiai, 17 procentų nežino, ir tik 4 procentai teigia, jog Savivaldybės pareigūnai savo darbo neišmano.



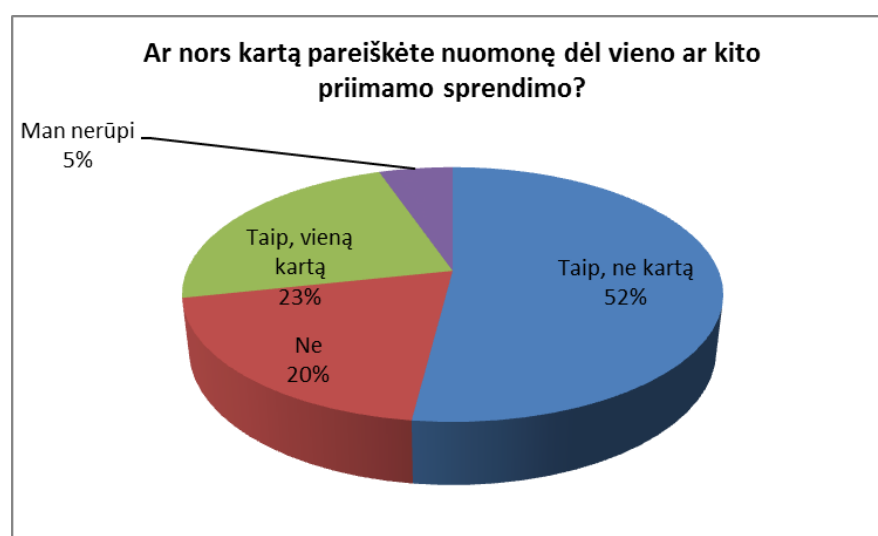
### 3.2.4. Informantų dalyvavimas viešųjų ryšių procese



20 pav. Informantų dalyvavimas vietos bendruomenių veikloje

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

20 paveiksle pateikti duomenys rodo, kad informantai yra aktyvūs bendruomenės nariai (57 proc.). ir aktyviai dalyvauja vietos savivaldos veikloje ir jaučiasi savo krašto, savo šalies piliečiais, bei gina savo kaip piliečių interesus. 25 proc. apklaustų informantų teigia, kad jie neaktyvūs piliečiai ir aktyviai nedalyvauja vietos savivaldos veikloje.



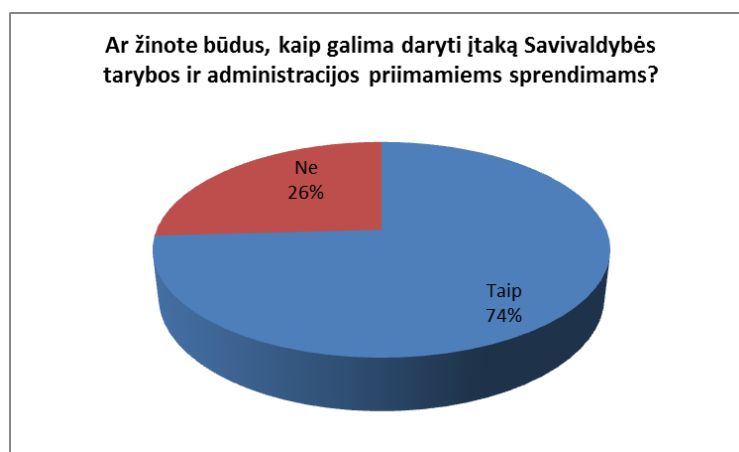
21 pav. Gyventojų nuomonės išsakymas, pasiūlymų pateikimas Radviliškio rajono savivaldybės atstovams

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

21 pav. pateikti duomenys rodo, jog informantai dažnai reiškia savo nuomonę (52 proc.), bent vieną kartą tai yra darę 23 proc. aktyvistų. Šioje grupėje yra tik 5 proc. žmonių, kuriems nerūpi savivaldybės veiksmai ir priimami sprendimai, bet yra nuomonės niekada nereiškusių (20 proc.). Šie anketinės apklausos duomenys rodo, kad gyventojai yra gana aktyvūs piliečiai ir

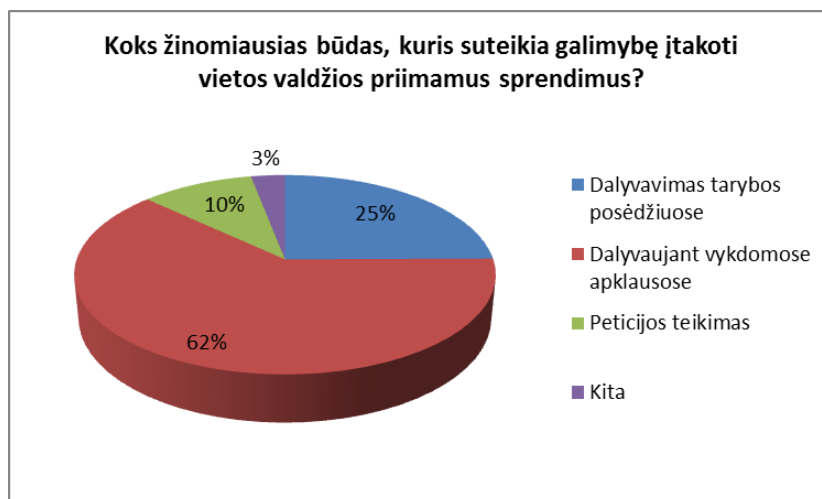
išreiškia savo požiūrį ar nuomonę svarstomais klausimais. Tuo tarpu net 23 proc. apklaustųjų yra neaktyvūs piliečiai ir neišreiškia savo požiūrio ar nuomonės svarstomais klausimais. Gyventojai neišsakydami savo nuomonės dėl sprendžiamo klausimo ar priimamo sprendimo parodo savo nesavarankiškumą, nuomonės neturėjimą. Jie tikisi, kad kiti priims sprendimą, kuris atitiks jų lūkesčius. O tai savivaldybės atstovams neleidžia įvertinti visų gyventojų nuomonės svarstomu klausimu. Priimant sprendimus savivaldybei svarbu įvertinti kuo daugiau gyventojų nuomonių ar pasiūlymų ir pasinaudoti suinteresuotų gyventojų patirtimi bei žiniomis.

Siekiant atskleisti ar gyventojai žino būdus kaip galima įtakoti savivaldybės priimamus sprendimus informantams buvo pateiktas klausimas „Ar žinote priemones (būdus) kaip galima įtakoti savivaldybės priimamus sprendimus?“ Anketinės apklausos duomenys atskleidė, kad didelė dalis gyventojų – net 74 proc., žino būdus kaip galima įtakoti savivaldybės priimamus sprendimus (žr. 22 pav.).



22 pav. Radviliškio rajono gyventojų nuomonė apie galimus būdus įtakoti savivaldybės priimamus sprendimus

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis Informantai, kurie žino būdus, kuriais galima įtakoti savivaldybės priimamus sprendimus, žinomiausiu įvardijo dalyvavimą vykdomose apklausose (žr. 23 pav.).



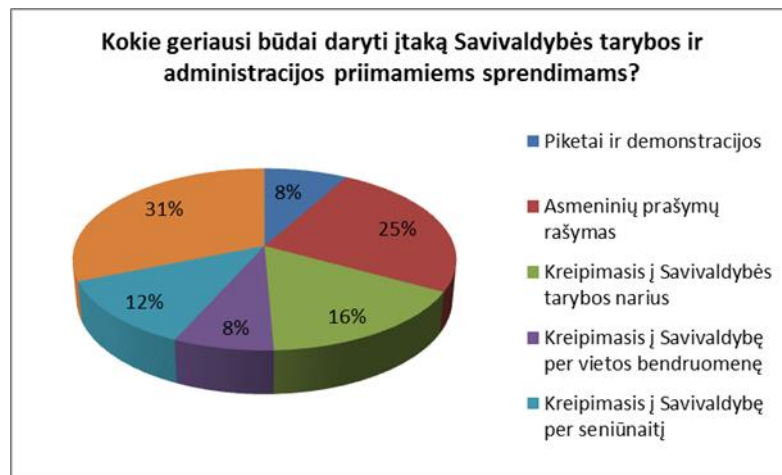
23 pav. Gyventojams žinomiausias būdas įtakoti savivaldybės priimamus sprendimus

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

Nors peticijų įstatymas suteikia gyventojams galimybę peticiją teikti savivaldos lygmens institucijoms, įtakoti valdžios priimamus sprendimus, tačiau tik 10 proc. apklaustų informantų pažymėjo peticijos teikimą kaip žinomiausią būdą, suteikiantį galimybę įtakoti vietos valdžios priimamus sprendimus. Kadangi peticijos formai ir pateikimui painūs ir sudėtingi reikalavimai, gyventojai šios suteikiamos galimybės nevertina kaip žinomo ir efektyvaus būdo įtakojant vietos valdžios sprendimus.

Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymo, 44 str. reglamentuojama, kad „gyventojai savo nuomonę viešųjų savivaldybės reikalų tvarkymo klausimais gali pareikšti dalyvaujant vietos gyventojų apklausoje“. Apklausus gyventojus paaiškėjo, jog net 62 proc. apklaustų informantų pažymėjo šį būdą kaip suteikiantį galimybę įtakoti vietos valdžios priimamus sprendimus. Kadangi apklausos rezultatai yra patariamąjo pobūdžio, tik rekomendacinis apklausų rezultatų pobūdis faktiškai užkerta „kelią“ piliečiams įtakoti valdžios sprendimus. Radviliškio rajono savivaldybės tarybos veiklos reglamente teigiama, kad posėdyje gali dalyvauti visuomeninių organizacijų, profesinių sąjungų, politinių partijų atstovai bei gyventojai. Šį dalyvavimo vietos savivaldos veikloje būdą pažymėjo tik 25 proc. informantų.

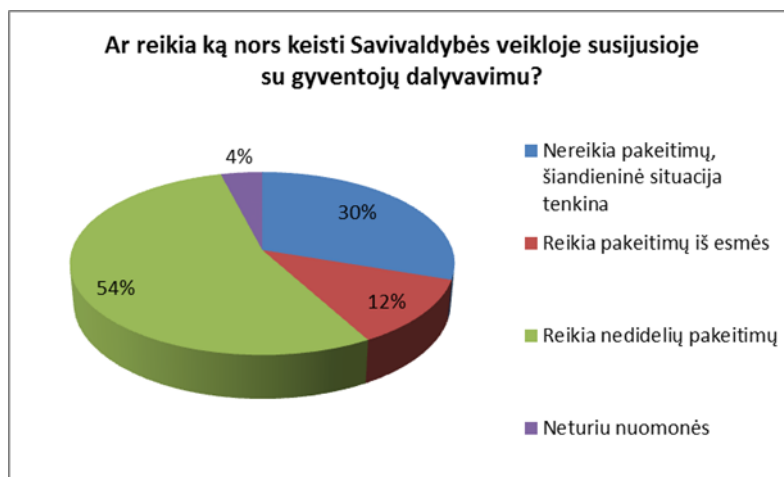
Remiantis šiais duomenimis, galima teigti, kad priimtinausias būdas gyventojams išsakyti nuomonę Radviliškio rajono savivaldybės atstovams – dalyvaujant apklausoje. Galima daryti prielaidą, kad gyventojai linkę nuomonę išsakyti anonimiškai arba žmonių grupėje. Dalyvavimas tarybos posėdžiuose reikalauja ne tik drąsos, atsakomybės bet ir iškalbos. Oficiali aplinka, politinės retorikos nemokėjimas gyventojus verčia likti abejingais išsakant savo nuomonę ir jaustis nelygiaverčiais politinio proceso dalyviais.



24 pav. Įtakos savivaldybės priimamiems sprendimams darymo būdai

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

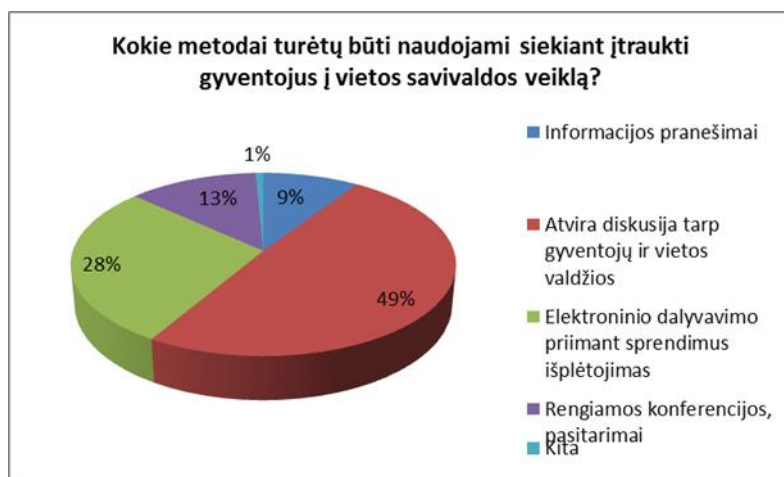
Informantai buvo paprašyti pasirinkti po tris geriausius būdus daryti įtaką Savivaldybės tarybos ir administracijos priimamiems sprendimams. 24 paveiksle matoma, kad efektyviausias būdas yra kreiptis į seniūną (31 proc.). Antroje vietoje pagal efektyvumą liko asmeninių prašymų rašymas (25 proc.), trečiojoje – kreipimasis į Savivaldybės tarybos narius (16 proc.). 12 proc. apklaustųjų mano, jog efektyvus gali būti kreipimasis per seniūną. Galima teigti, jog gyventojai jau pradeda suprasti, kas yra seniūnaitis, kokios jo funkcijos: (atstovauti seniūnaitijos gyventojų interesams seniūnijoje, savivaldybės institucijose ir savivaldybės teritorijoje veikiančiose valstybinėse įstaigose, skatinti bendruomenę prižiūrėti gyvenamosios vietovės teritoriją, plėtoti ir organizuoti kultūrinį ir sportinį gyvenimą, prireikus dalyvauti organizuojant gyventojų apklausas ir jų susitikimus su valdžios atstovais. Jie taip pat turi teisę gauti savivaldybės institucijų parengtus teisės aktų projektus, susijusius su seniūnaitijos gyventojais, dalyvauti savivaldybės tarybos komitetų ir savivaldybės tarybos posėdžiuose, kai svarstomi klausimai, susiję su seniūnaitijos gyventojais, ir pareikšti jų nuomonę apie poreikius ir interesus šiais klausimais, siūlyti problemų sprendimo variantus). Savivaldybės viešųjų ryšių specialistai kartu su seniūnijomis ir seniūnaičiais turėtų susitikti su savo bendruomenės žmonėmis ir išaiškinti savo pareigas. Būtent seniūnaičiai yra ta grandis, kuri priartina valdžią prie žmonių, tad ją reikia išnaudoti tinkamai ir kryptingai. Mažiausiai efektyvūs būdai yra piketai ir demonstracijos (8 proc.) bei kreipimasis į Savivaldybę per vietos bendruomenę (8 proc.).



25 pav. Pakeitimų Savivaldybės viešųjų ryšių veikloje poreikis

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

25 paveiksle pateikti duomenys rodo informantų nuomonę apie tai, ar reikia ką nors keisti Savivaldybės viešųjų ryšių veikloje. 54 proc. apklaustųjų mano, jog reikia nedidelių pakeitimų, 30 proc. informantų teigia, kad nereikia pakeitimų, juos tenkina esama situacija. Tuo tarpu 12 proc. teigia, kad keistis reikia iš esmės ir tik 4 procentai šiuo klausimu neturi nuomonės.

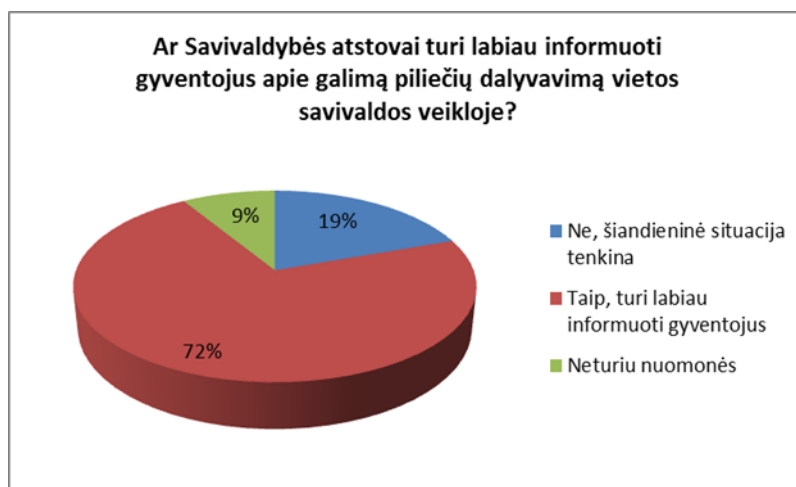


26 pav. Populiariausi metodai siekiant įtraukti gyventojus į vietos savivaldos veiklą

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

Išanalizavus 26 paveikslą galima daryti išvadą jog populiariausias metodas, siekiant įtraukti kuo daugiau žmonių į vietos savivaldos veiklą yra atvira diskusija tarp gyventojų ir vietos valdžios (49 proc.), 28 procenatai apklaustųjų mano, jog itin efektyvus gali būti elektroninio dalyvavimo priimanant sprendimus išplėtojimas, 13 proc. norėtų dalyvauti rengiamose konferencijose ar pasitarimuose su vietos valdžia, o 9 proc. informantų pasirinko informacijos pranešimus. Remiantis šiais duomenimis galima teigti, kad įtraukiant gyventojus į vietos savivaldos veiklą Radviliškio rajono savivaldybė turėtų vykdyti atviras diskusijas tarp gyventojų

ir vietos valdžios. Vis dėlto gyventojams reikalingas atviras bendravimas, diskusijos su vietos politikais. Tai turi įtakos apsisprendžiant dėl dalyvavimo vietos savivaldos veikloje.



27 pav. Gyventojų informavimas apie galimą dalyvavimą vietos savivaldos veikloje

Sudaryta autoriaus remiantis Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos duomenimis

27 paveiksle pateikti duomenys rodo, jog net 72 proc. informantų mano, jog Savivaldybės atstovai turi labiau informuoti gyventojus apie galimą piliečių dalyvavimą vietos savivaldos veikloje. 19 proc. tenkina šiandieninė situacija, o 9 proc. apklaustųjų neturi nuomonės šiuo klausimu. Galima teigti, kad gyventojams trūksta informacijos apie gyventojų tiesioginio dalyvavimo būdus bei galimybes. Radviliškio rajono savivaldybės atstovai turėtų gyventojus informuoti, kokie būdai yra veiksmingiausi bei skatinti gyventojų iniciatyvą. Anketinės apklausos duomenys rodo, kad gyventojai domisi savivaldybės veikla ir dalyvavimo būdais. Gyventojai rodo norą padėti Radviliškio rajono savivaldybei sprendžiant vietos problemas, tačiau gyventojams trūksta informacijos, o tai gali būti viena iš gyventojų nedalyvavimo, vietos savivaldos veikloje, priežasčių.

Apibendrinant galima teigti, jog Radviliškio rajono gyventojų nuomonės tyrimas atskleidžia gana didelį Radviliškio rajono savivaldybės žinomumą, tačiau tik vidutinį vykdomų viešųjų ryšių veiklos efektyvumo vertinimą. Apklaustųjų nuomone viešieji ryšiai yra reikalingi įstaigos veikloje, tačiau realus dabartinis jų vykdymas yra gana pasyvus. Pasyvumo priežastimis gali būti įvardinami nepakankamas vadovų suvokimas apie viešųjų ryšių veiklos naudą ir prioritetų nustatymas, žmogiškųjų ir finansinių resursų trūkumas, nepakankama tikslinės auditorijos analizė, neišgrynintos komunikacijos žinutės, tampančios neefektyviomis visuomenės tarpe ir griaušančiomis gerų viešųjų ryšių suvokimą pačioje organizacijoje.

### 3.3. Ekspertų interviu analizė

**Kokybinio tyrimo (giluminio interviu) dalyvių imtis.** Šis tyrimo metodas buvo pasirinktas, atsižvelgiant į metodo privalumus, kuriuos pateikia B.Bitinas, L. Rupšienė, V. Žydzūnaitė (2006) ir S. Girdzijauskienė (2006). Šių autorių nuomone, interviu metodas yra vienas iš efektyvių kokybinio tyrimo metodų. Taikant interviu metodą yra garantuojamas labai geras priartėjimo prie žmonių suvokimo, reikšmių, situacijų apibrėžimo ir realybės konstravimo būdas, nes reikiama žodinė informacija gaunama tiesioginiu kryptingu interviu su respondentu, kai tyrėjas iš anksto yra numatęs tam tikrus klausimus ir temas.

Rengiant klausimyną ekspertams ir parenkant analizės metodus, remtasi S. Girdzijauskienės (2006) ir B. Bitino, L. Rupšienės, V. Žydzūnaitės (2008) tyrimų metodologijos leidiniais.

Tiriant Radviliškio rajono savivaldybės viešųjų ryšių organizavimo procesą, siekiant labiau įsigilinti į viešųjų ryšių savivaldoje problematiką, išsiaiškinti klausimus, kilusius po teorinės medžiagos analizės ir anketinės Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų apklausos, buvo nuspręsta pasitelkti kokybinį duomenų analizės metodą – formalizuotą (standartizuotą) interviu.

Pasirinkta penkių ekspertų grupė, kuriems buvo pateikta 10 atvirų klausimų apie viešųjų ryšių savivaldoje specifiką, tinkamo organizavimo modelio pasirinkimą. Ekspertų klausta apie viešųjų ryšių kanalų efektyvumą, jų pasirinkimo tinkamumą ir raišką Radviliškio rajono savivaldybėje. Siekta išsiaiškinti, kokios priemonės labiausiai lemia sėkmingą savivaldybės, kaip institucijos, viešųjų ryšių organizavimo procesą, ką reikia daryti, kad savivaldos institucijos pradėtų taikyti profesionaliuosius viešųjų ryšių modelius (dvikryptį asimetrinį ir dvikryptį simetrinį), kas lemia vis dar visuomenėje vyraujančią neigiamą nuomonę apie savivaldos institucijas, kokie efektyviausi būdai to išvengti.

Apklausti 5 ekspertai, dirbantys viešųjų ryšių srityje arba turintys jų organizavimo procesui įtakos: Radviliškio rajono savivaldybės atstovaujamosios ir vykdomosios (tarybos ir administracijos) atstovai (meras Antanas Čepononis, administracijos direktorė Jolanta Margaitienė, vietos žiniasklaidos atstovas Saulius Juškevičius, rajoninio laikraščio „Radviliškio naujienos“ redaktorius, Šeduvos miesto seniūnijos seniūnas Justinas Pranys, Radviliškio rajono savivaldybės tarybos narė Vida Stasė Skarelienė. Naudotas 10 klausimų klausimynas.

Socialiniuose moksluose yra taikomi kokybiniai tyrimai. Pasak K. Kardelio (2005), kokybinių tyrimų metodai – lankstūs, nes yra orientuoti į interpretaciją, o ne į matavimus; į procesą, o ne į išvadą; atkreipia dėmesį į situacijas ir elgesio ryšį, kuris teikia didžiausią įtaką patirties formavimui.

Atliktų giluminio interviu metu gautų duomenų apdorojimui buvo naudojamas turinio (angl. Content) analizės metodas. Jo metu duomenys buvo grupuojami, apdorojami ir apibendrinti, išskiriant tuos pačius bruožus, ryšius, atsakymų skirtumus ir panašumus.

**Kokybinio tyrimo eiga.** Tyrimas vyko šiais etapais:

I etapas. Mokslinės literatūros, publikacijų ir kt. mokslinių šaltinių analizė (2015 m. rugsėjo – 2016 m. sausio – vasario mėn.)

II etapas. Apklausos būdo pasirinkimas (kovo mėn.)

III etapas. Interviu ėmimas. Interviu metu respondentų buvo prašoma sutikimo, interviu įrašymui naudoti garsinę priemonę – diktofoną. Dauguma respondentų įrašyti pokalbį į diktofoną atsisakė, todėl pokalbiai buvo konspektuojami. Apklausa vyko 2016 metų kovo - balandžio mėnesiais.

IV etapas. Išvadų formulavimas, rekomendacijų rengimas (2016 m. gegužės mėn.)

Ekspertai šiam tyrimui buvo atrenkami remiantis B. Bitino, L. Rupšienės, V. Žydžiūnaitės (2008) nurodytais tyrimo imties sudarymo būdais, pagal kriterinę atranką. Pagrindinės šios atrankos būdo charakteristikoje teigiama, jog šios imties vienetai atrenkami pagal tam tikrą tyrėjo kriterijų (-us). Šis būdas yra veiksmingas, nes padeda surinkti kokybiškų duomenų.

**Tyrimo etika.** Tyrimas buvo atliktas laikantis K. Kardelio (2002) išskirtais ir aptartais mokslinių tyrimų etikos principais ir reikalavimais:

*Savanoriškumas.* Tyrime dalyvavo tik tie respondentai, kurie sutiko atsakyti į parengtus klausimus interviu metu. Respondentai tyrime dalyvavo savo noru ir turėjo teisę bet kuriuo momentu pasitraukti iš tyrimo.

*Anonimiškumas.* Kokybiniame tyrime buvo užtikrintas anonimiškumas organizuojant ir atliekant tyrimą. Atliekant tyrimą su kiekvienu respondentu organizacijose buvo pranešta vadovybei ir gauti leidimai. Apie anonimiškumo užtikrinimą respondentai informuoti interviu įvadinėje dalyje.

*Tikslus paaiškinimas.* Respondentams buvo paaiškinta tyrimo tema, tikslas ir užduotis. Informuota apie respondentų vaidmenį tyrime, rezultatų publikavimą. Tyrimo smulkmenos respondentams nebuvo išdėstytos, siekiant sumažinti tyrimo paklaidų galimybę.

*Tiriamųjų apsauga nuo galimos žalos.* Kokybinio tyrimo metu buvo siekiama išvengti nekorektiškų, leidžiančių respondentams susidaryti klaidingas ir neigiamas nuostatas vietos partnerystės atžvilgiu, klausimų.



Tyrimo atlikimo, duomenų analizės ir tyrimo rezultatų paskelbimo metu buvo vadovaujama K. Kardelio (2010) etikos principais, kuriuose akcentuojamas šališkumas, sąmoningas faktų iškreipimas, rezultatų ar išvadų fabrikavimas, neetiško tyrimo rezultatų interpretavimas.

### **3.3.1. Ekspertų atsakymai į giluminio į giluminio interviu klausimus ir jų analizė**

1. Atsižvelgiant į Lietuvos Respublikos Vietos savivaldos įstatyme apibrėžtus pagrindinius principus, kuriais grindžiama vietos savivaldos veikla, tokius kaip: atsakingumas rinkėjams, viešumas, reagavimas į gyventojų nuomonę ir kt. galima teigti, kad vietos valdžios institucijos atsakingos už savo funkcijų įgyvendinimą atsižvelgiant į vietos gyventojų interesus. Pateikus klausimą ekspertams „Kokios priemonės lemia sėkmingą savivaldybės, kaip institucijos, viešųjų ryšių organizavimo procesą?“, ekspertų nuomonė išsiskyrė. Radviliškio savivaldybės meras ir savivaldybės tarybos narė Vida Stasė Skarelienė teigia, jog viešųjų ryšių procese labai svarbus planavimas, strategijos buvimas, viešųjų ryšių specialistų komanda. Tuo tarpu administracijos direktorė teigia, jog svarbus yra auditorijų segmentavimas ir turimi finansai. „Šiaulių krašto“ Radviliškio redakcijos reporteris Saulius Juškevičius teigia, jog svarbiausios priemonės yra atvirumas ir profesionalumas, taip pat veiklos skaidrumas. J. Pranio – Šeduvos miesto seniūnijos seniūno nuomone svarbus yra planavimas ir visuomenės informavimas.

*Apibendrinant ekspertų atsakymus galima teigti, jog pagrindinės priemonės, lemiančios sėkmingą savivaldybės viešųjų ryšių organizavimo procesą yra strategijos sukūrimas, viešųjų ryšių specialistai, jų pagalba, didesni ištekliai, planavimas, grįžtamojo ryšio buvimas. Taip pat svarbūs elementai yra atvirumas, profesionalumas ir sąžiningumas.*

Siekiant efektyvaus valdymo institucija turi ne tik skleisti informaciją apie save, savo veiklą, bet ir turėti grįžtamąjį ryšį – paisyti kitų nuomonės. Pateikus ekspertams klausimą „Ar Jūsų nuomone, savivaldybėje vyrauja profesionalieji viešieji ryšiai (visuomenės informavimas, grįžtamasis ryšys, visuomenės įtikinimas, visuomenės supratimas ir palaikymas)?“, visų ekspertų nuomone Radviliškio rajono savivaldybėje nėra profesionaliųjų viešųjų ryšių, yra tik jų užuomazgos. Mero A. Čepononio teigimu vėl tam trūksta ir profesionalaus sprendimų vertinimo ir finansinių lėšų, ir viešųjų ryšių specialistų pagalbos. Administracijos direktorė J. Margaitienė teigia, jog trūksta ir gyventojų aktyvumo. „Nors yra suteikta galimybė komentuoti savivaldybės tinklalapyje esančius pranešimus, tokia galimybė niekas nesinaudoja. Grįžtamasis ryšys atsirado tik tuomet, kai buvo sukurtas savivaldybės profilis Facebook’e“, sako ji. Savivaldybės tarybos narė Vida Stasė Skarelienė teigia, jog viešieji ryšiai dar palyginti neseniai atėjo į visuomenės

gyvenimą Lietuvoje, dar vėliau jie atsirado rajonuose, kur jų svarba dar ir šiandien ne visur suprantama, todėl jos nuomone trūksta viešųjų ryšių specialstų, kurie baigę studijas nebegrįžta dirbti į rajonus, o pasilieka didžiuosiuose miestuose arba išvyksta į užsienį. Anot „Šiaulių krašto“ Radviliškio redakcijos reporterio Sauliaus Juškevičiaus, savivaldybės internetiniame tinklalapyje pateikiama informacija apie jau įvykusius įvykius ar renginius, tačiau mažoka informacijos apie ateityje įvyksiančius renginius. Informacija sunkiai suprantama ir prieinama, ypač vyresnio amžiaus žmonėms. J. Pranys teigia jog savivaldybės veikloje trūksta aiškaus įvaizdžio ir gerosios nuomonės formavimo priemonių.

***Atsižvelgiant į ekspertų nuomones, galima daryti išvadą, jog savivaldybės institucijos specifika suteikia dideles galimybes profesionaliam viešųjų ryšių organizavimui ir jų plėtojimui, tačiau trūksta ne tik viešųjų ryšių specialistų, bet ir lėšų (pvz. tyrimams atlikti).***

Pateikus ekspertams klausimą „Kas labiausiai formuoja savivaldybės kaip įstaigos įvaizdį?“, visi ekspertai atsakė, jog savivaldybės įvaizdį formuoja vadovai ir jų priimami sprendimai, administracijos darbuotojai, nuveikti darbai. Meras A. Čepononis teigia, jog „Tikrai ne paskutinėje vietoje – ir savivaldybės tinklalapis, ir žinios, skleidžiamos apie instituciją kitais kanalais. Labai svarbi dalis – savivaldybės veiklos kokybė ir priimami sprendimai“. „Šiaulių krašto“ Radviliškio redakcijos reporteris Saulius Juškevičius mano, jog formuojant teigiamą savivaldybės, kaip įstaigos įvaizdį didelę įtaką turi „Sąžiningas valdininkų darbas, neįsivėlimas į korupcijos skandalus, finansines aferas“. Šeduvos miesto seniūnijos seniūnas J. Pranys pateikia procentines išraiškas kur: vadovo(-ų) kompetencija, veiklos rodikliai ir reputacija – 40%, darbuotojų (turinčių ar atsakančių už tiesioginį ryšį su gyventojais) profesionalumas ir efektyvumas – 50%, kita – 10%“.

***Apibendrinant ekspertų atsakymus galima daryti išvadą, jog savivaldybės, kaip įstaigos įvaizdį formuoja patys darbuotojai, jų bendravimo su interesantais kultūra. Be abejo didelę įtaką turi vadovai, jų sąžiningumas. Taip pat prie įstaigos reputacijos prisideda nuveikti darbai, jų skaidrumas.***

Pateikus klausimą ekspertams „Kaip įtraukti visuomenę, kad ji aktyviau dalyvautų vietos savivaldos procesuose?“ Ekspertai numato galimybę suaktyvinti visuomenę, įtraukiant į vietos savivaldos veiklą per seniūnaičius ir vietos bendruomenes. Seniūniją galima įvardinti kaip savivaldybės padalinį, kuris veikia tam tikroje savivaldybės teritorijoje. Seniūnijoje labiausiai jaučiamas gyventojų (bendruomenės) dalyvavimas. Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymo 32 straipsnyje reglamentuojama, kad „Pagrindinis gyvenamosios vietovės bendruomenės atstovo uždavinys – rūpintis bendruomenės interesais ir atstovauti bendruomenei

seniūnijoje, prireikus – ir savivaldybės institucijose bei savivaldybės teritorijoje veikiančiose valstybės įstaigose“ (žin. 1994, Nr. 55 – 1049). Taip būtų galima sužinoti konkrečios vietovės gyventojų nuomonę ir problemas.

***Apibendrinant ekspertų atsakymus, galima teigti, kad visuomenė taptų aktyvesnė pasitelkti reikėtų seniūnijas, kaimo bendruomenes ir jų atstovus, seniūnaičius ir pan.***

Pateikus klausimą „Kodėl visuomenėje vis dar vyrauja labiau neigiama nei neutrali ar teigiama nuomonė apie savivaldos instituciją ir kaip to išvengti?“, ekspertai, kaip pagrindinę priežatį, įvardino masinėse informacijos priemonėse skelbiamą neigiamą informaciją apie savivaldybes. Taip pat neigiamą nuomonę formuoja dažnai pasitaikantys korupcijos, piktnaudžiaavimo tarnybine padėtimi, viešųjų ir privačių interesų nesuderinimo skandalai. Šeduvos miesto seniūnas J. Pranyš teigia, jog „Labai paprasta. Daugelį metų, valstybės tarnautojai jausdavo mažai atsakomybės prie gyventoją, galėjo ignoruoti tiesiogines savo pareigas. Dirbame link to, kad mūsų seniūnijoje prioritetas būtų gyventojas, jo gerovė, tinkamų viešųjų paslaugų prieinamumas ir sąžiningumas prieš klientą“.

***Apibendrinant ekspertų atsakymus galima daryti prielaidą, jog visuomenėje vyraujančios vis dar neigiamos nuomonės apie vietos savivaldos institucijas pagrindinė priežastis: masinėse informacijos priemonėse skelbiama neigiamą informaciją. Taip pat korupcijos skandalai, piktnaudžiaavimo tarnybine padėtimi atvejai, rinkėjų nuomonės nepaisymas, ilgos eilės prie valdžios atstovų kabinetų.***

Pateikus klausimą „Kaip manote, ar reikalinga savivaldybei viešųjų ryšių strategija?“, visi ekspertai tvirtina, jog strategija būtina. Ir kurti ją privalo ne tik savivaldybės vadovai ir administracijos darbuotojai, bet reikalinga ir viešųjų ryšių specialistų, vietos politikų, tarybos narių pagalba. Anot mero A. Čepononio „Savivaldybės viešųjų ryšių strategijos tikslas – suvaldyti informacijos srautus taip, kad ji pasiektų tikslines grupes, kad būtų gaunamas grįžtamasis ryšys“.

***Išanalizavus ekspertų atsakymus galima daryti išvadą, jog savivaldybei yra būtina viešųjų ryšių strategija, tačiau kurti ją turi visa komanda: vietos politikai, tarybos nariai, administracijos vadovai, skyrių vedėjai, o taip pat ir pati visuomenė.***

Pateikus klausimą „Ar seniūnijos ir bendruomenės aktyviai dalyvauja ir skleidžia informaciją apie savivaldybės veiklą?“, meras A. Čepnonis, administracijos direktorė J. Margaitienė, savivaldybės tarybos narė Vida Stasė Skarelienė teigia, jog seniūnijos ir bendruomenės nepakankamai aktyviai skleidžia informaciją apie savivaldybės veiklą, dažniausiai tai daro tik savivaldybės vadovų paprašytos. Šiaulių krašto“ Radviliškio redakcijos reporteris Saulius

Juškevičius teigia, jog „Tiek seniūnijos, tiek bendruomenės į šią veiklą įtrauktos mažai. Daugiau aukštinami tik atitinkami valdininkai, kurie tampa tarsi kokiais dievaičiais ir alia mecenatais, o ne savivaldybės veikla. Vadovų ataskaitos žmonių beveik nedomina, nes jie įsitikinę, kad valdžia tik giriasi, o ne dirba“. Tuo tarpu Šeduvos miesto seniūnas išsakytoms nuomonėms prieštarauja ir teigia, jog „Mūsų seniūnija turi tam priemonių ir jomis aktyviai naudojasi. Todėl, taip, mes aktyviai skleidžiame informaciją“.

***Apibendrinant ekspertų atsakymus galima daryti išvadą, jog seniūnijos ir bendruomenės bando sleisti ir viešinti informaciją apie savivaldybės veiklą, tačiau dažniausiai tai daro savivaldybės vadovų paparašytos. Norėtusi daugiau aktyvumo ir geranoriškumo iš šių atstovų.***

Ekspertams, merui A. Čepononiui ir administracijos direktorei J. Margaitienei buvo užduotas klausimas „Ar Jūsų savivaldybėje dirba specialistas, atsakingas už ryšius su visuomene? Jei atskiro ryšių su visuomene specialisto nėra, kam jūsų savivaldybėje pavesta vykdyti šias pareigas?“ Abu ekspertai atsakė vienodai, jog „Viešųjų ryšių organizavimo srityje dirba vienas žmogus. Jis tiesiogiai atsakingas už ryšius su visuomene, jam priskirtos kalbos tvarkytojo funkcijos ir ryšių su užsienio valstybėmis koordinatoriaus pareigos“.

***Išanalizavus Radviliškio rajono savivaldybės administracijos struktūrą (žr. 4 priedą) nustatyta, jog Radviliškio rajono savivaldybėje atskiros viešųjų ryšių specialisto pareigybės nėra. Už viešuosius ryšius, bendravimą su žiniasklaidos atstovais, ryšius su užsienio valstybėmis atsakinga švietimo, kultūros ir sporto vyriausioji specialistė. Vertinant įstaigos dydį, galima teigti, jog Radviliškio rajono savivaldybei reikalingi du viešųjų ryšių specialistai. Be to, atsižvelgiant į Radviliškio rajono savivaldybės darbuotojo, atsakingo už viešuosius ryšius pareigybės pavadinimą (švietimo, kultūros ir sporto vyriausioji specialistė) ir aprašymą (žr. 5 priedą), galima daryti prielaidą, jog darbuotojas, atsakingas ne tik už viešuosius ryšius, bet ir turintis papildomų pareigų, darbo laiką privalo skaidyti įvairioms funkcijoms atlikti ir negali visavertiškai susikoncentruoti ties įstaigos viešųjų ryšių įgyvendinimu.***

Pateikus trims ekspertams (V. S. Skarelienei, S. Juškevičiui ir J. Praniui) klausimą „Kokia linkme turėtų eiti viešųjų ryšių raida savivaldos institucijose organizavimo prasme? Ar reikėtų keisti, tobulinti viešųjų ryšių organizacinį modelį, ar įstaigos struktūrą, ar skirti daugiau lėšų, ar priimti daugiau specialistų?“, savivaldybos tarybos narė Vida Stasė Skarelienė ir „Šiaulių krašto“ Radviliškio redakcijos reporteris Saulius Juškevičius teigia, jog reikalingi specialistai ir papildomi ištekliai, taip pat svarbu efektyvinti komunikaciją organizacijos viduje, nes tik darni komanda gali pasiekti puikių rezultatų. Tuo tarpu Šeduvos seniūnas J. Pransys teigia, jog

„Struktūros keisti ar priimti naujų specialistų, manau, nebūtina, tačiau esami darbuotojai privalo tobulėti ir suprasti kaip svarbu tinkamai atlikti savo darbą ir apie tai pranešti visuomenei“.

***Norint efektyviau organizuoti viešųjų ryšių procesą savivaldybėje reikia didesnių išteklių, komandos organizacijos viduje ir viešųjų ryšių specialistų konsultacijų.***

Pateikus ekspertams klausimą „Kokie viešųjų ryšių kanalai labiausiai efektyvūs, norint pasiekti kuo didesnę vietos gyventojų auditoriją?“ ekspertų nuonės sutapo. Efektyviausi kanalai, norint pasiekti kuo didesnę auditorijos dalį yra susitikimai su gyventojais, socialiniai tinklai, žiniasklaida, televizija, lankstinukai ir skrajutės.

***Efektyviausi viešųjų ryšių kanalai yra tiesioginis bendravimas su auditorija, socialiniai tinklai, televizija, spauda, savivaldybės tinklapis, skrajutės, lankstinukai ir pan. Skirtinga visuomenės grupė pasirenka sau priimtina viešųjų ryšių kanalą.***

Pateikus klausimą „Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su visuomene savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs?“, visi ekspertai tegia, jog savivaldybėms reikia ir būtina vykdyti ryšius su visuomene. Anot savivaldybės tarybos narės Vidos Stasės Skarelienės „Viešieji ryšiai taip pat yra terpė, kurioje bendruomenės ar tikslinės auditorijos gali matyti darbų progresą arba regresą, gali susidaryti įspūdi apie įstaigos skaidrumą, prioritetus, veiklą ar veiklos simuliaciją. Tai pagalba formuojant nuomonę, motyvuojant ir mobilizuojant gyventojus, tačiau drauge tai ir informacijos gavimas apie save: kiek naudinga, efektyvia ir skaidria institucija tave laiko gyventojai“. Šeduvos seniūnas J. Pranas teigia, jog „Valstybės tarnautojai yra išlaikomi valstybės biudžeto lėšomis (mokesčių mokėtojų), todėl visuomenė privalo žinoti kaip efektyviai, tinkamai ir skaidriai valstybės institucijos šias lėšas naudoja“.

***Išanalizavus ekspertų atsakymus galima daryti prielaidą, jog savivaldybėms yra būtina vykdyti ryšius su visuomene. Informacija turi būti pateikiama tiksliai, turi būti ieškoma dialogo su visuomene.***

Apibendrinant giluminio interviu su ekspertais rezultatus galima teigti, jog įstaiga stokoja kryptingo viešųjų ryšių planavimo, siejamo su organizacijos tikslais ir siekiais bei nukreipto į tikslines auditorijas. Būtina sukurti viešųjų ryšių strategiją. Ją turi kurti ne tik savivaldybės vadovai, darbuotojai, viešųjų ryšių specialistai, bet ir tarybos nariai, o taip pat ir pati visuomenė turi būti įtraukta į šį procesą. Viešieji ryšiai tirtoje įstaigoje greičiau pasižymi padrikumu ir epizodiškumu. Viešųjų ryšių veiklos mažo efektyvumo priežastimis laikomas šios veiklos netikslingumas, žmogiškųjų ir finansinių resursų trūkumas, nepakankamas grįžtamasis ryšys ir veiklos vertinimas bei to pasekoje neatliekami pakeitimai, nulemiantys netinkamą tikslinei auditorijai priemonių ir kanalų vartojimą, per mažą viešųjų ryšių specialisto įtaką formuojant

įstaigos politiką ir renkantis viešųjų ryšių veiklos įgyvendinimo galimybes. Seniūnijos, bendruomenės ir seniūnaičiai turėtų aktyviau vykdyti informacijos sklaidą apie Savivaldybės veiklą. Kol kas savivaldybėje vyrauja informacinis viešųjų ryšių organizavimo modelis, tačiau reikia siekti jį pakeisti profesionaliu.

### 3.4. Interneto svetainės analizė

Radviliškio rajono savivaldybės viešųjų ryšių veiklos analizei pasirinktas dar vienas ryšių su visuomene vertinimo metodas – interneto svetainės analizė ([www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt)).

Radviliškio rajono savivaldybės svetainės tinklapio dizaine vyrauja žalia spalva. Pasirinkta spalva yra ryški, traukianti lankytojų akį, tačiau neiššaukianti. Pasak Adamonienės (2007), dizainas turi įtakos svetainės lankomumui ir greitai informacijos paieškai.

Lietuvos savivaldybių interneto svetainėms nustatyti aprašai, kurie privalo joje būti. Teigiama, jog dauguma svetainių šiuos reikalavimus atitinka, išanalizavus Radviliškio rajono savivaldybės tinklalapį matome, jog pateikiama visa reikalinga informacija (žr. 2 lent.).

2 lentelė

#### Reikalaujamos informacijos pateikimas Radviliškio rajono savivaldybės tinklalapyje

Reikalaujama informacija	Radviliškio rajono savivaldybės tinklalapyje esanti informacija
Savivaldybės struktūra ir kontaktai	Pateikta
Teisinė informacija: teisės aktai, teisės aktų projektai	Pateikta
Planavimo dokumentai	Pateikta
Informacija apie Savivaldybės veiklą	Pateikta
Veiklos kryptys	Pateikta
Savivaldybės nuostatai	Pateikta
Naujienos	Pateikta
Tarptautinis bendradarbiavimas	Pateikta
Naudingos nuorodos	Pateikta
Informacijos pateikimas ne vien lietuvių, bet ir užsienio kalbomis	Pateikta (anglų ir rusų kalbomis)
Naujienų prenumerata	Pateikta
Klausimai - atsakymai	Pateikta
Viešosios paslaugos	Pateikta

Kaip matyti iš pateiktos 2 lentelės, Radviliškio rajono savivaldybės tinklalapyje pateikiama visa reikalaujama informacija, taigi yra laikomasi reikalavimų, nustatytų Lietuvos savivaldybių asociacijos (<http://www.lsa.lt/lt/>). Jame yra daug naudingos informacijos tiek miesto svečiui, tiek studentams, tiek gyventojams ar verslininkams, nes apžvelgiama miesto situacija, suteikiama reikalinga ir aktuali informacija, pateikiamos kasdieninės naujienos. Galima teigti, kad svarbiausi reikalavimai interneto svetainei pateikiami aiškiai ir suprantamai.

### **3.5. Viešųjų ryšių kanalai, vietinės žiniasklaidos rinkos analizė.**

Pasirenkant komunikacijos kanalą, labai svarbu atsižvelgti į regiono specifiką, laikytis nuoseklumo. Kiekvienas regionas yra unikalus, turintis savo specifiką, į kurią reikia atsižvelgti, sprendžiant regionines problemas, tačiau bet kokiuose sprendimuose būtina įvertinti esminius plėtros principus bei plėtros aspektų reikšmę (Bagdzevičienė, 2002).

Pagrindiniai viešųjų ryšių kanalai Radviliškio rajono savivaldybės viešųjų ryšių srityje yra vietos ir regiono žiniasklaida (spauda, radijas, televizija), savivaldybės interneto svetainė, nemokams informacijos talpinimo paslaugas teikiančios interneto svetainės ([www.savivaldybes.lt](http://www.savivaldybes.lt), [www.radviliskietis.lt](http://www.radviliskietis.lt), [www.pranesimaispaudai.lt](http://www.pranesimaispaudai.lt), [www.ziniasklaidai.lt](http://www.ziniasklaidai.lt)), seniūnijose esančios skelbimų lentos, vietos bendruomenės, jų interneto svetainės, seniūnaičiai ir specializuoti leidiniai apie savivaldą („Savivaldybių žinios“). Marketingo tikslais (populiarinimui, reklamai) naudojamos įvairių reklaminių, Lietuvą pristatančių žurnalų paslaugomis (pvz. „Made in Lithuania“, „Business in Lithuania“, informacinės telefonų knygos, „Kas yra kas“).

Radviliškio rajono savivaldybė nuolat bendradarbiauja ir su respublikiniais žiniasklaidos atstovais. Vietiniams, regioniniams ir respublikiniams žiniasklaidos atstovams (pagrindiniams televizijos kanalams TV3, LNK, Baltijos TV, LTV, informacijos agentūroms ELTA, BNS) informacija apie tą savaitę vykstančius renginius Radviliškio rajono savivaldybėje teikiama el. paštu kiekvieną pirmadienį. Informacija, teikiama žiniasklaidai, tikslinama visą savaitę: papildoma renginiais, pranešimais spaudai ir pan. Respublikinėje žiniasklaidoje informacija apie Radviliškio rajono savivaldybę pasirodo gana retai. Pagrindinės tai lemiančios priežastys:

1. Nėra užmegzta gerų kontaktų su regionuose dirbančiais respublikinių leidinių žurnalistais;
2. Trūksta lėšų užsakoviesiems straipsniams ar bendradarbiavimo sutartims;

4. Respublikinės spaudos žurnalistai dažniau ieško politinių, kriminalinių įvykių nei gerųjų naujienų;

5. Gerosios naujienos, dėl viešųjų ryšių specialistų kompetencijos stokos, nepakankamai patraukliai pateikiamos respublikinės spaudos atstovams..

Reikia pripažinti, jog nelengva į informacijos viešinimo procesą įtraukti seniūnijas, seniūnaičius, vietos bendruomenes. Jie teisinasi specialistų ir laiko trūkumu. Informacija jiems turi būti nusiųsta jau parengta skelbti, o geriausia – atspausdinta ir paduota į rankas. Tik tada dažniausiai galima tikėtis, kad tokie skelbimai bus pakabinti. Nieko nekainuoja ir gana efektyvu teikti kaičiąją Radviliškio rajono savivaldybės interneto svetainės reklamą vietos bendruomenių interneto puslapiuose, galima pagal susitarimą talpinti vietos bendruomenės žmonėms aktualią informaciją.

Žiniasklaidos monitoringas Radviliškio rajono savivaldybėje nėra atliekamas. Į kritinius straipsnius neatsakinėjama, bet reaguojama: savivaldybės specialistams duodami nurodymai išsiaiškinti žiniasklaidoje nuskambėjusius atvejus ir priimti atitinkamus sprendimus.

Radviliškio rajono savivaldybės svetainė internete [www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt) – pagrindinis informacijos teikimo visuomenei ir žiniasklaidai kanalas. Kaip teigia K. Hallahanas, „Interneto technologijos (internetinės svetainės, tinklalapiai, diskusijų grupės, pokalbių kambariai, internetiniai dienoraščiai) leidžia organizacijoms bendrauti su savo tikslinėmis auditorijomis 24 valandas per parą, septynias dienas per savaitę“ (Hansen-Horn, Neff, 2008, p. 46). Informacija Radviliškio rajono savivaldybės interneto svetainėje atnaujinama operatyviai, kelis kartus per dieną.

Savivaldybės interneto svetainė kasmet sulaukia vis daugiau lankytojų. Iš viso 2015 m. Radviliškio rajono savivaldybės svetainėje internete apsilankė asmenys iš 105 valstybių, daugiausia lankytojų – iš Lietuvos, Jungtinės karalystės, JAV, Latvijos, Vokietijos, Norvegijos, Airijos, Prancūzijos, Lenkijos, Švedijos. Populiariausi svetainės skyriai: Naujienos, Švietimo ir sporto skyrius, Savivaldybės vadovų darbotvarkės, Struktūra ir kontaktai, Teisinė informacija, Švietimo, kultūros ir sporto skyriaus naujienos.

Svetainės [www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt) skyrelyje „Filmai ir TV laidos“ talpinamos TV laidos „Radviliškis šiandien ir rytoj“. Čia galima pažiūrėti visus Radviliškio rajono savivaldybės užsakytu sukurtus filmus. Radviliškio rajono savivaldybė nuo 2015 m. pradėjo naujienas skelbti ir socialiniame tinkle „Facebook“. Radviliškio rajono savivaldybės svetainė [www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt) kasmet tobulėja, darosi patogesnė ir įdomesnė lankytojams. Tačiau galima teigti, jog Radviliškio rajono savivaldybė vis dar iki galo neišnaudoja nemokamo kanalo



sisisiekti su visuomene, aktyvinti ją. Svetainei vis dar trūksta interaktyvumo: galėtų būti numatyta galimybė dalyvauti gyventojų forume, rengti online konferencijos ir pan. (Radviliškio rajono savivaldybės 2015 m. veiklos ataskaita).

### **3.6. Radviliškio rajono savivaldybės informacinio biuletenio „Savivaldybės aktualijos“ pristatymas**

Radviliškio rajono savivaldybės ryšių su visuomene veiklos analizei buvo pasirinktas dar vienas trumpalaikis viešųjų ryšių vertinimo metodas. Žiniasklaidos turinio analizės metodu buvo analizuojama kas rašoma biuletenyje „Savivaldybės aktualijos“.

Radviliškio rajono savivaldybė nuo 2007 m. pradėjo leisti informacinį biuletinį „Savivaldybės aktualijos“, kuriame kiekvieną penktadienį pateikiama pagrindinė informacija. Dažniausiai jo apimtis būna 2 puslapiai, tačiau kai daugiau informacijos, biuletinis padidėja iki 3 puslapių ir kartais apima vieną ar 1,5 puslapio, kas pasitaiko gana retai. Šio dienraščio tiražas jau nusistovėjęs ir spausdinama 3500 egzempliorių kiekvieną penktadienį. Tai rodo, jog dienraštis yra perkamas ir populiarus skaitytojų tarpe, o Savivaldybės biuletenio informacija auditoriją pasiekia.

„Savivaldybės aktualijose“ pateikiamą informaciją galima suskirstyti keletą blokų: Savivaldybės administracijos veiklos ataskaitos (Tarybos sprendimai, mero potvarkiai, įsakymai); skelbimai; renginiai; konkursai; viešieji pirkimai, kita informacija.

Kiekviename bloke pateikiama skirtinga informacija. Pirmajame bloke pateikiama informacija, susijusi su Radviliškio rajono administracijos ir Tarybos darbu. Ši informacija vyrauja beveik kiekviename biuletenio numeryje. Pateikiami įvairūs Tarybos sprendimai dėl detaliųjų planų tvirtinimo, dėl alkoholio prekybos, dėl turto mokesčio ir pan. Taip pat skelbiama informacija apie veiklos atsakaitas, posėdžių sušaukimus ir pan.

„Savivaldybės aktualijose“ spausdinami įvairaus pobūdžio skelbimai tiek gyventojams, tiek įmonėms. Dažnai pasitaikantys Savivaldybės patalpų nuomos, butų pirkimo skelbimai. Be to, savivaldybė skelbia ir aukcionus ar konkursus (pvz. Miesto garbės piliečio rinkimai).

Renginių skelbimas „Savivaldybės aktualijose“ bene populiariausia informacija. Viešųjų pirkimų konkursai taip pat dažnai skelbiami biuletenyje, kadangi Savivaldybė pati negali pasirinkti organizacijos, kuri tliks tam tikrus darbus ar suteiks paslaugas.

Paskutinis ir galima teigti, kad plačiausias informacijos blokas biuletenyje apima informaciją gyventojams t.y. informacija apie priėmimus pas merą, įvairių partijų atsovus Radviliškio krašte, įvairias Savivaldybės organizuojamas akcijas.

Apibendrinant galima teigti, kad kiekvieną penktadienį dienraštyje „Radviliškio naujienos“ spausdinamas „Savivaldybės aktualijų“ biuletenis Radviliškio miesto ir rajono gyventojams suteikia daug aktualios informacijos, kuri išplečia ne tik gyventojų, bet ir organizacijų akiratį. Tokiu būdu Radviliškio rajono savivaldybė stengiasi komunikuoti ir sulaukti grįžtamojo ryšio.

Savivaldybė visada siekia būti atvira gyventojams: nuolat informuojama apie naujausius įvykius, Savivaldybės tarybos sprendimus, aktualius Savivaldybės administracijos direktoriaus įsakymus, įvairias vietas savivaldos aktualijas, gyventojai skatinami dalyvauti savivaldos procesuose, informacija jiems teikiama nuolat.

## IŠVADOS

- Viešieji ryšiai – dinamiškas ir ilgas procesas, kuriam reikalingas palanavimas. Viešųjų ryšių specialistams būtina planuoti ne tik išorinį (su organizacijos publikomis), bet ir vidinį (organizacijos viduje) komunikacijos procesus.
- Viešųjų ryšių apibrėžimų įvairovę lemia itin intensyvi šios disciplinos raida, naujų jos galimybių atsiradimas, prisitaikymas prie kintančios pasaulio situacijos. Galima teigti, jog jei visuomenė palaiko ir pritaria organizacijos sprendimams, organizacijai daug lengviau kurti savo veiklos programas ir siekti savo tikslų nei tuomet, kai sulaukiama visuomenės pasipriešinimo.
- Komunikacija yra pagrindinė ir labiausiai matoma viešųjų ryšių sritis, apibrėžianti informacijos perdavimo procesą. Valstybės ir vietos savivaldos institucijų komunikacijos tikslas – informuoti tikslines auditorijas, atlikti vienus ar kitus veiksmus, kurie yra susiję su valstybės valdymu ar savivaldos proceso užtikrinimu. Komunikacijos procesas valstybinėse ir vietos savivaldos institucijose turi būti pagrįstas atvirumo, skaidrumo, viešumo ir konsultavimo principais.
- Valstybinėse ir vietos savivaldos institucijose yra išskiriamos šios viešųjų ryšių funkcijos: nuolatinis visuomenės informavimas, įtikinimas, dialogo, bendradarbiavimo skatinimas, institucijos įvaizdžio formavimas, vidiniai ryšiai, institucijos reprezentavimas, ryšiai su žiniasklaida, bendruomenėmis, renginių organizavimas, konsultavimas ir pan. Viešieji ryšiai yra būtinas komponentas sėkmingai organizacijos veiklai plėtoti bei organizacijos tikslams pasiekti.
- Viešųjų ryšių vieta viešojo valdymo srityje nėra konkrečiai apibrėžta. Dažniausiai RSV specialistai reikalingi tik teigiamam valstybinės ar vietos savivaldos institucijos įvaizdžiui formuoti. Pagrindiniai viešųjų ryšių strategijos įgyvendintojai yra vietos politikai, administracijos vadovai ar partijų lyderiai. Nuo jų veiksmų, norų ir supratimo priklauso vykdomi viešieji ryšiai, jų reikšmė institucijos viešajame gyvenime.
- Viešųjų ryšių specialistai, dirbantys vietos savivaldos institucijose, dažnai dirba neturėdami ilgalaikio veiklos plano ar strategijos, reiškiasi įvairiomis formomis ir yra nenuspėjami. Dažniausiai veikiama pagal modelį Rsv specialistas + žiniasklaida = informacija paskleista. Tai specifinis, valdžios institucijoms būdingas viešųjų ryšių supratimas.

- Viešieji ryšiai vietos savivaldoje kol kas labai menkai teisiškai reglamentuojama sritis. Teisės aktuose yra pateikiami informacijos pateikimo piliečiams proceso bendri bruožai, tačiau nėra nurodoma, kaip turi būti vystomas pats viešųjų ryšių organizavimo procesas, informacijos teikimas, struktūrų, teikiančių šią informaciją piliečiams modeliai. Savivaldybės pačios turi spręsti, kaip bus organizuojamas procesas.
- Atlikus tyrimą Radviliškio rajono savivaldybėje, iš ekspertų apklausos galima daryti išvadą jog savivaldybėje, vyrauja vienakryptis informacinis (žurnalistinis) viešųjų ryšių organizacinis modelis. Visuomenei teikiama informacija tiksli ir teisinga, nesistengiama įtikinti, tačiau atgalinio ryšio beveik nėra. Mažai atliekama tyrimų, dažniausiai tik tokie, kurie suteikia informaciją apie tai, kokią informaciją visuomenė turi, kokios trūksta, kokios pateikimo priemonės priimtinausios. Savivaldybė stokoja lėšų tyrimams vykdyti.
- Atlikus Radviliškio rajono savivaldybės gyventojų anketinę apklausą galima teigti, jog Radviliškio rajono savivaldybės gyventojai nėra visiškai abejingi savivaldybės veiklai. Jie pasirenka jiems tinkamą informacijos kanalą ir domisi savivaldybės veikla, priimamais sprendimais. Ne visi savivaldybės informacijos kanalai yra pakankamai efektyvūs, nes ne visi duoda grįžtamąją vertę. Pvz. Savivaldybės metinės ataskaitos bei lankstinukai ir skrajutės, gyventojų nuomone, nėra efektyvūs informacijos šaltiniai. Galima teigti, jog ne visi gyventojai turi galimybę žiūrėti vietinę televiziją ar naudotis prieiga prie internetinės svetainės, todėl savivaldybė turi analizuoti iš kokių šaltinių gyventojai dažniausiai sužino informaciją apie savivaldybę ir jos veiklą. Tinkamai pasirinkta informacijos sklaidos priemonė padėtų pasiekti didesnę dalį teritorijos gyventojų.
- Radviliškio rajono savivaldybės gyventojai yra gana aktyvūs piliečiai. Jie žino būdus, kaip dalyvauti savivaldos procesuose ir kaip daryti įtaką vietos valdžios priimamiems sprendimams. Dažniausiai jie rinkęsi civilizuotus būdus: kreipimąsi į seniūną, seniūnaitį, savivaldybės tarybos narius, rašytų asmeninius prašymus bei kreiptųsi per vietos bendruomenes. Visuomenei nėra iki galo aišku, kokios yra savivaldybės funkcijos.

## REKOMENDACIJOS

1. Radviliškio rajono savivaldybei reikėtų stengtis vienakryptį (informacinį) viešųjų ryšių organizacinį modelį, pakeisti dvikrypčiu simetriniu organizaciniu modeliu, kuriame vyrauja tarpusavio supratimas, o ne įtikinėjimas. Reikėtų siekti kryptingo dialogo, bendradarbiavimo su visuomene, kurį padėtų sukurti parengta viešųjų ryšių strategija. Savivaldos institucijoje suprantama vidinės komunikacijos reikšmė, bet vis dar nepakankamai dirbama šioje srityje, todėl iš karto sudėtingesnis tampa informacijos skleidimas į organizacijos išorę pagrindinėms jos auditorijoms. Vidinė komunikacija dažniausiai užsiima personalo skyriaus darbuotojai. Vidinei komunikacijai skatinti galima panaudoti intranetą (vidinei informacijai, žinutėms, paskatinimui, priminimams, dokumentams kaupti ir pan.).
2. Savivaldybės vykdoma skaidri ir sąžininga veikla padėtų suformuoti teigiamą savivaldybės reputaciją labiau nei kuri nors kita priemonė. Savivaldybės vadovai, administracija ir tarybos nariai turėtų labiau gerbti ir pateisinti įvairių interesų grupių poreikius bei vykdyti bent minimalią ryšių su visuomene programą.
3. Reikėtų stiprinti vadovų ir darbuotojų kompetenciją viešųjų ryšių srityje, padidinti viešųjų ryšių specialistų skaičių bent iki dviejų, būtina parengti ryšių su visuomene strategiją. Pagrindinė sąlyga komunikacijos efektyvumui pasiekti – auditorijos pažinimas ir tikslinių grupių išskyrimas.
4. Tinkamai pasirinktas informacijos platinimo kanalas, gerai išplėtotą žiniasklaidos sistema, stiprios ir veiklios gyventojų bendruomenės padėtų kurti teigiamą savivaldybės įvaizdį. Visuomenei reikia pateikti tokią informaciją, kuri padėtų jiems prisitaikyti prie pokyčių be didelio susipriešinimo su organizacija.
5. Daug išlaidų reikalaujančios viešųjų ryšių priemonės (televizijos laida, biuletenis vietos laikraštyje ir metinių ataskaitų spausdinimas) nėra tiek efektyvios, kad atneštų išlaidų vertą pridėtinę vertę. Reikėtų ieškoti labiau efektyvių būdų pateikti informaciją gyventojams, pasitelkti seniūnaičius, seniūnijas, vietos bendruomenes, naudoti informacines technologijas, organizuoti įvairius labdaros, socialinius projektus. Šios priemonės ne tik padėtų skleisti informaciją apie savivaldybę, bet kartu ir formuotų teigiamą institucijos įvaizdį, padėtų jiems ugdyti auditoriją, išmanančią įvairius ekonominius, socialinius ir politinius procesus. Aktyvus bendruomenės dalyvavimas padėtų savivaldybės institucijai surasti problemas, ieškoti būdų joms spręsti.

6. Reikėtų geriau informuoti kaimiškose vietovėse gyvenančius žmones bei užtikrinti greitą informacijos perdavimą visuomenei. Viešųjų ryšių specialistų veikla – sudominti visuomenę, informaciją pateikti patraukliai, įtaigiai, pasirinkti tokius kanalus, kad nori nenori ji tą informaciją pamatytų.
7. Populiariausias kanalas parnešimo perdavimui yra žiniasklaida. Tuo tarpu komunikacijos kanalus reikėtų pasirinkti pagal naujienos aktualijas, t.y. galbūt žinia aktuali tik tam tikrai visuomenės grupei ir geriau būtų ne siųsti pranešimą spaudai, o siųsti laišką tos grupės nariams ar organizuoti susitikimą su jais.
8. Radviliškio rajono savivaldybės interneto svetainė sulaukia vis daugiau lankytojų ir populiarėja. Būtina ją padaryti interaktyvią ir išnaudoti interneto teikiamas galimybes: pvz. organizuoti online konferencijas su rajono savivaldybės vadovais, suteikti galimybę gyventojams bendrauti forume ir pan. Interneto svetainė yra vienas iš didžiausių auditoriją turinčių kanalų, būtent per ją kuo daugiau informacijos apie savivaldybės veiklą reikia teikti žmonėms.

## NAUDOTA LITERATŪRA

1. Augustinaitis, A. (2006). Viešieji ryšiai ir viešybės valdymas žinių visuomenėje. Informacijos mokslai.
2. Amis, R. (2007). You can't ignore social media: How to measure The Internet efforts to your organization's best advantage, Public Relations Tactics, Vol. 14, Issue 5, p.10-12, , Austin, Texas; Public Relation Society of America, ISSN: 10806792
3. Adamonienė, V. (2007). Interneto svetainė – savivaldybės veidrodis. Savivaldybių žinios.
4. Alexa - Actionable Analytics for the Web. [žiūrėta 2016-03-27]. Prieiga per internetą: <http://www.alexa.com/>
5. Bauman, Z. (2002). Globalizacija: pasekmės žmogui. Vilnius: Strofa. 207p., ISBN 9986-751-51-9.
6. Bagdzevičienė, R. (2003). Šalies ekonomikos plėtra regionalizacijos ir globalizacijos santykio kontekste. [interaktyvus] [žiūrėta 2016-04-14]. Prieiga per internetą: <http://209.85.135.104/search?q=cache:3aCuRRXWznwJ:www.lrti.lt/veikla/publikacijos.html+region%C5%B3+pl%C4%97tra&hl=lt&ct=clnk&cd=1&gl=lt>
7. Baršauskienė, V. (2002). Dalykinė komunikacija: mokomoji knyga. Kaunas: Technologija. 237 p. ISBN 9955-09-112-6
8. Baricco, A. (2005). Next. Maža knygelė apie globalizaciją ir būsimąjį pasaulį. Vilnius: Alma Littera. 58 p. ISBN 9955-08-697-1
9. Broom, G., ir Dozier, D. (1989). Using research in public relations. Englewood Cliffs,NJ: Prentice Hall
10. Booker, E. (2007). New rules of engagement, New York, US, Crain Communication Inc., Vol. 92, Issue: 5, p. 10-12, ISSN 15302369
11. Brown, G. (2008). Social Media, Web 2.0 User-Generated Content and Virtual Communities. Lulu.com.
12. Bielinis, L. (2005). Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė. Monografija. Vilnius: Eugrimas. 127 p. ISBN 9955-682-10-8

13. Barauskienė, G. ir Bivainienė, L. (2005). Ryšių su visuomene vieta strateginiame organizacijos planavimo etape (remiantis Vilniaus miesto savivaldybės pavyzdžiu) [interaktyvus] [žiūrėta 2016-03-14]. Prieiga per internetą: [http://www.smf.su.lt/documents/konferencijos/Galvanauskas%202005/2005%20m.%20leidinys/Barauskiene\\_Bivainiene.pdf](http://www.smf.su.lt/documents/konferencijos/Galvanauskas%202005/2005%20m.%20leidinys/Barauskiene_Bivainiene.pdf)
14. Bitinas B., Rupšienė L., ir Žydzūnaitė V. (2008). Kokybinių tyrimų metodologija: vadovėlis vadybos ir administravimo studentams. Klaipėda: S. Jokužio leidykla-spaustuvė
15. Cohen, S. (2009). Spreading the news in cyberspace. Fairfield County Business Journal.
16. Cutlip, M., Center, A.H. ir Broom, G.M. (2006). Effective Public Relations. Prentice Hall. New Jersey.
17. Domarkas, V. (2004). Naujieji viešojo administravimo raidos akcentai. Viešojo politika ir administravimas. ISSN 1648-2603.
18. Grunig, J. E. (1992). Excellence in public relations and communication management. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
19. Glosienė, A. (1999). Ryšių su visuomene ABC bibliotekininkams. Mokomoji knyga. Vilnius: Martyno Mažvydo biblioteka. ISBN 9986-530-62-8
20. Gudauskas, R. (1997). Valstybės informacijos strategijos Lietuvos įvaizdžio kūrimo srityje metmenys. [interaktyvus] [žiūrėta 2016-01-21]. Prieiga per internetą: [http://www.mediabv.lt/res\\_all2.php?id=370](http://www.mediabv.lt/res_all2.php?id=370)
21. Grunig J.E. ir Hunt, T. (1984). Managing public relations. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
22. Hansen-Horn, T. L. ir Neff, B. D. (2008). Public realtions. From theory to practice Pearson Education, Inc.
23. International Public Relations Association. (2016). [žiūrėta 2016-02-01]. Prieiga per internetą: <https://www.ipra.org/>
24. Jefkins, F. (1998). Public relations. 5th ed. London: Pitman Publishing.



25. Johnson, J. (2009) „Ryšiai su visuomene: teorija ir praktika“ (Public relations: theory and practice).
26. Kardelis, K. (2005). Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. Šiauliai: Liucilijus. ISBN 9955-655-35-6
27. Kardelis, K. (2002). Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai: (edukologija ir kiti socialiniai mokslai): vadovėlis: 2-asis patais. ir papild. leid. Kaunas: Judex, 400 p. ISBN 9986-948-65-7
28. Kane, G. C., Fichman, R. G. ir Gallagher J. Community. (2009). Relations 2.0, Harvard Business Review.
29. Levinson, J. C. (2009). Partizaninis marketingas. Vilnius: UAB „AdAstra Marketing“. ISBN 978-609-95052-0-6
30. LR visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymas // Valstybės žinios. 2006, Nr. 82-3254 [interaktyvus] [žiūrėta 2016-02-01]. Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=280580&p\\_query=&p\\_tr2=](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=280580&p_query=&p_tr2=)
31. LR vietos savivaldos įstatymo pakeitimo įstatymas // Valstybės žinios. 2008, Nr. 113-4290 [interaktyvus] [žiūrėta 2016-02-01]. Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=332066](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=332066)
32. LR teisės gauti informaciją iš valstybės institucijų įstatymo pakeitimo įstatymas // Valstybės žinios. 2005, Nr. 139-5008 [interaktyvus] [žiūrėta 2016-01-14]. Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=266160&p\\_query=&p\\_tr2=](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=266160&p_query=&p_tr2=)
33. Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymas // Valstybės žinios. 1994, Nr. 55 – 1049 [interaktyvus] [žiūrėta 2016-14-24]. Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=240620](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=240620)
34. Lietuvos Respublikos viešojo administravimo įstatymas // Valstybės žinios. 1999, Nr. 60 – 1945 [interaktyvus] [žiūrėta 2016-03-24]. Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=198296](http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=198296)
35. Lietuvos ryšių su visuomene specialistų sąjunga (2016). LRVS ryšių su visuomene veiklos apibrėžimas. LRVS svetainė internete [www.lrvs.lt](http://www.lrvs.lt) [interaktyvus] [žiūrėta 2016-02-14].

36. Lietuvos ryšių su visuomene specialistų sąjungos etikos kodeksas (2015) [žiūrėta 2016-03-14]. Prieiga per internetą: <http://www.lrvs.lt/mes/etikos-kodeksas/>
37. Lietuvos statistikos departamentas. (2016). Svetainė internete: <http://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize1> [interaktyvus] [žiūrėta 2016-04-14].
38. Matkevičienė, R. (2005). Ryšiai su visuomene. Vilnius: Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerijos Švietimo aprūpinimo centras. ISBN-9986-03 568-6
39. Mažylis, L. (2006). Viešųjų ryšių organizacinių modelių raida Lietuvos savivaldybėse. Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai.
40. Mamedaitytė, S. (2003). Ryšiai su visuomene (autorizuota metodinė medžiaga). [interaktyvus] [žiūrėta 2015-12-15]. Prieiga per internetą: [http://mediabv.lt/resursai/vrstudija/Rysiai\\_su\\_visuomene\\_S.Mamedaityte.pdf](http://mediabv.lt/resursai/vrstudija/Rysiai_su_visuomene_S.Mamedaityte.pdf)
41. Mayfield, A. (2008). What is social media. [žiūrėta 2015 11 29] prieiga per internetą: [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf)
42. Nugaraitė, A. (1999). Ryšiai su visuomene: prabanga ar būtinybė? Vilnius: UAB „Epaisas“.
43. Oliver, S. (2007). Public relations strategy. Chartered Institute of Public Relations, London: Kohan Page.
44. Puleikytė, K. (2006). Globalizacija: kas tai?. Geopolitika. [interaktyvus] [žiūrėta 2016-02-13]. Prieiga per internetą <http://www.geopolitika.lt/?artc=280>
45. Paine, D. K. (2009). New School of Thought. Communication World.
46. Paine D. K. (2007). How blog measure up, Communication World, Vol. 24, Issue: 5, San Fransico, US, Crane Communication Inc., ISSN: 0744-7612
47. Paxia, S. (2008). The business side of social networks. The Seybold report.
48. Pranulis V., Pajuodis A., Urbonavičius S. ir Virvilaitė R. (2008). Marketingas. Vilnius. ISBN 978-9955-883-04-3
49. Rollinson, D., Broadfield, A. ir Edwards, D. (1999). Organisational Behaviour and Analysis:an Integrated Approach. Harlow, England etc.: Addison-Wesley

50. Raipa, A. (2009). Įvadas į viešąjį valdymą. Alvydas Raipa – Kaunas: Technologija.
51. Račas, A. Apie pasitikėjimą žiniasklaida. [žiūrėta 2016 01 15] prieiga per internetą: <http://racas.lt/apie-pasitikejima-ziniasklaida/>
52. Radviliškio rajono savivaldybės informacinis biuletenis „Savivaldybės aktualijos“ Nr. 15(546), 2016 m. balandžio 15-21 d. ISSN 1822-9654
53. Radviliškio rajono savivaldybės 2015 metų veiklos ataskaita. [žiūrėta 2016-05-10]. Prieiga per internetą: <http://www.radviliskis.lt/Veikla-135624>
54. Radviliškio rajono savivaldybės strateginis veiklos planas 2012-2020 m. [žiūrėta 2016-05-10]. Prieiga per internetą: <http://www.radviliskis.lt/Radviliškio%20rajono%20strateginis%20plėtros%20planas%202012-2020%20metams220>
55. Radviliškio rajono savivaldybės svetainė internete. [žiūrėta 2016-05-15]. Prieiga per internetą: <http://www.radviliskis.lt/>
56. Ulevičius, L. (2006). Kaip tapti žinomam. Etiški ryšiai su visuomene. Kaunas: „Smaltijos“ leidykla. ISBN 9955-707-04-6
57. Vuima, A. (2009). Juodieji viešieji ryšiai. Vilnius: AB „Spauda“. 190 p. ISBN 978-609-95053-2-9
58. Valackienė, A. (2007). „Sociologinis tyrimas“. Kauno technologijos universitetas.
59. Valackienė, A. ir Mikėnė, S. (2008). „Sociologinis tyrimas metodologija ir atlikimo metodika“. Kauno technologijos universitetas.
60. Wilcox, L. D., Cameron, T. G., Ault, H. P. ir Agee, K. G. (2007). Ryšiai su visuomene: strategija ir taktika. Monografija. Kaunas: poligrafija ir informatika. 494 p. ISBN 978-9986-850-59-5
61. Zoltnerienė, E. (2010). Viešieji ryšiai savivaldoje: Radviliškio rajono savivaldybės atvejo analizė, Šiauliai.
62. Žiniasklaidos auditorijų tyrimai TNS. [žiūrėta 2016 02 15] prieiga per internetą: <http://www.tns.lt/lt/top/paslaugos/ziniasklaidos-auditoriju-tyrimai/>

## **PRIEDAI**

<b>1 Priedas.</b> Anketa Radviliškio rajono savivaldybės gyventojams tema „Viešieji ryšiai vietos savivaldoje: Radviliškio rajono savivaldybės atvejis“.....	70
<b>2 Priedas.</b> Giluminio interviu klausimai ekspertams.....	73
<b>3 Priedas.</b> Giluminio interviu protokolai.....	74
<b>4 Priedas.</b> Radviliškio rajono savivaldybės administracijos struktūra.....	85
<b>5 Priedas.</b> Radviliškio rajono savivaldybės administracijos švietimo, kultūros ir sporto skyriaus vyr. specialisto pareigybės aprašymas.....	86
<b>6 Priedas.</b> Informantų nuomonė apie Radviliškio rajono savivaldybės administracijos priimamus sprendimus.....	88
<b>7 Priedas.</b> Informantų Radviliškio rajono savivaldybės internetinės svetainės lankomumas.....	88
<b>8 Priedas.</b> Informantų nuomonė apie Radviliškio rajono savivaldybės internetinę svetainę.....	88
<b>9 Priedas.</b> Informantų nuomonė apie Radviliškio rajono savivaldybės rodomą laidą.....	89
<b>10 Priedas.</b> Informantų nuomonė apie Radviliškio rajono savivaldybės skaitomą biuletinį.....	89

**Tyrimas tema „Viešieji ryšiai vietos savivaldoje: Radviliškio rajono savivaldybės atvejis“**

Esu Edita Mančiauskė, Šiaulių universiteto magistrantė, dirbu Radviliškio rajono savivaldybės administracijos Šeduvos miesto seniūnijoje. Rašau magistro darbą tema „Viešieji ryšiai vietos savivaldoje: Radviliškio rajono savivaldybės atvejis“. Anketoje klausimai apie savivaldybės kaip įstaigos pateikiamą informaciją visuomenei. Klausimai ir Jūsų atsakymai į šią anketą bus naudojami šiam magistro darbui pagrįsti. Kadangi atsakymų variantai bus pateikiami tik apibendrinti, Jūsų atsakymų anonimiškumas garantuojamas. Prašome atsakyti į kiekvieną klausimą, apvedant apskritimu Jums labiausiai tinkantį atsakymą. Dėkoju už atsakymus.

<b>1. Jūsų lytis?</b>	
<input type="radio"/> Vyras	<input type="radio"/> Moteris
<b>2. Jūsų gyvenamoji vietovė?</b>	
<input type="radio"/> Miestas	<input type="radio"/> Gyvenvietė
<input type="radio"/> Kaimiškoji vietovė, vienkiemis	<input type="radio"/> Miestelis
<b>3. Jūsų išsilavinimas?</b>	
<input type="radio"/> Pagrindinis	<input type="radio"/> Profesinis
<input type="radio"/> Vidurinis	<input type="radio"/> Aukštasis
<b>4. Kokia veikla Jūs užsiimate?</b>	
<input type="radio"/> Verslu	<input type="radio"/> Pensininkas
<input type="radio"/> Dirbate valstybės tarnyboje	
<input type="radio"/> Dirbate paslaugų sferoje	<input type="radio"/> Bedarbis
<b>5. Ar namie, darbovietėje naudojate internetu?</b>	
<input type="radio"/> Taip, namie	<input type="radio"/> Taip, ir namie, ir darbovietėje
<input type="radio"/> Ne	<input type="radio"/> Taip, darbovietėje
<b>6. Ar jums žinoma, kokios yra Savivaldybės kaip institucijos funkcijos?</b>	
<input type="radio"/> Taip	<input type="radio"/> Iš dalies
<input type="radio"/>	<input type="radio"/> Ne
<b>7. Ar pakankamai Radviliškio rajono savivaldybės veikla matoma žiniasklaidoje?</b>	
<input type="radio"/>	Nei pakankamai, nei nepakankamai
<input type="radio"/>	Pakankamai
<input type="radio"/>	Visiškai pakankamai
<input type="radio"/>	Visiškai nepakankamai
<b>8. Kaip, Jūsų nuomone, Radviliškio rajono savivaldybės veikla vaizduojama žiniasklaidoje? Įvertinkite penkių balų skalėje, kur 1 reiškia „visiškai nepatikima“, o 5 – „labai patikima“.</b>	
1 2 3 4 5	
<b>9. Kaip Jūs manote, ar visuomenė pasitiki Radviliškio rajono savivaldybės veikla? Įvertinkite penkių balų skalėje, kur 1 reiškia visuomenės nuomone, organizacijos veikla yra „visiškai nepatikima“, o 5 – „labai patikima“.</b>	
1 2 3 4 5	
<b>10. Pažymėkite penkias jums aktualiausias savivaldybės veiklos sritis, apie kurias jūs norėtumėte gauti daugiau informacijos?</b>	
<input type="radio"/> Biudžetas, finansai	<input type="radio"/> Teisinė pagalba
<input type="radio"/> Sveikatos apsauga	<input type="radio"/> Architektūra
<input type="radio"/> Atliekų tvarkymas	<input type="radio"/> Daugiabučių namų administravimas
<input type="radio"/> Švietimas	<input type="radio"/> Statyba
<input type="radio"/> Vaiko teisių apsauga	<input type="radio"/> Žemės ūkis
<input type="radio"/> Socialinė parama	<input type="radio"/> Savivaldybės turto valdymas
<input type="radio"/> Investicijos	<input type="radio"/> Viešasis transportas
<input type="radio"/> Bendruomenių veikla	
<b>11. Kokia jūsų nuomonė apie Radviliškio rajono savivaldybės veiklą?</b>	
<input type="radio"/> Savivaldybės veiklą vertinu puikiai	<input type="radio"/> Savivaldybės veiklą vertinu neigiamai
<input type="radio"/> Savivaldybės veiklą vertinu gerai	<input type="radio"/> Neturiu nuomonės
<input type="radio"/> Savivaldybės veiklą vertinu patenkinamai	
<b>12. Kaip jus pasiekia informacija apie Savivaldybės veiklą?</b>	

o	Sužinau pats, ieškau informacijos specialiai	
o	Sužinau iš draugų, pažįstamų, šeimos narių	
o	Man nežinoma	
<b>13. Kaip, jūsų nuomone, efektyviau ir greičiau galima informuoti gyventojus apie Savivaldybės veiklą? (Pažymėkite tris labiausiai efektyvius būdus)</b>		
o	Savivaldybės interneto svetainėje	o Regiono televizijoje
o	Metinėse ataskaitose	o Rajono spaudoje
o	Lankstinukuose, skrajutėse	o Regiono spaudoje
<b>14. Ar lankotės Savivaldybės svetainėje internete?</b>		
o	Taip	o Ne
o	Retai	o Nesinaudoju interneto prieiga
<b>15. Ar Radviliškio rajono savivaldybės pareigūnai gerai išmano savo darbą?</b>		
o	Taip	o Ne
o	Iš dalies	o Nežinau
<b>16. Ar jus pasiekia informacija apie svarbius įvykius Savivaldybėje?</b>		
o	Pasiekia greitai	o Nepasiekia
o	Pasiekia, bet vėliau	o Man nežinoma
<b>17. Ar žiūrite laidą apie Savivaldybės veiklą „Radviliškis šiandien ir rytoj“ per Šiaulių regiono televiziją „ŠTV“?</b>		
o	Taip	o Retai
		o Ne
<b>18. Ar skaitote Savivaldybės biuletinį „Savivaldybės aktualijos“ savaitraštyje „Radviliškio naujienos“?</b>		
o	Taip	o Retai
		o Ne
<b>19. Ar skaitote Savivaldybės metines ataskaitas?</b>		
o	Taip	o Retai
		o Ne
<b>20. Ar tenkina informacija, pateikiama Savivaldybės interneto svetainėje?</b>		
o	Taip	o Ne
o	Nežinau	o Iš dalies
<b>21. Kaip manote, kokia Radviliškio rajono savivaldybės kaip įstaigos reputacija?</b>		
o	Puiki	o Patenkinama
o	Labai gera	o Bloga
o	Gera	o Nežinau
<b>22. Kaip Radviliškio rajono savivaldybės vadovai, darbuotojai turi elgtis, kad įstaigos reputacija būtų geresnė?</b>		
o	Skaidriai ir sąžiningai vykdyti savo veiklą	
o	Stengtis neįsivelti į konfliktus	
o	Pateisinti visų visuomenės interesų grupių lūkesčius	
o	Įsiteikti atskiroms visuomenės interesų grupėms	
o	Vykdyti ryšių su visuomene programą	
<b>23. Kas daro didžiausią įtaką Radviliškio rajono savivaldybės kaip įstaigos reputacijai?</b>		
o	Savivaldybės vadovai	
o	Savivaldybės tarybos narių veikla	
o	Savivaldybės tarybos priimami sprendimai	
o	Savivaldybės administracijos darbuotojų lojalumas	
<b>24. Kaip manote, ar seniūnaičiai vietos bendruomenėse turėtų prisidėti prie informacijos apie Savivaldybės veiklą platinimo?</b>		
o	Taip	o Ne
		o Nežinau
<b>25. Kokia informacija daro didžiausią įtaką jūsų nuomonės apie Savivaldybę formavimui? (Pasirinkite tris svarbiausius informacijos šaltinius)</b>		
o	Rodoma per televiziją	
o	Skaitoma spaudoje	
o	Spausdinama metinėse ataskaitose	
o	Perduodama iš lūpų į lūpas	
o	Savos išvados pagal Savivaldybės vadovų ir darbuotojų elegsį	
o	Girdima iš klientų atsiliepimų	
o	Skaitoma internete	

<b>26. Ar esate aktyvus vietos bendruomenės narys?</b>			
<input type="radio"/>	Taip	<input type="radio"/>	Ne
<input type="radio"/>	Nežinau		
<b>27. Ar žinote būdus, kaip galima daryti įtaką Savivaldybės tarybos ir administracijos priimamiems sprendimams?</b>			
<input type="radio"/>	Taip	<input type="radio"/>	Ne
<b>28. Ar nors kartą pareiškėte savo nuomonę Savivaldybės atstovams dėl vieno ar kito priimamo sprendimo?</b>			
<input type="radio"/>	Taip, ne kartą	<input type="radio"/>	Ne
<input type="radio"/>	Taip, vieną kartą	<input type="radio"/>	Man nerūpi
<b>29. Pažymėkite Jums žinomiausią būdą, kuris suteikia galimybę įtakoti vietos valdžios priimamus sprendimus?</b>			
<input type="radio"/>	Dalyvavimas tarybos posėdžiuose	<input type="radio"/>	Peticijos teikimas
<input type="radio"/>	Dalyvaujant vykdomose apklausose	<input type="radio"/>	Kita (įrašykite)
<b>30. Pažymėkite tris geriausius būdus daryti įtaką Savivaldybės tarybos ir administracijos priimamiems sprendimams?</b>			
<input type="radio"/>	Piketai ir demonstracijos		
<input type="radio"/>	Asmeninių prašymų rašymas		
<input type="radio"/>	Kreipimasis į Savivaldybės tarybos narius		
<input type="radio"/>	Kreipimasis į Savivaldybę per vietos bendruomenę		
<input type="radio"/>	Kreipimasis į Savivaldybę per seniūnaitį		
<input type="radio"/>	Kreipimasis į Savivaldybę per seniūną		
<b>31. Ar reikia ką nors keisti Savivaldybės veikloje, susijusioje su gyventojų dalyvavimu Savivaldybės veikloje?</b>			
<input type="radio"/>	Nereikia pakeitimų, šiandieninė situacija tenkina	<input type="radio"/>	Reikia pakeitimų iš esmės
<input type="radio"/>	Reikia nedidelių pakeitimų	<input type="radio"/>	Neturiu nuomonės
<b>32. Ar Radviliškio rajono savivaldybės atstovai turi labiau informuoti ir skatinti gyventojus apie galimą piliečių dalyvavimą vietos savivaldos veikloje?</b>			
<input type="radio"/>	Ne, šiandieninė situacija tenkina		
<input type="radio"/>	Taip, turi labiau informuoti gyventojus		
<input type="radio"/>	Neturiu nuomonės		
<b>33. Jūsų nuomone, kurie metodai turėtų būti naudojami siekiant įtraukti gyventojus į vietos savivaldos veiklą?</b>			
<input type="radio"/>	Informacijos pranešimai		
<input type="radio"/>	Atvira diskusija tarp gyventojų ir vietos valdžios		
<input type="radio"/>	Elektroninio dalyvavimo priimant sprendimus išplėtojimas		
<input type="radio"/>	Rengiamos konferencijos, pasitarimai		
<input type="radio"/>	Kita .....		
<b>34. Kokį informacijos apie Savivaldybės veiklą šaltinį renkatės dažniausiai?</b>			
<input type="radio"/>	Savivaldybės svetainę internete		
<input type="radio"/>	Rajono spaudą		
<input type="radio"/>	Regiono spaudą		
<input type="radio"/>	Regiono televiziją		
<input type="radio"/>	Metines ataskaitas		
<input type="radio"/>	Informaciją iš draugų ir pažįstamų		
<input type="radio"/>	Kita.....		

**Giluminio interviu klausimai ekspertams.**

**Esu Edita Mančiauskė, Šiaulių universiteto, viešojo valdymo magistrantūros studijų studentė, dirbu Radviliškio rajono savivaldybės administracijos Šeduvos miesto seniūnijoje. Rašau magistro darbą tema „Viešieji ryšiai vietos savivaldoje: Radviliškio rajono savivaldybės atvejis“.**

**Jūsų kaip ekspertų atsakymai į šią anketą bus naudojami šiam magistro darbui.**

1. Kokios priemonės lemia sėkmingą savivaldybės, kaip institucijos, viešųjų ryšių organizavimo procesą?
2. Ar Jūsų nuomone, savivaldybėje vyrauja profesionalieji viešieji ryšiai (visuomenės informavimas, grįžtamasis ryšys, visuomenės įtikinimas, visuomenės supratimas ir palaikymas)?
3. Kas labiausiai formuoja savivaldybės kaip įstaigos įvaizdį?
4. Kaip įtraukti visuomenę, kad ji aktyviau dalyvautų vietos savivaldos procesuose?
5. Kodėl visuomenėje vis dar vyrauja labiau neigiama nei neutrali ar teigiama nuomonė apie savivaldos instituciją ir kaip to išvengti?
6. Kaip manote, ar reikalinga savivaldybei viešųjų ryšių strategija?
7. Ar seniūnijos ir bendruomenės aktyviai dalyvauja ir skleidžia informaciją apie savivaldybės veiklą?
8. Kokia linkme turėtų eiti viešųjų ryšių raida savivaldos institucijose organizavimo prasme? Ar reikėtų keisti, tobulinti viešųjų ryšių organizacinį modelį, ar įstaigos struktūrą, ar skirti daugiau lėšų, ar priimti daugiau specialistų?
9. Kokie viešųjų ryšių kanalai labiausiai efektyvūs, norint pasiekti kuo didesnę vietos gyventojų auditoriją?
10. Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su visuomene savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs?

**Nuoširdžiai dėkoju už bendradarbiavimą ir Jūsų skirtą laiką apklausos pildymui.**



### **Giluminio interviu protokolas Nr. 1**

**Giluminio interviu data:** 2016 m. kovo mėn. 31 d.

**Giluminio interviu laiko trukmė:** 40 min.

**Giluminio interviu dalyvis:** Antanas Čepionis, Radviliškio rajono savivaldybės meras.

**1. Kokios priemonės lemia sėkmingą savivaldybės, kaip institucijos, viešųjų ryšių organizavimo procesą?**

Labai svarbu planuoti procesą ir turėti specialistų komandą, kuri gebėtų suvaldyti visus viešųjų ryšių procesus.

**2. Ar Jūsų nuomone, savivaldybėje vyrauja profesionalieji viešieji ryšiai (visuomenės informavimas, grįžtamasis ryšys, visuomenės įtikinimas, visuomenės supratimas ir palaikymas)?**

Grįžamojo ryšio užuomazgų yra: apklausos, anketos, komentarai, metinės ataskaitos pristatymai, susitikimai su bendruomenėmis. Galbūt trūksta profesionalaus sprendimų poveikio vertinimo, bet tam reikia ir finansinių lėšų, ir profesionalių darbuotojų komandos.

**3. Kas labiausiai formuoja savivaldybės kaip įstaigos įvaizdį?**

Pagrindinis įvaizdžio formuotojas – savivaldybės administracijoje dirbantys žmonės, jų bendravimo su interesantais kultūra. Tam įtakos turi ir jų elgesys ne darbo metu, jų pasisakymai socialiniuose tinkluose. Tikrai ne paskutinėje vietoje – ir savivaldybės tinklalapis, ir žinios, skleidžiamos apie instituciją kitais kanalais. Labai svarbi dalis – savivaldybės veiklos kokybė ir priimami sprendimai.

**4. Kaip įtraukti visuomenę, kad ji aktyviau dalyvautų vietos savivaldos procesuose?**

Daugiau informuoti visuomenę apie ateityje vyksiančius dalykus, o ne apie jau įvykusius, kad gyventojai galėtų pareikšti savo nuomonę vienu ar kitu klausimu.

**5. Kodėl visuomenėje vis dar vyrauja labiau neigiama nei neutrali ar teigiama nuomonė apie savivaldos instituciją ir kaip to išvengti?**

Masinėse informacijos priemonėse apibendrintai skelbiama neigtyvi informacija – didžiausia to priežastis.

**6. Kaip manote, ar reikalinga savivaldybei viešųjų ryšių strategija?**

Strategija būtina, bet ją kurti turi ne vienas žmogus: vietos politikai, tarybos nariai (jų dalyvavimas viešajame gyvenime šiuo metu apsiriboja tik dalyvavimu tarybos posėdžiuose ir renginiuose), administracijos vadovai, skyrių vedėjai. Savivaldybės viešųjų ryšių strategijos tikslas – suvaldyti informacijos srautus taip, kad ji pasiektų tikslines grupes, kad būtų gaunamas grįžtamasis ryšys.

**7. Ar seniūnijos ir bendruomenės aktyviai dalyvauja ir skleidžia informaciją apie savivaldybės veiklą?**

Seniūnijos ir bendruomenės labai nori, kad informaciją apie jų veiklą skleistų savivaldybės administracija... Žinoma, džiugina išimtyt. Norėtusi daugiau bendradarbiavimo šiuo klausimu.

**8. Ar Jūsų savivaldybėje dirba specialistas, atsakingas už ryšius su visuomene? Jei atskiro ryšių su visuomene specialisto nėra, kam jūsų savivaldybėje pavesta vykdyti šias pareigas?**

Viešųjų ryšių organizavimo srityje dirba vienas žmogus. Jis tiesiogiai atsakingas už ryšius su visuomene, jam priskirtos kalbos tvarkytojo funkcijos ir ryšių su užsienio valstybėmis koordinatoriaus pareigos.

**9. Kokie viešųjų ryšių kanalai labiausiai efektyvūs, norint pasiekti kuo didesnę vietos gyventojų auditoriją?**

Bendravimas tiesiogiai su žmonėmis konkrečiu jiems rūpimu klausimu, susitikimų organizavimas, socialiniai tinklai, žiniasklaida, tiksli rašytinė komunikacija apie vykdomus darbus.

**10. Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su visuomene savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs?**

Kuo žmonės daugiau žinos apie tai, ką veikia savivaldybė, tuo jiems liks mažiau vietos interpretuoti iš nežinia kur gautą informaciją.

## **Giluminio interviu protokolas Nr. 2**

**Giluminio interviu data:** 2016 m. kovo mėn. 31 d.

**Giluminio interviu laiko trukmė:** 25 min.

**Giluminio interviu dalyvis:** Jolanta Margaitienė, Radviliškio rajono savivaldybės administracijos direktorė.

**1. Kokios priemonės lemia sėkmingą savivaldybės, kaip institucijos, viešųjų ryšių organizavimo procesą?**

Auditorijų segmentavimas, turimi finansai ir tikslus planas.

**2. Ar Jūsų nuomone, savivaldybėje vyrauja profesionalieji viešieji ryšiai (visuomenės informavimas, grįžtamasis ryšys, visuomenės įtikinimas, visuomenės supratimas ir palaikymas)?**

Savivaldybės viešųjų ryšių organizavimo procese trūksta grįžamojo ryšio. Nors yra suteikta galimybė komentuoti savivaldybės tinklalapyje esančius pranešimus, tokia galimybė niekas nesinaudoja. Na, nebent socialiniuose tinkluose galima rasti grįžamojo ryšio pėdsakų... Grįžtamąjį ryšį pradėjome jausti tuomet, kai buvo sukurtas profilis Facebook'e.

**3. Kas labiausiai formuoja savivaldybės kaip įstaigos įvaizdį?**

Mano manymu, labai didelę įtaką savivaldybės įvaizdžiui daro jos vadovai – meras, mero pavaduotojas, administracijos direktorius, ir priimami sprendimai. Ne paskutinėje vietoje – vietos žiniasklaidoje pasirodančios žinutės, darbuotojų darbo kultūra.

**4. Kaip įtraukti visuomenę, kad ji aktyviau dalyvautų vietos savivaldos procesuose?**

Pasitelkti seniūnačius, vietos bendruomenių lyderius.

**5. Kodėl visuomenėje vis dar vyrauja labiau neigiama nei neutrali ar teigiama nuomonė apie savivaldos instituciją ir kaip to išvengti?**

Kartais šaukštas deguto sugadina visą statinę medaus – taip ir su savivaldos institucijomis. Atrodo, viskas vyksta lyg ir neblogai, bet pakanka paskaityti vieną ar kitą straipsnį apie korumpuotus valdininkus, ir vėl įvaizdis smunka. Reikia stengtis, kad nebūtų vidinių nesusikalbėjimų, reikia dirbti taip, kad neliktų prielaidų apie valdininkus kalbėti blogai.

**6. Kaip manote, ar reikalinga savivaldybei viešųjų ryšių strategija?**

Viešieji ryšiai savivaldoje pamažu pereina į planavimo, strateginio planavimo lygmenį. Sudarant strateginius planus savivaldos institucijos turi galimybę pasiklausti visuomenės, kokia kryptimi joms reikia eiti, kokius projektus įgyvendinti, kokius klausimus spręsti pirmiausia.

**7. Ar seniūnijos ir bendruomenės aktyviai dalyvauja ir skleidžia informaciją apie savivaldybės veiklą?**

Manau, kad seniūnijos ir bendruomenės tikrai geranoriškai skleistų daugiau informacijos apie savivaldybės veiklą (beje, jos tai ir daro vykdydamos įvairius projektus, įgyvendindamos įvairias

iniciatyvas). Paprašytos visada paskleidžia vieną ar kitą žinią, bet dažniau jas reikia paraginti viešinimui skirti daugiau dėmesio.

**8. Ar Jūsų savivaldybėje dirba specialistas, atsakingas už ryšius su visuomene? Jei atskiros ryšių su visuomene specialisto nėra, kam jūsų savivaldybėje pavesta vykdyti šias pareigas?**

Viešųjų ryšių organizavimo srityje dirba vienas žmogus. Jis tiesiogiai atsakingas už ryšius su visuomene, jam priskirtos kalbos tvarkytojo funkcijos ir ryšių su užsienio valstybėmis koordinatoriaus pareigos.

**9. Kokie viešųjų ryšių kanalai labiausiai efektyvūs, norint pasiekti kuo didesnę vietos gyventojų auditoriją?**

Tai priklauso nuo auditorijos, bet dažniausiai naudojami ir labiausiai efektyvūs – televizija ir spauda, socialiniai tinklai, susitikimai su gyventojais.

**10. Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su visuomene savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs?**

Žmonių išprusimas savivaldos klausimais leidžia jiems dalyvauti savivaldos procesuose, pareikšti nuomonę vienu ar kitu visai rajono bendruomenei rūpimu klausimu.

### **Giluminio interviu protokolas Nr. 3**

**Giluminio interviu data:** 2016 m. balandžio mėn. 07 d.

**Giluminio interviu laiko trukmė:** 20 min.

**Giluminio interviu dalyvis:** Justinas Pranys, Radviliškio rajono savivaldybės administracijos Šeduvos miesto seniūnijos seniūnas.

**1. Kokios priemonės lemia sėkmingą savivaldybės, kaip institucijos, viešųjų ryšių organizavimo procesą?**

Mano manymu, svarbiausia yra planavimas. Esmė yra visuomenės informavimas ir rūpestis, kad informacija būtų teisingai suprata. Didžiąją dalimi, „žinios“ transliavimas turi formuoti teigiamą žmonių nuomonę apie seniūnijos veiklą. Nuo pat darbo pradžios stengiuosi, jog seniūnijos gyventojai kurti patrauklų seniūnijos, kaip valdžios institucijos, įvaizdį, skatinti žmonių komunikavimą ir bendrą tikslų siekimą, taip pat yra „transliuojama“ kita naudinga gyventojams informacija.

**2. Ar Jūsų nuomone, savivaldybėje vyrauja profesionalieji viešieji ryšiai (visuomenės informavimas, grįžtamasis ryšys, visuomenės įtikinimas, visuomenės supratimas ir palaikymas)?**

Savivaldybėje, kiek man žinoma, nėra profesionalių viešųjų ryšių specialistų. Visą kas šiuo metu kuriama (priemonės, informavimo kanalai) yra besimokančiųjų darbas. Savivaldybė turi tinkalapį, atskiri darbuotojai ir Tarybos nariai turi socialinių tinklų profilį, neretai rengiami susitikimai su gyventojais. Tai daugiau informacijos pateikimo būdai gyventojams. Aš pasigendau aiškaus įvaizdžio ir gerosios nuomonės formavimo priemonių.

**3. Kas labiausiai formuoja savivaldybės kaip įstaigos įvaizdį?**

Jeigu vertinti procentaliai: vadovo(-ų) kompetencija, veiklos rodikliai ir reputacija – 40%, darbuotojų (turinčių ar atsakančių už tiesioginį ryšį su gyventojais) profesionalumas ir efektyvumas – 50%, kita – 10%.

**4. Kaip įtraukti visuomenę, kad ji aktyviau dalyvautų vietos savivaldos procesuose?**

Šeduvos miesto seniūnijos atveju, gyventojų priėmimo valandų nustatymo nepakanka. Būtina norimą informaciją ar „žinią“ perduoti/įduoti į rankas. Tam šiuo metu labai tinka socialiniai tinklai, spauda taip pat ne paskutinėje vietoje. Galvoju, kad buvimas tarp žmonių (tiek gyvai, tiek virtualiai) yra pagrindinis dalykas, norint pasiekti teigiamų rezultatų.

**5. Kodėl visuomenėje vis dar vyrauja labiau neigiama nei neutrali ar teigiama nuomonė apie savivaldos instituciją ir kaip to išvengti?**

Labai paprasta. Daugelį metų, valstybės tarnautojai jausdavo mažai atsakomybės prie gyventoją, galėjo ignoruoti tiesiogines savo pareigas. Dirbame link to, kad mūsų seniūnijoje prioritetas būtų gyventojas, jo gerovė, tinkamų viešųjų paslaugų prieinamumas ir sąžiningumas prieš klientą.

**6. Kaip manote, ar reikalinga savivaldybei viešųjų ryšių strategija?**

Taip, vienareikšmiškai.

**7. Ar seniūnijos ir bendruomenės aktyviai dalyvauja ir skleidžia informaciją apie savivaldybės veiklą?**

Mūsų seniūnija turi tam priemonių ir jomis aktyviai naudojasi. Todėl, taip, mes aktyviai skleidžiame informaciją.

**8. Kokia linkme turėtų eiti viešųjų ryšių raida savivaldos institucijose organizavimo prasme? Ar reikėtų keisti, tobulinti viešųjų ryšių organizacinį modelį, ar įstaigos struktūrą, ar skirti daugiau lėšų, ar priimti daugiau specialistų?**

Struktūros keisti ar priimti naujų specialistų, manau, nebūtina, tačiau esami darbuotojai privalo tobulėti ir suprasti kaip svarbu tinkamai atlikti savo darbą ir apie tai pranešti visuomenei.

**9. Kokie viešųjų ryšių kanalai labiausiai efektyvūs, norint pasiekti kuo didesnę vietos gyventojų auditoriją?**

Mūsų atveju, socialiniai tinklai gali pasiūlyti didžiausią ir plačiausią prieigą prie gyventojų, informacijos gavėjų.

**10. Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su visuomene savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs?**

Be abejo, būtina. Valstybės tarnautojai yra išlaikomi valstybės biudžeto lėšomis (mokesčių mokėtojų), todėl visuomenė privalo žinoti kaip efektyviai, tinkamai ir skaidriai valstybės institucijos šias lėšas naudoja.

## **Giluminio interviu protokolas Nr. 4**

**Giluminio interviu data:** 2016 m. balandžio mėn. 06 d.

**Giluminio interviu laiko trukmė:** 25 min.

**Giluminio interviu dalyvis:** Saulius Juškevičius, „Šiaulių krašto“ Radviliškio redakcijos reporteris.

### **1. Kokios priemonės lemia sėkmingą savivaldybės, kaip institucijos, viešųjų ryšių organizavimo procesą?**

Atvirumas ir profesionalumas. O taip pat sąžiningas tarnavimas žmonėms, o ne vienam ar kitam savivaldybės valdininkui.

### **2. Ar Jūsų nuomone, savivaldybėje vyrauja profesionalieji viešieji ryšiai (visuomenės informavimas, grįžtamasis ryšys, visuomenės įtikinimas, visuomenės supratimas ir palaikymas)?**

Profesionalumo tikrai trūksta. Savivaldybės internetiniame puslapyje daugiausia informacijos apie įvykčius įvykius, tačiau informacija gyventojams mažokai. Daugiausia įdėta teisės aktų, tačiau populiaraus paaiškinimo trūksta. Grįžtamasis ryšys yra nebent pateikus apklausas, tačiau vyresniojo amžiaus žmonės, o, ypač, pensininkai mažai naudojami internetu. Visuomenės informavimo tikrai trūksta, nes dažniausiai tik bandymas visuomenę įtikinti, kokia valdžia gera, tačiau nėra jokių faktų. Visuomenės informavimas apsiriboja tik kiek valdžios atstovų nuotraukų ir jų „minčių“ bus pateikta gyventojams, tačiau jų nuomonės trūksta, ypač, jeigu ji prieštarauja valdžios nuomonei.

### **3. Kas labiausiai formuoja savivaldybės kaip įstaigos įvaizdį?**

Sąžiningas valdininkų darbas, neįsivėlimas į korupcijos skandalus, finansines aferas.

### **4. Kaip įtraukti visuomenę, kad ji aktyviau dalyvautų vietos savivaldos procesuose?**

Per kaimų bendruomenes, o taip pat organizuojant ne partinio sąrašo, o atskirų kandidatų-autoritėtų išrinkimą į rajono Tarybą. Svarbiausia, kad žmonės žinotų, iš ko pareikalauti už neįvykdytus pažadus. Dabar – partiniuose sąrašuose esantys Tarybos nariai – praktiškai už nieką nėra atsakingi. Nėra stimulo žmonėms juos rinkti.

### **5. Kodėl visuomenėje vis dar vyrauja labiau neigiama nei neutrali ar teigiama nuomonė apie savivaldos instituciją ir kaip to išvengti?**

Tai lemia dažnai kylantys korupcijos skandalai, valdininkų nesiskaitymas su žmonėmis (rinkėjais), neaiškūs valdininkų praturtėjimo būdai, sprendimų priėmimas nepasitarus su rinkėjais, jų nuomonės neišklausymas.

### **6. Kaip manote, ar reikalinga savivaldybei viešųjų ryšių strategija?**

Taip. Ir ne vienai, o kelioms Tarybos kadencijoms.

**7. Ar seniūnijos ir bendruomenės aktyviai dalyvauja ir skleidžia informaciją apie savivaldybės veiklą?**

Tiek seniūnijos, tiek bendruomenės į šią veiklą įtrauktos mažai. Daugiau aukštinami tik atitinkami valdininkai, kurie tampa tarsi kokiais dievaičiais ir alia mecenatais, o ne savivaldybės veikla. Vadovų ataskaitos žmonių beveik nedomina, nes jie įsitikinę, kad valdžia tik giriasi, o ne dirba.

**8. Kokia linkme turėtų eiti viešųjų ryšių raida savivaldos institucijose organizavimo prasme? Ar reikėtų keisti, tobulinti viešųjų ryšių organizacinį modelį, ar įstaigos struktūrą, ar skirti daugiau lėšų, ar priimti daugiau specialistų?**

Specialistų tikrai reikėtų daugiau. O apie organizavimą ir viešųjų ryšių modelį – aišku reikėtų keisti, tačiau apie tai reikėtų diskutuoti su šios profesijos specialistais, remtis kitų valstybių patirtimi.

**9. Kokie viešųjų ryšių kanalai labiausiai efektyvūs, norint pasiekti kuo didesnę vietos gyventojų auditoriją?**

Spauda. Ir ne tik palaikanti valdžią arba jos leidžiama.

**10. Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su visuomene savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs?**

Manau taip. Tam, kad būtų pateikiama tiksli informacija. Manychiau ne tik svarbūs, bet ir reikalingi. Tačiau jeigu nebus viešuosiuose ryšiuose dėmesys skiriamas vien tik valdininkams, tačiau atkreipiama dėmesys ir į jų rinkėjus.



## **Giluminio interviu protokolas Nr. 5**

**Giluminio interviu data:** 2016 m. balandžio mėn. 07 d.

**Giluminio interviu laiko trukmė:** 40 min.

**Giluminio interviu dalyvis:** Vida Stasė Skarelienė, Radviliškio rajono savivaldybės tarybos narė.

### **1. Kokios priemonės lemia sėkmingą savivaldybės, kaip institucijos, viešųjų ryšių organizavimo procesą?**

Pirmiausia – būtina sukurti strategiją. Planavimas yra vienas iš raktų į sėkmę pasiekti visuomenės grupes. Sukūrus strategiją bus aišku kokią tikslinę auditoriją norima pasiekti, lengviau išrinkti informacijos sklaidos kanalus, planuoti grįžtamojo ryšio gavimą. Kadangi viešieji ryšiai nėra tik informacijos perdavimas ir sklaida, labai svarbu sulaukti ir atgalinio ryšio iš bendruomenių. Galų gale siunčiama žinia turi būti visiškai aiški ir suprantama jos gavėjui, tik taip bus išvengta galimų spekuliacijų.

### **2. Ar Jūsų nuomone, savivaldybėje vyrauja profesionalieji viešieji ryšiai (visuomenės informavimas, grįžtamasis ryšys, visuomenės įtikinimas, visuomenės supratimas ir palaikymas)?**

Optimistiškai vertinant, taip turėtų būti, tačiau realybėje viskas nėra taip paprasta. Sukurti grįžtamąjį ryšį su bendruomenėmis reikia aktyvios komunikacijos ir gero įdirbio, kuris pasiekiamas su laiku. Viešieji ryšiai dar palyginti neseniai atėjo į visuomenės gyvenimą Lietuvoje, dar vėliau jie atsirado rajonuose, kur jų svarba dar ir šiandien ne visur suprantama arba svariai įvertinama. Juolab, kad profesionaliausi viešųjų ryšių specialistai, dažniausiai baigę studijas didžiuosiuose miestuose, juose ir pasilieka, o į rajonus nebegrįžta. Tai taip pat prisideda prie kokybiškų viešųjų ryšių stokos, kadangi trūksta srities specialistų. Kitą vertus, šiomis dienomis yra nemažai skirtingų, efektyvių ir nebrangių kanalų, kaip pasiekti bendruomenes, tereikia juos išnaudoti.

### **3. Kas labiausiai formuoja savivaldybės kaip įstaigos įvaizdį?**

Savivaldybės įvaizdį labiausiai formuoja nuveikti darbai: sprendimų priėmimas, sugebėjimas kovoti su krizėmis ir probleminiais klausimais arba operatyvus reagavimas kilus problemai, skaidrumas pačioje institucijoje.

### **4. Kaip įtraukti visuomenę, kad ji aktyviau dalyvautų vietos savivaldos procesuose?**

Aktyvi komunikacija su bendruomenėmis yra pagrindinis būdas kaip pritraukti visuomenę prie savivaldos procesų. Vienas iš būdų galėtų būti pasitelkiant rajono seniūnijas, organizuojant diskusijas, susitikimus su gyventojais, seniūnais. Būtent seniūnijos yra informaciniai-probleminiai centrai, kadangi juose galime lengvai sužinoti kuo gyvena žmonės, kokios problemos jiems labiausiai neduoda ramybės, ką reikia keisti. Tai geriausia erdvė gauti idėjų ir pagal tai organizuoti įstaigos darbą bei komunikaciją, kadangi jau būtų aišku kokias problemas reikėtų išspręsti. Likėtų tik sugalvoti patrauklią komunikacinę strategiją ir atgalinio ryšio gavybos būdus.

## **5. Kodėl visuomenėje vis dar vyrauja labiau neigiama nei neutrali ar teigiama nuomonė apie savivaldos instituciją ir kaip to išvengti?**

Savivaldybių įstaigų reputaciją vis gadina pasitaikantys korupcijos, piktnaudžiavimo tarnybine padėtimi, viešųjų ir privačių interesų nesuderinimo skandalai. Be to, sprendimai, nelabai palankūs visuomenei, priimami už uždarų durų, iki galo neapsvarstyti su ta auditorija, kurią jie tiesiogiai palies. Taip pat gyventojai neigiama savivaldybes dėl išpūsto biurokratinio aparato, ilgų eilių prie kabinetų, lėto sprendimų priėmimo arba problemų ignoravimo.

## **6. Kaip manote, ar reikalinga savivaldybei viešųjų ryšių strategija?**

Be abejo. Tai viena svarbiausių strategijų apskritai, nes viešųjų ryšių pagalba ne tik bendruomenės bus informuojamos ar kviečiamos prisidėti prie sprendimų priėmimo, nuomonės pateikimo ir vertinimo, bet ir bus planuojama kaip tą padaryti, kokiomis priemonėmis tikslus pasiekti efektyviausiai: kaip kokybiškai, greitai ir nebrangiai komunikuoti su tiksline auditorija bei kokia žinute juos pasiekti ar motyvuoti.

## **7. Ar seniūnijos ir bendruomenės aktyviai dalyvauja ir skleidžia informaciją apie savivaldybės veiklą?**

Bendroji tendencija Lietuvoje, vis dar išlieka panaši, ir tai yra – nepakankama informacijos sklaida iš savivaldybių. Šią situaciją būtina pakeisti, juolab, kad galima pasinaudoti daugybe skirtingų kanalų, o dialogas su gyventojais, informacijos pateikimo jiems bei informacijos gavimas iš jų yra itin naudingas ir savivaldybės specialistams.

## **8. Kokia linkme turėtų eiti viešųjų ryšių raida savivaldos institucijose organizavimo prasme? Ar reikėtų keisti, tobulinti viešųjų ryšių organizacinį modelį, ar įstaigos struktūrą, ar skirti daugiau lėšų, ar priimti daugiau specialistų?**

Žinoma, kiekvienos srities specialistai pasakys, jog norint pasiekti geriausią rezultatą reikia didesnio finansavimo ar daugiau darbuotojų. Aišku, šie ištekliai tikrai nepamaisytų, tačiau svarbiausia įvertinti ir jau turimus resursus. Jei savivaldybė turi finansinių išteklių ir gali sau leisti pasisamdyti, tarkime ne du, o tris viešųjų ryšių specialistus – puiku, bet kas jei negali? Ar tai reiškia, kad jų vystomi viešieji ryšiai turi būti prasti? Mano galva, viskas priklauso nuo atsidavimo darbui ir kūrybingumo. Juk specialisto darbas ir yra surinkti visą informaciją apie X įvykį ar sprendimą ir sugalvoti planą, kaip tikslingai perduoti informaciją, kaip kūrybiškai, originaliai ir patraukliai ją pateikti, kaip pakviesti bendruomenę dalyvauti ar jungtis prie iniciatyvų. Tam visai nebūtina turėti didžiulį kapitalą. Taip pat labai svarbu efektyvinti komunikaciją organizacijos viduje, nes tik darni komanda, išvien dirbantys gali pasiekti puikių rezultatų. Kuriant viešuosius ryšius už įstaigos ribų, nereiktų pamiršti viešųjų ryšių ir jos viduje.

## **9. Kokie viešųjų ryšių kanalai labiausiai efektyvūs, norint pasiekti kuo didesnę vietos gyventojų auditoriją?**

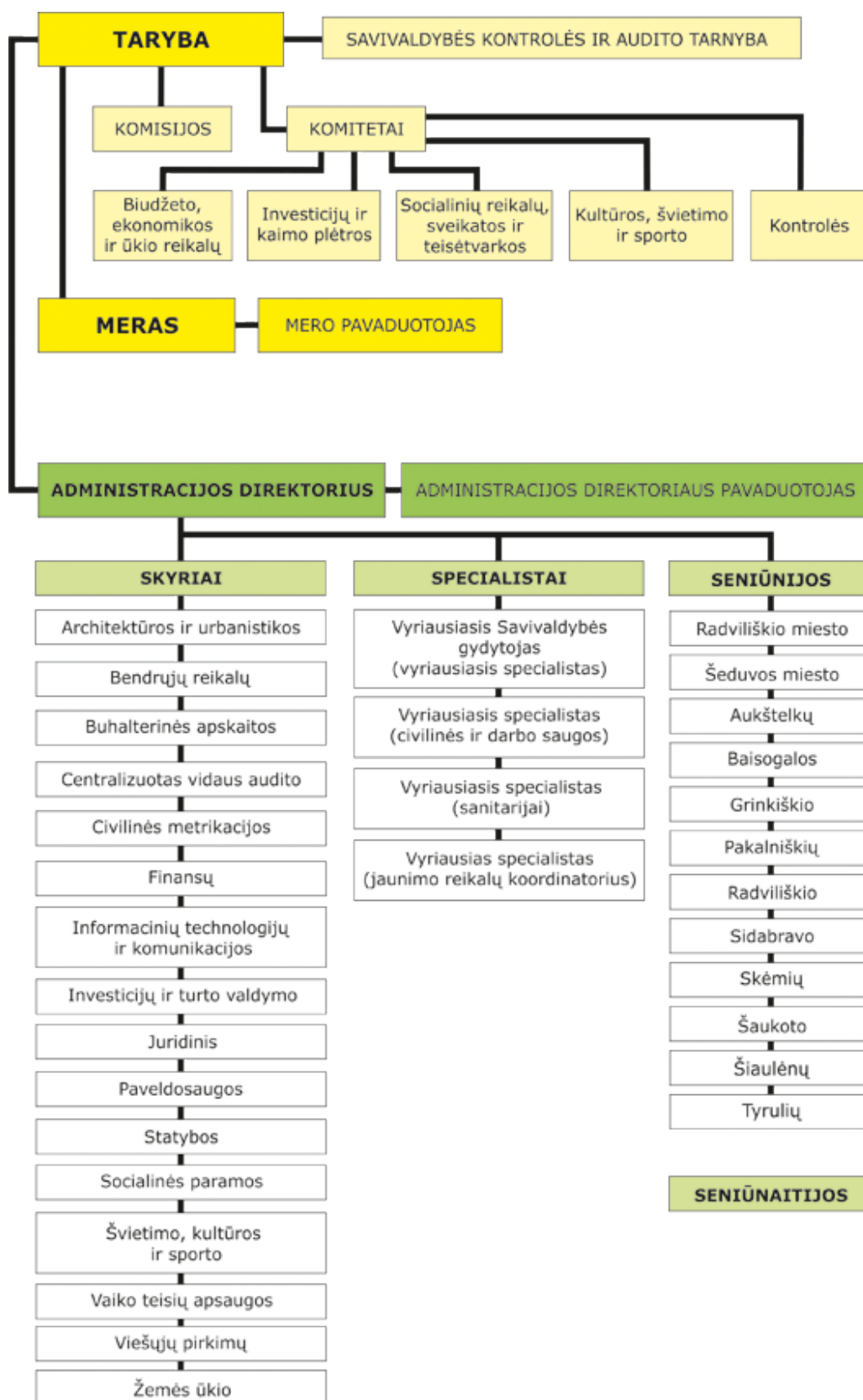
Pranešimai žiniasklaidoje: populiariausiuose regioniniuose arba nacionaliniuose dienraščiuose, radijo stotyse, jei yra galimybė – televizijoje (taip pat, jei žinia yra tokia svarbi ir reikšminga, jog ją reikia paskleisti ir nacionaliniu lygmeniu). Nereiktų pamiršti ir socialinių tinklų internete arba savivaldybės tinklalapio. Patraukli išvaizda ir lengva navigacija padėtų komunikuoti ne tik su jaunimu ar jaunesniais bendruomenės nariais, bet ir būtų puiki platforma surasti informaciją ir

vyresniems. Taip pat galima naudotis lankstinukais ir skrajutėmis, kaip papildoma informacijos priemonė, tačiau bene geriausia komunikacijos forma yra pokalbis. Šiuo atveju vertėtų suorganizuoti diskusijas su gyventojais, kviešti apsilankyti įstaigoje ir tiesiog atsakyti į jiems rūpimus klausimus, padėti spręsti susikaupusias problemas. Tai bene efektyviausias ir tikrai ne pats brangiausias būdas.

**10. Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su visuomene savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs?**

Žinoma. Viešieji ryšiai padeda organizacijoms ne tik skleisti informaciją, bet ir sukuria terpę dialogui su bendruomenėmis, o tik dialogo pagalba galima tikėtis efektyviai išspręsti sunkumus. Viešieji ryšiai taip pat yra terpė, kurioje bendruomenės ar tikslinės auditorijos gali matyti darbų progresą arba regresą, gali susidaryti įspūdi apie įstaigos skaidrumą, prioritetus, veiklą ar veiklos simuliavimą. Tai pagalba formuojant nuomonę, motyvuojant ir mobilizuojant gyventojus, tačiau drauge tai ir informacijos gavimas apie save: kiek naudinga, efektyvia ir skaidria institucija tave laiko gyventojai.

## Radviliškio rajono savivaldybės administracijos struktūra.

Šaltinis: [www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt)

**Radviliškio rajono savivaldybės administracijos Švietimo, kultūros ir sporto vyr. specialisto pareigybės aprašymas.**

#### **IV. SPECIALIEJI REIKALAVIMAI ŠIAS PAREIGAS EINANČIAM VALSTYBĖS TARNAUTOJUI**

6. Turėti aukštąjį universitetinį ar jam prilygintą išsilavinimą.
7. Būti susipažinusi su Lietuvos Respublikos Konstitucija, išmanyti Lietuvos Respublikos įstatymus, Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimus ir kitus teisės aktus, reglamentuojančius vietos savivaldą, viešąjį administravimą, valstybės tarnybą, kultūros sritį.
8. Mokėti dirbti su „MS Word“, „MS Excel“, „MS Outlook“, „Internet Explorer“ kompiuterinėmis programomis, teisės aktų ir kitų duomenų paieškos sistemomis.
9. Mokėti analizuoti ir apibendrinti informaciją, gebėti sklandžiai dėstyti mintis raštu ir žodžiu, išmanyti raštvedybos, teisės aktų rengimo, įforminimo taisykles ir mokėti jas taikyti praktiškai.
10. Gebėti taikyti įvairius teisės aktus pareigybės funkcijoms vykdyti ir rengti savivaldybės lygmens teisės aktų (sprendimų, įsakymų, potvarkių, kt.) projektus pagal savo kompetenciją.

#### **V. ŠIAS PAREIGAS EINANČIO VALSTYBĖS TARNAUTOJO FUNKCIJOS**

11. Atlieka visuomenės informavimo apie Savivaldybės veiklą funkciją:
  - 11.1. teikia oficialią informaciją visuomenei, žiniasklaidai apie savivaldybės valdžios, administracijos, jos struktūrinių padalinių veiklą;
  - 11.2 rajoninėje spaudoje rengia Savivaldybės biuletenį „Savivaldybės aktualijos“, kuriame pateikia aktualią žmonėms informaciją iš tų savivaldybėje vykusių renginių bei posėdžių, kuriuose spaudos atstovai nedalyvauja, vadovų arba spaudos atstovų pageidavimu rengia spaudos konferencijas;
  - 11.3. pagal poreikį seka publikacijas apie rajono Savivaldybę, miesto bei kaimo problemas spaudoje, apie tai informuoja vadovus, specialistus; fiksuoja žiniasklaidos priemonėse pasirodžiusią klaidingą informaciją bei kritinę medžiagą apie rajono Savivaldybės valdžios, administracijos veiklą, organizuoja atsakymus į kritiką, renka ir platina Savivaldybės pareiškimus, komentarus, klaidingos informacijos paneigimą;
  - 11.4. pagal poreikį dalyvauja susitikimuose su gyventojais, bendruose susirinkimuose;
12. Įgyvendina valstybinės kalbos vartojimo Radviliškio rajono savivaldybės kontrolės funkciją;
  - 12.1. derina rajono Savivaldybės teritorijoje esančių viešųjų užrašų, iškabų, reklamos projektus;
  - 12.2. tikrina rajono Savivaldybės tarybos sprendimų, Savivaldybės administracijos direktoriaus įsakymų projektų, kitų Savivaldybės administracijos dokumentų kalbą, teikia rajono Savivaldybės administracijos direktoriui informaciją ir pasiūlymus dėl kalbos normų bei vartojimo pažeidimų.

12.3 kontroliuoja, ar rajono fizinių ir juridinių asmenų sandoriai sudaromi valstybine kalba.

12.4. kontroliuoja, kaip vykdomi rajono Savivaldybės tarybos sprendimai, rajono Savivaldybės mero potvarkiai, rajono Savivaldybės administracijos direktoriaus įsakymai dėl valstybinės kalbos.

12.5 teikia rajono Savivaldybės tarybai, rajono Savivaldybės merui ir rajono Savivaldybės administracijos direktoriui pasiūlymus valstybinės kalbos vartojimo ir taisyklingumo klausimais;

12.6. dalyvauja komisijos suteikti pavadinimus gatvėms, pastatams, statiniams ir kitiems objektams darbe.

12.7. rengia Savivaldybės administracijos direktoriaus veiklos ataskaitų projektus.

12.8. koordinuoja Radviliškio rajono savivaldybės valstybinės kalbos mokėjimo kvalifikavimo komisijos darbą;

12.9. organizuoja Nacionalinio diktanto konkursą, Konstitucijos egzaminą ir kt.;

12.10. vykdo teisės aktų, susijusių su kuruojamomis sritimis, sklaidą;

12.11 kontroliuoja, kaip rajono savivaldybės teritorijoje, rajono įmonėse, įstaigose, organizacijose laikomasi Valstybinės kalbos įstatymo, Valstybinės lietuvių kalbos komisijos nutarimų ir kitų Valstybinės kalbos vartojimą ir jos taisyklingumą reglamentuojančių teisės aktų, ar jose raštvedyba, finansiniai ir kiti dokumentai tvarkomi valstybine kalba, ar valstybine kalba aptarnaujami gyventojai;

12.12. įstatymų nustatytais atvejais surašo administracinių teisės pažeidimų protokolus; pagal savo įgaliojimus nagrinėja administracinių teisės pažeidimų bylas ir skiria administracines nuobaudas;

12.13. konsultuoja Savivaldybės teritorijoje veikiančių įmonių, įstaigų ir organizacijų darbuotojus bei kitus asmenis kalbos klausimais;

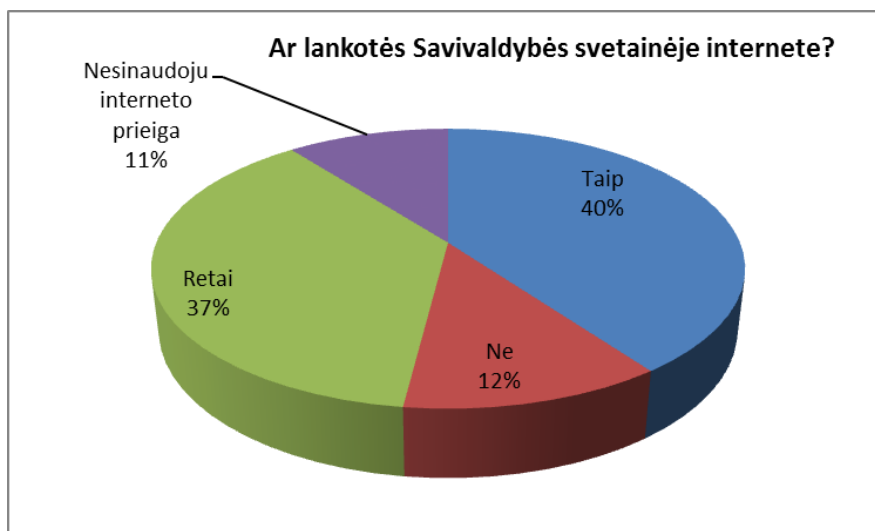
12.14. reikalauja iš atsakingų pareigūnų pašalinti nustatytus kalbos trūkumus;

13. Koordinuoja Savivaldybės ryšius su tarptautinio bendradarbiavimo partneriais;

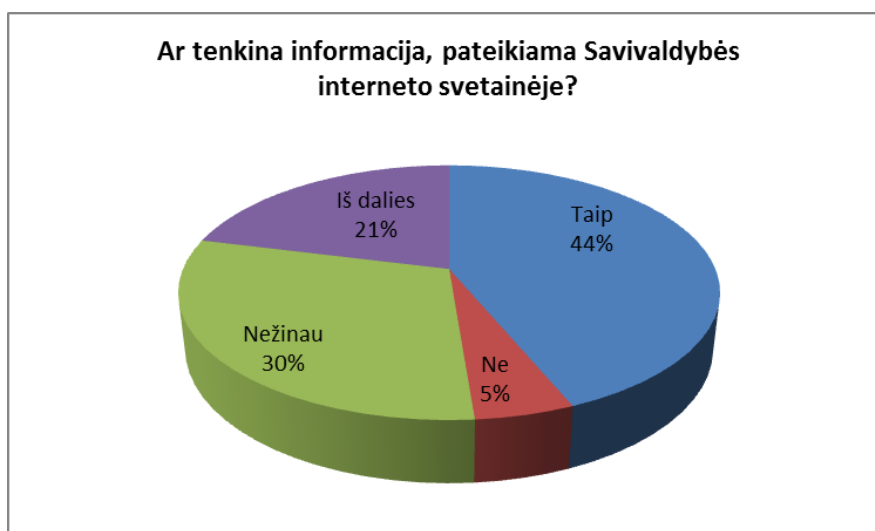
14. vykdo kitus, vienkartinio pobūdžio, Savivaldybės administracijos direktoriaus ir Skyriaus vedėjo pavedimus tam, kad būtų pasiekti įstaigos strateginiai tikslai.

Šaltinis: [www.radviliskis.lt](http://www.radviliskis.lt)

## 7 priedas



## 8 priedas



## 9 priedas

