

Vilniaus Universitetas
UNESCO Tarptautinis žinių ekonomikos
ir žinių vadybos centras

Gaja Bartusevičiūtė
Tarptautinės komunikacijos studijų programos studentė

**LIETUVOS TARPTAUTINĖS POLITINĖS KOMUNIKACIJOS
POKYČIAI (TRANSFORMACIJA) XXI AMŽIUJE: INTERNETINĖS ERDVĖS
PRITAIKYMAS**

MAGISTRO DARBAS

Vadovas Prof. Renaldas Gudauskas

Vilnius, 2007

Magistro darbo lydraštis

GAJOS BARTUSEVIČIŪTĖS magistro darbas

(magistranto (-ės) vardas, pavardė)

tema

**LIETUVOS TARPTAUTINĖS POLITINĖS KOMUNIKACIJOS POKYČIAI
(TRANSFORMACIJA) XXI AMŽIUJE: INTERNETINĖS ERDVĖS PRITAIKYMAS**

parengtas gynimui.

(data) (vadovo parašas)

Darbas įregistruotas _____ centre

(data) (administratorės parašas)

Magistro darbą ginti leidžiu

_____ (centro direktoriaus parašas) _____

(data)

Recenzentu

skiriu

(data) (Direktoriaus parašas)

Darbą recenzavimui gavau

(data) (recenzento parašas)

Referato lapas

Bartusevičiūtė, Gaja

Ba 485 Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos pokyčiai (transformacija) XXI amžiuje: internetinės erdvės pritaikymas: magistro darbas/ Gaja Bartusevičiūtė; mokslinis vadovas prof. R. Gudauskas; Vilniaus universitetas. UNESCO Tarptautinis žinių ekonomikos ir žinių vadybos centras. – Vilnius, 2007. – 70, [2] lap. : lent. – Maš. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 59-62 (55 pavad.).

UDK 327(474.5):004.7

REIKŠMINIAI ŽODŽIAI: *Politinė komunikacija, tarptautinė politinė komunikacija, Lietuvos tarptautinė politinė komunikacija, viešoji diplomatija, informacinės-komunikacinės technologijos, internetas.*

Magistro *darbo objektas* – Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos įgyvendinimo pokytis ir pritaikymas internetinėje erdvėje XXI amžiuje.

Darbo *tikslas* – paaiškinti tarptautinės politinės komunikacijos kaitą bei taikymą Lietuvoje ir išanalizuoti kaip XXI a. tarptautinės politinės komunikacijos priemonės įgyvendinamos Lietuvos ambasadų/garbės konsulų interneto svetainėse. Pagrindiniai *darbo uždaviniai*: aptarti politinės komunikacijos ir tarptautinės politinės komunikacijos sampratą bei santykį; jų pagrindu išanalizuoti kaip tarptautinės politinės komunikacijos samprata ir priemonių pritaikymas kito Lietuvoje iki ir po XXI a.; pamėginti apžvelgti pagrindines Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos pokytį įtakojušias komunikacines priemones, ypač internetą; atlikti tyrimą apie tarptautinės politinės komunikacijos priemonių pritaikymą Lietuvos ambasadų ir garbės konsulų internetinėse svetainėse.

Naudojantis mokslinių šaltinių dokumentų analizės ir lyginamuoju metodais bei atliekant tyrimą, prieita prie *išvados*, kad Lietuvoje įvyko ryškus pokytis tarptautinės politinės komunikacijos (viešosios diplomatijos) priemonių taikyme XXI a. pradžioje, tačiau dar pilnai nesugebama išnaudoti jų visų teikiamų galimybių ir privalumų Lietuvos ambasadų/garbės konsulų interneto tinklalapiuose. Ši tema aktuali dėl to, kad yra tiesiogiai sąlygota sparčiai tobulėjančios ir kintančios informacinės visuomenės ir informacinių-komunikacinių technologijų, ypač interneto, įgyvendinamos valstybės tarptautinės politinės komunikacijos priemonių ir atskleidžianti naujas galimybes tyrinėti kaip Lietuva gali plėtoti savo įvaizdį panaudojant internetinę erdvę.

Praktinė šio darbo reikšmė – įrodymas, kad Lietuva tarptautinės politinės komunikacijos (viešosios diplomatijos) priemonės taikomos ambasadų/konsulų internetiniuose puslapiuose ir jų pritaikomumas smarkiai pasikeitė ir pasipildė naujomis strategijomis XXI amžiaus pradžioje.

Šis magistro darbas turėtų paskatinti socialinės pakraipos mokslininkus, ypačiai komunikacijos ir politologijos, taip pat viešųjų ryšių agentūrų specialistus, politikus bei politines partijas plačiau apžvelgti Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos perspektyvas ir aspektus, taikant internetinės erdvės galimybes bei tikslingai ir sistemiškai formuojant Lietuvos įvaizdį tarptautinėje arenoje.

Be abejo tai galėtų sukelti ir visuomenės susidomėjimą, kurie vis aktyviau kaip politinės ir tarptautinės komunikacijos dalyviai reiškiasi visuomenės procesuose.

Galbūt šis magistro darbas paskatins būsimuosius tarptautinės komunikacijos magistrantus ar kitų specialybių studentus išsamiau aptarti ir panagrinėti nepaliestus šios problemos aspektus, atlikti kitokio pobūdžio tyrimus, nes politinė komunikacija ir ypačiai tarptautinė politinė komunikacija ir jos taikomos priemonės ne tik Lietuvoje, bet ir kitose pasaulio šalyse yra ir liks aktualia tema.

Magistro darbas *gali būti naudingas* informacijos ir komunikacijos specialistams, dėstytojams, studentams, ypačiai Užsienio reikalų ministerijos darbuotojams bei kitiems valstybės tarnautojams, atsovaujantiems Lietuvos interesams užsienio šalyse bei visiems besidomintiems Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos pritaikymu internetinėje erdvėje.

TURINYS

ĮVADAS	7
1. POLITINĖS KOMUNIKACIJOS SAMPRATA	10
1.1 Politinės komunikacijos sąvoka	12
1.2 Politinės komunikacijos ypatumai.....	13
1.3 Politinės komunikacijos modeliavimas ir pokytis istorijos eigoje	14
2. POLITINĖ KOMUNIKACIJA LIETUVOJE: INTERNETINĖS ERDVĖS NAUDOJIMO POKYTIS	20
3. TARPTAUTINĖ POLITINĖ KOMUNIKACIJA.....	23
3.1 Faktorai, lemiantys tarptautinės politinės komunikacijos svarbą.....	24
3.2 Tarptautinės politinės komunikacijos kategorijos ir bendrieji principai	25
3.3 Žiniasklaidos vaidmuo	27
3.4 Valstybių informacinė kompetencija ir jų tarptautinės politikos strategijos.....	28
4. ŠIUOLAIKINIŲ KOMUNIKACINIŲ PRIEMONIŲ PLĖTRA IR JŲ VALDYMAS XXI AMŽIUJE	30
5. INTERNETAS, KAIP VIENAS SVARBIAUSIŲ TARPTAUTINĖS POLITINĖS KOMUNIKACIJOS ELEMENTŲ	33
5.1 Interneto komunikacijos modeliai	34
5.2 Interneto svetainių interaktyvumas ir jo priemonės	35
6. TARPTAUTINĖS POLITINĖS KOMUNIKACIJOS SAMPRATA IR TRANSFORMACIJA: LIETUVOS ATVEJO ANALIZĖ	38

6.1 Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos kūrimo prielaidos ir įgyvendinimo priemonės	39
6.2 Lietuvos tarptautinė politinė komunikacija iki XXI a.	40
6.3 Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos transformacija XXI a.	41
6.4 Pagrindinės problemos, trukdančios įgyvendinti Lietuvos tarptautinę politinę komunikaciją...	43
6.5 Informacinių-komunikacinių priemonių naudojimas išsikeltiems tikslams tarptautiniu mastu pasiekti.....	43
7. REIKŠMINGŲ ĮVYKIŲ ĮTAKA SĖKMINGAI ĮGYVENDINANT LIETUVOS TARPTAUTINĘ POLITINĘ KOMUNIKACIJĄ	45
7.1 Lietuvos vardo minėjimo tūkstantmetis: įvaizdžio formavimas	45
8. LIETUVOS RESPUBLIKOS AMBASADŲ IR KONSULINIŲ ĮSTAIGŲ INTERNETINIŲ SVETAINIŲ NAUDOJIMO ĮGYVENDINANT LIETUVOS TARPTAUTINĘ POLITINĘ KOMUNIKACIJĄ TYRIMAS	47
IŠVADOS.....	55
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS.....	59
1 Priedas	63
2 Priedas	64
Summary	70

IVADAS

Šiuolaikinėje visuomenėje tarptautinės politinės komunikacijos procesas vyksta nepriklausomai nuo mūsų, tačiau jo rezultatus galime matyti, jausti ir net įtakoti. Tarptautinė politinė komunikacija – tai lyg savotiškas vienos ar kelių valstybių įgyvendinamos tarptautinės politikos atspindys.

Kiekviena valstybė bendraudama su kita valstybe, pirmiausiai siekia taip paveikti ir pakreipti jų tarpusavio santykius, kad jie atneštų kuo didesnės naudos jai pačiai. Užsienio politikos suformulavimas yra vienas iš nacionalinės politikos aspektų, tai yra politikų uždavinys, tuo tarpu organizuoti tarptautinius santykius ir suderinti užsienio politikos prioritetus tenka diplomatams. O viešosios diplomatijos, kaip tarptautinės politinės komunikacijos esmė yra bendravimas. Pastaruoju metu pasaulis sparčiai keičiasi. Vienas iš svarbiausių XXI amžiaus bruožų yra vis mažėjanti vakarų pasaulio priklausomybė nuo infrastruktūros reiškinių, visur esančiu internetu, bet kurį klausimą, idėją, galima pasiekti ar paskleisti vienu pelės paspaudimu. Kitaip tariant dabar labiau nei bet kada anksčiau rezultatai lemia idėja ir sugebėjimas ją pateikti. Žmonių judėjimas tarp šalių, informacijos įvairiausiomis formomis pasklidimas, naujos komunikacinės galimybės, naujausių technologijų panaudojimo ekonominiai, socialiniai ir kultūriniai veiksniai sudaro pagrindą pokyčiams.

Tarptautinė politinė komunikacija ne tik keičia kultūrų ir valstybių sienas, bet ir įtakoja kismą valstybių naudojamose priemonėse įgyvendinant savo šalies užsienio politikos tikslus.

Svarbi ypatybė yra tai, kad kartą į politinės komunikacijos lauką atėjusios informacijos sklaidos priemonės, joje išlieka neribotam laikui, ir senosios komunikacijos priemonės koegzistuoja su naujausiomis. Kokybiškai keičiasi tik jų tarpusavio santykis ir reikšmė politikos subjektams, įskaitant ir visuomenę, skirtingu istoriniu laiku.

Lietuvos tarptautinė politinė komunikacija atsirado palyginus neseniai tik XX amžiaus pачioje pabaigoje ir yra dažniausiai glaudžiai siejama su Lietuvos įvaizdžio formavimu bei užsienio politikos įgyvendinimu. Taip pat stebimas ženklus pokytis naudojamų priemonių taikyme XXI amžiuje bei pačios tarptautinės politinės komunikacijos sampratoje.

Magistrinio darbo *objektas* – Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos įgyvendinimo pokytis ir pritaikymas internetinėje erdvėje XXI amžiuje.

Darbo *tikslas* – paaiškinti tarptautinės politinės komunikacijos kaitą bei taikymą Lietuvoje ir išanalizuoti kaip tarptautinės politinės komunikacijos priemonės įgyvendinamos Lietuvos ambasadų/garbės konsulų interneto svetainėse.

Magistrinio darbo *uždaviniai*:

- aptarti politinės komunikacijos ir tarptautinės politinės komunikacijos sampratą bei santykį;
- jų pagrindu išanalizuoti kaip tarptautinės politinės komunikacijos samprata ir priemonių pritaikymas kito Lietuvoje iki ir po XXI a.;
- pamėginti apžvelgti pagrindines Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos pokytį įtakojušias komunikacines priemones, ypač internetą;
- atlikti tyrimą apie tarptautinės politinės komunikacijos priemonių pritaikymą Lietuvos ambasadų/ konsulų internetinėse svetainėse.

Darbo ribos – teorinis politinės komunikacijos, tarptautinės politinės komunikacijos sampratų aptarimas bei Lietuvos atvejo, taikant tarptautinės politinės komunikacijos priemones ambasadų/konsulų internetiniuose puslapiuose analizė, įtakoianti Lietuvos įvaizdžio formavimą.

Darbe siekiama atskleisti kaip vyko Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos kaita bei taikymas Lietuvoje, išanalizuoti kaip tarptautinės politinės komunikacijos priemonės įgyvendinamos Lietuvos ambasadų/garbės konsulų interneto svetainėse formuojant Lietuvos įvaizdį užsienio šalių ir jų piliečių tarpe.

Pirmoje darbo dalyje apžvelgiama teorinė politinės komunikacijos ir tarptautinės politinės komunikacijos sampratos, ypatumai, taip pat apžvelgiama informacinių-komunikacinių technologijų ir ypač interneto, plėtra ir valdymas bei pritaikymas tarptautinei politinei komunikacijai keliamuose ir įgyvendinamuose tiksluose.

Antroji darbo dalis apima tarptautinės politinės komunikacijos sampratos ir transformacijos Lietuvoje analizę, kur trumpai aptariamos tarptautinės politinės komunikacijos kūrimosi prielaidos, priemonės, taip pat pokytis iki ir po XXI amžiaus. Šioje dalyje atskleidžiama su kokiomis pagrindinėmis problemomis susiduriama įgyvendinant tarptautinę politinę komunikaciją (viešąją diplomatiją¹) bei trumpai išskiriama, kaip reikšmingi įvykiai šalyje įtakoja tarptautinę politinę komunikaciją.

Trečioje dalyje – atliktas *Lietuvos Respublikos ambasadų ir konsulinių įstaigų internetinių svetainių naudojimo įgyvendinant Lietuvos tarptautinę politinę komunikaciją tyrimas*. Pagrindinis tyrimo tikslas – ištirti kaip internetinės priemonės (internetinės svetainės) naudojamos Lietuvos

¹ Tai tarptautinės politinės komunikacijos dalis.

Respublikos ambasadų ir konsulinių įstaigų įgyvendinant tarptautinę politinę komunikaciją ir formuojant Lietuvos įvaizdį.

Darbas aktualus dėl to, kad yra tiesiogiai sąlygotas sparčiai tobulėjančios ir kintančios informacinės visuomenės ir informacinių-komunikacinių technologijų, įgyvendinamos valstybės tarptautinės politinės komunikacijos ir atskleidžiantis naujas galimybes tyrinėti kaip Lietuva gali plėtoti savo įvaizdį panaudojant internetinę erdvę.

Darbo metodas – tiriamasis-aprašomasis.

Praktinė šio darbo reikšmė – įrodymas, kad Lietuva tarptautinės politinės komunikacijos (viešosios diplomatijos) priemonės taikomos ambasadų/konsulų internetiniuose puslapiuose ir jų pritaikomumas smarkiai pasikeitė ir pasipildė naujomis strategijomis XXI amžiaus pradžioje.

Manau, kad šis magistro darbas paskatinti socialinės pakraipos mokslininkus, ypač komunikacijos ir politologijos, taip pat viešųjų ryšių agentūrų specialistus, Užsienio reikalų ministerijos darbuotojus ir kitus Lietuvą atstovaujančius asmenis plačiau apžvelgti Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos perspektyvas ir aspektus, taikant internetinės erdvės galimybes bei tikslingai ir sistemiškai formuojant Lietuvos įvaizdį tarptautinėje arenoje.

Galbūt šis magistro darbas sudomins būsimuosius tarptautinės komunikacijos magistrantus ar kitų specialybių studentus išsamiau aptarti ir panagrinėti nepaliestus šios problemos aspektus, atlikti kitokio pobūdžio tyrimus, nes politinė komunikacija ir ypač tarptautinė politinė komunikacija ir jos taikomos priemonės ne tik Lietuvoje, bet ir kitose pasaulio šalyse yra ir liks aktualia tema.

Galiausiai reiktų akcentuoti, kad literatūros šaltinių Lietuvoje, ypač lietuvių kalba, šiuo klausimu nėra daug, todėl daugiausiai rėmiausi literatūra anglų bei rusų kalbomis bei patikimais interneto šaltiniais.

1. POLITINĖS KOMUNIKACIJOS SAMPRATA

*New forms of communication create
different kinds of public discussion,
and even different publics².*

- M.Schudson

Istorijos tėkmėje, ypatingai po antrojo pasaulinio karo, komunikacijos reikšmė politikoje ženkliai padidėjo ir palaipsniui išryškėjo, kad ji tapo ir, galima jau drąsiai teigti, jog liks vienu iš pagrindinių valios, nuomonės reiškimo bei įgyvendinimo įrankiu telkiančiu bendraminčius. Šiuolaikinėje visuomenėje sunku įsivaizduoti įgyvendinamos, planuojamos politikos, politinės partijos veiklos ar tiesiog atskiro politiko egzistavimo be komunikacijos. Tiesiog jau įsitvirtino samprata, kad politinė komunikacija yra būtina kiekvienos valstybės valdymo procesuose. Žinoma, pasauliniu mastu, egzistuoja daug įvairių demokratinių bei autoritarinių valstybių, tačiau visgi skirtingo lygio samprata, kad politika ateina per viešus pareiškimus, kalbėjimą taip pat bendravimą su žiniasklaidos priemonėmis egzistuoja daugumoje iš jų. Anot, politologo L. Bielinio (2005) – pakeisti tokios padėties jau nebeįmanoma, nes bet koks komunikacijos ribojimas šiuolaikinėje visuomenėje iš esmės yra viešosios politikos ribojimas. Todėl pritariant daugumos šios srities tyrėjų nuomonei, galima teigti, jog politinė komunikacija ne tik tapo svarbiu elementu egzistuojančiu visuomenėje, bet jo reikšmei politiniame visuomenės ir valstybės gyvenime ženkliai išaugus – tai virto natūraliu, intuityviai suprantamu dalyku.

Politinei komunikacijai tapus vienu iš svarbiausių instrumentų informuojant ir formuojant visuomenės nuomonę, svarbiausi vaidmenys atitenka, ne tik valstybei, bet ir jos piliečiams bei žiniasklaidos priemonėms. Taip pat, reiktų pabrėžti, jog politinė komunikacija skirta tiesiogiai valstybės institucijų informuoti apie įvairius procesus, pvz.: tos šalies veiksmus nacionaliniame ir tarptautiniame lygmenyse, ekonominius rodiklius, kultūrą ir t.t.

Kita vertus, galiausiai galime teigti, kad politinė komunikacija atskleidžia politinio subjekto veikimo tikslus, neišsakytas mintis, o kartais net ir nesuvoktas, bet vertybiniais nuostatais susiformavusias intencijas. Kiekvienas subjektas (politikas) savo politinėse kalbose tikslingai naudoja daug dviprasmybių, kadangi jie turi sugebėti ne tik pakeisti jau savo anksčiau išsakytas mintis bei pozicijas, bet ir paneigti kitų supratimą, pakeičiant dedamą akcentą, tačiau nepakeitus jau anksčiau

² *Naujos komunikacijos formos sukuria skirtingas visuomenės diskusijas ir net skirtingas visuomenes.*
(M.Schudson)Aut.vertimas

naudotų žodžių, išsireiškimų. Taip pat svarbu sudėti akcentus taip, kad ne tik tikslinė grupė, bet ir visa visuomenė susiformuotų jiems priimtina aiškinimą, nei vieno neižeidžiant, o kaip tik bandant patraukti į savo pusę. (Dan F. Hahn 1998)

Šių dienų politikoje komunikacijos patrauklumas, naudojamos priemonės, informavimo ir komunikacijos kanalai, kur valstybinės institucijos, politikai ar partijos turi atrasti savo vietą, lyg susiformuoti „brendą“ bei išugdyti bei sumotyvuoti savo tikslinę grupę, tampa reikšmingu akcentu (M.Edelman 1988). Taip pat susiformavusios visuomenės nuomonės tyrimai bei jos žinojimas padeda teisingai – atsižvelgiant į išsikeltus tikslus – naudoti tam tikras komunikacijos priemones bei parinkti teiginius, frazes, argumentus, kurie maksimaliai atitiktų visuomenės nuomonę.

Analizuojant, politinę komunikaciją, kaip palyginus naują politinę veiklos praktiką, svarbu suvokti, kad politinė komunikacija nėra (L. Bielinis 2005):

- viešoji komunikacija (valstybės ir jos institucijų komunikacija su visuomene);
- tai ne politikos mediatizavimas, nors tai ir svarbu;
- tai ne politikos rinkodara, ji nesiekia ir negali suplanuoti visų kalbėjimo pasikeitimų.

Tačiau politinė komunikacija yra atviras, dinamiškas procesas, kuriame egzistuoja trys dimensijos:

- informacija;
- politika;
- viešoji nuomonė.

Taigi, politinė komunikacija yra realios politinės gyvenimo situacijos veidrodis, kur egzistuojanti žodžio laisvė, įvairios informacijos priemonės bei komunikacijos galimybės įgyja didelę reikšmę įgyvendinant šalies politiką. Ir čia komunikavimas visada atspindi egzistuojančius realius valstybėje santykius. Visos politinės realijos, besikeičianti aplinka, taip pat jo socialinis ir psichologinis kontekstas tiesiogiai įtakoja politinės komunikacijos kūrimą.

1.1 Politinės komunikacijos sąvoka

Politinės komunikacijos sąvoka yra apipinta daugybe samprotavimų ir įtakota istorinių pokyčių bei interesų gausa – pradžioje politinę komunikaciją apibrėžė kaip valdžios ir rinkėjų komunikavimą, vėliau tai perėjo prie politikų komunikavimo dėl valdžios per rinkimus, o galiausiai į šio termino suvokimą įtraukiamas ir žiniasklaidos, formuojančios viešąją nuomonę, vaidmuo. Todėl žvelgiant iš dabartinės perspektyvos galima teigti, kad politinės komunikacijos sąvoka apima plačią komunikavimo sferą politiniame visuomenės gyvenime, kuriam priklauso ir visa žiniasklaida, ir politinė reklama, ir įvairių nacionalinių ir tarptautinių dokumentų pristatymas ir adaptavimas visuomenei, ir viešosios politikos veiksmai, ir pačių institucijų, politinių partijų ir politikų komunikavimas (L. Bielinis 2005). Galima būtų išdėstyti ilgiausią teksta vien tik tam, kad apibrėžtume politinės komunikacijos skirtingą suvokimą, išvardinant visus, kurie bandė samprotauti šia tema, ir ginčytis dėl šios sąvokos svarbumo, pokyčio, ilagalaikiškumo, realumo, tačiau kadangi tai nėra pagrindinis šio darbo tikslas, apsiribosiu keletu dažniausiai sutinkamų sąvokų pristatymu ir aptarimu.

Brian McNair (1999) pristatydamas savo knygą „Įvadas į politinę komunikaciją“ rašė, jog kiekviena knyga apie politinę komunikaciją turėtų prasidėti bendru suvokimu ir paaiškinimu, kad sąvoką „politinė komunikacija“ labai sunku apibrėžti, vien dėl to, kad abu šios frazės komponentus sudaro daugybė apibrėžimų, kurie yra daugiau ar mažiau platūs. Tačiau, nepaisant šio termino platumo ir neapibrėžtumo, politinė komunikacija didžia dalimi yra prilyginama komunikacijai tarp konstitutiškai apibrėžtų politinių valdymo struktūrų ir visuomenės, teigė P. Kjær ir R. Langer (2001). Visgi, žvelgiant plačiau, kaip jau buvo minėta aukščiau politinė komunikacija yra atviras procesas, kur egzistuoja trys veikėjai – politika, viešoji nuomonė ir žiniasklaida, ir ypatingai svarbu akcentuoti, kad šiandieniniame politizavimo procese, reali politinės komunikacijos sąvoka nuolatos varijuoja ir kinta.

Kita vertus, galima būtų pritarti D. McQuail (1992) teiginiui, kad politinė komunikacija tėra demokratinės visuomenės politinės sistemos komunikacija, kur žiniasklaida yra politinės komunikacijos instrumentas, informuojantis apie įvykius, tampanti platforma įvairių politinių nuomonių pasisakymui, plačiai naudojama politinių partijų organizavimui ir ginklu partiniams konfliktams, vyriausybės veiklos „sarginiu šuniu“ (*angl. watchdog*) bei vyriausybės instrumentu informuojant ir veikiant visuomenę. Pagrindiniais veikėjais čia yra pagrindinės politinės partijos ir organizacijos, taip pat plačioji visuomenė. Politinė komunikacija tokiu būdu liečia visus su politine

informacija (faktais, nuomonėmis, nuostatomis) susijusius procesus, tai yra jos perdavimu, mainais ir saugojimu.

Galiausiai galima teigti, kad politinė komunikacija – tai laukas, išsiskiriantis savo tarpdiscipliniškumu, kur priskiriama dalis komunikacijos, dalis politinių mokslų, dalis sociologijos ir dalis psichologijos. Todėl šis laukas gali būti apibrėžtas kaip „meta-disciplina“, kuri sujungia teoriją ir metodus, išvardintose srityse, naujais ir įdomiais būdais. (Erik P. Bucy 2007)

Taigi politinės komunikacijos sąvoka atspindi kelis esminius aspektus:

1. Išryškina, kad visuomenė – valdžia – žiniasklaida yra tarsi jungiantis uždaras ratas, kuris politiniame lygmenyje virsta piliečiai – valstybė – informacija.
2. Apibrėžia politinės komunikacijos tarpdiscipliniškumą, kur išryškėja naujai ir netradiciškai naudojami metodai ir priemonės.
3. Pratęsia ir sustiprina politikos ir komunikacijos ryšius, kur politika įgyja vis didesnę komunikacinę pobūdį.
4. Akcentuoja, kaip pasitelkus naujas priemones galima užtikrinti ir praplėsti tradicinės politikos perspektyvas.

Bendrasis suvokimas apie politinę komunikaciją sąlygoja ir politinės komunikacijos ypatumus.

1.2 Politinės komunikacijos ypatumai

Politinė komunikacija yra ypatinga tuo, kad tai nėra uždara erdvė, nes čia gali visi kalbėti, reikšti savo nuomonę, pristatyti savo nuostatas, diskutuoti ir t.t. Šioje erdvėje dalyvauja ne tik politikai, bet ir piliečiai, kurie tampa aktyviais dalyviais, vertintojais ir nuomonių reiškėjais, palaikant vienas ar kitas politikų grupes ar tam tikrus veiksmus.

Analizuojant politinės komunikacijos ypatumus, būtina atkreipti dėmesį į tai, kad ryškėja netradiciniai politinės įtakos ir politinės situacijos valdymo mechanizmai. Komunikavimas politikoje netenka neutralumo, jis įgyja ne paprastos komunikacijos reikšmę, kai kalbantysis bando perteikti tam tikrą informaciją skaitančiajam/klausančiajam, bet konkrečios valios ir valdžios realizavimo reikšmę. Politinėje komunikacijoje pirmenybė teikiama politiniam recipientui (G.Graber 1993).

Politinę komunikaciją veikia konkreti kalbėjimo situacija, kurios komponentų žinojimas leidžia kalbos argumentus, faktus, stilių pritaikyti prie laiko ir vietos, stebėtojų, liudininkų ir dalyvių, - interpretuodami politinį tekstą politikai turi specifinius tikslus. Politinio teksto tikslas yra paveikti juos, suformuoti politikui naudingus stereotipus, nuomones. (L. Bielinis 2002)

Socialinio konteksto žinojimas lemia politinės komunikacijos rezultatyvumą bei jos efektą (D. Watts 1997).

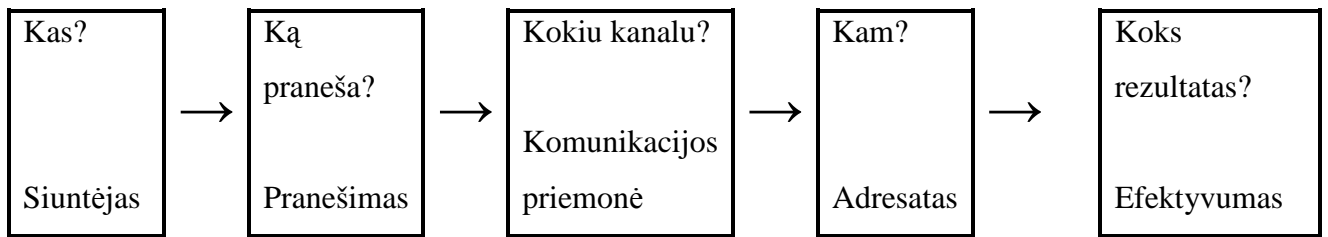
Taip pat analizuojant politinės komunikacijos ypatumus, reiktų aptarti pastarosios atliekamas funkcijas, kurios yra svarbios politiniams procesams:

- integruoja įvairias temas, tampančias politinės kasdienybės elementais, nuolat jas selekcionuoja, hierarchizuoja ir eliminuoja, jei to reikia politinei sistemai;
- per politinę komunikaciją indentifikuojamos naujos problemos;
- per politinę komunikaciją problemos integruojamos į politinius debatus ir šitaip legitimizuojamos (L. Bielinis 2005);
- išskiria temas, kurios nustoja būti konflikto objektu, dėl kurių yra jau susitarta.

Taigi aptarus politinės komunikacijos ypatumus galime daryti išvadą, kad politinės komunikacijos reikšmės didėjimas sukuria naujų problemų, būdingų šiuolaikinėje visuomenėje ir sąlygoja politikos funkcionavimo sąlygų pasikeitimą besikeičiančioje pilietinėje erdvėje ir tuo pačiu tam tikrą politinės komunikacijos modeliavimą.

1.3 Politinės komunikacijos modeliavimas ir pokytis istorijos eigoje

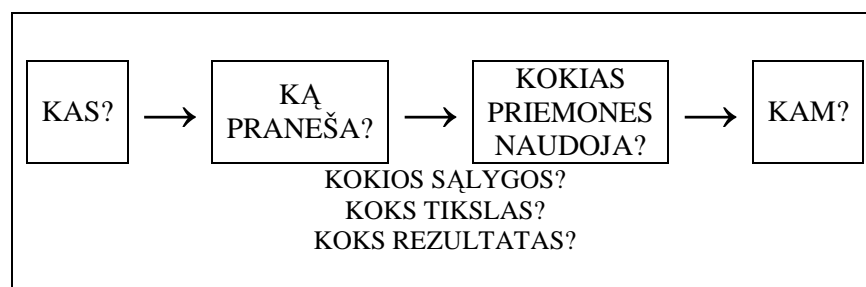
Amerikiečių politologas H. Lasswel'as (1948) daugiau nei prieš pusšimtį metų savo straipsnyje teigė, jog norint suprasti komunikacijos procesą reikia atsakyti į kelis paprastus klausimus: Kas? Ką praneša? Koku kanalu? Kam? Koks rezultatas?, ir tai ne tik buvo pavadinta Lasswel'o formule, bet ir tapo pagrindu politinės komunikacijos, kaip loginės schemos, tyrinėjimams. (1 schema)



1 schema. H.Lasswel'o formulė.

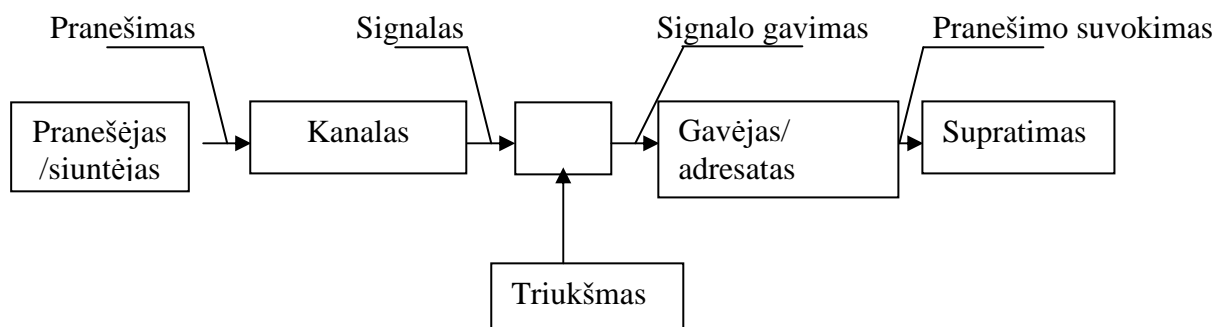
H. Lasswel'o formulė traktuoja politinę komunikaciją visų pirma kaip imperatyvinį, skatinantį procesą: „siuntėjas“ vienu ar kitu atveju stengiasi paveikti „adresatą“. Vienok jai būdinga neginčytina prielaida, kad perduodamas pranešimas visada duoda nuspėjamą ir laukiamą efektą. Šis modelis, neabejotinai, pervertina perduodamo pranešimo poveikį.

Vėliau dauguma mokslininkų teigė, kad Lasswel'o formulė, nors ir labai praktiška, turi būti papildyta naujais komponentais. R.Braddock'as (1958) pasiūlė papildyti formulę tokiais keliais esminiais momentais, kaip – prie kokių sąlygų siunčiamas pranešimas ir koks siunčiamo pranešimo tikslas. (2 schema)



2 schema. R.Braddock'o papildyta Lasswel'o formulė.

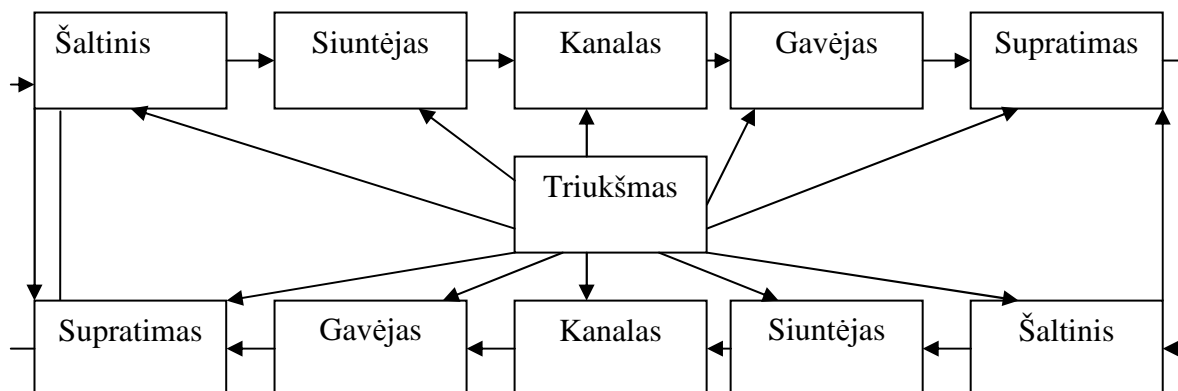
Tobulinant anksčiau atrastus komunikacijos proceso modelius didelę įtaką turėjo K. Shannon ir Weaver idėjos, kurios komunikaciją traktuoja kaip linijinį ir viepusiškai orientuotą procesą. (3 schema)



3 schema. K.Shannon ir Weaver modelis.

Skirtingai nuo Laswell'o idėjų, Shannon ir Weaver modelis pasirodė praktiškesnis, kadangi akivaizdžiai įrodė, kad perduodamas per kanalus pranešimas ne visada duoda laukiamų rezultatų. Vienok, kaip ir Laswell'o formulėje trūksta politinei komunikacijai taip svarbaus grįžtamojo ryšio: kadangi „informacijos šaltinis“ neturi sąlygų kontroliuoti „adresato“ veiksmų ir atitinkamai negali koreguoti savo kitų žingsnių, kad galėtų savo tikslui paveikti „adresato“ elgesį.

M. De Fleur (1988) pasiūlė iš esmės pakeisti Shannon ir Weaver modelį. Naujoji komunikacijos proceso schema interpretacija palyginus su pirminiu modeliu, papildyta grįžtamojo ryšiu. (4 schema)



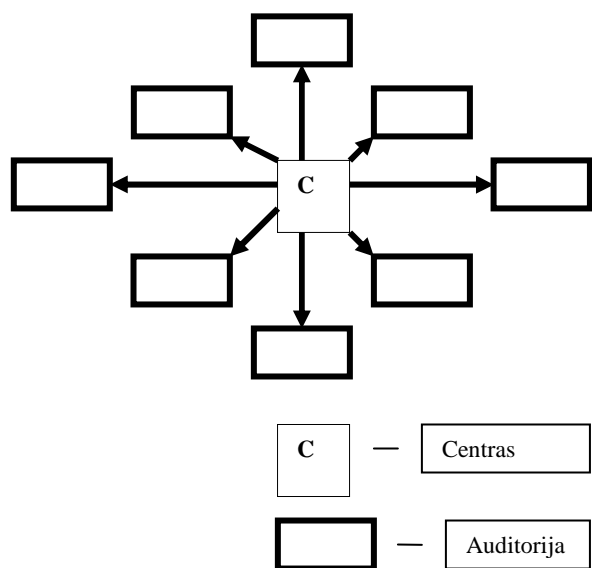
4 Schema. M. DeFleur komunikacijos modelis.

Būtent tokiu būdu M. DeFleur modelyje sprendžiama problema tarp galimo neatitikmens tarp išeinamo ir atkuriamo pranešimo „reikšmės“. Dėl to proceso pirminis siuntėjas turi galimybę kontroliuoti ir esant būtinybei koreguoti komunikacinį procesą, tuo pačiu didinant galimybę susieti išeinamąjį ir grįžtamąjį pranešimą. M. DeFleur papildžius Shannon ir Weaver modelį, pašalinami jos didžiausi trūkumai – linijiškumas, vienpusiškumas ir grįžtamojo ryšio nebuvimas.

Ir vėliau tyrinėjant politinės komunikacijos būdus bei modeliavimą labiausiai akcentuojami ir analizuojami santykiai komunikacijoje tarp valdančiųjų ir valdomųjų.

Pokyčių politinės komunikacijos sferoje esmė (čia pokyčiai reiškia informacijos dominavimo ir griežtos kontrolės aiškiam siuntėjo aiškiam gavėjui įveikimą) objektyviai galėtų būti pavaizduota modeliais (M.N. Grachev 1999), atspindinčiais skirtingus informacijos srautų keliavimo būdus, kurie kaip tik ir aprašyti žemiau:

Interpretavimo modelis (angl. the model of translation) apima viena laiką informacijos sklaidą iš vieno šaltinio daugeliui, esančių periferijoje. Tokio tipo modelio (5 schema) situacijų pasitaiko



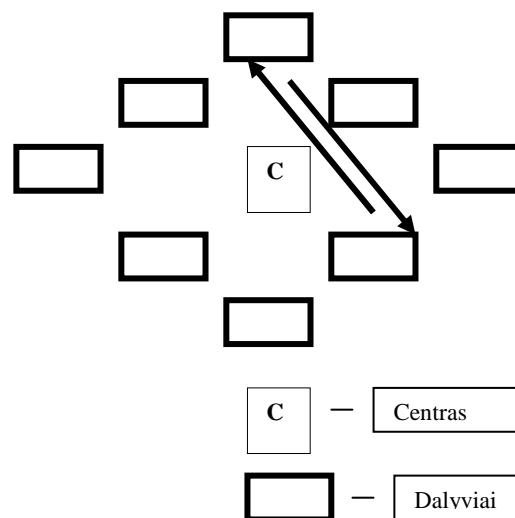
pakankamai dažnai, pvz.: skaitant oficialų pranešimą, pristatant pozicijas televizijos transliacijų metu, taip pat naudojant internetą, kai pranešimas pasiekia pakankamai didelį skaičių žmonių, esančių skirtingose vietose. Pagrindiniai šios vienpusės komunikacijos modelio bruožai:

- negarantuojama atskirų individų atsakomoji reakcija/grižtamasis ryšys;
- ir taip pat, kad komunikacijos proceso aplinkybių laikas ir vieta nulemta tik siuntėjo.

5 schema. Interpretavimo modelis.

Dialogo modelis (angl. the dialogic model) yra svarbus skleidžiant informaciją realiame komunikacijos tinkle: čia individai bendrauja tiesiogiai viens su kitu, ignoruoja tarpininkus ir asmeniškai renka informacijos mainams laiką, vietą ir temą. (6 schema) Šis modelis taip pat plačiai taikomas ne tik asmeniams pokalbiams, bet ir bendravimui telefonu, naudojant internetą bei el.paštą. Pagrindinis šio modelio bruožas:

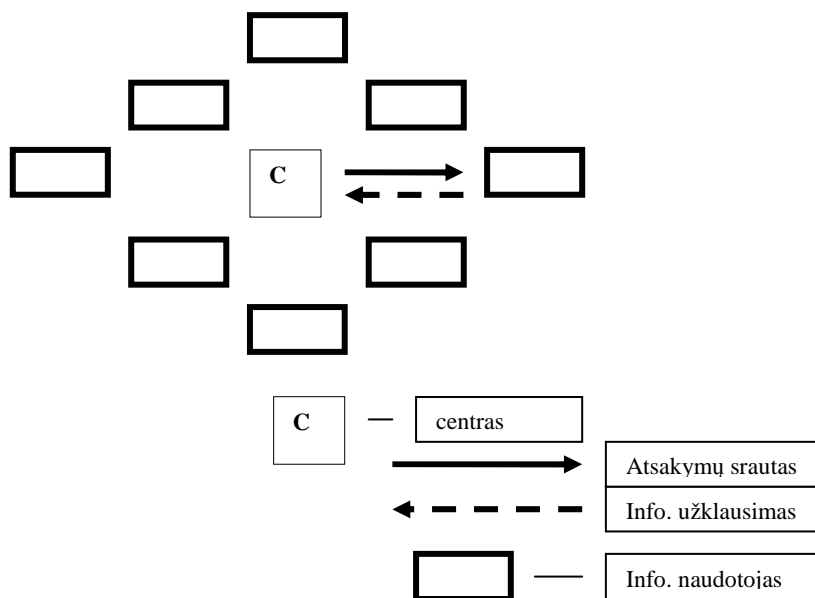
- egzistuoja tam tikra „horizontali lygybė“ keičiantis informacija tarp komunikacijos proceso dalyvių,



6 schema. Dialogo modelis.

- skirtingai nei vertikaliam principui, kur „vadovavimas – pajungimas“ būdingas interpretavimo modeliui.

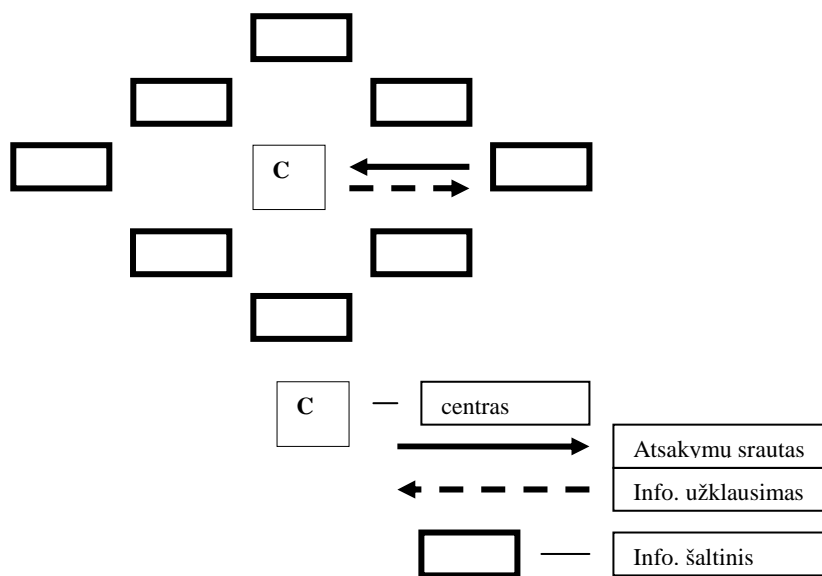
Be jokios abejonės tokio tipo komunikacija sudaro galimybes dalyvauti daugiau nei dviems pusėms (pvz.: maži susitikimai, telefoninės konferencijos, internetinės diskusijos ir t.t.). Tačiau, didėjant komunikacijos dalyvių skaičiui ir natūraliai atsirandant lyderio rolei šis modelis tampa šiek tiek panašus į interpretavimo modelį.



7 schema. Konsultacinis modelis.

Konsultacinis modelis (angl. *consulting model*) atspindi situacijas, kai asmuo, esantis komunikacijos proceso periferijoje ieško jam reikalingos informacijos centriniuose informacijos archyvuose (serveryje, ar kitame duomenų banke, bibliotekoje). (7 schema). Ir taip pat skirtingai nei interpretavimo modelyje vieta, laikas ir tema nulemta ne centro, bet vietinio naudotojo, turinčio čia maksimalią laisvės galią.

Registravimo modelis (angl. *the model of registration*) yra priešingas konsultaciniam modeliui. (8 schema). Kaip tik šiame modelyje centras prašo ir gauna informaciją iš periferijos šaltinių ir jį charektizuojantis faktas, kad centras įgauna didesnę informacijos srautų kontrolę nei asmuo, esantis komunikacijos tinklo periferijoje.



8 schema. Registravimo modelis.

Apibendrinant galima teigti, jog informacijos perdavimo tendencijos, nuo interpretavimo modelio prie tikrai demokratinio dialogo, įgyja lygias teises keistis tikslia, pilna ir patikrinta informacija apie politinius reiškinius ir procesus, kurie taip pat artimai susiję su pagrindinėmis kultūrinėmis visuomenės vertybėmis, pagrindėmis žmogaus teisėmis ir laisvėmis, taip pat atskirų individų teisėmis. Tuo pačiu metu egzistuoja tokie esminiai bruožai, kaip – kalbos laisvė, teisė ieškoti, rasti ir platinti informaciją ir reikšti mintis, jei tik jie neprieštarauja žmogiškiems principams.

Galiausiai nebelieka abejonių, kad moderni politinės komunikacijos teorija turėtų vystytis

būtent tokia kryptim, kur mokslas ir menas pasiekia socialinę harmoniją, skirtingų socialinių grupių ir individų interesų suderinimą per abipusį supratimą, paremtą savitarpio pagarba ir visišku informavimu.

Aptarus pagrindinius politinės komunikacijos modelius toliau savo darbe paanalizuosiu politinės komunikacijos sampratą Lietuvos visuomenėje.

2. POLITINĖ KOMUNIKACIJA LIETUVOJE: INTERNETINĖS ERDVĖS NAUDOJIMO POKYTIS

Lietuvoje teiginys, kad gyvename informacinės visuomenės epochoje tapo labai populiarus ir iš tikrųjų kuo toliau tuo labiau pastebime, kad anksčiau aptartos politinės komunikacijos procesuose vis aktyviau dalyvauja ne tik atskiri individai, bet ir bendruomenės. Politika, veikiamą informacinės visuomenės, kurios nariai glaudžiai susiję su informacinių technologijų pritaikymu ir panaudojimu, sąveikauja tiesiogiai su komunikacija, aktyviai naudodamasi jos kanalais, informuojant ir gaunant naudingos informacijos iš visuomenės, atskirų interesų grupių apie jos nusistatymus ir poreikius. Informacija tapo būtinu gyvenimo atributu Lietuvoje ir ji mus įtakoja įvairiose gyvenimo srityse ir valstybės įgyvendinama politika, kaip ir politikai, politinės partijos, čia nėra išimtis (J.Jamieson 1992). Politinės komunikacijos samprata ir reikšmė visuomenės ir valstybės politiniame gyvenime yra suprantama intuityviai. Kuo toliau tuo labiau pastebima, kad ypatingai į valdžią pretenduojančių asmenų, politinių partijų ar atskirų interesų grupių veiksmai yra orientuoti į efektyvių komunikacinių priemonių kūrimą ir panaudojimą politiniame gyvenime. Pradedama suprasti, kad politinė komunikacija tampa svarbiausia priemone informuojant visuomenę, todėl nuolatos ieškoma naujų būdų, kaip „palenkti“ ją į savo pusę, formuoti jos nuomonę ir užtikrinti teigiamą grįžtamąjį ryšį savo atžvilgiu.

Todėl palaiapsniui Lietuvoje susiformavo samprata, kad informacija – tai viešosios politikos proceso fundamentalus elementas, kadangi be jos neįmanoma pasiekti visuomenės (S. Herbst 1998), kurios vaidmuo itin svarbus, formuojant nacionalinius ir tarptautinius politikos tikslus, priimant ir įgyvendinant sprendimus, vertinant politikos sėkmes ir nesėkmes. Galiausiai, informacija tampa svarbi ir pačiame politinio gyvenimo lygmenyje, kur padeda formuoti politinį elgesį ir pasirinkimą, kur kokiais momentais paremti ar ne atskirus politinius lyderius, partijas ir jų politinius žingsnius. Šiandien, norint geriau suvokti politinę komunikaciją reiktų nepamiršti ir ją tiesiogiai įtakojančių intensyvaus naujų technologijų vystymosi, kurie informaciją sugeba perduoti daug sparčiau ir panaudojant įvairesnius komunikacinius kanalus. Tradicinės erdvės ir laiko dimensijos, įtakojančios politiką ir demokratinius procesus, kūrusios barjerus aktyviai dalyvauti politikoje, besivystant informacinėms technologijoms tuos barjerus ženkliai sumažino. Pastarosios ne tik sumažino fizinę distanciją, o centro ir periferijos konfliktas, aptartas prie politinės komunikacijos modeliavimo dalies, praranda savo reikšmę ir fizinė distancija tampa minimali geografijos, ekonomikos, politikos ir kultūros požiūriais. Dalyvauti politikoje (bent jau politinėse diskusijose) tampa praktiškai įmanoma būnant bet kur (dalyvaujant interneto forumuose, rašant el.laiškus ir t.t.).

Galime teigti, kad politinės komunikacijos kaitą Lietuvoje nulėmė du veiksniai:

- politinės bendruomenės vietinis išsiplėtimas;
- informacinių technologijų vystymasis ir kaita.

Palyginus 1992 metų duomenis (Baltijos tyrimai, Lietuvos gyventojų nuostatos ir vertybės 1998), kur 50 proc. žmonių daugiausiai politinio pobūdžio informacijos gavo iš televizijos (1 lentelė), o tuo tarpu kitose Europos valstybėse šis procentas buvo ženkliai didesnis - Didžiojoje Britanijoje, kur 63 proc., Vokietijoje – 66 proc, galima sakyti, kad sudarytos galimybės ir domėtis buvo menkos, tačiau atsižvelgus į 1996 (54 proc.) ir 1997 (56 proc.) metų palyginamuosius tyrimus galime matyti, kad žmonių procentas, gaunančių informaciją ir besidominčių politinėmis realijomis nuolat augo, o televizija savo ruožtu buvo populiariausias šaltinis.

Iš kurio informacijos šaltinio Jūs gaunate daugiausiai informacijos apie įvykius Lietuvoje?

	Vyrai			Moterys			Visi		
	1992	1996	1997	1992	1996	1997	1992	1996	1997
Iš TV	50	53	54	50	54	57	50	54	56
Iš radijo	17	20	20	15	23	22	16	22	21
Iš spaudos	25	19	19	25	16	13	25	18	16
Iš draugų, pažįstamų	4	5	4	7	5	5	6	5	4
Nežino	4	2	3	3	1	3	3	1	3

1 lentelė. Populiariausių informacijos šaltinių Lietuvoje palyginimas.

Vėliau šis informacijos šaltinių sąrašas pasipildė tokiu svarbiu ir itin populiariu šaltiniu kaip internetas, kuris suteikė dar daugiau galimybių ne tik sekti, bet ir reaguoti į politinio pobūdžio informaciją ne tik Lietuvoje, bet ir užsienyje (rašant komentarus, el.laiškus, dalyvaujant pokalbių kambariuose, internetinėse diskusijose, reiškiant savo nuomonę blog'uose ir pan.)

Jau 1996 metais Vyriausiajai rinkimų komisijai pirmąkart pristačius Seimo rinkimų informacinę interneto svetainę, kur palyginus per trumpą kelių mėnesių laikotarpį apsilankė kelios dešimtys tūkstančių žmonių (turint omenyje tuometinį bendrą Lietuvos kompiuterizacijos lygį) yra dar vienas ženklas, kad informacinės technologijos de facto atėjo į Lietuvos politikos sceną. Tuo tarpu Lietuvos konservatoriai (Tėvynės Sąjunga) tapo pirmąja Lietuvos politine partija, kuri parengė agitacinį savo tinklalapį, o jau 1997 metų pabaigoje beveik visi kandidatai į Lietuvos Respublikos Prezidentus turėjo savo interneto svetaines. Interneto naudojimas politinei informacijai skleisti tapo šiuolaikiškos besikeičiančios informacinės politinės bendruomenės plėtros požymiu. Naujos politinės komunikacijos tendencijos (politinių diskusijų klubai internete, elektroninės konferencijos, video konferencijos internetu, galimybė pasiekti el.paštu Seimo narį ar vyriausybės atstovą,

Europarlamentarą, pateikti paklausimą valdžios institucijoms ir pan.) dažnai vadinama naująja, elektronine (*angl. online*) demokratija (K.L. Hacker 1996). Naujųjų informacinių technologijų atėjimas į politikos areną istoriškai gali būti palygintas su televizijos atėjimu ir naudojimu prieš rinkimus ir pačiai politikai apskritai ir politinės informacijos požiūriu televizija tapo svarbiausiu jos komunikaciniu keliu.

Kita vertus, ypatingai svarbios sąmoningos politikos strategijos, kurios orientuotos ne tik į šalies vidų, bet taip ir išorę, yra priimtinos ne tik JAV (Jungtinės Amerikos valstijos), bet ir daugumoje Europos valstybių, tarptautinių institucijų, kaip Europos Sąjunga, NATO, Jungtinių Tautų organizacija ir t.t. Tai aktualu ir Lietuvai, norinčiai išlikti aktyvia tarptautinės politikos veikėja, formuojančia apie save teigiamą įvaizdį, skatinančia dėmesį ne tik jos ekonominėmis, politinėmis, socialinėmis realijomis ir tendencijomis, bet ir kultūra, menu, tradicijomis bei pasiekimais. Šiuolaikinė visuomenė, politika, tarptautinė terpė, įtakojama globalinių procesų, vertybių suartėjimu, kur dalyvavimo, laisvės, lygių galimybių klausimai tampa bendri bent pusei Žemės gyventojų, komunikacijos ir informacijos veiksniai tampa svarbiais atributais. Kitaip tariant, pati politika vis labiau suprantama kaip politinės komunikacijos raiška.

Taigi apibendrinant galima teigti, Lietuvoje daugiau nei per dešimtmetį pastebėtas ryškus politinės komunikacijos raidos šuolis ir išsivyravo supratimas apie politinę komunikaciją, kaip politinės valdžios įrankį, kuriuo politikai veikia visuomenę, formuoja nuomonę, telkia bendraminčius, realizuoja politinius sprendimus bei organizuoja ideologines struktūras, naudojant tradicines ir naujausias informavimo priemones ir taip pat kur pasitelkiama žiniasklaidos pagalba. Tačiau, nors viešai sutinkama politinės komunikacijos proceso plėtra suteikia politikai daugiau dinamikos nacionaliniu lygiu, reiktų nepamiršti ir tarptautinės erdvės, kur atsiskleidžia tarptautinė politinė komunikacija (kurios šaknys artimai susijusios su politine komunikacija ir jos įgyvendinimu valstybiniu lygiu, dėl to, kaip tik jai aptarti ir buvo skirta atskira dalis), kertanti valstybių sienas ir formuojanti tarptautinių subjektų nuomonę apie Lietuvą, jos kultūrą, tradicijas, taip pat politinį, ekonominį ir socialinį gyvenimą ir čia itin svarbios tampa informacinės technologijos ir galimybė sekti vykstančius procesus Lietuvoje per atstumą. Todėl sekančioje dalyje, kaip tik ir bus detalizuojama pagrindinė šio darbo dalis – tarptautinės politinės komunikacijos samprata bei įgyvendinimas Lietuvoje, pasitelkiant interneto erdvę ir vėliau tyrimo metu apžvelgiant Lietuvos ambasadų bei garbės konsulų interneto tinklalapius ir jų panaudojimą informavimui ir nuomonei apie Lietuvą formuoti.

3. TARPTAUTINĖ POLITINĖ KOMUNIKACIJA

Tarptautinė politinė komunikacija, skirtingai nei politinė komunikacija, kuri veikia nacionaliniu lygiu, ne tik keičia vyravusią kultūrų pusiausvyrą, bet ir „kerta“ valstybių sienas. Todėl reikia gerai suprasti, ko siekia šioje komunikacijoje dominuojantys veikėjai, kaip kiekvieną iš jų bei atskirą individą paveiks deklaruojami ir įgyvendinami komunikacijos politikoje principai: laisvo informacijos srauto ir pusiausvyros išsaugojimo, standartų būtinumo ir skirtingumų išsaugojimo. Reiktų akcentuoti, kad kaip ir politinė komunikacija nacionaliniu lygiu, taip ir pasauliniu mastu vykdoma tarptautinė politinė komunikacija gali būti keičiama ir veikiama įvairių interesų grupių. Pagrindiniai jos subjektai yra valstybės ir/arba jų grupės, todėl labai svarbu, kokių tikslų siekia, kokius interesus gina tų valstybių atstovai. Pasauliniu mastu negalima pamiršti, kad komunikacijos rinkoje šiuo metu dominuoja JAV. Tai iš anksto sukuria nelygios konkurencijos sąlygas, ypač šalims, kurių ekonominis ir komunikacijos potencialas yra mažesnis.

Garsus mokslininkas A. Hachten (1996) tarptautinės politinės komunikacijos terminą apibrėžia kaip naudingą ir neutralų, kuris savyje talpina viešąją diplomatiją, užsienio informacines programas, kultūrinius mainus ir net propagandinius veiksmus ir politines kovas. Kitaip tariant, tarptautinė politinė komunikacija – tai politinis efektas, kurį laikraščiai, televizijos transliacijos, asmenų mainai, kultūriniai mainai ir kitos tarptautinės komunikacijos priemonės tik gali pasiekti.

Kita vertus galima teigti, kad tarptautinė politinė komunikacija – tai komunikacija tarp valstybių, sudedamoji tarptautinių santykių dalis, ši komunikacija įgyvendina valstybės užsienio politikos siekius. Tuo pačiu šiam komunikacijos būdui priskirtinas ir tarptautinių – tarpvalstybinių organizacijų komunikavimas, o vienas iš svarbiausių tarptautinės komunikacijos elementų yra viešoji diplomatija, kurios esmė – bandymas veikti kitų tautų nuostatas ir politiką per viešąją komunikaciją (F. Esser, B. Pfetsch 2004). Šių dienų tarptautinė politinė komunikacija vyksta tarpasmeniniais kanalais, kai žmonės keliauja, dalyvauja stažuotėse, dirba užsienio šalyse, vykdo diplomatines misijas, užmezga verslo kontaktus.

Taigi, nors pasaulyje ir egzistuoja daugybė įvairių kalbų, tačiau kiekvienas asmuo, pasitelkęs šiek tiek pastangų gali rasti jį dominančią informaciją televizijoje, radijuje ar internete, kurią ji ar jis supras. Niekur kitur tarptautinės komunikacijos prizmė nėra labiau akivaizdi. Oficialūs įvairių valstybių tarptautinės politinės komunikacijos veiksmai dažniausiai papildo įgyvendinamą diplomatiją – būdus, kuriais vyriausybės stengiasi praplėsti savo įtakos zonas užsienyje ir tuo pačiu įgyvendinti savo užsienio politikos tikslus ir uždavinius (R.G.Feltham 1997). Tarptautinėje politinėje

komunikacijoje dalyvauja daugybė valstybių, o taip pat ir įvairių institucijų, bei atskirų individų. Ši komunikacija apima įvairiausių pranešimų srautus. Šiuos valstybių sienas kertančius srautus galima suskirstyti taip:

1. Tarptautiniai naujienų srautai;
2. Kultūrinių mainų, stažuočių, užsienio informacinių programų srautai;
3. Pramoginės ir šviečiamosios medžiagos srautai, kurie apima muzikos įrašus, meninius filmus, vadovėlius, televizijos laidas ir kt.;
4. Duomenų srautai – tai elektroninių duomenų mainai, elektrinio pašto pranešimai, paieškos duomenų bazėse. Šie srautai keliauja kompiuterių tinklais, tokiais kaip internetas;
5. Reklaminių pranešimų srautai, kurį sudaro reklaminiai skelbimai tarptautiniuose laikraščiuose ir žurnaluose ir kt.;
6. Asmeniniai pranešimų srautai;
7. Oficialių pranešimų srautai.

Tačiau būtent čia reiktų akcentuoti, kad įvairiuose komunikacijos kanaluose, vieno žmogaus, valstybės ir pan. „tiesa“ ir naujienos yra kitam žmogui, valstybei „propoganda“³ ir atvirkščiai. Kaip ir vieno žmogaus muzika kitam tėra „triukšmas“. Daugybės žinučių srautas pastoviai atsirandantis Žemėje nėra vien tik neutrali ar neįdomi informacija, tačiau daugeliu atveju kaip tik tai sąmoninga komunikacija – žodžiai, garsai ir vaizdai nukreipti paveikti nusistatymus, supratimus ir nuomones.

Norint suvokti tarptautinės politinės komunikacijos svarbą ir prieš plačiau aptariant jos skirstymą į kategorijas ir jos bendruosius principus reiktų apžvelgti ją įtakančius faktorius.

3.1 Faktoriai, lemiantys tarptautinės politinės komunikacijos svarbą

Daugelis faktorių liudija apie vis didėjančią tarptautinės politinės komunikacijos svarbą (M. L.Salwen, B. Garrison, P. Driscoll 2005):

³ Tai sistemiškas žodžių ar simbolių panaudojimas paveikti kitų požiūrius ar elgesį.

- Padidėjusi tarpkultūrinė komunikacija. Augant gyventojų skaičiui, žmonės turi daug daugiau kontaktų su skirtingomis kultūromis nei kada nors anksčiau. Žmonės daugiau keliauja ir vis dažniau susiduria su skirtingomis kultūromis.
- Pasaulio demografinis sproginimas. Planetoje daugiau, negu kada anksčiau, yra palaikančius ryšius žmonių. Šis skaičius viršija 6 mlrd. Demografinio sproginimo apimtį padidina ir komunikacijos, bendravimas tarp žmonių ir skirtingų kultūrų.
- Besikeičiančios bendruomenės samprata. Šiandien mes visi esame tarptautinės komunikacijos nariai. Šiandieninės naujos technologijos skatina komunikaciją tokiose srityse, kaip žmogaus teisės, vartotojų apsauga, taika, lyčių lygybė, rasinis teisingumas ir pan.
- Technologiniai pokyčiai. Globalizuojant telekomunikacijų tinklus, nėra aiškaus atskyrimo tarp daugybės nacionalinių ir tarptautinių tinklų. Komunikacijos technologijos savo greičiu ir talpumu aplenkė pačius neįtikinamiausius lūkesčius ir prognozes.
- Didelė priklausomybė nuo tarptautinės komunikacijos. Kuo didesnis atstumas – fizinis ir kultūrinis – tuo labiau pasitikima kitais surenkant ir perduodant informaciją.

Iš esmės, galima daryti apibendrinimą, kad tarptautinė politinė komunikacija, įtakojantys faktoriai apima bet kokią informacijos, žinių, duomenų perdavimą į kitas valstybes, tiksliau sakant, pasikeitimą informacija. Tas pasikeitimas informacija vyksta ir tarp valstybių ir kitų šalių ir jos visuomenės, tarptautinių institucijų ir organizacijų, bei jis gali vykti ir tarp atskirų žmonių, gyvenančių skirtingose šalyse.

Dėl to toliau kalbant apie tarptautinę politinę komunikaciją yra aktualu aptarti pastarosios kategorijas bei bendruosius principus.

3.2 Tarptautinės politinės komunikacijos kategorijos ir bendrieji principai

Dabartinė tarptautinės politinės komunikacijos samprata apima plačią komunikacinę erdvę, tačiau visgi skirtumas tarp oficialios ir privačios komunikacijos ir tarp tarptautinės politinės komunikacijos, skirtos turėti politinį efektą ir neturinčios, turėtų būti padarytas. Žemiau išvardintos keturios plačios tarptautinės politinės komunikacijos kategorijos (A. Hachten 1996):

1. *Oficiali komunikacija, skirta paveikti užsienio auditorijas* – daugiausiai tarptautinės televizijos, radijo transliavimai ir tai daro kiekviena valstybė, turinti galimybių transliuoti į kitas šalis. Pavyzdžiui, Amerikos balsas (angl. Voice of America), Deutsche Welle, BBC's

World Service, CNN ir kt. Dabar šiai kategorijai priskiriamos ir interneto suteikiamos galimybės.

2. *Oficiali komunikacija, kurios tikslas nėra paveikti užsienio auditorijas* – tai išties maža kategorija. Vienas galimas buvęs itin geras pavyzdys – JAV karinių pajėgų radijo ir televizijos tinklas, vienu metu turėjęs apie 200 radijo ir 30 televizijos siųstuvų transliavusių karininkams, esantiems tolimose šalyse ir taip pasiekęs daug slapta besiklausančios auditorijos. Tokiu būdu daug žmonių klausydami šių laidų pažino amerikietišką muziką bei išmoko šiek tiek kalbėti angliškai (*angl. American English*).
3. *Privati komunikacija, skirta politiškai paveikti užsienio auditorijas*. Tai dar viena maža kategorija, kuriai priklauso įvairios organizacijos ir grupės, kurios siekia didinti tarptautinę nuomonę ir supratimą, pavyzdžiui, taikos grupė pasisakanti prieš branduolinio ginklo naudojimą, taip pat įvairūs privatūs fondai.
4. *Privati komunikacija, neturinti politinio tikslo*. Jai priklausytų įvairios užsienio naujienų spaudos agentūros, kuriami filmai, muzika, televizijos ir radijo programos, komunikacija per interneto priemones, visuomenės informavimo priemonių verslo įmonės – reklamos agentūros, kompaktinių plokštelių ir kt. platintojai. Bažnyčių veikla, kuri itin svarbi neturtingose šalyse, taip pat priklauso šiai kategorijai.

Iš tiesų labai sunku įvertinti, kokią įtaką iš tikrųjų daro privati komunikacija ir valstybės viešoji diplomatija (oficiali komunikacija), naudojant oficialius kanalus, organizacijas. Kartais nenumatyta veikla, naudojamos priemonės gali padaryti daug daugiau įtakos, nei numatyti, suplanuoti, kurie tikrai turėtų užtikrinti pokyčius. Visgi, šiandieninės visuomenės ribos tarp keturių aukščiau išvardintų kategorijų dažnai tampa miglotomis. Todėl šioje situacijoje svarbu suvokti pagrindinius, tam tikrus bendrus atskirų valstybių tarptautinės politinės komunikacijos įgyvendinamų tikslų pasaulio lygmeniu principus (D. Perloff 1998):

1. Išlaikyti komunikacijos infrastruktūros nepriklausomumą ir lankstumą;
2. Užtikrinti politinės komunikacijos daugiaaspektiškumą ir atsižvelgti ne tik į rinkos ir technologijos, bet ir kultūros, socialinius bei kitus veiksnius;
3. Garantuoti laisvą ir nevaržomą informacijos ir komunikacijos resursų panaudojimą. Kiekvienas pilietis privalo turėti galimybę naudotis jam reikalinga informacija, turėti prieigą prie komunikacijos priemonių, kad galėtų išreikšti savo nuomonę ir kt.

4. Sudaryti galimybes ir skatinti komunikacijos infrastruktūroje lygiateisišką įvairių jos dalyvių dalyvavimą;
5. Standartizuoti techninius, technologinius, teisinius ir organizacinius sprendimus valstybių lygmenyje ir suderinti pasauliniu mastu.

Apibendrinant galima daryti prielaidą, jog egzistuojančių kategorijų ribų persipinimas, skatinantis valstybes vadovautis bendrais principais pasauliniu mastu tarptautinėje politinėje komunikacijoje bei antroje XX amžiaus pusėje ženklūs komunikacijos pokyčiai įtakoję viešosios diplomatijos informacijos gavėjus – svečios šalies plačiosios visuomenės sluoksnius, ypač siejama su žiniasklaidos įtakos augimu.

3.3 Žiniasklaidos vaidmuo

Tarptautinė visų valstybių žiniasklaida yra itin svarbi tarptautinei politinei komunikacijai. Privačios žiniasklaidos tikslas visų pirma užsitikrinti reklamą platinant ir parduodant žinias ir pramogines laidas visam pasauliui neturint politinių tikslų. Tačiau, tuo pačiu metu, naujienų agentūros perduoda nemažai ir tikslinės oficialios informacijos, pvz. propogandos, kadangi visos vyriausybės sunkiai dirba, siekdamos, kad jų naujienų versijos ir įvykiai patektų į pasaulio žiniasklaidos agentūras. Dauguma oficialių šaltinių naujienų siekia įgyvendinti užsienio politikos tikslus (B.Hachten 1996). Naujienos ir propoganda nėra išskirtinės kategorijos. Žiniasklaida įgyvendina viešosios diplomatijos tikslus ir transliuodamos įvairias užsienio istorijas. Tačiau toli gražu ne visur tai pagrįsta skaidrumo ir demokratijos principais, nes, pavyzdžiui, autoritarinėse valstybėse naujienų agentūros dažniausiai nėra nepriklausomos ir tarnauja įgyvendinant politinę komunikaciją transliuojant viską, ką liepia vyriausybė.

Galima tik numanyti, kokią didžiulę iš tiesų įtaką, pasinaudojant ženkliai patobulėjusiais komunikacijos technologiniais pokyčiais, daro žiniasklaida, tačiau norint įtakoti jos naujienų srautus ir turinį, kiekvienai valstybei svarbu turėti savo viziją, misiją ir norimą suformuoti įvaizdį, visuomenės nuomonę kitose šalyse, todėl tokie procesai ir laukiami rezultatai pareikalavo nuoseklios ir vientisos tarptautinės (taip pat ir nacionalinės visų pirma) politikos strategijos formulavimo.

3.4 Valstybių informacinė kompetencija ir jų tarptautinės politikos strategijos

Valstybės informacinė kompetencija vis labiau lemia šalies pozicijas pasaulinėje ekonomikos ir politinėje struktūroje. Yra būtina valstybės strategija pasaulio informacijos visuomenėje, būtinas valstybės, kaip visumos įvertinimas, pergrupavimas, aiškios šalies vizijos ir misijos pasauliniame kontekste suformulavimas. Reikia panaudoti pozityvias informacijos ir komunikacijos technologijų teikiamas galimybes su perspektyviais valstybės valdymo sprendimais. (WIT FORUM 2003)

Besiplečiant komunikacijos priemonėms atsirado didesnis poreikis sureguliuoti tarptautines (taip pat ir nacionalines) politinės komunikacijos nuostatas.

Todėl kiekvienai valstybei reikalinga tam tikra informacijos politika (formuojanti politinę komunikaciją nacionaliniu lygiu ir tarptautinę politinę komunikaciją tarptautiniu lygiu, kadangi tai yra neatskiriami valstybės elementai), kad atsakytų į keturis pagrindinius iššūkius (I. Rowlands 1996):

- išorinis spaudimas, dalyvavimas tarptautinės bendruomenės veikloje;
- vidinis spaudimas, atsakymas į piliečių poreikį aktyviau dalyvauti valstybės valdyme;
- naujų informacinių ir komunikacijos technologijų plėtra, reikalauja valstybės atsako;
- atvira globali ekonomika verčia reaguoti į padėtį pasaulinėje rinkoje.

Tiek nacionalinė, tiek ir tarptautinė informacinė struktūra apima daugybę komponentų:

- valstybiniai, tarptautinių organizacijų ir privatūs interaktyvūs tinklai;
- informacijos perdavimo galutiniam vartotojui – palydovinių ir kt. priemonių pagalba;
- pati informacija (kuri dažniausiai būna duomenų bazės pavidalu);
- kompiuteriai, televizoriai, telefonai, radijo imtuvai ir kt. informacijos priėmimo įrenginiai;
- žmonės, kuriantys informaciją ir užtikrinantys prieigą prie jos;
- informacijos vartotojai;
- ir t.t.

Didžiosios Vakarų valstybės – Didžioji Britanija, Prancūzija, Vokietija, taip pat JAV (K.Puleikytė 2006) – pakankamai anksti suprato informacinės kompetencijos svarbą ir pradėjo kurti ir įgyvendinti savo tarptautinės politikos komunikacijos strategijas, kurios, kaip buvo pastebėta turi daug bendrų viešosios diplomatinės komunikacijos įgyvendinimo veiksnių: panašios transliavimo laidos, pabrėžiančios tam tikras žinias, kultūriniai mainai, taip pat užsienio šalių sostinėse steigiami informaciniai/kultūriniai centrai (dažnai turintys ir bibliotekas), kaip diplomatinės misijos dalys. Iki tol daugiau nei keturiasdešimt metų viešoji diplomatinė komunikacija (vyriausybės atviros pastangos paveikti kitas vyriausybes) dominavo Vakarų – Rytų kovoje, vadinamoje Šaltuoju karu. Mažiau išsivysčiusiose šalyse daugiau įgyvendinama kitų šalių viešoji diplomatinė komunikacija, kadangi jos per silpnos ir neturi sugebėjimų konkuruoti komunikacinėmis priemonėmis efektyviai pasauliniu mastu. Kita vertus dauguma neturtingų valstybių ir jų elitai gavo daug naudos iš pagalbos plėtrai, kultūrinių mainų ir paramos švietimo sistemai, kurias gavo iš išsivysčiusių šalių, ir tai yra viešosios diplomatinės komunikacijos aspektai. Šiai kategorijai buvo iš dalies priskiriama ir Lietuva, tačiau šiek tiek plačiau apie viešosios diplomatinės komunikacijos strategijas ir pokyčius jose bus aptariama atskirame šio darbo skyriuje.

Apibendrinant, informacinės ir komunikacinės struktūros plėtojimui bei strategijų kūrimui tampa vis svarbesne, prioritetine išsivysčiusių valstybių ekonominės ir socialinės politikos kryptimi, reiktų pabrėžti, kad joms didžiausią įtaką ir postūmį turėjo komunikacinių technologijų spartus vystymasis, ko pasekoje, ne tik valstybės, bet ir visuomenės turi adaptuotis prie naujų technologijų ir išmoti aktyviai jas panaudoti tarptautinėje arenoje.

4. ŠIUOLAIKINIŲ KOMUNIKACINIŲ PRIEMONIŲ PLĖTRA IR JŲ VALDYMAS XXI AMŽIUIJE

Šiandieninis komunikacijos technologijų pasaulis yra nepaprastai įvairus ir sudėtingas. Dabartinė tarptautinė politinės komunikacijos visuma susiklostė per antrąją dvidešimto amžiaus pusę (nuo II-ojo Pasaulinio karo pabaigos), tačiau ji panaudojo visus ankstesnius pasiekimus ir papildė juos naujomis galimybėmis (telefonas, kino filmai, spauda ir kt.). Kadangi giliai ir nuosekliai apžvelgti visą komunikacijos ir technologijos įvairovę šiuolaikiniame pasaulyje čia neįmanoma, o ir nėra būtino reikalo, todėl apsiribosiu tik esminiais elementais.

Analizuojant tarptautinės politinės komunikacijos įgyvendinimą ypatingai svarbu akcentuoti technologinių komunikacijos kanalų bei priemonių svarbą. Įvairios komunikacijos priemonės neišstūmė viena kitos, o kaip tik susiliejo naujai kokybei, ko pasekoje komunikacija tampa sudėtingu reiškiniu duodančiu efektą. Išryškėja tokie komunikaciniai kanalai:

- žiniasklaida ir naujienų agentūros,
- palydovinė TV,
- Internetas,
- visuomenės nuomonė,
- telefonas,
- turizmas,
- migracija,
- diplomatiniai ir politiniai kanalai,
- kultūriniai mainai,
- palydoviniai ir kompiuteriniai tinklai.

Negalima teigti, kad technologiniai veiksniai lemia tarptautinės politinės komunikacijos procesus, tačiau norint suprasti šiuolaikinę tarptautinę politinę komunikaciją būtina šiek tiek nutuokti ir apie kai kuriuos technologinius dalykus. Pastarieji labai pakeitė valstybių ir tautų bendravimą, padėjo pašalinti daugelį kliūčių, tačiau iškėlė ir naujų problemų, taip pat sukūrė naujas tarptautinio bendradarbiavimo sritis ir formas, privertė pasaulio mastu spręsti pačias kitokio pobūdžio problemas

ir technologijų reguliavimo klausimus. Ypatingai naujosios telekomunikacijos galimybės turėjo būti reguliuojamos tarptautiniu mastu. Šiuo metu tarptautiniame komunikacijos politikos lygmenyje veikia įvairios tarptautinės organizacijos, kurių tikslas reguliuoti komunikacijos ekonomikos, teisės, turinio ir technologijos aspektus.

Prie netechnologinių klausimus reguliuojančių institucijų galima skirti Europos Komisiją, Jungtinių Tautų organizaciją ir ypač UNESCO, taip pat Pasaulinę intelektualiosios nuosavybės organizaciją, Europos transliuotojų tarybą. Technologinius aspektus reguliuoja Tarptautinė telekomunikacijos sąjunga ir jos padaliniai, INTELSAT⁴ ir EUTELSAT⁵ bei kitos.

Šiandien informacinių-komunikacinių technologijų vystymas remiasi visiškai nauju principu – anksčiau sukurtų, savarankiškai egzistuojančių vienetų apjungimas į vieningą informacinę infrastruktūrą, pagrįstą skaitmeninių signalų apdorojimu. Tai suteikia galimybę abonentui pateikti įvairiausią informaciją (internetas, televizija, telefonas ir kt.) vienu kanalu. Naujų technologijų diegimas leido atsirasti naujoms informacinėms tarnyboms, žiniasklaidos priemonėms (W. Neuman 1998). Dėl to informacinės-komunikacinės technologijos tampa svarbiu ekonominio vystymosi svertu. Jos tampa ir politinės įtakos regione ir pasaulyje instrumentu.

Šiandien skaitmeninės technologijos ištrina sienas. On-line nuo kitų elektroninių masinės komunikacijos priemonių – televizijos ir radijo – skiriasi tuo, kad tradicinė struktūra „siuntėjas – žiūrovas (klausojas)“ kompiuteriniuose tinkluose praranda prasmę. Šiuo atveju bet kuris subjektas – vyriausybė, organizacija ar asmuo – gali būti informacijos vartotoju ir informacijos šaltiniu. Tuo pačiu nyksta ir geografinio transliavimo centro sąvoka.

Atsiradusio ir plačiai paplitusio interneto erdvės struktūra – atvira, visuotinai prieinama informacinė sistema. Bet valstybės šiuolaikiniame pasaulyje yra tokia pat realybė kaip ir kompiuteriniai tinklai. Nacionalinių sienų „peršviečiamumas“ neišvengiamai kelia keitimosi informacija reguliavimo klausimą.

Susiklosčiusių sociokultūrinių ir politinių formų užpildymas nauja substancija, informaciniais ir komunikaciniais tinklais sukelia nenumatytų instrumentų konfliktų ir krizių sprendimui sukūrimo pavojų (Blumler; Gurevitch 1995). Rimtas pasekmes gali turėti nesankcionuotas įsikišimas į valstybės slaptus informacinius resursus arba manipuliacija informacija siekiant atskiros grupės (valstybės, valstybių grupės) interesų. Tokioje situacijoje išsivysčiusios šalys priverstos daryti didžiules išlaidas elektroninių resursų apsaugai.

⁴ Tarptautinis ryšių palydovų koncorciumas.

⁵ Reguluoja palydovines paslaugas Europoje, kaip regioninė organizacija.

Visgi, informacinių-komunikacinių technologijų vystymas traktuojamas kaip vaidinantis svarbų vaidmenį plėtojant demokratiją ir kuriant naują, atvirą ir besivystančią globalią visuomenę, jei kiekvienas pilietis gali:

- naudotis esamomis ir naujomis informacinėmis technologijomis;
- gauti reikalingą informaciją įvairiems tikslams (mokymui, studijoms);
- dalyvauti įvairių problemų sprendime;
- susipažinti su informacinėse sistemose laikoma informacija apie jį ir, prireikus ją papildyti ar pataisyti;
- ir kt.

Apibendrinant galima teigti, kad vyrauja įvairios tarptautinės politinės komunikacijos formos, be abejo įtakojamos komunikacinių technologijų plėtros, ir jas naudoja iki tam tikro lygio kiekviena valstybė, kuri tik sugeba išlaikyti diplomatinį atstovavimą užsienio šalyse. Visos vyriausybės – didelės ir mažos – daro viską, ką gali, kad tik paveiktų pasaulinių naujienų srautus, tiesiogiai liečiančius jų įgyvendinamas politikas bei jų šalies įvaizdį. Tarptautinis įtikinėjimas ir viešoji diplomatija tęsis nuolatos tik galbūt keičiantis ir modifikuojant savo formas, atėjus krizėms ir pergyvenus jas, santykiai tarp valstybių vystysis ir toliau arba bus užmezgami iš naujo. Svarbu pabrėžti, kad taip pat ir čia itin svarbia priemone laikomas internetas, esantis esminiu žinių šaltiniu daugeliui milijonų žmonių, pateikiantis naujienų ir požiūrių įvairovę ir tampantis vienu iš pagrindiniu tarptautinės komunikacijos elementu.

5. INTERNETAS, KAIP VIENAS SVARBIAUSIŲ TARPTAUTINĖS POLITINĖS KOMUNIKACIJOS ELEMENTŲ

Šiame skyriuje mėginama aptarti ir įvertinti, kokią įtaką tarptautinei politinei komunikacijai daro itin sparčiai besivystančios modernios komunikacijos, ypač *internetas*.

Internetas – pasaulinis kompiuterių tinklas. Atskiri, iki kelių kilometrų nutolę, kompiuteriai yra jungiami į vietinius tinklus, vietiniai tinklai įvairiomis ryšio priemonėmis jungiami tarpusavyje. Taip kuriamas tarptautinis kompiuterių tinklas – internetas (Informacinės visuomenės plėtros komitetas 2003).

Pasaulinio interneto tinklo pirmosios užuomazgos atsirado prieš keturis dešimtmečius, o jo spartusis vystymosi periodas prasidėjo paskutiniame XX a. dešimtmetyje, sukūrus WWW⁶. Karinių struktūrų ir mokslo institucijų sumanymas kaip pakankamai siaurios paskirties ir ribotų galimybių informacijos apsikeitimo ir bendravimo priemonė, pavadinta ARPANET, šiuo metu internetas virto globalia verslo, informacijos ir komunikacijos erdve, svarbia pasaulio dalimi, suartinanti tolimiausius pasaulio kampelius. Remiantis atliktais tyrimais interneto ryšio plitimas sparčiai augo, jei palyginus kelis laikotarpius, tai pastebėsime, jog 1990 metais prisijungę buvo apie 100 000 vartotojų, jau 1996 metais interneto ryšiu naudojosi apie 12,8 milijonų vartotojų, o tuo tarpu 2000 metais prisijungusių skaičius viršijo 100 milijonų, galima tik įsivaizduoti, kad tas skaičius iki šių dienų dar tendencingai didėja. Vertinant interneto varotojų skaičių reikia pabrėžti ir šios komunikacijos priemonių vystymosi pasekmes:

- didėja perduodamų duomenų kiekis ir greitis;
- didėja pasiekiamą auditorija (info skleidėjo pozicijos);
- didėja individualios prieigos galimybės (info gavėjo pozicijos).

Internetas šiuolaikinėje visuomenėje laikomas viena sparčiausiai plintančių ir ypač veiksmingų ryšio ir bendravimo priemonių. Daugeliui žmonių internetas jau tapo kasdien ir nepakeičiama priemone ir namuose, ir darbe bendrauti, nepaisant laiko, politinės, socialinės, ekonomikos padėties skirtingose šalyse, atstumo tarp valstybių. Gyvenimas elektroninėje erdvėje intensyvėja vos ne kasdien (V.B.Abraitis, A.Otas 2002). Tai matydamos valstybės stengiasi kurti ir orientuoti savo tarptautinės politikos komunikacijos strategijas, kad galėtų pasiekti, kaip galima

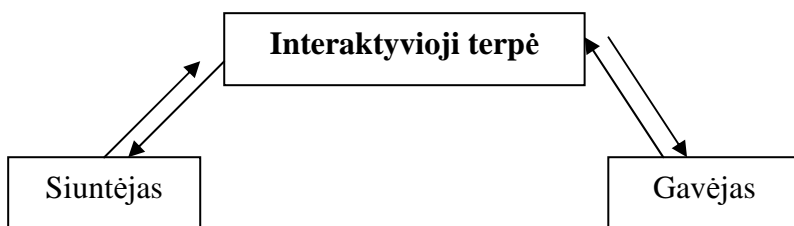
⁶ World Wide Web.

platesnį tarptautinės visuomenės ratą kaip galima greitesniais būdais, perteikiant ir pabrėžiant savo naujienas, formuojant nuomonę apie šalį ir pan.

Internetas dėl savųjų interaktyvumo savybių, sąlyginai tiesioginio bendravimo ir informacijos įvairiapusiškumo (tekstas, grafika, animacija, garsas), navigacijos galimybių lenkia kitas informavimo priemones (televizija, laikraščiai, radijas, žurnalai ir kt.) artimesnio ir tiesioginio bendravimo su individu atžvilgiu. Dar viena patraukli interneto savybė yra jo „aktyvus anonimiškumas“, kuris daugeliui vartotojų labai svarbus ir skatinantis jų aktyvumą (R. Davis 1999). Tai irgi aktualu valstybėms, nes internetas tampa ta pagrindine erdve, kur jie gali sulaukti grįžtamojo ryšio – atsakymų, nuomonių iš individų, bendruomenių ir atsižvelgiant į tai gali koreguoti, papildyti ar iš naujo orientuoti savo tarptautinės politinės komunikacijos strategijas.

5.1 Interneto komunikacijos modeliai

Internete komunikacijos procesai vyksta ne taip, kaip tradiciniuose masinės informacijos priemonėse, kur informacija dažniausiai eina tik viena kryptimi: iš informacijos šaltinio per tarpininką – gavėjui (Severin, J. Werner, Tankard, W. James, JR. 2001). Komunikacijos procesui, vykstant per internetą, siuntėjo ir gavėjo sąveika vyksta per interaktyviąją terpę, kurioje abu proceso dalyviai turi vienodas sąlygas modifikuoti informaciją, yra tiek informacijos siuntėjai, tiek jos gavėjai (9 schema).



9 schema. Interneto komunikacijos procesas.

Taigi, komunikacija vyksta tokiais modeliais: vienas – daugeliui (*angl. one-to-many*) ir kaip aukščiau buvo minėta daugelis – daugeliui (*angl. many-to-many*). Taip internetas teikia daugiakryptės komunikacijos galimybes – bet kuris vartotojas ar vartotojų grupė bet kada gali kreiptis į kitą vartotoją ar jų grupę savo arba savo atstovaujamos organizacijos vardu. Toks bendravimo

demokratiškumas teikia daug naujų galimybių, leidžia išvengti bet kokios kontrolės bei cenzūros. Šiame modelyje komunikacijos priemonė yra kompiuterių tinklas, galima tiek tarpasmeninio pobūdžio sąveika tarp skirtingų vartotojų, tiek ir sąveika su pačia terpe. Internetas tampa rimta tradicinių informacijos perdavimo priemonių ir apskritai visuomeninių procesų alternatyva – naujaja virtualia erdve.

Tokios daugialypės terpės atsiradimas leido apjungti statinę (tekstą, grafikus) informaciją ir dinaminę (vaizdą, garsą) informaciją. To dėka atsirado terpė, kurioje galima informaciją pateikti įvairiausiais aspektais ir siekiant įvairių taip pat politinių tikslų. Tai tiesiogiai tampa patogiu įrankiu valstybėms, taip pat įvairioms institucijoms ir organizacijoms bei individams dalyvauti, keisti ir formuoti nuomones ir nusistatymus tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu lygiu. Toliau aptarsiu pagrindines interneto svetainių priemones, kurių gali būti įvairiai naudojamos siekiant įgyvendinti tarptautinę politinę komunikaciją.

5.2 Interneto svetainių interaktyvumas ir jo priemonės

Interneto interaktyvumas apibrėžiamas pagal komunikacinių pranešimų apsikeitimo galimybes ir santykį tarp informacijos vartotojo ir informacijos teikėjo, būtent čia svarbų vaidmenį atlieka tarptautinės politinės komunikacijos taikomos priemonės. Interaktyvumas yra labai svarbi interneto funkcija, leidžianti užmegzti tiesioginį grįžtamąjį ryšį. Interaktyvumas gali būti pasyvus vartotojo atžvilgiu – sistema pati stebi ir registruoja vartotojo veiksmus bei teikia atitinkamus pranešimus, vartotojui tiesiogiai to nereikalaujant ir aktyvus – vartotojas įvairiomis priemonėmis pats ieško ryšio su informacijos tiekėju.

Svarbiausios ir dažniausiai naudojamos Interneto svetainės interaktyvumo priemonės:

1. elektroninis paštas, konferencijos (angl. usenet);
2. svečių knyga, įvairūs atsiliepimai;
3. diskusijų grupės;
4. žaidimai, loterijos;
5. formų pildymas:
 - anketos;
 - registracijos;
 - įvairūs testai;

- užsakymai;
 - interaktyvios istorijos.
6. žinučių siuntimas;
 7. pasveikinimų siuntimas;
 8. mokėjimai;
 9. paieška:
 - vietinė;
 - išorinė;
 - mišri.
 10. skelbimų lentos;
 11. interaktyvus asortimentas;
 12. videokonferencijos internetu;
 13. rinkmenų siuntimas (FTP);
 14. pokalbių kambariai (ang. Chatroom, IRC, ICQ, Netmeeting ir kt.);
 15. Blog'ai.
 16. ir kt.

Galiausiai apibendrinant šią dalį galime teigti, kad iš tiesų internetas tapo vienu iš svarbiausių tarptautinės komunikacijos elementu, turinčiu įvairių priemonių, kuriomis bet kuri valstybė, įgyvendindama tarptautinės politinės komunikacijos tikslus gali pasiekti savo tikslinę auditoriją, kas tai bebūtų ar kitos valstybės politinio valdymo organai, tarptautinės organizacijos, bendruomenės ar net atskiras individas. Taip pat svarbu akcentuoti, kad daugumą šių priemonių galima naudoti pasitelkiant oficialius ir neoficialius kanalus, nes kartais būtent neoficialūs kanalai, asmeniai elektroniniai laišškai, sveikinimai, dalyvavimas pokalbių kambariuose ar informacijos pasidalinimas gali duoti daug didesnių rezultatų. Tačiau šiuolaikinis žmogus tampa vis labiau ir labiau priklausomas nuo informacijos ir dažnai keliaudami per informacijos amžių tarsi įkliūna į savo pačių spąstus – gausybėje informacijos srautų ieškome ir dažnai gauname ne tai, ko mums reikia, o tai kas geriau šviesiau ir įdomiau pateikta. Todėl reikalinga aiški ir nukreipianti informacija. Taip formuojasi požiūriai, vertinimai, pozicijos ir vertybių sistema šiame procese atsiranda ir tarptautinė politinė komunikacija. Kadangi kiekviena šalis suinteresuota, kad apie ją būtų formuojamas teisingas įvaizdis, pasakojamos legendos apipintos ne visiems permatoma skraiste jos privalo naudoti ir oficialius interneto komunikacinius kanalus – ambasadų interneto svetaines, oficialius elektroninius laiškus, dalyvavimas pokalbių diskusijoje internete ir elektroninio pašto konferencijose ir pan. kurie labai skirtingi dėl kultūrinių skirtumų, valstybių prioritetinių sričių, galiausiai dėl

finansinių išteklių. Todėl toliau darbe ir bus praktiškai analizuojamas Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos samprata, bei kismas iki XXI amžiaus ir po XXI amžiaus bei įgyvendinimas taikant interneto erdves (tiriant Lietuvos ambasadų bei konsulinių skyrių interneto tinklalapius užsienio šalyse).

6. TARPTAUTINĖS POLITINĖS KOMUNIKACIJOS SAMPRATA IR TRANSFORMACIJA: LIETUVOS ATVEJO ANALIZĖ

Dabartinės tarptautinės politinės komunikacijos įgyvendinama veikla ir svarba tiesiogiai susijusi su Lietuvos interesais, strateginiais tikslais ir tarptautinės politikos prioritetais viename ar kitame regione. Svarbiausias vaidmuo šioje erdvėje tenka Užsienio reikalų ministerijai jos darbuotojams ir diplomatams. Šios ministerijos misija - dalyvauti formuojant valstybės užsienio politiką, atstovauti Lietuvos Respublikos ir jos piliečių teisėtiems interesams ir juos ginti tarptautinėse organizacijose ir užsienio valstybėse. Taigi ir tuo pačiu formuoti teigiamą šalies įvaizdį. Svarbiausieji Lietuvos užsienio politikos tikslai 2007-2009 metais, remiantis Užsienio reikalų ministerijos 2007-2009 metų strateginiu veiklos planu (Užsienio reikalų ministerija 2007) yra:

1. Aktyviai veikti Europos Sąjungoje ir NATO, panaudojant narystę šiose organizacijose Lietuvos ir tarptautinės bendrijos labui.
2. Įtvirtinti Lietuvą kaip regioninio bendradarbiavimo centrą, plėtojant geros kaimynystės ryšius, stiprinant strateginę partnerystę su Lenkijos Respublika, vystant bendradarbiavimą su Šiaurės Europos ir Baltijos šalimis, taip pat ES rytinėmis kaimyninėmis – Rusijos Federacija, Baltarusija, Ukraina, Moldova, Pietų Kaukazo valstybėmis.
3. Skatinti spartesnę Lietuvos ekonomikos integraciją į Europos ir pasaulio rinkas, stiprinti šalies ekonominį saugumą ir didinti Lietuvos ūkio konkurencingumą pasaulyje.
4. Remti tarptautinės bendruomenės pastangas užtikrinti demokratiją, žmogaus teises, taiką ir stabilumą per aktyvią veiklą tarptautinėse organizacijose bei vystomojo bendradarbiavimo politiką.

Siekis įgyvendinti šiuos tikslus ir užsitikrinti įtaką regione įgyvendinamas ne tik naudojant tradicines diplomatinės priemonės, bet ir viešosios diplomatijos priemonės, kuri yra tarptautinė politinės komunikacijos sudedamoji dalis. Todėl kalbant apie Lietuvos atvejį dažniai bus vartojamas terminas viešoji diplomatija, kaip tarptautinės politinės komunikacijos dalis/atitikmuo. Viešoji diplomatija pirmiausia apeliuoja į valstybės švelniosios įtakos (angl. softpower) galimybes, nes pirmiausia nukreipiama į užsienio šalių visuomenių nuostatas. Remiantis Lietuvos įvaizdžio strategijos formavimo projektu (2006) viešoji diplomatija apibrėžiama, kaip valstybės idealų ir interesų propagavimo būdas pristatant šalies vertybes, interesus nacionalinius tikslus bei politiką. Ji apima įvairias visuomenės gyvenimo sritis – geopolitiką, kultūrą, sportą, gamtosaugą, kitas

iniciatyvas. Tuo pačiu Lietuvos viešoji diplomatija apibūdinama, kaip bene vienintelė įvaizdžio formavimo sritis, turinti akivaizdžią patirtį valstybės įvaizdžio formavimo srityje bei aiškiai suformuluotą koncepciją (tarpreigioninio bendradarbiavimo centras), kuri yra pelniusi šalies ir užsienio visuomenių palankumą. Viešoji diplomatija greičiausiai duoda apčiuopiamų rezultatų, nes yra nukreipta į plačiąją visuomenę ir sudaro galimybes didinti šalies atpažįstamumą ir stiprinti žinomumą. Taigi egzistuoja du viešosios diplomatijos tikslai – suformuoti paramą savo užsienio politikai ir generuoti geresnį įvaizdžio formavimą. Lietuvoje, palyginus su kitomis Vakarų valstybėmis, samprata apie tarptautinę politinę komunikaciją, jos galimybes ir naudojamų priemonių įvairovę atsirado labai neseniai. Todėl kyla klausimas, į kurį pasistengsiu atsakyti, ar Lietuva efektyviai sugeba išnaudoti savo viešosios diplomatijos galimybes ir taiko tinkamas komunikacines priemones, kad kita užsienio vyriausybė ar valstybių grupės nukreiptų savo politiką palankia jai linkme ir/ar visuomenė imtų formuoti teigiamą įvaizdį, domėtusi pristatomais interesais ir politika, keistų nuostatus bei vertinimus, norėtų sužinoti daugiau apie Lietuvą. Tačiau norint atsakyti į šį klausimą reikia visų pirma aptarti, kaip tarptautinės politinės komunikacija vystėsi Lietuvoje ir kokias komunikacines priemones naudojo savo išsikeltiems tikslams įgyvendinti.

6.1 Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos kūrimo prielaidos ir įgyvendinimo priemonės

Teorinėje šio darbo dalyje tikslingai buvo aptariama politinė komunikacija ir tarptautinė politinė komunikacija, kad galėtumėm palyginti dominuojančias sampratas su Lietuvos realijomis ir suvokimu, kadangi tarptautinė politinė situacija yra neatsiejama nacionalinės politikos, kuri įgyvendina politinė komunikacija dalis. Lietuvoje vyrauja visuotinai priimtas supratimas, kad viešoji diplomatija, kaip tarptautinės politinės komunikacijos dalis, yra komunikacinis procesas, kuomet per tiesioginį bendravimą su kitų valstybių politiniais veikėjais ir piliečiais siekiama paveikti jų nuostatus, mąstymą ir pan.

Lietuvos tarptautinė politinė komunikacija atsirado palyginus neseniai tik XX amžiaus pačioje pabaigoje ir kaip buvo minėta anksčiau buvo ir yra dažniausiai glaudžiai siejama su Lietuvos įvaizdžio formavimu bei užsienio politikos tikslų įgyvendinimu. Todėl visų pirma jos įgyvendinimo priemonės buvo daugiausiai tradicinės – televizija, spauda, radijas. Iki pat XXI amžiaus pradžios šalies viešosios diplomatijos aktyvinimo srityje pažengta nedaug. Tačiau per palyginus trumpą laikotarpį Lietuva jau sugebėjo tapti aktyvia tarptautinės arenos dalyve, nors ir iki pat įstojimo į Europos Sąjungą tik 2004 metais buvo pirmą kartą sukurta Užsienio reikalų ministerijos trejų metų

veiklos strategija, kurioje buvo pradėta imtis sisteminių veiksmų ir priemonių Lietuvos viešajai diplomacijai įgyvendinti ir tuo pačiu įvaizdžiui formuoti, kuris siekiant ilgalaikės naudos turėjo būti įgyvendinama kaip sudėtinė įvaizdžio formavimo dalis. Lietuvos vyriausybė tik XXIa. realiai supratusi tarptautinės politinės komunikacijos svarbą ėmėsi finansuoti įvairias programas, ir pradėjo diegti įvairias naujas informacines komunikacines technologines priemones, siekdama įgyvendinti plataus masto viešosios diplomatijos strategiją, kuri pakeistų ar suformuotų Lietuvos įvaizdį užsienio šalyse. Tačiau prieš pereinant prie pokyčių ir naujienų Lietuvos tarptautinėje politinėje komunikacijoje įdomu aptarti, kaip Lietuvos įvaizdžio formavimas, nes tai buvo kone vienintelė iki XXI amžiaus esminė sąlyga dalyvauti tarptautinėje erdvėje, pasikliaujant daugiau nuojauta nei dalyko išmanymu, buvo matomas, reguliuojamas ir vystomas Lietuvoje.

6.2 Lietuvos tarptautinė politinė komunikacija iki XXI a.

Lietuvos tarptautinė politinė komunikacija beveik iki pat XXI amžiaus pradžios galima sakyti buvo minimali, kaip jau buvo minėta anksčiau, ir mokėsi žengti savo pirmuosius žingsnius tarptautinėje arenoje. Tačiau tik atgavusiai nepriklausomybę jaunai ir nedidelei valstybei ne tik reikėjo visų pirma suformuoti savo teigiamą nepriklausomos ir demokratiškos šalies įvaizdį, bet dar ir pasitelkti tam tikras komunikacines technologines priemones šio keliamo tikslo įgyvendinimui. Svarbu taip pat akcentuoti, kad Užsienio reikalų ministerijos, kaip vienos iš pagrindinės tarptautinės politikos formuotojos, kuri buvo nacionalinės politikos dalis, ir tuo pačiu su tuo tiesiogiai susijusios tarptautinės politinės komunikacijos įgyvendintojos, strateginės veiklos nebuvimas ne tik lėtino, bet ir apribojo ne tik platesnį matymą, bet ir galimų komunikacinių priemonių taikymą. Tuo metu buvo svarbiausia steigti diplomatinės atstovybes, bendradarbiauti su tarptautinėmis organizacijomis ir kurti teigiamą šalies įvaizdį. Visgi ilgą laiką, Lietuva buvo neišskiriam ir tapatinama su Baltijos šalimis, net prieš įstojant į Europos Sąjungą dauguma jos narių buvo supažindinamos su visomis trimis Baltijos šalimis kartu, kaip kandidatėmis; daugiausiai naudojant televizijos, radijo, spaudos priemones, kai tuo tarpu kitos šalys kandidatės turėjo atskirus savo šalies pristatymus. Tačiau čia ir buvo pagrindinė problema, nes nebuvo aiškios ilgalaikės tarptautinės veiklos strategijos, pagrįstos įgyvendinimo priemonėmis ir veiklomis, ką jau kalbėti apie informacinių komunikacinių technologijų ar ypač interneto plačių galimybių panaudojimą, kurios ne tik padėtų siekti platinti Lietuvos užsienio tikslus, bet ir padėtų formuoti teigiamą šalies įvaizdį. Visgi tam tikros tendencijos, susijusios su valstybės įvaizdžio formavimu ir su tuo susiję politiniai veiksmai vyko nuo 1996 metų, kai buvo

priimtas pirmasis valstybinio lygio sprendimas – Lietuvos Respublikos Prezidentas A. Brazauskas pasirašė dekretą dėl valstybės informacijos politikos tarybos sudarymo. Dekrete buvo kalbama apie objektyvaus Lietuvos įvaizdžio šalies viduje ir užsienyje kūrimo strategijas bei informacijos sklaidos koordinavimą. Šiuo dekretu buvo pradėti pirmieji kertiniai akmenys Lietuvos viešosios diplomatijos įsitvirtinimui, pradėtos naudoti įvairios komunikacinės priemonės. Žvelgiant vėliau, jau tik 1999 metais Lietuvos Respublikos Seime buvo svarstoma galimybė sukurti valstybės instituciją, kuriai būtų patikėta rūpintis valstybės įvaizdžio kūrimu ir palaikymu. Įvaizdžiu, kuris turi būti suprantamas kaip valstybės strateginių tikslų efektyvumo komponentas ir užsienio politikos tikslų skleidėjas tarp užsienio šalių vyriausybių, tarptautinių organizacijų, visuomenių bei atskirų individų. Iki pat XX amžiaus pabaigos, Lietuvai stengiantis tapti pilnateise ir savarankiška tarptautinės erdvės veikėja. Kai kurios Vakarų valstybės ir ypač Jungtinės Amerikos valstijos padėjo Lietuvai, apimdami įvairiausias komunikacinius pranešimus srautus ir priemones, tai davė daug naudos iš pagalbos plėtrai, kultūrinių mainų ir paramos švietimo sistemai ir kt. Visgi, Lietuvos viešosios diplomatijos didžiausias minusas buvo tame, kad tai buvo vienkryptė informacijos sklaida užsienio vyriausybėms, visuomenei, nesiekiant abipusio ryšio, dialogo bei supratimo.

Galiausiai apibendrinant Lietuvos viešosios diplomatijos, kaip tarptautinės politinės komunikacijos proceso dalies vystymąsi iki XXI amžiaus galima pasakyti, kad tai buvo pirmieji bandymai, kurie tik turėjo sustiprinti valstybę, išmokti naudotis kitų valstybių taikomomis viešosios diplomatijos priemonėmis bei palaipsniui pradėti jas diegti ir Lietuvoje. Taigi sekančioje dalyje bus aptariami tolimesni Lietuvos vyriausybės žingsniai formuojant įvaizdį užsienio šalyse taip pat naujai atsiradusios programos bei jų finansavimas.

6.3 Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos transformacija XXI a.

XXI amžiaus pradžia Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijoje buvo tarsi lūžio taškas, nes pradėtos iki tol kurti įvaizdžio formavimo strategijos, kaip vienos iš esminių užsienio politikos įgyvendinimo tikslų pasipildė naujomis taikomomis priemonėmis, taip pat programomis ir finansavimu. Ryškūs pokyčiai įvyko tarptautinės politinės komunikacijos finansuojamų programų srityje, taip pat įtraukiant nevyriausybinis veikėjus (nevyriausybines organizacijas, akademines institucijas ir kt.), kas anksčiau toli gražu nebuvo daroma, o taikomos pagrindinės priemonės taip pat ženkliai pakito. Dabar įtraukiama ir žiniasklaida, bet nebe kaip neigiama propoganda, o įvairaus pobūdžio kultūriniais, moksliniais mainams, įvairios medžiagos apie šalies kultūrinį, politinį, socialinį gyvenimą skleidimui.

Šiuos pokyčius lėmė ir kai kurie sėkmingi ir nelabai veiksmi nacionaliniu lygiu, kur 2001 metais trys Lietuvos Respublikos institucijos: Kultūros ministerija, Švietimo ir mokslo ministerija bei Užsienio reikalų ministerija įsteigė viešąją įstaigą „Lietuvos institutas“, kad propaguotų Lietuvos valstybę, jos visuomenę, kultūrą, meną, mokslą ir švietimą užsienio valstybėse, formuotų patrauklų Lietuvos įvaizdį. Taip pat vienas iš nesėkmingų, tačiau ambicingų tikslų - 2003 m. vasario mėn. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu įsteigta Informacijos apie valstybę koordinavimo komisija, tačiau šiuo metu ji veiklos nevykdo. O galiausiai 2006 metais buvo paskelbtas viešas konkursas ir sukurtas Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projektas, žinoma, taip pat daug kritikos susilaukęs, tačiau savyje talpinęs ne tik Lietuvos įvaizdžio analizę iki šių dienų, Lietuvos ir užsienio šalių visuomenės nuomones apie Lietuvą, bet ir pasiūlęs savo veiksmų ir priemonių planą, kaip galima būtų situaciją gerinti ir kokiomis priemonėmis.

Lietuva galima sakyti tapo nebe vien tik taip aktyviai priimančia kitų Vakarų šalių viešosios diplomatijos įgyvendinimo priemonės – kultūrinius mainus, edukacines programas, informacines programas, bet ir pati tapo jų taikytoja kitose, daugiausiai kaimyninėse šalyse, kurios buvo ir liks prioritetingomis bendradarbiavimo šalimis, kur Lietuva gali dalintis jau savo įgyta patirtimi ir siekti įsitvirtinti kaip regioninio bendradarbiavimo centras, plėtojant geros kaimynystės ryšius, stiprinant strateginę partnerystę su Lenkijos Respublika, vystant bendradarbiavimą su Šiaurės Europos ir Baltijos šalimis, taip pat ES rytinėmis kaimyninėmis – Rusijos Federacija, Baltarusija, Ukraina, Moldova, Pietų Kaukazo valstybėmis, kaip siekiama Užsienio reikalų ministerijos strateginės veiklos tiksluose.

Taigi, galima sakyti, kad per keliolika metų buvo sukurta funkcionuojanti valstybinė visuomenės informavimo infrastruktūra, kaip pagrindas, nors šalies įvaizdžio kūrimo ir aktyvinimo srityje pažengta palyginus nedaug. Nors aukščiausi valdžios institutai suvokė šalies vidaus ir išorės įvaizdžio kūrimo svarbą, daugelis susijusių dokumentų taip ir liko sumanymais popieriuje. Visgi, iki šiol padėtas pagrindas, atsiradęs platesnis požiūris, didesnis idėjų, taip pat informacinių ir komunikacinių priemonių, ypač interneto, pritaikymas leidžia daryti prielaidą, kad tai bus stabilūs žingsniai link pastovios, ilgalaikės ir inovatyviais būdais paremtos Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos įgyvendinimo ir tuo pačiu Lietuvos įvaizdžio gerėjimo ne tik kaimyninėse, bet ir kitose užsienio šalyse. Tačiau norint, kad toliau Lietuvos viešoji diplomatija būtų vystoma efektyviai reikia išsivardinti esmines šiuo metu egzistuojančias vidines ir išorines problemas, trukdančias pasiekti užsibrėžtų tikslų šioje srityje.

6.4 Pagrindinės problemos, trukdančios įgyvendinanti Lietuvos tarptautinę politinę komunikaciją

Šiuo metu didžiausia problema yra ne neigiamas Lietuvos įvaizdis užsienyje, o tiesiog jos nežinojimas, jos neatpažinimas. Pasitvirtino hipotezė, kad Lietuvos žinomumas Europoje yra gana mažas (apie 42% nežino apie Lietuvą). Įvairiose šalyse šis rodiklis labai svyruoja, pvz.: Lietuvos negalėjo įvertinti net 73% Italijos ir tik 12% Suomijos gyventojų; 14% Baltijos šalių, 19% kaimyninių šalių, 31% ES Šiaurės regiono šalių ir net 56% penkių didžiųjų ES šalių gyventojų (Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projektas 2006).

Taip pat viena iš problemų, kad šiuo metu Lietuvoje visos institucijos ir tuo pačiu Lietuvos ambasados turi norminiais aktais reglamentuojamas interneto svetaines ir nors jos didžiąja dalimi atitinka įstatymų reikalavimus bei yra parengti nacionaline ir dažniausiai anglų kalbomis tik maža dalis jų garantuoja interneto komunikacijos daugelis-daugeliui modelį, o labiau atspindi vienas-daugeliui, kur labai silpnas arba išvis nėra grįžtamojo ryšio galimybės.

Be to, pastebėta, kad vykdant komunikaciją užsienio šalyse skirtingų sričių atašė, Turizmo informavimo centrai bendradarbiauja nesistemiškai. Dažnai Lietuvos diplomatinė atstovybių, misijų darbuotojų ar atašė planuojamiems projektams neužtenka išteklių, o skirtingų institucijų turimi išteklių nėra sutelkiami bendriems tikslams. Dėl to veikla apsiriboja pavieniais veiksmais, neleidžiančiais pasiekti didesnės auditorijos bei poveikio, o institucijos retai derina įgyvendinamas priemones.

Galiausiai, dar viena įvardijama esminė problema – nesugebėjimas išnaudoti informacinių-komunikacinių technologijų teikiamų galimybių.

6.5 Informacinių-komunikacinių priemonių naudojimas išsikeltiems tikslams tarptautiniu mastu pasiekti

Viena populiariausių ir šiandieninėje visuomenėje plačiausiai taikomų informacinės – komunikacinės priemonių – internetas laikomas viena sparčiausiai plintančių ir ypač veiksmingų ryšio ir bendravimo priemonių. Ilgą laiką Lietuvoje neegzistavo interneto vartai – t.y. vieno interneto tinklalapio įvairiomis užsienio kalbomis, reprezentuojančio šalį ir suinteresuotus lankytojus nukreipiančio prie atitinkamų informacijos šaltinių (ten pat), tokiu buvo prarandama nemaža dalis susidomėjusių šalimi. Dabar ši situacija taisosi, tačiau kol kas tai dar nėra pilnai pabaigta ir užpildyta

erdvė – dominuoja tik keletas užsienio kalbų, trūksta viešumo. Taip pat interneto svetainių struktūra yra sudėtinga ir daugiapakopė, interneto paieškos sistemos neretai yra pasenusios ir neefektyvios, o pateikiama informacija dažnai yra nepritaikyta paprastam svetainės lankytojui, kuris linkęs greitai ir keliais paspaudimais susirasti jį dominančią informaciją, be to, neišnaudojamos visos galimos, ankstesniame skyriuje išvardintos, interneto interaktyvumo priemonės. Visgi, žvelgiant į Lietuvos diplomatinį interneto svetainių bendros struktūros atsiradimą galima matyti pirmuosius žingsnius standartizacijos link – iki šiol ne visos svetainės buvo reglamentuojamos, apibrėžiant jų struktūrą, turinį, nustatant kokybės bei stiliaus reikalavimus (ir dabar keletas svetainių dar turi skirtingą išvaizdą, bet plačiau apie tai galima susipažinti šio darbo tyrimo aprašymo dalyje). Kokybiškas peržiūrėjimas turinio ir struktūros jau egzistuojančių interneto svetainių galėtų žymiai prisidėti reprezentuojant šalį bei kuriant jos įvaizdį.

Galiausiai galima teigti, kad Lietuva dar kol kas nesugeba, nors palyginus neseniai pradėjusi taikyti viešosios diplomatijos priemones, pilnai ir efektyviai išnaudoti jos teikiamų galimybių ir priemonių, tačiau tai tolo gražu nereiškia, kad kitos užsienio vyriausybės ar valstybių grupės nenukreiptų savo politiką palankia jai linkme ir/ar visuomenė ima formuoti teigiamą įvaizdį, domisi pristatomais interesais ir politika, keičia nuostatus bei vertinimus ar tiesiog nori sužinoti daugiau apie Lietuvą. Taip pat iki šiol padėtas stiprus pagrindas įgyvendinant Lietuvos tarptautinę politinę komunikaciją ir realūs pajėgumai naudotis naujausių technologijų, ypač interneto, suteikiamomis galimybėmis, siekiant, kad teikiama informacija būtų tiksli ir teisinga. Taip pat svarbu interneto šaltinius išnaudoti skelbiant informaciją ir reklamuojant apie reikšmingus šaliai įvykius.

Taigi, galiausiai galima daryti išvadas, kad Lietuvos tarptautinė politinė komunikacija (viešoji diplomatija) iki XXI amžiaus ir jo pradžioje smarkiai kito, suformuodama naujus iššūkius valstybei, kuriuos ji sistemiškai bandė įveikti, panaudojant informacines – komunikacines priemones, o ypač internetą, įgyvendinant užsienio politikos tikslus ir formuojant Lietuvos įvaizdį.

7. REIKŠMINGŲ ĮVYKIŲ ĮTAKA SĖKMINGAI ĮGYVENDINANT LIETUVOS TARPTAUTINĘ POLITINĘ KOMUNIKACIJĄ

Siekiant sėkmingai įgyveninti viešosios diplomatinės (kaip tarptautinės politinės komunikacijos proceso) elementus būtina kaip galima plačiau išnaudoti ir išreklamuoti reikšmingus šalies įvykius, pvz.: 2009 metais planuojamas Lietuvos vardo tūkstantmečio minėjimas ir „Vilnius – Europos kultūros sostinė 2009“ renginiai, 2010 metais numatytas euro įvedimas, Lietuvos pirmininkavimas ESBO, 2011 metais planuojamas Europos krepšinio čempionatas, 2013 metais – Lietuvos pirmininkavimas Europos Sąjungoje ir kiti svarbūs renginiai. Visi šie ir kiti reikšmingi renginiai sudarius tinkamas sąlygas gali žymiai padidinti užsienio žiniasklaidos, verslo bei gyventojų susidomėjimą Lietuva. Kad šie įvykiai būtų sėkmingai išnaudoti formuojant Lietuvos įvaizdį, didinant šalies žinomumą ir patrauklumą tarp įvairių tikslinių grupių (užsienio šalių vyriausybės atstovų, politinių ir stambių verslo veikėjų, visuomenės ir atskirų individų) būtinas specialus veiksmų planas ir aktyvus institucijų tarpusavio bendradarbiavimas. Kaip vieną konkretų pavyzdį, sekančioje dalyje trumpai aptarsiu, kaip ir kada pradėta kurti įvaizdžio strategija Lietuvos vardo tūkstantmečio minėjimui.

7.1 Lietuvos vardo minėjimo tūkstantmetis: įvaizdžio formavimas

Rengiantis 2009 metais minėti Lietuvos vardo tūkstantmetį, Lietuvos Respublikos Prezidento 1997 m. dekretu buvo sudaryta Lietuvos vardo tūkstantmečio valstybinė komisija, o jos veiklai suaktyvinti ir koordinuoti įkurta Lietuvos tūkstantmečio minėjimo direkcija. 1998 metais pradėtos kurti gairės tūkstantmečio minėjimo įvaizdžio strategijai. 1999 m. Lietuvos vardo tūkstantmečio valstybinė komisija pritarė atsižvelgiant į visuomenės siūlymus parengtai Lietuvos tūkstantmečio programai, o Lietuvos Respublikos Vyriausybė 2003 m. liepos 18 d Lietuvos tūkstantmečio programą patvirtino.



1 Paveiksliukas. Lietuvos vardo minėjimo tūkstantmečio logotipas

2009-ieji metai bus ypatingai reikšmingi Lietuvai, nes ji sutiks savo tūkstantmetį. – tai proistorės ir istorijos, tai civilizacijos riba. Taigi šiai jubiliejinei datai negalėtų prilygti nė viena XX-

ojo amžiaus pabaigos XXI-ojo amžiaus pradžios įžymi data. Todėl ir pasiruošimas bei pateikimas šios datos, Lietuvos pristatymas tarptautiniu mastu ypatingai reikšmingas.

Lietuvos vardo tūkstantmečio minėjimui, kaip jau buvo minėta pradėta ruošti prieš dešimtmetį, kai buvo pradėta kurti įvaizdžio strategija, kurios vėliau patvirtinti programos tikslai:

- .- gyvinti ir stiprinti Lietuvos visuomenės istorinę ir pilietinę savimonę;
- aktualizuoti kultūros paveldą, išskirti simbolinius jo elementus, svarbius Lietuvos – valstybės ir tautos savivokai;
- padėti įgyvendinti tautos ateičiai reikšmingus kultūros projektus;
- padėti tinkamai pristatyti Lietuvą, jos kultūrą pasauliui.

O šios programos principai yra:

- Atvirumas– ji atvira visų Lietuvos piliečių, visuomeninių ir valstybės institucijų, religinių bendruomenių ir bendrijų, tarptautinių bendrijų pasiūlytoms Lietuvos tūkstantmečio minėjimo idėjoms;
- Valstybiškumas;
- Kryptingumas (įgyvendinamo programos tikslus atitinkantys renginiai);
- Visuotinumumas – įvairių institucijų įsitraukimas ir bendradarbiavimas.

Taigi, remiantis sudaryta programa ir tikslais, vienas iš pagrindinių akcentų dedamas – Lietuvos įvaizdžio gerinimas, kas vienas iš užsienio politikos tikslų ir yra tiesiogiai įgyvendinamas per viešąją diplomatiją.

8. LIETUVOS RESPUBLIKOS AMBASADŲ IR KONSULINIŲ ĮSTAIGŲ INTERNETINIŲ SVETAINIŲ NAUDOJIMO ĮGYVENDINANT LIETUVOS TARPTAUTINĘ POLITINĘ KOMUNIKACIJĄ TYRIMAS

Tyrimo tikslas – ištirti kaip internetinės priemonės (internetinės svetainės) naudojamos Lietuvos Respublikos ambasadų ir konsulinių įstaigų įgyvendinant tarptautinę politinę komunikaciją ir formuojant Lietuvos įvaizdį.

Tikslui pasiekti yra keliami šie uždaviniai:

1. **Apibendrinti** Lietuvos Respublikos ambasadų ir konsulinių įstaigų internetines svetaines ir jose teikiamą informaciją;
2. **Nustatyti bei įvertinti**, kokia yra interneto svetainių struktūra;
3. **Išsiaiškinti**, ar internetinės priemonės įgyvendina Lietuvos tarptautinę politinę komunikaciją ir prisideda formuojant Lietuvos įvaizdį;
4. **Pateikti išvadas** apie tyrimo metu gautus rezultatus.

Tyrimo metodika:

- Tyrimą sudaro 54 Lietuvos Respublikos ambasados/konsulinės įstaigos;
- Tyrimas atliktas – 2007 04 16 – 05 16.
- Kiekybinis tyrimas.

Nagrinėjant internetines Lietuvos Respublikos diplomatinių atstovybių ir konsulinių įstaigų svetaines ir atliekant jų kiekybinį tyrimą siekta įrodyti arba paneigti šias išsikeltas **hipotezes**:

1. Šalyse, kuriose Lietuvai atstovauja garbės konsulai, nesudaromos sąlygos internetu rasti informacijos apie Lietuvos Respubliką ar jos diplomatinį atstovą.
2. LR Užsienio reikalų ministerija, pasirinkdama strategiją suvienodinti visų diplomatinių atstovybių internetines svetaines (kiekvienai atstovybei nereikia atskirai kurti internetinės svetainės dizaino, struktūros ir pan.), neatsižvelgė į konkrečios šalies gyventojų poreikius ar naršymo internete įpročius.

3. Lietuvos diplomatinė atstovybių internetinė svetainė išnaudota tik dalis interneto teikiamų ir Lietuvos įvaizdžio kūrimui galėjusių pasitarnauti galimybių.
4. Internetinės Lietuvos diplomatinė atstovybių svetainės neviseškai atitinka Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projekte išsikeltų tikslų. Internetinės svetainės nepadedą įgyvendinti viešosios diplomatijos tikslų.

Bendras Lietuvos Respublikos ambasadų ir konsulinių įstaigų interneto svetainių aptarimas:

Pagal Užsienio reikalų ministerijos internetinėje svetainėje pateiktus duomenis, pasaulyje yra 54 Lietuvos Respublikos ambasados/konsulinės įstaigos, iš jų 26 turi internetines svetaines (1 Priedas). Internetinių svetainių neturi ambasados Argentinoje, Australijoje, Azerbaidžane, Egipte, Gruzijoje. Tai daugiausia Europos šalyse veikiančios ir atstovaujančios Lietuvos atstovybės, taip pat diplomatinės atstovybės Japonijoje, JAV, Kanadoje, Kinijoje, Rusijoje, Turkijoje. Beveik visų (išskyrus penkias) atstovybių internetinės svetainės yra vienodos struktūros, dizaino, kai kuriais aspektais – ir turinio. Pagal Užsienio reikalų ministerijos 2007-2009 metų strateginį veiklos planą, diplomatinė atstovybių internetinės svetainės turėtų būti sukurtos pagal vieną šabloną iki šių metų pabaigos.

Vizualiai LR diplomatinės atstovybės internetinė svetainė yra suskirstyta į tris plačias vertikalias juostas, kurios suskaidytos ir horizontaliai. Fono spalvos – mėlva ir balta. „Skaitant“ puslapį iš kairės į dešinę ir iš viršaus į apačią, viršutiniame kairiajame kampa patalpintas Lietuvos herbas ir užrašas „Embassy of the Republic of Lithuania in ...“. Centrinėje kolonoje viršuje – konkrečios ambasados ar konsulinės įstaigos nuotrauka, dešiniajame viršutiniame kampe – ambasados adresas ir kontaktinis telefonas, fakso numeris bei elektroninis paštas.

Antroje horizontalioje juostoje pateikiama svarbiausia informacija. Pagal grafinį jos išskyrimo būdą, ji labiausiai išryškinta ir lengviausiai patraukia dėmesį. Tai antraštė ir vienas plačiau antraštę paaiškinantis sakiny-suoroda. Skirtingų šalių Lietuvos atstovybių puslapiuose į šiuos langelius patenka panaši informacija: kaip susisiekti su ambasada, anketa norintiems gauti vizą, ką reikia padaryti, norint gauti vizą, turistinė informacija apie Lietuvą, lietuvių verslo pasiūlymai. Informacija skiriasi priklausomai nuo pasirinktos kalbos: anglų/valstybinė šalies kalba ar lietuvių. Puslapiuose lietuvių kalba dažniausiai pateikiama informacija apie tai, ką daryti pametus asmens dokumentus, pateikiama informacija verslininkams, turistinė informacija.

Dar žemiau interneto svetainėse pateikiamas meniu (kairėje), naujienos (viduryje) ir ambasados darbo laikas bei žemėlapis, padedantis rasti atstovybę.

Apačioje (reikia kursoriai pavažiuoti žemyn) kairėje trys logotipai-nuorodos: Lietuvos respublikos Užsienio reikalų ministerijos, turistinės informacijos apie Lietuvą puslapio ir Vilniaus-Europos kultūros sostinės 2009 programos. Dešinėje – lankytojų statistika, skaičiuojama nuo 2007 gegužės 8 d. Apsilankiusių skaičius ateityje galėtų būti svarbus rodiklis, į kurį reikėtų atkreipti dėmesį vertinant svetainių populiarumą bei tobulinant svetaines.

Grįžus į lango viršų, siaura juosta pačiame svetainės viršuje pateikia galimybę grįžti į pradžią, rašyti el. laišką, atsiversti svetainės žemėpalį, atsidaryti versiją spausdinimui, pasirinkti kalbą. Čia taip pat pažymėta data ir laikas bei langelis paieškai (išorinei) atlikti.

Didžioji dauguma nuorodų internetinėse svetainėse veikia. Paspaudus kai kurias nuorodas, ypač versijose valstybinėmis šalių kalbomis, retkarčiais atsidaro tuščia arba su mažiau informacijos (lyginant su lietuvišku variantu) skiltis. Versijos valstybinėmis arba anglų kalbomis daugeliu atvejų yra vertimas iš lietuvių kalbos, specialiai užsienio kalbomis sukurtų naujienų ar kitokių pranešimų nėra (išskyrus turistinę informaciją apie Lietuvą, kuri yra maždaug trečdalyje aptariamų svetainių).

Svetainių versijas lietuvių ir šalių valstybinėmis kalbomis turi LR ambasados Austrijoje, Baltarusijoje, Ispanijoje, JAV, Didžiojoje Britanijoje, Danijoje, Lenkijoje (ir anglų k.), Portugalijoje, Prancūzijoje, Rusijoje (ir anglų k.). Svetainių versijas lietuvių ir anglų kalbomis turi LR ambasados Graikijoje, Belgijoje, Vengrijoje, Čekijoje, Airijoje, Estijoje, Izraelio valstybėje, Japonijoje, Turkijoje, Italijoje, Nyderlanduose, Suomijoje. Tik lietuvių kalba internetinės svetainės versiją turi Lietuvos atstovybė prie Šventojo Sosto.

Nagrinėjant naujienų turinį ir dažnumą, matyti, kad: lietuviškose svetainių versijose naujų pranešimų atsiranda vidutiniškai vienas per savaitę; dažniausiai pranešama apie toje šalyje gyvenantiems lietuviams aktualius įvykius (2 Priedas). Puslapiuose anglų ir valstybine šalių kalba naujienų laukeliai dažniausiai turi po kelias naujienas: Austrijos pateikiami pranešimai apie Lietuvos pareigūnų lankymąsi Austrijoje, Didžiosios Britanijos – pranešimas apie knygos apie Baltijos šalis išleidimą. Kai kuriose svetainėse naujienų laukeliai tušti.

Pasaulyje veikia 35 Lietuvos konsulinės įstaigos, vadovaujamos garbės konsulo. Jos internetinių svetainių neturi. Garbės konsulų kontaktus galima rasti LR Užsienio reikalų ministerijos internetinėje svetainėje.

Nesant galimybės užsienio šalių gyventojams internete savo kalba gauti informacijos apie Lietuvos respublikos garbės konsulus, sunkiau susidaryti teigiamą įspūdį apie šalį ar apskritai gauti informacijos apie ją. Garbės konsulai Lietuvai atstovauja tolimesėse šalyse (Australija, Čilė, Filipinai, Jamaika, Malaizija, Tailandas ir kt.), kuriose informacijos apie Lietuvą prieinamumas ypač ribotas (kalbos, geografinio atstumo, viešinimo kampanijos ir kt. aspektai).

Hipotezių tikrinimas

Pirma hipotezė:

Šalyse, kuriose Lietuvai atstovauja garbės konsulai, nesudaromos sąlygos internetu rasti informacijos apie Lietuvos Respubliką ar jos diplomatinį atstovą.

Šiuo metu pasaulyje veikia 35 Lietuvos konsulinės įstaigos, vadovaujamos garbės konsulo, tačiau, kadangi jos neturi internetinių svetainių – sąlygos rasti informaciją apie tos šalies Lietuvos diplomatinį atstovą ar pačią šalį tampa žymiai sudėtingiau. Garbės konsulai Lietuvai atstovauja tolimesėse šalyse (Australija, Čilė, Filipinai, Jamaika, Malaizija, Tailandas ir kt.), kuriose informacijos apie Lietuvą prieinamumas ypač ribotas (kalbos, geografinio atstumo, viešinimo kampanijos ir kt. aspektai).

Tiesa, Garbės konsulų kontaktus galima rasti LR Užsienio reikalų ministerijos internetinėje svetainėje www.urm.lt, tačiau ne visi užsienio šalių piliečiai, verslo, skirtingų vyriausybės sektorių atstovai žino, kad toks puslapis Lietuvoje egzistuoja ir tuo labiau informacija apie juos pateikiama tik lietuvių kalba. Taigi, galima sakyti, kad norint susirasti su Lietuva ir jos garbės konsalais susijusią informaciją, piliečiai turi įdėti pastangų ir tai gali užtrukti pakankamai daug laiko. Žinoma, tikėtina, kad tos šalies, kur reziduoja Lietuvos garbės konsulas, užsienio reikalus kuruojanti struktūra turėtų turėti informaciją apie juos. Dažnu atveju informaciją rasti sunku ir dėl kalbinių barjerų ar struktūros sudėtingumo.

Taigi, galima tik patvirtinti šią išsiskeltą hipotezę, jog šalyse, kuriose Lietuvai atstovauja garbės konsulai, nesudaromos sąlygos internetu rasti informacijos apie Lietuvos Respubliką ir jos diplomatinį atstovą, o nesant galimybės užsienio šalių gyventojams internete savo kalba gauti informacijos sunkiau pažinti valstybę ir tuo labiau sudėtingiau susidaryti teigiamą išpūdį apie šalį ar apskritai gauti informacijos apie ją.

Antra hipotezė:

LR Užsienio reikalų ministerija, pasirinkdama strategiją suvienodinti visų diplomatinių atstovybių internetines svetaines (kiekvienai atstovybei nereikia atskirai kurti internetinės svetainės dizaino,

struktūros ir pan.), neatsižvelgė į konkrečios šalies gyventojų poreikius ar naršymo internete įpročius.

Hipotezė, kad LR Užsienio reikalų ministerija, pasirinkdama strategiją suvienodinti visų diplomatinėse atstovybėse internetines svetaines (kiekvienai atstovybei nereikia atskirai kurti internetinės svetainės dizaino, struktūros ir pan.), neatsižvelgė į konkrečios šalies gyventojų poreikius ar naršymo internete įpročius, iškelta būtent ir manant, kad skirtingų valstybių gyventojai turėdami skirtingus interesus, naršymo internete įpročius, kultūrinius skirtumus ne visada greitai ir operatyviai „vieno pelės mygtuko paspaudimu“ galės rasti jį dominančios informacijos. Visos atstovybių internetinės svetainės, išskyrus Norvegijos, Rusijos, Jungtinių Amerikos Valstijų, Azerbaidžano, Danijos Karalystei ir Islandijos Respublikai, yra vienodos struktūros, dizaino, kai kuriais aspektais – ir turinio.

Norint pasiekti nusimatytas tikslines auditorijas ir keisti jų požiūrį į Lietuvą, formuojant teigiamą šalies įvaizdį bei įgyvendinant kitus užsienio politikos tikslus reikia nuolatos užtikrinti grįžtamąjį ryšį, naudoti kaip galima daugiau ir plačiau interneto interaktyvumo priemonių, kaip forumai, savaitės/mėnesio klausimai, online diskusijos, galbūt net internetinės video konferencijos su reziduojančiais ambasadų darbuotojais, naujienos orientuotos į tam tikras tikslines grupes ir t.t.

Taigi, remiantis tyrimo rezultatais, galime daryti išvadas, kad informacija pateikiama LR Užsienio reikalų ministerijos ambasadų interneto svetainėse neatitinka konkrečios šalies gyventojų poreikių, jų kultūrinių ypatybių, taip pat naršymo internete įpročių. Tiesa, kai kuriuose ambasadų puslapiuose jau bandoma tai įdiegti, pavyzdžiui, Izraelio ambasados interneto svetainės anglų kalba puslapyje yra speciali bėganti eilutė su tekstu „Sveiki atvykę“ lietuvių, anglų ir hebrajų kalbomis arba kitų ambasadų pabrėžta, kokia nors būtent tai šaliai aktuali su Lietuva susijusi informacija. Šiuo atveju pagirtina, kad Užsienio reikalų ministerija nuosekliai ėmėsi standartizuoti ambasadų interneto svetaines, todėl rekomenduoti ne keisti pačias internetos svetainės struktūras, o orientuotis į pateikiamos informacijos turinį, jo suprantamumą, opumą ir aktualumą konkrečios šalies gyventojams bei užtikrinti grįžtamąjį ryšį.

Trečia hipotezė:

Lietuvos diplomatinėse atstovybėse internetinėse svetainėse išnaudota tik dalis interneto teikiamų ir Lietuvos įvaizdžio kūrimui galėjusių pasitarnauti galimybių.

Nagrinėjant šią išsikelta hipotezę buvo pasitelktos dažniausiai naudojamos interneto interaktyvumo priemonės, taikytinos Lietuvos diplomatinių atstovybių internetinėse svetainėse:

1. elektroninis paštas, konferencijos (angl. usenet), diskusijos;
2. svečių knyga, įvairūs atsiliepimai;
3. forumai;
4. naujienos;
5. žaidimai, loterijos;
6. nuomonių ir formų pildymas: anketos ir registracijos; įvairūs testai; interaktyvios istorijos.
7. paieška: vietinė; išorinė; mišri.
8. skelbimų lentos;
9. videokonferencijos internetu;
10. Blog'as, pokalbių kambariai.

Pastebėta, kad visuose internetiniuose puslapiuose veikia mišrios paieškos tiek lietuvių, tiek užsienio kalbos svetainės versijoje. Tačiau pastebėta, kad pateikiama informacija skiriasi priklausomai nuo pasirinktos kalbos: anglų/valstybinė šalies kalba ar lietuvių. Versijos valstybinėmis arba anglų kalbomis daugeliu atvejų yra vertimas iš lietuvių kalbos, specialiai užsienio kalbomis sukurtų naujienų ar kitokių pranešimų nėra (išskyrus turistinę informaciją apie Lietuvą, kuri yra maždaug trečdalyje aptariamų svetainių).

Svetainių versijas lietuvių ir šalių valstybinėmis kalbomis turi LR ambasados Austrijoje, Baltarusijoje, Ispanijoje, JAV, Didžiojoje Britanijoje, Danijoje, Lenkijoje (ir anglų k.), Portugalijoje, Prancūzijoje, Rusijoje (ir anglų k.). Svetainių versijas lietuvių ir anglų kalbomis turi LR ambasados Graikijoje, Belgijoje, Vengrijoje, Čekijoje, Airijoje, Estijoje, Izraelio valstybėje, Japonijoje, Turkijoje, Italijoje, Nyderlanduose, Suomijoje. Tik lietuvių kalba internetinės svetainės versiją turi Lietuvos atstovybė prie Šventojo Sosto.

Taigi, galima teigti, kad ši hipotezė pasitvirtino, kadangi LR ambasadų puslapiai neišnaudoja pagrindinių interneto teikiamų galimybių ir taip neišnaudoja prie Lietuvos įvaizdžio kūrimo galinčių pasitarnauti interaktyvumo priemonių. Čia, kaip ir anksčiau aptartoje hipotezės aptarime svarbus yra grįžtamasis ryšys, todėl norint, kad užsienio visuomenės atstovai ir insitucijos, verslo įmonės domėtusi Lietuva, jos užsienio tikslais, įgyvendinama politika turi būti sistemiškai atnaujinami ir tikslinės auditorijas atitinkantys interneto tinklalapiai su didesnėmis galimybėmis aktyviai reaguoti.

Ketvirta hipotezė:

Internetinės Lietuvos diplomatių atstovybių svetainės nevisiškai atitinka Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projekte išsikeltų tikslų. Internetinės svetainės nepadaeda įgyvendinti viešosios diplomatijos tikslų.

Hipotezė, kad internetinės Lietuvos diplomatių atstovybių svetainės nevisiškai atitinka Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projekte išsikeltų tikslų; internetinės svetainės nepadaeda įgyvendinti viešosios diplomatijos tikslų pasitvirtino tik dalinai, kadangi jau pradėtoje įgyvendinti Užsienio ministerijos 2007-2009 strateginės veiklos priemonių plane numatyta, kaip ir kokiais būdais turėtų būti įgyvendinti Lietuvos įvaizdžio strategija, kuri yra artimai susijusi su Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projekte išsikeltais tikslais, tačiau įgyvendinta dar tik maža dalis nusimatyto veiklų. Tačiau tai tik pradžia, nes iki šiol vykdančią komunikaciją užsienio šalyse skirtingų sričių atašė, ambasadoriai. Turizmo informavimo centrai bendradarbiauja nesistemiškai. Dažnai Lietuvos diplomatių atstovybių, misijų darbuotojų ar atašė planuojamiems projektams neužtenka išteklių, o skirtingų institucijų turimi išteklių nėra konsoliduojami. Dėl to veikla apsiriboja ne itin solidžiais pavieniais veiksmais, neleidžiančiais pasiekti didesnės auditorijos bei poveikio, o institucijos retai derina įgyvendinamas priemones.

Taigi galima daryti išvadą, kad Lietuvos diplomatių atstovybių svetainės atitinkant Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projekte išsikeltus tikslus ir internetinės svetainės prisidėtų tiesiogiai įgyvendinti viešosios diplomatijos tikslus, reikalinga koordinuota informavimo politika, aiškūs veiklos tikslai bei sisteminga kontrolė leistų užtikrinti, kad šalies įvaizdis būtų formuojamas nenutrūkstamai, veiksmingai ir kryptingai. Kad vieningos informavimo politikos įgyvendinimas būtų efektyvus, kad būtų užtikrintas sistemingas Lietuvos įvaizdžio formavimas, kartu ir nuolatinis institucijų bendradarbiavimas, būtina sukurti įvaizdžio formavimo koordinavimo struktūrą.

Atliktus tyrimą ir apibendrinant išsikeltų hipotezių rezultatus galima teigti:

- Kad ne visos interneto teikiamos galimybės internetinėse Lietuvos diplomatių atstovybių svetainėse yra išnaudojamos.
- Nesiekama įtraukti svetainės lankytojo į interaktyvų bendravimą (nėra forumų, klausimų ir t.t.).

- Minusas ir tas, kad ne visos atstovybės turi internetinius puslapius. Įdiegus interneto svetaines tose diplomatinėse atstovybėse, kurios svetainių apskritai neturi, ir jas reglamentavus bei išvysčius taip, kad jose būtų teikiama ir nuolat atnaujinama aktuali informacija apie Lietuvą, galėtų būti sukurtas platus informacijos sklaidos laukas užsienyje.
- Kita vertus, internetinėmis priemonėmis dažniausiai nesinaudoja tų šalių atstovybės, kuriose internetas nėra paplitęs.
- Tačiau dedamos sistemiškos pastangos standartizuoti Lietuvos Respublikos ambasadų interneto svetaines taip įgyvendinant nuoseklią ir ilgalaikę Lietuvos viešąją diplomatiją bei formuojant Lietuvos įvaizdį.
- Rekomenduotina internetinėse svetainėse talpinti daugiau aktualijų vietine ar anglų kalbomis bei aktyviau viešinti galimybę informacijos apie Lietuvą ieškoti diplomatinių atstovybių internetinėse svetainėse.

IŠVADOS

Kiekviename istoriniame laikotarpyje besikeičiančios tarptautinės politinės komunikacijos principai turi atitikti bendresnes socialines, kultūrinės, politinės ir ekonomines komunikacijos formas.

Informacija šiuolaikiniame pasaulyje tampa vienu iš pagrindinių resursų. Galimybė per trumpiausią laiką gauti reikalingą informaciją įgalina žmones, suteikia jiems prielaidas tobulėti ir pagrindą žinioms kurti. Valstybės vaidmuo kontroliuojant informacijos srautus bei skatinant informacinių ir komunikacinių technologijų plėtrą lemia valstybės progresyvumą ir pažangą tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu lygmeniu. Galimybė efektyviai panaudoti naujas technologijas kuria atvirą ir visimes prienamą valstybę, užtikrinančią daugiausiai tikslinės auditorijos grįžtamąjį ryšį ir dažnai tampa strateginiu valstybių interesu, įgyvendinančiu savo užsienio politikos tikslus ir formuojančius teigiamą šalies įvaizdį. Tarptautinė politinė komunikacija, kurią įgyvendina specialios valdžios struktūros, tampa vis svarbesnė šiandieniniame pasaulyje.

Lietuva, kaip demokratinė valstybė, kurianti savo šalies įvaizdį ir naudojanti viešosios diplomatijos priemones nėra išimtis bendrojo tarptautinės politinės komunikacijos kontekste. Lietuvoje įvyko ryškus pokytis tarptautinės politinės komunikacijos (viešosios diplomatijos) priemonių taikyme XXI a. pradžioje, tačiau dar pilnai nesugebama išnaudoti jų visų teikiamų galimybių ir privalumų Lietuvos ambasadų/garbės konsulų interneto tinklalapiuose.

Apibendrinant šį magistro darbą galima daryti tokias išvadas:

- Politinė komunikacija yra realios politinės gyvenimo situacijos veidrodis, kur egzistuojanti žodžio laisvė, įvairios informacijos priemonės bei komunikacijos galimybės įgyja didelę reikšmę įgyvendinant šalies politiką. Ir čia komunikavimas visada atspindi egzistuojančius realius valstybėje santykius, taip pat yra pagrindas tarptautinei politinei komunikacijai plėtoti.
- Lietuvoje per daugiau nei per dešimtmetį pastebėtas ryškus politinės komunikacijos raidos šuolis ir išsivyravo supratimas apie politinę komunikaciją, kaip politinės valdžios įrankį, kuriuo politikai veikia visuomenę, formuoja nuomonę, telkia bendraminčius, realizuoja politinius

sprendimus bei organizuoja ideologines struktūras, naudojant tradicines ir naujausias informavimo priemones ir taip pat kur pasitelkiama žiniasklaidos pagalba.

- Tarptautinė politinė komunikacija apima bet kokią informacijos, žinių, duomenų perdavimą į kitas valstybes, tiksliau sakant, pasikeitimą informacija. Tas pasikeitimas informacija vyksta ir tarp valstybių ir kitų šalių ir jos visuomenės, tarptautinių institucijų ir organizacijų, bei jis gali vykti ir tarp atskirų žmonių, gyvenančių skirtingose šalyse.
- Tarptautinės politinės komunikacijos įgyvendinimą ypatingai svarbūs technologinių komunikacijos kanalai bei priemonės. Įvairios komunikacijos priemonės neišstūmė viena kitos, o kaip tik susiliejo naujai kokybei, ko pasekoje komunikacija tampa sudėtingu reiškiniu duodančiu efektą.
- Internetas tapo vien iš svarbiausių tarptautinės komunikacijos elementu, turinčiu įvairių priemonių, kuriomis bet kuri valstybė, įgyvendindama tarptautinės politinės komunikacijos tikslus gali pasiekti savo tikslinę auditoriją, kas tai bebūtų ar kitos valstybės politinio valdymo organai, tarptautinės organizacijos, bendruomenės ar net atskiras individas, pasitelkiant oficialius ir neoficialius kanalus.
- Lietuvos tarptautinės politinės komunikacijos transformacija XXI a. tapo ne tik aktyviai priimančia kitų Vakarų šalių viešosios diplomatijos įgyvendinimo priemonės – kultūrinius mainus, edukacines programas, informacines programas, bet ir pati tapo jų taikytoja kitose, daugiausiai kaimyninėse šalyse.
- Lietuvos tarptautinė politinė komunikacija iki XXI a. nenaudojo plačių interneto galimybių, kurios ne tik būtų padėjusios sėkmingiau įgyvendinti Lietuvos užsienio tikslus, bet ir formuoti teigiamą šalies įvaizdį.
- Lietuvos viešosios diplomatijos neigiamas aspektas buvo tai, kad komunikacija buvo vienakryptė. Informacijos sklaida užsienio vyriausybėms ir visuomenei, nesugebėjo išplėtoti abipusio dialogo bei supratimo.

- Siekiant, kad toliau Lietuvos viešoji diplomatija būtų vystoma efektyviai, reikia išvardinti esmines šiuo metu egzistuojančias vidines ir išorines problemas, trukdančias pasiekti užsibrėžtų tikslų šioje srityje (čia daugiau apibendrinimas nei išvada).
- Maža dalis Lietuvos institucijų ir ambasadų garantuoja interneto komunikacijos daugelis-daugeliui modelį, o labiau atspindi vienas-daugeliui, kur labai silpnas arba išvis nėra grįžtamojo ryšio.
- Dėl menko dėmesio Lietuvos įvaizdžio formavimui, Lietuvos žinomumas Europoje yra mažas.
- Viešoji diplomatija turėtų apimti platesnes socialines programas ir įvairias mainų programas tam, kad kitų šalių atstovams būtų įmanoma geriau susipažinti su Lietuva bei jos kultūra.
- Atsižvelgiant į kultūrinę ir vertybinę terpę svarbu formuoti Lietuvoje tokią viešosios diplomatijos strategiją, kuriai būtų galima įgyvendinti praktikoje.
- Viešoji diplomatija greičiausiai duoda apčiuopiamų rezultatų, nes yra nukreipta į plačiąją visuomenę, sudaro galimybes didinti šalies atpažįstamumą ir stiprinti žinomumą. Todėl svarbus yra visuomenės pritarimas ir aktyvus dalyvavimas viešojoje diplomatijoje.
- Iki pat XXI amžiaus nebuvo konkrečios strategijos, turėjusios padėti sukurti įvaizdžio formavimo programą Lietuvoje. Nebuvo ir koordinuojančios institucijos, kuri tokią programą įgyvendintų. Šalies įvaizdžio formavimo veikla buvo koordinuojama fragmentiškai, be aiškios vieningos strategijos, koordinuoto finansavimo bei sistemingo tarpinstitucinio bendradarbiavimo. Institucijų komunikacijos planuose valstybės įvaizdžio formavimui nebuvo teikiamas prioritetas.
- Lietuva, palyginus neseniai pradėjusi taikyti viešosios diplomatijos priemones, dar kol kas nesugeba pilnai ir efektyviai išnaudoti viešosios diplomatijoje teikiamų galimybių ir instrumentų.

- Įdiegus interneto svetaines tose diplomatinėse atstovybėse, kurios svetainių apskritai neturi, ir jas reglamentavus bei išvysčius taip, kad jose būtų teikiama ir nuolat atnaujinama aktuali informacija apie Lietuvą, galėtų būti sukurtas platus informacijos sklaidos laukas užsienyje.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. ABRAITIS, V.B, OTAS, A. *Informacijos privatumas ir sauga Lietuvos internete*, Informacijos mokslai Nr 23, 2002.
2. BIELINIS, Lauras. *Lingvistiniai politinės komunikacijos supratimo aspektai*. Respectus Philologicus 2(7), 2002.
3. BIELINIS, Lauras. *Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė*. Vilniaus Universitetas Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institutes. Vilnius, Eugrimas. 2005.
4. BLUMLER; GUREVITCH. *The Crisis of Public Communication* (1995).
5. BRADDOCK R. An extension of the “Lasswell Formula” // Journal of Communication. – Vol. 8. – 1958. – P. 88-93.
6. BUCY, P. Erik. *Political Communication Report. Response: Appropriate Emotion in Politics: A Communication Perspective* [interaktyvus]. 2007: [žiūrėta 2007 m. kovo 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.unr.edu/organizations/pcr/1701_2007_winter/response_bucy.html>.
7. Cambridge University Press, 2004 0521828317 - Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges Edited by Frank Esser and Barbara Pfetsch.
8. DAVIS, Richard. 1999. “The Internet as Participatory Forum.” In *The Web of Politics: The Internet’s Impact on the American Political System*, Richard Davis. New York: Oxford University Press (pp. 168-186).
9. DEFLEUR M. *Theories of Mass Communication*. – New York, 1970.
10. EDELMAN, Murray. 1988. *Constructing the Political Spectacle*. Chicago: University of Chicago Press.
11. *Experimental Designs for Political Communication Research: From Shopping Malls to the Internet* [interaktyvus]. Shanto Iyengar, Stanford University, Political Communication Lab, Workshop in Mass Media Economics, Department of Political Science, 2002 [žiūrėta 2007 m. sausio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://pcl.stanford.edu>>.
12. FELTHAM, R.G. *Diplomatijos vadovas*. Alma Litera, 1997. 207 psl.
13. GAMSON, William. 1992. *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
14. GRABER, Doris. 1993. “Political Communication: Scope, Progress, Promise.” In *Political Science: The State of the Discipline II*, ed. Ada W. Finifter. Washington: American Political Science Association (p. 305-332).

15. GRACHEV M. *Political Communication: from Translation to Dialogue*. // Права человека в диалоге культур: Материалы международной научной конференции, 26–28 ноября 1998 г. – М.: РГГУ, 1998.
16. HACHTEN, A. William; HACHTEN, Harva. *The world news prism, changing media of international communication*. 1996. 215 psl.
17. HACKER, Kenneth L. 1996. “Missing Links in the Evolution of Electronic Democratization.” *Media, Culture & Society* 18:213-232.
18. HAHN, F. Dan. 1998. *Political Communication: Rhetoric, Government and Citizens*. Strata Publishing, INC. State College, Pennsylvania. 289 psl.
19. HERBST, Susan. 1998. *Reading Public Opinion: How Political Actors View the Democratic Process*. Chicago: University of Chicago Press.
20. HILL, Kevin A.; HUGHES, John E. 1997. “Computer-Mediated Political Communication: The USENET and Political Communities.” *Political Communication* 14:3-27.
21. ICT's and political communications in a cost action approach [interaktyvus]. By Pedro Gómez Fernández, 2005. [žiūrėta 2007 m. vasario 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.cost269.org/documents/paper311.dos.doc>>.
22. JAMIESON, Kathleen Hall. 1992. *Dirty Politics: Deception, Distraction, and Democracy*. New York: Oxford University Press.
23. KELLEY, Tina. 1999. “Candidate on the Stump Is Surely on the Web.” *New York Times*, October 19, 1999.
24. KJÆR, Peter; LANGER, Roy. Business as usual? Political communication in pink or business journalism as political communication. Paper for presentation at the XV Nordic Conference on Media and Communication Research, Reykjavik, Iceland, 11–13 August 2001. Group VIII: Political Communication.
25. KRUPAVIČIUS, Algis. *Demokratinė politika ir informacijos visuomenės iššūkiai*. Politikos ir Viešojo Administravimo Institutas, Kauno Technologijos Universitetas, 1999.
26. LASSWELL H.D. *The structure and function of communication in society* // The Communication of Ideas. / Ed.: L. Bryson. – New York: Harper and Brothers, 1948.
27. LASSWELL, H. (1927): *Propaganda Technique in the World War*. New York: Knopf.
28. Lietuvos gyventojų nuostatos ir vertybės. Pagal 1992 m., 1996 m. ir 1997 m. visuomenės nuomonės tyrimų duomenis. Baltijos tyrimai. Kompiuterinė byla, 1998.
29. Lietuvos įvaizdžio formavimo strategija. Projektas [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. balandžio 6 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lrv.lt/LR-ivaizdis/11_santrauka.pdf>.

30. Lietuvos Respublikos Seimas [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. balandžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lrs.lt/>>.
31. Lietuvos Respublikos Užsienio reikalų ministerija [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. balandžio 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.urm.lt/>>.
32. Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lrvk.lt/>>.
33. LIPPMANN, W. (1961): *Public Opinion*. New York: Macmillan Company.
34. LOURY, Glenn C., *Self-Censorship in Public Discourse: A Theory of "Political Correctness" and Related Phenomena*, Boston University, 2006.
35. LUHMANN, N. (1990): „The theory of Political Opposition“, In: N. Luhmann: *Political Theory in the Welfare State*. Berlin: Walter de Gruyter, pp. 167-186.
36. MAAREK, P. (1995): *Political marketing and communication*. London: John Libbey.
37. MANHEIM, J. (1998): “The News Shapers: Strategic Communication as a Third Force in News Making”. In: D. Graber, D. McQuail & P. Norris, (eds.): *The politics of news: the news of politics*. Washington: CQ Press, pp. 94-109.
38. MAZANGO, Eric M. *Media games and shifting of spaces for political communication*. Department of Media and Communication, University of Oslo, 2005.
39. McNAIR, Brian. 1999. *An Introduction to Political Communication*. London and New York, Routledge. 235 psl.
40. MCQUAIL, D. (1992): “Political Communication”. In: Hakesworth & Kogan: *Encyclopedia of Government and Politics*. Vol. 1. London: Routledge.
41. *Media power: a sociological introduction*, ciaran McCullagh, palgrave, 2002, 218 psl.
42. MORLEY, D. (1997): “Theoretical Orthodoxies: Textualism, Constructivism and the ‘New Ethnography’ in Cultural Studies.” In: M. Ferguson & P. Golding: *Cultural Studies in Question*. London: Sage, pp. 127-137.
43. NEUMAN, W. Russell. 1998. “The Global Impact of New Technologies.” In *The Politics of News: The News of Politics*, ed. Doris Graber, Denis McQuail, and Pippa Norris. Washington, DC: CQ Press (pp. 238-250).
44. PALETZ, D. L. (1998): “The Media and Public Policy”. In: D. Graber, D. McQuail & P. Norris, (eds.): *The politics of news: the news of politics*. Washington: CQ Press, pp. 218-237.
45. PERLOFF, R. M. (1998): *Political communication: Politics, press, and public in America*. Mahwah (N.J.) and London: Lawrence Erlbaum.
46. PFETSCH, B. (1998): “Government as News Management”. In: D. Graber, D. McQuail & P. Norris, (eds.): *The politics of news: the news of politics*. Washington: CQ Press, pp. 70-93.

47. Profesoriaus Byron akademinis puslapis [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://mpbyron.org/>>.
48. PULEIKYTĖ, Kristina. *JAV viešoji diplomatija Vidurio Rytų atžvilgiu* [interaktyvus]. [Vilnius]: 2006 [žiūrėta 2007 m. vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.geopolitika.lt/?artc=287>>.
49. RENCKSTORF, Karsten; MCQUAIL, Denis; ROSENBAUM, E. Judith; SCHAAP, Gabi. *Action Theory and Communication Research, Recent Developments in Europe*, Mouton de Gruyter, 2004, 376 psl.
50. ROWLANDS, I. *Understanding information policy: concepts, frameworks, research tools*, Journal of Information Science, 1996; psl 13-25.
51. Severin, J. Werner, Tankard, W. James, JR *Communication Theories: origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. Texas University. 2001, 411 psl.
52. SHANNON K.; WEAVER W. *The Mathematical Theory of Communication*. – Urbana: University of Illinois Press, 1949. P.5
53. The final declaration of the World information technology forum, 27-29 August 2003 Vilnius, Lithuania.
54. WATTS, D. (1997): *Political communication today*. Manchester: Manchester University Press.
55. ГРАЧЕВ М.Н. Политическая коммуникация // *Вестник Российского университета дружбы народов*. – Серия: Политология. – 1999. – № 1. – С. 24–39.

1 Priedas

Lietuvos ambasadų/konsulų internetiniai puslapiai

KOMPIUTERINĖ LAIKMENA

2 Priedas

Lietuvos ambasadų ir konsulinių įstaigų interneto svetainių apžvalga ir palyginimas

Šalies ambasada	Ar internetiniame psl yra anglų kalba?	Ar talpinama tokia pati informacija visomis kalbomis? (LT ir EN)	Naujienos – ar dažnai atnaujimas psl?	Naujienų archyvas – kas kiek laiko dedamos naujienos?
LR AMBASADA AIRIJOJE	yra	Lietuvių kalba yra naujienų rubrika, anglų kalba – naujienų rubrika yra, bet į ją nėra talpinamos naujienos	LT - paskutinių mėnesių naujienos (2007 05 08)	Dažniausiai – vieną du kartus į mėnesį talpinamos naujienos (vasarį – 3, kovą – 2, balandį – 1, gegužę - 2)
LR AMBASADA GRAIKIJOS RESPUBLIKOJE, BULGARIJOS RESPUBLIKAI I IR ALBANIJOS RESPUBLIKAI	yra	Lietuvių kalba yra naujienų rubrika, anglų kalba – naujienų rubrika yra, bet į ją nėra talpinamos naujienos	LT- paskutinės naujienos vasario 22 d.	Sausį – 2 naujienos, vasari – 2.
LR AMBASADA PRANCŪZIJOS RESPUBLIKOJE, TUNISO RESPUBLIKAI, ANDOROS KUNIGAIKŠTYSTEI IR MAROKO KARALYSTEI	Ya tik LT ir FR, anglų - nėra	Talpinamos tos pačios naujienos	Pačios naujausios naujienos – gegužės 11 d.	Lietuvių kalba (sausį – 8, vasarį – 3, kovą – 3, balandį – 2, gegužę - 7), prancūzų – ne visos naujienos yra patalpintos, šiek tiek mažiau
LR AMBASADA ARGENTINOS RESPUBLIKOJE, BRAZILIJOS FEDERACINEI RESPUBLIKAI, KOLUMBIJOS RESPUBLIKAI, URUGVAJAUS RYTŲ RESPUBLIKAI, VENESUELOS BOLIVARO RESPUBLIKAI, ČILĖS RESPUBLIKAI IR EKVADORO RESPUBLIKAI	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA RUSIJOS FEDERACIJOJE IR ARMĖNIJOS RESPUBLIKAI	LT, RU, EN	Vienodos naujienos – LT ir RU, angliškai naujienų dar nėra patalpinta	Naujausios 2007 04 23, bet po to tik senos naujienos - talpinta 2006-	2007 m. tik viena naujiena apie naują internetinį jų psl. 2006 m.

			12-08 ir LT, ir RU.	talpinta informacija reguliariai viena du kartus per mėnesį
AUSTRALIJA	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA AUSTRIJOS RESPUBLIKOJE, SLOVĖNIJOS RESPUBLIKAI, SLOVAKIJOS RESPUBLIKAI, KROATIJOS RESPUBLIKAI IR LICHTENŠTEINO KUNIGAIKŠTYSTEI	LT ir DE, anglų nėra	Vienodos naujienos – LT ir DE	Naujausios 2007-04-24	Talpinama reguliariai – kelis kartus į mėnesį
LR AMBASADA AZERBAIDŽANO RESPUBLIKOJE	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA BALTARUSIJOS RESPUBLIKOJE	LT ir RU	Nevienodos naujienos, LT naujienų daugiau	Naujausios 2007-05-09 lietuvių kalba, 2007 05 04 – naujausios rusų kalba, rusų kalba naujienų mažiau nei lietuvių kalba	Talpinama daug naujienų ir reguliariai
LR AMBASADA BELGIJOS KARALYSTĖJE IR LIUKSEMBURGO DIDŽIAJAI HERCOGYSTEI	LT ir EN	LT yra, o angliškai naujienų dar nėra patalpinta	Naujausios 2007-04-27 LT,	Talpinama reguliariai, kas ketvirtį
LR AMBASADA VENGRIJOS RESPUBLIKOJE, SERBIJOS RESPUBLIKAI BEI BOSNIJAI IR HERCEGOVINAI	LT ir EN	Vienodos naujienos – LT ir EN	Naujausios 2007-05-02	Talpinama nedaug, bet reguliariai, kas mėnesį
LR AMBASADA ARGENTINOS RESPUBLIKOJE, BRAZILIJOS FEDERACINEI RESPUBLIKAI, KOLUMBIJOS RESPUBLIKAI, URUGVAJAUS RYTŲ RESPUBLIKAI, VENESUELOS BOLIVARO RESPUBLIKAI, ČILĖS RESPUBLIKAI IR EKVADORO RESPUBLIKAI	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA ČEKIJOS RESPUBLIKOJE	LT ir EN	LT yra, o angliškai naujienų dar nėra patalpinta	Naujausios 2007-05-04	Sunku suprasti archyvo naudojimą arba nėra išvis jokių naujienų dar

				patalpinta...
LR AMBASADA DANIJOS KARALYSTĖJE IR ISLANDIJOS RESPUBLIKAI	LT, EN, DA	LT ir EN yra vienoda informacija, o daniškai naujienų dar nėra patalpinta	Tik viena bendra informacija pateikta, nenurodyta konkreči data jos pateikimo	Naujienų archyvo nėra
DOMINIKOS RESPUBLIKA	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA EGIPTO ARABŲ RESPUBLIKOJE, JORDANIJOS HAŠEMITŲ KARALYSTEI, SIRIJOS ARABŲ RESPUBLIKAI, LIBANO RESPUBLIKAI IR KUVEITO VALSTYBEI	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA ESTIJOS RESPUBLIKOJE	LT ir EN	Nevienodos naujienos	2007-05-10 – naujausios anglų kalba, 2007-04-16 – lietuvių kalba	Talpinama vieną kartą į mėnesį daugiausiai, labai mažai naujienų – iš viso 3 per šiuos metus lietuvių kalba ir tik viena naujiena anglų kalba
LR AMBASADA IZRAELIO VALSTYBĖJE, PIETŲ AFRIKOS RESPUBLIKAI, KIPRO RESPUBLIKAI, ETIOPIJOS LIAUDIES DEMOKRATINEI RESPUBLIKAI	LT ir EN	Vienodos naujienos talpinamos	Naujausios 2007-05-04	Talpinama reguliariai – vieną du kartus per mėnesį
LR AMBASADA JAPONIJOJE IR FILIPINŲ RESPUBLIKAI	LT ir EN	Vienodos naujienos talpinamos	Naujausios anglų kalba - 2007-04-24, lietuvių – 2007 04 20	Talpinama reguliariai – vieną du kartus per mėnesį
GANA	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA GRUZIJOJE	Nėra internetinio psl			
INDONEZIJA	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA TURKIJOS RESPUBLIKOJE, UZBEKISTANO RESPUBLIKAI IR IRANO ISLAMO RESPUBLIKAI	LT ir EN	Vienodos naujienos	Lietuvių kalba daug naujienų, anglų tik keturios šiais metais	Anglų kalba tik po 2 naujienas kovo ir gegužės mėnesiais, lietuvių – reguliariai po keletą naujienų per mėnesį

LR AMBASADA ISPANIJOS KARALYSTĖJE	LT ir ispaniškai	Beveik vienoda informacija	Naujausios 2007-05-05 lietuvių kalba, naujausios 2007-03-07 ispaniškai	Talpinama kas mėnesį po kelias naujienas
LR AMBASADA ITALIJOS RESPUBLIKOJE, MALTOS RESPUBLIKAI, SAN MARINO RESPUBLIKAI IR ŠVEICARIJOS KONFEDERACIJAI	LT ir EN	LT yra, o angliškai naujienų dar nėra patalpinta	Naujausios 2007-05-10 lietuvių kalba	Talpinama reguliariai po kelias naujiena į mėnesį
JAMAICA	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA JAV IR JUNGTINĖMS MEKSIKOS VALSTIJOMS	LT ir EN	Vienoda informacija	Naujausios 2007 05 07	Talpinama kas mėnesį po kelias naujienas
LR AMBASADA EGIPTO ARABŲ RESPUBLIKOJE, JORDANIJOS HAŠEMITŲ KARALYSTEI, SIRIJOS ARABŲ RESPUBLIKAI, LIBANO RESPUBLIKAI IR KUVEITO VALSTYBEI	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA JUNGTINĖJE DIDŽIOSIOS BRITANIJOS IR ŠIAURĖS AIRIJOS KARALYSTĖJE	LT ir EN	Vienoda informacija	Naujausios 2007 05 09	Talpinama kas mėnesį reguliariai. Angliškai žymiai mažiau naujienų, lietuvių kalba – daug.
LR AMBASADA KANADOJE	LT ir EN	Talpinamos tos pačios naujienos	Tik viena bendra informacija abiem kalbom pateikta, nenurodyta konkreți data jos pateikimo	Naujineų archyvo nėra
LR AMBASADA KAZACHSTANO RESPUBLIKOJE, KIRGIZIJOS RESPUBLIKAI IR TADŽIKISTANO RESPUBLIKAI	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA KINIJOS LIAUDIES RESPUBLIKOJE, KORĖJOS RESPUBLIKAI, MONGOLIJAI IR VIETNAMO SOCIALISTINEI RESPUBLIKAI	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA LATVIJOS RESPUBLIKOJE	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA LENKIJOS RESPUBLIKOJE	LT,PL,EN	Vienoda informacija	Naujausia 2007 05 08 (LT ir PL), anglų kalba naujausios	Talpinama reguliariai, daug pranešimų į mėnesį

			naujienos 2007 04 25	
MALAIZIJA	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA PRIE ŠVENTOJO SOSTO IR MALTOS ORDINUI	LT	Pateikta tik bendra info – nieko daugiau		
LR AMBASADA MOLDOVOS RESPUBLIKOJE	Nėra internetinio psl			
MONAKAS	Nėra internetinio psl			
NAUJOJI ZELANDIJA	Nėra internetinio psl			
NEPALAS	Nėra internetinio psl			
NIGERIJA	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA NYDERLANDŲ KARALYSTĖJE	LT ir EN	Vienodos naujienos	Naujausios 2007- 04-19	Angliškų šiek tik mažiau, bet reguliariai, kas mėnesį po vieną du pranešimus
LR AMBASADA NORVEGIJOS KARALYSTĖJE	LT ir EN	Nevienodos naujienos	LT naujienos yra, o EN užkrauna urm psl	Nėra archyvo
PAKISTANAS	Nėra internetinio psl			
PANAMA	Nėra internetinio psl			
PERU	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA PORTUGALIJOS RESPUBLIKOJE	LT ir portugališkai	Vienoda informacija	Naujausios LT ir protugališkos naujienos 2007-02- 21	Po vieną naujieną per mėnesį
LR AMBASADA RUMUNIJOJE	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA VENGRIJOS RESPUBLIKOJE, SERBIJOS RESPUBLIKAI BEI BOSNIJAI IR HERCEGOVINAI	LT ir EN	Vienoda info	Paskutinės naujienos 2007-05- 02	Reguliariai kas mėnesį
SINGAPŪRAS	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA SUOMIJOS RESPUBLIKOJE	LT ir EN	Nevienoda info	Tik lt naujienos, naujausios 2007-05-03	Beveik reguliariai, kai kuriais mėnesiais išvis nėra pranešimų

ŠRI LANKA	Nėra internetinio psl			
LR AMBASADA ŠVEDIJOS KARALYSTĖJE				
TAILANDAS	Nėra internetinio psl			

Summary

Lithuanian international political communication in XXIst century: use of cyberspace

Author: Gaja Bartusevičiūtė

Subject of Master thesis is Lithuanian international political communication in XXIst century: use of cyberspace.

The aim is to illustrate the alternation and application of international political communication in Lithuania and analyze the implementation of international political communication means in Lithuanian Embassies'/Consulates' internet sites.

Main objectives are: to analyze conception and relationship of political and international political communication; define and analyze how conception and means of international political communication application changed in Lithuania; shortly try to discuss main communication tools, especially internet that influenced the change in Lithuanian's international political communication; to make a survey about the implementation of international political communication means in Lithuanian Embassies'/Consulates' internet sites.

First part of this work presents theoretical overview of political and international political communication conceptions.

Second part analyzes how conception and means of international political communication application changed in Lithuania and discusses main communication tools, especially internet that influenced the change in Lithuanian's international political communication in XXIst century;

Third, last part, accomplished research about the implementation of international political communication means in Lithuanian Embassies'/Consulates' internet sites.

Practical value of the work – proving that means of international political communication in Lithuania are applied in embassies/consulates internet sites and the huge change in this was seen in XXIst century while developing new strategies.

This Master thesis could be useful for information and communication specialists, students, professors, as well as for people working in the Ministry of foreign affairs and others representing Lithuania abroad.