

Vilniaus universitetas
Komunikacijos fakultetas
Informacijos ir komunikacijos katedra

Viktorija Norvaišaitė,
Ryšių su visuomene studijų programos studentė

**LIETUVOS VALSTYBINIŲ INSTITUCIJŲ TINKLALAPIAI KAIP
RYŠIŲ SU VISUOMENE INTERNETE PRIEMONĖ**

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

Vadovas doc. R. Pranaitis

Vilnius, 2007

<i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autorius</i>	

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)	

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)	

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)	
Patvirtinu, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro/ magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.	

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)	
Sutinku, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.	

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)	
<i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovas</i>	
Bakalauro/ magistro baigiamąjį darbą ginti _____	
(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)	
_____	_____
(data)	(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja</i>	
Bakalauro/ magistro baigiamasis darbas įregistruotas	

(instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)	
_____	_____
(data)	(instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas</i>	
Recenzentu skiriu _____	
(recenzento vardas, pavardė)	
_____	_____
(data)	(instituto/ katedros vadovo parašas)
<i>Pildo recenzentas</i>	
Darbą recenzuoti gavau. _____	
_____	_____
(data)	(recenzento parašas)

Norvaišaitė, Viktorija

No 97 Lietuvos valstybinių institucijų tinklalapiai kaip ryšių su visuomene internete priemonė : magistro baigiamasis darbas / Viktorija Norvaišaitė ; mokslinis vadovas doc. R. Pranaitis ; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2007. – 54 lap.

UDK 681.3

Tinklalapiai, internetas, ryšiai su visuomene, valstybinės institucijos, LR ministerijos

Magistro baigiamojo darbo objektas – valstybinių institucijų ryšiai su visuomene ir jų tinklalapiai. Darbo tikslas – įvertinti LR ministerijų tinklalapius, kaip tinkamai arba nepakankamai ryšių su visuomene funkciją atliekančią priemonę, prieš tai sudarant atitinkamų kriterijų sąrašą. Pagrindiniai darbo uždaviniai: aptarti sąlygas, kurioms esant įmanomi valstybinių institucijų ryšiai su visuomene internete; pagrįsti, kodėl šiuolaikiniams valstybinių institucijų ryšiams su visuomene internetas yra būtina priemonė; nustatyti iššūkius, su kuriais susiduria valstybinės institucijos, siekiamos įgyvendinti savo ryšius su visuomene internete; apibrėžti tinklalapio, kaip institucijos įvaizdžio kūrimo priemonės svarbą; išanalizuoti ir nustatyti tinkamo valstybinės institucijos tinklalapio kriterijus; pagal nustatytus kriterijus įvertinti LR ministerijų tinklalapius.

Darbo metu paaiškėjo, kad informacinės visuomenės kūrimas yra būtina sąlyga ryšiams su visuomene internete plėtoti, o jos stiprinimas yra elektroninės valdžios prioritetas. Šiuolaikiniams valstybinių institucijų ryšiams su visuomene internetas yra būtina priemonė, suteikianti naujas galimybes vykdyti komunikacijos ir informavimo funkcijas, užmegzti ir palaikyti nuolatinį, interaktyvų kontaktą su auditorija. Valstybinėms institucijoms, taikančioms ryšius su visuomene internete, ypač aktualūs informacijos pertekliaus, duomenų saugumo, mažėjančio privatumo klausimai. Tinklapis kaip ryšių su visuomene priemonė visų pirma formuoja įvaizdį. Tam kad įvaizdis būtų teigiamas, tinklalapiai turi atitikti tam tikrus kriterijus. Darbo metu atrinkta 50 kriterijų (bendrujų, struktūros, informacijos, papildomų ir techninių). Pagal juos įvertinti LR ministerijų tinklalapiai ir nustatyta, kad pastarieji neturi vieningos struktūros, dėl to informacija yra sunkiai randama. Be to, nepakankamai išnaudojamos interaktyvios priemonės.

TURINYS

Ivadas.....	5
1. Valstybinių institucijų ryšiai su visuomene internete	8
1.1. Informacinė visuomenė Lietuvoje kaip prielaida valstybinių institucijų ryšiams su visuomene internete plėtoti.....	8
1.2. Valstybinių institucijų ryšių su visuomene internete privalumai.....	14
1.3. Valstybinių institucijų ryšių su visuomene internete iššūkiai.....	19
2. Tinklapis kaip ryšių su visuomene priemonė ir jo savybės.....	23
2.1. Tinklapis kaip institucijos įvaizdžio kūrimo priemonė.....	23
2.2. Tinkamo valstybinės institucijos tinklapių kriterijai.....	27
3. LR ministerijų tinklapių vertinimas.....	40
Išvados.....	44
Bibliografinių nuorodų sąrašas.....	46
Lithuanian state institutions Web Sites as a tool of online public relations.....	50
Priedai.....	51
1 priedas.....	52
2 priedas.....	53
3 priedas.....	54

ĮVADAS

Internetas pastaruoju metu tapo vienu labiausiai nagrinėjamu reiškiniu. „Interneto architektūroje daromi esminiai pagerinimai, kad jis galėtų tarnauti daug platesniam ir įvairesniam vartotojų ratui, turėtų didesnes nei planuota galimybes ir teiktų įvairesnes paslaugas.“¹ Todėl nenuostabu, kad šia, daug galimybių teikiančia komunikacijos priemone susidomi visų sričių specialistai. Ne išimtis ir komunikacijos mokslų atstovai, kuriems internetas yra ne tik bendravimo, bet visų pirma priemonė profesiniams tikslams pasiekti. Internetą savo profesiniams poreikiams tenkinti taiko ir ryšių su visuomene specialistai.

Ryšiai su visuomene internete yra ateities ryšiai su visuomene, o tinklalapis yra viena iš galingiausių ryšių su visuomene priemonių.² Todėl pastaruoju metu nebekyla klausimo, ar kurti tinklalapį. Pagrindinė problema - kaip jį sukurti tokį, kad ne tik atliktų visas būtinas funkcijas, bet ir būtų patrauklus, atkreiptų ir išlaikytų auditorijos dėmesį. Tam, kad būtų galima nustatyti tinklalapio, kaip priemonės veiksmingumą, tinkamumą, atitikimą geriausiųjų standartams, būtina nustatyti kriterijus, kuriais remiantis tinklalapis laikomas sėkmingu.

Lietuvoje valstybinių institucijų tinklalapių priežiūra ir vertinimu užsiima Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, kuris koordinuoja LR Vyriausybės patvirtintų bendrųjų reikalavimų įgyvendinimą ir teikia metodinę medžiagą (išvadas bei rekomendacijas).³ Jie atlieka ir tinklalapių įvertinimą, kuris, deja, yra vienintelis ir nepilnas, paliekantis nepaliestus daugelį svarbių tinklalapiui aspektų. Juose nenagrinėjamos interaktyvumą užtikrinančios priemonės, kai kurie techniniai reikalavimai.

Turint omenyje sparčiai besivystančių technologijų pritaikymą, jų tinkamumą ryšių su visuomene tikslams siekti bei vienos iš priemonių – tinklalapių – tinkamumo vertinimus buvo suformuluota šio magistro baigiamojo darbo tema - Lietuvos valstybinių institucijų tinklalapiai kaip ryšių su visuomene internete priemonė. Šio darbo tikslas – įvertinti LR ministerijų tinklalapius, kaip tinkamai arba nepakankamai ryšių su visuomene funkciją atliekančią priemonę, prieš tai sudarant atitinkamų kriterijų sąrašą. Sudarant kriterijų sąrašą naudojamosi literatūros analizės metodu, o pagal jį sudarius tinklalapių kriterijų sąrašą atliekama LR ministerijų tinklalapių turinio analizė.

Darbo tikslui ir temai atskleisti keliami tokie uždaviniai:

- Aptarti sąlygas, kurioms esant įmanomi valstybinių institucijų ryšiai su visuomene internete;

¹ Borgman Caristine L. Nuo Gutenbergo iki globalios informacijos infrastruktūros. Kaunas, 2003, p. 45.

² Horton, James L. PR and the Updated Web Site [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.online-pr.com/Holding/TheUpdatedWebSite.pdf>>, p. 3.

³ Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimo Nr. 480 „Dėl Bendrųjų reikalavimų valstybės institucijų interneto svetainėms patvirtinimo“ pakeitimo. Valstybės žinios, 2006 10 28, Nr. 115-4376.

- Pagrįsti, kodėl šiuolaikiniams valstybinių institucijų ryšiams su visuomene internetas yra būtina priemonė;
- Nustatyti iššūkius, su kuriais susiduria valstybinės institucijos, siekdamos įgyvendinti savo ryšius su visuomene internete;
- Apibrėžti tinklalapio, kaip institucijos įvaizdžio kūrimo priemonės svarbą;
- Išanalizuoti ir nustatyti tinkamo valstybines institucijos tinklalapio kriterijus;
- Pagal nustatytus kriterijus įvertinti LR ministerijų tinklalapius.

Išvardinti uždaviniai sąlygoja ir darbo struktūrą, sudarytą taip, kad kiekviena darbo dalis atsakytų į atitinkamus uždaviniuose keliamus klausimus. Tad darbą sudaro 3 skyriai, įvadas ir išvados. Pirmąjį skyrių „Valstybinių institucijų ryšiai su visuomene internete“ sudaro trys dalys: „Informacinė visuomenė Lietuvoje kaip prielaida valstybinių institucijų ryšiams su visuomene internete plėtoti“, „Valstybinių institucijų ryšių su visuomene internete privalumai“, „Valstybinių institucijų ryšių su visuomene internete iššūkių“. Antrąjį skyrių „Tinklalapis kaip ryšių su visuomene priemonė ir jo savybės“ sudaro dvi dalys: „Tinklalapis kaip institucijos įvaizdžio kūrimo priemonė“, „Tinkamo valstybinės institucijos tinklalapio kriterijai“. Paskutinė darbo dalis vadinasi „LR ministerijų tinklalapių vertinimas“.

Siekiant tinkamai atskleisti temą, naudotasi įvairia literatūra ir šaltiniais, kuriuos galima suskirstyti į tokias grupes:

1. Bendro pobūdžio literatūra apie informacijos infrastruktūrą ir komunikaciją (Caristine L. Borgman, John Seely Brown, Paul Duguid, John Durham Peters, R. Skyrius, A. Mikalauskiene, L. Zalieckaitė);
2. Knygos ir straipsniai Ryšių su visuomene tema (Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, Lee Edwards, L. Yeomans, R. Teilmann, G. Szondi, “Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation introduction to Public Relations Theory and Practice”, “Public Relations in Practice”);
3. Su tema susiję teisės aktai;
4. Interneto svetainės (Elektroninės valdžios vartai, Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės, Viešosios paslaugos, LR ministerijų tinklalapiai);
5. Straipsniai (interaktyvūs) (Stanley Dietzel, James L. Horton, Jacqui Jones, M. L. Kent, M. Taylor, Qimei Chen, Margot W. Teleki);
6. Tyrimai (Informacinės visuomenės plėtros Lietuvos regionuose tyrimo apžvalga, i2010 – pirmoji metinė ataskaita apie Europos informacinę visuomenę, tyrimo „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ ataskaita).

Akivaizdu, kad verslas, valstybinis sektorius ir privatūs asmenys skirtingai žvelgia į naująsias informacines technologijas ir yra linkę jas skirtingai panaudoti savo darbe bei savo ryšiuose su visuomene. Darbas naudingas tuo, kad analizuojant valstybinių institucijų tinklalapius, taikomi ne tik privalomi, bendri ir struktūros, reikalavimai, bet ir papildomi, techniniai kriterijai.

1. VALSTYBINIŲ INSTITUCIJŲ RYŠIAI SU VISUOMENE INTERNETE

Informacinės komunikacinės technologijos padarė didelę įtaką šiuolaikiniam pasauliui ir jo raidai. Greita technologijų raida pakeitė ir komunikacijos pobūdį. Vis daugiau bendravimo yra perkeliama į virtualią erdvę. Tuo pačiu internetas tampa ne tik erdve naujoms komunikacijos formoms, bet ir daugelio specialybių žmonių darbo įrankiu.

Taip pat keitėsi ir tų, kurie naudoja kompiuterines technologijas kasdieninėje savo veikloje darbo pobūdis. Daugelis jų atliekamų funkcijų persikėlė į virtualią erdvę. Ryšiai su visuomene taip pat pasinaudojo šia galimybe ir dalį savo veiklos perkėlė į internetą. Ne išimti čia ir valstybinis sektorius. Todėl pirmoje šio skyriaus dalyje aptariamos sąlygos, kurios turi būti išpildytos, idant valstybinės institucijos galėtų užmegzti ir išlaikyti sėkmingus kontaktus su savo auditorija internetu - aptarimas informacinės visuomenės kūrimas ir e-valdžios plėtra Lietuvoje. Antroje skyriaus dalyje nagrinėjami privalumai, kurie lemia, kodėl valstybinėms institucijoms yra būtini ryšiai su visuomene internete. Trečioje dalyje nagrinėjami iššūkiai, su kuriais susiduria valstybinės institucijos, įgyvendindamos savo ryšius su visuomene internete.

1.1. INFORMACINĖ VISUOMENĖ LIETUVOJE KAIP PRIELAIDA VALSTYBINIŲ INSTITUCIJŲ RYŠIAMS SU VISUOMENE INTERNETE PLĖTOTI

Būtina sąlyga norint plėtoti interneto pritaikymą įvairiems, tame tarpe ir ryšių su visuomene, tikslams yra pakankamas interneto prieinamumas.

Ryšiai su visuomene internete atsiremia į būtiną sąlygą, kad norint užmegzti ryšį su auditorija, būtina sąlyga yra jos buvimas pasiekiamą virtualioje erdvėje. Žinoma, pasirenkama bendravimo forma dažniausiai priklauso nuo auditorijos gebėjimų priimti ją būtent tokia išraiška. Štai kodėl svarbu atkreipti dėmesį valstybinių institucijų ryšiuose su visuomene internete, ar visuomenėje yra pakankama informacinių komunikacinių technologijų bazė, leidžianti daugeliui piliečių būti prieinamiems būtent tokiu būdu. Tam turi būti pakankamai išvystyta informacinė visuomenė, kuri tampa sėkmingų ryšių su visuomene internete pagrindu. Tačiau „technologijos priklauso nuo institucijų, o pastarosios evoliucionuoja daug lėčiau negu technologijos.“⁴

Taigi informacijos gausa ir sparčiai tobulėjančios technologijos kelia savotišką revoliuciją, kuri keičia ne tik žmonių tarpusavio santykius, bet daro ir savotišką įtaką politikai.⁵ „Dažnai komunikacijos technologijos ne sumažina, o padidina nelygybę, todėl turime atsargiai žiūrėti į globalios informacijos

⁴ Borgman Caristine L. Nuo Gutenbergo iki globalios informacijos infrastruktūros. Kaunas, 2003, p. 20.

⁵ Dromantienė, L. Informacinės visuomenės formavimasis Europos Sąjungoje. Iš Informacinės visuomenės formavimasis ir etika internete, red. B. Kuciniene. Šiauliai, 2000, p. 7.

infrastruktūros ekonominius pažadus.“⁶ Kompiuterinių technologijų raida ir informacijos infrastruktūros kūrimas ir turi būti remiama politiniu lygmeniu. Naujausių technologijų panaudojimas politinių institucijų kasdieniniame darbe bei dalies jų teikiamų paslaugų perkėlimas į virtualią erdvę (pvz. e-valdžia) taip pat yra tos paramos išraiška. Tačiau visų pirma valstybė turi labai svarbų uždavinį – visiems užtikrinti lygias galimybes pasinaudoti tokiu būdu teikiamomis paslaugomis ir skatinti informacinės visuomenės plėtrą. Juk „Skaitmeninės atskirties“ mažinimas yra valdžios prioritetas.⁷ Tačiau tai neturėtų sudaryti ypatingų sunkumų organams, turintiems savo valioje švietimo sistemą. Ši užduotis gali būti įgyvendinama per jau egzistuojančius mechanizmus, jei tik jų veikimas yra tinkamai sureguliuotas, kad užtikrintų informacinės visuomenės plėtrą.

Pirmą kartą informacinės visuomenės terminas buvo pavartotas septintojo dešimtmečio pabaigoje.⁸ Informacine visuomene dabar suprantama atvira, išsilavinusi, nuolat besimokanti ir žiniomis savo veiklą grindžianti visuomenė, kurios nariai turi galimybę ir geba savo veiklos srityse efektyviai naudotis šiuolaikinių informacinių ir elektroninių ryšių technologijų priemonėmis.⁹

Kadangi informacinės visuomenės sąvoka nėra šio darbo objektas, plačiau šis terminas nebus nagrinėjamas. Tačiau kalbant apie informacinę visuomenę būtina paminėti jos privalumus. Dr. Alfonsas Misevičius¹⁰ nurodo tokius teigiamus informacinės visuomenės aspektus: Informacijos apdorojimo greitis, Informacijos masiškumas, Informacijos globalizacija, Informacijos apdorojimo patogumas, Informacijos gausumas, Alternatyvūs informacijos šaltiniai ir pateikimo formos.

Svarbu pabrėžti ir jos reikšmę ekonomikos augimui, mat sąlygota informacinės visuomenės augimo „Stiprėja privatus verslas, kokybiškai gerėja ir gausėja valstybės viešosios paslaugos, auga nauja, išsimokslinusi ir daug naudingų žinių sukaupusi žmonių kartą, gebanti panaudoti ir taikanti žinias praktikoje.“¹¹

Europos Sąjunga taip pat akcentuoja informacinės visuomenės kūrimo ir plėtojimo svarbą. 2006 m. gegužės 22 d. Komisijos komunikatas Tarybai, Europos Parlamentui, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui pateikė pirmąją metinę ataskaitą apie Europos

⁶ Borgman Caristine L. Nuo Gutenbergo iki globalios informacijos infrastruktūros. Kaunas, 2003, p. 20.

⁷ Dietzel, Stanley. E-government can gain by applying privat sector solutions. Iš Government procurement. 2001 June. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 35.

⁸ Informacinės visuomenės plėtra pasaulyje. Iš Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/main.php?cat=60&gr=2>>.

⁹ Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės. 2007-2009 metų strateginis veiklos planas. [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2007 m. gegužės 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ivpk.lt/teises/strateg_planas2007_galutinis.pdf>.

¹⁰ Misevičius A., Informacinė visuomenė: dabartis ir perspektyvos. Iš Mokslas ir gyvenimas, 2002, nr.2 [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ausis.gf.vu.lt/mg/nr/2000/02/2infov.html>>.

¹¹ Informacinės visuomenės plėtra pasaulyje. Iš Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/main.php?cat=60&gr=2>>.

informacinę visuomenę.¹² Kaip minima ataskaitoje, informacijos ir ryšių technologijos yra pagrindinis ekonomikos našumo augimo variklis, o jų naudojimas prisideda prie ekonomikos klestėjimo.¹³ Todėl informacinės visuomenės plėtra, kaip ekonomikos augimo garantas, yra ES prioritetas, siekiant žinių ekonomikos.

Naujasias informacinės visuomenės plėtros Europos Sąjungos lygmeniu gaires nustato i2010 iniciatyva, kuriose pabrėžiama e. vyriausybės ir skaitmeninio raštingumo svarba.¹⁴ Dokumente taip pat teigiama, kad „Valstybės narės pripažįsta, kad e.vyriausybė gali padėti pagerinti reguliavimą ir supaprastinti procedūras bei patenkinti didesnę socialinių ir sveikatos paslaugų paklausą, su kuria neišvengiamai susidurs senėjanti Europos visuomenė.“¹⁵

Kalbant apie informacinės visuomenės plėtrą Lietuvoje būtina paminėti 2005 m. gegužės – birželio mėnesiais Informacinės visuomenės plėtros komiteto prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės užsakymu „TNS Gallup“ atliktą informacinės visuomenės plėtros Lietuvos regionuose tyrimą.¹⁶ Jo metu buvo įvertinti pagrindiniai dešimties šalies apskričių kompiuterių ir interneto naudojimo rodikliai. Naujesnių tyrimų informacinės visuomenės plėtros komitetas nepateikia.

¹² Komisijos komunikatas Tarybai, Europos parlamentui, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir regionų komitetui. i2010 – pirmoji metinė ataskaita apie Europos informacinę visuomenę [interaktyvus]. Briuselis, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.evaldzia.lt/govgate/doc/1099128148_st09707.lt06.pdf>.

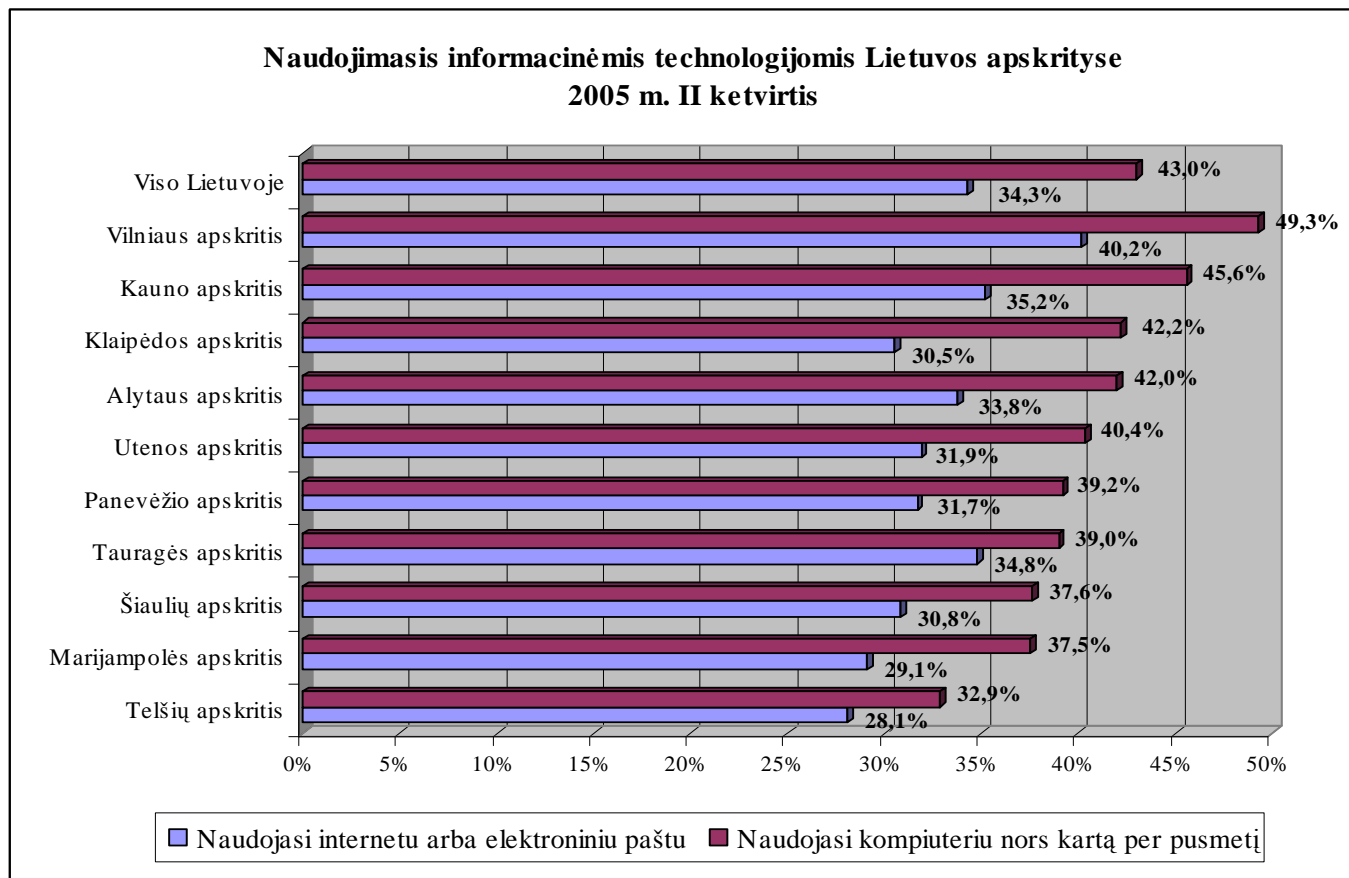
¹³ Komisijos komunikatas Tarybai, Europos parlamentui, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir regionų komitetui. i2010 – pirmoji metinė ataskaita apie Europos informacinę visuomenę [interaktyvus]. Briuselis, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.evaldzia.lt/govgate/doc/1099128148_st09707.lt06.pdf>.

¹⁴ Komisijos komunikatas Tarybai, Europos parlamentui, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir regionų komitetui. i2010 – pirmoji metinė ataskaita apie Europos informacinę visuomenę [interaktyvus]. Briuselis, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.evaldzia.lt/govgate/doc/1099128148_st09707.lt06.pdf>.

¹⁵ Komisijos komunikatas Tarybai, Europos parlamentui, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir regionų komitetui. i2010 – pirmoji metinė ataskaita apie Europos informacinę visuomenę [interaktyvus]. Briuselis, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.evaldzia.lt/govgate/doc/1099128148_st09707.lt06.pdf>.

¹⁶ Informacinės visuomenės plėtros Lietuvos regionuose tyrimo apžvalga. Iš Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/78.doc>>, p. 1.

1 grafikas



„Tyrimo duomenimis, kompiuteriu daugiausia naudojami Vilniaus apskrities gyventojai (49,3 proc.), tuo tarpu mažiausiai – Telšių apskrityje (32,9 proc.). Panašios tendencijos išlieka ir tarp naudojančių internetą arba elektroninį pašta: Vilniaus apskrityje – daugiausia (40,2 proc.), Telšių apskrityje – mažiausia (28,1 proc.) naudotojų.“¹⁷ (žr. 1 grafikas) Šie duomenys akivaizdžiai parodo, kad Lietuvoje taip pat opi skaitmeninės atskirties problema. Tai sąlygoja ne tik skirtingas technologinės bazės lygis, bet ir skirtingi gyventojų kompiuterinio raštingumo gebėjimai.

Anot tyrimo rezultatų, „Daugiausia internetu/el. paštu naudojasi aukštąjį išsilavinimą turintys žmonės – 68,6 proc.“¹⁸ Skaitmeninė atskirtis žymi ir atskirose amžiaus grupėse. Internetu/el. paštu 15-25 m. amžiaus žmonių grupėje vidutiniškai naudojosi 76,6 proc.; 26-35 m. amžiaus grupėje – 37,4 proc.; 36-45 m. amžiaus grupėje atitinkamai – 31,5 proc.; 46-55 m. amžiaus grupėje – 21,6 proc. ir

¹⁷ Informacinės visuomenės plėtros Lietuvos regionuose tyrimo apžvalga. Iš Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/78.doc>>, p. 1.

¹⁸ Informacinės visuomenės plėtros Lietuvos regionuose tyrimo apžvalga. Iš Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/78.doc>>, p. 3.

vyresnių nei 56 m. amžiaus žmonių – tik 6,2 proc.¹⁹ Internetu taip pat dažniau naudojasi didesnes pajamas gaunantys.

Tyrimo rezultatai parodė, kad Lietuvos gyventojų tarpe interneto vartojimas skiriasi tiek pagal išsilavinimą, tiek pagal amžiaus grupes, tiek pagal pajamas, o skaitmeninės atskirties problema Lietuvoje vis dar labai aktuali. Tačiau ši išvada nepaneigia ryšių su visuomene internete Lietuvoje svarbos. Aktyviai remiama ir ES prioritetu laikoma informacinės visuomenės plėtra yra svarbus ryšių su visuomene internete veiksnys.

Siekiant atskleisti informacinės visuomenės plėtros, kaip prielaidos plėtotis sėkmingam valstybinių institucijų darbui internete svarbą, reikia pabrėžti, kad anksčiau minėtoje Europos informacinės visuomenės ataskaitoje vienu iš prioritetų yra numatomos ir ambicingesnės viešosios paslaugos.²⁰ Tai yra viena informacinės visuomenės kūrimo užduočių. Jas įgyvendina vadinamoji e-valdžia. E-valdžia ir informacinė visuomenė yra neatsiejami dalykai: informacinė visuomenė yra e-valdžios gyvybingumo ir reikalingumo pagrindas bei būtina prielaida jai įsitvirtinti. Akivaizdu, kad įgyvendinant e-valdžios principus ir siekiant glaudesnio valstybinių institucijų bendradarbiavimo su piliečiais internetu, yra būtina tinkama informacinių technologijų bazė. Todėl informacinė visuomenė yra pagrindas e-valdžiai gyvuoti. Jei tam valstybėje nėra pakankamos bazės, tai ir e-valdžios kūrimas praranda prasmę.

„E. valdžios projektas – projektas, kuris apima vienos institucijos ar bendrus kelių institucijų telekomunikacijų, informacinių technologijų, teisės aktų rengimo, vadybos ir kitus projektus ir kurio tikslas – perkelti viešųjų paslaugų teikimą į skaitmenines technologijas.“²¹ Viena pagrindinių e-valdžios užduočių – priartinti piliečius prie jų valdžios organų.²² Iš principo tai skatina didesnę piliečių įsitraukimą į juos liečiančius klausimus ir tuo būdu užtikrina, ar bent jau suteikia daugiau progų, piliečiams pasitikėti savo valdžia, nes patys jaučiasi jos dalimi. Tad valstybinių institucijų ryšiai su visuomene turi ypatingą misiją, o kontakto artimumas padeda juos sustiprinti.

Lietuvos Respublikoje Elektroninės valdžios koncepcijos įgyvendinimo priemonių planą Seimo nutarimu buvo įpareigota parengti LR Vidaus reikalų ministerija. Kalbant apie e-valdžią labai svarbus yra vieno langelio principo įgyvendinimas. Šią funkciją atlieka Elektroninės valdžios vartai.

Pagal dabar veikiančius Elektroninės valdžios vartus, vartotojai, prisijungę prie sistemos, gali pasinaudoti šiomis elektroninėmis viešosiomis paslaugomis:

¹⁹ Informacinės visuomenės plėtros Lietuvos regionuose tyrimo apžvalga. Iš Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/78.doc>>, p. 3-4.

²⁰ Viešosios paslaugos [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.epaslaugos.lt/govgate/newsArchive.do?newsId=3971805083917676290>>.

²¹ LR Vyriausybės nutarimas „Dėl Elektroninės valdžios koncepcijos patvirtinimo“, Valstybės žinios, 2003 01 08, Nr. 2-54.

²² West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.

- užsisakyti ir sumokėti už pažymą apie deklaruotą gyvenamąją vietą;
- užsisakyti ir sumokėti už pažymą apie šeiminę padėtį;
- patikrinti informaciją apie darbdavio “Sodrai” sumokėtus mokesčius;
- patikrinti suteiktų medicininių paslaugų ir išrašytų medikamentų apimtį;
- teikti dokumentus Lietuvos Respublikos ryšių reguliavimo tarnybai elektroniniu būdu.²³

Europos e-valdžios tarnyba informuoja²⁴, kad 2006 m. lapkričio mėnesį Lietuvoje piliečiams internetu buvo teikiama 12 paslaugų (įskaitant tas, kurios prieinamos ne tik per Elektroninės valdžios vartus). Tarp jų elektroninio pajamų mokesčio deklaravimo sistema, darbo paieška internetu (Lietuvos darbo birža), bedarbio, šeimos pašalpoms reikalingų dokumentų parsisiuntimas, atvira informavimo, konsultavimo ir orientavimo sistema (AIKOS – LR Švietimo ir mokslo ministerija), Lietuvos bibliotekų suvestinis katalogas, stojimo į Lietuvos aukštąsias mokyklas prašymų registracija internetu ir pan. Tuo tarpu e-valdžios teikiamos paslaugos verslui buvo tik 8.

Tarp jų įtrauktos visų lygių internetu atliekamos paslaugos:

- kai pateikiama informacija apie jas;
- kai galima parsisiųsti formą;
- kai formos apdorojamos ir galima patikrinti autentiškumą;
- kai pilnai aptarnaujama, užpildoma ir tuo pačiu elektroniniu būdu pateikiama forma.

E-valdžios prieinamumą garantuoja elektroninio parašo buvimas. Norint prisijungti prie Elektroninės valdžios portalo taip pat reikia būti vienu iš komercinių bankų (AB Parex, AB Ūkio bankas, DnB NOR, Hansabankas, SAMPO, SEB Vilniaus Bankas, SNORAS, UAB Skaitmeninio sertifikavimo centras, Šiaulių bankas) elektroninės bankininkystės sistemos vartotoju arba turėti 2 ar 3 klasės asmeninį sertifikatą, išduotą kvalifikuoto el. parašo paslaugų tiekėjo.²⁵

Pirmoji elektroninio parašo įstatymo redakcija Lietuvoje buvo priimta dar 2000 m. Aktuali šio įstatymo redakcija galioja nuo 2002 m. birželio 6 d.²⁶ Šiame įstatyme užfiksuota, kad el. parašas negali būti laikomas negaliojančiu vien dėl to, kad jis elektroninis.²⁷ Taip užtikrinama elektroniniu būdu teikiamų paslaugų lygiavertiškumas su įprastu būdu teikiamomis paslaugomis. Beje, elektroninio parašo priežiūros institucijos funkcijas Lietuvoje vykdo Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės.

²³ Elektroninės valdžios vartai [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. sausio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<https://paslaugos.evaldzia.lt/>>.

²⁴ eGovernment Factsheet - Lithuania - eServices for Businesses [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ec.europa.eu/idabc/en/document/6390/403>>.

²⁵ Elektroninės valdžios vartai [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. sausio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<https://paslaugos.evaldzia.lt/>>.

²⁶ Lietuvos Respublikos Elektroninio parašo įstatymas, Valstybės žinios, 2000, Nr. 61-1827. Aktuali nuo 2002 06 06.

²⁷ Lietuvos Respublikos Elektroninio parašo įstatymas, Valstybės žinios, 2000, Nr. 61-1827. Aktuali nuo 2002 06 06, 2 skirsnis, 8 straipsnis, 2 dalis.

Taigi, informacinė visuomenė yra būtina sąlyga valstybinėms institucijoms norint dalį savo funkcijų ir ryšių su piliečiais perkelti į virtualią erdvę. Pagrindinė informacinės visuomenės kūrimo užduotis – sumažinti atskirtį. Ši užduotis visų pirma sprendžiama kuriant tinkamą technologijų bazę, kuri, anot paskutinių tyrimų, Lietuvoje dar tebėra problematiška sritis - internetu 2005 m. naudojosi vos 34.3% Lietuvos gyventojų. Siekiant valdžią priartinti prie piliečių, Lietuvoje taip pat kuriama e-valdžia. Jos koncepciją įgyvendina Elektroninės valdžios vartai, kurių teikiamos paslaugos suteikia galimybę bent dalį biurokratinių funkcijų atlikti virtualioje erdvėje. 2006 m. pabaigos duomenimis, Lietuvos piliečiams internetu buvo teikiama 12 paslaugų.

1.2. VALSTYBINIŲ INSTITUCIJŲ RYŠIŲ SU VISUOMENE INTERNETE PRIVALUMAI

Informacinės visuomenės kūrimas yra būtina prielaida ir sąlyga dalį valstybinių institucijų funkcijų perkelti į internetą. Ne išimtis ir jų ryšiai su visuomene. Dalis jų funkcijų, intensyviai augant interneto svarbai ir panaudojimui, taip pat vykdoma virtualioje erdvėje. Aktyvūs ir interaktyvūs ryšiai su visuomene elektroninėmis priemonėmis yra labai svarbi šiuolaikinių ryšių su visuomene dalis. Egzistuoja požiūris, kad didesnioji dalis informacijos, firmų pateikiamos internete, užima jų ryšiai su visuomene, nukonkuravę ne tik pardavimus, paslaugas, bet ir reklamą.²⁸ Šiuo skyriumi siekiama atsakyti į klausimą, kokie yra ryšiai su visuomene internete privalumai, sąlygojantys būtinybę juos taikyti valstybinių institucijų darbe.

Internetas yra puiki priemonė, kurianti demokratiją, kurios ir siekia valstybinės institucijos.²⁹ Gausi ir tiksli informacija abipusius, reaguojančius santykius, grindžiamus dvipuse komunikacija.³⁰ Ryšiai tarp valdžios ir visuomenės, kuriami ryšių su visuomene pagalba, yra svarbi tautinės raidos dalis.³¹ Ryšiai su visuomene gali pagerinti piliečių gyvenimą ir skatinti demokratiją visame pasaulyje, nes padeda identifikuoti ir spręsti vietines ir valstybines problemas.³² Jie padeda mobilizuoti atskiras ir tuo pačiu labai skirtingas piliečių grupes, kurti pilietinę visuomenę ir efektyviai ją valdyti.³³

Valstybinių institucijų ryšiai su visuomene turi 7 uždavinius:

- Informuoti rinkėjus apie valdžios veiklą;
- Garantuoti aktyvų bendradarbiavimą valdžios programose
- Skatinti piliečių paramą priimtoms politikoms ir programoms;

²⁸ Пашенцев Евгений Николаевич, Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики, Москва, 2000, p. 103.

²⁹ West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.

³⁰ Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M., Effective Public Relations. New Jersey, 2006, p. 410.

³¹ Taylor, M., & Kent, M. L. Nation building: Public relations theory and practice. In V. Hazelton & C. Botan (Eds.), Public relations theory II. Hillsdale, NJ, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 356.

³² Taylor, M., & Kent, M. L. Nation building: Public relations theory and practice. In V. Hazelton & C. Botan (Eds.), Public relations theory II. Hillsdale, NJ, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 356.

³³ Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M., Effective Public Relations. New Jersey, 2006, p. 437.

- Tarnauti kaip visuomenės nuomonės advokatas;
- Tvarkyti informaciją viduje;
- Supaprastinti ryšius su žiniasklaida;
- Burti bendruomenę ir tautą.³⁴

„Informacijos technologijos leidžia pradėti įvairiausią naują veiklą, kaip ir suteikia galimybes tęsti seną veiklą naujais būdais.“³⁵ Kompiuteriai ir internetas suteikia naujas galimybes, o technologijų vystimasis leidžia atrasti vis naujas priemones ir vis naujus dalykus pritaikyti būtent ryšiams su visuomene. Ryšiams su visuomene internete naudojamos įvairios priemonės. Tai ne tik tinklalapiai, kurie bus nagrinėjami tolesniuose šio darbo skyriuose, bet ir elektroninis paštas, klausimai-atsakymai, naujienų grupės, pokalbių kambariai. Daugelis jų vienaip ar kitaip įeina tinklalapių sudėtį ir savo funkcijas atlieka jų kontekste.

Viena iš interneto funkcijų yra komunikacinė. Jis skirtas tam, kad gerintų komunikacijos kokybę ir skatintų bendravimą. Tuo tarpu ryšiai su visuomene yra strategija, kaip panaudoti komunikacijos procesus tam, kad konstruojant norimas tikroves išgautų norimus efektus.³⁶ Taigi komunikacija ir jos priemonės yra pagrindiniai dalykai ryšiuose su visuomene, užtikrinantys ryšio, santykio buvimą.

Nuo seno komunikacija tarp valstybinių institucijų ir piliečių dažniausiai būdavo vienakryptė. Institucijos iš piliečių susirinkdavo joms reikalingą informaciją.³⁷ Tačiau dabar ne mažiau informacijos norima ir iš kitos pusės. Naujoji vyriausybės ir piliečių paradigma turėtų vadovautis tokiais principais: abi pusės turi būti laikomos partneriais su individualiais jų poreikiais. Todėl svarbus komunikacijos abipusiškumas ir piliečių, kaip vyriausybės paslaugų vartotojų, suvokimas. Valdžios institucijos turi įprasti galvoti, kad XXI a. jos turi „eiti“ pas žmones, o ne tik laukti aiškiai išreikšto piliečių intereso.³⁸

Tarp žiniasklaidos ir ryšių su visuomene yra glaudus ryšys. Vakaruose, ryšiai su visuomene aprūpina apie 80 procentų žurnalistinės informacijos žiniasklaidoje.³⁹ Ryšiai su visuomene teikia informaciją, kurią tiesiogiai pristatyti visuomenei dažnai neturi galimybių. Todėl internetas tampa ta erdve, kur organizacija gali pati tiesiogiai apie save pranešti. Nebelieka tarpininkų, kuriais anksčiau paprastai buvo žiniasklaida. Todėl žinių galima perduoti tiesiogiai ir tokią, kokia ji suformuluojama

³⁴ Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M., *Effective Public Relations*. New Jersey, 2006, p. 411.

³⁵ Borgman Caristine L. *Nuo Gutenbergo iki globalios informacijos infrastruktūros*. Kaunas, 2003, p. 20.

³⁶ *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation introduction to Public Relations Theory and Practice*, Edited by Betteke van Ruler, Dejan Verčič. Berlin, 2004, p. 45.

³⁷ Rudokas M., *Elektroninės vyriausybės privalumai ir trūkumai. Iš Informacinės visuomenės formavimasis ir etika internete*, red. B. Kucinienė. Šiauliai, 2000, p. 50.

³⁸ Dietzel, Stanley. *E-government can gain by applying privat sector solutions. Iš Government procurement. 2001 June. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]*. Prieiga per: EBSCO, p. 35.

³⁹ *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation introduction to Public Relations Theory and Practice*, Edited by Betteke van Ruler, Dejan Verčič. Berlin, 2004, p. 52.

pradiniame variante. Be informuotų ir aktyvių piliečių sunku užsitikrinti jų paramą ir padidinti galimybę, kad valdžios politika atitiks piliečių lūkesčius.⁴⁰

Viena iš priemonių tokiu būdu pateikti informaciją yra naujienų grupės. Jos suteikia puikių galimybių laiku informuoti savo tikslinę grupę. Naujienų grupės veikia diskusijų, skelbimų lentų principu, kur galima sužinoti tos dalykinės srities naujienas, gauti patarimą iš profesionalų.⁴¹ Tuo būdu, tai puiki terpė ryšiams su visuomene pasireikšti.

Beje, reikia turėti omenyje kad tai, kas vykdoma ne internete, neprisijungus prie kompiuterio tinklo (visos ryšių su visuomene akcijos, kurioms nenaudojamas internetas), įtakoja tai, ko žmonės ieško internete.⁴² Kitaip tariant, akcijos paskatina domėjimąsi informacija, kurią galima rasti internete. Tai suteikia galių informacijai pateikiamai internete. Tuo pačiu atsiveria ir nauja galimybė skatinti susidomėjimą tinklalapiu, kitomis priemonėmis pateikiamoje medžiagoje paminint interneto svetainės adresą.

Kita svarbi interneto savybė, kalbant apie informacijos pateikimą jame – gebėjimas viską apjungti vienoje vietoje. Deja, valstybinės institucijos dažnai ne be pagrindo apkaltinamos biurokratizmu, neigiama šio žodžio prasme. Daugiausia nepasitenkinimo kelia per didelis taip vadinamas „popierizmas“ ir priverstinis jų lankytojų vaikščiojimas iš vienos institucijos į kitą, norint gauti reikiamą atsakymą ar sutvarkyti dokumentus. Siekiant spręsti šias problemas ir buvo sugalvota e-valdžia bei jos taikomas vieno langelio principas – Elektroninės valdžios vartai. Tiesa, Lietuvoje tai dar mažai veikia. Tačiau reikia pripažinti, kad elektroninių priemonių panaudojimo išplėtimas ir ryšių jų pagalba stiprinimas, yra ypatingai svarbūs institucijų ryšiams su visuomene, bei jų kokybei.

Vienas dažniausiai akcentuojamų interneto ir ryšių jame bruožų yra interaktyvumas. Jis užtikrina abipusę komunikaciją ir grįžtamąjį ryšį, kuris labai svarbus ryšiams su visuomene. Interaktyvumas labai svarbus ir valstybinėms institucijoms, siekiančioms užmegzti betarpišką ir artimą ryšį su šalies gyventojais. Interaktyvumo svarba akivaizdi nagrinėjant galimų arba dažniausiai užduodamų klausimų kontekste. Vartotojas gali čia pat vietoje, niekur neišeidamas ir kiek įmanoma sutaupydamas laiko, sužinoti atsakymą jam rūpimu klausimu.

Internetas, visų pirma traktuojamas kaip priemonė dialogui užmegzti, valstybinių institucijų vis dėlto dažniausiai naudojamas informavimo funkcijai atlikti.⁴³ Tai ir tampa didžiausia šiuolaikinių valstybinių ryšių su visuomene internete problema. Jis neatlieka funkcijos, kuri labiausiai

⁴⁰ Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M., *Effective Public Relations*. New Jersey, 2006, p. 415.

⁴¹ Skyrius R., Mikalauskienė A., Zalieckaitė L. *Informacijos ir komunikacijos technologijos*. Vilnius, 2005, p. 129.

⁴² Jones, Jacqui, *Winning Online*. Iš *NZ Marketing Magazine*. Oktober 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 38.

⁴³ Taylor, M., & Kent, M. L. *Congressional Web sites and their potential for public dialogue*. *Atlantic Journal of Communication*, 2004, 12(2), 2004. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 59.

akcentuojama visų interneto vartotojų ir jo kūrėjų. Pagrindinė tinklalapių charakteristika yra jų interaktyvumas ir su ja auditorija yra linkusi sieti visus kitus tinklalapių bruožus.⁴⁴

Tiesa, interaktyvumas nepakeičia asmeninio bendravimo, tačiau smarkiai sutaupo laiko tiek vienai, tiek kitai pusei. Pirmyn žengiančios technologijos yra kuriamos ne tik tam, kad palengvintų kasdieninį gyvenimą, bei padėtų taupyti laiką. Elektroninis paštas, kaip viena iš komunikacijos formų, o tuo pačiu ir ryšių su visuomene priemonių, yra ne tik patogus, bet ir greitas, nes leidžia taupyti laiką ir skaityti bei atsakyti laiškus vartotojui palankiu metu. Bet kuri žinia internetu gali būti pateikiama ir gaunama abiems pusėms palankiu metu.

Ryšiai su visuomene internete taip pat yra pigi priemonė.

Kiti interneto privalumai yra susiję su auditorija. Platus auditorijos ratas ir palyginus lengvas jos pasiekiamumas yra svarbios interneto ypatybės. Internetas - tai išskirtinė galimybė skleisti žinias apie save, kuri leidžia pasiekti masinę auditoriją, bet kartu sudaro sąlygas suasmeninti jiems siunčiamą informaciją.

Auditorija ryšiams su visuomene yra labai svarbi, jai siekiama įtiki, ji diktuoja sąlygas, kuriomis gali ir nori būti pasiekta. Kalbant apie valstybinių institucijų auditoriją reikia pabrėžti, kad ji labai įvairialypė. Jau nekalbant apie tai, kad auditoriją galima būtų suskirstyti dar ir pagal jos funkcijas į: piliečius, verslą, kitas valstybines institucijas ir žiniasklaidą. Paėmus tik vieną iš jų iš karto akivaizdu tampa, kad auditoriją piliečius sudaro ne tik įvairių profesijų, bet ir įvairių amžiaus grupių bei interesų žmonės. Todėl įtikti tokiai specifinei auditorijai yra ypatingas uždavinys, kurį padeda išspręsti interneto teikiamos galimybės.

Visada reikia turėti omenyje, kad auditorija, juo labiau esanti tokia plati kaip valstybinių institucijų atveju, turi ne tik skirtingą supratimą apie informacines komunikacines technologijas, bet skiriasi ir jų įgūdžiai naudojantis šiomis priemonėmis. Tai reikia turėti omenyje norint užmegzti efektyvius ryšius. Žinoma, šiuo atveju yra dvi galimybės: pritaikyti įvairius metodus skirtingoms tikslinėms grupėms arba kiek tai įmanoma suvienodinti grupės kompiuterinio raštingumo lygį. Kaip ir bet kokiame atveju geriausiai veikia šių metodų taikymas kompleksiskai, t. y. derinant, nes bet kokiame atveju auditorijos nevienalytiškumas negali būti visiškai panaikintas.

Kalbant apie valdžios vartus – prieigą, kuria galima pasiekti visas e-valdžios teikiamas paslaugas, Stanley Dietzel pabrėžia, kaip svarbu, kad pats pilietis turėtų pasirinkimą, kaip toli ir kiek sudėtingų e-valdžios paslaugų jam reikia.⁴⁵ Kitaip tariant, svarbu, kad sistema sudėtingėtų einant gilyn ir kiekvienam eiliniam vartotojui nereikėtų susipažinti su visa tinklalapio struktūra ir pasirinkti jam

⁴⁴ Lee, Se-Jin, Lee, Wei-Na, Kim, Hyojin, Stout, , Patricia A. A Comparison of Objective Characteristics and User Perception of Web Sites. Iš Journal of Interactive Advertising, 4 (2), [interaktyvus]. 2004 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol4/no2/lee/index.htm>>.

⁴⁵ Dietzel, Stanley. E-government can gain by applying privat sector solutions. Iš Government procurement. 2001 June. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 34-35.

būtiną elementarią informaciją iš pilno jos srauto. Tai turėtų padėti kiek klasifikuoti auditoriją, turi pagal gebėjimų lygį galėtų atsirinkti jai reikalingą informaciją.

Ši auditorija taip pat skiriasi gebėjimą naudotis IKT priemonėmis lygiu, kurį lemia finansiniai ištekliai, laikas ir gebėjimų lygis.⁴⁶ Tačiau šiuos dalykus bandoma spręsti diegiant informacinę visuomenę, kuri jau dabar yra daugelio valstybių prioritetu.

Kalbant apie auditoriją svarbu nepamiršti, kad dalis ryšių su visuomene internete atitenka ryšiams su žurnalistais. Kalbant apie žurnalistus, pastariesiems ypač svarbi informacija ir tai, kur jos galima gauti daugiau, t.y. informacijos šaltiniai. Todėl rengiant pranešimus spaudai būtina ten įrašyti kontaktus, o kaip nuoroda puikiai tinka ir institucijos tinklalapis.⁴⁷ Bemaž kiekvienos institucijos tinklalapis turi skyrelį, skirtą pranešimams spaudai ir kitai masinių komunikacijos priemonių atstovams svarbiai informacijai talpinti. Jei jis tvarkomas teisingai, tada žurnalistai visada galės rasti jiems reikalingos informacijos būtent ten. Taip ryšiai su visuomene internete tampa priemone pasiekti vieną iš publikų.

Tad valstybinių institucijų ryšiai su visuomene internete turėtų būti orientuoti taip, kad tiktų įvairių gabumų ir interesų turinčiai publikai. Kalbant apie rinkėjus, kaip specifinę auditoriją, svarbu pabrėžti, kad skiriasi atskirų individų pasiekiamumas ir gebėjimai. Tai susiję su informacine visuomene ir jos plėtros svarba. Ypatingo dėmesio reikalauja ir žiniasklaidos atstovai, kurie yra labai svarbi valstybinių institucijų auditorija.

Vis dėlto, „Internetas yra palanki terpė kurtis virtualioms bendruomenėms pagal profesinius, kultūrinius ar kitokius interesus. Technologijos poveikis šiuo atveju yra dvejopas: jei elektroninė bendruomenė sutampa su geografinė bendruomene, jos ryšiai stiprinami; jei ne – atvirkščiai, t.y. geografinės, realios bendruomenės nariai nutolsta vieni nuo kitų.“⁴⁸

Pokalbiai ir diskusijos gali padėti organizacijai suprasti kokį įvaizdį ar reputaciją ji turi.⁴⁹ Tad internetas tarnauja ir kaip ryšių su visuomene rezultatų matavimo priemonė. Tuo pačiu bent jau formaliai galima pasiskaičiuoti ir ryšių su visuomene internete poveikį, pagal apsilankymus tinklalapyje, pagal parsisiuntimą vienu ar kitu dokumentu, pagal laiką praleistą tinklalapyje, pagal tinklalapyje užpildytas formas.⁵⁰ Visa tai žinoma rodo kiekybinę išraišką ne visada parodančią kokybę ir tikrąjį poveikį. Faktas tas, kad internetas kaip ryšių su visuomene veiklos matavimo įrankis turi keletą esminių privalumų: jis gali vykti tiek realiu laiku, tiek ne, jų neriboja erdvė, galima apklausti

⁴⁶ Edwards, Lee, *Public Relations for informatikon and communications technologies: principles and planning*. Iš Tench R., Yeomans L., *Exploring Public Relations*, Madrid, 2006, p. 489.

⁴⁷ Kent, M. L., & Taylor, M. Maximizing media relations: A Web site checklist. *Public Relations Quarterly*, 48.(1) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://homepages.wmich.edu/~mkent/Index.html>>, p. 15.

⁴⁸ Skyrius R., Mikalauskienė A., Zalieckaitė L. *Informacijos ir komunikacijos technologijos*. Vilnius, 2005, p. 275.

⁴⁹ Teilmann R., Szondi G. *Public relations research and evaluation*. Iš Tench R., Yeomans L., *Exploring Public Relations*, Madrid, 2006, p. 222.

⁵⁰ Teilmann R., Szondi G. *Public relations research and evaluation*. Iš Tench R., Yeomans L., *Exploring Public Relations*, Madrid, 2006, p. 222.

skirtingose vietose, ir netgi skirtingu laiku esančius žmones, ir tokie tyrimai reikalauja visiškai minimalių išlaidų.⁵¹

Taigi sparčiai besivystančios technologijos suteikia vis daugiau galimybių. Jomis siekia pasinaudoti ir ryšių su visuomene specialistai, kad internetas taptų ne tik komunikacijos priemone, bet ir įgyvendintų šios srities tikslus: būtų erdve teikti informaciją, padėtų užmegzti ir palaikyti nuolatinį, interaktyvų kontaktą su įvairialype publika. Pagrindiniai privalumai, sąlygojantys ryšių su visuomene internete būtinumą yra šie: naujos galimybės vykdyti komunikacijos ir informavimo funkcijas, viską pateikti vienoje vietoje, užmegzti interaktyvius ryšius, sutaupyti pinigų ir laiko bei pasiekti labai įvairialypę auditoriją.

1.3. VALSTYBINIŲ INSTITUCIJŲ RYŠIŲ SU VISUOMENE INTERNETE IŠŠŪKIAI

Kūrybiškai pažvelgus į naujasias technologijas galima būtų pritaikyti jas netikėtais būdais atlikti įprastines funkcijas. Tačiau norint tinkamai pritaikyti, būtina išmanyti technologijų veikimo principus ir, žinoma, jų privalumus. Tačiau, kaip teigia vienas iš autorių, ryšių su visuomene specialistai dažnai bijo naujų technologijų, o kadangi bijo ir per mažai žino apie jas, tai tuo pačiu ir jų panaudojimas ryšiams su visuomene atsilieka nuo technologijų raidos.⁵²

Kartu su neigiamais informacinės visuomenės aspektais, tarp kurių: Išaugę gyvenimo kaštai, Neteisėto manipuliavimo informacija padažnėjimas, Informacinės visuomenės narių susiskaldymas, Psichologinio, etinio pobūdžio problemos, Sunkumai, susiję su informacijos paieška esant informacijos gausumui⁵³, pasirodo ir interneto, kaip ryšių su visuomene trūkumai, bei iššūkiai, su kuriais susiduriama juos įgyvendinant.

Internetas, kaip ryšių su visuomene priemonė yra greita, paprasta, globali, bet turi ir neigiamų savybių, nes lygiai taip pat gali tapti nekontroliuojama, nepatvirtinta ir nepatikima.⁵⁴

Piliečiai mažiau toleruoja klaidas, kurias daro valdžia.⁵⁵ Daugeliu atvejų tokias pat klaidas jie daug greičiau linkę atleisti privataus sektoriaus atstovams, kadangi turi galimybę pasirinkti kitą ir savo nedėmesingumu „nubausti“ prasikaltusįjį. Be to, valdžios institucijos dažnai operuoja daug išsamesniais ir svarbesniais duomenimis apie visuomenės atstovus ir tai įgalina jas būti daug

⁵¹ Teilmann R., Szondi G. Public relations research and evaluation. Iš Tench R., Yeomans L., Exploring Public Relations, Madrid, 2006, p. 222.

⁵² Horton, James L. Learning Online Crafts [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.online-pr.com/Holding/LearningOnlineCrafts.pdf>>, p. 1.

⁵³ Misevičius A., Informacinė visuomenė: dabartis ir perspektyvos. Iš Mokslas ir gyvenimas, 2002, nr.2 [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ausis.gf.vu.lt/mg/nr/2000/02/2infov.html>>.

⁵⁴ Relations Theory and Practice, Edited by Betteke van Ruler, Dejan Verčič. Berlin, 2004, p. 69.

⁵⁵ Dietzel, Stanley. E-government can gain by applying privat sector solutions. Iš Government procurement. 2001 June. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 35.

atsakingesnėmis už kitas. Be to, valstybinėms institucijoms keliami aukštesni reikalavimai, uždaviniai, kurios jos, vykdydamos ryšius su visuomene internete turi su ypatingu atidumu vykdyti.

Daugelis problemų kyla dėl per didelio biurokratizmo ir valstybinių institucijų teikiamų paslaugų neefektyvumo. Todėl svarbiausi e-tarnybų principai turėtų būti:

- skaidrumas, kurį turėtų užtikrinti informuotumas,
- privatumas - turėtų būti išlaikyta riba, skirianti kaip asmens privatumas gerbiamą ir privalomą žinoti informaciją;
- integruotumas – atitikimas vartotojų poreikius, vengiant siuntinėjimo vieni pas kitus, išlaikant vieno langelio principą,
- autentiškumas – užtikrinimas, kad bendraujama būtų su tuo asmeniu; čia svarbų vaidmenį atlieka skaitmeninis parašas.⁵⁶

Be to, internetu teikiama informacija turi būti tikra (autentiška), tiksli ir pateikta laiku.⁵⁷ Tai aktualu ir privačiam sektoriui.

Kalbant apie komunikaciją, egzistuoja dvi technologijos: „traukimo“ (reikalaujančios tiesioginių vartotojų veiksmų) ir „stūmimo“ (kuri pasiekia vartotoją be jo pastangų).⁵⁸ Nagrinėjant internetą, kaip komunikacijos erdvę, didelė problema yra per gausus ir labai dažnai nelaukiamos informacijos kiekis. Taigi pagrindinė bėda tampa ne informacijos paieška, bet susidorojimas su milžiniškais jos kiekiais, o laimėjimus apsprendžia ir gebėjimas atsirinkti.⁵⁹ „Tarptautiniu kompiuterių tinklu išsiuntinama masinė informacija (angl. Spam), dažniausiai įvairių komercinių organizacijų reklaminė medžiaga, tapo didele šių dienų problema.“⁶⁰ Per didelis kiekis papildomos nereikalingos informacijos „atbukino“ žmones ir ši priemonė, kaip vienpusės, informuojančios komunikacijos priemonė prarado savo poveikį ir reikšmę.

Savaime suprantama, kad tobulėja ir technologijos, kuriomis siekiama apsaugoti nuo per didelio informacijos kiekio. Kaip priemonę auditorijai pasiekti naudojant elektroninį paštą taip pat kyla daug keblumų, nes daugelis elektroninio pašto tarnybinių stočių turi filtrus. „Tarnybinės stoties administratoriai nustato tam tikras sąlygas (pavyzdžiui, necenzūriniai ar nešvankūs žodžiai, terminai, reklaminio pobūdžio pasikartojanti informacija), pagal kurias tikrinama kiekviena elektroniniu paštu persiunčiama žinutė.“⁶¹ Antivirusinės priemonės taip pat padeda filtruoti žinutes. Bet kokiame atveju, svarbiausia, kad žinutė būtų ne tik gauta, bet ir perskaityta. Tai aktualu, ne tik tuo atveju, kai

⁵⁶ Rudokas M., Elektroninės vyriausybės privalumai ir trūkumai. Iš Informacinės visuomenės formavimasis ir etika internete, red. B. Kuciniene. Šiauliai, 2000, p. 55-57.

⁵⁷ Dietzel, Stanley. E-government can gain by applying privat sector solutions. Iš Government procurement. 2001 June. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 35.

⁵⁸ Borgman Cristine L. Nuo Gutenbergo iki globalios informacijos infrastruktūros. Kaunas, 2003, p. 24.

⁵⁹ Brown John Seely, Duguid Paul. Socialinis informacijos gyvenimas. Vilnius, 2004, p. 18.

⁶⁰ Skyrius R., Mikalauskienė A., Zalieckaitė L. Informacijos ir komunikacijos technologijos. Vilnius, 2005, p. 127.

⁶¹ Ulevičius, L. Kaip tapti žinomam? Etiški ryšiai su visuomene. Kaunas, 2006, p. 119.

siunčiamos reklaminės žinutės klientams, bet ir tuo atveju, kai siunčiama informacija yra adresuota žurnalistams.

Žinoma, tai turi savų minusų, kadangi sumažėjo asmeninio bendravimo. Tiesa, kad internetas atima dalį betarpiškumo, šiek tiek nuasmenina, tačiau tuo pačiu leidžia pasiekti didesnę auditorijos kiekį.

Kadangi daugeliu atvejų elektroninis paštas pakeičia ar bent jau papildo žodinę ir popierinę komunikaciją, tai daugelis organizacijų susiduria su tos informacijos dvilypumu: iš vienos pusės ji privati, iš kitos – organizacijos nuosavybė.⁶² Šis klausimas ypač paaštrėja, kai žmogus išsina iš darbo, nes kaip tarnautojas, savo darbinėje pašto dėžutėje jis yra sukaupęs konfidencialios organizacijai informacijos. Tačiau tarp jos, be abejo, yra ir privačios korespondencijos. Kitų asmenų sąlygotas jos panaudojimas ar sunaikinimas gali būti traktuojamas kaip teisių į privatumą pažeidimas. Tad internetas mažina privatumą⁶³.

Pagrindinės problemos, kalbant apie informacijos pateikiamą internete, yra jos saugumas ir slaptumas. Todėl ypatingai ten kur, teikiamos paslaugos tiesiog internete ir reikalingi/vartojami kokie nors privatūs duomenys, yra būtina pasirūpinti jų saugumu. Tai turėtų būti neabejotinu e-valdžios prioritetu.⁶⁴

Svarbu turėti omenyje, kad tais pačiais interneto privalumais gali ir dažnai pasinaudoti taip pat ir organizacijų priešininkai, skleisdami neigiamą informaciją, bei siekdami pažeisti konfidencialumą, privatumą ir saugumą. Daug problemų kyla ir dėl padidėjusių informacijos srautų. Didelę įtaką ryšių sėkmei daro tokios nekontroliuojamos sritys, kaip kad įvairios bendruomenės. Deja, jas sukontroliuoti yra praktiškai neįmanoma. Tačiau pasitelkiant jas saviems tikslams, galima gauti nemažai naudos.

Informacinių komunikacinių technologijų diegimas visada glaudžiai susijęs su žmogiškaisiais ištekliais. Net ir valstybinių institucijų atveju mažėja poreikis tokių darbuotojų, kurių funkcijas gali atlikti kompiuterinės programos. Įgyvendinant e-valdžios principus biurokratinis aparatas bus priverstas mažėti. Tai, žinoma, sąlygoja sudėtingas problemas, su kuriomis netolimoje ateityje teks susidurti.

Internetu vykdomos ryšių su visuomene internete kampanijos:

- turi turėti realius tikslus;
- remtis tuo, kad vien informacijos nepakanka, tarpasmeninė komunikacija būtina;
- publikos turi būti segmentuotos.⁶⁵

⁶² Borgman Caristine L. Nuo Gutenbergo iki globalios informacijos infrastruktūros. Kaunas, 2003, p. 35.

⁶³ Imagining of Internet. „The Future of the Internet II“ Study Explores 2020's Possibilities/Sarah L. Knowles, The Future. 2020 Vision. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 27.

⁶⁴ West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.

⁶⁵ Yeomans, L. Public sector communication. Iš Tench R., Yeomans L., Exploring Public Relations, Madrid, 2006, p. 587.

Taigi, naudojantis ryšių su visuomene internetu privalumais neišvengiamai susiduriama su problemomis. Valstybinėms institucijoms tenka ypatinga atsakomybė, nes jų klaidos gali paliesti daugelį šalies gyventojų. Jos disponuoja daug įvairesne informacija nei bet kuri privati organizacija. Todėl šių duomenų apsauga yra ypatingas e-valdžios prioritetas. Jos susiduria taip pat susiduria su informacijos pertekliaus problema, nes joms darosi taip pat sunku paskleisti apie save žinią, kuri nepasimestų milžiniškame informacijos sraute. Kartu su sparčiai besivystančiomis technologijomis jų teikiamomis galimybėmis ir didėjančiu skaidrumu, atsiranda naujas iššūkis - atitinkamai mažėja privatumo. Internetu savais tikslais taip pat efektyviai naudojasi ir organizacijų priešininkai. Visais atvejais ryšiuose su visuomene būtina veikti tikslingai, naudoti įvairias priemones ir aiškiai skirti adresatą. Kartu su atsakingu požiūriu ir apdairumu, tai padeda išspręsti anksčiau minėtas ryšiams su visuomene internete kylančias problemas.

2. TINKLALAPIS KAIP RYŠIŲ SU VISUOMENE PRIEMONĖ IR JO SAVYBĖS

Anksčiau ar vėliau su valstybinėmis institucijomis turi kontaktų beveik kiekvienas valstybės pilietis. Su vienomis dažniau, su kitomis rečiau. Nuomonė apie instituciją ir jos įvaizdis sparčiai keičiasi turint teigiamų emocijų keliantį kontaktą su organizacija. Nuo to, kokia būna to kontakto kokybė, priklauso ne tik tos institucijos, bet ir pačios valstybės įvaizdis jos piliečių akyse.

Įspūdis apie organizaciją taip pat „formuojasi žmogaus asmeninio susidūrimo su firma metu, klausantis visuomenėje sklindančių gandų apie firmą, taip pat iš žiniasklaidos pranešimų.“⁶⁶ Kuo toliau, tuo daugiau žmonių, visų pirma išgirdę apie ką nors, susiranda apie tai daugiau informacijos internete. Ir tai natūralu, nes internetas tampa vis lengviau ir greičiausiai prieinamu informacijos šaltiniu.

Tinklalapiai yra strateginė viešo dialogo priemonė.⁶⁷ Jis taip pat gali tarnauti kaip demokratinius procesus atnaujinantis veiksnys.⁶⁸ Kalbant apie tinklalapius svarbūs du dalykai – turinys ir jo panaudojimas mezgant ryšius su visuomene, bei dizainas ir jo teikiama pridėtinė vertė bei jo kuriama erdvė tiems ryšiams plėtoti.⁶⁹ Todėl pirmoje šio skyriaus dalyje siekiama atskleisti, kuo tinklapis kaip priemonė yra tokia svarbi institucijų ryšiams su visuomene. Antroje dalyje pristatomi tinklalapių, kaip tinkamos ryšių su visuomene internete priemonės, kriterijai.

2.1. TINKLALAPIS KAIP INSTITUCIJOS ĮVAIZDŽIO KŪRIMO PRIEMONĖ

Pasaulyje smarkiai plintant globalizacijai, vis daugiau svarbos įgyja tai, kaip valstybės, atskiri žmonės, įmonės geba bendrauti ir pateikti save. „komunikacija yra ne tiesioginis dalijimasis tiesomis, o manipuliavimas įspūdžiais.“⁷⁰ Todėl išauga įvaizdžio svarba.

Tad įvaizdis, kaip viena svarbiausių ryšių su visuomene funkcijų, persikelia ir į virtualią erdvę. Įvaizdis internete yra ne mažiau svarbus nei realybėje ir sudaro sąlygas plėtoti jį kuriančioms priemonėms. Tinklapis yra viena pagrindinių įvaizdžio kūrimo internete priemonių. Čia visų pirma akcentuojamas jos vizualumas, prieinamumas ir populiarumas. Be to, ji leidžia bent minimaliai skaičiuoti poveikį. Tinklapis ir ryšiai su visuomene internete yra palyginus pigi priemonė. Ji nereikalauja tiek daug lėšų, be to taupo laiką.

⁶⁶ Taljūnaitė, Meilutė. Valstybės institucijų įvaizdis ir organizacinė elgsena. Vilnius, 2001, p. 51.

⁶⁷ Taylor, M., & Kent, M. L. Congressional Web sites and their potential for public dialogue. *Atlantic Journal of Communication*, 2004, 12(2), 2004. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 59.

⁶⁸ Taylor, M., & Kent, M. L. Congressional Web sites and their potential for public dialogue. *Atlantic Journal of Communication*, 2004, 12(2), 2004. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 60.

⁶⁹ Taylor, M., & Kent, M. L. Congressional Web sites and their potential for public dialogue. *Atlantic Journal of Communication*, 2004, 12(2), 2004. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 63.

⁷⁰ John Durham Peters, Kalbėjimas vėjams. Komunikacijos idėjos istorija, Vilnius, 2004, p. 331.

„Pasaulio praktikoje savo įmonės įvaizdžio kūrimas laikomas vienu iš svarbiausių strateginio valdymo ir marketingo tikslų.“⁷¹ Prie jo kūrimo šiais laikais smarkiai prisideda ir informacinės technologijos. Galima būtų kalbėti net ir apie tam tikrą specifinę ir atskirą jo rūšį - įvaizdį internete. Čia jis taip pat turi būti sistemingai kuriamas ir palaikomas. Labai svarbu, kad jis atitiktų bendrą organizacijos koncepciją, būtų vieningo stiliaus su visomis kitomis priemonėmis. Įvaizdžio kūrimas ir įtvirtinimas - tai veikla, kurios rezultatai nepasirodo iš karto, ir ne visada gautas rezultatas būna adekvatus įdėtam darbui.

Įvaizdis yra formuojamas ir koreguojamas komunikacijos būdu - „įmonė komunikacija perteikia visuomenei įmonės identitetą, įtakoja įvaizdžio kitimą, formuoja palankią visuomenės nuomonę.“⁷² Tiek komunikacijos, tiek nuomonės apie organizaciją sudarymo funkcijas atlieka ir internetas. Teigiamas įvaizdis formuojamas mezgant abipusį dialogą su savo klientais, tam kad jie pasijustų svarbūs. Tad įvaizdis turėtų būti komunikuojamas visomis kryptimis, būti vieningas, ne tik deklaruojamas, bet ir atspindintis tikrovę.

Matomiausia organizacijos įvaizdžio išraiška – jos vardas, simbolis ir logotipas.⁷³ Tai ženklai, kurie pirmieji sukelia vienokį ar kitokį įspūdį ir įtakoja tolimesnę įvaizdžio plėtotę. Tas pats pasakytina ir apie įvaizdį, kuris sudaromas ar susidaro iš organizacijos ryšių su visuomene net ir tokioje specifinėje aplinkoje kaip virtuali erdvė ir atsispindi visų pirma institucijos internetinėje svetainėje. Jau dabar ne vienas turi savo asmeninį tinklalapį, tad nieko šiuo reiškiniu (vien pačiu savaime) nebegalima nustebinti. Todėl kiekvienos institucijos tinklalapis stengiasi išsiskirti unikaliomis savybėmis ir neįprastomis galimybėmis.

Daugelis ryšių su visuomene internete priemonių įeina į tinklalapių sudėtį. Būtent dėl to, ir dėl to, kad tinklalapių turinys yra vienas labiausiai ir greičiausiai kintančių dalykų, yra labai sudėtinga juos nagrinėti. Tinklalapis, o tiksliau pirmasis jo puslapis yra tarsi paradinės durys, su kuriomis sudūręs klientas arba susidomi tinklalapiu ir gilinaisi toliau arba ne.⁷⁴ Kadangi tinklalapių neriboja nei laikas, nei erdvė, įvairialypė auditorija gali būti pasiekama vienu ir tuo pačiu kanalu – tuo pačiu tinklalapiu.⁷⁵ Tai ir yra pagrindinis ryšių su visuomene internete privalumas. Svarbu suvokti, kad ne tinklalapio

⁷¹ Paulienė R. Įmonės įvaizdžio samprata ir formavimo ypatybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 m. birželio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.komunikacijuraktas.lt/pranesimai/frame_pranesimai.htm>.

⁷² Paulienė R. Įmonės įvaizdžio samprata ir formavimo ypatybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 m. birželio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.komunikacijuraktas.lt/pranesimai/frame_pranesimai.htm>.

⁷³ Fatt, James Poon Teng, Communicating a winning image. Iš Industrial & Commercial Training; 1997, Vol. 29, Issue 4. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 159.

⁷⁴ Hwang, Jang-Sun, McMillan, Sally J., Lee, Guiohk. Corporate Web Sites as Advertising: An Analysis of Function, Audience, and Message Strategy. Iš Journal of Interactive Advertising, 3(2) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol3/no2/mcmillan/index.htm>>.

⁷⁵ Hwang, Jang-Sun, McMillan, Sally J., Lee, Guiohk. Corporate Web Sites as Advertising: An Analysis of Function, Audience, and Message Strategy. Iš Journal of Interactive Advertising, 3(2) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol3/no2/mcmillan/index.htm>>.

kūrėjas, o jo vartotojas pasirenka žingsnius, kuriais eina per tinklalapį.⁷⁶ Vartotojas paprastai visada turi aktyvų santykį su tinklalapiu. Jie ieško tam tikros informacijos ir jei pakeliui nėra juos patraukiančios medžiagos, radę jiems reikalingą informaciją jie išeina iš tinklalapio. Jų grįžimas taip pat didele dalimi priklauso nuo prieš tai buvusio apsilankymo – ar jis buvo rezultatyvus, ar kažkas patraukė klientų dėmesį. Kiekvienas tinklalapius vertina pagal savo suvokimą. Tačiau esminis minimumas, bazinė informacija, jame turi būti. Tinklalapis yra ne tik informacijos šaltinis, bet ir auditorijos dėmesio pritraukimo priemonė. Tinklalapius jų naudojami paprastai suvokia kaip visumą, neišskirdami atskirų jų požymių.⁷⁷ Tai ypač svarbu turėti omenyje, kai kuriamas naujas tinklalapis.

Taigi, viena pirmųjų organizacijos vizitinių kortelių tampa jos svetainė. Jis sudaro pirmą įspūdį apie organizaciją, nesvarbu ar verslo, ar valstybinė ji būtų. Įspūdis, o ypač pirmasis, yra svarbiausias, ir visai nesvarbu, ar kalbama apie asmens, ar apie įmonės, ar apie prekės įvaizdį. Dažniausiai jis apskritai tampa svarbesniu už pačią tikrovę. Todėl labai svarbu kaip organizacija pateikia save savo tinklapyje.

Pirmas dalykas, kuris krenta į akis, tai ne pati informacija, ne tai kas pateikta svetainėje, bet labiausiai - kaip tai pateikta. Faktas tas, kad pirmasis įspūdis visų pirma ir yra paremtas emocijomis. Natūralu, kad logiškų ir pagrįstų išvadų per kelias pirmąsias sekundes žmogus negali susidaryti. Steve Bridges teigia, jog kompanijos įvaizdis susideda iš turinio ir formos.⁷⁸ Būtent toji forma ir sudaro sąlygas rasti emociniai reakcijai į tikrą pamatytą vaizdą.

Pirmasis įspūdis susidaro visų pirma iš vizualių dalykų. Tai, ką žmogus pamato pirmiausia, tai jam ir palieka pirmąjį įspūdį. „Žodis įvaizdis - tai tiesioginis vertimas iš anglų kalbos, kuris reiškia paveikslą, vaizdą, atspindį, vaizdinį, parodymą, panašumą, pavidalą, nors visa tai negali iš esmės atskleisti visų šios sąvokos reikšmės atspalvių.“⁷⁹ Todėl svarbiausias ir pirmiausias dalykas yra svetainės dizainas. Žinoma, čia reikšmės turi ne tik išdėstymas, bet ir tokie, atrodo, šalutiniai dalykai kaip spalvos ir grafinis išdėstymas. Tačiau pasirodo ypač svarbu žmogui, kuris dar nepradėjo naudotis svetaine. Apie spalvų įtaką ir jų keliamas emocijas daug informacijos galima rasti psichologijos knygoje.

„Bendrovės svetainę paprastai sudaro tokie struktūriniai elementai: pagrindinis puslapis; navigacijos sistema; informacija apie įmonę; informacija apie prekes ir paslaugas; kainoraštis;

⁷⁶ Ha, Louisa. Crossing Offline and Online Media: A Comparison of Online Advertising on TV Web Sites and Online Portals. Iš Journal of Interactive Advertising 3 (2) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol3/no2/ha/index.htm>>.

⁷⁷ Lee, Se-Jin, Lee, Wei-Na, Kim, Hyojin, Stout, , Patricia A. A Comparison of Objective Characteristics and User Perception of Web Sites. Iš Journal of Interactive Advertising, 4 (2), [interaktyvus]. 2004 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol4/no2/lee/index.htm>>.

⁷⁸ Moore, Patricija, Image driven. Iš NZ Business; May 2005, Vol. 19 Issue 4. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 35.

⁷⁹ Paulienė R. Įmonės įvaizdžio samprata ir formavimo ypatybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 m. birželio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.komunikacijuraktas.lt/pranesimai/frame_pranesimai.htm>.

registracijos sistema; skyrius partneriams; įmonės naujienos; bendravimo su klientais skyrius; užsakymo realiu laiko režimu sistema; pardavimo akcijų skyrius.⁸⁰

Svetainė atlieka ne tik reklamos ir ne tik informavimo funkcijas, t.y. ne tik vienpusės komunikacijos funkcijas. Tinklapis atlieka ir grįžtamojo ryšio su klientu palaikymo funkciją. Šiuo metu ji netgi yra svarbiausia už visas kitas. Nes bet kokioje komunikacijoje šiais laikais yra ypač akcentuojamas grįžtamasis ryšys.

Interneto svetainė tampa pagrindiniu informacijos apie instituciją tiekėju. Leisti sau neturėti svetainės jau darosi prabanga. Mat dažnas žmogus jau turi savo individualią svetainę. Sparčiai tobulėjančios technologijos sąlygoja vis didesnę jų panaudojimą visose srityse. Svarbu ir tai, kad internete pateikiamą informaciją yra lengva keisti, tobulinti, pritaikyti įvairaus tipo žmonėms, kiekvienam pagal poreikius. Interneto universalumas ir galimybė pritaikyti daugeliui yra svarbūs jo privalumai.

Tinklapiai taip pat puikiai tarnauja ir kriziniuose ryšiuose su visuomene. Krizių komunikacijoje medija buvo pradėta vartoti devintame dešimtmetyje.⁸¹ Bendrai, ryšiai su visuomene tinklapiuose turi turėti svarbią dialogo galimybę, o turinys turi kelti atsidavimą, pasitenkinimą ir pasitikėjimą.⁸² Autoriai neabejoja, kad tinklapiai padeda kurti ir palaikyti kliento reputaciją.⁸³ Patraukliausias krizinių ryšių su visuomene tinklapių pagalba bruožas yra tas, kad galima kontroliuoti žinią ir išlaikyti vienodą prieigą prie žurnalistų, fanų ir priešininkų.⁸⁴ Kadangi internetas yra prieinamas jiems visiems ir ieškantys informacijos gali pasinaudoti tinklapiu kaip dar vienu informacijos šaltiniu. Be to internetas sudaro dialogo komunikacijos išpūdį, kadangi organizacija gali atsakyti į jai mestus žiniasklaidos kaltinimus, neišvildama į atvirą tiesioginį akis į akį ginčą su ja.⁸⁵

Krizinių ryšių su visuomene poveikio pavyzdžius nagrinėjo trys mokslininkai: Bryan H. Reber, Karla K. Gower, Jennifer A. Robinson.⁸⁶ Jie ištyrė trijų įžymybių – Martha Stewart, Richard Scrushy ir Michael Jackson – tinklapius, sukurtus jų kriziniams ryšiams su visuomene palaikyti. Jie pateikė keturis siūlomus krizinių ryšių su visuomene tinklapių standartus:

1. Asmeniniai bylinėjimosi ryšiai su visuomene tinklapyje yra monologiniai, ne dialoginiai; dialogo išpūdį sudaro tik atsakymai į medijos puolimą

⁸⁰ Pajuodis A. Prekybos marketingas. Vilnius, 2005, p. 332.

⁸¹ Reber, Bryan H., Gower, Karla K., Robinson, Jennifer A. The Internet and Litigation Public Relations, *Journal of Public Relations research*, 18(1), 23-44, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 24.

⁸² Reber, Bryan H., Gower, Karla K., Robinson, Jennifer A. The Internet and Litigation Public Relations, *Journal of Public Relations research*, 18(1), 23-44, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 29.

⁸³ Reber, Bryan H., Gower, Karla K., Robinson, Jennifer A. The Internet and Litigation Public Relations, *Journal of Public Relations research*, 18(1), 23-44, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 39.

⁸⁴ Reber, Bryan H., Gower, Karla K., Robinson, Jennifer A. The Internet and Litigation Public Relations, *Journal of Public Relations research*, 18(1), 23-44, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 39.

⁸⁵ Reber, Bryan H., Gower, Karla K., Robinson, Jennifer A. The Internet and Litigation Public Relations, *Journal of Public Relations research*, 18(1), 23-44, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 39.

⁸⁶ Reber, Bryan H., Gower, Karla K., Robinson, Jennifer A. The Internet and Litigation Public Relations, *Journal of Public Relations research*, 18(1), 23-44, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.

2. Asmeniniai bylinėjimosi ryšiai su visuomene tinklalapyje pasinaudoja ilgalaikių bylinėjimosi ryšių su visuomene standartais, tokiais kaip pranešimas spaudai, atviri laišakai, oficialios pozicijos, teismų dokumentai, kuriuos galima parsisiųsti;
3. Asmeniniai bylinėjimosi ryšiai su visuomene tinklalapyje atspindi viešą kaltinamojo asmenybės pusę;
4. Asmeniniai bylinėjimosi ryšiai su visuomene tinklalapyje tarnauja kaip oficialus kaltinamųjų balsas.⁸⁷

Taigi, tinklalapis kaip ryšių su visuomene priemonė visų pirma formuoja įvaizdį. Tinklalapis dažnai tampa pirminiu šaltiniu apie instituciją ir tuo būdu kuria nuomonę apie instituciją. Tinklalapio sudėtingumą lemia tai, jog daugelis tokių priemonių, kaip elektroninis paštas, pokalbių svetainės, svečių knygos, klausimų-atsakymų skyriai ir pan., įeina į jo sudėtį, t.y. jungia svarbiausius ryšių su visuomene internete elementus. Tinklalapių informavimo ir komunikavimo funkcija padeda ir kriziniuose ryšiuose su visuomene saugant reputaciją.

2.2.TINKAMO VALSTYBINĖS INSTITUCIJOS TINKLALAPIO KRITERIJAI

Tinkamu tinklalapiu šiame darbe apibrėžiamas tinklalapis, kuris yra kokybiškas – atitinka būtinausius kriterijus.

Yra keletas punktų, kurios apie tinklalapius turi žinoti ryšių su visuomene specialistai:

- Tinklalapis yra jūsų vizitinė kortelė ir brošiūra apie jūsų organizaciją kartu. Ji leidžia jums 24 valandas per parą, 7 dienas per savaitę pasiekti bet kurią pasaulio vietą ir skirtingas auditorijas tuo pačiu metu;
- Ryšiai su visuomene palaiko tinklalapį, nes jų pagalba atnaujinama ir patraukliai pateikiama informacija. Informacija turi būti nuolat atnaujinama. Žinoma, atnaujinimo dažnumas priklauso nuo institucijos pobūdžio, bet vis dėlto tinklalapis negali būti atnaujinamas rečiau nei kartą į savaitę;
- Svarbu išlaikyti paprastumą – tinklalapio dizainas neturi būti per sudėtingas;
- Veikiančios nuorodos – jos turi būti nuolat atnaujinamos ir keičiamos, jei nurodytu adresu tinklalapiai nebeveikia;
- Žmonės jums nepasakys – jie nepadarys už jus darbo ir nesiims pranešinėti apie neveikiančias nuorodas;
- Nuorodų veikimo tikrinimo programos ne visada išsprendžia šią problemą;
- Reikia vengti ir tuoj pat taisyti gramatikos ir rašybos klaidas;

⁸⁷ Reber, Bryan H., Gower, Karla K., Robinson, Jennifer A. The Internet and Litigation Public Relations, Journal of Public Relations research, 18(1), 23-44, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 24.

- Greitai atsikratykite dizaino klaidų;
- Atkreipkite dėmesį į jums išsakomas pastabas ar pastebėtas klaidas jūsų tinklalapyje;
- Viskas yra susiję – panaikinus ar pakeitus vieną iš puslapių, svarbu patikrinti nuorodas iš kitų tinklalapio puslapių;⁸⁸

Pagrindinės tinklalapių pozicionavimo ir jų dizaino klaidos yra:

- Pilnas grafikos, bet netinkamas tinklalapis – per margas įvairiomis papildomomis priemonėmis;
- Meta tag (meta žyma) – svarbu būti lengvai randamam pagal paieškos sistemas;
- Netinkamos, neveikiančios nuorodos;
- Pasenusi informacija;
- Neperskaitomas puslapis (apkrautas fonas, ant tamsaus fono tamsios raidės).⁸⁹

Tinklalapius bandyta tyrinėti per jų kaip „asmenybių“ bruožus - jiems taikytos žmonių ir prekės ženklų charakteristikos, tokios kaip: protingas (patyręs, išmanantis, efektyvus, sistemingas), smagus (patrauklus, įdomus, gyvybingas), organizuotas (sudėtingas, didžiulis), atviras, nuoširdus.⁹⁰ Šias savybes, kurios tokios svarbios tinklalapių lankytojams, turėtų turėti omenyje ir tinkama linkme panaudoti visi tinklalapių kūrėjai. Mat šios savybės turėtų būti labai svarbios. Faktas tas, kad šiais laikais jau svarbus klausimas ne „Ar turėti tinklalapį?“, bet „Kaip padaryti jį tikrai patrauklų vartotojui?“

„Gera suprojektuotas tinklalapis turi būti:

- akivaizdus (vartotojui nereikia galvoti apie nesvarbias detales);
- sudarytas pagal aiškios hierarchijos principus (svarbiausia informacija yra lapo viršuje);
- logiškai ir vaizdžiai susietas;
- atitikti standartinius pasaulinio tinklo reikalavimus.⁹¹

Tobulas valstybinės institucijos tinklalapis turėtų:

- Suteikti naujausios informacijos reikalingos rinkėjams;
- Suteikti naujausios informacijos reikalingos žiniasklaidai - skyrius žurnalistas turėtų būti kairėje viršutinėje pagrindinio puslapio dalyje, nes toks išdėstymas yra panašus į laikraščio ir padeda lengvai, žinomoje vietoje rasti tai, ko reikia⁹²;

⁸⁸ Horton, James L. PR and the Updated Web Site [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.online-pr.com/Holding/TheUpdatedWebSite.pdf>>, p. 1-3.

⁸⁹ Web site search engine positioning/site design [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.online-pr.com/enginep.htm>>.

⁹⁰ Qimei Chen, Development of an Instrument to Measure Web Site Personality. Iš Journal of Interactive Advertising, 7 (1) [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol7/no1/chen/index.htm#17>>.

⁹¹ Čepulkauskas, A., Kulvietis, G. Interneto svetainių palaikymas ir kūrimas, [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://leidykla.vgtu.lt/docs/el/Internet_svetainiu_kurimas.pdf>, p. 24.

- Suteikti naujausios informacijos reikalingos rinkėjų grupėms;
- Suteikti galimybę rinkėjų atsiliepiamams;
- Suteikti naudingų nuorodų į kitus tinklalapius.⁹³

Žinoma, padėtis užsienio šalyse yra daug geresnė, nei Lietuvoje. Viena labiausiai išsivysčiusių šioje srityje turbūt bus Jungtinės Amerikos valstijos. Ten valdžios organai jau anksčiau priėmė skaitmeninę revoliuciją ir ėmėsi didžiąją dalį medžiagos nuo publikacijų ir duomenų bazių iki paslaugų, teikiamų piliečiams elektroniniu būdu, perkelti į virtualią erdvę.⁹⁴ 2000 m. Darrell M. West atliko 1813 valstijų ir federalinės valdžios tinklalapių analizę. Jis tyrė, kaip e-valdžios tinklalapiai atitinka piliečių informacijos poreikius. Pagrindinės jo padarytos išvados buvo dvi:

- valdžios tinklalapiai ne pakankamai išnaudoja technologines galimybes
- yra problemų santykiuose tarp informacijos prieinamumo ir demokratijos ribų peržengimo.⁹⁵

Tyrėjas pripažino, kad valdžios organams dar yra kur tobulėti, norint, kad piliečiai visą informaciją ir paslaugas galėtų gauti internetu. Tuo būdu internetas turėtų padėti aiškiau suprasti vienas kitą, bendradarbiauti, įtikinti, manipuluoti vienas kitu, diskutuoti, užmegzti dialogą.⁹⁶ Svarbu pažymėti, kad tinklalapiai vis dėlto palengvina komunikaciją su rinkėjais.⁹⁷

Dar 2000 m. liepos mėnesio Lietuvos Respublikos ministerijų interneto puslapių analizės pagal 31 (taip/ne) aspektą metu buvo nustatyt, kad:

- puslapio adresai neturi bendros sistemos
- ryšiams su visuomene ministerijos skiria mažiausiai dėmesio. Dažniausias vienpusis ryšys;
- puslapiai neturi bendros struktūros.⁹⁸

Norint įvykdyti darbo tikslą ir įvertinti valstybinių institucijų tinklalapius, kaip pavyzdys buvo pasirinktos trylikos Lietuvos Respublikos ministerijų svetainės. Siekiant jas įvertinti pirmiausia būtina nustatyti kriterijus, kuriais remiantis bus nustatoma, ar jos tinkamos, ar atitinka ne tik įstatymiškai reglamentuotus būtent joms skirtus reikalavimus, bet ir bendruosius neformalius, tačiau bet kuriai

⁹² Kent, M. L., & Taylor, M. Maximizing media relations: A Web site checklist. *Public Relations Quarterly*, 48.(1) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://homepages.wmich.edu/~mkent/Index.html>, p. 16.

⁹³ Taylor, M., & Kent, M. L. Congressional Web sites and their potential for public dialogue. *Atlantic Journal of Communication*, 2004, 12(2), 2004. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 66.

⁹⁴ West, Darrell M. *Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments* [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>.

⁹⁵ West, Darrell M. *Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments* [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>.

⁹⁶ Taylor, M., & Kent, M. L. Congressional Web sites and their potential for public dialogue. *Atlantic Journal of Communication*, 2004, 12(2), 2004. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 66.

⁹⁷ Taylor, M., & Kent, M. L. Congressional Web sites and their potential for public dialogue. *Atlantic Journal of Communication*, 2004, 12(2), 2004. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 67.

⁹⁸ Vyriausybės ir kitų vykdomosios valdžios institucijų tinklalapių koncepcija [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/owa-bin/owarepl/inter/owa/U0022090.doc>.

svetainei būtinus požymius. Šio skyriaus uždavinys yra atrinkti kriterijus, pagal kuriuos bus įvertinti LR ministerijų tinklalapiai. Skyriaus rezultatas bus tų kriterijų sąrašas.

Kalbant apie tinklalapius pirmiausia į akis krenta institucijos internetinio puslapio adresas. Pagal dabar galiojančius įstatymus, nutarimus ir rekomendacijas, nėra jokių aiškių reikalavimų kuriant institucijų internetinius adresus. Nors šis kriterijus labai svarbus kalbant ne tik apie valstybines įstaigas. Tinklalapiui taip pat svarbu, kad jis būtų lengvai randamas, o įvedus į paieškos sistemas kaip pirmąjį šaltinį pateiktų būtent tos institucijos tinklalapį.

Institucijos tinklalapio adresas turi kiek įmanoma atitikti institucijos pavadinimą ir tuo būdu būti lengvai surandamas. Žinoma, didelę reikšmę turi ir svetainių prieinamumas, populiarumas. Tokie dalykai jau priklauso nuo tos svetainės viešinimo. Jos vieta ir reitingavimas paieškos sistemose yra labai svarbus rodiklis svetainės veiksmingumo ir reikalingumo nustatymui. Taip pat labai svarbu, kad svetainė būtų patogi vartotojui, t.y. kad reikalinga informacija joje būtų lengvai surandama ir lengvai pasiekama.

Tačiau Lietuvoje yra reglamentuotas svetainių su galūnėmis „gov.lt“ vartojimas. „Svetainių vardai ir elektroninio pašto adresai su galūnėmis "gov.lt" yra naudojami viešajame internete ir leidžia suvienodinti valstybės institucijų interneto vardų sistemą, padaryti ją lengvai atskiriamą ir suprantamą naudotojams Lietuvoje ir užsienyje, leidžia gyventojams ir firmų atstovams lengvai atskirti oficialią valdžios informaciją nuo neoficialios.“⁹⁹ Tačiau 2006 m. pradžioje buvo įregistruotos tik 15 valdžios institucijų svetainių, tarp kurių vos dvi (iš trylikos esančių)– LR užsienio reikalų ir LR krašto apsaugos ministerijos. Iš 25 Europos Sąjungos narių (neskaitant Rumunijos ir Bulgarijos), vos penkios: Belgija, Ispanija, Olandija, Suomija ir Vokietija, visai nenaudoja šių priesagų savo valstybinių institucijų tinklalapių adresams.

Kaip jau buvo minėta, tokios galūnės naudojimas ne tik padeda suvienodinti valstybinių institucijų tinklalapių adresus, bet ir leidžia vartotojui lengviau identifikuoti, kuri informacija atspindi oficialią institucijos poziciją. Lietuvoje šių vardų registravimu užsiima valstybinė įmonė „Infostruktūra“, kuriai tai pavedė LR vidaus reikalų ministerija. 1992 m. įkurtos valstybės įmonė „Infostruktūra“ misija – „sudaryti sąlygas saugiai ir efektyviai keistis duomenimis tarp Lietuvos valstybės institucijų, taip pat tarp Lietuvos Respublikos ir Europos Sąjungos valdžios institucijų.“¹⁰⁰

Šių adresų naudojimas yra griežtai reglamentuotas. „Interneto vardai su galūnėmis "gov.lt" gali būti suteikti Lietuvos Respublikos valstybės institucijoms, kurios vykdo joms perduotas valdymo funkcijas – toms, kurios apibrėžtos Lietuvos Respublikos Valstybės tarnybos įstatyme:

- atstovaujamosios valdžios institucijos (Seimas, savivaldybių tarybos);
- valstybės vadovo institucija (Prezidentas, prezidentūra);

⁹⁹ Interneto vardų su galūnėmis gov.lt ir eu-admin.net administravimas [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.gov.lt/>>.

¹⁰⁰ Infostruktūra [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. balandžio 6 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.is.lt/apie_mus/>.

- vykdomosios valdžios institucijos (Vyriausybė, ministerijos, joms pavaldžios įstaigos, apskričių viršininkai, merai, savivaldybių valdybos);
- teisminės valdžios institucijos (Konstitucinis Teismas, Aukščiausiasis Teismas, Administracinis teismas, Apeliacinis teismas, apygardų teismai, prokuratūros);
- kontrolės institucijos (Valstybės kontrolierius, Seimo kontrolieriai, Vyriausybės atstovai, savivaldybių kontrolieriai, įvairios komisijos ir kontrolės įstaigos).

Be to interneto vardai su galūne "gov.lt" yra suteikiami viešojo administravimo institucijoms (vadovaujantis LR Viešojo administravimo įstatymu) ar kitoms valdžios institucijoms.¹⁰¹

VĮ „Infostruktūros“ direktoriaus 2004 m. gruodžio 23 d. įsakymu Nr. V-66 patvirtinto „Interneto adresų sričių gov.lt ir lt.eu-admin.net administravimo tvarkos aprašo“ 5 priede randame rekomendacijas, kuriomis vadovaujantis sudaromi tokie internetiniai vardai:

- „ministerijų varde turėtų būti raidės "m" arba "min";
- apskričių administracijų varde turėtų būti priesaga "aps" - pvz.: "alytus.aps.";
- savivaldybių varduose turėtų būti priesagą "sav";
- teisminės valdžios institucijų varduose turėtų būti priesaga "t" arba "teism";
- kontrolės institucijų varduose turėtų būti priesaga "kontr" arba "insp";
- viešojo administravimo institucijų ir valstybės institucijoms pavaldžių įstaigų vardai gali būti sudaryti iš pirmųjų pavadinimo raidžių arba kitų korektiškai sudarytų abreviatūrų.”¹⁰²

Jau šios taisyklės suponuoja vieningų principų nebuvimą, kadangi yra pateikiami net keli variantai, pagal ką gali būti sudaromi, kad ir tų pačių ministerijų internetiniai adresai. Juk ministerijos, kurių yra vos trylika turėtų turėti bendrą sutarimą dėl savo adresų.

Vis dėlto, galima išskirti ir vertinti ministerijos tinklalapio adresą, kaip aiškiai randamą ir atpažįstamą pagal tai, ar jame yra užuominų į institucijų pavadinimą, t.y. ar jų adrese yra raidės „m“ arba „min“.

Gilinantį į tinklalapius ir jų kaip ryšių su visuomene internete priemonės, būtina pristatyti bendruosius reikalavimus valstybės institucijų interneto svetainėms, kurie pirmą kartą buvo patvirtinti Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimu Nr. 480 (Žin., 2003, Nr. [38-1739](#); 2005, Nr. [6-159](#), Nr. [97-3642](#)). 2006 m. spalio 25 d. šis dokumentas buvo išdėstytas nauja redakcija - Bendrųjų reikalavimų valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainėms aprašu¹⁰³. Jame nurodyta, kad „Įstaigų interneto svetainių antrojo lygio adresų sritis turi būti formuojama naudojant įstaigos pavadinimo pirmąsias žodžių raides, žodžių sutrumpinimus arba

¹⁰¹ Kam suteikiami vardai su gov.lt [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.gov.lt/kam.php>.

¹⁰² Lietuvos Respublikos institucijų specialiųjų interneto vardu sudarymo principai [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: http://www.gov.lt/files/5_priedas.pdf.

¹⁰³ Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimo Nr. 480 „Dėl Bendrųjų reikalavimų valstybės institucijų interneto svetainėms patvirtinimo“ pakeitimo. Valstybės žinios, 2006 10 28, Nr. 115-4376.

lietuvių kalbos bendrinį žodį (-ius) ar raidžių junginius lotyniškais raidėmis, kurie leistų nesunkiai numatyti įstaigos pavadinimą.“¹⁰⁴ Aprašo tikslas – “sudaryti visuomenei sąlygas gauti internetu visą viešą informaciją apie valstybės ir savivaldybių institucijas ir įstaigas (toliau vadinama – įstaigos) ir jų funkcijas, suvienodinti įstaigų interneto svetaines, užtikrinti jų veiksmingumą, jose pateikiamos informacijos aktualumą, patikimumą, paieškos galimybes, svetainių kūrimą ir reguliarių informacijos atnaujinimą.“¹⁰⁵ Šiame dokumente nurodyta „Įstaigų interneto svetainių paskirtis – skleisti internetu informaciją apie įstaigų funkcijas, struktūrą, veiklą, skatinti asmenis aktyviai dalyvauti valstybės valdyme, užtikrinti įstaigų veiklos skaidrumą, teikti viešąsias paslaugas elektroninėmis ryšio priemonėmis.“¹⁰⁶ Pagal aprašą tinklalapiai turi atitikti bendruosius reikalavimus, struktūros, informacijos, administravimo nuostatas.

2006 m. balandžio mėnesį pristatytas Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams tyrimas.¹⁰⁷ Jo metu nagrinėti ne tik ministerijų, bet ir joms pavaldžių institucijų, taip pat apskričių administracijų tinklalapiai.

Visų pirma, nagrinėti tokie bendrieji reikalavimai:

- herbas arba valstybės institucijos ženklas,
- pilnas institucijos pavadinimas,
- adresas,
- įmonės kodas,
- institucijos telefono nr.,
- fakso nr.,
- e. pašto adresas,
- savaitės aktualijos,
- interneto pritaikymas neįgaliesiems. Daugelis autorių pabrėžia versijos neįgaliesiems svarbą, nes tai padeda pasiekti daug platesnę auditoriją¹⁰⁸, o valstybei, kuri deklaruoja socialinį rūpestį ypač aktualu ne tik formaliai rodyti dėmesį ir rūpestį kiekvienu. Paprastai į tai įtraukiama ir galimybė pasiekti organizaciją tekstiniu telefonu arba telefono aparatas kurtiems.

¹⁰⁴ Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimo Nr. 480 „Dėl Bendrųjų reikalavimų valstybės institucijų interneto svetainėms patvirtinimo“ pakeitimo. Valstybės žinios, 2006 10 28, Nr. 115-4376.

¹⁰⁵ Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimo Nr. 480 „Dėl Bendrųjų reikalavimų valstybės institucijų interneto svetainėms patvirtinimo“ pakeitimo. Valstybės žinios, 2006 10 28, Nr. 115-4376.

¹⁰⁶ Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimo Nr. 480 „Dėl Bendrųjų reikalavimų valstybės institucijų interneto svetainėms patvirtinimo“ pakeitimo. Valstybės žinios, 2006 10 28, Nr. 115-4376.

¹⁰⁷ Tyrimo „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ ataskaita [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/643.doc>>.

¹⁰⁸ West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.

- svarbiausia informacija pateikiama užsienio k. Vienas aktualiausių skirtumų tarp verslo ir valstybinių institucijų yra tinklalapio kalba. Daugelis verslo organizacijų dažniausiai jau turi arba bent jau labai greitai pasidaro savo puslapį užsienio kalba.¹⁰⁹ Žinoma, verslui tai daug aktualiau, nes yra pagrindu plėsti verslą. Tačiau valstybinėms institucijoms tai nėra taip svarbu, nes iš esmės jų funkcijos apima piliečių, paprastai esančių vienakalbiais, poreikių tenkinimą. Vis dėlto, tai didelės svarbos funkcija, leidžianti identifikuoti tinklalapio profesionalumo lygį. Svarbu pabrėžti, kad paprastai skiriasi ir išverstos informacijos kiekis. Daugelis tinklalapių savininkų nesistengia išversti visos informacijos, kadangi tai pareikalautų didelių piniginių resursų, o ir tokio poreikio nėra. Kita bėda ta, kad dažnai vos sukūrus tinklalapį dalis jo informacijos yra išverčiama į kokią nors užsienio kalbą, tačiau ilginiui toji tinklalapio dalis sensta. Informacija per retai, arba išvis neatnaujinama. Galbūt tai vyksta dėl per menkos už tinklalapį atsakingų asmenų kompetencijos ar anglų kalbos žinių. Tačiau daugeliu atvejų, ši tinklalapio dalis lieka apleista. Žinoma, Lietuvos valstybinių institucijų atžvilgiu šis faktorius taip pat nėra pats svarbiausias, kadangi Lietuva yra pakankamai vientautė šalis ir tik palyginus nedidelė jos gyventojų dalis nekalba lietuviškai.

Pagal tyrimo rezultatus, ministerijos „atitinka daugumą įvadinio puslapio kriterijų, jų tarpe visiškai – „herbas arba valstybės ženklas“, „pilnas institucijos pavadinimas“, „savaitės aktualijos“, „adresas“, „užsienio kalba“ (100 proc.).“¹¹⁰ Tuo tarpu kriterijų „Viešosios paslaugos“ ir „Interneto pritaikymas neįgaliems“ (30,8 proc.) įgyvendinimas buvo pakankamai žemas.¹¹¹ Nagrinėjant atskiras ministerijas, išsiskiria pavyzdinčiai nustatytus kriterijus atitinkanti Užsienio reikalų ministerijos ir Švietimo ir mokslo ministerijos interneto svetainės (100 proc.). Taip pat gerai bendrųjų nuostatų reikalavimus vykdo Ūkio ministerija, Teisingumo ministerija, Sveikatos apsaugos ministerija ir Susisiekimo ministerija.“¹¹²

Lyginant su Vyriausybės nutarimu patvirtintomis nuostatomis šiame tyrime netirta:

- Ar informacija atnaujinama reguliariai - skyriuose skelbiant įstaigos struktūrą, kontaktus, naujienas ir atsakymus į klausimus, turi būti nurodyta informacijos pateikimo data, o skelbiant teisės aktų projektus – kiekvieno teisės akto projekto atnaujinimo data;

¹⁰⁹ West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.

¹¹⁰ Tyrimo „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ ataskaita [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/643.doc>>.

¹¹¹ Tyrimo „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ ataskaita [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/643.doc>>.

¹¹² Tyrimo „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ ataskaita [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/643.doc>>.

- negali būti naudojama komercinių paslaugų ar įmonių reklama, išskyrus nuorodas į kartu su jomis organizuojamų renginių tinklalapius ir kitos bendros veiklos reklama. Labai nevienareikšmis yra reklamų valstybiniuose tinklalapiuose klausimas – kiek reklamos gali būti oficialiame valstybinės įstaigos tinklalapyje, kad tai nebūtų palaikyta protekcija ar išskirtinėmis sąlygomis, trukdančiomis eiliniam piliečiui objektyviai pasirinkti.

Svarbu pažymėti, kad institucijos tinklalapis neturi būti perkrautas, nes apsilankydami jame vartotojai tikisi rasti informaciją, o ne ateina pažiūrėti reklamų, muzikos ar blyksinčių šviesų.¹¹³ Tai ypač pabrėžtina kalbant apie valstybines institucijas, kurios turi koncentruotis netiek papildomose priemonėse, patraukiančiose dėmesį, kiek efektyviame savo funkcijų atlikime. Todėl informacija juose gali būti kur kas labiau koncentruota. Tiesa, nereikia pamiršti ir labai įvairialypės auditorijos, todėl informacija turi būti ir lengvai suprantama, ypač ta, kuri neorientuota į specialistus.

Tyrimė, kuris sudarytas remiantis Vyriausybės patvirtintais kriterijais, taip pat tirti struktūros reikalavimai - ar ministerijos turi privalomus skyrius:

- struktūra ir kontaktai,
- teisinė informacija,
- teisės aktai,
- teisės aktų projektai,
- veikla,
- veiklos planai,
- planavimo dokumentai,
- naujienos,
- klausimai - labai svarbu, kaip atsakinėjama į elektroniniu būdu gaunamus užklausimus. Tai taip pat yra dalis ryšių su visuomene internete. Mat abipusis santykis kuria glaudesnius ryšius;
- bendradarbiavimas,
- nuostatai,
- licenzijos.

Pagal tyrimo rezultatus, daugelis kriterijų: „struktūra ir kontaktai“, „teisinė informacija“, „teisės aktai“, „teisės aktų projektai“, „veikla“, „naujienos“, „klausimai“, „bendradarbiavimas“, buvo įgyvendinti.¹¹⁴ „Prasčiausiai ministerijos įgyvendina su institucijos veikla susijusius reikalavimus:

¹¹³ Kent, M. L., & Taylor, M. Maximizing media relations: A Web site checklist. *Public Relations Quarterly*, 48.(1) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://homepages.wmich.edu/~mkent/Index.html>, p. 15-16.

¹¹⁴ Tyrimo „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ ataskaita [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ivpk.lt/nfiles/643.doc>, p. 9.

„planavimo dokumentai“ - 15,4 proc. Šio kriterijaus įgyvendinimą galima laikyti problematišku.“¹¹⁵ Šioje srityje geriausiai pasirodė Švietimo ir mokslo ministerijos ir Sveikatos apsaugos ministerijos Interneto svetainės (100 proc.).¹¹⁶

Tyrime neakcentuoti požymiai:

- nuorodos.
- meniu antraštės tikslios, neviršijančios trijų reikšminių žodžių,
- paslaugos - paslaugų teikimas internetu labai sumažina išlaidas ir padaro paslaugas prieinamesnėmis.¹¹⁷ Šiaip ar taip, paslaugos teikiamos internetu keičia valdžios ir rinkėjų santykį.¹¹⁸ Paslaugos gali būti tokios:
 - informacijos rinkmenos,
 - prašymai,
 - viešosios paslaugos.

E-paslaugų teikimas Lietuvoje plačiau nagrinėtas 1.1 skyriuje, todėl į kriterijų, skirtų LR ministerijų tinklalapiams vertinti, sąrašą neįtrauktas;

Kita tirta institucijos tinklalapiui būtina kriterijų grupė buvo informacijos reikalavimai:

- valdymo struktūros schema
- vadovo nuotrauka ir gyvenimo aprašymas
- struktūrinių padalinių pavadinimai
- informacija apie struktūrinius padalinius
- tarnautojų sąrašas su kontaktine informacija
- valstybės institucijų priimamojo darbo grafikas
- valstybės institucijų priimamojo telefono nr.
- informacija apie valstybės institucijai pavaldžias įstaigas
- informacija apie komisijas bei darbo grupes ir jų veiklą
- nuorodos į kitų valstybės institucijų tinklalapius

¹¹⁵ Tyrimo „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ ataskaita [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/643.doc>>, p. 9.

¹¹⁶ Tyrimo „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ ataskaita [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/643.doc>>, p. 10.

¹¹⁷ West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.

¹¹⁸ West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.

Visos tirtos ministerijų svetainės atitiko „vadovo aprašymo“ ir struktūros padalinių pavadinimų kriterijų“, o mažiausiai atitiko informacija, susijusi su „struktūriniais padaliniais“ ir informacija apie „komisijas/darbo grupes“ (61,5 proc.).¹¹⁹

Tyrimė neakcentuota:

- veikla – trumpa įstaigos istorija,
- būtina informacijos rodyklė,
- rekomenduojama skelbti informaciją apie įstaigos skelbiamus konkursus ar priėmimą į laisvas darbo vietas – kadangi šis klausimas nėra esminis ryšiams su visuomene internete, jis į kriterijų sąrašą neįtrauktas,
- būtina įdiegti žodinės paieškos sistemą.

Kalbant apie svetainių administravimą, pagrindinė taisyklė yra ta, kad įstaigų interneto svetainių peržiūrai negali būti reikalaujama specialios komercinės programinės įrangos.¹²⁰ Dokumentai, kuriuos galima parsisiųsti turėtų būti atitinkamo formato, HTML arba PDF, kad jų parsisiuntimas nesukeltų papildomų problemų tinklalapio lankytojams.¹²¹

Vadovaujantis šiuo tyrimu ir aprašu, jame nagrinėjami punktai įtraukti į kriterijų sąrašą.

2000 m. Darell M. West, atlikęs 1813 valstijų ir federalinės valdžios tinklalapių analizę išskyrė 27 požymius, tarp jų minėtų kriterijų: įstaigos telefono numeris, įstaigos adresas, duomenų bazė internete, nuorodos į kitus tinklalapius, užsienio kalba arba kalbos vertimas, reklamos, techninė pagalba, temų rodyklė, dažniausiai užduodami klausimai, versija neįgaliesiems, paslaugos, elektroninio pašto adresas, paieška. Prie šio darbo rezultato – valstybinių institucijų tinklalapių kriterijų sąrašo – iš šio tyrimo paimti 6 punktai:

- tinklalapiuose skelbiamos publikacijos apie instituciją,
- paieška - labai svarbu ir tai, kaip informacija randama tinklalapyje. Tai ne tik ta prasme, ar pakankamai aiškiai ji išdėliota, bet svarbu, kad būtų ir paieškos sistema, leidžianti klientui susirasti būtent jam aktualią, įdomią informaciją.
- nemokamas telefono numeris,
- komentarų forma, pokalbių kambarys,
- automatinės naujienos elektroniniu paštu - asmuo, apsilankęs interneto svetainėje gali užsiregistruoti ir palikti ten bent jau savo elektroninio pašto adresą, kuriuo vėliau gauna jį

¹¹⁹ West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>, p. 11.

¹²⁰ Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimo Nr. 480 „Dėl Bendrųjų reikalavimų valstybės institucijų interneto svetainėms patvirtinimo“ pakeitimo. Valstybės žinios, 2006 10 28, Nr. 115-4376.

¹²¹ Kent, M. L., & Taylor, M. Maximizing media relations: A Web site checklist. Public Relations Quarterly, 48.(1) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://homepages.wmich.edu/~mkent/Index.html>, p. 16.

dominančią informaciją. Žinoma, tinklalapio savininkui tai yra ir būdas perduoti jam svarbią informaciją;

- garsinių, video klipų egzistavimas. Ypač daug atraktyvumo tinklalapiui suteikia audiovizualizacija. Šiuo atveju kalbama ne tik apie nuotraukas, bet ir apie įvairių transliacijų patalpinimą internete. Žinoma, bet koku atveju tokia medžiaga turi būti profesionaliai padaryta ir pateikta tam, kad ne gadintų, o kaip tik keltų organizacijos įvaizdį visuomenės akyse. Juk vizualinis vaizdas yra pirmas ir ilgiausiai išliekantis išpūdis. Valstybinių institucijų atveju tai gali būti garsiniai ir vaizdiniai konferencijų įrašai.¹²²

Prieš šešerius metus tyręs JAV valstybinių institucijų tinklalapius minėtas Darell M. West pastebėjo, kad:

- tik 5% valdžios tinklalapių turi saugumo strategiją, o 7% - slaptumo strategiją
- 15% turi versiją, pritaikytą neįgaliesiems
- 4% teikia galimybę pasirinkti jų tinklalapį užsienio kalba
- 22% siūlo bent vieną paslaugą internetu
- keli tinklalapiai siūlo reklamą, kas kelia nemažai problemų viešajame sektoriuje
- 91% atsakė į klausimą apie tam tikros agentūros oficialias darbo valandas, pateiktą elektroniniu paštu, trys ketvirčiai jų atsakė per vieną darbo dieną.¹²³

Iš Se-Jin Lee, Wei-Na Lee, Hyojin Kim, Patricia A. Stout savo tyrime vertinant tinklalapius nagrinėjo 72 klausimus¹²⁴. Iš jų valstybinėms institucijoms aktualūs šie:

- Ar tinklalapio puslapius galima pasirinkti vien tekstiniu formatu?
- Ar pirmasis puslapis telpa į kompiuterio tinklalapį
- Ar pasikeičia aplankytų nuorodų spalva
- Ar galima grįžti į pirminį tinklalapio puslapį vienu paspaudimu
- Ar galima parsisiųsti informacinį biuletinį elektroniniu paštu
- Ar galima dalyvauti apklausoje
- Ar tinklalapis siūlo žaidimų

Tyrime liesti, bet valstybinių institucijų tinklalapiams neaktualūs marketingo, pramoginiai tinklalapio požymiai, bei klausimai apie spalvas.

¹²² West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.

¹²³ West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.

¹²⁴ Lee, Se-Jin, Lee, Wei-Na, Kim, Hyojin, Stout, , Patricia A. A Comparison of Objective Characteristics and User Perception of Web Sites. Iš Journal of Interactive Advertising, 4 (2), [interaktyvus]. 2004 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol4/no2/lee/index.htm>>.

Iš Margot W. Teleki nustatytų 10 dalykų, kuriuos turi turėti tinklalapis, valstybinėms institucijoms tinkami ir dar neminėti būtų šie:

- Skyriai skirtingoms auditorijoms, šiuo atveju svarbiausia - žurnalistams
- Žemėlapis, kaip rasti pagrindinį ofisą.¹²⁵

Kalbant apie tinklalapių atitikimą žiniasklaidos poreikiams svarbu pabrėžti, kad laiką ir būtiniausios informacijos prieinamumą. Anot vieno tyrimo, kurio metu buvo apklausiami žurnalistai, žurnalistams skirtas organizacijos naujienų kambarys privalo turėti 5 elementus:

- Pranešimus spaudai
- Paieškos lauką
- Ryšių su visuomene skyriaus ar specialisto kontaktus
- Nuotraukų
- Informacijos apie produktus (valstybinių institucijų atveju tai būtų įvairūs įsakymai, nutarimai ir kiti jų veiklos „produktai“).¹²⁶

Todėl nagrinėjant tinklalapius, kurie atitiktų medijos poreikius, galima išskirti kelis, labai svarbius faktorius, kuri būtini ir valstybinių institucijų tinklalapiams:

- kiekviename puslapyje yra nuoroda į pradinį puslapį
- greitas pakrovimas (mažiau nei 4 sekundės)
- nurodoma paskutinio puslapio atnaujinimo data
- tinklalapiui peržiūrėti nereikia jokių papildomų priemonių
- ribotas grafikos ir specialiųjų efektų naudojimas (kai tinklalapis neperkrautas papildoma nebūtina informacija)
- yra turinys
- yra Paieška ir ji pirmame puslapyje
- kontaktinė informacija
- įvykiai, naujienos
- metiniai pranešimai
- organizacijos istorija
- kalbos, kurias galima parsisiųsti
- archyvas
- nuorodos į straipsnius ar kitą medžiagą, susijusią su organizacija
- įvykių kalendorius

¹²⁵ Teleki, Margot W. Top Ten. Things Your Web Site Should Contain. Iš Journal of Accountancy, September 2006 [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.aicpa.org/PUBS/JOFA/sep2006/topline.htm>>, p. 12.

¹²⁶ Woodall, Ibrey. Journalists relay what is expected from an online newsroom. Meaningful trends revealed in 2006 survey. Iš Public Relations Tactics, July 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO, p. 18.

- dažniausiai užduodami klausimai
- lankytojų komentarai
- naujienų, pokalbių forumai
- per kiek laiko gaunamas atsakymas.¹²⁷

Šie bendri kriterijai, vadovaujantis anksčiau minėtais tyrimais, jau buvo įtraukti į ministerijų svetainių vertinimui skirtą anketą.

Į tyrimui sudarytą kriterijų lentelę neįtraukti požymiai, matuojantys grįžtamojo ryšio veikimą, t.y. neskaičiuota per kiek laiko iš institucijos gaunamas atsakymas elektroniniu paštu arba per kiek laiko atsakoma į tinklalapyje pateiktą klausimą. Šių požymių matavimas galėtų būti platesnio kokybinio tyrimo dalimi (apie jį daugiau 3 skyriuje).

Sudarant tyrimui reikalingą kriterijų sąrašą buvo atsisakyta estetinių reikalavimų – spalvų, išdėstymo, dizaino. Jie, žinoma, yra neatskiriama įspūdžio apie tinklalapį dalis. Tačiau jie tik trumpam įtakoja bei paveikia įvaizdį apie instituciją. Be to, tokie estetiniai reikalavimai mažiau aktualūs institucijoms, kurios atstovauja aukščiausiems valstybės valdžios organams.

Taigi, visų šių įvairių tinklalapių tyrimų kriterijai sudaro šio skyriaus rezultata – kriterijų lentelę, kuri pateikiama 1 priede. Minėtame „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ tyrime iškelti kriterijai papildyti papildomų, atraktyvių priemonių, techninių reikalavimų sąrašu, taip pat tinklalapio adreso, apsilankymų skaitliuko, ofiso žemėlapiu, informacijos atnaujinimo, nuorodų, meniu antraštės, įstaigos istorijos, paieškos sistemos, rodyklės, skyriaus žurnalistams kriterijais. Tyrimo metu nenagrinėtas teikiamų elektroninių paslaugų požymis, nes ši tema nagrinėjama pirmame darbo skyriuje.

¹²⁷ Kent, M. L., & Taylor, M. Maximizing media relations: A Web site checklist. *Public Relations Quarterly*, 48.(1) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://homepages.wmich.edu/~mkent/Index.html>>, p. 15.

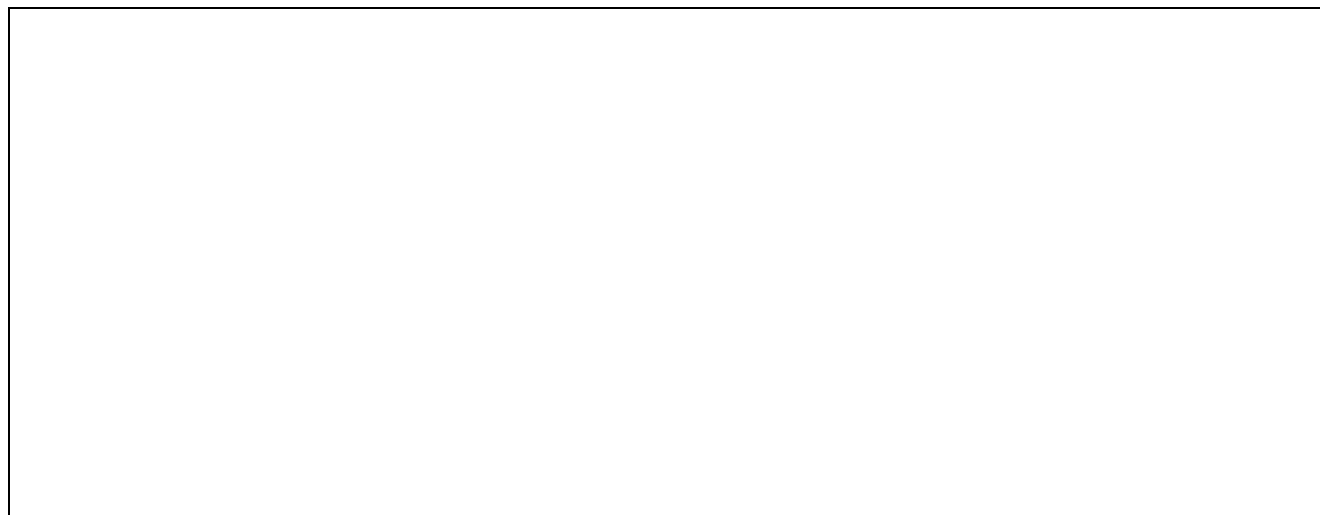
3. LR MINISTERIJŲ TINKLALAPIŲ VERTINIMAS

Pasinaudojus antro skyriaus antroje dalyje sudarytu kriterijų sąrašu, buvo atlikta LR ministerijų tinklalapių analizė. Buvo vertinami visų 13 LR ministerijų tinklalapiai.¹²⁸

Analizės metu naudota 2000 m. liepos mėnesio Lietuvos Respublikos ministerijų Interneto puslapių analizės metodika. Internetiniai tinklalapiai vertinti pagal 50 kriterijų, kurie išsamiau aptarti 2.2. skyriuje. Kriterijai suskirstyti į 5 potemes: Bendri kriterijai, Struktūros reikalavimai, Informacijos reikalavimai, Papildomos, atraktyvios priemonės ir Techniniai reikalavimai (žr. 1 priedas). Kiekvienas iš kriterijų buvo vertinamas - taip/ne (yra/nėra tinklalapyje), atitinkamai 1/0 balo. Pirmųjų trijų potemių pavadinimai buvo pasirinkti atsižvelgiant į aukščiau minėtus Vyriausybės nutarimu patvirtintus reikalavimus institucijų interneto svetainėms.¹²⁹ Geriausiai išpildyti techniniai ir struktūros reikalavimai, tuo tarpu blogiausia padėtis su jau minėtomis papildomomis, atraktyviomis priemonėmis.

Susumavus tyrimo rezultatus paaiškėjo, kad nei vienos ministerijos tinklalapis neatitiko visų 50 išsikeltų kriterijų. Daugiausia kriterijų (41) atitiko Aplinkos ir Sveikatos apsaugos ministerijos, taip pat Socialinės apsaugos ir darbo ministerija (40). Blogiausiai pasirodė Kultūros ministerija (surinkusi 33 balus) ir Finansų, Krašto apsaugos bei Susisiekimo ministerijos (po 34 balus) (žr. 3 priedas). Viena iš priežasčių buvo ta, kad pagal Vyriausybės nutarimą patvirtintų kriterijų sąrašas buvo papildytas nebūtinomis, ir dėl to ne dažnai vartojamomis priemonėmis.

2 grafikas. Bendrieji tinklalapių vertinimo kriterijai, pagal juos surinkusių ministerijų skaičių

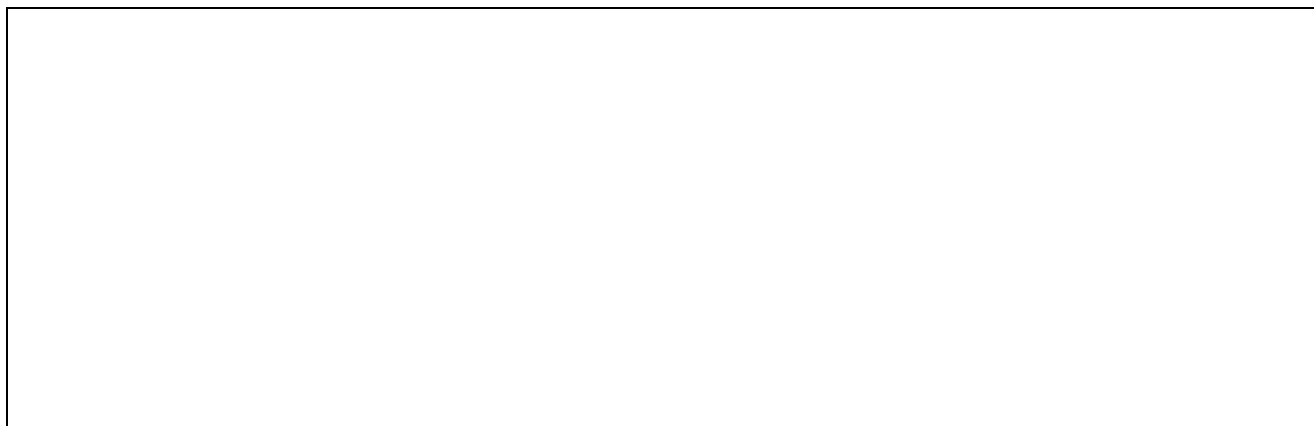


¹²⁸ Jų adresus galima rasti 1 priede.

¹²⁹ Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimo Nr. 480 „Dėl Bendrųjų reikalavimų valstybės institucijų interneto svetainėms patvirtinimo“ pakeitimo. Valstybės žinios, 2006 10 28, Nr. 115-4376.

Visų ministerijų tinklalapiuose iš bendrųjų reikalavimų buvo galima rasti: “Herbas arba valstybės institucijos ženklas“, „Pilnas institucijos pavadinimas“, visą susijusią su įstaigos kontaktais: adresas, įmonės kodas, telefono, fakso numeris, e. pašto adresas (plačiau žr. 2 grafiką). Tiesa, pilni Žemės ūkio ministerijos kontaktai yra ne pirmame tinklalapio puslapyje. Visi tinklalapiai turi variantą anglų kalba. Vis dėlto tinklalapio informacijos atnaujinimo datą nurodo tik 8 iš 13 ministerijų. Nors tai nereiškia, kad informacija kitose yra pasenusi, vis dėlto reikia atkreipti dėmesį, kad pateikiama data suteikia duomenims patikimumo.

3 grafikas. Tinklalapių struktūros reikalavimai, pagal juos surinkusių ministerijų skaičių



Visų ministerijų interneto svetainės turi tokius struktūros elementus, kaip: „Struktūra ir kontaktai“, „Teisės aktai“, „Teisės aktų projektai“, „Veiklos nuostatos“, „Veiklos planai“, „Veiklos ataskaitos“ (plačiau žr. 3 grafiką).

4 grafikas. Tinklalapių informacijos reikalavimai, pagal juos surinkusių ministerijų skaičių



Iš Informacijos reikalavimų visiškai išpildyti buvo: „Aktualijos, naujienos“, „Vadovo nuotrauka ir gyvenimo aprašymas“, „Struktūrinių padalinių pavadinimai“, „Informacija apie valstybės institucijai pavaldžias įstaigas“, „Žodinės paieškos sistema“. Deja, dažnoje svetainėje ši informacija nėra aiškiai išskirta ir reikia pereiti kelias nuorodas, kad ją būtų galima surasti. Vienas akivaizdžiausių to pavyzdžių - „Informacija apie komisijas bei darbo grupes ir jų veiklą“ (plačiau žr. 4 grafiką). Ilgiau paieškojus, ministerijų tinklalapiuose galima rasti bent jau įsakymų dėl įvairių grupių sudarymo, tačiau atskirai tai išskirta vos 4 ministerijų tinklalapiuose.

Buvo išpildyti ir beveik visi techniniai reikalavimai: „Pirmasis puslapis telpa į kompiuterio ekraną“, „Greitas pakrovimas (mažiau nei 4 sekundės)“, „Meniu antraštės tikslios, neviršijančios trijų reikšminių žodžių“. Daugiau kriterijų, pagal juos atitinkančius ministerijų tinklalapius, galima rasti 2 priede.

Nei viena iš ministerijų neatitiko šių kriterijų: „Pasikeičia aplankytų nuorodų spalva“, „Nemokamas telefono numeris“, „Garsiniai, vaizdo klipai“.

Prieš kalbant apie kiekvieną iš kriterijų konkrečiau, reikia pabrėžti, kad svarbiausia, ko pasigendama visų trylikos Lietuvos Respublikos ministerijų svetainėse yra tai, kad jos neturi vieningo stiliaus. Tai didelis trūkumas valstybinėms institucijoms, kurios priklauso vienai vyriausybės institucijai. Svetainių adresai taip pat neturi vieningo adresų sudarymo principo – vienur yra pirmųjų raidžių trumpiniai, kitur pirmųjų pavadinimo žodžių skiemenų derinys. Kadangi Lietuvoje yra vos 13 ministerijų, galima būtų tikėtis, kad įmanoma prieiti bendro sutarimo dėl ministerijų tinklalapių adresų. Susisiekimo ministerija apskritai neturi nei „m“, nei „min“ raidžių savo adrese.

Kalbant apie tinklalapius ir ryšius su visuomene būtina pabrėžti, kad įvykdyti bent jau bendruosius reikalavimus yra labai svarbu. Kaip minėta anksčiau, ryšiams su visuomene labai svarbu pasiekti įvairias publikas, todėl stebina tyrimo rezultatas, kad iš 13 ministerijų, tik devynių tinklalapiai yra pritaikyti neįgaliesiems. Svarbiausią informaciją užsienio, dažniausiai anglų kalba pateikia visos svetainės. Vienintelėje užsienio reikalų ministerijos tinklalapyje leidžiama pasirinkti ir rusų kalbą.

Ryšiams su visuomene taip pat svarbus pasiekiamumas. Tačiau tinklalapio lankytojų skaičių iš 13 ministerijų skaičiuoja vos 4 (Aplinkos, Susisiekimo, Teisingumo ir Ūkio ministerijos). Apie apsilankymų skaičiaus tyrimus duomenų apskritai nėra.

Nagrinėjant Struktūros reikalavimus, nesunku pastebėti, kad tik 9 iš 13 ministerijų turi atskirą skyrelį žurnalistams, kurio reikšmė ryšiams su visuomene internete aptarta 2 skyriaus 2 dalyje. Dažniausiai jis apsiriboja „Pranešimais spaudai“. Naujienu skyrelį turi visų ministerijų tinklalapiai. Nors daugelis ministerijų nuolat atlieka spaudos monitoringą, vos 6 jų publikacijas apie savo įstaigą talpina savo interneto svetainėje. Tik 7 ministerijos savo tinklalapiuose pristato savo el. leidinius. Kultūros ministerijos tinklalapyje nėra vadovo gyvenimo aprašymo.

Ryšiams su visuomene internete vykdyti labai svarbus interaktyvumas, tačiau vienintelė Sveikatos apsaugos ministerija siūlo dalyvauti diskusijose ir turi RSS. Aplinkos, Švietimo ir mokslo bei Teisingumo ministerijos siūlo interaktyvių žaidimų. Tai padidina jų tinklalapio atraktyvumą.

Taigi tyrimas parodė, kad:

- nei vienos iš ministerijų tinklalapis neatitinka visų iškeltų kriterijų,
- nėra vieningos tinklalapių adresų sudarymo sistemos ir tinklalapių struktūros,
- dažnai kriterijai yra išpildomi tik formaliai – privalomą informaciją sunku rasti,
- nepakankamai išnaudojamos technologinės galimybės, galinčios užtikrinti interaktyvų ryšį tarp ministerijų ir piliečių.

Atsižvelgus į tyrimo rezultatus galima pateikti tokias rekomendacijas:

- Užtikrinti vieningą ministerijų tinklalapių stilių ir struktūrą
- Diegti daugiau interaktyvumą užtikrinančių priemonių.

Platesniam temos atskleidimui būtų naudinga atlikti ir kiekybinius bei kokybinius tyrimus valstybinių institucijų tinklalapių vartotojų lūkesčiams nustatyti, įtraukiant klausimus, kaip jie yra patenkinami tyrimo metu. Šis tyrimas apsiribojo kiekybine turinio analize, vertinant LR ministerijų tinklalapius pagal 50 kriterijų, nors jų galėtų būti ir daugiau.

IŠVADOS

Šiuolaikinės informacinės komunikacinės technologijos sparčiai skverbiasi į visas žmonių gyvenimo sritis. Kompiuteris ir internetas yra neabejotina ne tik laisvalaikio, bet ir kasdieninė daugelio žmonių darbo priemonė. Ne išimtis ir ryšių su visuomene specialistai. Nesvarbu, ar privačiame ar valstybiniame sektoriuje jie dirbtų. Tačiau ne visada iš vienos pusės mezgamas ryšys virtualioje erdvėje yra efektyvus.

Valstybinių institucijų ryšiai su visuomene internete yra įmanomi, jei tam yra pakankama informacinė bazė, užtikrinanti, kad auditorija bus pasiekta. Todėl skaitmeninės atskirties mažinimas ir e-valdžios kūrimas (užtikrinantys, kad auditorija, visi piliečiai, turės galimybę pasinaudoti į virtualią erdvę perkeltomis valdžios paslaugomis) yra būtinos sąlygos valstybinių institucijų ryšiams su visuomene internete plėtoti.

Šiuolaikiniams valstybinių institucijų ryšiams su visuomene internetas yra būtina priemonė, suteikianti naujas galimybes vykdyti komunikacijos ir informavimo funkcijas, užmegzti ir palaikyti nuolatinį, interaktyvų kontaktą su publika, viską pateikti vienoje vietoje, sutaupyti pinigų ir laiko, bei pasiekti labai įvairialypę auditoriją.

Kartu su privalumais virtualūs ryšiai su visuomene kelia ir naujus iššūkius, problemas, kurias privalo spręsti. Tarp prioritetinių valstybinėms institucijoms taikomų kriterijų, ypač aktualūs informacijos pertekliaus, mažėjančio privatumo klausimai. Jie sprendžiami kruopščiai planuojant darbus ir svarbiausią dėmesį skiriant elektroninės valdžios duomenų saugumo klausimui.

Tinklalapis kaip ryšių su visuomene priemonė visų pirma formuoja įvaizdį. Tinklalapiai dažnai sudaro pirmąjį įspūdį apie instituciją, todėl jų tinkamumas, kokybiškumas ir atitikimas pagrindiniams kriterijams yra būtinas. Tinklalapių informavimo ir komunikavimo funkcija padeda ir kriziniuose ryšiuose su visuomene.

Tinklalapių tinkamumui vertinti būtini nuolatiniai tyrimai. Siekiant įvertinti valstybines institucijos tinklalapį, būtina nustatyti kriterijus, pagal kuriuos sprendžiama, ar jis tinkamai atlieka ryšių su visuomene funkcijas. Darbo metu analizuojant literatūrą išskirti šie valstybinių institucijų tinklalapių kriterijai:

- bendrieji: tinklalapio adresas yra su raidėmis m arba min, herbas arba valstybės institucijos ženklas, pilnas institucijos pavadinimas ir jos rekvizitai, informacijos pateikimo data, pritaikymas neigaliesiems, kitakalbiamis, skaitliukas;
- struktūros: struktūra ir kontaktai, teisės aktai, jų projektai, veiklos nuostatos, planai, ataskaitos, klausimai, tarptautinis bendradarbiavimas, nuorodos, skyrius žurnalistams;

- informacijos: naujienos, valdymo schema, vadovo asmenybės, struktūrinių padalinių aprašymas, institucijos priimamoji informacija, informacija apie pavaldžias įstaigas, darbo grupes, komisijas, įstaigos istorija, rodyklė, paieška, publikacijos apie instituciją, el. leidiniai;
- papildomos priemonės: naujienų užsakymas, galimybė atsispausdinti, lengvai rasti pirminį tinklalapio puslapį, pasikeičianti nuorodų spalva, galimybė dalyvauti apklausoje, interaktyviame pokalbyje, yra garso, vaizdo klipų, tinklalapyje galima rasti žaidimų;
- techniniai reikalavimai: puslapis telpa į ekraną, greitai pasikrauna, tikslios antraštės, nereikalauja specialios programinės įrangos.

Lyginant su ankstesniais Lietuvos valstybinių institucijų tyrimais, šiame tyrime taikomi kriterijai papildyti atraktyvių priemonių, techninių reikalavimų sąrašu. Be to matuojamas ir LR ministerijų tinklalapių atitikimas tinklalapio adreso, apsilankymų skaitliuko, ofiso žemėlapiu, informacijos atnaujinimo, nuorodų, meniu antraštės, įstaigos istorijos, paieškos sistemos, rodyklės, skyriaus žurnalistams kriterijais. Išvardinti tinklalapių požymiai giliau nagrinėja internetinę svetainę kaip būtent ryšių su visuomene priemonę.

Pagal pateiktus ir išanalizuotus kriterijus buvo vertinami LR ministerijų tinklalapiai.

Taigi tyrimas parodė, kad:

- nei vienos iš ministerijų tinklalapis neatitinka visų iškeltų kriterijų. Dažnai nepakankamai išpildomi ne visi būtiniausi – bendri, struktūros bei informacijos reikalavimai;
- nėra vieningos tinklalapių adresų sudarymo sistemos ir tinklalapių struktūros;
- dažnai kriterijai yra išpildomi tik formaliai – privalomą informaciją sunku rasti;
- nepakankamai išnaudojamos technologinės galimybės, galinčios užtikrinti interaktyvų ryšį tarp ministerijų ir piliečių.

Visa tai sąlygoja, kad nepakankamai įgyvendinama informacijos apie valstybės institucijų veiklą internetu sklaida, piliečių skatinimas aktyviai dalyvauti valstybės valdyje, užtikrinti valstybės institucijų veiklos skaidrumą, teikti viešąsias paslaugas elektroninėmis ryšio priemonėmis.

Atsižvelgus į darbo ir tyrimo rezultatus teikiamos tokios rekomendacijos:

- būtina spartinti informacinės visuomenės plėtrą Lietuvoje;
- būtina plėtoti valstybinių institucijų ryšius su visuomene internete;
- būtina susisteminti ir nuolat prižiūrėti institucijų tinklalapius;
- reikia užtikrinti vieningą ministerijų tinklalapių stilių ir struktūrą;
- diegti daugiau interaktyvumą užtikrinančių priemonių.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

- Borgman Caristine L. Nuo Gutenbergo iki globalios informacijos infrastruktūros. Kaunas, 2003.
- Brown John Seely, Duguid Paul. Socialinis informacijos gyvenimas. Vilnius, 2004.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M., Effective Public Relations. New Jersey, 2006.
- Čepulkauskas, A., Kulvietis, G. Interneto svetainių palaikymas ir kūrimas, [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą:
<http://leidykla.vgtu.lt/docs/el/Internet_svetainiu_kurimas.pdf>
- Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimo Nr. 480 „Dėl Bendrųjų reikalavimų valstybės institucijų interneto svetainėms patvirtinimo“ pakeitimo. Valstybės žinios, 2006 10 28, Nr. 115-4376.
- Dietzel, Stanley. E-government can gain by applying privat sector solutions. Iš Government procurement. 2001 June. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.
- Dromantienė, L. Informacinės visuomenės formavimasis Europos Sąjungoje. Iš Informacinės visuomenės formavimasis ir etika internete, red. B. Kucinienė. Šiauliai, 2000.
- Edwards, Lee, Public Relations for informatikon and communications technologies:principles and planning. Iš Tench R., Yeomans L., Exploring Public Relations, Madrid, 2006.
- eGovernment Factsheet - Lithuania - eServices for Businesses [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą:
<<http://ec.europa.eu/idabc/en/document/6390/403>>.
- Elektroninės valdžios vartai [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. sausio 17 d.]. Prieiga per internetą:
<<https://paslaugos.evaldzia.lt/>>.
- Fatt, James Poon Teng, Communicating a winning image. Iš Industrial & Commercial Training; 1997, Vol. 29, Issue 4. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.
- Ha, Louisa. Crossing Offline and Online Media: A Comparison of Online Advertising on TV Web Sites and Online Portals. Iš Journal of Interactive Advertising 3 (2) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol3/no2/ha/index.htm>> .
- Horton, James L. Learning Online Crafts [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.online-pr.com/Holding/LearningOnlineCrafts.pdf>> .

- Horton, James L. PR and the Updated Web Site [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.online-pr.com/Holding/TheUpdatedWebSite.pdf>>.
- Hwang, Jang-Sun, McMillan, Sally J., Lee, Guiohk. Corporate Web Sites as Advertising: An Analysis of Function, Audience, and Message Strategy. Iš Journal of Interactive Advertising, 3(2) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol3/no2/mcmillan/index.htm>>.
- Imagining of Internet. „The Future of the Internet II“ Study Explores 2020’s Possibilities/Sarah L. Knowles, The Future. 2020 Vision. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.
- Informacinės visuomenės plėtra pasaulyje. Iš Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/main.php?cat=60&gr=2>>.
- Informacinės visuomenės plėtros Lietuvos regionuose tyrimo apžvalga. Iš Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/78.doc>>.
- Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės. 2007-2009 metų strateginis veiklos planas. [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2007 m. gegužės 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ivpk.lt/teises/strateg_planas2007_galutinis.pdf>.
- Infostruktūra [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. balandžio 6 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.is.lt/apie_mus/>
- Interneto vardų su galūnėmis gov.lt ir eu-admin.net administravimas [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.gov.lt/>>.
- Yeomans, L. Public sector communication. Iš Tench R., Yeomans L., Exploring Public Relations, Madrid, 2006.
- Jones, Jacqui, Winning Online. Iš NZ Marketing Magazine. Oktober 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.
- Kam suteikiami vardai su gov.lt [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.gov.lt/kam.php>>.
- Kent, M. L., & Taylor, M. Maximizing media relations: A Web site checklist. Public Relations Quarterly, 48.(1) [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://homepages.wmich.edu/~mkent/Index.html>>.
- Komisijos komunikatas Tarybai, Europos parlamentui, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir regionų komitetui. i2010 – pirmoji metinė ataskaita apie Europos

informacinę visuomenę [interaktyvus]. Briuselis, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.evaldzia.lt/govgate/doc/1099128148_st09707.lt06.pdf>.

- Lee, Se-Jin, Lee, Wei-Na, Kim, Hyojin, Stout, , Patricia A. A Comparison of Objective Characteristics and User Perception of Web Sites. Iš Journal of Interactive Advertising, 4 (2), [interaktyvus]. 2004 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol4/no2/lee/index.htm>>.
- Lietuvos Respublikos Elektroninio parašo įstatymas, Valstybės žinios, 2000, Nr. 61-1827. Aktuali nuo 2002 06 06.
- Lietuvos Respublikos institucijų specialiųjų interneto vardų sudarymo principai [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.gov.lt/files/5_priedas.pdf>
- LR Vyriausybės nutarimas „Dėl Elektroninės valdžios koncepcijos patvirtinimo“, Valstybės žinios, 2003 01 08, Nr. 2-54.
- Misevičius A., Informacinė visuomenė: dabartis ir perspektyvos. Iš Mokslas ir gyvenimas, 2002, nr.2 [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ausis.gf.vu.lt/mg/nr/2000/02/2infov.html>>.
- Moore, Patricija, Image driven. Iš NZ Business; May 2005, Vol. 19 Issue 4. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.
- Pajuodis A. Prekybos marketingas. Vilnius, 2005.
- Paulienė R. Įmonės įvaizdžio samprata ir formavimo ypatybės [interaktyvus]. [žiūrėta 2006 m. birželio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.komunikacijuraktas.lt/pranesimai/frame_pranesimai.htm>.
- Peters, John Durham. Kalbėjimas vėjams. Komunikacijos idėjos istorija. Vilnius, 2004.
- Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation introduction to Public Relations Theory and Practice, Edited by Betteke van Ruler, Dejan Verčič. Berlin, 2004.
- Public Relations in Practice, edited by Anne Gregory. London, 2004.
- Qimei Chen, Development of an Instrument to Measure Web Site Personality. Iš Journal of Interactive Advertising, 7 (1) [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/vol7/no1/chen/index.htm#17>> .
- Reber, Bryan H., Gower, Karla K., Robinson, Jennifer A. The Internet and Litigation Public Relations, Journal of Public Relations research, 18(1), 23-44, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.
- Rudokas M., Elektroninės vyriausybės privalumai ir trūkumai. Iš Informacinės visuomenės formavimasis ir etika internete, red. B. Kucinienė. Šiauliai, 2000.

- Skyrius R., Mikalauskiene A., Zalieckaitė L. Informacijos ir komunikacijos technologijos. Vilnius, 2005.
- Taylor, M., & Kent, M. L. Congressional Web sites and their potential for public dialogue. Atlantic Journal of Communication, 2004, 12(2), 2004. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.
- Taylor, M., & Kent, M. L. Nation building: Public relations theory and practice. In V. Hazelton & C. Botan (Eds.), Public relations theory II. Hillsdale, NJ, 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.
- Taljūnaitė, Meilutė. Valstybės institucijų įvaizdis ir organizacinė elgsena. Vilnius, 2001.
- Teilmann R., Szondi G. Public relations research and evaluation. Iš Tench R., Yeomans L., Exploring Public Relations, Madrid, 2006.
- Teleki, Margot W. Top Ten. Things Your Web Site Should Contain. Iš Journal of Accountancy, September 2006 [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.aicpa.org/PUBS/JOFA/sep2006/topline.htm>>.
- Tyrimo „Valstybės institucijų interneto svetainių atitikimo bendriesiems valstybės institucijų interneto svetainių reikalavimams“ ataskaita [interaktyvus]. Vilnius, 2006 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/nfiles/643.doc>>.
- Ulevičius, L. Kaip tapti žinomam? Etiški ryšiai su visuomene. Kaunas, 2006.
- Viešosios paslaugos [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.epaslaugos.lt/govgate/newsArchive.do?newsId=3971805083917676290>>.
- Vyriausybės ir kitų vykdomosios valdžios institucijų tinklalapių koncepcija [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www3.lrs.lt/owa-bin/owarepl/inter/owa/U0022090.doc>>.
- Web site search engine positioning/site design [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.online-pr.com/enginep.htm>>
- West, Darrell M. Assessing E-Government: The Internet, Democracy, and Service Delivery by State and Federal Governments [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2007 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.insidepolitics.org/egovtreport00.html>>.
- Woodall, Ibrey. Journalists relay what is expected from an online newsroom. Meaningful trends revealed in 2006 survey. Iš Public Relations Tactics, July 2006. [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 10 d.]. Prieiga per: EBSCO.
- Пашенцев Евгений Николаевич, Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики, Москва, 2000.

LITHUANIAN STATE INSTITUTIONS WEB SITES AS A TOOL OF ONLINE PUBLIC RELATIONS

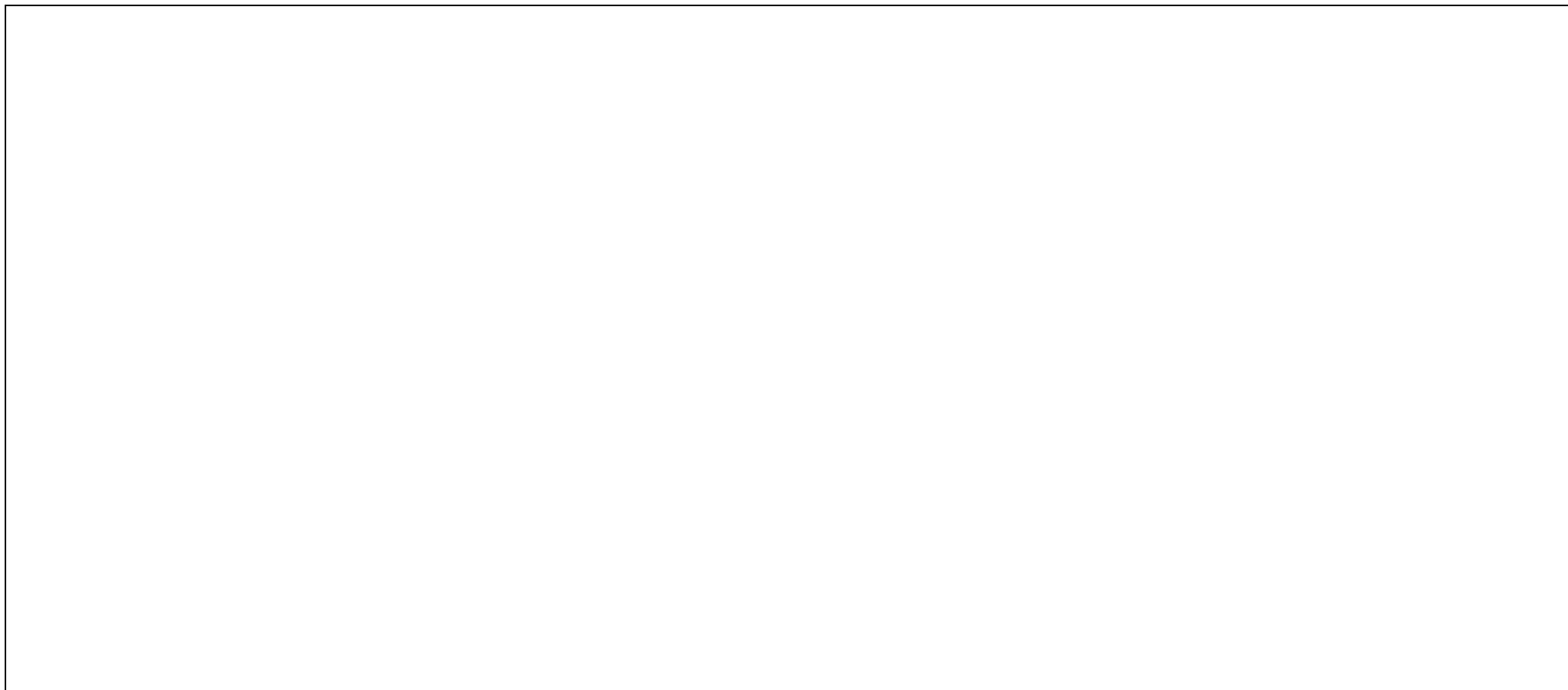
Summary

The object of the Master's Degree Thesis is relations between the State institutions and the society, and the web sites of the State institutions. The objective of the Thesis is to evaluate the web sites of the ministries of the Republic of Lithuania that sufficiently or insufficiently function as a tool of the relation with the society according to the list of criteria made in advance, the main tasks of the Thesis are as following: to discuss the conditions under which the relations between the State institutions and the society are possible in the internet; to justify why the internet is a necessary tool for the modern public relations; to indicate what the State institution challenge while seeking for good Public relations; to define the importance of a web site as an image creating of the State institution tool; to analyze and indicate the criteria sufficient for the web site of the State institution; to evaluate the web sites of the Republic of Lithuania according to these criteria.

While writing this thesis it emerged that building the information society is an essential condition to the development of public relations in the internet and the strengthening of such society is a priority of e-government. The internet is a necessary mean for public relation between a modern state institution and a society and this mean gives new possibilities to fulfill communication and information functions, make and maintain a constant and interactive contact with the audience. The questions regarding the information excess, data safety, lack of privacy are of a great importance to the State institutions applying public relations in the internet. A web site as a tool of online public relations, first of all, forms the image. In order this image could be positive; the web sites have to meet some criteria. During the writing this work 50 criteria were selected (general, structural, information, additional and technical). The web sites of the ministries of the Republic of Lithuania were evaluated according to these criteria and it was indicated that the latter have no a unanimous structure therefore the information is difficult to find. Moreover, the interactive means are used insufficiently.

PRIEDAI

1 priedas



2 priedas. Tinklapių kriterijai, pagal juos surinkusių ministerijų skaičių

Kriterijai	Surinkusių ministerijų skaičius
------------	---------------------------------

3 priedas. Ministerijų tinklalapių atitikimas kriterijams

