



Modestas
GRIGALIŪNAS

SOFT NETWORKED
PERSUASION OF THE SOCIETY
AND PROMOTION OF
VOLUNTEERING
IN LITHUANIA IN 2011

SUMMARY OF DOCTORAL DISSERTATION

HUMANITIES, COMMUNICATION AND INFORMATION (06 H)

VILNIUS 2012

VILNIUS UNIVERSITY

MODESTAS GRIGALIŪNAS

**SOFT NETWORKED PERSUASION OF THE SOCIETY
AND PROMOTION OF VOLUNTEERING IN LITHUANIA IN 2011**

Summary of the Doctoral Dissertation

Human Sciences, Communication and Information (06 H)

Vilnius, 2012

The thesis was written in 2008–2012 at Vilnius University

Academic Supervisor:

Prof. Dr. Gintautas Mažeikis (Vytautas Magnus University, Human Sciences, Philosophy – 01 H)

The dissertation will be defended at the Council on Communication and Information Sciences of Vilnius University:

Chairperson:

Prof. Dr. Zenona Atkočiūnienė (Vilnius University, Human Sciences, Communication and Information – 06 H)

Members:

Prof. Dr. Lauras Bielinis (Vytautas Magnus University, Social Sciences, Political Sciences – 02 S)

Prof. Dr. Gintaras Aleknonis (Mykolas Romeris University, Human Sciences, History and Theory of Arts – 03H)

Prof. Dr. Arvydas Pacevičius (Vilnius University, Human Sciences, Communication and Information – 06 H)

Dr. Laima Nevinskaitė (Vilnius University, Human Sciences, Communication and Information – 06 H)

Opponents:

Assoc. Prof. Dr. Renata Matkevičienė (Vilnius University, Human Sciences, Communication and Information – 06 H)

Assoc. Prof. Dr. Kristina Juraitė (Vytautas Magnus University, Social Sciences, Sociology – 05S)

The dissertation will be defended at the public meeting of the Council on Communication and Information on December 20, 2012, at 2 p.m. lecture-hall 513 at Faculty of Communications, Vilnius University.

Address: Saulėtekio al. 9, I rūmai, LT-10222, Vilnius, Lithuania

The summary of the dissertation was sent out on November 20, 2011.

The dissertation is available for public access at the Library of Vilnius University.

VILNIAUS UNIVERSITETAS

MODESTAS GRIGALIŪNAS

**TINKLINIS SILPNASIS VISUOMENĖS ĮTIKINĖJIMAS IR
SAVANORYSTĖS POPULIARINIMAS LIETUVOJE 2011 M.**

Daktaro disertacijos santrauka

Humanitariniai mokslai, komunikacija ir informacija (06 H)

Vilnius, 2012

Disertacija rengta 2008–2012 metais Vilniaus universitete

Mokslinis vadovas:

prof. dr. Gintautas Mažeikis (Vytauto Didžiojo universitetas, humanitariniai mokslai, filosofija – 01H)

Disertacija ginama Vilniaus universiteto Komunikacijos ir informacijos mokslo krypties taryboje:

Pirmininkė:

prof. dr. Zenona Atkočiūnienė (Vilniaus universitetas, humanitariniai mokslai, komunikacija ir informacija – 06 H)

Nariai:

prof. dr. Lauras Bielinis (Vytauto Didžiojo universitetas, socialiniai mokslai, politikos mokslai – 02S)

prof. dr. Gintaras Aleknonis (Mykolo Romerio universitetas, humanitariniai mokslai, menotyra – 03H)

prof. dr. Arvydas Pacevičius (Vilniaus universitetas, humanitariniai mokslai, komunikacija ir informacija – 06 H)

dr. Laima Nevinskaitė (Vilniaus universitetas, humanitariniai mokslai, komunikacija ir informacija – 06 H)

Oponentai:

doc. dr. Renata Matkevičienė (Vilniaus universitetas, humanitariniai mokslai, komunikacija ir informacija – 06 H)

doc. dr. Kristina Juraitė (Vytauto Didžiojo universitetas, socialiniai mokslai, sociologija – 05S)

Disertacija bus ginama viešame Komunikacijos ir informacijos mokslo krypties tarybos posėdyje 2012 m. gruodžio 20 d. 14 val. Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto 513 aud.

Adresas: Saulėtekio al. 9, I rūmai, LT-10222, Vilnius, Lietuva

Disertacijos santrauka išsiuntinėta 2012 m. lapkričio 20 d.

Disertaciją galima peržiūrėti Vilniaus universiteto bibliotekoje.

Summary

Relevance of the Work. On 27 November 2009 the European Commission (EC) made a *Decision on the European Year of Voluntary Activities Promoting Active Citizenship 2010/37/EC (2011)* (OJ 2010 L17, p. 43), which is the result of the provision accepted in the European Union (further – EU) to dedicate each year for some appropriate social sphere; it also determined decisions of national governments in member states of the European Union to promote the voluntary activities and to implement aims, raised in the mentioned decision of the Commission as well as supposed activation of non-governmental (further – NGO) sector within promoting the voluntary activities. Dedication of each calendar year in all European Union for some social phenomenon, problem or sphere ensures the greater public attention for such object during all calendar year, high amount of various events for highlighting such object, changes of the legal system and etc. After 2011 was announced to be the *Year of Volunteering*, the greater public attention in EU was devoted to the promotion of volunteering as well as voluntary activities as the socio-economical cultural phenomenon.

In Lithuania, the level of popularity of volunteering has initiated rising in the last years: in 2007 only 11% of Lithuanians indicated that they were included into voluntary activities and in 2011 this number raised three times (*Europoje vyraujančių savanorystės...*, 2011). Low inclusion of Lithuanians into voluntary activities was partially explained on the base of the post-soviet identity, though there are no empirical researches for the confirmation of these premises (see e.g., Juknevičius and Savicka, 2003; Savicka, 2005; Butkuvienė, 2005).

Mainly the non-governmental sector was independently occupied by the promotion of volunteering until 2011 - *the Year of Voluntary Activities* and since the second part of 2010 such promotion has become much more active within the environment of non-governmental organisations. Due to this, the promotion of volunteering and its visibility in Lithuania has increased – together with NGO sector this idea was initiated to be intensively communicated by the media (e.g. the national broadcaster or the internet portal for news *delfi.lt*) as well as by some private companies (e.g., the greatest private supplier of integrated telecommunications, IT and television services in Lithuania). From this aspect,

different organisational sectors, included into the promotion of volunteering can be distinguished, classifying them under the nature of the implemented activities. Non-governmental organisations received the greater support from the government for the promotion of volunteering, which is supposed by the policy of the European Commission towards the volunteering; while non-governmental organisations also apply the political and financial support from the European Union. Promotion of the voluntary activities as the communicative task *to persuade the society* to take these activities was implemented in Lithuania in 2011 on the base of the various mentioned participants – non-governmental organisations, national government (*the Ministry of Social Security and Labour of the Republic of Lithuania*), EU institutions (*Representation of the European Commission in Lithuania*), private business companies, media and other organisational derivatives – *the interaction*, which formed the holistic effect on the society via separate projects for the promotion of volunteering. On the base of the fundamental assessment of *the communication as the process* (see e.g., Fiske, 1998; Windahl, Signitzer and Olson, 2006), this persuasion of the society to be open for the voluntary activity can be generally perceived as the *communicative message*. In such case *the receiver of the information* is the Lithuanian society on the whole and the mentioned organisational interactions that took place in 2011 among governmental, non-governmental and private sectors are offered to be perceived as *the transmitter of the message* in this Dissertation.

It is to be marked that the objective of the government of the Republic of Lithuania to implement the EU policy within the sphere of volunteering, i.e. *to encourage more people to initiate this activity* shall be inevitably linked with the change of the Lithuanian post-soviet identity and the positive reconstruction – from the theoretical approach it is to be analysed from the perspective of *the social engineering* and its communicative instruments - *the social propaganda and social promotion*.

Positive reconstruction of the identity of the society with an aim to form the socially responsible individual (in this case – the individual supporting the idea of the volunteering) is linked not only with the development of the necessary legal, economical environment, but also with the organisation of consistent, systemic campaigns of *persuasion*. According to

the aim to change attitudes of Lithuanians towards the volunteering, the government of the Republic of Lithuania forms political premises (e.g. creation of the legal base, regulation of the volunteering activity) for such systemic persuasion as well as includes organisations from various sectors into it (forms premises for the inclusion). Therefore in the first quarter of 2011 *the organisational network for the society persuasion*, supported by NGOs, governmental institutions, EU financial programmes and media as well as private organisations was formed, separate organisational derivatives of which implemented projects for the promotion of volunteering therefore contributing to the general implementation of the *Year of Voluntary Activities* in Lithuania.

Even though in case of the social engineering it is possible to speak of different functions of separate organisational units, forming the network (to develop the favourable political environment, to award the financing, to organise the public events and etc.), the general main function of the mentioned network is to ensure the appropriately intensive and effective *society persuasion* due to the formation of premises, favourable for the volunteering. R. Perloff (2010) distinguishes the contemporary and old *persuasion* through the following 5 aspects: 1) the amount of persuasion messages increased: the promotion, announcements of the public relations and etc.; 2) the speed of the spread of persuasion messages increased; 3) persuasion became institutionalised (promotion agencies, agencies of public relations, conglomerates of marketing, groups of lobbyists, social activists, developers of speeches, image consultants are included into the processes of persuasion); 4) persuasion became more subtle and non-forthright; 5) persuasion became complex and impersonal. Following these features of the contemporary persuasion the perception of the network is discussed; it is possible to determine that ***the organisational society persuasion network*** in this Dissertation shall be identified as the structure, composed from organisational units of separate types, interacting in-between by granting necessary resources to each other, the joint objective of the activity of which is to ensure the spread of the *society persuasion* messages (communicative campaigns) as well as the visibility and effect on the objective group.

Problematics of the Work. Considering, that the implementation of the *Year of Voluntary Activities* in Lithuania is the spread of social values of the EU, it is relevant to stress, that, as stated by Vinciūnienė (2010), there is a lack of *knowledge* and *information* about EU values and trends of the political issues developed for citizens (this is the primary pre-condition) and it is necessary for the joint interest on issues of the European politics to appear and this interest would encourage the gathering of communities with similar attitudes. Therefore it is not enough for people making political decision on the EU level (institutions and etc.) to promote and explain processes of the European politics only, seek for the transparency, openness, but also it is necessary to initiate solid links with European communicative communities on national, regional and local levels. It is stated in this Dissertation that initiation of such links and the formation of the collective social imagination within EU can be ensured by the systemic soft networked persuasion of the EU society upon formation of their European identities from the positive meaning and seeking to fix EU social values within the collective consciousness of Europeans (Lithuanians) as well as in individual provisions.

From the other hand, the contemporary heterogeneous member of the community with *mosaic identity*, included into the activity of many communities, being open for changes and able to accept challenges of the contemporary world, from the communicative approach should not be formed as the ideological subject of solid and steady provisions (see e.g., Mažeikis, 2010). Following the mentioned above, it is purposeful to form the conception of the *soft persuasion*, enabling the change of the society provisions yet not forming them as unquestioned and not changing identities as well as to construct the *model of the soft networked society persuasion* after assessing features of processes of the networked society persuasion, the realisation of which in practice from the communicative approach could contribute to processes of the development of mentioned collective EU consciousness.

Announcement of the *Year of Voluntary Activities* (2011) as well as development of linked political – legal decisions and conditions in EU member states, including Lithuania, commenting from the approach of the social engineering, indicates the strive to create the identity of the European – volunteer (Lithuanian – volunteer) together with the

accompanying positive way of life, values, sociality, cooperation, attitudes and even processes of individuation.

However the question appears what discourse of the promotion of volunteering is created and supported by the organisational society persuasion network if this persuasion is based on principles of the democratic social propaganda: many different interacting organisations, developing the message of persuasion? How conterminous discourses coincide, if they are independently developed by different organisations; what role is played by institutions of government, coordinating the promotion of volunteering in Lithuania, in this network of interacting organisations?

Research problem. Considering the previously defined situation of the promotion of volunteering in the country it is relevant to find what effect for the discourse of promoting the volunteering, constructed by the mentioned network, is made by inter-organisational internal interactions of this network; how the integrity of conterminous discourses for the promotion of volunteering is ensured, created by different organisational members of the network and how images of the volunteering, created by this discourse link with the idea of constructing short-term identities. Generalising these issues, the scientific problem of the Dissertation has been formed by the question **What theoretical and methodological instrument, reflecting contemporary processes of the networked society persuasion, can be offered for the implementation and analysis of positive social change programmes and how the communicative implementation of the European Year of Voluntary Activities in Lithuania in 2011 can be interpreted in respect to it?**

Object of the Research. The object of the research is *the discourse of promoting the volunteering, created and supported by the organisational society persuasion network, formed and operating in 2011* as the result of implementing the thematic EU year.

Aim of the Work: to conceptualise from the theoretical approach and to construct *the model of the soft networked society persuasion* and upon analysis of the case of the *European Year of Voluntary Activities (2011)* in Lithuania, to identify the preconditions for operation of the organisational society persuasion network, developing and supporting the

discourse of promoting the volunteering within the society, to define the dominating forms for the volunteering promotion discourse and correspondence of its creation to the conception of the soft society persuasion as well as to determine the effect of inter-organisational interactions on the content of such discourse and on supported images of the volunteering.

Tasks of the Work:

1. To link processes of communicative implementation of the social change programmes with the necessity of analysis of the society pre-dispositions as well as to determine possible pre-dispositions of Lithuanians towards volunteering activities, perceiving the promotion of volunteering as the programme of social engineering, initiated by EU.
2. To determine the conception of *the soft society persuasion* and, on its base, to construct the model of *the soft networked society persuasion* for the communication of the thematic year of the European Union (in this case - *the Year of Voluntary Activities*) on the national level.
3. To match methodological approaches of *the social network analysis* and *the critical discourse analysis* as well as to prepare the research instrument for the analysis of cases of *the soft networked persuasion*.
4. To analyse the discourse of the promotion of volunteering, developed in Lithuania in 2011 as well as the supported images of volunteering and to define the level of homogeneity of this discourse by considering developers of separate communicative projects, conditions of creation and the content of projects from the aspect of the soft society persuasion.
5. To identify structural conditions of activity of the organisational society persuasion network that operated in Lithuania in 2011 as the sender of the message for the promotion of volunteering for the implementation of programmes of the social engineering on the communicative level and to reveal the effect of the activity of this network on the developed image of volunteering.

Defended statements:

1. Communicative projects of *the European Year of Voluntary Activities*, implemented in Lithuania in 2011 are closely linked with the conception of the *soft networked society persuasion*, offered in the Dissertation and their content can be analysed under the presented model of the *soft networked society persuasion*, applying the principal herewith consolidated statements as the analytical instrument.
2. Considering especially different organisational sectors, included into the promotion of volunteering in Lithuania in 2011, it is to be stated that homogeneity of created and supported discourses for the promotion of voluntary activities is low, different images of *voluntary activities* dominate in texts, created and spread by each sector, determined by the specifics of this sector as well as experiences and aims; thematics and content of persuasion messages clearly differ.
3. Special, authentic from the national approach image of the *volunteering* and *volunteer* was developed for the promotion of voluntary activities in Lithuania in 2011, reflecting collective provisions of Lithuanians as well as experiences, traditions towards the volunteering activities, possibly determining the pursued popularity of this activity in the country.
4. Considering the initiation of the organisational society persuasion network formation – determination of the national institution, coordinating the implementation of the *European Year of Voluntary Activities* in Lithuania as well as the prepared competitive programme for implementing year of voluntary activities, the high level of centrality and hierarchy of this institution is expected within the organisational network, formed as the result of implementing this programme.
5. Content of the discourse of promoting the voluntary activities, corresponding to the idea of conception of the *soft society persuasion*, was completely appropriate to attract the attention of the society towards this activity in 2011 and contributed to attaining all determined aims of the *year* as well as corresponded to expectations and needs of the participants of situation.

Methodology and methods of the research. Scientific problem of the Dissertation has been solved upon application of the *qualitative case analysis* of 2 levels (e.g., Payne and Payne, 2004; Robson, 2002; Bitinas et al., 2008; Kardelis, 2005; and oth.) which is to be implemented by applying methodologies of the *critical discourse analysis* (e.g., van Dijk, 1995; Wodak and Meyer, 2009; Fairclough, 1995; Telešienė, 2005 and oth.) and *social network analysis* (e.g., Scott, 2000; Wasserman and Faust, 1999; Mizruchi and Galaskiewicz, 1994; Gečienė, 2009; Antinienė et al., 2004 and oth.) as well as the linked survey data collection instruments. *2011 – the European Year of Voluntary Activities* on the general sense and concretely – the implementation of activities of this year, i.e. *promotion of volunteering in Lithuania in 2011* is analysed in the Dissertation as the specific *case*, therefore the empirical survey is to be implemented under requirements of the case analysis. The organisational society persuasion network, analysed in the Dissertation and the supported discourse of the promotion of volunteering was supposed to be identified twice: first – in the first part of 2011 as the description of the context of the analysed situation as well as the primary identification of main participants and analysis of its externally visible interrelations; second – as the main survey, allowing to analyse the defined participants on the base of the primary identification and to identify the rest part of the organisational society persuasion network according to the presented data, to analyse the content and features of the discourse, created by this network. Organisational society persuasion network shall be analysed by applying the *method of the social network analysis*, and the created as well as supported discourse – *the method of critical discourse analysis*.

The method of *analysis of theories and synthesis* is applied in the theoretical part of the Dissertation.

Novelty of the Work, its scientific value and structure. *Theoretical, methodological* and *empirical* novelty of the Work is to be marked; its scientific value on the same aspects, presentation of which is directly linked with the presentation of the structure of the Work.

The first part discusses the promotion of voluntary activities in Lithuania from the aspect of pre-dispositions; here the strive is observed to prove, that in order to change the attitude and behaviour of the society, firstly its historical experiences and traditions on some

particular issue are to be recognised; it is also analysed what is the perception of the voluntary activity, which is affected by the soviet experience of Lithuania, as well as the conception of volunteering as the voluntary national defence, economic difficulties of the country, individualistic thinking and other factors, possibly dominating within the consciousness of Lithuanians. Theoretical part also states that the promotion of voluntary activities in Lithuania from the theoretical approach is linked with the positive formation of society attitudes therefore with programmes of social engineering that can be linked with the development communication from the communicative approach as well as with the strive for the modernisation of the society. The essence of the theoretical part of the work, reflecting the novelty of ideas – the idea that programmes of the social engineering (e.g. in case of this Work – promotion of voluntary activities in Lithuania) from the communicative approach can be implemented through *the networked society persuasion*, which is supported by organisations, included into activities of persuasion, interested in the propagated social change. It is also stated that the essence of such persuasion is not to create the long-term solid identities, but on the contrary – to ensure only the short-term effect on provisions of the individual by substantiating such position by challenges of the contemporary world for the personal identity. Such method of persuasion is called the *soft persuasion* in the Dissertation; while complexes of such persuasion – *small discourses* and networked interactions of organisations, supporting processes of the soft persuasion are applied in order to ensure the versatility and amplitude of communicative action as well as following the provision, that the higher amount of participants, spreading the communicative message determines its greater effect – the last theoretical provisions of the Work reflect the new approach towards the contemporary processes of the society persuasion.

The second – methodological – part of the work, on the base of theoretical premises about the soft networked society persuasion, constructs the model of such persuasion, allowing to discuss the purposeful expression of small discourses in practice and to identify various roles of participants of the network, fixed in the theory within the implementation of programmes of the social change. Moreover methodological approaches within the construction of the survey of expression of such model in practice are discussed here and it

is stated that in order to analyse the implementation of any programmes of the social engineering (e.g. promotion of volunteering) from the approach of the soft networked society persuasion, it is necessary to apply and match research techniques of the critical discourse analysis and social network analysis. Construction of this model, as the analytical and practical instrument for the implementation of communicative programmes of the social change as well as matching of the mentioned research techniques reflect the methodological novelty of the Work. This part of the Work presents the design for promotion of volunteering activities in Lithuania as well as data collection instruments, helping to assess the discourse of the promotion of volunteering from the point of the soft networked society persuasion, supported in Lithuania in 2011.

Finally, the third part of the Work presents results of the implemented research. The primary *identification* of the *main* participants of the society persuasion network that was promoting the volunteering is introduced and organisational sectors of their activity are discussed. Further the collected discourse analysis of the promotion of volunteering is presented as well as the activity analysis of the identified organisational network. Presentation of the research results is finalised by the discussion concerning the links of images of volunteering activities and volunteers, supported in 2011 with theoretical provisions of the soft society persuasion as well as the effect of the organisational society persuasion network on the spread of these images. It is to be marked that empirical researches of such type have not been implemented in Lithuania, and the sector of the volunteering activities from the communicative approach (analysis of volunteering promotion actions and etc.) has mostly been analysed in final works of students for the Bachelor's or Master's degrees.

The Dissertation is finalised by the formulated conclusions and recommendations of the Work for the practical application of the soft networked society persuasion. The Work can be useful for the community of Lithuanian communication and social sciences, anthropologists, partially – for the community of political scientists, NGO sector, and developers of the social policy.

Chronological boundaries of the research. From the aspect of time, the analysed case is determined as the process of implementing the social European Union policy from **1 January 2011** until **31 December 2011**.

Work results and Dissertation conclusions.

Theoretical conclusions of the Work: in theoretical and methodological parts of the Dissertation, under theories of *social engineering*, *socio-technical paradigm*, *pre-disposition analysis*, *development communication*, *organisational networks*, *society persuasion* and etc. as well as methodological research instruments of the *social network analysis* and *critical discourse analysis*, the *soft networked society persuasion model* was constructed and conceptualised as the analytical and practical instrument for planning and analysis of planned social change programmes, theoretical substantiation of which supposes the following conclusions:

1. Linking the promotion of voluntary activities in Lithuania in 2011 with technological conceptions of the *planned change of attitudes of the society*, it is possible to state that within the conceptual level, the theory of social engineering sufficiently explains possibilities of the planned transformations of the society identity, however it does not cover their practical side. It is developed by the Podgorecki's paradigm of socio-technique, which on the same time demarcates the negative historical associations of the social engineering from its modern and positive forms. Finally, neither social engineering, nor the socio-technical paradigm devotes enough attention towards the communicative persuasion of the society to change provisions on one or another issue, therefore it is necessary to integrate the communicative paradigm into these theories, which, in this case is represented by the development communication, corresponding to the conceptual content of the social engineering the best. Such synthesis of the discussed theories allows treating them as the developed methodological theoretical approach, analysing the society persuasion for volunteering or other cases of the communication of "European" values or planning them in practice.

2. In order to conceptualise and to construct the *model of the soft networked society persuasion* within the context of implementing programmes for positive social changes, it

was theoretically based and suggested to assess networked organisational interactions, fixed in various society persuasion campaigns, as implementing the generalised role of the *sender of the message*, the expression of which indicates towards the process conception of communication, while communicative intentions – towards the implementation of the socio-technical programme. It is discussed that such communicative activity of the sender of the message appears as the result of some appropriate ideological stimulus (e.g. encouragement of modernisation, and in case of this Work – promotion of the voluntary activities as the spread of European values), implemented via the planned communicative programme. Premises of the social effect, which can be constructed by such network, are shown in the model via the integration of *socio-cultural context*, operating in the society, *collective pre-dispositions* and the fixed *attitudes* of the society on some concrete issue to the socio-technical programme as well as via the *content* of persuasion, supported by the network (see below – generalised premises for the model formulation and its content). Possibilities of the model expression in practice are determined via approaches of the programme planning of changes and the project financing, indicating the development of separate society persuasion projects as well as implementation, therefore ensuring the union of complexes for the society persuasion into the discourse.

2.1. Importance of the analysis of pre-dispositions upon implementation of (communicative) programmes of social changes is stressed in paradigms of Podgorecki – *socio-techniques* and Rogers – *development communications*, applied in the Dissertation, where this task is linked with analysis of *socio-cultural values*, contributing to the mapping of provisions, expressed by the objective groups, the concrete social programme of the change is oriented towards the system of value of which, to plan the content of programmes of change and to predict their boundaries and hold-ups. The same position is supported in discussed surveys, analysing the voluntary activities within societies, where it is stressed that the level of voluntary activities in the country is determined by the socio-economic situation as well as by historical traditions and experiences that affect the existing provisions of the society towards the volunteering. Historical traditions in this situation are linked with the factor of specific social context, include into it and within the cognitive

consciousness of the society are expressed by special pre-dispositions: general values, traditions, collective memory about some social institute or the social sphere, in case of this Work – the unpaid activity in society organisations, humanitarian help for the person or the community activity, based on the freewill.

2.2. *The soft persuasion* as the competing, conterminous or supporting each other, expanding stories or even more – disclosing, neutralising or continuing stories form the space of the constant speaking, where various social forces are competing for the system of values of the individual or due to the partial or temporal rearrangement, attention, fields of social effect. It is to be marked that such stories that create complexes of *small discourse*, generating the *soft power of persuasion*, do not deny the power of the *great discourses* and similarly do not solve problems of subordination within these discourses. *Soft persuasion* and its complexes are simply the other aid for the spread of the organisation of the everyday activities of the society, positive communitarian values, autonomy and ideas of self-organisation, not seeking to get deeper into relations of power on the broad sense and to create solid identities, but maintaining systems of values of *small subjects of the ideology* by the own *soft power* as well as the forms of behaviour.

3. Upon planning of the researches of the expression of the constructed soft networked society persuasion model in practice and upon matching research techniques of the critical discourse analysis as well as social network analysis, it is to be stated that the small discourses neither create long-term identities nor determine the consolidation of any of ideologies, therefore researches of such discourses do not highlight situations of the social domination, the disclosure of which is usually implemented by the critical discourse analysis, as the research technique. Answering the question what is criticised by the research technique, formed in researches of the soft networked society persuasion, based on the critical discourse analysis, it is necessary to state that it criticises a) special solutions for selecting arguments of the persuasion from the point of the theoretical idea of the soft persuasion and b) special inter-organisational interactions of sharing resources within the organisational network of persuasion, having an impact on the created discourse. The last principle can be called the *critics of roles of participants of the Podogrecki's socio-*

technical programme, revealing importance of these roles on the possible efficiency of the organised soft persuasion campaigns. It is relevant to apply the *technique of the social network analysis* upon criticising of this interaction of sharing inter-organisational resources within researches of the soft networked society persuasion, which integrates into the analytical categories of the critical discourse analysis as the manner of identifying the roles of *social participants (members of the organisational society persuasion network)* in the analysed situation.

Empirical conclusions of the Work: after the previously discussed theoretical and analytical provisions were applied in the Dissertation for the analysis of the special programme of the social change, implemented in Lithuania in 2011 – *the European Year of Voluntary Activities* - on the communicative aspect, i.e. with an aim to define how this year was implemented in the country on the communicative level and how this implementation is linked with the conception of the *soft networked society persuasion*, the following conclusions were obtained:

1. In order to identify the possible pre-dispositions of the volunteering within the collective consciousness of Lithuanians, the main historical, valuable, socio-cultural and other situations were assessed, the analysis of which, implemented through the review of available sociological researches and other literature, allows linking the perception of the unpaid devotion of the personal time for the general welfare, dominating in Lithuania, with sketches of *the community help, appearing from the interwar Lithuanian village joint work, Christian world-view and traditions of sensibility*, politicised and integrated into *obligatory soviet social actions and activities*, linked with “*construction of the communism*”, *ideals of the socialistic society* as well as associating with *obligatory festivals and parades of the soviet times*. These images in the post-totalitarian Lithuania were firstly contributed by *patriotic conceptions for the nation of labour* (e.g. activities of Sajūdis), *selfless images* (with poor human and technological resources), however *amateur national defence from external enemies*, and finally – restored images of *sensibility and Christian help*.

2. Meanwhile the conception of the **volunteer** had less effect, made by historical experiences: he / she is perceived as the *warrior, exceptionally young person, offering help*

to elder, disabled or ill people and his / her consideration to start volunteering activities is linked with the young energy, available free time, inability to find the own way of life, idealism, and sometimes – naivety and etc. Within contemporary Lithuanian worldview, the volunteering is almost indivisible or lowly divisible from the *political work* (speaking of it in this context, the soviet period is remembered), *informal education, social solidarity, civil activeness* and etc. It is interesting that the last 3 images are confirmed within EU institutional discourse concerning the volunteering activities. Such (discussed in clauses 1 and 2) collective national pre-dispositions from the point of voluntary activity were treated in the research as the categorical point of reading within the implemented institutional discourse analysis.

3. The Ministry of Social Security and Labour of the Republic of Lithuania was appointed as the *national coordinating institution* for the implementation of the European Year of Voluntary Activities in Lithuania; it, upon preparation of the programme of the year implementation stressed the interactive link of the *programme* preparation with the real situation of volunteering in the country, however this link is not of a type of *analysis of collective pre-dispositions* and firstly indicates the direct cooperation with the non-governmental sector of the country. Even the programme presents the situation analysis, it fragmentary indicates the current situation within the sphere of the voluntary activity, does not analyse the existing collective pre-dispositions from the point of volunteering and poorly indicates the necessary content of communicative decisions for the promotion of volunteering.

4. The research indicated that the *institutional perception of the voluntary activity* is existing in the country and the actions for the promotion of volunteering were linked with the strengthening of the volunteering of such type. Strengthening of the volunteering and promotion are linked with the strength of the country as well as with the strength of the non-governmental sector. *The Programme for Implementing the Year of Voluntary Activities*, prepared by the Ministry, reveals the phenomenon and relevance of the volunteering mainly as the field of operation for the non-governmental organisations as well as the base, therefore offering the impression, that the promotion and development of voluntary

activities within the society is the most important for NGO sector mainly. This provision is consistently confirmed by members of NGOs, stating that their investments to the NGO sector, but not expenses for the promotion of volunteering would best improve this sphere.

5. After analysis of texts, concerning the voluntary activities, announced in 2011 by EU institutions, media, non-governmental sector, political and private organisations, it is possible to state that these discourses are joined by the high level of thematic and valuable inter-coincidence, i.e. the high homogeneity of discourses within the image level of the voluntary activities is fixed. It is interesting, that within organisational discourses of promoting voluntary activities, noted in the Lithuanian public space, the formed image of the voluntary activity coincided; it had the highlighted dominant of positiveness and links with events. However difference here can be noted between texts prepared by the media, NGO, private sector and EU institutions about the voluntary activities: in the last ones the volunteering is linked with socio-economical wealth as well as with positive effects for the development of communities and societies, personal informal self-education and these links are discussed by concrete arguments; meanwhile analogical arguments in local national texts are expressed mainly by individual experiences of volunteers and the emotional speaking about the satisfaction, given by the voluntary activities. It is noted that here such arguments are more abstract; also there the discussion of everyday problems, linked with the expression of volunteering exists. However no organisational sector fixed the critical discourse about the volunteering activities; on the contrary from the assessments of the organisational society persuasion network, expressed in commentaries of the participants of the survey; i.e. exceptionally positive images of this activity dominate in all texts, no dangers and negative examples of the voluntary activities are discussed (imitation of volunteering, simulation and etc.). Even though informants of the research state that the high, joyful mood towards the volunteering is natural, because they also admit that the especially positive image of this activity does not help to reveal its real essence and determines the establishment of fashionable short-term forms of volunteering (that are not assessed only badly).

How the analysed discourse of promoting the voluntary activities links with the *soft persuasion*, conceptualised in the Dissertation? Invitation for volunteering in 2011 in Lithuania was announced next to other communicative actions, inviting to join to some public activities, to contribute to some or another public drive (promotion of voluntary activities was *only one* from public EU initiatives, and various EU initiatives were *a small part* of all other communicative actions in Lithuania in 2011). Volunteering was not introduced as the only and essential condition for the successful development of the country, obligatory for the further its existence in the joint EU geopolitical and European cultural space or obligatory to be accepted by the contemporary European. Stories, promoting the volunteering joined the general field of information and offered only one from possible selections for the society and thereby they link with ideas of *small stories, local narratives, competing stories of valuables* discussed in theoretical part of the Work. These small stories join the continuous *permanent process of the formation of attitudes of the individual*: the European identity, the part of which is treated as the active volunteering, is created as the totality of various humanistic, social and cultural values, characteristic to the European culture. Such values are reflected in the joint EU policy – it is the encouragement of *movement of citizens, life-long learning, cherishing the open neighbouring, education of tolerance, openness* and etc.

Upon analysis of the content of gathered texts, close links appear with the *ocularcentric culture* dominating in the contemporary world: messages of promoting the voluntary activities, as it has already been previously identified, form exceptionally attractive images of the *volunteer* and *volunteering*, associated with the positive effect of volunteering for the person, community, environment, society. The discourse of promoting the voluntary activity, fixed in Lithuania in 2011, by this and other elements of the content of persuasion messages directly links with *irrational methods of persuasion*. Irrational argumentation method of the persuasion messages is based on the formation of the emotional attractiveness of the promoted object and therefore such argumentation is contributed within the analysed speeches about the voluntary activities, micro-stories of volunteering. It is to be noted that possibly within the EU institutional discourse, upon the construction of voluntary activity as

the image of important precondition for the society gathering, the rational method of argument was applied in order to highlight the link of the voluntary activities with paid work, effect of volunteering on the informal self-education of a person, economical welfare of the country, development of societies and communities and etc. However the rational method of argumentation within the EU institutional discourse was concealed by the emotional, non-bureaucratic, poetic speaking. Therefore even in the analysed fragment of the Lithuanian political environment discussion concerning the voluntary activity, it is possible to observe that arguments of members of Seimas of the Republic of Lithuania, government of the Republic of Lithuania “for” and “against” the acceptance of the *Law on Voluntary Activity* was based on irrational imagining, personal attitude and perception about the voluntary activity.

Considering all higher discussed institutional ways of speaking about the voluntary activities, it is possible to state that their totality indicates towards *small discourses*, discussed in the theoretical part of the Work – the desired dominating knowledge about the idea of volunteering and images of the volunteer, not imposing these images as obligatory part of the identity of the European citizen, however highlighting the positive effect of volunteering on this identity. From this approach it is possible to state that the increased interest of the Lithuanian society was identified during the research towards the sphere of voluntary activities; the flow of young people, experienced by participants of the research, to entertaining volunteering projects can be assessed as the expression of the *small subjects of ideology*. The *soft power* of discourses for promoting the volunteering, using the own potential to attract the attention of the society, therefore forms the *small subjects* of the sphere of volunteering – e.g. short-term volunteers who come for volunteering because “others do” or because “it is fun”, or “it is fashionable” and etc. After the breakage of the small persuasion discourse, after the levelling of the soft powers of these discourses, the small subject of the sphere of volunteering is disintegrating, not having become the *great subject* – the constant volunteer. Only a part of volunteers become the long-term, and this means that the persuasive power of promoting discourses of volunteering helps paying attention towards this sphere, but not necessarily attracts the long-term volunteers.

However, as it has been determined in the theoretical part of the Work, it is not the aim of the *soft society persuasion*: from the communicative approach, the aim of such *persuasion* is to spread values of the voluntary activities in the overloaded field of information as well as to pay attention of the society towards it; meanwhile the long-term volunteering may be created by other mechanisms of effect that have been mentioned by informants of the research.

The main difference of the analysed discourses from the conceptualised soft persuasion is their poor orientation towards the analysis of *sociocultural values*. This analysis, as described in the part of the Work concerning implementation of socio-technical programmes, is essential; meanwhile the promotion of volunteering in Lithuania in 2011 was based on exceptionally universal symbols, applied in all EU. Culturally, historically specific symbols of promoting the volunteering corresponding to the collective national experiences are almost not fixed. Therefore the implemented promoting of the voluntary activities was not linked with analysis of Lithuanian pre-dispositions from the aspect of volunteering. Such communicative strategy could affect the fact, as is indicated by the implemented research, that the government of the Republic of Lithuania has not succeeded in paying attention of elder people towards the voluntary activities.

How the soft society persuasion for volunteering was developed within the organisational network of society persuasion? It is noted that the Ministry, upon formation of strategic and tactical actions for the promotion of volunteering since the beginning occupies the position of the bureaucratic coordinator, therefore delegating functions of the creation of initiatives, implementation of actions and tasks to other organisations – such selection is motivated by the mentioned provision that the voluntary activity is the field of operation of NGO sector and this is confirmed by the analysis of the *programme* for the implementation of the *Year of Voluntary Activity* in Lithuania as well as by participants of the survey. Therefore, on the base of the competitive manner, the promotion of the voluntary activity in 2011 was taken by various organisations in Lithuania, the spheres of activity of which allow attributing these organisations into some appropriate organisational sectors, i.e. *non-governmental, media, private, EU institutional* and etc.

Separate organisations, depending to these sectors, cooperate with organisations of other sectors mainly and therefore creates *the society persuasion network* for the promotion of volunteering. Communicative activity of this network in the reality is expressed as the creation and spread of the versatile organisational discourse, which has been analysed in this Work.

It is to be noted that in the projects for the promotion of volunteering, their initiators and implementers are mainly NGOs and organisations of other sectors support such projects financially or by other resources. This can be linked with the dominating provision that the idea of volunteering is generally relevant for the non-governmental sector as well as with the fact that organisations of other sectors implement activity of other type as the main one and the contribution to the promotion of the volunteering gives them the additional value of such activity. The identified organisational sectors and their established responsibilities as well as functions within the forming network for the society persuasion mainly indicates the democratic model of persuasion, which can be characterised by the lower dependability from the central governmental organisations. From one side; such model ensures the pluralistic expression of attitudes and communicative knowledge, from the other – it cannot ensure that all units within the organisational network of the society persuasion would be linked by rather intensive interrelations.

After 2011, in Lithuania the high division of organisations, promoting the volunteering remained, which is visible in the primary map and is fixed in assessments of participants of the survey. Due to the lack of the only organisation, coordinating the promotion of volunteering and volunteering in the country within the NGO sector, the developed movements tend to be named by titles, possibly referring to the role of the coordination of the mentioned activities on the national level. E.g. the part of the analysed non-governmental organisations are named *associations, unions, alliances, centres* – i.e. words, semantically indicating some appropriate *association* or *concentration* into the *totality*. The analysed organisational society persuasion network, that created and supported the discourse of the promotion of volunteering in the country, after the end of 2011 almost disappeared, i.e. some separate fragments are still operating (as stated by participants of the

survey, “who promoted the volunteering previously, shall promote it in the future”) and this means that the strength of the network is linked with the projection of the implemented persuasion activities in time – after the end of planned activities, the inter-organisational interactions disappear. Such temporality of the network and principles of its activity correspond to principles of activity of contemporary *short-term project communities* (mentioned in sub-section 1.4), discussed by Mažeikis (2010). From the other hand, disintegration of such network can indicate the imitation and simulation nature of voluntary activity projects – informants of the survey also mentioned the latter. NGOs and other organisations simulate the huge activeness of the volunteering which disappears when the planned financing for the implementation of such projects is over. From this approach, statements of some participants of the research are confirmed, that communicative strategies for the promotion of voluntary activities are not seriously considered and the gained financing is applied “in any manner with an aim to have something left for the own organisation”. In this situation it is possible to question the reality of the stressed transformation of the voluntary activity within the sector, but this needs quantitative sociological researches.

Generalising it is to be stressed that according to the spread of organisations the analysed network defines the typical multi-equal organisational network; it is to be marked that roles of organisations, existing there, are unchangeable and clearly determined – within separate levels and points of the network the same organisation can implement functions of decision maker, expert and implementer. Therefore it became especially difficult to define the input of separate members of the organisational network into the creation of the analysed discourse: high scope of the discourse does not allow revealing in what inter-organisational link the analysed separate text appeared. Therefore it is possible to speak not only about the general expression of the sharing of resources and cooperation within the analysed organisational network, which supported the discourse of promoting the voluntary activities in Lithuania in 2011.

Generalising results of the implemented Work, it is possible to state that the first defended statement is confirmed. In the case, selected for the research, it is possible to fix

features of the organisational network and the coordinating institutions as well as the created communicative activity – the soft society persuasion. The second defended statement was not confirmed. Communicative knowledge formed in nets of the network were spread to auditoriums by communicative channels gathered to concrete institutional discourses (media, NGO, private sector and etc.) and their nature levelled; topics, content and attitudes towards the voluntary activities initiated to coincide. This is why upon analysis of the organisational society persuasion network activities, it is difficult to define the effect of the separate organisational participant for the created discourse. The third defended statement was not confirmed and it is treated as the weak aspect for the promotion of the voluntary activities in Lithuania. The universal symbols of volunteering were communicated in Lithuania and the linked values that have not been specifically expressed on the socio-cultural aspect. The fourth defended statement was not confirmed. The dominant horizontal links between organisations within nets of networks, between nets and among organisation, nets and organisation – network coordinators determine the reduction of its meaning and its centrality. The bureaucratic manner of the network activity coordination is linked with this as well as the programme – project its manner of financing and the democratic format of the society persuasion, based on the competitive organisational environment. Finally the fifth defended statement was partially confirmed. The dominating irrational way of argumentation that helped to pay the attention of the society towards the phenomenon of the volunteering, on the contrary to the way of persuasion, fixed within the EU institutional discourse, allowed the stimulation of emotions of the society from the point of the independent activity; from the other hand, it formed too positive its image, which determined the becoming of the volunteering to “fashionable” youth activity, linked mainly with the sphere of entertainment. This is why the sphere of the social volunteering partially suffered and it has not become easier to invite new volunteers to actions of the “serious volunteering” (work with patients, elder people and etc.). However, assessing generally, promoting of voluntary activities as the valuable programme for the society persuasion, linked with the Europeanisation, fully meets the idea of the soft society persuasion.

Santrauka

Darbo aktualumas. 2009 m. lapkričio 27 d. Europos Komisijoje (toliau – EK) buvo priimtas sprendimas 2010/37/EB dėl *Europos savanoriškos veiklos, kuria skatinamas aktyvus pilietiškumas, metų (2011 m.)* paskelbimo (OL 2010 L17, p. 43), kuris yra Europos Sąjungoje (toliau – ES) priimtose nuostatos kiekvienus metus dedikuoti kuriai nors socialinei sričiai rezultatas, ES šalyse narėse lėmęs nacionalinių vyriausybių sprendimus populiarinti savanorišką veiklą ir įgyvendinti minėtame Komisijos sprendime iškeltus tikslus, drauge suponavo ir nevyriausybinio sektoriaus (toliau – NVO) suaktyvėjimą populiarinant savanorystę. Kiekvienių kalendorinių metų visoje ES dedikavimas kuriam nors socialiniam reiškiniui, problemai ar sričiai užtikrina didesnę viešąją dėmesį tokiam objektui visus kalendorinius metus, daug įvairių renginių tokio objekto išryškinti, teisinės sistemos pokyčių ir t. t. 2011 m. paskelbus *Savanoriškos veiklos metais*, didesnis viešasis dėmesys ES teko būtent savanorystės populiarinimui ir savanoriškai veiklai kaip socioekonominiam, kultūriniam reiškiniui.

Lietuvoje savanorystės populiarumo lygis pradėjo tolydžiai didėti tik pastaraisiais metais: dar 2007 m. vos 11% lietuvių nurodė esantys įsitraukę į savanoriškas veiklas, o 2011 m. šis skaičius jau yra išaugęs tris kartus (*Europoje vyraujančių savanorystės...*, 2011). Menkas lietuvių įsitraukimas į savanoriškas veiklas iš dalies buvo aiškinamas ir posovietinės tapatybės pagrindu, nors empirinių tyrimų šioms prielaidoms patvirtinti nesama (žr., pvz., Juknevičius and Savicka, 2003; Savicka, 2005; Butkuvienė, 2005). Šalyje savanorystės populiarinimu iki pat 2011 m. *Europos savanoriškos veiklos metų* paskelbimo daugiausia savarankiškai užsiėmė tik nevyriausybinis sektorius, o nuo 2010 m. antros pusės toks populiarinimas ypač suaktyvėjo ne tik nevyriausybinių aplinkoje. Dėl to Lietuvoje padidėjo savanorystės populiarinimas ir jos matomumas apskritai – kartu su NVO sektoriumi šią idėją pradėjo intensyviai komunikuoti ir žiniasklaida (pvz., nacionalinis šalies transliuotojas ar internetinis naujienų portalas *delfi.lt*) bei kai kurios privačios bendrovės (pvz., didžiausia privati integruotų telekomunikacijų, IT ir televizijos paslaugų teikėja Lietuvoje). Šiuo aspektu galima išskirti į savanorystės populiarinimą įsitraukusius

skirtingus organizacinius sektorius, klasifikuojant juos pagal jų vykdomos veiklos pobūdį. Nevyriausybinės organizacijos savanorystės populiarinimui įgijo didesnę oficialų Vyriausybės palaikymą, kuri suponuoja EK politika savanorystės atžvilgiu, o pačios NVO taip pat išnaudoja politinę ir finansinę paramą iš ES. Savanoriškos veiklos populiarinimas kaip komunikacinė užduotis *įtikinti visuomenę* imtis šios veiklos 2011 m. Lietuvoje buvo realizuojama remiantis įvairių minėtų veikėjų – nevyriausybinių organizacijų, nacionalinės valdžios (*LR socialinės apsaugos ir darbo ministerijos*), ES institucijų (*Europos Komisijos atstovybės Lietuvoje*), privačių verslo bendrovių, žiniasklaidos ir kitų organizacinių darinių – *tarpusavio sąveika*, kūrusia holistinį poveikį visuomenei per atskirus savanorystės populiarinimo projektus. Remiantis fundamentaliuoju *komunikacijos kaip proceso* vertinimu (žr., pvz., Fiske, 1998; Windahl, Signitzer and Olson, 2006), šis visuomenės įtikinėjimas atsiverti savanoriškai veiklai apibendrintai gali būti suvokiamas kaip *komunikacinė žinia*. Tokiu atveju *žinios gavėju* laikytina visa Lietuvos visuomenė apskritai, o minėtas organizacines sąveikas, vykusias 2011 m. tarp valstybinio, nevyriausybinių ir privataus sektorių disertacijoje siūloma suvokti kaip *žinios siuntėją*.

Pastebėtina, kad LR Vyriausybės siekis sėkmingai įgyvendinti ES politiką savanorystės srityje, t. y. *paskatinti daugiau žmonių imtis šios veiklos*, bus neišvengiamai susijęs su lietuviškosios posovietinės tapatybės keitimu ir pozityviu rekonstravimu – teoriniu požiūriu tai analizuotina iš *socialinės inžinerijos* ir komunikacinių jos instrumentų – *socialinės propagandos* ir *socialinės reklamos* – perspektyvos. Pozityvus visuomenės tapatybės rekonstravimas siekiant sukurti bendruomenišką, socialiai atsakingą individą (šiuo atveju – palaikantį savanoriavimo idėją individą) yra susijęs ne tik su reikalingos teisinės, ekonominės aplinkos sukūrimu, bet ir su nuoseklių, sistemingų *įtikinėjimo* kampanijų organizavimu. Atsižvelgiant į siekį keisti lietuvių nuostatas savanorystės atžvilgiu, LR Vyriausybė ir sukuria politines prielaidas (pvz., teisinės bazės, reglamentuojančios savanorišką darbą, sukūrimas) tokiam sistemingam įtikinėjimui bei įtraukia į jį (sudaro sąlygas ištraukti) skirtingų sektorių organizacijoms. Tokiu būdu jau 2011 m. pirmajame ketvirtyje buvo susikūręs *organizacinis visuomenės įtikinėjimo tinklas*, palaikomas NVO, valdžios institucijų, ES finansinių programų bei žiniasklaidos ir privačių organizacijų, kurio

atskiri organizaciniai junginiai įgyvendino savanoriškos veiklos metų populiarinimo projektus, tuo prisidedami prie bendrojo *Savanoriškos veiklos metų* įgyvendinimo Lietuvoje.

Nors socialinės inžinerijos atveju galima kalbėti apie skirtingas tinklą sudarančių organizacinių vienetų funkcijas (sukurti palankią politinę terpę, skirti finansavimą, organizuoti viešuosius renginius ar pan.), bendra minėto tinklo pagrindinė funkcija yra užtikrinti pakankamai intensyvių ir efektyvių visuomenės *įtikinėjimą* dėl palankių savanoriškos veiklos nuostatų formavimosi. R. Perloffas (2010) skiria šiuolaikinį ir senąjį *įtikinėjimą* per tokius 5 aspektus: 1) išaugo įtikinėjimo žinučių skaičius: reklama, viešųjų ryšių pranešimai ir t. t.; 2) išaugo įtikinėjimo žinučių sklaidos greitis; 3) įtikinėjimas tapo institucionalizuotas (reklamos agentūros, viešųjų ryšių agentūros, rinkodaros konglomeratai, lobistų grupės, socialiniai aktyvistai, kalbų rašytojai, įvaizdžio konsultantai yra išitraukę į įtikinėjimo procesus); 4) įtikinėjimas tapo subtilesnis ir netiesmukas; 5) įtikinėjimas tapo kompleksinis ir nuasmenintas. Remiantis šiais šiuolaikinio įtikinėjimo bruožais ir aptarta tinklo samprata galima apibrėžti, kad disertacijoje *organizaciniu visuomenės įtikinėjimo tinklu* bus vadinama struktūra, sudaryta iš skirtingo tipo organizacinių vienetų, sąveikaujančių tarpusavyje suteikiant vieni kitiems reikalingus resursus, kurios bendrasis veiklos tikslas yra užtikrinti visuomenės įtikinėjimo žinučių (komunikacinių kampanijų) sklaidą, matomumą ir poveikį tikslinei grupei.

Darbo problematika. Laikant, kad *Europos savanoriškos veiklos metų* įgyvendinimas Lietuvoje yra ES socialinių vertybių sklaida, aktualu akcentuoti, kad, kaip nurodo Vinciūnienė (2010), *žinių ir informacijos* apie ES vertybes ir politines raidos kryptis piliečiams nepakanka (tai tik pirminė sąlyga), reikia, kad atsirastų bendrasis susidomėjimas europinės politikos klausimais ir kad tas susidomėjimas skatintų juos jungtis į bendrą požiūrį bendruomenės. Taigi politinių sprendimų priėmėjams ES lygmeniu (institucijoms, kt.) neužtenka tik viešinti bei aiškinti europinės politikos procesus, siekti skaidrumo, atvirumo, bet būtina užmegzti ir tvirtus abipusius ryšius su Europos komunikacinėmis bendruomenėmis nacionaliniu, regiono bei vietos lygmenimis. Šioje disertacijoje teigiama, kad tokių ryšių užmezgimą bei kolektyvinės socialinės vaizduotės ES formavimą(si) gali užtikrinti sistemingas tinklinis silpnasis ES piliečių įtikinėjimas, pozityviaja prasme

formuojant jų europietiškas tapatybes ir siekiant ES socialines vertybes įtvirtinti europiečių (lietuvių) kolektyvinėje sąmonėje ir individualiose nuostatose.

Antra vertus, šiuolaikinis heterogeniškas *mozaikinės tapatybės* visuomenės narys, ištraukęs į daugelio bendruomenių veiklą, turintis būti atviras pokyčiams ir gebantis priimti šiuolaikinio pasaulio iššūkius, komunikaciniu požiūriu neturi būti formuojamas kaip tvirtų ir nekintančių nuostatų ideologinis subjektas (žr., pvz., Mažeikis, 2010). Tuo remiantis tikslinga suformuluoti *silpnojo įtikinėjimo*, įgalinančio keisti visuomenės nuostatas, tačiau neformuojančio jų kaip nekvestionuotinių ir nekintančių tapatybių, koncepciją bei, įvertinus tinklinio visuomenės įtikinėjimo procesų savybes, sukonstruoti *tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo modelį*, kurio realizavimas praktikoje komunikaciniu požiūriu galėtų prisidėti ir prie minėtos kolektyvinės ES sąmonės kūrimo procesų.

Europos savanoriškos veiklos metų (2011 m.) paskelbimas ir su jais susijusių politinių, teisinių sprendimų bei sąlygų sukūrimas ES šalyse narėse, tarp jų ir Lietuvoje, komentuojant socialinės inžinerijos požiūriu, nurodo siekį sukurti *europiečio savanorio (lietuvio savanorio)* tapatybę ir su ja susijusį pozityvų gyvenimo būdą, vertybes, bendruomeniškumą, kooperaciją, nuostatas, netgi individuacijos procesus. Tačiau čia iškyla klausimas, kokį savanorystės populiarinimo diskursą kuria ir palaiko organizacinis visuomenės įtikinėjimo tinklas, jei šis įtikinėjimas remiasi demokratinės socialinės propagandos principais: daug skirtingų tarpusavyje sąveikaujančių ir įtikinėjimo žinią plėtojančių organizacijų; kaip sutampa „persiklojantys“ diskursai, jei juos savarankiškai plėtoja skirtingos organizacijos; kokį vaidmenį šiame tarpusavyje sąveikaujančių organizacijų tinkle vaidina valdžios institucijos, koordinuojančios savanorystės populiarinimą Lietuvoje?

Sprendžiama mokslinė problema. Atsižvelgiant į aukščiau apibrėžtą savanorystės populiarinimo situaciją šalyje, aktualu išsiaiškinti, kokią įtaką savanorystės populiarinimo diskursui, konstruojamam minėto tinklo, daro tarporganizacinės šio tinklo vidaus sąveikos, kaip yra užtikrinamas „persiklojančių“ savanorystės populiarinimo diskursų, kuriamų skirtingų organizacinių tinklo narių, vientisumas ir kaip šio diskurso kuriami savanorystės įvaizdžiai siejasi su trumpalaikių tapatybių konstravimo idėja. Apibendrinant šiuos

klausimus, disertacijos mokslinė problema formuluojama klausimu: **koks teorinis ir metodologinis instrumentas, atspindintis šiuolaikinius tinklinius visuomenės įtikinėjimo procesus, gali būti pasiūlomas pozityvaus socialinio pokyčio programoms įgyvendinti ir tirti bei kaip jo atžvilgiu galima interpretuoti Europos savanoriškos veiklos metų komunikacinį įgyvendinimą Lietuvoje 2011 m.?**

Tyrimo objektas. Tyrimo objektu laikomas *2011 m. susiformavusio ir veikiančio organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo kuriamas ir palaikomas savanorystės populiarinimo diskursas* kaip tematinių ES metų įgyvendinimo rezultatas.

Darbo tikslas - teoriniu požiūriu konceptualizuoti bei sukonstruoti *tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo modelį* bei, analizuojant *Europos savanoriškos veiklos metų (2011 m.)* atvejį Lietuvoje, identifikuoti organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo, kuriančio ir palaikančio savanorystės populiarinimo diskursą visuomenėje, veiklos sąlygas, nustatyti dominuojančias savanorystės populiarinimo diskurso formas ir jo kūrimo atitikimą silpnojo visuomenės įtikinėjimo koncepcijai bei apibrėžti tarporganizacinių sąveikų įtaką tokio diskurso turiniui ir palaikomiems savanorystės įvaizdžiams.

Darbo uždaviniai:

1. Susieti socialinio pokyčio programų komunikacinio įgyvendinimo procesus su visuomenės predispozicijų analizės būtinybe ir apibrėžti galimas lietuvių predispozicijas savanoriškos veiklos atžvilgiu, savanorystės populiarinimą suvokiant kaip ES inicijuotą socialinės inžinerijos programą.
2. Apibrėžti *silpnojo visuomenės įtikinėjimo* terminą bei, tuo remiantis, sukonstruoti *tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo modelį* ES tematinių metų (šiuo atveju – *Savanoriškos veiklos metų*) komunikacijai nacionaliniu lygmeniu.
3. Suderinti *socialinio tinklo analizės* ir *kritinės diskurso analizės* metodologines prieigas ir pasirengti tyrimų instrumentą *tinklinio silpnojo įtikinėjimo* atvejams analizuoti.
4. Išanalizuoti 2011 m. Lietuvoje kurtą savanorystės populiarinimo diskursą bei palaikytus savanorystės įvaizdžius ir nustatyti šio diskurso homogeniškumo laipsnį, įvertinant atskirų

komunikacinių projektų kūrėjus, kūrimo sąlygas ir projektų turinį silpnojo visuomenės įtikinėjimo požiūriu.

5. Identifikuoti organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo, veikusio 2011 m. Lietuvoje kaip savanorystės populiarinimo žinios siuntėjo, struktūrines veiklos sąlygas socialinės inžinerijos programoms vykdyti komunikaciniu lygmeniu ir atskleisti šio tinklo veiklos įtaką sukurtam savanorystės įvaizdžiui.

Ginamieji teiginiai:

1. 2011 m. Lietuvoje įgyvendinti *Europos savanoriškos veiklos metų* komunikaciniai projektai glaudžiai siejasi su disertacijoje formuluojama *tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo* koncepcija ir jų turinys gali būti analizuojamas pagal pasiūlytą *tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo* modelį, panaudojant principinius jame įtvirtintus teiginius kaip analitinį instrumentą.
2. Atsižvelgiant į ypač skirtingus organizacinius sektorius, įsitraukusius į savanorystės populiarinimą Lietuvoje 2011 m., teigtina, kad jų kuriamų ir palaikomų savanoriškos veiklos populiarinimo diskursų homogeniškumas yra mažas, kiekvieno skirtingo sektoriaus kuriamuose ir platinamuose tekstuose dominuoja skirtingi *savanoriškos veiklos* įvaizdžiai, nulemti to sektoriaus specifikos, patirčių ir tikslų, aiškiai skiriasi įtikinėjančių žinučių tematika ir turinys.
3. Savanoriškai veiklai populiarinti Lietuvoje 2011 m. buvo sukurtas specialus, nacionaliniu požiūriu autentiškas, kolektyvines lietuvių nuostatas, patirtis, tradicijas savanoriškos veiklos atžvilgiu atspindintis *savanorystės* ir *savanorio* įvaizdis, galimai lemsiantis siektiną šios veiklos populiarumą šalyje.
4. Atsižvelgiant į organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo formavimosi pradžią – nacionalinės *Europos savanoriškos veiklos metų* įgyvendinimą Lietuvoje koordinuojančios institucijos paskyrimą bei jos parengtą konkursinę savanoriškos veiklos metų įgyvendinimo programą, tikėtinas aukštas šios institucijos centriškumo ir hierarchiškumo laipsnis organizaciniame tinkle, susiformavusiame kaip šios programos įgyvendinimo rezultatas.

5. Savanoriškos veiklos populiarinimo diskurso turinys, atitinkantis *silpnojo visuomenės įtikinėjimo* koncepcijos idėja, buvo visiškai tinkamas atkreipti visuomenės dėmesį į šią veiklą 2011 m., padėjo pasiekti visus užsibrėžtus *metų* tikslus ir atitiko situacijos dalyvių lūkesčius bei poreikius.

Tyrimo metodologija ir metodai. Disertacijos mokslinė problema sprendžiama atliekant dviejų lygmenų *kokybinį atvejo analizės* (pvz., Payne and Payne, 2004; Robson, 2002; Bitinas ir kt., 2008; Kardelis, 2005 ir kt.) tyrimą, kuris yra atliekamas naudojant *kritinės diskurso analizės* (pvz., van Dijk, 1995; Wodak and Meyer, 2009; Fairclough, 1995; Telešienė, 2005 ir kt.) ir *socialinio tinklo analizės* (pvz., Scott, 2000; Wasserman and Faust, 1999; Mizruchi and Galaskiewicz, 1994; Gečienė, 2009; Antinienė ir kt., 2004 ir kt.) metodologijas bei su jų įgyvendinimu susijusius tyrimo duomenų rinkimo instrumentus. *2011 m. – Europos savanoriškos veiklos metai* bendraja prasme ir konkrečiai – šių metų veiklų įgyvendinimas, t. y. *savanorystės populiarinimas Lietuvoje 2011 m.*, disertacijoje yra analizuojamas kaip specifinis *atvejis*, todėl ir empirinis tyrimas yra atliekamas pagal atvejo tyrimams keliamus reikalavimus. Disertacijoje tiriamas organizacinis visuomenės įtikinėjimo tinklas ir jo palaikomas savanorystės populiarinimo diskursas numatytas identifikuoti du kartus: pirmą kartą – 2011 m. pirmoje pusėje kaip tiriamos situacijos konteksto aprašymas ir pagrindinių veikėjų pirminis identifikavimas bei išoriškai matomų jų tarpusavio ryšių analizė; antrą kartą – kaip pagrindinis tyrimas, leidžiantis pirminės identifikacijos pagrindu tirti numatytus veikėjus ir pagal jų pateiktus duomenis identifikuoti likusią organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo dalį bei išanalizuoti šio tinklo kuriamo diskurso turinį ir savybes. Organizacinis visuomenės įtikinėjimo tinklas bus analizuojamas naudojant *socialinio tinklo analizės metodą*, o jo kuriamas ir palaikomas diskursas – *kritinės diskurso analizės metodą*.

Teorinėje disertacijos dalyje naudojamas *teorijų analizės ir sintezės* metodas.

Temos iširtumas. Specialusis temos iširtumas, susijęs su *socialinio pokyčio programomis, įtikinėjimo procesais, tinklinėmis organizacijų sąveikomis, diskursų* bei *socialinio tinklo tyrimais* ir kt., yra išsamiai aptariamas disertacijos teorinėje bei metodologinėje dalyse, kur, remiantis užsienio ir Lietuvos moksliniais darbais, yra konstruojama teorinė ir

metodologinė prieigos *silpnajam visuomenės įtikinėjimui* konceptualizuoti, *tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo modeliui* konstruoti ir šio modelio atžvilgiu *Europos savanoriškos veiklos metų (2011 m.)* komunikacijai Lietuvoje tirti. O šioje darbo įvado dalyje bus pristatomas platesnis požiūris į temos iširtumą, nusakantis esamus mokslinius darbus *nacionalinės tapatybės europietizacijos srityje, savanoriškos veiklos* kaip disertacijos tyrimo objekto iširtumą, egzistuojantį lietuviškąjį akademi požiūrį į *visuomenės įtikinėjimą* ir kt. Nacionalinės tapatybės europietizacijos tyrimai yra aktualūs, jei *savanoriškos veiklos populiarinimą*, vykusį Lietuvoje 2011 m., vertinsime kaip ES palaikytą vertybinę programą, diegtą visoje ES teritorijoje – tokiu požiūriu šiame darbe ir vadovaujamas.

Nacionalinės tapatybės ir jos europietizacijos tyrimai. Lietuva, nuo 2004 m. esanti ES nare, tam tikra prasme susiduria su specialios modernizacijos – *europietizacijos* – iššūkiais, kurių komunikaciniai aspektai ir yra analizuojami šioje disertacijoje. Tiek *modernizaciją* (lietuviškoje literatūroje – Norkus, 2008), tiek *europietizaciją* (Skrudupas, 2011) sąlygiškai galima suvokti kaip naują globalizacijos formą ar jos atšaką. Lietuvos akademinėje erdvėje *europietizacija* nėra plačiai tyrinėjama *tapatybių kaitos* ir *įtikinėjimo* kontekste; kur kas daugiau dėmesio skiriama nacionalinės tapatybės tyrimams apskritai. Šiuo požiūriu išskirtini tokie dominuojantys tyrimai: *a) Lietuvoje (toliau – LT) atliekami tyrimai nacionalinės tapatybės srityje* – jie apima platų tyrimų tematikos spektrą. Paminėtinos tik svarbiausios mokslinės kryptys, kuriose empiriškai analizuojamas ar teoriškai diskutuojamas nacionalinio identiteto klausimas. Šis klausimas tiriamas: *a1) literatūrologijos darbuose* (pvz., 2006 m. parengti ir išleisti du žurnalo „Literatūra“ numeriai), analizuojančiuose lietuviškos tapatybės raišką ir paradoksus literatūroje; *a2) antropologiniuose tyrimuose* (pvz., Šutinienė, 2008: socialinės atminties šiuolaikinėje lietuvių tapatybėje raiška; Ramanauskaitė, 2002: subkultūrinių tapatybių analizė; studija „Lietuviškojo identiteto trajektorijos“, 2008: šiuolaikinio lietuviškumo kaip sociokultūrinio identiteto raiškos konfigūracijų įvairovės analizė; ir kt.); *a3) sociologiniuose tyrimuose* (pvz., Akstinaičiūtė ir Petraitytė, 2007: lietuviškųjų savivertės simbolių analizė); *a4) kalbotyroje* (pvz., Urbanavičienė, 2011: kalbinės tapatybės formavimosi XX a. II-oje pusėje tyrimai); *a5) filosofinėje diskusijoje* (pvz., Savicka, 2007); ir daugelyje kitų krypčių; *b) LT*

atliekami tyrimai nacionalinės tapatybės, susiduriančios su integracijos į ES iš-šūkais, srityje (pvz., Miniotaitė, 2006: LT tarptautinio identiteto konstravimo ypatybės ir jų tyrimai; Kuznecovienė, 2009: tiriamos lietuvių emigrantų naudojamos tautinės tapatybės darybos strategijos; Rindzevičiūtė, 2002: europietiško sampratos visuomenėje analizė; Ranonytė, 2004: tautinio ir europinio tapatumo turinio struktūros ir raiškos specifika ir jos tyrimai; Šutinienė, 2004: Europinio identiteto formavimosi mechanizmų tyrimai; Ivanauskas, 2005: kasdienėje žmogaus veikloje pastebimų „europietišku“ galimybių bei perspektyvų tyrimai; ir kt.). Šiuose tyrimuose lietuviškosios nacionalinės tapatybės sandūros su integracijos į ES, globalizacijos, migracijos ir kt. iššūkais analizuojamos sociologiniu, politikos mokslų, antropologiniu ir kt. požiūriais; *c) minėti b) tipo tyrimai visuomenėje yra plačiau analizuojami ir nemokslinių viešų publicistinių komentarų pavidalu*, kurie kuria diskursą apie europietiškosios lietuvių tapatybės formavimo(si) ypatumus (pvz., Vasiliauskaitė, 2006 ar Beresnevičius, 2003). Tokio diskurso formavimasis nurodo į realų problemos aktualumą ir į poreikį toliau plėtoti šios krypties mokslinius tyrinėjimus; *d) nacionalinės tapatybės, ES integracijos ir viešosios komunikacijos sąsajų identifikacijos tyrimai*, prie kurių plėtojimo prisidės ir šis darbas, nes esami tyrimai yra fragmentiški ir pernelyg skirtingi: kaip reikšmingas darbas šioje srityje (tiesa, tik dalinai ją atitinkantis, nes jame mažiau tyrinėjama tapatybės problematika) paminėtina jau aptarta A. Vinciūnienės apginta mokslų daktarės disertacija (2010) apie ES komunikacijos politiką Baltijos šalyse, taip pat LT įvaizdžio ir nacionalinės tapatybės tyrimai (pvz., Martišius, 2009) ar tapatybės, nesusietos su europietišku, tačiau susietos su komunikaciniais instrumentais, tyrimai (pvz. Černevičiūtė, 2006); *e) įtikinėjimo procesų tyrimai LT ir užsienyje bei europietiškosios ir transnacionalinių tapatybių tyrimai užsienyje*. Įtikinėjimo procesus ir jų įtaką komunikaciniam tapatybių konstravimui LT analizuoja, pvz., Mažeikis (2006, 2010) ir kt. Užsienyje lietuviškosios ir europietiškosios tapatybės sandūros yra beveik netyrinėjamos, išskyrus atvejus, kai lietuviškoji nacionalinė tapatybė ES šalių narių pavidalu yra inkorporuojama į transnacionalinės tapatybės rėmus (pvz., Risse, 2010; Herrmann, Risse-Kappen, Brewer, 2004; Cerutti, Luca-relli, 2008; Checkel, Katzenstein, 2009; ir kt.). Pastebėtina, kad *d) ir e) tipo tyrimuose atsiveria mažai tyrinėta erdvė: kryptingų komunikacinių įtikinėjimo veiksmų ir tuo kuriamo*

diskurso sociopolitinėje viešojoje erdvėje, konstruojančių europietiškąją lietuvių tapatybę, analizė.

Įtikinėjimo procesų tyrimai Lietuvoje. Verta pastebėti, kad Lietuvos akademiniame diskurse įtikinėjimas, kuris kaip speciali komunikacijos forma yra analizuojamas disertacijoje, yra labiau siejamas su lingvistikos nei su komunikacijos mokslais ar bent jau lingvistinė įtikinėjimo tyrimų kryptis yra labiau matoma (pvz., Gabrėnaitė, 2010, 2006; Dobržinskienė, 2007; Koženiauskienė, 2001). Pažymėtina ir tai, kad lietuviškasis lingvistinis požiūris į įtikinėjimo procesus nusako *įtikinimą kaip rezultatą*, retoriką ir retorinį argumentavimą – tokios įtikinimo sampratos yra pakankamai logiškos turint omenyje tai, kad retoriniai argumentai savaime yra (turi būti) orientuoti į tikslą, o ne į tuščią kalbėjimą, koku pavirstų retorikos atvejai, nepasiekę užsibrėžto tikslo. Todėl įtikinėjimas kaip procesas čia yra labiau suprantamas kaip kelias iki būtino įtikinimo kaip rezultato ir darbe plačiau neanalizuojamas. Ypatinga yra ir lietuviškoji įtikinimo tyrimų terminologija. Čia vartojamas terminas *persvazija* (lot. *persuasio*, angl. *persuasion*; Gabrėnaitė, 2010, 2006; Dobržinskienė, 2007; Papaurėlytė-Klovienė, 2007; Koženiauskienė, 2001) ir laikoma, kad jis nusako pagrindinį retorikos, kaip įtikinimo mokslo, tikslą. Lyginant šią lietuviškąją lingvistinę įtikinimo tyrimų perspektyvą ir procesinę įtikinėjimo paradigmą pažymėtina, kad šiame darbe bus laikomasi būtent pastarosios paradigmos konceptų ir bus siekiama šiuos konceptus integruoti į konstruojamą *tinklinį silpnojo visuomenės įtikinėjimo modelį*. Panašią įtikinėjimo sampratą ideologiniu požiūriu Lietuvoje plėtoja Mažeikis (pvz., 2008; 2009; 2010).

Savanoriškos veiklos tyrimai Lietuvoje. Išsamiau savanoriškos veiklos tyrimai Lietuvoje (taip pat ir pasaulyje) yra aptariami 1.1 disertacijos poskyryje; šioje įvado dalyje verta atkreipti dėmesį į tai, kad Lietuvoje neesama daug mokslinių savanoriškos veiklos sektoriaus tyrimų; svarbiausia čia paminėtini darbai yra Jonutytės, 2000, 2007; Juknevičiaus ir Savickos, 2003; Savickos, 2005; Butkuvienės, 2005, iš dalies – Mažeikio, 2007. Pastaraisiais metais – ir ruošiantis *Europos savanoriškos veiklos metams*, ir juos įgyvendinant – ypač padaugėjo įvairių sociologinių apklausų apie visuomenės požiūrį į savanorystę, kurių rezultatais remiantis, daugiausia ir sprendžiama apie visuomenės

nuostatų kaitą šios veiklos atžvilgiu (žr. šio darbo šaltinių sąrašą: *Savanorystė Lietuvoje. Lietuvos gyventojų...*, 2008; *Savanorystė Lietuvoje. Lietuvos gyventojų...*, 2010; *Savanorystė Lietuvoje*, 2010; *Požiūriai į savanorišką veiklą...*, 2011; *Europoje vyraujančių savanorystės...*, 2011 ir kt.). Tačiau, kaip ir teigiama darbe, dažnai šios apklausos buvo inicijuojamos ne akademinio siekio tirti atitinkamų socialinių nuostatų kaitą, bet įvairių savanorystės populiarinimo veikėjų šalyje, todėl turi būti vertinamos atsargiai išigilinant į savanorystės sampratą ir tyrimų metodologiją, kuriomis jos remiasi.

Lietuvoje mažai tirta savanoriškos veiklos populiarinimo visuomenėje sritis – daugiausiai dėmesio tam skiriama universitetiniuose įvairių studijų programų baigiamuosiuose darbuose. Taip pat dar nėra tirta nacionalinė *Europos savanoriškos veiklos metų* komunikacija, plėtota įgyvendinant šią programą. Juo labiau šių metų komunikaciniai veiksmai nėra siejami su europietiškujų vertybių sklaida ES ir Lietuvoje bei nacionalinės tapatybės europietizacija kaip tam tikra socialinio pokyčio programa. Toks požiūris į savanoriškos veiklos populiarinimą yra plėtojamas šioje disertacijoje.

Darbo naujumas ir mokslinė vertė bei jo struktūra. Išskirtinas *teorinis, metodologinis* ir *empirinis* darbo naujumas; tais pačiais aspektais ir jo mokslinė vertė, kurių pristatymas tiesiogiai siejasi su darbo struktūros pristatymu.

Pirmojoje dalyje savanoriškos veiklos populiarinimas Lietuvoje aptariamas predispozicijų aspektu; čia siekiama įrodyti, kad, norint keisti visuomenės nuostatas ir elgesį, pirmiausia turi būti žinomos jos istorinės patirtys ir tradicijos konkrečiu klausimu; analizuojama, koks savanoriškos veiklos supratimas, kuriam įtaką daro sovietinė Lietuvos patirtis, savanorystės kaip savanoriškos krašto apsaugos samprata, ekonominiai šalies sunkumai, individualistinis mąstymas ir kiti veiksniai galimai dominuoja kolektyvinėje lietuvių sąmonėje. Teorinėje dalyje teigiama, kad savanoriškos veiklos populiarinimas Lietuvoje teoriniu požiūriu yra sietinas su pozityviu visuomenės nuostatų formavimu, taigi ir socialinės inžinerijos programomis, kurios komunikaciniu požiūriu gali būti siejamos su plėtros komunikacija ir visuomenės modernizacijos siekiu. Teorinės darbo dalies esmė, atspindinti ir keliamų idėjų naujumą, – idėja, kad socialinės inžinerijos programos (šio darbo atveju – savanoriškos veiklos populiarinimas Lietuvoje) komunikaciniu požiūriu gali būti įgyvendinamos per

tinklinį visuomenės įtikinėjimą, kuri palaiko į tikinėjimo veiklas įsitraukusios organizacijos, suinteresuotos propaguojamu socialiniu pokyčiu. Teigiama, kad tokio įtikinėjimo esmė yra ne kurti ilgalaikes tvirtas tapatybes, o priešingai, užtikrinti tik trumpalaikę įtaką individo nuostatomis, grindžiant tokią poziciją šiuolaikinio pasaulio keliamais iššūkiais asmens identitetui. Disertacijoje toks įtikinėjimo būdas yra vadinamas *silpnuoju įtikinėjimu*; tokio įtikinėjimo kompleksai – *mažaisiais diskursais*, o tinklinės organizacijų, palaikančių silpnojo įtikinėjimo procesus, sąveikos yra pasitelkiamos siekiant užtikrinti komunikacinio veiksmo įvairiapusiškumą ir platumą bei laikantis nuostatos, kad daugiau komunikacinę žinią platinančių veikėjų lemia didesnę socialinę jos įtaką – pastarosios teorinės darbo nuostatos atspindi naują požiūrį į šiuolaikinius visuomenės įtikinėjimo procesus.

Antrojoje – metodologinėje – darbo dalyje, remiantis teorinėmis prielaidomis apie tinklinį silpnąjį visuomenės įtikinėjimą, sukonstruojamas tokio įtikinėjimo modelis, leidžiantis aptarti kryptingą mažųjų diskursų raišką praktikoje ir identifikuoti įvairius teorijoje fiksuojamus tinklo veikėjų vaidmenis įgyvendinant socialinio pokyčio programas. Čia yra aptariamoms metodologinėms prieigoms konstruojant tokio modelio raiškos praktikoje tyrimą ir teigiama, kad siekiant iširti kokių nors socialinės inžinerijos programų (pvz., savanorystės populiarinimo) įgyvendinimą tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo požiūriu, būtina pasitelkti ir derinti kritiškosios diskurso analizės ir socialinio tinklo analizės tyrimų technikas. Šio modelio kaip analitinio ir praktinio komunikacinių socialinio pokyčio programų įgyvendinimo instrumento sukonstravimas bei minėtų tyrimų technikų derinimas atspindi metodologinį darbo naujumą. Šioje darbo dalyje yra pateikiamas ir savanoriškos veiklos populiarinimo Lietuvoje tyrimo dizainas bei duomenų rinkimo instrumentai, padėsiantys tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo modelio atžvilgiu įvertinti savanorystės populiarinimo diskursą, palaikytą Lietuvoje 2011 m.

Trečiojoje darbo dalyje pateikiami atlikto tyrimo rezultatai: pristatoma atlikta pirminė *svarbiausių* visuomenės įtikinėjimo tinklo, populiarinusio savanorystę, veikėjų *identifikacija* bei aptariami organizaciniai jų veiklos sektoriai; pateikiama surinkto savanorystės populiarinimo diskurso analizė bei užfiksuoto organizacinio tinklo veiklos analizė. Tyrimo rezultatų pristatymas baigiamas diskusija apie 2011 m. palaikytą

savanoriškos veiklos ir savanorių įvaizdžių sąsajas su teorinėmis silpnąjo visuomenės įtikinėjimo nuostatomis bei organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo veiklos įtaka šių įvaizdžių sklaidai. Pažymėtina, kad tokio tipo empirinių tyrimų Lietuvoje nėra atlikta, o savanoriškos veiklos sektorius komunikaciniu požiūriu (savanorystės populiarinimo akcijų analizė ir pan.) kol kas daugiausia buvo tiriamas studentų bakalaurantų ir magistrantų darbuose.

Disertacija baigiama suformuluotomis viso darbo išvadomis ir rekomendacijomis dėl praktinio tinklinio silpnąjo visuomenės įtikinėjimo taikymo. Darbas gali būti vertingas Lietuvos komunikacijos, visuomenės mokslų, antropologų, iš dalies – politologų bendruomenei, NVO sektoriui, socialinės politikos formuotojams.

Tyrimo chronologinės ribos. Laiko požiūriu analizuojamas atvejis apibrėžiamas kaip nuo **2011 m. sausio 1 d.** iki **2011 m. gruodžio 31 d.** trunkantis proginis ES socialinės politikos įgyvendinimo procesas.

Darbo rezultatai ir disertacijos išvados.

Teorinės darbo išvados: Disertacijos teorinėje ir metodologinėje dalyse, remiantis *socialinės inžinerijos, sociotechninės paradigmos, predispozicijų analizės, plėtros komunikacijos, organizacinių tinklų, visuomenės įtikinėjimo* ir kt. teorijomis bei *socialinio tinklo analizės* ir *kritinės diskurso analizės* metodologiniais tyrimo instrumentais, buvo sukonstruotas ir konceptualizuotas *tinklinio silpnąjo visuomenės įtikinėjimo modelis* kaip analitinis ir praktinis instrumentas planingo pozityvaus socialinio pokyčio programoms planuoti ir tirti, kurio teorinis pagrindimas suponuoja sekančias išvadas:

1. Savanoriškos veiklos populiarinimą Lietuvoje 2011 m. komunikaciniu požiūriu siejant su technologinėmis *planingo visuomenės nuostatų keitimo* koncepcijomis, galima teigti, kad konceptualiuoju lygmeniu socialinės inžinerijos teorija pakankamai paaiškina suplanuotų visuomenės identiteto transformacijų galimybes, tačiau neapima praktinės jų pusės. Tai išplėtoja podgoreckiškosios sociotechnikos paradigma, kuri drauge atriboja ir negatyviausias istorines socialinės inžinerijos asociacijas nuo modernių ir pozityvių jos formų. Galiausiai nei socialinė inžinerija, nei sociotechninė paradigma neskiria pakankamai dėmesio **komunikaciniam** visuomenės įtikinėjimui keisti nuostatas vienu ar kitu klausimu, todėl

būtina į šias teorijas integruoti komunikacinę paradigmą, kuria šiuo atveju pasirenkama plėtros komunikacija, labiausiai atitinkanti socialinės inžinerijos konceptualųjį turinį. Tokia aptartų teorijų sintezė leidžia laikyti jas išplėtota metodologine teorine prieiga analizuoti visuomenės įtikinėjimą savanoriauti ar kitus „europietiškujų“ vertybių komunikacijos atvejus arba juos planuoti praktikoje.

2. Disertacijoje pozityvių socialinių pokyčių programų įgyvendinimo kontekste siekiant konceptualizuoti ir sukonstruoti *tinklinį silpnojo visuomenės įtikinėjimo modelį*, buvo teoriškai pagrįsta ir pasiūlyta įvairiose visuomenės įtikinėjimo kampanijose fiksuojamas tinklines organizacines sąveikas vertinti kaip atliekančias apibendrintą *žinios siuntėjo* vaidmenį, kurio raiška nurodo į procesinę komunikacijos sampratą, o komunikacinės intencijos – į sociotechninės programos įgyvendinimą. Aptarta, kad tokia žinios siuntėjo komunikacinė veikla kyla kaip tam tikrų ideologinių paskatų (pvz., modernizacijos skatinimo, o šio darbo atveju – savanoriškos veiklos populiarinimo kaip europietiškujų vertybių sklaidos) išdava, įgyvendinama per suplanuotą komunikacinę programą. Socialinio poveikio, kurį gali sukurti toks tinklas, prielaidos modelyje yra parodomos per *sociokultūrinio* visuomenėje veikiančio *konteksto*, *kolektyvinių predispozicijų* ir užfiksuotų visuomenės *nuostatų* konkrečiu klausimu integraciją į sociotechninę programą bei į tinklo palaikomo įtikinėjimo *turinį* (žr. toliau žemiau apibendrintas modelio formulavimo ir jo turinio prielaidas). Modelio raiškos praktikoje galimybės yra apibrėžiamos per programinio pokyčių planavimo ir projektinio finansavimo prieigas, nurodančias į atskirų visuomenės įtikinėjimo projektų kūrimą ir įgyvendinimą, tuo užtikrinant visuomenės įtikinėjimo kompleksų sąjungą į diskursą.

2.1. Predispozicijų analizės svarba įgyvendinant (komunikacines) socialinių pokyčių programas yra akcentuojama disertacijoje pasitelktose Podgoreckio *sociotechnikų* ir Rogerso *plėtros komunikacijos* paradigmose, kuriose ši užduotis siejama su *sociokultūrinių vertybių* analize, padedančia žemėlapiuoti reiškiamas tikslinės grupės, į kurių vertybių sistemos kaitą ir yra orientuota konkreti socialinio pokyčio programa, nuostatas, planuoti pokyčių programų turinį ir numatyti jų ribas bei kliuvinius. Tokia pati pozicija yra palaikoma ir disertacijoje aptartuose savanorišką veiklą visuomenėse analizuojančiuose

tyrimuose, kuriuose yra pabrėžiama, kad savanoriškos veiklos lygį šalyje lemia tiek esama socioekonominė situacija, tiek istorinės tradicijos ir patirtys, kurios sąlygoja ir esamas visuomenės nuostatas savanorystės atžvilgiu. Būtent istorinės tradicijos šioje situacijoje siejasi su specifinio socialinio konteksto veiksmu, įsilieja į jį ir kognityvinėje visuomenės sąmonėje išsireiškia specialiomis *predispozicijomis*: bendrosiomis vertybėmis, tradicijomis, kolektyvine atmintimi apie kurią nors visuomenės institutą ar socialinę sritį, šio darbo atveju – laisvu noru paremtą neatlygintą veiklą visuomeninėse organizacijose, humanistinę pagalbą jos laukiančiam žmogui ar bendruomeninę veiklą.

2.2. *Silpnasis įtikinėjimas* kaip konkuruojantys, persiklojantys ar vienas kitą papildantys, praplečiantys pasakojimai, dar daugiau – viena kitą demaskuojančios, neutralizuojančios ar pratęsiančios istorijos sukuria nuolatinio kalbėjimo erdvę, kurioje dėl individo vertybių sistemos bent laikino ar dalinio pertvarkymo, dėmesio, socialinės įtakos laukų kovoja įvairios socialinės jėgos. Pažymėtina, kad tokie pasakojimai, kurie sukuria *mažųjų diskursų* kompleksus, generuojančius *švelniąją įtikinėjimo galią*, neneigia *didžiųjų diskursų* galios ir lygiai taip pat nesprendžia šiuose diskursuose įtvirtintų subordinacijos problemų. *Silpnasis įtikinėjimas* ir jo kompleksai yra tiesiog kitokia visuomenių kasdienybės organizavimo, pozityviųjų komunitarinių vertybių, savivaldos ir saviorganizacijos idėjų sklaidos priemonė, nesiekianti išsiskverbti į galios santykius plačiaja prasme ir kurti tvirtų identitetų, o savo *švelniąją galią* teprižiūrinti *mažųjų ideologijos subjektų* vertybių sistemas ir elgesio formas.

3. Planuojant sukonstruoto tinklinio silpnąjo visuomenės įtikinėjimo modelio raiškos praktikoje tyrimus ir derinant kritiškosios diskurso analizės bei socialinio tinklo analizės tyrimų technikas, pažymėtina, kad mažieji diskursai nekuria ilgalaikių tapatybių ir nenurodo į vienos kurios nors ideologijos įtvirtinimą, todėl ir tokių diskursų tyrimai neišryškina socialinio dominavimo situacijų, į kurių demaskavimą paprastai yra nukreipta kritiškoji diskurso analizė kaip tyrimo technika. Atsakant į klausimą, ką tinklinio silpnąjo visuomenės įtikinėjimo tyrimuose kritikuoja suformuota tyrimo technika, paremta kritiška diskurso analize, reikia pasakyti, kad jis kritikuoja a) specialius įtikinėjimo argumentų pasirinkimo sprendimus teorinės silpnąjo įtikinėjimo idėjos atžvilgiu ir b) organizaciniame įtikinėjimo tinkle įvykstančias specialias tarporganizacines resursų dalijimosi sąveikas, darančias įtaką

kuriamam diskursui. Pastarasis principas dar gali būti pavadinamas *podgoreckiškųjų sociotechninės programos veikėjų vaidmenų kritika*, atskleidžiančia diskutuotiną šių vaidmenų reikšmę organizuojamo silpnojo visuomenės įtikinėjimo kampanijų galimam efektyvumui. Būtent šiai tarporganizacinių resursų dalijimosi sąveikai kritikuoti tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo tyrimuose ir yra aktualu panaudoti *socialinio tinklo analizės techniką*, kuri į kritiškosios diskurso analizės analitines kategorijas integruojasi kaip *socialinių veikėjų (organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo narių) vaidmens identifikavimo* tiriamoje situacijoje būdas.

Empirinės darbo išvados: aukščiau aptartas teorines ir analitines nuostatas disertacijoje pritaikius specialiai socialinio pokyčio programai, įgyvendintai Lietuvoje 2011 m. – *Europos savanoriškos veiklos metams* – tirti komunikaciniu aspektu, t. y., siekiant išsiaiškinti, kaip šie metai šalyje buvo įgyvendinti komunikaciniame lygmenyje bei kaip šis jų įgyvendinimas siejasi su *tinklinio silpnojo visuomenės įtikinėjimo* koncepcija, gautos tokios išvados:

1. Siekiant identifikuoti galimas kokybines savanorystės predispozicijas kolektyvinėje lietuvių tautos sąmonėje, buvo įvertintos pagrindinės istorinės, vertybinės, sociokultūrinės ir kt. situacijos, kurių analizė, atlikta per esamų sociologinių tyrimų bei kt. literatūros apžvalgą, leidžia Lietuvoje dominuojantį supratimą apie neatlygintą asmeninio laiko skyrimą bendram labai sieti su *bendruomeninės savitarpio pagalbos, kylančios iš tarpukario Lietuvos kaimo talkos, krikščioniškosios pasaulėžiūros ir atjautos tradicijų*, politizuotos ir integruotos į *privalomąsias sovietmečio visuomenines akcijas ir veiklas*, susietas su „*komunizmo statybos*“, *socialistinės visuomenės idealais* ir besiasocijuojančias su *privalomosiomis sovietmečio šventėmis bei paradais*, eskizus. Pototalitarinėje Lietuvoje šie įvaizdžiai pirmiausia buvo papildyti *patriotinėmis darbo tautai sampratomis* (pvz., Sąjūdžio veikla), *pasiaukojančia* (su menkais žmogiškaisiais ir techniniais ištekliais), tačiau *neprofesionalia krašto gynyba nuo išorės priešų*, galiausiai – atgaivintais *atjautos ir krikščioniškosios pagalbos* vaizdiniais.

2. O **savanorio** sampratai istorinės patirtys turėjo mažiau įtakos: jis suprantamas kaip *karys*, kaip *pagalbą senyviems, neigaliems ar sergantiems žmonėms teikiantis* išimtinai

jaunas žmogus, o jo apsisprendimas imtis savanoriškos veiklos siejamas su *jaunatviška energija, laiko turėjimu, savo kelio neradimu, idealizmu*, kartais – *naivumu* ir pan. Šiuolaikinėje lietuviškoje pasaulėžiūroje savanorystė beveik nesiejama arba mažai tesiejama su *politiniu darbu* (kalbant apie jį šiame kontekste, prisimenamas sovietmetis), *neformaliuoju ugdymu(si)*, *socialiniu solidarumu*, *pilietiniu aktyvizmu* ir pan. Įdomu tai, kad būtent pastarieji 3 vaizdiniai yra įtvirtinti ES instituciniame diskurse apie savanorišką veiklą. Tokios (1 ir 2 punktuose aptartos) kolektyvinės nacionalinės predispozicijos savanoriškos veiklos atžvilgiu tyrime buvo laikomos kategoriniu atskaitos tašku atliekamoje surinkto institucinio diskurso analizėje.

3. *Nacionaline* Europos savanoriškos veiklos metų įgyvendinimą Lietuvoje *koordinuojančia institucija* paskirta Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, rengdama šių metų įgyvendinimo programą, akcentavo interaktyvų *programos* rengimo santykį su realia savanorystės situacija šalyje, tačiau šis santykis nėra, pvz., *kolektyvinių predispozicijų analizės* tipo, o nurodo pirmiausia į tiesioginį kooperacinį darbą su šalies nevyriausybinio sektoriumi. Nors programoje ir yra pateikiama situacijos analizė, ji fragmentiškai nurodo į esamą situaciją savanoriškos veiklos srityje, neanalizuoja esamų kolektyvinių predispozicijų savanorystės atžvilgiu ir menkai tenurodo į reikalingą komunikacinių sprendimų dėl savanorystės populiarinimo turinį.

4. Tyrimas parodė, kad šalyje vyrauja *institucinis savanoriškos veiklos* supratimas ir būtent su tokio pobūdžio savanorystės stiprinimu buvo susijusios ir jos populiarinimo akcijos. Savanorystės stiprumas ir populiarumas yra siejamas tiek su valstybės stiprumu, tiek – ypač – su nevyriausybinių sektoriaus stiprumu. Ministerijos parengtoje *Savanoriškos veiklos metų įgyvendinimo programoje* savanorystės reiškinyje ir aktualumas daugiausia atskleidžiamas kaip nevyriausybinių organizacijų veiklos baras ir pagrindas, tuo sukuriant išpūdį, kad savanoriškos veiklos populiarinimas ir plėtojimas visuomenėje ir yra svarbiausias būtent NVO sektoriui. Šiai nuostatai nuosekliai pritaria ir patys nevyriausybinkai, teigiantys, kad investicijos į NVO sektorių, o ne išlaidos savanorystės populiarinimui geriausiai stiprintų šią sritį.

5. Ištyrus 2011 m. paskelbtus ir dominuojančius ES institucijų, žiniasklaidos, nevyriausybinių sektoriaus, politinius ir privačių organizacijų tekstus apie savanorišką veiklą, galima teigti, kad šiuos diskursus sieja aukštas tematinio ir vertybinio tarpusavio sutapimo laipsnis, t. y., fiksuotinas aukštas diskursų homogeniškumas įvaizdiniu savanoriškos veiklos lygmeniu. Įdomu tai, kad Lietuvos viešojoje erdvėje fiksuotuose organizaciniuose savanoriškos veiklos populiarinimo diskursuose ypač sutapo formuojamas savanoriškos veiklos įvaizdis, kuriam buvo ypač būdinga išryškinto pozityvumo ir sąsajų su pramogomis dominantė. Tačiau skirtis čia gali būti fiksuojama tarp žiniasklaidos, NVO, privataus sektoriaus kurtų tekstų ir ES institucinių tekstų apie savanorišką veiklą: pastaruosiuose savanorystė siejama tiek su socioekonominė gerove, tiek su pozityviais efektais bendruomenių ir visuomenių raidai, tiek su asmenine neformalia saviugda ir šios sąsajos aptariamos konkrečiais argumentais; tuo tarpu analogiški argumentai lokaliuose nacionaliniuose tekstuose yra išreiškiami daugiausia individualiomis savanorių patirtimis ir emocijų kalbėjimu apie savanoriškos veiklos teikiamą pasitenkinimą. Pastebėtina, kad čia tokie argumentai esti daug abstraktesni; taip pat vyrauja kasdienių su savanorystės raiška susijusių problemų aptarimas. Tačiau jokiame organizaciniame sektoriuje beveik nefiksuojamas kritinis diskursas apie savanorišką veiklą, priešingai nuo tyrimo dalyvių komentaruose išryškėjusių tirtą organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo vertinimų. T. y., visuose tekstuose dominuoja išskirtinai pozityvūs šios veiklos įvaizdžiai, nėra aptariami su savanoryste susiję pavojai ir neigiamieji savanoriškos veiklos raiškos pavyzdžiai (savanorystės imitacija, simuliacija ir pan.). Nors tyrimo informantai pažymi, kad pakilus, džiaugsmingas nusiteikimas savanorystės atžvilgiu yra natūralus, jie taip pat pripažįsta, kad ypač pozityvus šios veiklos įvaizdis nepadedą atskleisti tikrosios jos esmės, o lemia madingumo, trumpalaikių savanorystės formų įsigalėjimą (kurios, beje, nėra vertinamos tik blogai).

Kaip ištirtas savanoriškos veiklos populiarinimo diskursas siejasi su disertacijoje konceptualizuotu *silpnuoju įtikinėjimu*? Kvietimas savanoriauti 2011 m. Lietuvoje skambėjo šalia įvairių kitų komunikacinių akcijų, kviečiančių įsitraukti į įvairias viešąsias veiklas, prisidėti prie viešojo vairo (savanoriškos veiklos populiarinimas buvo *tik viena iš*

viešųjų ES iniciatyvų, o įvairios ES iniciatyvos buvo *tik maža dalis* visų kitų 2011 m. Lietuvoje vykusių komunikacinių akcijų). Savanorystė nebuvo pristatoma kaip vienintelė ir esminė sėkmingo šalies vystymosi sąlyga, būtina tolesniam jos buvimui bendrojoje ES geopolitinėje ir Europos kultūrinėje erdvėje ar privaloma priimti šiuolaikiniam europiečiui. Savanorystę populiarinančios istorijos įsiliejo į bendrąją informacinį lauką ir pateikė tik vieną iš galimų pasirinkimų visuomenei, ir tuo jos siejasi su teorinėje darbo dalyje aptartomis *mažųjų pasakojimų, lokaliųjų naratyvų, konkuruojančių vertybinių istorijų* idėjomis. Šios mažosios istorijos prisideda prie nenutrūkstančio, *permanentinio individo nuostatų formavimo proceso*: europietiškoji tapatybė, kurios dalimi laikytinas aktyvus savanoriavimas, yra kuriama kaip įvairių humanistinių, socialinių ir kultūrinių vertybių, būdingų Europos kultūrai, visuma. Tokios vertybės atsispindi ir bendrojoje ES politikoje – tai *piliečių judumo, mokymosi visą gyvenimą* skatinimas, *atviros kaimynystės* puoselėjimas, *tolerancijos, atvirumo* ugdymas ir t. t.

Tiriant surinktų tekstų turinį, išryškėja jo glaudžios sąsajos su šiuolaikiniame pasaulyje dominuojančia *okuliarcentristine kultūra*: savanoriškos veiklos populiarinimo žinutės, kaip identifikuota anksčiau, kuria išskirtinai patrauklius *savanorio* ir *savanorystės* vaizdinius, asocijuojamus su pozityvia savanorystės įtaka asmeniui, bendruomenei, aplinkai, visuomenei. Šiuo ir kitais įtikinėjančių žinučių turinio elementais savanoriškos veiklos populiarinimo diskursas, fiksuotas 2011 m. Lietuvoje, tiesiogiai siejasi su *iracionaliais įtikinėjimo metodais*. Iracionalus įtikinėjančių žinučių argumentavimo būdas remiasi populiarinamo objekto emocinio patrauklumo formavimu ir būtent tokia argumentacija yra pasitelkiama tirtuose diskursuose apie savanorišką veiklą bei savanorystės mikroistorijose. Pastebėtina, kad nebent ES instituciniame diskurse konstruojant savanoriškos veiklos, kaip svarbios visuomenės sambūvio sąlygos, paveikslą buvo pasitelktas racionalesnis argumentavimo būdas siekiant išryškinti savanoriškos veiklos santykį su mokamu darbu, savanorystės įtaką neformaliai asmens ugdymuisi, šalies ekonominei gerovei, visuomenių ir bendruomenių vystymuisi ir t. t. Tačiau ir racionalaus argumentavimo metodas ES instituciniame diskurse buvo maskuojamas emocijomis grįstu pakiliu, nebiurokratišku, poetišku kalbėjimu. O tirtame Lietuvos politinės aplinkos diskusijos dėl savanoriškos

veiklos fragmente galima matyti, kad netgi LR Seimo, Vyriausybės narių išsakyti argumentai „už“ arba „prieš“ *Savanoriškos veiklos įstatymo* priėmimą rėmėsi iracionaliais įsivaizdavimais, asmenine nuomone ir savanoriškos veiklos suvokimu.

Kompleksiškai žvelgiant į visus aukščiau aptartus institucinius kalbėjimo apie savanorišką veiklą būdus, galima teigti, kad jų visuma nurodo teorinėje darbo dalyje aptartus įtikinėjančius *mažuosius diskursus* – siektiną dominuojantį žinojimą apie savanorystės idėją ir savanorio vaizdinius, neprimetantį šių vaizdinių kaip privalomos Europos piliečio tapatybės dalies, tačiau išryškinantį pozityviają savanorystės įtaką šiai tapatybei. Šiuo požiūriu galima teigti, kad tyrimo metu nustatytas padidėjęs Lietuvos visuomenės susidomėjimas savanoriškos veiklos sritimi, tyrimo dalyvių pastebėtas jaunų žmonių antplūdis į pramoginius savanorystės projektus gali būti vertinamas kaip *mažųjų ideologijos subjektų* raiška. *Švelnioji* mažųjų savanorystės populiarinimo diskursų *galia*, išnaudojanti savo potencialą pritraukti visuomenės dėmesį, drauge kuria *mažuosius savanorystės srities subjektus* – pvz., trumpalaikius savanorius, kurie ateina savanoriauti dėl to, kad „taip daro visi“, kad „tai yra smagu“, kad „tai yra madinga“ ir t. t. Nutrūkus mažiesiems įtikinėjimo diskursams, niveliavusis švelniajai šių diskursų galiai, dezintegruojasi ir pats mažasis savanorystės srities subjektas, taip ir netapęs *didžiuoju subjektu* – nuolatinio savanoriu. Tik dalis trumpalaikių savanorių tampa ilgalaikiai, o tai reiškia, kad įtikinėjanti savanorystės populiarinimo diskursų galia padeda atkreipti dėmesį į šią sritį, tačiau nebūtinai pritraukia ilgalaikius savanorius. Tačiau, kaip apibrėžta teorinėje darbo dalyje, tai ir nėra *silpnojo visuomenės įtikinėjimo* tikslas: komunikaciniu požiūriu tokio *įtikinėjimo* tikslas yra perkrautame informaciniame lauke skleisti savanoriškos veiklos vertybes ir atkreipti visuomenės dėmesį į ją; o ilgalaikė savanorystė turi būti kuriama kitais poveikio mechanizmais, apie kuriuos kalbėjo ir tyrimo informantai.

Pagrindinis tirtų diskursų skirtumas nuo konceptualizuoto silpnojo įtikinėjimo yra menka jų orientacija į *sociokultūrinių vertybių* analizę. Ši analizė, kaip apibrėžta darbo dalyje apie sociotechninių programų vykdymą, yra būtina, nors 2011 m. Lietuvoje vykęs savanorystės populiarinimas rėmėsi išskirtinai universaliais simboliais, taikytais visoje ES. Beveik nefiksuojama kultūriškai, istoriškai specifinių savanorystės populiarinimo simbolių,

atliepančių kolektyvines nacionalines patirtis. Taigi vykęs savanoriškos veiklos populiarinimas nebuvo siejamas su lietuviškųjų predispozicijų savanorystės atžvilgiu analize. Tokia komunikacinė strategija galėjo lemti ir tai, kad, kaip rodo atliktas tyrimas, LR Vyriausybei iš esmės nepavyko atkreipti vyresnio amžiaus žmonių dėmesio į savanorišką veiklą.

Kaip silpnasis visuomenės įtikinėjimas savanoriauti buvo kuriamas organizaciniame visuomenės įtikinėjimo tinkle? Pastebėtina, kad LR socialinės apsaugos ir darbo ministerija, formuodama savanorystės populiarinimo strateginius ir taktinius veiksmus, nuo pat pradžių užėmė biurokratinę koordinatorės poziciją, tuo iniciatyvų kūrimo, veiklų įgyvendinimo ir uždavinių vykdymo funkcijas iš esmės deleguodama kitoms organizacijoms – toks pasirinkimas motyvuojamas minėta vyraujančia nuostata, kad savanoriška veikla yra NVO sektoriaus veiklos baras ir tai patvirtina tiek Ministerijos parengtos *Savanoriškos veiklos metų įgyvendinimo Lietuvoje programos* analizė, tiek interviu su tyrimo dalyviais. Dėl to, remiamos konkursiniu būdu, savanoriškos veiklos populiarinimo 2011 m. imasi įvairios Lietuvos organizacijos, kurių konkrečios veiklos sritys leidžia šias organizacijas skirti į tam tikrus organizacinius sektorius, pvz., *nevyriausybinį, žiniasklaidos, privatų, ES institucinį* ir t. t. Šiems sektoriams priklausančios atskiros organizacijos bendradarbiauja daugiausia su kitų sektorių organizacijomis ir tokiu būdu kuria *visuomenės įtikinėjimo tinklą* savanorystei populiarinti. Komunikacinė šio tinklo veikla realybėje pasireiškia kaip įvairialypio organizacinio diskurso, kuris buvo tirtas šiame darbe, kūrimas ir sklaida.

Pastebėtina, kad savanorystės populiarinimo projektuose daugiausia NVO yra jų iniciatorės ir vykdytojos, o kitų sektorių organizacijos tokius projektus palaiko finansiškai ar remia kitais resursais. Tai gali būti sietina su vyraujančia nuostata, kad savanorystės idėja apskritai yra aktuali nevyriausybiniam sektoriui bei su tuo, kad kitų sektorių organizacijos kaip pagrindinę vykdo kitokio pobūdžio veiklą, o prisidėjimas prie savanorystės populiarinimo suteikia joms pridėtinę tokios veiklos vertę. Identifikuoti organizaciniai sektoriai ir nusistovėjusios jų atsakomybės bei funkcijos besiformuojančiame visuomenės įtikinėjimo tinkle daugiausia siejasi su demokratiniu įtikinėjimo modeliu, kuriam būdinga

mažesnė priklausomybė nuo centrinių valdžios institucijų. Viena vertus, toks modelis užtikrina pliuralistinę nuomonių ir komunikacinių žinių raišką, kita vertus – negali užtikrinti, kad organizaciniame visuomenės įtikinėjimo tinkle visi jo vienetai būtų susieti pakankamai intensyviais tarpusavio ryšiais.

Po 2011 m. Lietuvoje išliko didelis savanorystę populiarinančių organizacijų išsiskaidymas, kuris matyti tiek pirminiame žemėlapyje, tiek fiksuotas tyrimo dalyvių vertinimais. Dėl vienintelės savanorystės populiarinimą ir savanorystę šalyje koordinuojančios organizacijos NVO sektoriuje nebuvimo čia besikuriantys judėjimai yra linkę pasivadinti vardais, menamai orientuojančiais į minėtų veiklų koordinavimo nacionaliniu lygmeniu vaidmenį. Pvz., dalis analizuojamų nevyriausybinų organizacijų yra pasivadinusios *asociacijomis, sąjungomis, aljansais, centrais* – t. y. žodžiais, semantiškai nusakančiais tam tikrą *su(si)vienijimą* ar *su(si)telkimą* į *visumą*. Paties tirtu organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo, kūrusio ir palaikiusio savanorystės populiarinimo diskursą šalyje, po 2011 m. pabaigos beveik neliko, t. y. iki šiol veikia tik atskiri jo fragmentai (kaip teigia tyrimo dalyviai, „kas populiarinio savanorystę anksčiau, tas populiarins ją ir ateityje“), o tai reiškia, kad tinklo stiprumas yra susijęs tik su vykdomų įtikinėjimo veiklų projekcija laike – pasibaigus suplanuotoms veikloms, išnyksta ir jas palaikiusios tarporganizacinės sąveikos. Toks tinklo laikinumas ir jo veiklos principai atitinka Mažeikio (2010) aptartus šiuolaikinių *trumpalaikių projektinių bendruomenių* (minėtos 1.4 poskyryje) veiklos principus. Antra vertus, tokio tinklo dezintegracija gali nurodyti ir į savanoriškos veiklos projektų imitacinį ir simuliacinį pobūdį – apie tai užsimena ir tyrimo informantai. NVO ir kitos organizacijos simuliuoja milžinišką savanorystės aktyvumą, kuris išnyksta, kai baigiasi suplanuotas finansavimas tokiems projektams įgyvendinti. Šiuo požiūriu pasitvirtina kai kurių tyrimo dalyvių pasisakymai, kad apie komunikacines savanoriškos veiklos populiarinimo strategijas nėra rimčiau galvojama, o gauti pinigai panaudojami „bet kaip, siekiant, kad ir tavo organizacijai liktų.“ Šioje situacijoje galima kvestionuoti akcentuoto kismo savanoriškos veiklos sektoriuje tikrumą, tačiau tam yra reikalingi ir kiekybiniai sociologiniai tyrimai.

Apibendrinant pažymėtina, kad pagal organizacijų išsidėstymą tirtas tinklas nurodo tipišką daugialygi organizacinį tinklą; pažymėtina ir tai, kad jame veikiančių organizacijų vaidmenys nėra nekintantys ir aiškiai apibrėžti – atskiruose tinklo lygiuose ir mazguose ta pati organizacija gali atlikti ir sprendimų priėmėjos, ir ekspertės, ir įgyvendintojos funkcijas. Dėl to, ypač sunku nustatyti atskirų organizacinių tinklo narių indėlį į tirtą diskurso kūrimą: didelė diskurso apimtis neleidžia atskleisti, kokie konkrečiai tarporganizaciniai santykiai sukūrė tiriamus atskirus tekstus. Todėl kalbėti galima tik apie bendrąją resursų dalijimosi ir kooperacijos raišką tirtame organizaciniame tinkle, palaikiusiame savanoriškos veiklos populiarinimo diskursą Lietuvoje 2011 m.

Apibendrinant atlikto darbo rezultatus, galima teigti, kad 1-asis ginamasis teiginys yra patvirtintas. Tyrimui pasirinktame atvejuje galima fiksuoti ir organizacinio tinklo, ir jį koordinuojančių institucijų, ir jo kuriamos komunikacinės veiklos – silpnojo visuomenės įtikinėjimo – bruožus. 2-asis ginamasis teiginys – nepatvirtintas. Tinklo lizduose suformuotos komunikacinės žinios komunikaciniais kanalais skleistos auditorijai, susitelkė į konkrečius institucinius diskursus (žiniasklaidos, NVO, privataus sektoriaus ir t. t.) ir jų kilmė niveliavosi; temos, turinys ir požiūriai apie savanorišką veiklą ėmė sutapti. Būtent dėl to tiriant organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo veiklą, yra sudėtinga nustatyti atskiro organizacinio veikėjo įtaką kurtam diskursui. 3-asis ginamasis teiginys – nepatvirtintas ir tai laikytina savanoriškos veiklos populiarinimo Lietuvoje silpnuoju aspektu. Lietuvoje komunikuoti universalūs savanorystės simboliai ir su jais susijusios vertybės, kurie nebuvo niekaip specifiskai išreikšti sociokultūriniu aspektu. 4-asis ginamasis teiginys – nepatvirtintas. Vyraujantys horizontalūs ryšiai tarp organizacijų tinklo lizduose, tarp lizdų bei tarp organizacijų, lizdų ir organizacijos-tinklo koordinatorės lemia jos reikšmės ir centriškumo tinkle mažėjimą. Su tuo susijęs ir biurokratinis tinklo veiklos koordinavimo pobūdis, ir programinis-projektinis jos finansavimo būdas, ir demokratinis visuomenės įtikinėjimo formatas, besiremiantis konkurencine organizacine aplinka. Galiausiai 5-asis ginamasis teiginys patvirtintas iš dalies. Vyraavęs neracionalus argumentacijos būdas, padėjęs atkreipti visuomenės dėmesį į savanorystės reiškinių, priešingai įtikinėjimo būdui, fiksuotam ES instituciniame diskurse, leido sužadinti visuomenės emocijas savanoriškos

veiklos atžvilgiu; antra vertus, sukūrė perdėm pozityvų jos įvaizdį, lėmusį savanorystės tapimą „madinga“ jaunimo veikla, susijusia daugiausia su pramogų sfera. Dėl to iš dalies nukentėjo socialinės savanorystės sritis, o į „rimtosios savanorystės“ akcijas (darbą su ligoniais, vyresnio amžiaus žmonėmis ir t. t.) naujų savanorių nepalengvėjo prisikviesti. Tačiau bendrai vertinant, savanoriškos veiklos populiarinimas kaip vertybinė, su europietizacija susijusi visuomenės įtikinėjimo programa visiškai atitinka silpnojo visuomenės įtikinėjimo idėją.

Publications during the period of writing of the thesis:

Disertacijos rengimo metu paskelbtos publikacijos:

1. GRIGALIŪNAS, Modestas. (2012). Įtikinėjimo diskursai ir nacionalinės tapatybės europietizacija: „Būk savanoris – keisk pasaulį!“. *Acta humanitarica universitatis Saulensis*, Nr. 14 – (atiduota spaudai);
2. GRIGALIŪNAS, Modestas. (2012). Principles of visual promotion of volunteering in the texts of European Union institutions: analysis of associative symbolism. *Jaunųjų mokslininkų darbai*, Nr. 2 (35), psl. 58–65;
3. GRIGALIŪNAS, Modestas. (2011). Organizacinis visuomenės įtikinėjimo tinklas kaip socialinės inžinerijos instrumentas: savanorystės populiarinimo Lietuvoje atvejis. *Informacijos mokslai*, Nr. 58, p. 24–41.

Research carried out during the writing of thesis was presented in the following reports delivered at conferences:

Disertacijos rengimo metu atlikti tyrimai buvo pristatyti skaitant pranešimus mokslinėse konferencijose:

1. 2012-09-(13-16); International Scientific Conference *The World Is Composed Of Stories: The Relationship Between Discourses And Their Transformations*, Vilnius, Mykolo Romerio universitetas, skaitytas pranešimas tema *Soft Persuasion of Society and Emotions-Based Methods of Influence: The Image of a „Hero“ in the Discourse of Volunteering Promotion*;
2. 2012-07-(04-06); *IV Conference Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines (CADAAD 2012)*; Portugalija, Braga, Minho universitetas, skaitytas pranešimas tema *Analysis of Volunteering Popularising Discourse in Lithuania, Where Discourse Creating Actors Are Being Understood as a Social Network*;
3. 2012-05-(14-17); *10th International Conference on Communication and Mass Media*; Atėnai, Graikija, skaitytas pranešimas tema *Popularization of volunteering in Lithuania: identification and analysis of organizational network of society's persuasion*;

4. 2012-05-(10-11); *International Conference of Young Scientists-2012: Towards Interdisciplinary Research: H&S*; Šiauliai, Šiaulių universitetas, skaitytas pranešimas tema *Visual Principles of Popularizing Volunteering In the Texts of European Union's Institutions*;
5. 2012-04-(26-28); *Central and Eastern European Communication and Media Conference CEECOM in Prague*, Čekija, skaitytas pranešimas tema *Mass media as the power for construction of society's identity: analysis of volunteering popularizing discourse in Lithuania*;
6. 2012-03-22; *Tarptautinė tarpdisciplininė mokslinė konferencija „REGIONAS: laikas, erdvė, žmonės“*, Šiauliai, Šiaulių universitetas, skaitytas pranešimas tema *Formation of the European Identity by the Aspects of Communication: the Case of Popularizing of Volunteering in Lithuania*;
7. 2011-09-28; *the Eleventh International Conference on Textbooks and Educational Media: Representations of otherness*, Kaunas, Vytauto Didžiojo universitetas, skaitytas pranešimas tema *Online promotion of volunteering as a form of non - formal learning in Lithuania: changing the predispositions of social media users*;
8. 2011-05-(16-19); *9th International Conference on Communication and Mass Media*, Atėnai, Graikija, skaitytas pranešimas tema *European year of volunteering (2011) in Lithuania and organizational network for society's persuasion*;
9. 2010-04-29; *International Conference of Young Scientists*, Šiauliai, Šiaulių universitetas, skaitytas pranešimas tema *Critical Paradigm and Action Research when Investigating Contemporary Civic Activity in Internet*;
10. 2009-05-07; mokslinė konferencija *Popkultūros provokacijos*, Kaunas, Vytauto Didžiojo universitetas, skaitytas pranešimas tema *Galios komunikacijos pokyčiai: šiuolaikinės propagandos, populiariosios kultūros ir naujų medijų sąveikos teorinis apmąstymas*;
11. 2008-11-27; mokslinė konferencija *Tarpdisciplininiai propagandos tyrimai*, Šiauliai, Šiaulių universitetas, skaitytas pranešimas tema *Kūrybingo pasipriešinimo įtikinėjimui paradoksai: populiarioji kultūra transgresijos formavimesi*.

Following international science events and seminars were visited during the period of doctoral studies:

Doktorantūros studijų metu dalyvauta šiuose tarptautiniuose mokslo renginiuose ir seminaruose:

- Estija, Talinas, 2009-11-[23-27], NORSLIS tinklo seminaras *Workshop on Theories, Methodologies and Research Methods in Information Studies*;
- Danija, Sonderbergas, 2010-10-[4-6], tarptautinis Aarhus universiteto doktorantų seminaras *Media, citizenship, social movements, and processes of democratization*;
- Estija, Talinas, 2011-05-[03-06], tarptautinė savanorystę populiarinančių organizacijų konferencija *The future of volunteering: concepts, trends, visions*.

Informacija apie autorių:

Modestas Grigaliūnas 2006 m. baigė *Filosofijos ir visuomenės mokslų* specialybę Šiaulių universitete ir įgijo edukologijos bakalauro diplomą. 2008 m. Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultete baigė *Tarptautinės komunikacijos* magistrantūros studijas ir įgijo komunikacijos ir informacijos magistro laipsnį. Tais pačiais metais Šiaulių universitete baigė laipsnio nesuteikiančių studijų *Žurnalistikos* studijų programą ir įgijo žurnalisto profesinę kvalifikaciją bei įstojo į Vilniaus universiteto komunikacijos ir informacijos mokslų krypties doktorantūrą.

Nuo 2005 m. pabaigos dirba Šiaulių universitete, projektų vadybos srityje, yra atsakingas už ES finansuojamų projektų rengimą ir įgyvendinimą; nuo 2008 m. taip pat ir dėsto Šiaulių universiteto Humanitariniame fakultete; nuo 2010 m. – ir Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultete. Skaitomi kursai: *Viešoji ir masinė komunikacija, Komunikacijos tyrimų metodai, Komunikacijos vadyba, Medijų studijos, Ritualų teorijos, Propagandos teorijos, Socialinių projektų vadyba, Komunikacijos filosofija, Žurnalistikos etika ir teisė*.

Rengia ir publikuoja eseistinius-probleminius straipsnius, recenzijas Lietuvos kultūrinėje ir publicistinėje periodikoje; yra Šiaulių universiteto leidžiamo mokslinio žurnalo *Inter-studia humanitatis* redaktorių kolegijos narys (žurnalo koordinatorius); 9-ojo šio žurnalo numerio sudarytojas. Skaito pranešimus šiuolaikinio meno festivalių *Virus* bei *Enter* metu

organizuojamose konferencijose, *Santaros-Šviesos* klube; skaito mokslo populiarinimo paskaitas mokyklose.

Socialinė veikla: neatlygintinos viešosios paskaitos komunikacijos tematika mokyklų, kaimų, nevyriausybinių organizacijų bendruomenėms, kita bendruomeninė veikla; nuo 2006 m. – neatlygintinas kraujo donoras.

Information about the author:

Modestas Grigaliūnas in 2006 graduated from the speciality of *Philosophy and Social Sciences* at Šiauliai University and gained the Bachelor's degree diploma in Education. In 2008 graduated from the Faculty of Communication at Vilnius University, the Master's degree studies of *International Communication* and was granted the Master's degree in Communication and Information. In the same year he graduated from studies of *Journalism* at Šiauliai University and gained the professional qualification of a Journalist. In the same year the author entered the Doctoral studies of Communication and Information Sciences at Vilnius University.

Since the end of 2005 he has been working at Šiauliai University, in the sphere of the projects' management and is responsible for the preparation and implementation of projects, financed by the EU; since 2008 he has been giving lectures at the Faculty of Humanities at Šiauliai University; since 2010 – at the Faculty of Communication at Vilnius University. The presented lectures: *Public and Mass Communication, Methods of Communication Researches, Communication Management, Media Studies, Theories of Rituals, Propaganda Theories, Communication Philosophy, Ethics and Law of Journalism.*

The author is preparing and publishing the essayistic articles in the cultural media of Lithuania; is a member of the editorial board of the scientific journal *Inter-studia humanitatis* (published by Siauliai university); presents the papers in the conferences of the cultural festivals; reads the lectures of science popularisation in the secondary schools.

Social activity: unpaid public lectures on issues of communication for communities of schools, villages, other community activity; since 2006 – the unpaid blood donor.