

VILNIAUS UNIVERSITETAS
KOMUNIKACIJOS FAKULTETAS
INFORMACIJOS IR KOMUNIKACIJOS KATEDRA

Sigita Obelevičiūtė

Ryšų su visuomene magistro studijų programos studentė

RYŠIŲ SU ŽINIASKLAIDA VEIKLA LIETUVOS SAVIVALDYBĖSE

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovė doc. dr. Renata Matkevičienė

Vilnius, 2011

Magistro darbo lydraštis

Pildo magistro darbo autorius

Sigita Obelevičiūtė

(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

Ryšių su žiniasklaida veikla Lietuvos savivaldybėse

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

Media Relations in Lithuania Municipalities

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)

Patvirtinu, kad bakalauro / magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro / magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudoti kitose aukštosiose mokyklose.

Magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas

Sutinku, kad bakalauro / magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.

Magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas

Pildo bakalauro / magistro baigiamojo darbo vadovas

Bakalauro / magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti-leidžiu arba neleidžiu)

(data)

(Magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

Pildo instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja

Bakalauro / magistro baigiamasis darbas įregistruotas

(katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)

(data)

(katedros vadovo parašas)

Pildo recenzentas

Darbą recenzuoti gavau.

(data)

(recenzento parašas)

Obelevičiūtė, Sigita

Ob-12 Ryšių su žiniasklaida veikla Lietuvos savivaldybėse: magistro darbas / Sigita Obelevičiūtė; mokslinis vadovas Renata Matkevičienė; Vilniaus universitetas.

Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2011. –84, lap. – Maš. – Santr. angl. – Bibliogr. p. 61-65 (62 pavad.)

UDK 659.4

Reikšminiai žodžiai: valstybinės institucijos, savivaldybė, savivaldos institucija, ryšiai su visuomene, ryšiai su žiniasklaida.

Magistro darbo objektas – ryšiai su žiniasklaida Lietuvos savivaldybėse. Darbo tikslas – ištirti, kokie ryšiai su žiniasklaida yra vykdomi Lietuvos savivaldybėse.

Remiantis mokslinės literatūros analizės metodais, taikant indukcijos ir ekstrapoliacijos palyginimo ir analogijos metodus, prieita prie išvados, kad ryšiai su žiniasklaida savivaldos institucijose yra tokie pat svarbūs, kaip ir nevalstybinėse institucijose, išanalizuota, kokie specialistai dirba ryšių su žiniasklaida darbu, kokie yra bendravimo su žiniasklaida būdai ir priemonės.

Atlikus kokybinį tyrimą anketinę apklausą el. paštu, paaiškėjo, kad daugumoje Lietuvos savivaldybių dirba ryšių su žiniasklaida specialistai, savivaldybėse yra skyriai, kuriuose šie specialistai veikia. Taip pat išsiaiškinta, kad su žiniasklaida savivaldos institucijos komunikuoja gana glaudžiai, bendravimui taiko įvairias priemones, ši veikla specialistams yra prioritetinė.

Atlikus kokybinį tyrimą struktūruotą ekspertinį interviu išsiaiškinta, kad vietos savivaldoms vykdyti ryšius su žiniasklaida yra ne tik tikslinga, bet ir būtina, kad savivaldybėse turi dirbti specialistai, gerai išmanantys komunikacijos su žiniasklaida darbo specifiką.

Darbas gali būti naudingas savivaldos institucijoms, politikams, taip pat ryšių su žiniasklaida teoretikams ir praktikams.

Turinys

Turinys.....	4
ĮVADAS.....	5
1. RYŠIAI SU VISUOMENE VALSTYBINĖSE INSTITUCIJOSE.....	8
1. 1. Lietuvos valstybinės institucijos.....	8
1. 2. Viešosios politikos samprata.....	10
1. 3. Lietuvos savivaldos institucijos.....	11
1. 4. Ryšių su visuomene samprata.....	12
1. 4. 1. Ryšiai su visuomene ir rinkodara.....	13
1. 4. 2. Ryšiai su visuomene ir lobizmas.....	14
1. 5. Ryšiai su visuomene ir komunikacija valstybinėse institucijose.....	15
1. 6. Ryšių su visuomene valstybinėse institucijose tikslai ir funkcijos.....	17
1. 7. Ryšių su visuomene specialistas valstybinėse institucijose.....	20
1. 8. Atstovas spaudai.....	22
1. 9. Ryšių su visuomene ir ryšių su žiniasklaida sąveika.....	23
2. RYŠIAI SU ŽINIASKLAIDA VALSTYBINĖSE INSTITUCIJOSE.....	30
2. 1. Žiniasklaidos funkcijos valstybinėse institucijose.....	31
2. 2. Bendravimo su žiniasklaida būdai.....	32
2. 2. 1. Pranešimas spaudai (žiniasklaidai).....	33
2. 2. 2. Aplankas spaudai.....	34
2. 2. 3. Spaudos konferencija.....	36
2. 2. 4. Interviu spaudai.....	38
2. 2. 5. Redakcijos viešinimas.....	39
2. 2. 6. Dokumentas spaudai.....	39
2. 2. 7. Kelionė spaudai.....	40
2. 2. 8. Pusryčiai spaudai.....	40
2. 2. 9. Spaudos apžvalga.....	41
3. RYŠIŲ SU ŽINIASKLAIDA VEIKLA LIETUVOS SAVIVALDYBĖSE: TYRIMAS.....	42
3. 1. Tyrimo eiga ir metodologija.....	42
3. 2. Ryšių su žiniasklaida specialistas Lietuvos savivaldos institucijose.....	43
3. 3. Ryšių su žiniasklaida specialistų funkcijos Lietuvos savivaldos institucijose.....	45
3. 4. Ryšių su žiniasklaida specialistų išsilavinimas.....	48
3. 5. Lietuvos savivaldos institucijų komunikacija su žiniasklaidos priemonėmis.....	49
3. 6. Ryšių su žiniasklaida svarba Lietuvos savivaldos institucijose: ekspertų interviu.....	52
3. 7. Tyrimo rezultatų aptarimas.....	55
IŠVADOS.....	59
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS.....	61
SUMMARY.....	66
PRIEDAI.....	68
1 priedas.....	69
2 priedas.....	70
3 priedas.....	71
4 priedas.....	72
5 priedas.....	73
6 priedas.....	76
7 priedas.....	79
8 priedas.....	83

ĮVADAS

Ryšiai su žiniasklaida šiandieniniame pasaulyje yra labai svarbūs: jei žiniasklaida nepraneša apie organizacijos, institucijos veiklą, galima teigti, kad jos apskritai nėra. Su žiniasklaidos priemonėmis įvairiais būdais (pranešimais spaudai, spaudos konferencijomis ir pan.) komunikuoja tiek nevalstybinės, verslo organizacijos, tiek ir valstybinės institucijos. Tiek vienoms, tiek kitoms tai yra svarbu, jei norima, kad apie tam tikrą veiklą būtų informuota visuomenė, tikslinės auditorijos.

Temos aktualumas. Literatūros šaltiniuose pateikiama daug medžiagos apie ryšių su visuomene specialistų, jo veiklas. Teigiama, kad būtent ryšių su visuomene mokslo viena šakų – ryšiai su žiniasklaida. Vienas pagrindinių ryšių su žiniasklaida principų – gera komunikacija, o funkcijų – informuoti. Taip pat žiniasklaida gali būti naudojama kaip įvaizdžio (tiek teigiamo, tiek neigiamo) formavimo priemonė.

Tad kiek ryšiai su žiniasklaida gali būti naudingi ne didžiuosiuose valdžios aparatuose, o vienoje mažiausių grandžių – savivaldybėse? Analizuojant ryšius su žiniasklaida savivaldybėse, pateikiama nemažai medžiagos apie RSŽ, vykdomus apskritai valdžios institucijų, taip pat – ir vietos valdžios komunikacijos su žurnalistais ypatumus. Aptariama, kada ryšiai su žiniasklaida yra būtini, o kada jų galbūt visai nereikia.

Darbe pateikiamos ir ryšių su visuomene specialistų ir žurnalistikos sąsajos, kadangi šios specialybės turi gana daug panašumų ir visuomenėje yra painiojamos. Taip pat aptariamos vyriausybės, valdžios, savivaldos ryšių su visuomene sampratos – tai svarbu, norint gerai suvokti ryšių su žiniasklaida veiklą ir funkcijas valstybinėse institucijose.

Temos ištirtumas. Mokslinėje literatūroje pateikiama nemažai medžiagos, kokius ryšius su žiniasklaida turi vykdyti valstybinės institucijos. Yra aptariami ir savivaldybėse vykdomi ryšiai su žiniasklaida, tačiau nepakankamai plačiai, išsamiai, dažniausiai pateikiama bendra informacija, kuri gali būti pritaikoma kone bet kuriai valstybinei institucijai (Nugaraitė A., Bielinis L.), neišskiriant savivaldos. Vietos valdžia yra kur kas mažesnis, lokalesnis aparatas, todėl jos vykdomi ryšiai su žiniasklaida kai kuriais atvejais skiriasi nuo Vyriausybės vykdomų (ne tik mastu, bet ir priemonėmis).

Analizuojant savivaldos ryšius su visuomene, kreipiamas dėmesys į tai, kokie specialistai dirba šį darbą, kokios komunikacijos su žurnalistais priemonės yra naudojamos, kokias funkcijas specialistai atlieka.

Kad ryšių su žiniasklaida vaidmuo savivaldoje nėra pakankamai išplėtotas, patvirtina literatūros šia tema trūkumas. Daugiau literatūros randama anglų, prancūzų, rusų kalbomis; bene daugiausia

valstybinių institucijų ryšiais su žiniasklaida domisi A. Nugaraitė, L. Bielinis. Tačiau, kaip buvo minėta, dažniausiai aptariamas komunikavimas su žurnalistais apskritai valstybinėse institucijose.

Šio magistro darbo **problema** – nepakankamai išanalizuota ryšių su žiniasklaida veikla Lietuvos savivaldybėse, nėra apibrėžta, kokios turi būti šio specialisto funkcijos ir kaip jis turi (ar neturi) bendrauti su žurnalistais.

Darbo **tikslas** – ištirti, kokie (ar) ryšiai su žiniasklaida yra vykdomi Lietuvos savivaldybėse.

Darbo tikslui pasiekti išsikelti tokie **uždaviniai**:

1. remiantis teorine literatūra, išsiaiškinti, kas yra ryšiai su žiniasklaida, apibrėžti jos sąvoką, palyginti RSŽ valstybinėse ir nevalstybinėse institucijose, pateikti žiniasklaidos ir ryšių su visuomene skirtumus ir panašumus;
2. atlikus anketinę apklausą internetu ir apklausus savivaldybių ryšių su žiniasklaida specialistus, išsiaiškinti, ar savivaldybės vykdo ryšius su žiniasklaida, jei taip, tai kokiais būdais ir priemonėmis, kokios yra tų specialistų funkcijos ir veiklos;
3. atlikus struktūruotą interviu, išsiaiškinti, ar vietos savivaldai reikia komunikuoti su žiniasklaida, kokie bendravimo būdai yra efektyvūs;
4. siejant teorinės literatūros analizę ir atliktus kiekybinį ir kokybinį tyrimus, pateikti išvadas ir rekomendacijas, kokie (ir ar) turi būti vykdomi ryšiai su žiniasklaida savivaldybėse.

Metodologija. Darbe atlikta mokslinės literatūros analizė, sintezė ir palyginimas; taikyti indukcijos, ekstrapoliacijos ir palyginimo metodai. Siekiant ištirti atvejį, ar Lietuvos savivaldybėse yra vykdomi ryšiai su žiniasklaida, taikytas dviejų metodų derinys: tikimybinės atrankos metodas ir atliktas kiekybinis tyrimas paprastoji anketinė apklausa el. paštu bei kokybinis tyrimas ekspertinis interviu. Atliekant anketinę apklausą, buvo pasirinktos visos 60 Lietuvos savivaldybių, jose esantiems ryšių su visuomene specialistams, spaudos atstovams, kalbos tvarkytojams arba administracijos direktorių pavaduotojams (jei minėtų specialistų savivaldybėse nėra) ir jiems išsiųsta anketa. Iš išsiųstų 60 anketų grįžo 27, jos darbe ir analizuojamos.

Atlikus anketinę apklausą, norint sužinoti, ar ryšius su žiniasklaida savivaldos institucijoms taikyti yra reikalinga, atliktas ir kokybinis tyrimas ekspertinis interviu. Interviu apklausoje dalyvavo Lauras Bielinis, socialinių mokslų daktaras, į kurio interesų lauką įeina ir ryšiai su žiniasklaida, Andrius Šuminas, politologas, besidomintis politine komunikacija ir Liutauras Ulevičius, politikas, ryšių su visuomene specialistas. Šie ekspertai pasirinkti dėl jų kompetencijos politikos, ryšių su visuomene, ryšių su žiniasklaida srityse.

Darbo **struktūra**. Darbą sudaro trys dalys, bibliografinių nuorodų sąrašas ir priedai. Pirmojoje darbo dalyje aptariama valstybinės institucijos, savivaldos institucijos sąvoka, samprata; aptariami ryšiai su visuomene valstybinėse institucijose, ryšių su visuomene samprata ir veikla šiose institucijose. Antroji dalis – ryšiai su žiniasklaida valstybinėse institucijose: jų funkcijos, priemonės. Trečiojoje dalyje aprašomi atlikti kiekybinis ir kokybinis tyrimai, aptariami gauti rezultatai, kokie yra ryšiai su žiniasklaida Lietuvos savivaldybėse.

Teorinė ir praktinė reikšmė. Šis magistro darbas naudingas tuo, kad yra plačiai aptariami ryšių su žiniasklaida Lietuvos savivaldose aspektai; pateikiama, kaip (ar) savivaldybės bendrauja, bendradarbiauja su žiniasklaidos atstovais, kokiomis priemonėmis dažniausiai naudojasi, kokie specialistai dirba šį darbą, koks jų išsilavinimas. Darbas gali būti naudingas savivaldos institucijoms, politikams, taip pat ryšių su žiniasklaida teoretikams ir praktikams.

1. RYŠIAI SU VISUOMENE VALSTYBINĖSE INSTITUCIJOSE

Ryšiai su visuomene, vykdomi valstybinėse institucijose, skiriasi nuo tų, kuriuos vykdo nevalstybinės organizacijos. Valstybinėms institucijoms yra svarbu informuoti visuomenę, jų ryšiai su visuomene nesiekia pelno, tuo tarpu nevalstybinių organizacijų RSV svarbiausia – išviešinti siūlomą produktą ar paslaugą, taip organizacijai pritraukiant pelną. Tačiau prieš pradėdant kalbėti apie ryšius su visuomene, ryšius su žiniasklaida, reikia aptarti pačios valstybinės institucijos, savivaldybės sampratą.

1. 1. Lietuvos valstybinės institucijos

Kalbant apie Lietuvos valstybines institucijas, reikia paminėti, kad šių institucijų yra gana daug: nuo Prezidento, Respublikos Seimo ar Vyriausybės iki radijo ir televizijos komisijos ar augalų apsaugos tarnybos. Darbe daugiausia dėmesio kreipiama vyriausybės ir savivaldos institucijų komunikacijai, aptariami jų vykdomi ryšiai su žiniasklaida.

Pirmiausia vyriausybę galima apibrėžti „kaip valstybės instituciją, kuri įgyvendina vykdomąją valdžią ir užtikrina saugumą pagal įstatymus bei papročius“ (Bakaveckas, 2007: 296). Lietuvos Respublikos Vyriausybę sudaro Ministras Pirmininkas ir kiti ministrai, ministerijos, ir ji priskiriama „aukščiausiajam vykdomosios valdžios institucijų sistemos lygmeniui, kuriai pavaldūs visi kiti lygmenys“ (ten pat). Pasak J. Novagrockienės, vykdomoji valdžia vadinama vyriausybe ir „atlieka politinio vadovavimo funkciją valstybės tarnautojams <...>“ (Novagrockienė, 2001: 144).

Pagal Lietuvos Respublikos Konstitucijos 94 straipsnį, Lietuvos Respublikos Vyriausybė:

1. „tvarko krašto reikalus, saugo Lietuvos Respublikos teritorijos neliečiamybę, garantuoja valstybės saugumą ir viešąją tvarką;
2. vykdo įstatymus ir Seimo nutarimus dėl įstatymų įgyvendinimo, taip pat Respublikos Prezidento dekretus;
3. koordinuoja ministerijų ir kitų Vyriausybės įstaigų veiklą;
4. rengia valstybės biudžeto projektą ir teikia jį Seimui; vykdo valstybės biudžetą, teikia Seimui biudžeto įvykdymo apyskaitą;
5. rengia ir teikia Seimui svarstyti įstatymų projektus;
6. užmezga diplomatinis santykius ir palaiko ryšius su užsienio valstybėmis ir tarptautinėmis organizacijomis;

7. vykdo kitas pareigas, kurias Vyriausybei paveda Konstitucija ir kiti įstatymai“ (<http://www3.lrs.lt/home/Konstitucija/Konstitucija.htm>). Taigi, vyriausybės veikla iš esmės yra bene svarbiausia visam visuomenės gyvenimui; ji reguliuoja kone visas gyvenimo sritis: nuo valstybės saugumo iki biudžeto.

J. Novagrockienė teigia, kad „Vyriausybės kategorija vartojama dviem reikšmėmis: 1) kaip vykdomoji valdžia ir 2) kaip valstybinės valdžios institucijų sistema – valdžia“ (Novagrockienė, 2001: 144). Vadinasi, vyriausybę galima vadinti valdžia, valdžios institucija. Valdžia egzistuoja ko gero visose gyvenimo srityse: net šeimoje yra tam tikra valdžia (pvz., tarp tėvų ir vaikų). Teigiama, kad valdžia „pirmiausia yra ypatingas žmonių tarpusavio santykis, kai vienas žmogus paklūsta kito žmogaus valiai. Tam, kad atsirastų valdžia, turi būti tas, kas įsako, ir tas, kas paklūsta“ (Vitkus, 2001: 21). Šiuo atveju vyriausybė įsako, visuomenė paklūsta.

Valdžia gali būti politinė ir nepolitinė. Nepolitinė valdžia „būdinga gamybos sferai, korporacijoms, įstaigoms, giminystės grupėms (taip pat pirmykštėje visuomenėje) ir pan.“ (Pražauskas, p. 13), tuo tarpu politinė valdžia yra visuotinė, kuri daro įtaką visuomenei ir jos veiklai. Kaip teigia J. Matakas, „Nuo nepolitinės valdžios ji [politinė valdžia] skiriasi savo viršenybe ir visuotinumu (politinės valdžios sprendimai yra privalomi visai visuomenei, kitoms valdžioms, ji persmelkia visas žmonių veiklos sritis), legalumu, taikant valdymo priemones, taip pat prievarta (tai daroma visos visuomenės vardu, pasitelkiant teisės ir politikos normas), monocentriškumu (politinė valdžia, kitaip negu kitos valdžios rūšys, turi vieną centrą), gebėjimu įtakoti visas visuomenės veiklos rūšis, labai plačiu taikomų priemonių spektru (tarp jų specialiu prievartos aparatu), sugebėjimu suvienyti arba supriešinti žmones“ (Matakas, 1999: 53). Žinoma, galima teigti, kad visos valdžios formos – tiek politinės, tiek nepolitinės – nuo kitų veiklų išsiskiria viršenybe, tačiau tik politinė valdžia yra visuotinė (pavz., įmonės valdžia daro įtaką tik tos įmonės darbuotojams, ar su įmone susijusiems žmonėms).

Valdžios įtaka visoms visuomenės veiklos rūšims yra labai svarbus aspektas. Būtent dėl to valdžios institucijos, pasitelkdamos žiniasklaidos priemones, turi informuoti visuomenę apie savo vykdomą veiklą. Apie tai kalbama kituose darbo skyriuose.

Politinė valdžia, kaip ir kiekviena institucija, atlieka tam tikras funkcijas. Pagal J. Mataką, jos yra tokios:

- 1) vadovauti visoms visuomenės sritims,
- 2) kontroliuoti politinius ir kitus santykius,
- 3) organizuoti visuomenės politinį gyvenimą,
- 4) sukurti tam tikrą tvarką, tinkamiausią valdymo tipą, politinį režimą ir valstybės santvarką, kurie atitiktų visuomenei iškilusius uždavinius ir tikslus,

- 5) reguliuoti individų elgesį,
- 6) užtikrinti stabilumą visuomenėje“ (Matakas, 1999: 53).

Matyti, kad keliuose šaltiniuose išskiriamas visuotinumai bei individų elgesio reguliavimas. Tačiau politinė valdžia turi kurti valstybės santvarką apskritai ir užtikrinti, kad visuomenėje būtų stabilumas. Taip pat politinė valdžia daro įtaką visoms veiklos sritims, net geba suvienyti ar supriešinti žmones.

1. 2. Viešosios politikos samprata

Šalia politinės valdžios neišvengiamai atsiranda ir viešosios politikos sąvoka. Visų pirma, reikia pateikti paties viešumo ir politikos sąvokas: viešas – „Visiems skirtas, visuomenės naudojamas; atviras, neslaptas“ (DLKŽ, 2000: 931), o politika – „universalus visuomenės organizavimo būdas, reguliavimo sistema, kuria siekama palaikyti tvarką, vidinio ir išorinio pasaulio stabilumą reguliuojant konfliktus“ (PMEŽ, 2007: 100). Vadinasi, viešoji politika yra atvira, visiems skirta ir naudojama visuomenės reguliavimo sistema.

Anot A. Raipos, viešoji politika – tai oficialių asmenų, valdžios institucijų elgsena („Viešoji politika dažniausiai apibūdinama kaip valstybės valios išraiška valdžios veikla ir tos veiklos priežastys, sprendimų priėmimo ir jų įgyvendinimo motyvacija. Kitais žodžiais tariant, terminas viešoji politika dažniausiai vartojamas apibūdinant valdžios institucijų, oficialių asmenų elgseną, veiksmus, veiklos kurso pasirinkimą ir praktinį jo įgyvendinimą politikos procese“ (Raipa, 2002: 11). Viešąją politiką „domina, kaip problemos iškeliamos ir artikuliuojamos ir kaip jos įtraukiamos į politikos darbotvarkę“ (Parsons, 2001: 14). Problemos, kaip vienas viešosios politikos objektų, minimas ir kitame šaltinyje: „Viešoji politika – tam tikras vyriausybės veiksmų kursas arba planas spręsti tam tikras problemas ar siekti tikslų“ (PMEŽ, 2007: 154).

Dėl minėtųjų valdžios institucijų ir oficialių asmenų veiklos viešoji politika yra svarbi visuomenei, nes nuo jų sprendimų priklauso visuomenės gyvenimas, galų gale – ir gyvenimo kokybė, kadangi viešoji politika veikia viešosiose srityse.

Šios sritys, pagal W. Parsons, yra viešasis interesas, viešoji nuomonė, viešoji teisė, viešasis sektorius, viešoji sveikata, net viešosios skolos ar viešieji tualetai (plg. Parsons, 1995: 20). „Galėtume teigti, kad „viešoji politika“ turi veikti šiose srityse, kurios yra sudarytos kaip „viešos“ (Parsons, 1995: 20), todėl „visa, kas daroma sprendžiant visuomenės problemas, dažnai adresuojama viešajai politikai,

nors neretai problemos sprendžiasi stichiškai, visai neįtakojant arba net priešinant politikos dalyviams“ (Raipa, 2002: 13). Kad problemos būtų sprendžiamos, jas visuomenė turi suvokti: tai politikams yra svarbu: „<...> tai, kaip visuomenė suvokia problemas, labai veikia jos reakciją į viešąją politiką“ (Parsons, 2001: 455). Tas pats autorius, W. Parsons, teigia, kad „Viešoji nuomonė turi tokią pat reikšmę politinei rinkai, kokią vartotojas – ekonominei. Galima teigti, kad demokratijos sąlygomis viešoji politika yra viešosios nuomonės funkcija“ (Parsons, 2001: 111).

Taigi, viešoji politika yra visų pirma visiems prieinama; tai – valstybės valios išraiška. Viešėjai politikai svarbios visuomenės problemos; ji veikia viešosiose srityse (viešoji nuomonė, viešasis sektorius ir pan.).

1. 3. Lietuvos savivaldos institucijos

Lietuvos savivaldybės administracija yra savivaldos vykdomasis organas ir „Tiesiogiai su valstybės institucijomis paprastai neturi daug reikalų“ (Lazdynas, 2005: 61), tačiau savivaldybės taip pat yra valstybinės institucijos, turinčios atstovaujамąją ir vykdomąją institucijas.

Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymas savivaldybę apibrėžia taip: „Savivaldybė – valstybės teritorijos administracinis vienetas, turintis juridinio asmens statusą bei Lietuvos Respublikos Konstitucijos laiduotą savivaldos teisę, įgyvendinamą per savivaldybės tarybą“ (http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=240620). Kadangi darbe vartojamas žodžių junginys „savivaldos institucija“, yra tikslinga aptarti ir jo reikšmę. Pagal tą patį įstatymą šis žodžių junginys aiškinamas taip: „Savivaldybės institucijos – atstovaujamoji institucija, tai yra savivaldybės taryba, ir vykdomoji institucija, tai yra savivaldybės administracijos direktorius, turinčios vietos valdžios ir viešojo administravimo teises ir pareigas. Savivaldybės institucijos yra atsakingos už savivaldos teises ir savo funkcijų įgyvendinimą bendruomenės interesais“ (http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=240620). Atstovaujамąją instituciją „apibendrintai galima vadinti taryba, renkama kas ketverius metus, bei vykdomąją instituciją – merą <...>“ (Mačiulytė, Ragauskas, 2007: 51). Iš apibrėžimų matyti, kad savivaldybė – tai administracinis vienetas, o savivaldos institucija – tai administracijos direktorius, savivaldybės taryba – t. y., tai, kas savivaldybėje veikia.

Lietuvoje šiuo metu yra šešiasdešimt savivaldybių.

Vietos savivaldos esmė – „vietos valdymas, vietos taryba ir išrinkti tarybos nariai yra vieninteliai valdymo institutai, atsakingi už bendruosius ir viešuosius savivaldybės interesus“ (Žilinskas, 2005: 412). Tuo tarpu savivaldos paskirtis – „priartinti viešųjų reikalų tvarkymą prie gyventojų, įteisinti jų vaidmenį ir reikšmę tvarkant viešuosius reikalus, ugdyti gyventojų pilietiškumą“ (Indriūnas, Makštutis, 2008: 183).

Savivaldybių vaidmuo yra ypač svarbus gyventojams, kadangi jos yra atsakingos už daugelį dalykų, paliečiančių kiekvieną visuomenės narį. Kaip teigia J. Mačiulytė ir P. Ragauskas, vietos savivaldybės yra atsakingos „už ikimokyklinį ir pradinį ugdymą, pirminę sveikatos priežiūrą, socialines bei kultūrinės paslaugas, prižiūri ir plėtoja infrastruktūrą (vietinius kelius, vandentiekį, vandens valymo įrenginius ir t. t.), organizuoja civilinę ir priešgaisrinę saugą“ (2007: 51). Kad apie jos vykdomą veiklą ir atliekamas funkcijas sužinotų savivaldybės gyventojai, ji turi apie tai komunikuoti. Tokia komunikacija paprastai atliekama vykdant gerus ryšius su žiniasklaidos priemonėmis.

1. 4. Ryšių su visuomene samprata

Prieš pradėdant kalbėti apie ryšius su visuomene ir jos vykdomas veiklas valdžios institucijose, savivaldybėse, verta aptarti ir pačių ryšių su visuomene sampratą.

Visų pirma, ryšiai su visuomene yra „komunikacijos forma. Ji taikoma kiekvienai organizacijai – tiek komercinei, tiek nekomercinei, privačiajame ar viešajame sektoriuje“ (Jefkins, 1998: 1-2), o komunikacija – „tai pokalbis, televizija, informacijos platinimas, literatūros kritika ar mūsų šukuosena <...>“ (Fiske, 1998: 15).

Įvairių terminų sąvokas aiškinančiame tinklalapyje www.techno-science.net ryšiai su visuomene apibrėžiami kaip „visuma bendravimo technikų, nulemiančių teigiamą asmens, valstybinės ar privačios organizacijos įvaizdį. Jos kuria pasitikėjimą, pagarbą ir narystę tarp verslo, prekės ženklo ir įvairiapusių publikų. Ryšiai su visuomene gali palaikyti ryšius su žiniasklaida, arba atvirkščiai, generuoti santykius su spauda“ (<http://www.technoscience.net/?onglet=glossaire&definition=4229>).

„Ryšiai su visuomene – išskirtinė vadybos funkcija, padedanti sukurti ir palaikyti abipusės komunikacijos, supratimo, pripažinimo ir bendradarbiavimo tarp organizacijos ir jos publikų veiklos kryptis; jo dalis yra problemų ir temų vadyba; padeda organizacijos vadovybei gauti informaciją apie visuomenės nuomonę ir reaguoti į ją; apibrėžia ir akcentuoja vadovybės atsakomybę tarnauti visuomenės interesui; padeda vadovybei sekti bei pasinaudoti pokyčiais, tarnauja kaip išankstinio perspėjimo sistema, padedanti numatyti tendencijas“ (Ulinskaitė, 2005)

Kanadoje esančio Monrealio universiteto mokslininkai ryšius su visuomene aiškina taip: „Ryšiai su visuomene yra valdymo ir komunikacijos funkcija ir kryptis, požymis, kurio dėka viešas ar privatus organizmas siekia nustatyti, išlaikyti ir skatinti pasitikėjimo ryšius tarp šių organizmų ir jų vidinių bei išorinių publikų. Svarbu žinoti jų teises, poreikius ir lūkesčius, visa tai nukreipiant į publikos interesus“ (<http://www.fep.umontreal.ca/rp/rp.html>).

„Ryšiai su visuomene yra tikslingos, suplanuotos ir nepertraukiamos pastangos užmegzti ir palaikyti tarpusavio supratimą tarp organizacijos ir jos auditorijų“ (Britų visuomenės nuomonės institutas <...>). Ryšiai su visuomene yra nepertraukiamos, sistemingos vadybos pastangos, kuriomis privačios ir visuomeninės organizacijos siekia suprasti, užjausti ir padėti toms visuomenės grupėms, su kuriomis jos turi arba tikisi turėti ryšių“ (Danijos ryšių su visuomene klubas <...>)“ (D. L. Wilcox et al., 2007: 19-20).

Taigi, matyti, kad ryšiai su visuomene suprantami kaip komunikacijos kryptis, kuri apima tokias veiklas kaip organizacijos įvaizdis, ryšiai su spauda, su žiniasklaida, konferencijų organizavimas, dokumentų rengimas ir pan. Dažniausiai, apibūdinant ryšius su visuomene, pabrėžiama ir vadybos funkcija.

1. 4. 1. Ryšiai su visuomene ir rinkodara

Komunikacijos mokslų dalis yra ryšiai su spauda, ryšiai su visuomene, lobizmas, rašytinė komunikacija, finansinė komunikacija, krizių komunikacija, renginiai, debatų vedimas, kūryba ir leidyba, RSV mokymai. Nors valstybinėse institucijose rinkodara (*marketingu*) nėra vykdoma, bet ryšiai su visuomene yra dažnai siejami ar netgi painiojami su šiuo mokslu. Todėl darbe verta šias dvi mokslo šakas trumpai aptarti, jas palyginti ir išryškinti jų skirtumus bei panašumus.

D. L. Wilcox ir kiti mano, kad RSV ir rinkodaros funkcijos – labai persipynusios: „Ir ryšių su visuomene, ir rinkodaros pagrindinis tikslas yra užtikrinti organizacijos sėkmę ir jos ekonominių ilgaamžiškumą“, tačiau skirtumus išvelgti nėra labai sudėtinga: „<...> ryšių su visuomene specialistai rūpinasi santykių kūrimu ir organizacijos gerovės puoselėjimu; rinkodarininkams rūpi klientai bei gaminių ir paslaugų pardavimas“ (Wilcox et al., 2007:27). Dar vienas skirtumas tarp RSV ir rinkodaros – pirmiesiems svarbiausia formuoti teigiamą įvaizdį apie organizaciją, o antriesiems – parduoti: „Marketingas pirmiausia siekia parduoti – skatinti vartotojus pirkti prekę ar produktą, kelti paklausą. <...> Ryšių su visuomene uždavinys yra formuoti teigiamą požiūrį į organizacijos veiklą <...>“ (Palaitytė, 2006: 9).

Ryšiams su visuomene svarbiausia auditorijos, o rinkodarai – vartotojai; RSV dažniausiai taikoma ne verslo organizacijose, o rinkodara – atvirkščiai. „Rinkodaros ir reklamos specialistai kalba apie „tikslines rinkas“, „vartotojus“ ir „klientus“. Ryšių su visuomene specialistai – apie „žmonių grupes“, „auditorijas“ ir „akcininkus“. Tai gali būti bet kokios grupės, kurioms organizacija turi įtakos arba kurios daro įtaką pačiai organizacijai“ (Wilcox et al., 2007: 27).

1. 4. 2. Ryšiai su visuomene ir lobizmas

Dar viena sritis, glaudžiai susijusi su RSV, yra lobizmas. Šiuo atveju lobizmas darbe aptariamas dėl to, kad jis dažnai daro įtaką politikams, valdžios atstovams.

„Lobizmas [angl. *lobbying*], verslininkų grupių interesų gynimas įv. būdais darant įtaką politikams, ypač parlamento nariams“ (<http://www.tzz.lt/l/lobizmas>), lobizmas – „tai procesas, kurio metu apsikeičiama informacija, ir grupės, organizacijos ar jos dalies nuomonė perduodama valdžios pareigūnams (tiek išrinktiems, tiek paskirtiems pareigūnams), turint pagrindinį tikslą – daryti įtaką, kad būtų priimtas teisingas sprendimas <...>“ (Palaitytė, 2006: 63). „Siekimas daryti įtaką valdžios struktūrų ir kai kurių jos atstovų sprendimams, įstatymų projektų priėmimui yra lobizmas“ (Mamedaitytė, 2003: 14). Lobizmu siekiama „tokių pačių tikslų kaip ir ryšiais su vyriausybe ar viešaisiais reikalais ir dažnai šias veiklas sunku atskirti“ (Wilcox et al., 2007: 314), tačiau jos turi tam tikrų skirtumų.

Didžiausias lobizmo ir RSV panašumas – „informuoti ir įtikinti visuomenę, kad organizacijos požiūris teisingas“ (Wilcox et al., 2007: 314), bei žiniasklaidos naudojimas, tačiau lobisto veikla – „panaikinti, priimti ar pakeisti įstatymą ir reguliavimo agentūrų politiką“ (ten pat), o RSV veikla, kaip jau buvo minėta, yra bendrauti su žiniasklaida, kurti teigiamą įvaizdį, valdyti krizes ir pan.

Galima išskirti tokias lobistinės taktikos kategorijas:

- „Tiesioginė komunikacija tarp lobistų ir valdžios atstovų;
- Metodai, kai interesų grupės lobistine veikla užsiima skatindamos masių aktyvumą (pvz.: visos visuomenės ar didesnės jos dalies);
- Grupės gali bandyti pakeisti vyriausybės politiką, paveikdamos visuomenės nuomonę ar net lemdamos rinkimų rezultatus“ (http://aivaweb.lt/images/1697/lobizmo_strategija.pdf). Tuo tarpu ryšiai su visuomene nekeičia vyriausybės politikos, bet ją viešina, tačiau tiek ryšiai su visuomene, tiek lobizmas veikia visuomenės nuomonę ir skatina komunikaciją.

Tiek lobizmas, tiek RSV gali veikti visuomenės nuomonę: „Vienas didžiausių profesinių asociacijų prezidentų yra pasakęs: „Lobizmas leidžia suvokti politikos klausimus ir įmonių problemas. Lobistai pateikia tikrovę (kuri yra arčiausiai realybės), leidžia prisitaikyti politikams ir naujiems teisės aktams“ (Jean-Paul Charié, p. 6).

Taigi, RSV ir lobistų veiklos, nors ir panašios, daug kuo skiriasi: ir viena, ir kita veikla siekia veikti visuomenės nuomonę, informuoti, tačiau lobistai labiausiai „rūpinasi“ įstatymais (bei veikia valdžios institucijų veiksmus) , o RSV specialistai – įvaizdžiu, ryšiais su žiniasklaida (RSV veikia valdžios institucijose).

1. 5. Ryšiai su visuomene ir komunikacija valstybinėse institucijose

Pradedant kalbėti apie ryšius su visuomene valdžios institucijose, yra tikslinga aptarti esminius skirtumus tarp privačiojo ir viešojo sektorių. W. Parsons lygina viešąjį sektorių su ne pelno sektoriumi. Autorius teigia, kad viešasis sektorius užsiima veikla, kuri yra griežčiau ribojama, jame dirba daugiau žmonių bei jis veikia visuomenę:

- susiduria su daug sudėtingesnėmis ir dviprasmiškesnėmis užduotimis
- turi daugiau problemų įgyvendinant sprendimus
- dirba daugiau žmonių su įvairesnėmis motyvacijomis
- yra daugiau susijęs su galimybėmis ar gebėjimais
- yra daugiau susijęs su rinkos nepakankamumo kompensavimu
- užsiima veikla, kuri turi labiau simbolinę reikšmę
- yra griežtesni įsipareigojimų ir teisėtumo standartai
- turi didesnę galimybę atsakyti į klausimus, sąžiningumas
- turi veikti arba veikia viešąjį interesą
- turi išlaikyti minimalias valstybės paramas daugiau nei privačiame sektoriuje (Parsons, 1997: 230).

Tuo tarpu ne pelno organizacijoms reikalinga daugiau specialistų, jos tarnauja ne visuomenei, o organizacijoms, jos turi daugiau suvaržymų:

- pelno nebuvimas
- tendencija tarnauti organizacijoms
- daugiau tikslų ir strategijų suvaržymų
- didesnė priklausomybė nuo klientų ir finansinių išteklių

- didesnis specialistų dominavimas
- atskaitomybė, kuri skiriasi nuo privačios / pelno organizacijos (ten pat).

Valdžios institucijos skiriasi nuo verslo organizacijų: „valdžios įstaigos skiriasi nuo firmų, kurioms būdinga griežtesnė reglamentuota vidinė atskaitomybė ir atsakomybė“ (Raipa, 1999: 95), vadinasi, skiriasi ir jų interesai komunikuoti su žiniasklaidos priemonėmis, taip pat – ir ryšiai su visuomene.

W. Parsons teigimu, viešasis sektorius turi veikti viešąjį interesą. Valdžios institucijos taip pat yra skirtos tarnauti žmonėms. Taip mano S. M. Cutlip, A. H. Center ir G. M. Broom: „Valdžios institucijos yra skirtos teikti paslaugas, kitaip būtų nerealu piliečiams suteikti tokias paslaugas kaip policijos ir gaisrininkų pagalba, gamtos apsauga, krašto apsauga, transporto sistemos, teisingumo sistemos, socialinės programos, nacionaliniai muziejai“ (Cutlip, 2001: 488). Kad visuomenė sužinotų apie tai, kokias paslaugas teikia valstybinės institucijos, yra būtina komunikacija.

Komunikacinį pagrindą, kaip svarbų informacijos nešėją apie instituciją ir apskritai visuomenės formavimosi būdą kalba A. Augustinaitis: „Kodėl atsitinka taip, kad šiuolaikiniame (suprask – globaliajame, postmoderniajame, technologiskajame, informaciniame, žinojimo) pasaulyje valdžia ir valdymas tampa viešojo diskurso formuotoju? Tikriausiai svarbiausia priežastis yra ta, kad patys visuomenės santykiai įgyja komunikacinį pagrindą. Jau ne kartą teko nagrinėti, kaip socialinius visuomenės sandaros kriterijus vis labiau veikia komunikaciniai diskursai <...>“ (Augustinaitis, 2006: 22), o Jean-Marie Cotteret teigia, kad komunikuoti politikams yra nepaprastai svarbu: „Galima teigti, kad politinė komunikacija politikoje yra tokia reikalinga, kaip žmogui kraujas“ (Cotteret, 1973: 10). Tuo tarpu J. Razumaitė didėjančią komunikacijos svarbą politikoje priskiria globalizacijai: „Šiandien politinėje sferoje vykstantiems pokyčiams įtaką daro globalūs procesai, informacinių technologijų plėtra. Ideologinę politikos esmę keičia komunikacinė. Dėl to kyla įvairių minčių politikams, žurnalistams, akademikams“ (Razumaitė, 2005: 102).

Matyti, kad komunikacija ir valstybinės institucijos yra neatsiejamos: „Politikoje komunikacija virsta vienu iš pagrindinių valios reiškimo ir jos įgyvendinimo instrumentų. Nes dabar be komunikacijos nėra nei politikos, nei politiko“, – teigia politologas Lauras Bielinis (2005: 10). Kitas lietuvių mokslininkas, Arūnas Augustinaitis, apie komunikaciją ir valdymą kalba kiek kitaip – jis teigia, kad patį valdymą reikia suprasti kaip komunikacijos vadybą: „<...> vienas iš esminių valdžios, o tiksliau – valdymo kaitos <...> bruožų yra viešojo valdymo kaip komunikacijos vadybos supratimas. Valdymas yra ne tik viena iš sričių, kurios patiria „viešybės sprogo“ padarinius, bet būtent ypatinga sritis, kuri lemia apskritai viso komunikaciškai susieto gyvenimo ir jo viešųjų raiškų plėtrą“ (2006: 22).

Komunikacijos vadyba leidžia net pakeisti veiklą: „prireikus organizacija yra ne tik pasiryžusi keisti savo prisistatymą visuomenei, bet ir patį veiklos pobūdį“ (Gudonienė, 2006: 84).

Valstybinių institucijų komunikacija dažniausiai vykdoma per ryšius su visuomene. Geri RSV yra neatsiejami nuo valdžios: „Vyriausybė paliečia kiekvieną visuomenės dalį ir iš esmės kiekvienas vyriausybės aspektas yra glaudžiai susijęs ir priklausomas nuo ryšių su visuomene“ (Cutlip, 2001: 488). A. Davis ir kiti pabrėžia, kad ryšiai su visuomene yra labai svarbūs politikams – tiek nacionalinės, tiek regioninės, tiek vietinės – reikšmės, nes būtent RSV padeda jiems būti matomiems rinkiminių kampanijų metu (plg. Davis, 2004: 133). Su autoriumi galima sutikti, kadangi bene kiekvieno politiko pagrindinis tikslas – rinkimai. Tačiau bet koku atveju politikai turi rūpintis teigiamu tiek savo, tiek ir institucijos įvaizdžiu ne tik rinkimų metu.

S. M. Cutlip, A. H. Center ir G. M. Broom lygina demokratijos tikslus su ryšių su visuomene tikslais ir teigia, kad „Sėkminga demokratinė vyriausybė palaiko atsakomuosius santykius su rinkėjais, pagrįstais supratimu ir dvišale komunikacija“ (Cutlip, 2001: 488). Vadinasi, ryšiai su visuomene valstybinėse institucijose turi būtinai turėti grįžtamąjį ryšį – institucija turi ne tik teikti informaciją apie savo veiklą, bet ir klausytis visuomenės poreikių.

1. 6. Ryšių su visuomene valstybinėse institucijose tikslai ir funkcijos

Ryšių su visuomene tikslai ir funkcijos valstybinėse institucijose ir nevalstybinėse organizacijose skiriasi. Nors ir vienoje, ir kitose institucijose svarbiausia yra komunikacija bei tikslas „pakeisti neigiamą požiūrį į teigiamą, nežinojamą pakeisti žinojimu“ (Nugaraitė, 1999b: 12), išvelgiama ir skirtumų. Valstybinių RSV tikslai nuo nevalstybinių organizacijų tikslų skiriasi tuo, kad čia žiniasklaida svarbi ne tik kaip informavimo, bet ir bendradarbiavimo priemonė. Bet kokioje kitoje organizacijoje žiniasklaida atlieka įvaizdžio palaikymo funkciją, o čia ji – tarsi tarpininkas tarp institucijos ir visuomenės. Dar vienas skirtumas, išryškėjantis tarp organizacijos ir valstybinės institucijos RSV – atstovavimas visuomenei. Tai labai svarbu savivaldos institucijoms ir ne tiek – kitoms organizacijoms. Dažniausiai nevalstybinės organizacijos siekia pelno, o valstybinėms kur kas svarbiau būti atviroms visuomenei.

S. Mamedaitytė pateikia tokius organizacijos ryšių su visuomene tikslus:

- „kurti ir skleisti teigiamą organizacijos įvaizdį;
- kurti, palaikyti, prireikus – gelbėti organizacijos reputaciją;

- informuoti apie organizacijos veiklą, jos produktus bei paslaugas;
- užtikrinti visuomenės palaikymą;
- užtikrinti ir didinti finansavimą;
- didinti paklausą ir matomumą;
- palaikyti grįžtamąjį ryšį;
- koreguoti organizacijos strategiją ir taktiką“ (Mamedaitytė, 2003: 8-9).

Tuo tarpu D. L. Wilcox ir kiti kalba apie valstybinių institucijų teikiamos informacijos tikslus. Jie yra tokie: „1. Informuoti visuomenę apie visuomeninius reikalus <...>. 2. Naudojant tinkamas visuomenės informavimo priemones didinti agentūrų darbo efektyvumą <...> 3. Suteikti grįžtamąjį ryšį vyriausybės administracijoms, kad šios galėtų koreguoti, gerinti ir tęsti savo programas. 4. Patarti vadovams, kaip sprendimą ar programą geriausiai išplatinti kuo didesniai piliečių skaičiui. 5. Veikti kaip ombudsmenas. Atstovauti visuomenei ir išklausti jos atstovus. Užtikrinti, kad asmeninės mokesčių mokėtojų problemos būtų tinkamai išspręstos. 6. Administratorius ir biurokratus šviesti apie žiniasklaidos svarbą ir kaip dirbti su žiniasklaidos atstovais“ (2007: 324). Matyti, kad pats pagrindinis tikslas tiek vyriausybinuose RSV, tiek organizaciniuose – informuoti visuomenę.

Apie informavimo funkciją kalba ir daugelis kitų autorių. Pavyzdžiui, Antony Davis teigia, kad „Ryšiai su visuomene Vyriausybėje turi dvi pagrindines užduotis – reguliariai teikti informaciją apie politiką, planus ir atitinkamo departamento pasiekimus bei informuoti ir šviesti publiką apie įstatymų leidimą, nuostatas ir viską, kas veikia žmonių gyvenimą (Black, 1989)“ (Davis, 2004: 131). Tą pačią informavimo funkciją pabrėžia ir D. L. Wilcox ir kiti bei S. M. Cutlip ir kiti. Tik čia dar išryškėja ir piliečių dalyvavimo politikoje svarba bei bendradarbiavimas: „Vyriausybės komunikacija visada buvo reikalinga piliečiams informuoti apie esamas paslaugas ir kaip jomis naudotis. Demokratinėje valstybėje visuomenės informavimas yra būtinas, kad piliečiai galėtų spręsti apie savo išrinktųjų atstovų politiką ir veiksmus. Suteikiant informaciją tikimasi, kad piliečiai turės pakankamai žinių, kad galėtų aktyviai dalyvauti formuojant vyriausybės politiką“ (Wilcox et al., 2007: 324). „Iš viso vyriausybės ryšių su visuomene tikslai turi tris bendrybes:

1. Informuoti rinkėjus apie vyriausybės agentūrų veiklą
2. Užtikrinti aktyvų bendradarbiavimą vyriausybės programose
3. Skatinant piliečių paramą, pripažinti politikus ir programas“ (Cutlip, 2001: 491).

Iš esmės su tokia minėtų mokslininkų nuomone sutinka ir lietuvių autorė Audronė Nugaraitė, kuri teigia, kad „Valdžios institucijų ryšių su visuomene paskirtis – viešai pateikti kuo daugiau reikalingos informacijos, kuri įgalintų visuomenę teisingai įvertinti priimamus sprendimus“ (Nugaraitė,

1999a: 13). Matyti, kad svarbiausia RSV funkcija valstybinėse institucijose – suteikti gyventojams reikalingą informaciją apie institucijos ir konkrečių darbuotojų veiklą, pasiekimus, planus.

Čia pat išryškėja skirtumas tarp įmonių, organizacijų ir valdžios institucijų, kadangi pirmosioms rūpi ne tiek informuoti, kiek rūpintis teigiamu įvaizdžiu (net ir melo pagrindu). Valstybės institucijų ryšių su visuomene tikslai „gali varijuoti nuo agentūros iki pagrindinės vyriausybės ryšių su visuomene agentūros, pagrįstos dviem pagrindinėmis prielaidomis: 1) kad demokratinė vyriausybė turi pranešti apie savo veiklą piliečiams ir 2) kad efektyvi vyriausybės administracija reikalauja piliečių dalyvavimo ir paramos“ (Cutlip, 2001: 491).

Ryšiai su visuomene valstybinėse institucijose taip pat yra tarpininkas tarp institucijos ir gyventojų. „Ryšių su visuomene darbo sudėtingumas yra akivaizdus vietos valdžios institucijose. Šis lygmuo yra arčiausiai rinkėjų savo paslaugomis ir išrinktų pareigūnų pasiekiamumu. Be to, didėja kaimyninio lygio aktyvistų grupių įtaka vietos valdžios institucijų valdyme“ (Cutlip, 2001: 489). Pasak Liutauro Ulevičiaus, RSV yra tokie įtakingi, kad gali pakeisti net valstybinių institucijų planus: „Planinga ir gerai organizuota ryšių su visuomene taktika gali užtikrinti daug geresnius rinkodaros veiksmų rodiklius, visiškai skirtingų vartotojų nuomonę, o kritiniais atvejais – net valdžios institucijų sprendimus“ (Ulevičius, 2006: 84-85).

Brooke Fisher Liu, J. Suzanne Horsley straipsnyje „The Government Communication Decision Wheel: Toward a Public Relations Model for the Public Sector“ pateikė penkis viešojo sektoriaus ryšių su visuomene modelius. Autoriai pateikia ir du modelius, skirtus valstybinių institucijų ryšiams su visuomene. Tai – vyriausybės komunikacijos proceso modelis ir viešojo sektoriaus krizių komunikacijos sintezės modelis. Pirmasis kalba apie informavimo strategijas, antrajame aptariami bendri komunikacijos elementai.

Kiekvienas modelis aptariamas plačiau:

- „Vyriausybės komunikacijos proceso modelis. „Modelis numato keturias pagrindines informavimo strategijas, kurias valstybės pareigūnai gali naudoti, siekdami sustiprinti savo institucijos įvaizdį: pajamų mokesčio informacija, informacijos skleidimas, specialių renginių organizavimas, ir visuomenės įtikinimas. <...> Vyriausybės komunikacijos proceso modelis yra vertingas, nes jis apima tiek vidaus, tiek išorės ryšius ir adresuojamas kai kuriems viešojo sektoriaus aplinkos bruožams (pvz., žiniasklaidos tikrinimui, visuomenės labui, ir teisiniams apribojimams). Tačiau modelis neįtraukia politikų ir federalizmo poveikio viešajame komunikacijos sektoriuje.
- Viešojo sektoriaus krizių komunikacijos sintezės modelis. „Nors šis modelis būdingas krizinėms situacijoms, jis pabrėžia visas viešojo sektoriaus komunikacijos bendrus elementus:

tarpinstitucinis išskyrimas ir politinių veiksmų koordinavimas. Sintezės modelis apima šešis tarpusavyje susijusius etapus: ryšių su visuomene pastangas, identifikavimą ir pasirengimą potencialioms krizėms, vidinius mokymus ir repeticijas, krizės atveju – ryšių su visuomene pastangų, įvertinimo ir peržiūros procedūras bei tarpinstitucinio ir politinio koordinavimo analizę. Per visus šiuos etapus, organizacijos vidaus ir išorės aplinka daro įtaką organizacinei elgsenai ir sprendimų priėmimui. Horsley ir Barker's modelis yra ribotas, nes sutelkia dėmesį tik į vyriausybės krizių komunikaciją. Modelis taip pat neapima keleto svarbių vyriausybės komunikacijos požymių, tokių kaip grįžtamojo ryšio galimybės suteikimas piliečiams, teisiniai apribojimai, ir susitelkimas į viešuosius interesus“ (B. Fisher Liu, J. S. Horsley, 2007: 381-382).

Taigi, matyti, kad valstybinėms institucijoms yra svarbu informuoti visuomenę, o nevalstybinėms – pritraukti kuo daugiau pelno. Iš pateiktų modelių galima išvelgti tą patį: vyriausybės komunikacijos proceso modelis pabrėžia informavimą, o viešojo sektoriaus krizių komunikacijos sintezės modelis kalba apie krizių valdymą, kuris taip pat yra svarbus ne tik valstybinėms institucijoms, bet ir pelno siekiančioms organizacijoms.

1. 7. Ryšių su visuomene specialistas valstybinėse institucijose

Valstybinėse institucijose dirbantys ryšių su visuomene specialistai atlieka kiek kitokias funkcijas nei dirbantieji kitose organizacijose. Visų pirma, bet kokia veikla viešajame sektoriuje turi būti efektyvi: „Efektyvumas viešajame sektoriuje – kompleksinė problema, reikalaujanti kompleksiško sprendimų, tiekiant viešąsias paslaugas“ (Vanagas, 2006: 163). RSV – taip pat viešoji paslauga, ir ji taip pat turi būti tiekiamą efektyviai.

Kad efektyviai dirbtų RSV sferoje, nepriklausomai nuo to, kokia RSV veikla užsiima, specialistas turi turėti tokias savybes:

1. „Žinoti savo veiklos sferą. Turi žinoti verslo sferas, paskutines tendencijas. Įvairių procesų supratimas – raktas į sėkmingą veiklą.
2. Valdyti komunikacines žinias. Suprasti masinių informacijų darbo procesą. Turi būti geros sociologijos žinios. Ne mažiau svarbi vertybė yra žurnalistinių gebėjimų valdymas (teksto, kalbos rašymas, spaudos rinkiniai, ryšiai su žiniasklaida).
3. Turėti techninių žinių. Reikia mokėti naudotis kompiuteriu, įvairiomis programomis, dirbti internetu.

4. Turėti platų akiratį. Žinoti pasaulinius ir šalies įvykius.
5. Turėti supratimą apie biurokratiją. Neturėdami supratimo, kaip dirba biurokratinis aparatas, negalėsite padaryti taip, kad jis dirbtų jums.
6. Turėti vadovavimo įgūdžių. Neturint tokių įgūdžių, nerealu pasiekti aukštos padėties kompanijoje ir priversti kitus išklaudyti ir priimti jūsų pažiūras.
7. Būti bendraujančiu. Kiekvienas darbuotojas, tuo labiau vadovas, turi žinoti, kad jūs visada pasiruošę padėti, išklaudyti, duoti gerą patarimą.
8. Užsitarnauti pasitikėjimą. Dažnai prireikia susidurti su situacija, kada klientas arba vadovas jums patiki konfidencialią informaciją. Negalima jos viešinti kitiems, kadangi vėliau prarasite pasitikėjimą“ (Ignatjev, Beketov, 2004: 91). Šias taisykles galima pritaikyti bet kurios srities RSV specialistui, kadangi visiems yra svarbu išmanyti komunikaciją, mokėti vadovauti ir, galų gale, naudotis kompiuteriu.

Taigi, valstybinių institucijų RSV specialistų pareigos nuo nevalstybinių organizacijų darbuotojų skiriasi tuo, kad pirmieji labai glaudžiai bendrauja su žiniasklaida (rašo pranešimus spaudai, ruošia spaudos konferencijas ir kt.). Antra, ryšius su visuomene ne visuomet vykdo ryšių su visuomene specialistas: Lietuvos valstybinėse institucijose tokia veikla užsiima ryšių su visuomene skyrius, visuomenės informavimo skyrius, informacijos ir spaudos skyrius, spaudos tarnyba, informacijos analizės skyrius, ryšių ir informacijos skyrius (plg. Nugaraitė, 1999a: 13).

Ph. Lesly patvirtina teiginį, kad RSV veikla skirtingose institucijose skiriasi: „Vyriausybės ryšių su visuomene specialistų pareigos truputį skiriasi nuo verslo kolegų. Jie rašo pranešimus spaudai ir informacinius dokumentus, tikrina žiniasklaidą, organizuoja spaudos konferencijas, ruošia informaciją spaudai, rengia vaizdo įrašus, atsako į žurnalistų klausimus ir ruošia informacinius biuletenius. Jie taip pat turi padaryti taip, kad jų viršininkai atrodytų gerai“ (Lesly, 1997: 667). Ryšių su visuomene specialistas verslo organizacijoje atlieka tokias funkcijas: jis – tarpininkas tarp organizacijos, kurią jis atstovauja, ir visų su organizacija susijusių publikų (išorinė komunikacija); vienas svarbiausių darbuotojų, sugebančių efektyviai strateguoti ir vykdyti vidinę komunikaciją; tai žmogus, platinantis apie organizaciją informaciją, padedančią visuomenei geriau suprasti organizacijos vykdomą politiką; padeda bendrovėms ir organizacijoms kurti ir palaikyti gerus santykius su visuomene (plg. Nugaraitė, 1999a: 19). Skirtumai yra akivaizdūs – valstybinių RSV specialistai labiausiai rūpinasi informacijos teikimu ir bendradarbiavimu su žiniasklaida, o verslo – informacijos platinimu apie pačią organizaciją, vidinės komunikacijos strategavimu.

Tuo tarpu D. L. Wilcox ir kiti teigia, kad RSV specialistai ir visuomenės informavimo specialistai vykdo tokią pačią veiklą ir ji nelabai kuo skiriasi: „Visuomenės informavimo specialistai ir viešųjų reikalų darbuotojai vykdo tą pačią veiklą kaip ryšių su visuomene darbuotojai nevyriausybinėse organizacijose: atsakinėja į spaudos ir visuomenės užklausas, rašo naujienų pranešimus, rengia informacinius biuletenius, rašo kalbas aukščiausio rango pareigūnams ir prižiūri brošiūrų gamybą. Vyresnieji viešųjų reikalų specialistai pataria vadovybei komunikacijos strategijos klausimais“ (Wilcox et al., 2007: 326). Taigi, pagrindinis panašumas – bendravimas su žiniasklaidos atstovais.

1. 8. Atstovas spaudai

Asmuo, atstovaujantis savivaldos institucijoms, dažniausiai vadinamas ryšių su visuomene specialistu arba atstovu spaudai, todėl darbe tikslinga aptarti šios specialybės ypatumus. Teigiama, kad atstovas spaudai – bene svarbiausias asmuo organizacijoje: „Viena iš ryšių su visuomene veiklos sričių yra santykiai su žiniasklaida, <...> todėl galime teigti, jog atstovas spaudai yra viena iš ryškiausių figūrų viešųjų ryšių sistemoje“ (Bartninkaitė, 2005: 105). „Atstovas spaudai tai tarpininkas tarp organizacijos ir visuomenės, – teigia A. Nugaraitė – Šis vaidmuo įpareigoja atstovą spaudai tinkamai atstovauti savo institucijai. Atstovą spaudai visuomenė neretai sutapatina su pačia institucija ir jos pagrindiniu vadovu“ (1999a: 21). Taigi, atstovai spaudai dažniausiai rūpinasi, kad visuomenė sužinotų apie nuveiktus institucijos darbus, kitas naujienas. Kad tai padarytų, jis turi naudotis įvairiomis žiniasklaidos priemonėmis. „Atstovas spaudai kuo įmanoma palankiau pristato atitinkamą organizaciją visuomenei, žiniasklaidai bei naujienas agentūroms“ (<http://www.profesijupasaulis.lt/povol/786.htm>).

Todėl valdžios institucijoms labai svarbu turėti gerą specialistą, kuris sugebėtų ne tik sklandžiai pateikti informaciją, bet ir išsisukti iš keblių situacijų (pvz., krizių metu), tinkamai atstovauti institucijai. Kad nesugadintų organizacijos įvaizdžio, jis privalo puikiai sugebėti atstovauti organizacijai, turėti tam tikrus kontaktus su žurnalistais. Toks pat principas galioja ir savivaldos institucijoms, tik atstovo spaudai vaidmuo ko gero nėra toks įtakingas, kaip nevalstybinių institucijų.

Atstovai spaudai turėtų vadovautis ir tam tikrais principais. Visų pirma, jie neturėtų žurnalistų vertinti kaip priešų (net jei šie akivaizdžiai neteisūs) – jei žurnalistai pamatys, kad atstovas su jais bendrauja ne taip, kaip derėtų, jie gali parengti kritišką publikaciją. Taip pat reikia būti pasiruošus atsakyti į žurnalistų klausimus, pateikti tikslią informaciją. Žurnalistui negalima meluoti! Jei atstovas spaudai nežino, kaip atsakyti į klausimą, žurnalistams reikia pasakyti, kad dominančia informacija bus pasidomėta. Reikia padėti žurnalistams dirbti – iš anksto apgalvoti, kokia informacija jiems gali būti

įdomi, bet tuo pačiu reikia atsiminti, kad žurnalistai visuomet stengsis sužinoti kompromituojančios informacijos. Negali būti sakinio „ne spaudai“ (nebent tai daroma tyčia) – viskas, kas yra pasakoma žurnalistui, yra spaudai (plg. Baršauskienė, Janulevičiūtė-Ivaškevičienė, 2005: 136). Taip pat specialistas turi „sugebėti greitai ir tiksliai perteikti reikalingą informaciją, žinoti informacinių pranešimų reikalavimus bei maloniai bendrauti su žurnalistais“ (Bartninkaitė, 2005: 105).

Pasak A. Nugaraitės, „Lietuvos valdžios institucijų atstovo spaudai darbo efektyvumą lemia objektyvūs ir subjektyvūs veiksniai“. Jie pateikiami tokie:

- Objektyvūs: valdžios institucijų darbo specifiška; materialinių išteklių stygius; įvairių visuomenės grupių neigiamas supratimas apie ryšius su visuomene.
- Subjektyvūs: atstovų spaudai profesinio išsimokslinimo stoka; profesinės patirties stygius; personalijos komunikaciniai gebėjimai ir asmenybės savybės; šios pareigybės statuso ir vaidmens neapibrėžtumas; institucijos vadovo nuostatos ir pasitikėjimas (Nugaraitė, 1999a: 23).

Taigi, atstovas spaudai turi tinkamai atstovauti institucijai, maloniai bendrauti su žurnalistais (kad nebūtų pateikta neigiama informacija), rengti spaudos konferencijas ir rašyti pranešimus spaudai, būti išsilavinęs ir suteikti pasitikėjimą juo ir jo vykdoma veikla.

1. 9. Ryšių su visuomene ir ryšių su žiniasklaida sąveika

Galima teigti, kad ryšiai su žiniasklaida – viena pagrindinių ryšių su visuomene sričių: RSV užmezga santykius su žurnalistais, su jais bendrauja, santykius nuolat palaiko. Žiniasklaida – tarpininkas tarp organizacijos ir visuomenės.

Pirmiausia „žiniasklaida gali būti traktuojama ir kaip publika, ir kaip ryšių su visuomene programos vykdymo priemonė“ (Mamedaitytė, 2003: 39), o pagal Antony Davis, yra daug aspektų, pagal kuriuos galima nusakyti, kas yra ryšiai su žiniasklaida: tai – „sąveika, pagal kurią ryšių su visuomene komunikacija yra filtruojama per žiniasklaidos tarpininkus, tai dažniausiai – redaktoriai, skyriaus redaktoriai, žurnalistai, rašantieji specialistai, fotografai, prodiuseriai, vadovai, pranešėjai, scenaristai ir filmų kūrėjai (Davis, 2004: 8). Autorius teigia, kad „Savo ruožtu žiniasklaidai reikia ryšių su visuomene jiems teikti duomenis ir idėjas, kuriomis būtų galima aprūpinti savo klientus“ (Davis, 2004: 8).

Ryšiai su žiniasklaida – „priemonių ir įrankių visuma, skirta tam tikrą reiškinį, naujieną ar apskritai pasirinktą objektą įdomiai ir patraukliai pateikti viešai visuomenės diskusijai“ (Ulevičius, 2006: 85). Visuomenės informavimo svarbą pabrėžia ir F. Jefkins: „Ryšių su žiniasklaida vaidmuo yra

siekti maksimalaus publikacijų skaičiaus ar RSV informacijos teikimo, siekiant sukurti žinias ir supratimą“ (Jefkins, 1998: 78). Ryšiai su žiniasklaida svarbūs tada, „kai organizacija nori viešai ir neskirdama per daug asmeninio dėmesio minimaliomis išlaidomis pasiekti maksimalią tikslių auditorijų narių dalį“ (Ulevičius, 2006: 84).

Bendradarbiavimas su žiniasklaida gali būti įvairių formų. Tyrime „Techniques outils de la communication institutionnelle“ pateikiamos keturios bendradarbiavimo formos: organizuotumas, sustiprinimas, pasitikėjimo santykių nustatymas ir tinkamų priemonių naudojimas.

Kiekviena bendravimo forma aptariama plačiau:

- **Organizuotumas:** tinklai, sąjungos (bendradarbiaujančios žiniasklaidos grupės gamyboje ir / ar turinio sklaida).
- **Sustiprinimas:** profesionalų formavimasis, aprūpinimas, bendradarbiavimas, laidų rėmimas, dokumentacija, parama kūrybai, kaina ir t.t.
- **Pasitikėjimo santykių nustatymas.**
- **Tinkamų priemonių panaudojimas:** komunikacija su spauda, konferencijos ar spaudos taškai, interviu, spaudos dokumentų rinkiniai, informacinės kelionės, straipsniai, instruktažai ir t.t. („Techniques outils de la communication institutionnelle“). Ši bendravimo su žiniasklaida dalis – bene pagrindinė ir dažniausiai naudojama ne tik savivaldos institucijose, bet ir įvairiose įmonėse.

Dirbant su žurnalistais, yra svarbūs geri tarpusavio santykiai, kitaip jie nebendradarbiaus su įmone ar organizacija. Kad tokie santykiai būtų pasiekti, reikia penkių taisyklių. Jos yra tokios: greitumas, faktų pagrįstumas, atvirumas, teisingumas (bešališkumas) ir draugiškumas.

Greitumas: reikia gerbti žurnalistų spaudos taisykles. Jeigu žurnalistas skambina, kad sužinotų, kodėl kviestasis neatvyko, reikia pakviesti jį kuo skubiau patį (jeigu taip yra po biuro darbo valandų). Kvietimas atvykti rytoj gali būti per vėlus, nes per tą laiką naujiena gali pasklisti ar būti publikuota kitose žiniasklaidos priemonėse.

Faktų pagrįstumas: reikia būti konkrečioms ir pateikti įdomių faktų. Naujienos susideda iš faktų. Žurnalistai vertina dramatišką pateikimą ar anekdotą, kad galėtų iliustruoti pasakytą kalbą. Galima paminėti visų pasakytų faktų šaltinius ar statistiką.

Atvirumas: reikia būti mandagiam. Niekada nemeluoti žurnalistams. Būti kiek įmanoma atviriems ir atvirai atsakinėti į jų klausimus. Jei tai patikrinta, profesionalūs žurnalistai supras ir saugos savo šaltinį.

Bešališkumas / teisingumas: reikia kiek įmanoma labiau išnagrinėti žiniasklaidos teisingumo ir bešališkumo būdus. Iš tiesų, jei žiniasklaida bus nuolat užtariama kitų atžvilgiu, gali būti prarastas pastarųjų pasitikėjimas.

Draugiškumas: kaip ir visi, žurnalistai vertina mandagumą. Patariama įsidėmėti jų vardus, saugoti kontaktą su jais, skaityti, ką jie rašo, sekti jų laidas, padėkoti jiems, kai jie kompensuoja mokymus ir būtinai jiems atsakyti („Techniques outils de la communication institutionnelle“).

Tyrime nurodomi bendri patarimai, kaip elgtis su žiniasklaidos priemonėmis ir jų atstovais, tačiau be jokios abejonės šių patarimų turėtų laikytis ir valdžios institucijų specialistai, bendraujantys su žurnalistais.

D. Richard ir kiti teigia, kad žurnalistai ir RSV specialistai nežiūri vieni į kitus palankiai („Tilley ir Hollings (2008) santykius tarp žurnalistų ir ryšių su visuomene specialistų apibūdino kaip meilės ir neapykantos santykius su patyrusių žurnalistų neatitikimu. Nors žurnalistams dažnai tenka dirbti su ryšių su visuomene specialistais, žurnalistai ir žurnalistikos pedagogai į ryšių su visuomene specialistus nežiūri palankiai <...>“ (Richard et al., 2010: 244), tačiau vystyti ryšius su žiniasklaida yra svarbu dar ir todėl, kad jei nebus bendraujama su žiniasklaida, apie instituciją bus žinoma labai nedaug ar apskritai nežinoma. Tokia yra lietuvių autorės nuomonė: „Labai svarbu valstybinių ir privačių institucijų ryšių su visuomene darbuotojams sugebėti efektyviai bendrauti su žiniasklaida, ypač, kai didžioji mūsų žinių apie tikrovę dalis susijusi su spaudos, radijo ar televizijos pranešimais. Informacija apie įvykius ar asmenybes tik tada tampa visuotiniu įvykiu, kai ji yra pranešama per žiniasklaidos priemones. Vadinasi, galime teigti, kad gaunama tokiu būdu informacija ne tik veikia, bet ir formuoja mūsų nuomonę“ (Nugaraitė, 1999b: 7).

Galima teigti, kad ryšiai su visuomene ir ryšiai su žiniasklaida yra neatsiejami, jei norima, kad visuomenė žinotų apie organizaciją, instituciją ir jos veiklą, kad susidarytų teigiamą nuomonę ir organizacija pasitikėtų.

Ryšių su visuomene ir žurnalistikos panašumai

Yra pastebima, kad visuomenėje žurnalistika ir RSV laikomos giminiškomis specialybėmis, nes jų funkcijos bendrąja prasme iš tiesų panašios: tiek RSV specialistai, tiek žurnalistai siekia informuoti visuomenę, tiek vieni, tiek kiti kuria ir palaiko santykius su tam tikromis institucijomis. Net teigiama, kad „Ryšiai su visuomene jau seniai peraugo savo spaudos agentūrų įvaizdį ir paskelbė save kaip tikrą valdymo funkciją“ (Blake, 1991: 22). Bene pati didžiausia RSV ir žurnalistikos bendrybė – rašymas: „Rašymas yra veikla, būdinga ir ryšių su visuomene specialistams, ir žurnalistams“ (Wilcox et al., 2007:24).

Žiniasklaidos ir RSV specialistų sąveiką galima parodyti ir kitu aspektu – dažnai RSV specialistais dirba žurnalistai. Net ir dabar, Lietuvoje esant ryšių su visuomene studijų programai, dirbti valdžios institucijų RSV skyriuose kviečiami žurnalistai. Tai ne visada gerai, kadangi glaudus politikų ir žurnalistų bendravimas žmonėms nesuteikia pasitikėjimo nei valdžios pareigūnais, nei žurnalistais (plg. Nugaraitė, 1999a: 18). Šių dviejų specialybių panašumus galima išvelgti ir jų skelbiamuose etikos (etika – „mokslas, tiriantis dorovę; žmonių elgesio normos“ (DLKŽ, 2000: 153) kodeksuose, kuriais jie vadovaujasi (ar bent turėtų vadovautis):

Ryšiai su visuomene	Žurnalistika
Elgiasi sąžiningai su publikomis, žiniasklaidos, kitų profesijų atstovais, darbdaviais, klientais, kitais ryšių su visuomene specialistais.	Žurnalistai, viešosios informacijos rengėjai privalo užtikrinti, kad nuomonė būtų reiškiamą sąžiningai ir etiškai , sąžiningai neiškreipiant faktų ar duomenų.
Nenaudoja jokios konfidencialios informacijos, gautos vykdant profesinę veiklą, asmeninei ar kitų asmenų naudai.	ASMENS GARBĖS, ORUMO, PRIVATUMO APSAUGA (straipsnyje nurodomi atvejai, kuomet reikia saugoti konfidencialią informaciją)
Laikosi tikslumo ir teisingumo standartų, vengia neatsakingų pareiškimų ar palyginimų, visada pateikia pasiskolintų iš kitų idėjų ir žodžių nuorodas.	Žurnalistui, viešosios informacijos rengėjui draudžiama plagijuoti kito asmens sukurtą kūrinį.

(<http://www.lzlek.lt/index.php?lang=1&sid=381&tid=329>;

<http://www.lrvs.lt/?id=apiasajunga&idtwo=etika>)

Matyti, kad abiejų specialybių atstovai privalo elgtis sąžiningai su savo publikomis, saugoti konfidencialią informaciją, neatskleisti savo šaltinių tam tikrais atvejais, taip pat ir vieni, ir kiti specialistai privalo pateikti nuorodas, jei naudojosi svetima informacija.

Ryšiai su visuomene ir žurnalistika labiausiai susijusios bendradarbiavimo gija: A. Davis teigia, kad žurnalistai naudojami RSV teikiama medžiaga – jie šia medžiaga užpildo laisvą vietą (Davis A. 2004: 167). Vienas skirtumų, teigiama, yra šališkumas – sakoma, kad RSV šališkas, žiniasklaida – objektyvi: „Siekiant analizuoti ryšių su visuomene specialistų darbo su žurnalistais efektyvumą, labai svarbu įvertinti šių specialybių savitumą ir tikslus: ryšių su visuomene atstovų veiklai būdingas sąlyginai šališkos informacijos skleidimas [kadangi siekiama reprezentuoti atitinkamą organizaciją], o žurnalistų veiklą reprezentuoja platformos viešiemis debatams kūrimo ir viešosios nuomonės gynimo misija“ (Jukėnaitė, 2008: 18). Šis teiginys kiek ginčytinas, nes ne vien ryšių su visuomene atstovai yra šališki, bet ir žiniasklaida ne visada objektyvi – šiandieninėje žurnalistikoje egzistuoja gana didelis šališkumas. Pasak J. Linkevičiūtės-Rimavičienės, žiniasklaida pasitikėti negalima – esą ji kaip tik labai

subjektyvi: „Remiantis epistemologiniais argumentais, žiniasklaida dėl savo subjektyvumo iš dalies praranda galimybę pranešti apie įvykius jų neinterpretuodama. Ar, keliant idealistinius uždavinius žurnalistikai, neverta atkreipti dėmesio į tai, kad spauda nėra laisva nei nuo vidaus problemų ir prieštaravimų, nei nuo išorės jėgų poveikio?“ (Linkevičiūtė-Rimavičienė, 2009: 77).

Šiuolaikinė žiniasklaida, kaip teigia kai kurie mokslininkai, yra nepriklausoma: tai lemia dar didesnę jos galią. Ji tokia galinga, kad „skiria daug dėmesio laisvalaikio veiklai ir pramogoms <...>. Žiniasklaida yra pagrindinė ir besiplečianti industrija, teikianti užimtumą ir ekonominę naudą“ (Denis McQuail. Mass Communication Theory, 1994: 1).

Pasak Liutauro Ulevičiaus, tai įgalina žiniasklaidą pačią spręsti, ką ir kaip rašyti: „Žiniasklaidos nepriklausomumas lemia tai, kad ji pati daugiau ar mažiau sprendžia, kas visuomenei įdomiausia, apie ką ji turėtų informuoti“ (Ulevičius, 2006: 85). Tačiau žiniasklaidos nepriklausomumas – taip pat ginčytinas teiginys, kuris plačiau aptariamas kitame darbo skyriuje.

Vadinasi, tarp RSV ir žurnalistikos vis dėlto galima aptikti dar vieną, galbūt „neoficialią“, bendrybę – subjektyvumą: galima teigti, kad tiek ryšių su visuomene specialistai, tiek žurnalistai siekia naudoti savo organizacijai.

Ryšių su visuomene ir žurnalistikos skirtumai

Matyti, kad RSV ir žurnalistika turi daug bendrybių, tačiau mokslininkai išvelgia ir skirtumų.

A. Nugaraitė pateikia tokius ryšių su visuomene ir žurnalistikos ypatumus:

Žurnalistikos ypatumai	Ryšių su visuomene ypatumai
Naudojama mažiau technikų	Apima technikas nuo rašymo iki strateginio mąstymo ir kitų vadybos elementų
Tikslas – gauti, pateikti informaciją visuomenei	Tikslas ne tik pateikti informaciją, bet ir keisti visuomenės nuomonę, siekiant įgyti palankumą organizacijai
Auditorija: žurnalistai dirba su visa auditorija – skaitytojais, klausytojais ir žiūrovais	Skirsto auditoriją į segmentus pagal įvairius kriterijus ir dirba su kiekviena publika atskirai
Informacijos perdavimo kanalai – informacija perduodama tik per žiniasklaidos priemones	Naudoja įvairius informacijos perdavimo kanalus – žiniasklaidą, specialius įvykius, laiškus, internetą.

(Nugaraitė, 1999a: 16).

Iš pateiktos lentelės matyti, kad RSV ir žurnalistika anaipol ne tas pats: bene didžiausias skirtumas – vadybos funkcija, kurią atlieka RSV („Ryšiai su visuomene yra efektyvūs, kai jie suprantami kaip vadybos funkcija: jais ne tik pranešama visuomenei apie priimtus sprendimus, organizacijos veiklą, bet ir siekiama įtikinti organizacijos vadovus elgtis taip, kad tai būtų naudinga organizacijai ir priimtina visuomenei“ (<http://www.lrvs.lt/?id=rysiaisuvisuomene&idtwo=veikla>) ir kurios neturi žurnalistika. Nors pačius žurnalistus galima pavadinti „naujų vadybininkais“, kadangi jie sprendžia, kokios naujienos pasieks visuomenę, o kokios – ne (plg. Davis A., 2004: 167). D. L. Wilcox ir kiti išvelgia dar vieną skirtumą – jie teigia, kad „Žurnalistai yra tikslo stebėtojai, o ryšių su visuomene atstovai yra tikslo gynėjai“ (Wilcox et al., 2007: 24). Pasak to paties autoriaus, skiriasi ir žiniasklaidos bei RSV kanalai – žurnalistai dažniausiai naudojami tik žiniasklaidos priemone, o ryšių su visuomene specialistai naudoja daug kanalų (žiniasklaidos priemonės, reklama, renginiai ir pan.) (plg. Wilcox et al., 2007: 25).

Tuo tarpu Kvebeko universiteto mokslininkas A. Lavigne žurnalistus, ryšių su visuomene ir reklamos specialistus apskritai talpina po vieną viešosios komunikacijos „kepure“: jis teigia, kad šios trys specialybės yra viešosios komunikacijos posistemės. Jos taip pat gali būti skirstomos pagal rašymo būdą. Tačiau būtent rašymo būdas labiausiai ir skiria šias specialybes:



(Lavigne, 2002: 185-186). Matyti, kad skirtingų specialybių atstovai rašo, bet tuo pačiu galima išvelgti ir aiškų skirtumą: visi jie rašo kitokio pobūdžio publikacijas: RSV rašiniai – tai metinės

ataskaitos, biuleteniai, lankstinukai ir pan., tuo tarpu reklamos specialistams svarbiausia – reklaminiai tekstai. Tuo tarpu žurnalistams visų svarbiausia yra naujiena (ten pat).

Taigi, nors žurnalistai ir RSV specialistai turi daug bendrybių (panašios etikos kodeksų nuostatos, veiklos sritys), bet galima išvelgti ir nemažai skirtumų (pats didžiausias – vadybos funkcija, kurią atlieka ryšių su visuomene specialistai, ir kurios neturi žurnalistai).

2. RYŠIAI SU ŽINIASKLAIDA VALSTYBINĖSE INSTITUCIJOSE

Tyrime „Techniques outils de la communication institutionnelle“ teigiama, kad žiniasklaida yra neatskiriama įstaigų komunikatorius. „Mėkite žurnalistus, nes jiems reikia tarnauti, kad galėtumėte gyventi netarnaudami“, – taip pataria įstaigų komunikacijos pradininkai. Tačiau lietuvių autorius L. Ulevičius savo veikale „Kaip tapti žinomam. Etiški ryšiai su visuomene“, teigia, kad bendradarbiavimas su žiniasklaida ne visada yra būtinas: „<...> skirti dėmesį tik žiniasklaidai – didžiulė klaida. Kartais klaida – apskritai jai skirti dėmesį. Iš tiesų yra ir tokių gyvenimo sričių, kur žiniasklaida ne tik nepadėtų kurti pageidaujama ryšių su visuomene, bet ir tam trukdytų. Dėl įvairiausių priežasčių organizacija gali nenorėti viešumo. <...> Ryšiai su žiniasklaida svarbūs tada, kai organizacija nori viešai ir neskirdama per daug asmeninio dėmesio minimaliomis išlaidomis pasiekti maksimalią tikslinių auditorijų narių dalį“ (Ulevičius 2006: 84). Su šia nuomone iš dalies sutinka ir kiti autoriai, kurie teigia, jog žiniasklaida gali ne kiek padėti, kiek pakenkti ar net destabilizuoti instituciją: „Informacija ir žinios yra demokratiškiausias valdžios šaltinis, keliantis pavojų kiekvienai politinei valdžiai. Toffler pabrėžia, kad visame pasaulyje naujomis žiniasklaidos priemonėmis siekiama patraukti atsakomybėn, o kartais ir nuversti vietos valdžią“ (Linkevičiūtė-Rimavičienė, 2009: 74), „Nestabilumo periodais žiniasklaidos vaidmuo yra lemiamas. Autoriai parodo, jog žiniasklaida yra vienas pagrindinių įvaizdžių bei institucijų destabilizavimo šaltinių“ (Parsons, 2001: 195).

Taigi, galima teigti, kad bendrauti (tiksliau būtų pasakyti – bendradarbiauti) su žiniasklaida šiandienos valstybinės institucijos privalo bet koku atveju – savo ar ne savo noru. Šiandieniniame pasaulyje „politikas nėra tas, kuris kontroliuoja situaciją, dabar jis yra priklausomas nuo viešosios nuomonės“ (Bielinis, 2005: 65).

Kad politikai turi skirti daug dėmesio žiniasklaidai, sutinka R. Matkevičienė ir A. Nugaraitė. Anot jų, valdžios institucijų ryšiai su visuomene turi viešai pateikti kuo daugiau informacijos, kuri padėtų visuomenei teisingai įvertinti priimamus sprendimus, žiniasklaida naudojama politikos komunikacijai ir ji daugiausia siejama su politiniais rinkimais ir įvaizdžio kūrimu (Matkevičienė, 2008: 114; Nugaraitė, 1999:13). Apie žiniasklaidos svarbą (ypač rinkiminių kampanijų metu) kalba ir D. McQuail: „Demokratinė politika paprastai yra organizuota į viešą konkursą dėl visuomenės paramos, kurioje žiniasklaida dabar vaidina svarbų vaidmenį. Rinkėjai turėtų daryti racionalius pasirinkimus tarp kandidatų, politikos ir šalių pagal turimą informaciją, naudojantis viešąja sfera. Ginčo šalys ir politikai naudojami žiniasklaida, siekdami sutelkti ir išlaikyti rinkėjų paramą, prisistatant patiems ir pristatant savo politiką palankiai, per informaciją, argumentų ir vaizdo pristatymą“ (McQuail, 1992: 150).

Nors politikai ir žiniasklaida glaudžiai bendradarbiauja, žiniasklaida „platina naujas idėjas, padeda burtis įvairioms grupėms ir joms siekti valdžios, taip pat formuoja bei išreiškia viešąją nuomonę“ (Razumaitė, 2005: 102), nereiškia, kad šios pusės neišvengia konfliktų. Konfliktai atsiranda tada, kai žiniasklaida ir valdžios institucijos ima vieni iš kitų reikalauti objektyvumo. Abi pusės dažnai viena kitą kaltina subjektyvumu ar naudos sau siekimu. „Valdžios ir politikų santykis su žiniasklaida visada buvo įtemptas ir lydimas arba atviro, arba slapto konflikto. Svarbiausia to priežastis – visų siekis reikalauti objektyvumo ir kartu noras, kad pasaulis būtų atspindimas taip, kaip to nori kritikuojamieji“, – teigia L. Bielinis (2005: 61-62). Objektyvumas išties yra svarbus, nes „Žiniasklaidos nuomonė dažnai tampa svarbesnė už teismo, administracijos ar politinių institucijų sprendimus, nes ji kontroliuoja svarbiausią politinės įtakos svertą – viešąją nuomonę“ (Bielinis, 2005: 10).

Konfliktų galima išvengti stengiantis būti objektyviais, tačiau realiame pasaulyje esti ir kitaip: įvairios žiniasklaidos priemonės yra diferencijuotos pagal politines partijas, dėl to valdžios institucijos gali būti nušviečiamos tokia spalva, kokia palanki vienai ar kitai pusei. „<...> sunku įsivaizduoti įvairias žiniasklaidos priemones, kurios nėra diferencijuotos (bent jau „viduje“) pagal politines kryptis, išreikštomis ar išsakytomis nuomonėmis, ir naujienų atrankoje bei informaciniame kontekste. Stipri (išorinė) politinės įvairovės versija yra viena iš svarbiausių dalių, kuri vienintelė turi savo žiniasklaidos rinkinį, kuris tarnauja savo ištikimiams pasekėjams“ (McQuail, 1992: 150-151). Tačiau bet kokiu atveju žiniasklaidai negalima suteikti visagalės vaidmens: „žiniasklaida nepakeis politikų ar politikos, nes ji nepriiminėja valdžiai būdingų sprendimų. Jos kritiškas diskursas valdžios atžvilgiu tik aštrina ir drammatizuoja valdžios veiklą“ (Bielinis, 2005: 61). Nors žiniasklaida politikos pakeisti negali, bet visuomenės nuomonę pakeisti tikrai gali.

Idealiausia, kuomet žiniasklaida yra apolitiška ir objektyvi. Tokiu būdu visuomenei pateikiama tikra informacija, nesvarbu, ar naudinga ji kuriai pusei, ar kenksminga. „Silpnuoju (vidinė įvairovė) variantu, pagrindinė žiniasklaida, dažnai apolitiška jiems patiems, gali pasiūlyti visą svarbų politinio turinio asortimentą nešališku būdu <...>. Politinė įvairovė dažnai išplečiama, kad apimtų kitus prieštarigus klausimus visuomenėje, įskaitant darbo ir ekonominius konfliktus, moralines ir teisines problemas, moterų teises, aplinkos apsaugos diskusijas ir t. t.“ (Bielinis, 2005: 61).

2. 1. Žiniasklaidos funkcijos valstybinėse institucijose

Žiniasklaida valstybinėse institucijose atlieka įvairias funkcijas. Dažniausiai teigiama, kad viena pagrindinių jos funkcijų yra informuoti visuomenę. „Visų pripažįstama žiniasklaidos funkcija –

informuoti visuomenę apie aktualius gyvenimo įvykius, naujienas. Tinkamai vykdomos funkcijos poveikis visuomenei labai didelis, neatsitiktinai žiniasklaida įvardijama kaip ketvirtoji (kartais net svarbiausia) valdžia“ (Ulevičius, 2006: 85). Tai turint omenyje, reikia stengtis visuomenę informuoti kuo daugiau ir jai suteikti kuo išsamesnę informaciją.

Žiniasklaidos funkcija valstybinėse institucijose ypač stipri, kadangi žmonės linkę perimti jiems deklaruojamą naujieną: „Žiniasklaidos įtaka pasireiškia tuo, kad žmonės dėmesį kreipia į tuos pranešimus, kurie atitinka jų išankstines nuostatas. Taip yra paviršiuje, o latentiniame lygmenyje susiklosto uždaro rato situacija: kuo daugiau žiūrime televizijos laidas, skaitome laikraščius ar klausomės radijo laidų, tuo labiau asmeninės nuostatos, pasaulėjauta ima sutapti su televizijos, laikraščio ar radijo kanalo transliuojamomis nuostatomis bei supratimo modeliais. Mes linkę perimti ir pasisavinti viešais kanalais teikiamas žinias, požiūrius, vertinimus bei stereotipus“ (Bielinis, 2005: 91). Kad žiniasklaida atlieka nuomonių formuotojos vaidmenį, teigiama ir kitame šaltinyje: „Spauda, atlikdama įvairias funkcijas, padeda kurti politinį bendrabūvį: apibrėžti visuomenę, sukurti bendrą kalbą ir bendrą žinojimą, identifikuoti bendruomenės pažangą ir negatyvias apraiškas; demokratija garantuoja, kad piliečiai gaus tikrus, patikrintus faktus, pateikiamus reikšmingame ir svarbiame visuomenei kontekste. Spauda, aktyviai palaikydama viešąją diskusiją, dalyvauja kuriant pilietinę politinę bendruomenę <...>“ (Linkevičiūtė-Rimavičienė, 2009: 70).

Žiniasklaida turi „tris pagrindines pareigas: informuoti, šviesti ir linksminti“ (Davis, 2004: 168), taip pat žiniasklaida yra vienas iš pagrindinių institutų, formuojantis viešąją nuomonę, atliekantis „deklaruotų interesų, faktų bei įvykių kaupimo, selekcionavimo ir paskirstymo vaidmenį“ (Bielinis, 2005: 10).

Taigi, pagrindine žiniasklaidos funkcija galima įvardyti informavimą ir nuomonės formavimą. Bet koku atveju, žiniasklaida daro didelę įtaką tiek visuomenei, tiek ir pačiai institucijai.

2. 2. Bendravimo su žiniasklaida būdai

Bendrauti, bendradarbiauti su žiniasklaida galima įvairiais būdais: rengti pranešimus spaudai nuolat informuojant apie savo veiklą, mokėti paruošti aplanką spaudai, paruošti kokybišką (tiek sau pačiam, tiek žiniasklaidai) spaudos konferenciją, numatyti, kada yra reikalinga kelionė žiniasklaidai ar pusryčiai su ja. Dažniausiai Lietuvos savivaldos institucijų naudojamas bendravimo būdas yra pranešimai spaudai, todėl apie juos darbe kalbama daugiausia.

2. 2. 1. Pranešimas spaudai (žiniasklaidai)

Pranešimas spaudai neretai yra sutapatinamas apskritai su visomis ryšių su žiniasklaida pareigomis. „Darbas su žiniasklaida primityviausiu būdu yra suvokiamas kaip išsiųstas ir publikuotas spaudos pranešimas arba suorganizuota spaudos konferencija pranešti apie neeilinį įvykį“ (Jukėnaitė, 2008: 20). Jis greičiau pateikia patikimą informaciją ir tuo pačiu metu leidžia sujungti daugybę žiniasklaidos priemonių. Tai yra „neabejotinai dažniausiai pastebima ir naudojama taktinė ryšių su visuomene priemonė. <...> Pranešimas žiniasklaidai – tai priemonė, kuria organizacija ar konkretus asmuo gali viešai išreikšti savo poziciją, nepriklausomai nuo kitų asmenų veiklos“ (Ulevičius, 2006: 90). Pranešimus spaudai valstybinės institucijos rašo, siekdamos informuoti žmones apie tam tikrus pokyčius, suteikti reikalingą, aktualią informaciją. Teigiama, kad pranešimas spaudai – „tai trečio asmens parašyta pseudonaujiena, kuria redaktoriui ar žurnalistui siekiama įrodyti naujienos tinkamumą apie konkretų asmenį, įvykį, paslaugą ar produktą“ (<http://www.publicityinsider.com/release.asp>). Pranešimu ryšiuose su visuomene vadinama „esminė žinia, kurią organizacija nori apie save perduoti arba kurią perduoda sąmoningai arba nesąmoningai. Pranešimas gali būti bendro pobūdžio ir konkretus (t.y. apie renginį, laimėjimus ar naujoves)“ (Mamedaitytė, 2003: 36).

Tyrime „Techniques et outils de la communication institutionnelle“ rašoma: „Tai gera priemonė, bet ji susiduria su ne mažiau nei dviem kliūtimis: kiekvieną dieną žurnalistai gauna dešimtis naujienų, kurias turi padaryti prieinamas visuomenei. Taip pat naujienas dažnai reikia trumpinti (iš dviejų į vieną lapą)“. L. Ulevičius taip pat pataria, kad pranešimas žiniasklaidai neturėtų būti ilgesnis nei vienas puslapis, reiktų naudoti stilistines priemones, keisti šriftą, pritaikyti puslapio kraštines ir pan. (plg. Ulevičius 2006: 94).

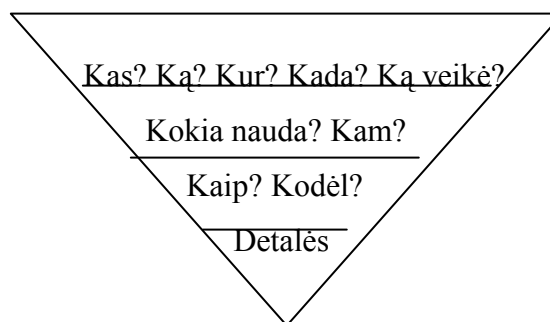
„Techniques outils de la communication institutionnelle“ rašoma, kad pranešimas spaudai yra skirtas perduoti tikslią ir unikalią informaciją. Ji turi užtikrinti neutralų ir objektyvų rėmimą. Nereikia manyti, kad jis turi būti įtrauktas į laikraščio sąrašą; jis nustato informacijos turinį ateities spaudoje. Adresuoti kiekvienam žurnalistui asmeniškai. Nenaudinga jį siųsti vyriausiajam redaktoriui – pranešimas bus tarsi išmestas į šiukšlių dėžę („Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

Taip pat patariama sudaryti gavėjų sąrašą. Tai yra labai svarbu, norint, kad žinutė pasiektų tinkamą auditoriją. „Dažniausiai organizacijos pranešimų žiniasklaidai gavėjų sąrašas sudaromas tik pirmą kartą, o vėliau jis tik atitinkamai koreguojamas ar atnaujinamas. <...> Gavėjų sąrašas sudaromas taip:

- Žiniasklaidos kanalų parinkimas (spauda, radijas, televizija, žiniasklaida internete ir kt.). šiuo atveju atranka vyksta pagal bendrus kriterijus – masinis ar selektyviai parinktas vartotojas, itin laikui jautri žinia ar lėtai senstanti ir kt.).
- Žiniasklaidos priemonių atranka – pasirinkus komunikacijos kanalus, būtina toliau atrinkti tinkamas visuomenės informavimo priemones (konkrečius leidinius, televizijų ar radijo laidas, programas, interneto svetaines ir kt.).
- Konkrečių žurnalistų ir bendrų kontaktų atranka – jeigu žinosite pageidautinas žiniasklaidos priemones, galėsite elgtis gana lengvabūdiškai ir siųsti pranešimą bendraisiais redakcijos kontaktais (tikintis, kad redaktoriai ar kiti atsakingi asmenys informaciją perduos tuo pat metu atitinkamą sritį kuruojantiems žurnalistams), kitu atveju teks tiesiogiai susisiekti su žurnalistais ir išsiaiškinti jų darbų sritis“ (Ulevičius: 2006: 100–101).

Pranešimo struktūrai keliami ir tam tikri reikalavimai: ji turi atitikti „6K“ taisyklę ir atsakyti į klausimus „Kas?“, „Ką?“, „Kur?“, „Kada?“, „Kodėl?“, „Kaip?“. Pranešimams spaudai yra taikoma „apverstos piramidės“ taisyklė:

Būtina informacija →
 Svarbi informacija →
 Naudinga informacija →
 Įdomi, papildoma informacija →



(Jukėnaitė, 2008: 20).

2. 2. 2. Aplankas spaudai

Aplankas spaudai – tai dokumentų visuma, kuri yra pateikiama žurnalistams. Tai dokumentai apie tam tikrą įvykį ar temą. Gerai paruoštas, jis žurnalistams turėtų pateikti visus reikalingus elementus jų rengiamiems straipsniams ar laidoms.

„Tai dokumentas, kuris visiškai pristato projektą. Paprastai jis papildo pranešimą spaudai. Išsamus, bet tuo pačiu metu glaustas, jis turi suformuoti informaciją aiškiai ir objektyviai. Jo puslapių skaičius varijuoja priklausomai nuo pateikiamos informacijos. Norint visiškai užpildyti aplanką, reikia

sudaryti vadovų, vietų, produktų ir kt. fototeką. Aplankai turi būti išdalyti prieš spaudos konferencijas“ („Comment metre en plane des relations presse“).

Pasak tyrimo „Techniques et outils de la communication institutionnelle“, į aplanką galima įdėti:

- Memorandumą ar įžanginį laišką.
- Pranešimą spaudai, glaustai pristatantį aplanko objektą.
- Santrauką, nurodančią figūruojančius dokumentus aplanke.
- Techninę kortelę ar dokumentų seriją. Jos yra tokios:
 - ministro kalba apie savaitės mokymų aplinkybes;
 - departamento mokymų pristatymas: statistika, programa ir t. t.;
 - mokymų tyrimų sintezė;
 - tam tikrų struktūrų ar svarbių įmonių pristatymas;
 - asmenų nuotraukos, inovacijos ar svarbūs įvykiai, straipsniai;
 - ir t. t.

Aplankas spaudai turi būti praktiškas, malonus skaityti (spalvotas ir su paantraštėmis). Šiai priemonei patariama nepagailėti lėšų, nes pirmas išpūdis žurnalistams yra viskas („Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

Aplanko forma turi būti tokia:

- Lapai, susegti aplanke ar segtuve, turi sudaryti visumą.
- Dokumentai sutvarkyti, sunumeruoti ir susegti taip, kad žurnalistas juos lengvai rastų.
- Santrauka įdėta aplanko pradžioje, ji nurodo dokumentų antraštes ir atitinkančius puslapius, kad pranešėjas galėtų tiesiogiai sekti siužetą. Skirtingi skyriai turi būti išskirti spalvotais skirtukais, kad būtų galima greitai pasikonsultuoti, padiskutuoti.
- Asmens koordinatės, kad būtų galima susisiekti dėl papildomos informacijos, yra aiškiai pateiktos.

Aplankas spaudai egzistuoja ir vaizdinės medžiagos versija (pagrindinė ir audiovizualinė informacija) ar maišyta (spausdinta ir audiovizualinė) versija („Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

Taigi, aplankas spaudai turi būti kuo išsamesnis, tvarkingai ir patogiai susegtas. Taip pat turi netrūkti spalvų, gali būti nuotraukų.

Lietuviškame šaltinyje galima rasti aplanko spaudai atitikmenį: L. Ulevičius pateikia „informacijos žiniasklaidai paketo“ sąvoką. Jis teigia: „Pateikiant svarbią informaciją ir poziciją

negalima pateikti visų detalių ir pakankamai išsamiai apibūdinti paties reiškinio, įvykio, organizacijos. Dėl to patartina rengti ir aktyviai naudoti informacijos žiniasklaidai paketus“ (Ulevičius 2006: 128).

Norint parengti informacijos žiniasklaidai paketą, turi būti atsakyta į tam tikrus klausimus:

- Apie kokią pasirinktą objektą ar jų grupę siekiama pateikti informaciją?
- Koks informacijos paketo tikslinės grupės (t. y. skaitytojų) žinių atitinkamoje srityje lygis?
- Ar informacijos paketas bus naudojamas vieną kartą konkrečiam įvykiui ar ilgesnį laiką įvairiuose ryšių su visuomene taktiniuose veiksmuose? (plg. Ulevičius 2006: 128).

2. 2. 3. Spaudos konferencija

Spaudos konferencija suburia daugiau žurnalistų į nurodytą vietą, tam, kad būtų galima perduoti informacijos visumą apie esamas aplinkybes: kampanijos pradžia, greitas atsakymas į gandus, veiksmų rezultatai ir t. t. Ši priemonė taip pat gana dažnai naudojama savivaldos institucijose.

Žurnalistai yra nuolat užsiėmę, todėl konferenciją idealiausia organizuoti ryto pabaigoje. Planuojant spaudos konferenciją, reikia informuoti žurnalistus bent prieš mėnesį. Žurnalistas, kuris sutiko atvykti, neturi būti nuviltas. Patariama pasirūpinti malonia aplinka ir patiekti kavos.

Spaudos konferencijos sudėtinių elementų rezultatų sėkmė priklauso nuo šių aspektų:

- Informacijos aprūpinimo kokybė.
- Vieno ar kelių oratorių kompetencija siejama su patirtimi, dydžiu ir reikalingu įtikimumu.
- Kalbant apie publiką, yra svarbu kviestų žurnalistų proporcija.
- Malonus pokalbio vystymasis su gerais pasisakymais gyvuose ir konstruktyviuose debatuose.
- Kiekybės (straipsnių gausybė) ir kokybės (straipsnių tinkamumas) pasekmės („Comment metre en plane des relations presse“).

Tyrime „Techniques et outils de la communication institutionnelle“ teigiama, kad spaudos konferencija turi prasidėti kaip šou, kuris turi patikti žurnalistams, juos sudominti. Organizatorius turi nuolat užduoti sau tokius klausimus: ko žiniasklaida tikisi? Kokia yra spaudos konferencijos pridėtinė vertė, palyginti su paprastu aplanku spaudai? Kuo pasitikėti: suinteresuotaisiais, išskirtiniais įvykiais, išsamia informacija ar nepriekaištinga organizacija?

Pasiruošti gerai spaudos konferencijai reikia tam tikrų žinių, ji neturi būti ruošiama bet kaip, chaotiškai. Pasiruošimas konferencijai turi atsakyti į šiuos klausimus:

- Kokia žinia pateikiama?

- Kokią formą panaudoti (sąskaitinę, audiovizualinę, kalbos lygmenį, ryškų aspektą)?
- Koks biudžetas: kiek turima lėšų?
- Kokią žiniasklaidą kviešti: kas nori prisidėti?
- Koks laikas (pasirinkti tinkamą datą, vengti tokių dienų kaip pirmadienis (tai darbo savaitės pradžia), penktadienis (tai savaitgalio išvakarės) ir pietų laiką, ar valandą iki darbo pabaigos)?
- Kur juos patalpinti (viešbutyje, darbo vietoje ir pan.)?

Jei bus atsižvelgta į šias priemones, spaudos konferencijos kokybė bus kur kas geresnė; ir žurnalistai, ir konferencijos organizatoriai bus labiau patenkinti suteikta ir gauta informacijos kokybe („Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

Gerą spaudos konferenciją galima padaryti remiantis ir tokiais patarimais: vartoti įprastą žodyną, teikti pirmenybę trumpiems žodžiams ir riboti pasisakymo trukmę. Neskubėti (nesukuriant neigiamo įspūdžio ieškant žodžių), taip pat „nebombarduoti“ savo auditorijos, kalbėti reikia 140–170 žodžių per minutę. Galima netgi pasakyti anekdotą – jis pagyvins auditoriją, gali šiek tiek šokiruoti ir taip sumažinti įtampą. Supaprastinti prezentaciją (bet nepadaryti paviršutiniškos), nes per daug specializuotu pranešimu rizikuojama „atskirti“ žurnalistus. Keisti asmeninius įvardžius: nepiktinaudžiauti įvardžiu „aš“, geriau vartoti neveikiamosios rūšies dalyvius. Kartais pavartoti įvardį „jūs“. Svarbu sužavėti ir įtikinti. Pristatyti spaudos aplanką, kuris apibendrina pateiktą informaciją („Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

Galima padaryti išvadą, kad uždavus sau tam tikrus klausimus ir į juos atsakius, pasinaudojus tam tikrais patarimais, spaudos konferencija bus kur kas efektyvesnė ir labiau pavykusi. Tai naudinga tiek žurnalistams, tiek, žinoma, ir patiems organizatoriams, jų įmonei, organizacijai ir pan.

Yra išskiriamos spaudos konferencijų grupės, kada konferenciją reikia organizuoti:

- Savininkų, vadovų kaita
- Finansiniai rezultatai, įmonių reorganizavimas
- Naujas produktas ar paslauga
- Periodinės spaudos konferencijos (Ulevičius 2006: 159).

Taip pat autorius teigia, kad spaudos konferencija gali būti ir neformali.

Anot L. Ulevičiaus, „organizuojant spaudos konferenciją, siūloma tokia darbų tvarka: įvykio ar žinios parinkimas; organizacijos pozicijos suformulavimas; spaudos konferencijos formos parinkimas; preliminarus biudžeto suderinimas; vietos parinkimas; datos ir laiko parinkimas; vedėjo (moderatoriaus) parinkimas; dalyvių parinkimas; nepriklausomų ekspertų parinkimas; kviečiamų

žiniasklaidos atstovų sąrašo sudarymas; kvietimų išsiuntimas žiniasklaidos atstovams; pranešimo žiniasklaidai parengimas; spaudos konferencijos eiga; priežiūra po spaudos konferencijos; tolesnių ryšių palaikymas su dalyvavusiais žiniasklaidos atstovais“ (Ulevičius 2006: 166).

2. 2. 4. Interviu spaudai

Interviu yra dar vienas bendravimo su žiniasklaida elementas. Lietuviškoje praktikoje ši priemonė yra naudojama, tačiau L. Ulevičiaus knygoje „Etiški ryšiai su visuomene. Kaip tapti žinomam?“, kuria remiamasi darbe, apie tai nekalbama. Galbūt autorius interviu spaudai nelaiko viena iš bendravimo su žiniasklaida formų arba jos tiesiog neaptaria.

Interviu žiniasklaidai yra pakankamai brangus informacijos skleidėjas. Jis yra išsamesnis nei pranešimas spaudai, lankstesnis nei aplankas spaudai ir lengvesnis nei spaudos konferencija („Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

Interviu reikia paruošti atsižvelgiant į tokius elementus:

- Apgalvoti, ką pasakysite: informacija, pagrindiniai argumentai ir iliustruojantys pavyzdžiai, kaip staiga nutraukti gandus ir užsipulti oponentą jo neįvardijant.
- Numatyti klausimus, kuriuos rizikuojate iškelti.
- Galvoti apie kontrargumentus ir galimas pasalas.
- Nustatyti punktus ir pasiruošti atsakyti į replikas (ten pat).

Interviu su žurnalistais gali būti audiovizualiniai – tai yra radijo ir televizijos interviu. Kiekviena iš šių formų turi savo specifiką: audiovizualiniai interviu turi būti paruošti labai kruopščiai: jei rašytinis spaudos interviu gali būti „sutvarkytas“ žurnalistų, tai to negali būti su interviu radijuje ar televizijoje.

Kalbėti geriausia trumpai ir paprastai; vengtini prašmatnūs terminai ir frazės. Familiarumas su žurnalistu yra draudžiamas („Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

Televizijos interviu metu reikia pasirinkti tinkamus, ne per šviesių spalvų, drabužius, valdyti judesius (kad jie būtų ne per intensyvūs ir ne per šykštūs). Galva neturi būti per daug pakelta – tai suteikia išdidumo įspūdį, bet nugarą reikia laikyti tiesiai, nenuleisti žvilgsnio – tai suteikia drovumo įspūdį. Žvilgsnis bus atviras, jei slėpsite nervingumą, tiką ir raukymąsi (pagal „Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

2. 2. 5. Redakcijos viešinimas

Redakcijos viešinimas (viešas reportažas, vieša anketa, viešas mokymas) – dar vienas bendravimo su žiniasklaida būdas – yra vidurinis variantas tarp straipsnio (savo forma) ir reklamos (kapitalu). Finansuotojai (pvz., ministerija) dominuoja paleistoje žinutėje, jie ją formuoja kaip patys nori. Jie yra pagrindiniai mokėtojai. Redakcijos viešinimas gali būti supainiotas su straipsniu ar su paprasta laida, kurios iš pirmo žvilgsnio niekas neatskiria, jei nėra paminėtas „viešo reportažo“ ar „žinutės“ pavyzdys (kai kuriose šalyse privaloma). Jis gali būti suformuotas kaip tyrimas, reportažas, liudijimas, interviu, debatai ir t. t., kurie turi įtikinimo funkciją („Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

Redakcijos viešinimas paprastai įdomus, jei:

- Informacija yra kompleksinė: negalima apskaičiuoti straipsnių ar klasikinių laidų, nes jų skaičius yra nekontroliuojamas. Redakcijos viešinimas leidžia pristatyti visą programą ir ją skaityti didaktine maniera.
- Informacija yra jautri: įtikinant instituciją, reikia išvystyti argumentus (dėl gandų ar pavojingų argumentų, kurie yra priešingi pavyzdžiams), redakcijos viešinimas siūlo galimybes, kurios neleidžia pernelyg maniškos reklamos ir teismo šalininkų ar retų ar angažuočių laidų, kurių yra trokštama („Techniques et outils de la communication institutionnelle“).

Reikia paminėti, kad redakcijos viešinimas Lietuvoje nėra aktuali bendravimo su žiniasklaida priemonė.

2. 2. 6. Dokumentas spaudai

Komunikacijos tinklalapyje www.bepub.com yra pateikiamas dar vienas elementas – tai dokumentas spaudai. Teigiama, kad sudaryti kokybišką dokumentą spaudai yra labai svarbus preliminarus žingsnis įmonės ryšiams su spauda.

Yra svarbu pažinti rėmėjus, su kuriais susisiekiama, žinoti, kurie žurnalistai yra jautrūs informacijai, kurią ketinama pateikti. „Kad tai būtų padaryta, reikia paskambinti į skirtingas spaudos redakcijas. Paskui paklausti, kuris žurnalistas gali užsiimti įmonės veiklos sritimi. Kvietimo stiprybė – sukurti dokumentą, pritaikytą įmonės poreikiams. Dokumentą spaudai reikia pirkti santykinai brangu“ („Comment metre en plane des relations presse“).

2. 2. 7. Kelionė spaudai

Kelionė spaudai užsienio literatūroje pateikiama kaip atskira bendravimo su žiniasklaida priemonė. Tuo tarpu L. Ulevičius ją išskiria kaip neformalios spaudos konferencijos dėmenį (autorius mini kaimo turizmo pirtį, jachtų regatą ir pan.) (Ulevičius 2006: 164).

Kelionė spaudai – gana rizikinga bendravimo priemonė su žurnalistais. „Visų pirma, tai, kas norima pristatyti, turi būti pakankamai svarbu, kad žurnalistas sutiktų su kelionės organizatoriais praleisti daugiau dienų, aukodamas savo darbo laiką. Paskirties pasirinkimas ir programos vieta žurnalistus gali tučtuoju įtikinti, bet reikia būti atsargiam – turi dominuoti profesinis kelionės spaudai tikslas. Jei to nebus, žurnalistas gali pagalvoti, kad jį norima papirkti“ („Comment metre en plane des relations presse“).

2. 2. 8. Pusryčiai spaudai

Užsienio literatūroje pusryčiai spaudai yra pateikiama kaip atskira bendravimo su žiniasklaida priemonė, o lietuvių mokslininkai teigia, kad tai – alternatyva. L. Ulevičius pusryčius spaudai (žiniasklaidai) įvardija kaip spaudos konferencijos formą (2006: 169), o A. Jukėnaitė teigia, tokios darbo su žiniasklaida priemonės kuria mažiau oficialius santykius su žiniasklaidos atstovais (2008: 22).

Tokie asmeniniai susitikimai yra geriausias būdas perduoti žinutę žurnalistui ir sukurti draugiškus ryšius tarp jo ir organizacijos: „Draugiškumas dažnai kompensuoja pašalinius rezultatus spaudai. Pusryčiams spaudai idealu pakviesti žurnalistą, spaudos atašė ir pan.“ („Comment metre en plane des relations presse“).

Teigiama, kad pusryčiai spaudai – susitikimo būdas, kuomet galima tiesiog pavalgyti: „Pusryčiai žiniasklaidai ar bet kuris kitas valgymo metas pasirenkamas siekiant žurnalistus sudominti tiek perduodamos informacijos turiniu, tiek ir galimybe neformaliai bendraujant pasistiprinti maistu. Ši spaudos konferencijos forma naudinga tuo, jog jos nevaržo jokie reikalavimai, vedėjas beveik nereikalingas, informacija gali būti pateikiama chaotiškai, neoficialiai ir pan. Didžiausias tokios spaudos konferencijos formos trūkumas – daug informacijos, temų įvairovė ir pavojus nuklysti nuo organizatoriaus trokštamų akcentų prie labiau žiniasklaidos dėmesį traukiančių diskusijos objektų“ (Ulevičius 2006: 169). Reikia paminėti, kad tokie pusryčiai kartais gali turėti ir neigiamos „naudos“ – atsipalaidavus žurnalistams gali būti pasakyta tokos informacijos, kokia neturėtų būti paskelbta viešai.

2. 2. 9. Spaudos apžvalga

Dar vienas bendravimo su žiniasklaida elementas yra spaudos apžvalga.

Teigiama, kad spaudos apžvalga „pergrupuos spaudos pasekmių visumą, kurios norima pasiekti ir taps puikia priemone vidinei ir išorinei komunikacijai (klientai, partneriai, tiekėjai...). Galų gale, reikia peržiūrėti žiniasklaidos tarifus ir palyginti pasirinktos spaudos tokio paties dydžio reklaminės vietos kainas, nustatyti ekonominį realizavimą“ („Comment metre en plane des relations presse“).

Taigi, norint sukurti ir palaikyti gerus santykius su žurnalistais, su jais sėkmingai bendradarbiauti, yra labai svarbu pasirinkti tinkamas priemones. Jų yra išties nemažai, tik pati įmonė, organizacija, joje dirbantys ryšių su visuomene specialistai, atstovai spaudai gali nuspręsti, kokios bendravimo, bendradarbiavimo priemonės yra geriausios, kurios idealiausiai tinka esant tam tikrai situacijai ir pan. Nuo to priklauso organizacijos, joje dirbančių žmonių įvaizdis, apskritai jos veikimo sėkmė.

Kokią bendravimo su žiniasklaida būdą pasirinkti, turi nuspręsti pati institucija, tačiau dažniausiai yra naudojamos spaudos konferencijos, pranešimai spaudai. Dažnai naudojama ir daug priemonių. Kokią priemonę pasirinkti, nusprendžiama pagal situaciją, įpročius.

3. RYŠIŲ SU ŽINIASKLAIDA VEIKLA LIETUVOS SAVIVALDYBĖSE: TYRIMAS

Yra žinoma, kad komunikacija su žiniasklaidos priemonėmis svarbi ne tik įvairioms verslo organizacijoms, įmonėms, bet, galima teigti, ir valstybinėms, vietos savivaldos institucijoms. Norint tai sužinoti, buvo atlikta anketinė apklausa ir struktūruotas interviu su ekspertais.

3. 1. Tyrimo eiga ir metodologija

Siekiant išsiaiškinti, kiek tokia komunikacija svarbi Lietuvos savivaldos institucijoms, atliktas tyrimas „Ryšiai su žiniasklaida Lietuvos savivaldos institucijose“. Tyrimui pasirinktos visos 60 Lietuvos savivaldos institucijų ir trijų ekspertų interviu.

Anketinė apklausa el. paštu buvo išsiųsta kiekvienos savivaldybės specialistams, atsakingiems už ryšius su visuomene, ryšius su žiniasklaida, atstovams spaudai, informacijos skyriaus specialistams, kalbos tvarkytojams ar administracijos direktoriams ar jų pavaduotojams (jei internetiniame savivaldybės tinklalapyje nebuvo ryšių su visuomene ar kito minėto specialisto skyriaus ar pareigybės). Iš šešiasdešimties savivaldybių į anketos klausimus atsakė 27-ių specialistai (arba 45% savivaldos institucijų), šių anketų atsakymai darbe ir analizuojami. Anketa respondentams buvo siūsta tris kartus vienos savaitės intervalais (2011 metų balandžio 4, 11, 18 dienomis). Galima spėti, kad pusė anketų negrįžo dėl ne itin patogaus laiko, kadangi tuo metu vyko savivaldos rinkimai. Kadangi grįžo beveik pusė anketų, galima teigti, kad tyrimas yra pakankamai reprezentatyvus ir iš išanalizuotų anketų galima spręsti apie ryšių su žiniasklaida veiklą, vykdomą savivaldos institucijose.

Kokybinis tyrimas struktūruotas interviu atliktas norint išgirsti ekspertų nuomonę apie ryšius su žiniasklaida savivaldybėse. Pasirinkti ekspertai – socialinių mokslų daktaras, politologas, ryšių su visuomene specialistas Lauras Bielinis, parašęs knygą „Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštaringa komunikacinė simbiozė“, kuria remiamasi ir šiame darbe; politologas, politinė komunikacija besidomintis Andrius Šuminas ir politikas, ryšių su visuomene specialistas Liutauras Ulevičius. Šie ekspertai pasirinkti dėl to, kad jie yra kompetentingi atsakyti į pateiktus klausimus, domisi ryšiais su žiniasklaida, valdžios institucijų, politikų komunikacija. Atsakyti į klausimus buvo kviešti dar du ekspertai, tačiau dėl laiko stokos to padaryti jie nesutiko. Ekspertams sudarytas klausimynas ir pateikiami 6 vienodi klausimai. Interviu išrašai pateikti 6, 7 ir 8 prieduose.

Šio tyrimo **problema** – ar ryšiai su žiniasklaida savivaldybėms yra tiek pat svarbūs, kaip ir nevalstybinėms institucijoms? Vyrauja nuomonė, kad nevalstybinėms organizacijoms yra kone privaloma bendrauti su žiniasklaida, jei šios nori, kad visuomenė žinotų apie jų teikiamas paslaugas ar parduodamas prekes. Joms taip pat svarbu kurti teigiamą įvaizdį. Todėl siekiama išsiaiškinti, kiek savivaldos institucijos turi rūpintis bendravimu su žiniasklaidos atstovais ir kiek tai joms yra svarbu.

Darbo tyrimo **objektas** – Lietuvos savivaldos institucijų ryšiai su žiniasklaida, **tikslas** – ištirti, kokie (ar) vykdomi ryšiai su žiniasklaida Lietuvos savivaldos institucijose.

Tyrimo **uždaviniai**:

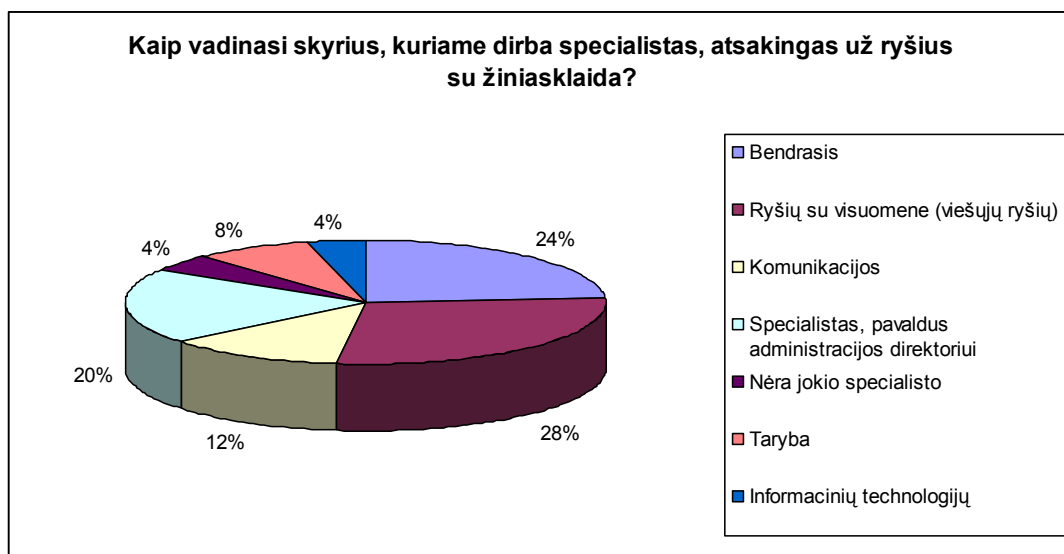
1. išsiaiškinti, kokie savivaldybių specialistai atlieka ryšių su žiniasklaida darbą;
2. išanalizuoti, kokios specialistų, komunikuojančių su žiniasklaida, funkcijos;
3. išanalizuoti, kokiomis priemonėmis savivaldybės bendrauja su žiniasklaidos priemonėmis;
4. išsiaiškinti, kiek ryšiai su žiniasklaida yra svarbūs savivaldos institucijoms.

Šio magistro baigiamojo darbo tyrimo **hipotezės** – Lietuvos savivaldybės su žiniasklaidos priemonėmis bendradarbiauja nedaug arba visai nebendradarbiauja; mažesniosios savivaldos institucijos ryšiams su žiniasklaida skiria mažiau dėmesio nei didžiosios.

Tyrimo **metodai** – kiekybinė anketinė apklausa el. paštu ir kokybinis tyrimas struktūruotas ekspertų interviu su laisvai formuojamais atsakymais. Pirmasis metodas pasirinktas dėl to, kad leidžia gauti pakankamai reprezentatyvius duomenis ir yra (šiuo atveju) gana patogus būdas apklausti respondentus, visi asmenys vienodu būdu atsako į pateiktus klausimus (pildydami anketą). Anketoje pateikti uždari klausimai ir uždari klausimai su atsakymo variantu „kita“. Antrasis metodas pasirinktas todėl, kad interviu leidžia sužinoti ekspertų nuomonę.

3. 2. Ryšių su žiniasklaida specialistas Lietuvos savivaldos institucijose

Lietuvos savivaldos institucijose ryšių su žiniasklaida darbą dažniausiai atlieka ryšių su visuomene skyriaus specialistai (1 pav.). Tai sudaro 28% atsakiusiųjų (arba 7 savivaldybės). Reikia paminėti, kad skyrius vadinasi arba ryšių su visuomene, arba viešųjų ryšių. Darbe šie du pavadinimai laikomi sinonimais, todėl tyrime analizuojami kaip tas pats skyrius.

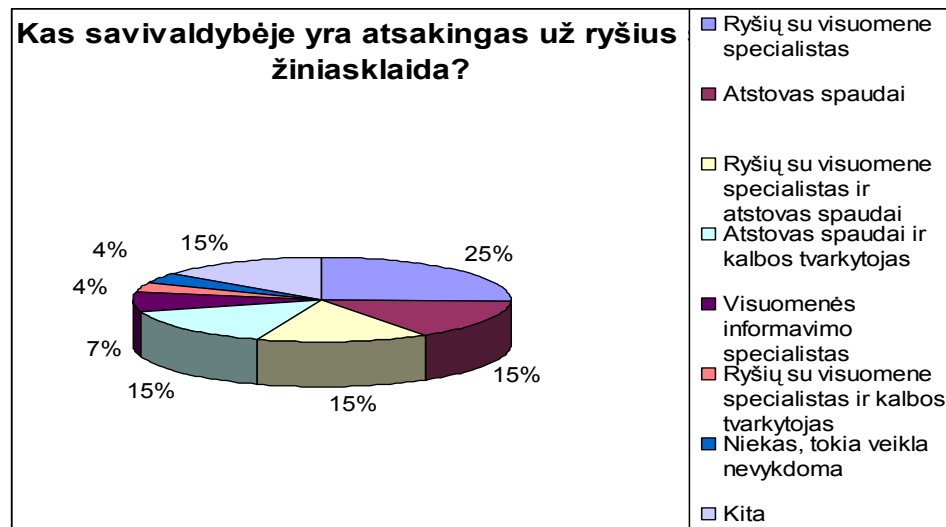


1 pav. Skyriaus pavadinimas, kuriame dirba specialistas, atsakingas už ryšius su žiniasklaida

Kitas pagal populiarumą skyrius, kuriame dirba RSV specialistai, vadinasi bendruoju arba bendruoju ir juridiniu (24%). Tiek ryšių su visuomene, tiek bendrasis skyriai dažniausiai priklauso savivaldybės administracijai. Įdomu, kad bendrajame skyriuje dažniausiai dirba įvairūs specialistai: nuo vairuotojo iki informatiko ar RSV specialisto (pvz., Anykščių rajono savivaldybėje (http://www.anyksciai.lt/lt/struktura-ir-kontaktai/administracija_633.html)).

Dažnoje savivaldybėje nėra jokio ryšių su visuomene skyriaus, tačiau yra asmuo, atsakingas už ryšius su žiniasklaida. Šie asmenys, kaip nurodė respondentai, yra tiesiogiai pavaldūs administracijos direktoriui (tai sudaro 20%, arba 5 savivaldybės). Trijose (arba 12%) savivaldybėse yra komunikacijos arba komunikacijos ir informacijos skyrius, vienoje (4%) – informacijos.

Matyti, kad savivaldos institucijose situacija yra pakankamai gera – iš beveik pusės grįžusių anketų, tik viena (arba 4%) savivaldybė nurodė, kad joje nėra jokio skyriaus (bei specialisto), kuriame dirba asmenys, bendraujantys su žiniasklaidos atstovais.



2 pav. Specialistas, atsakingas už ryšius su žiniasklaida savivaldybėje

Kiekviename minėtame skyriuje dirba specialistai, atsakingi už ryšius su žiniasklaida. Nors tų specialistų pareigos yra labai panašios, jie vadinasi gana skirtingai. Tyrimas rodo (2 pav.), kad dažniausiai toks specialistas vadinamas ryšių su visuomene (taip nurodė septynios savivaldybės, arba 25%). Net keliose savivaldos institucijose ryšius su žiniasklaida vykdo keletas specialistų (arba vienas specialistas atlieka kelias funkcijas). Pavyzdžiui, keturiose savivaldybėse ryšius su žiniasklaida vykdo atstovas spaudai ir kalbos tvarkytojas (15%), kitose keturiose – ryšių su visuomene specialistas ir atstovas spaudai (15%), vienoje – ryšių su visuomene specialistas ir kalbos tvarkytojas (4%). Dvi savivaldybės (4%) nurodė, kad jose su žiniasklaida bendrauja visuomenės informavimo specialistas.

Kaip buvo minėta anksčiau, vienoje savivaldybėje nėra ne tik skyriaus, bet ir jokio specialisto (tai sudaro 4%).

15% respondentų pažymėjo atsakymą „kita“: ryšius su žiniasklaida tose savivaldybėse vykdo mero patarėjas (dviejose institucijose), vienas respondentas pažymėjo, kad yra nušviečiama tik mero institucijos veikla (vadinasi, žiniasklaidai suteikiama informacija tik apie mero veiklą, ne apie visos savivaldos).

Taigi, matyti, kad Lietuvos savivaldos institucijose su žiniasklaida bendrauja įvairių skyrių ir pavadinimų specialistai.

3. 3. Ryšių su žiniasklaida specialistų funkcijos Lietuvos savivaldos institucijose

Kone visos Lietuvos savivaldybės vykdo ryšius su visuomene. „Visuomeniniame politiniame gyvenime didelis dėmesys buvo skiriamas šalies prezidentui ir jo veiklai, rinkiminių kampanijų organizavimui, santykių tarp valdžios institucijų ir visuomenės palaikymui“, – teigia A. Nugaraitė (1999b: 5). Šiuo metu savivaldos institucijose taip pat yra labai svarbu palaikyti santykius tarp valdžios institucijų ir visuomenės.



3 pav. Žmogaus / skyriaus, atsakingo už ryšius su žiniasklaida, funkcijos, veiklos

Dažniausiai santykiai tarp savivaldos institucijų ir visuomenės yra palaikomi per žiniasklaidos priemones. Ir, žinoma, pirmiausia gerus santykius reikia palaikyti su pačia žiniasklaida.

Lietuvos savivaldybių specialistai su žiniasklaida dažniausiai bendrauja rašydami pranešimus spaudai. Šis bendravimo su žiniasklaida būdas yra pažymėtas kaip pagrindinis, kuriuo naudojasi ryšius su žiniasklaida vykdančios specialistai (žr. Priedas 1, 1 lent.). Pranešimus spaudai rašo visų savivaldybių specialistai (išskyrus vienos, kuri jokios RSV veiklos nevykdo), tai sudaro 26,3% visų atsakymų (3 pav.). Dar viena labai populiarus ryšių su žiniasklaida specialistų funkcija – organizuoti susitikimus su žiniasklaidos atstovais (tai sudaro 24,3% visų atsakymų). Tokios funkcijos neatlieka tik dvi savivaldos institucijos (žr. Priedas 1, 1 lent.).

Tie patys pranešimai spaudai ar tiesiog informacija, svarbi gyventojams, yra talpinama internetinėse savivaldybių svetainėse. Būtent tokią funkciją atlieka 22 iš 27 savivaldybių ryšių su žiniasklaida specialistai. Tai sudaro 23,3% visų atsakymų.

Nors, kaip buvo minėta, žurnalistų ir ryšių su visuomene specialistų profesijos skiriasi, dažnai jos būna persipynusios. Lietuvos savivaldos institucijos – ne išimtis. Ryšių su žiniasklaida specialistai dažnoje savivaldybėje atlieka darbą, panašų į žurnalisto – jie renka medžiagą, rengia publikacijas apie

savivaldos veiklą. Tokią veiklą vykdo 18 savivaldybių ryšių su žiniasklaida specialistai (tai sudaro 22,3% visų atsakymų).

Trijų savivaldybių specialistai nurodė, kad atlieka ir kitokias funkcijas, tačiau tik vienos institucijos specialistas nurodė, kokias: „Miesto rinkodara, reprezentacija ir kt.“.

Pastebėta, kad miestų ir rajonų savivaldos institucijų ryšių su žiniasklaida specialistų funkcijos nesiskiria: tiek vienos, tiek kitose savivaldybėse atliekamos daugmaž vienodos funkcijos.

Iš pateiktų duomenų matyti, kad savivaldos institucijose ryšių su žiniasklaida specialistai atlieka labai panašias funkcijas: visos rašo pranešimus spaudai, dauguma organizuoja susitikimus su žiniasklaida, talpina informaciją savivaldybės tinklalapyje (galima teigti, kad šie specialistai prižiūri savivaldybės tinklalapį). Įdomu tai, kad daugelio savivaldybių ryšių su žiniasklaida atstovai patys atlieka žurnalisto funkcijas: renka informaciją, rašo straipsnius.



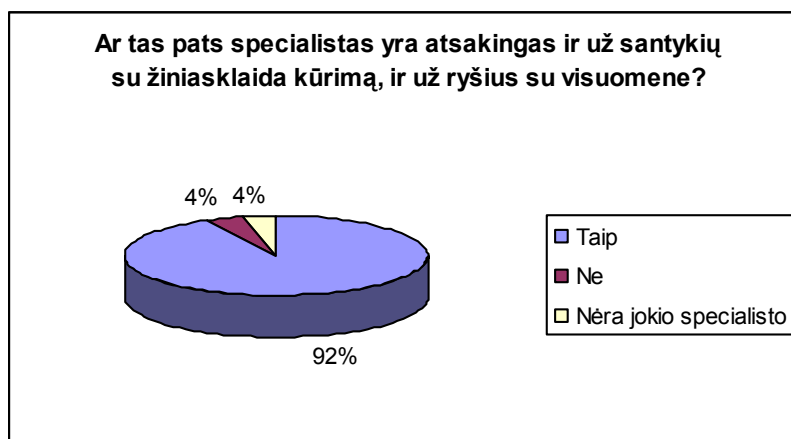
4 pav. Žmogaus / skyriaus, atsakingo už ryšius su visuomene, funkcijos, veiklos

Nors ryšiai su žiniasklaida yra viena ryšių su visuomene funkcijų, Lietuvos savivaldybėse RSV specialistas, galima teigti, dažniausiai ir atlieka ryšių su žiniasklaida darbą. Ši funkcija yra pagrindinė po savivaldybės veiklos viešinimo (žr. Priedas 1, 1 lent.).

Pati pagrindinė RSV specialistų funkcija savivaldos institucijose – viešinti savivaldybės veiklą. Viešinimu užsiima visos savivaldos institucijos (žr. Priedas 2, 2 lent.), tai sudaro 34,7% visų atsakymų. Viešinimą galima pavadinti visuomenės informavimu, o tai yra bene pagrindinė ryšių su visuomene veikla: Lietuvos savivaldybių RSV veiklai svarbiausia informuoti gyventojus viešinant institucijos atliekamą veiklą.

Dar viena svarbi ryšių su visuomene specialistų veikla – rašyti ir siųsti pranešimus spaudai (tai pažymėjo 33,4% respondentų). Tik vienos savivaldybės ryšių su visuomene specialistas tokios veiklos nevykdo (žr. Priedas 2, 2 lent.). Trys iš 26 savivaldos institucijų neorganizuoja susitikimų su žiniasklaida (30,7%). Čia ir išryškėja pagrindinės RSV specialisto veiklos: svarbiausia – vykdyti gerus ryšius su žiniasklaida. Nors savivaldybės veiklos viešinimas pažymėtas kaip prioritetinga RSV veikla, tačiau, išanalizavus rezultatus, galima teigti, kad ta veikla viešinama būtent per ryšius su žiniasklaida.

Tai matyti iš penktame paveiksle pateiktų duomenų: tik vienoje savivaldybėje iš visų atsakiusių į anketos klausimus yra ir ryšių su visuomene specialistas, ir atstovas spaudai (4%).



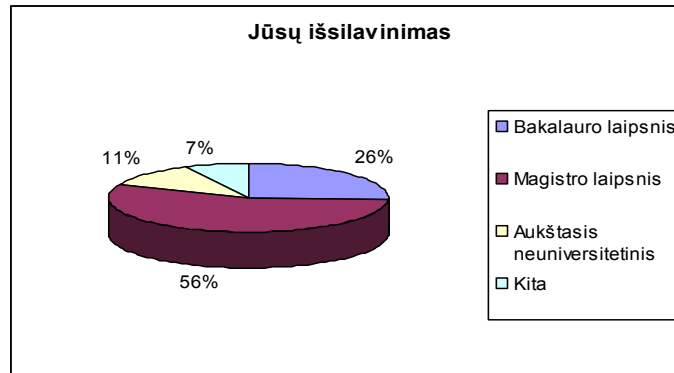
5 pav. Asmenys, atsakingi už ryšius su visuomene ir ryšius su žiniasklaida

Šie duomenys rodo, kad tarp miesto ir rajono savivaldos institucijų atliekamų veiklų taip pat neišryškėja jokių skirtumų: pvz., tiek Vilniaus miesto, Kauno miesto, tiek Rietavo ar Kaišiadorių rajono savivaldybėse ryšių su visuomene specialistai atlieka tokias pačias veiklas (žr. Priedas 2, 2 lent.).

3. 4. Ryšių su žiniasklaida specialistų išsilavinimas

Kiekvienai veiklai reikalingas tam tikras išsilavinimas. Lietuvos savivaldos institucijose dažniausiai dirba asmenys, turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą.

Net 22 respondentai nurodė turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą (6 pav.): 26% (arba 7) teigia turintys bakalauro laipsnio diplomą, 56% (arba 15) – magistro laipsnio išsilavinimą. Trys (arba 11%) respondentai nurodė turintys aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą ir du (7%) specialistai pasirinko atsakymo variantą „kita“: vienas jų turi aukštesnį nei magistro laipsnio diplomą, kitas išsilavinimo nenurodė.



6 pav. Respondentų išsilavinimas

Iš pateiktų duomenų matyti, kad specialistai, bendraujantys su žiniasklaidos atstovais, yra įvairaus išsilavinimo, todėl galima teigti, kad ypatingų reikalavimų savivaldos institucijų vadovai specialistams neteikia. Greičiausiai yra svarbiausia, kad specialistas gebėtų gerai atlikti savo darbą, informuoti visuomenę, bendradarbiauti su žiniasklaida.

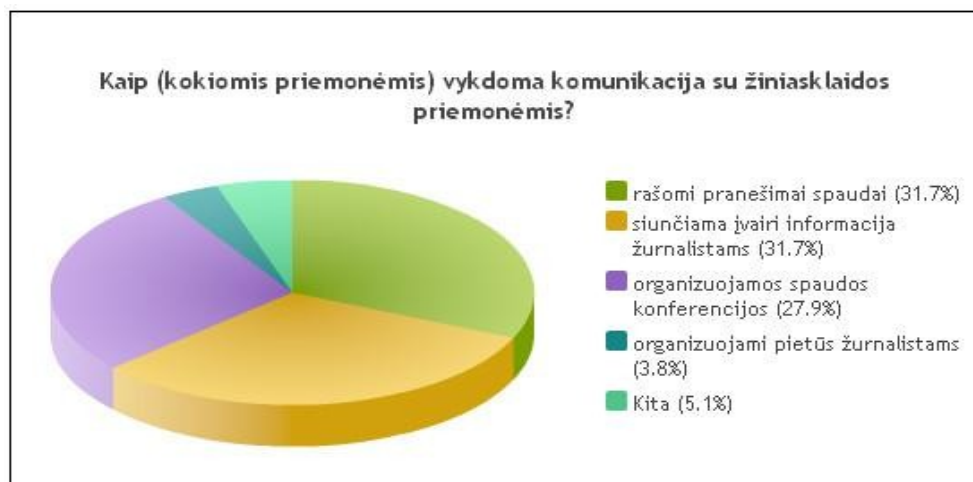
3. 5. Lietuvos savivaldos institucijų komunikacija su žiniasklaidos priemonėmis

Komunikacija su įvairiomis žiniasklaidos priemonėmis savivaldybėms yra labai svarbi, nes „Žiniasklaida ir ypač televizija šiuolaikinėje visuomenėje funkcionuoja kaip politinio atstovavimo, socialinės legitimizacijos instrumentas“ (Bielinis, 2005: 60). Savivaldybės ryšių su žiniasklaida specialistai su žiniasklaida bendrauja įvairiomis priemonėmis: yra rašomi pranešimai spaudai, organizuojamos spaudos konferencijos ir net televizijos laidos.

Vis dėlto populiariausias komunikavimo su žiniasklaida būdas yra pranešimai spaudai ir informacija žurnalistams. Tai sudaro po 31,7% visų atsakymų (7 pav.). Pranešimų spaudai nerašo ir informacijos žurnalistams nesiunčia dviejų savivaldybių atstovai (žr. Priedas 3, 3 lent.).

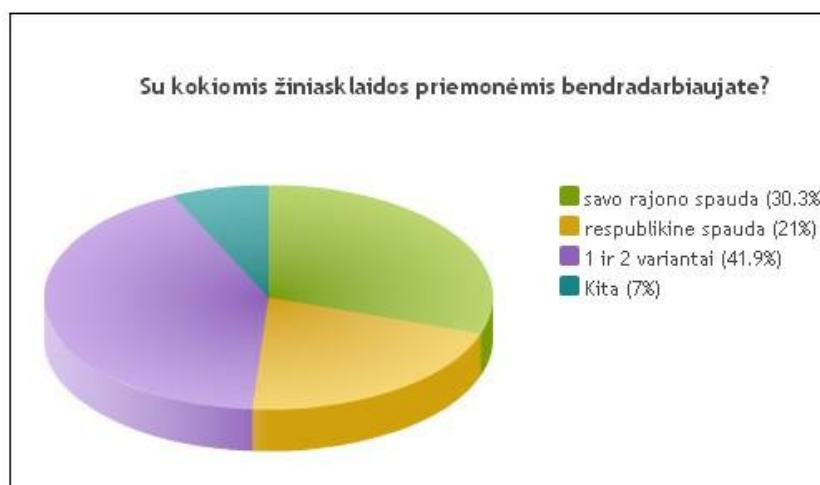
Trijose iš 26 savivaldybių yra rengiamos spaudos konferencijos (arba 27,9% atsakiusiųjų).

Retoje savivaldybėje yra organizuojami ir pietūs žurnalistams: tai daro šešių savivaldybių specialistai (3,8%). Pietūs (ar pusryčiai) žurnalistams organizuojami tada, kai su žiniasklaidos priemonėmis norima pabendrauti ne taip oficialiai, kaip, pavyzdžiui, spaudos konferencijų metu.



7 pav. Priemonės, kuriomis vykdoma komunikacija su žiniasklaidos priemonėmis

Trijose savivaldos institucijose (žr. Priedas 3, 3 lent.) vykdoma ir kitokia veikla (tai sudaro 5,1% atsakymų variantų): dviejų savivaldybių specialistai nurodė, kad jie organizuoja televizijos laidas, vienas – kad žurnalistams sudaromos sąlygos dalyvauti tarybos, įvairių komisijų posėdžiuose, pasitarimuose.



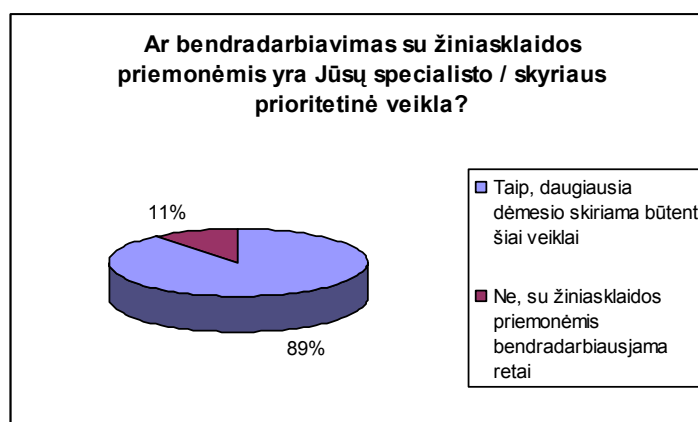
8 pav. Žiniasklaidos priemonės, su kuriomis bendradarbiauja savivaldos institucijos

Bendrauti yra svarbu su ne bet kokia žiniasklaida: įvairių savivaldybių specialistai renkami įvairias žiniasklaidos priemones: nuo regioninės iki respublikinės.

Dažniausiai Lietuvos savivaldos institucijų ryšių su žiniasklaida specialistai bendradarbiauja ir su regionine, ir su respublikine žiniasklaida (8 pav.; žr. Priedas 4, 4 lent..) – šį variantą pasirinko 22-jų savivaldybių specialistai (41,9%).

Yra savivaldos institucijų, kurios bendradarbiauja tik su regionine (savo rajono) žiniasklaida – tokios savivaldybės yra keturios (arba 30,3% atsakymo variantų), ir čia galima išvelgti tam tikrą skirtumą (nors ir nežymų) tarp miesto ir rajono savivaldybių: į šį skaičių neįeina nė viena miesto savivaldybė. Šiuos duomenis galima interpretuoti taip: kadangi tai – nedidelės savivaldybės, ryšių su žiniasklaida specialistai gali nematyti poreikio užmegzti santykius su respublikos žiniasklaidos priemonėmis.

Dvi savivaldos institucijos nurodė, kad viena jų bendradarbiauja su Utenos buvusios apskrities žiniasklaida (Anykščių r. savivaldybės specialistas), kita – su internetiniais portalais. Šį atsakymą greičiausiai galima priskirti respublikinės žiniasklaidos skilčiai, kadangi internetiniai tinklalapiai – taip pat žiniasklaidos priemonė.



9 pav. Bendradarbiavimo su žiniasklaidos priemonėmis pirmenybė

Matyti, kad kiekviena savivaldybė (išskyrus Kazlų Rūdos, kuri jokių ryšių su žiniasklaida nevykdo) rūpinasi bendravimu su žiniasklaidos atstovais. Kad tai yra svarbiausia specialisto veikla, nurodė net 89% (arba 24) savivaldos darbuotojų (9 pav.). Tik trims savivaldybėms ryšiai su žiniasklaida nėra prioritetinė veikla.

Kad bendradarbiavimas su žiniasklaidos priemonėmis yra būtinas, sutinka visi atsakiusieji į anketos klausimus.

Respondentų paklausus, kodėl (jei) savivaldybėje nevykdomi ryšiai su žiniasklaida, gauti tokie duomenys: net trys savivaldos institucijų specialistai atsakė, kad rajono gyventojai vienaip ar kitaip sužino naujienas ir be atstovo spaudai, viena teigia, kad savivaldybei ir be atstovo spaudai pakanka žiniasklaidos dėmesio. Įdomu tai, kad tik viena savivaldybė nurodė nevykdanti jokių ryšių su žiniasklaida, o į klausimą atsakė dar trys respondentai, kurie nurodė bendradarbiaujantys su žurnalistais.

3. 6. Ryšių su žiniasklaida svarba Lietuvos savivaldos institucijose: ekspertų interviu

Siekiant išsiaiškinti, kiek yra svarbūs ryšiai su žiniasklaida savivaldos institucijoms, atliktas interviu su ekspertais Lauru Bielinu, Andriumi Šuminu ir Liutauru Ulevičiumi.

Paklausti, ar savivaldybėms yra reikalinga vykdyti ryšius su žiniasklaida, tiek L. Bielinis, tiek A. Šuminas, tiek L. Ulevičius atsakė, kad taip. „Manau, kad savivaldybės turi turėti labai stiprią ryšių su žiniasklaida tarnybą“, – teigė L. Bielinis, pabrėždamas, kad savivaldybė turi tiesioginį kontaktą su piliečiais ir ji privalo jiems aiškinti savo vykdomus veiksmus. Su tokiu teiginiu sutiko ir A. Šuminas, kuris teigė, kad „ko gero visose [savivaldybėse] rasim komunikacijos specialistus“, o L. Ulevičiaus teigimu, „komunikacija viešoje erdvėje neišvengiama“.

Ekspertai pabrėžė savivaldybių komunikacijos su visuomene svarbą. Pasak L. Bielinio, savivaldybė „turi daug dažniau piliečiams aiškinti savo veiksmus, sprendimus ir būsimus projektus“, tokiai minčiai pritarė ir kitas respondentas: „Žmonės turi žinoti, ką daro jų išrinkti atstovai, ką daro jų išrinkta artimiausia valdžia, lygiai taip pat ta valdžia turi žinoti, ką žmonės mąsto, <...> kaip vertina jų priimtus sprendimus“, – teigė A. Šuminas.

Lauras Bielinis įvardijo ir dar vieną svarbų bendradarbiavimo su žiniasklaida aspektą: jei komunikacija bus nevykdoma, žmonės gali sužinoti ne tokią informaciją, kokia yra iš tikrųjų: „gyventojai didžiąja dalimi sužino problemas per žiniasklaidą. Jeigu nėra tarnybos ryšių su žiniasklaida, jie gali sužinoti [informaciją] iškreiptai“.

Į klausimą, kas (koks specialistas) turėtų atlikti ryšius su žiniasklaida, specialistai atsakė skirtingai. Lauro Bielinio teigimu, nėra didelio skirtumo, kaip tas specialistas vadinasi, svarbiausia, kad jis „turi susigaudyti labai stipriai dviejose srityse: jis turi puikiai suvokti žiniasklaidos funkcionavimo mechanizmus ir taip pat turi labai gerai gaudytis savivaldos, savivaldybės reikaluose“. L. Ulevičiaus nuomonė panaši: „Su žiniasklaida bendrauti turi visi specialistai, tik ryšių su visuomene specialistų pareiga užtikrinti, kad tai daroma nuosekliai ir pagal numatytus komunikacijos prioritetus“.

Tuo tarpu Andrius Šuminas mano, kad kiekvienas specialistas turi dirbti savo srityje, pagal išsilavinimą: „Yra skirtumas, kas vykdo ryšius su žiniasklaida – kiekvienas žmogus turi užsiimti ta veikla, kurią išmano <...>. Reikia žinoti, kaip užsiimti ta veikla, reikia žinoti, kaip kas vyksta, reikia žinoti, galų gale, pačias bendravimo formas“. Pastarojo specialisto nuomone, savivaldos institucijose tam tikro išsilavinimo žmonės dirba anaipatol ne visada: „ne paslaptis, kad po rinkimų susidėlioja savus žmones – per pažintis, ar kitą priklausomybę“.

Atlikus anketinę savivaldybių ryšių su žiniasklaida specialistų apklausą, buvo pastebėta, kad didesnės savivaldybės dažniau bendrauja ir su respublikine, ir su vietine žiniasklaida, mažesnės daugiau dėmesio skiria regioninei žiniasklaidai. Ekspertų paklausus, su kokia žiniasklaida turi komunikuoti didesnės ir mažesnės savivaldybės, du iš jų atsakė, kad institucijos turi tikslingai rinktis žiniasklaidos priemones. „Aš manau, kad mažesnių savivaldybių bendravimas su vietine žiniasklaida yra teisingas veiksmas. Regioninės savivaldybės, jos iš tikrųjų sprendžia pakankamai nedidelius uždavinius ir jų biudžetai ne kokie“, – teigė L. Bielinis. Andriaus Šumino nuomone, nedidelėms savivaldybėms bendrauti su savo rajono žiniasklaida yra kur kas tikslingiau, nei su visos Lietuvos. Respondentas teigė: „Aš nežinau, ar tarkim reikia Neringos [savivaldybei] <...>, kad jos kiekviena žinutė eitų į nacionalinę žiniasklaidą. Galbūt, ne galbūt, greičiausiai iš viso to nereikia. <...> Neringos savivaldybė turėtų būt suinteresuota, iš principo didžiausia dalimi su savo kontaktu, tiksline auditorija, tai yra, su Neringos gyventojais ir tokiu būdu, efektyviausias kanalas, per kurį pasiektų Neringos gyventojus, tikrai nėra „Lietuvos rytas“ ar „LNK Žinios“. Tačiau „galima išeiti vieną ar du kartus per metus į nacionalinę žiniasklaidą. Tą daryti, be jokios abejonės, reikia“. Tuo tarpu L. Ulevičiaus nuomone, tiek didelėms, tiek mažoms savivaldybėms tikslinga yra bendrauti tiek su vietine, tiek respublikine žiniasklaida: „Nacionalinė žiniasklaida tikrai visada turi regioninių naujienų skiltis, rubrikas, todėl bendradarbiauti tikslinga“.

L. Bielinis ir A. Šuminas atskirai įvardija Vilnių – šiam miestui yra būtina komunikuoti tiek su regionine, tiek su respublikine žiniasklaida: „Iš principo, tai, kas vyksta Vilniuj, dažniausiai pakankamai gali sudominti nacionalinę žiniasklaidą <...>. Jeigu mes kalbam apie ryšius su žiniasklaida lokaliai lygmeny, tai bet kuriuo atveju mes turim kalbėti apie savivaldybę ir apie vietinę žiniasklaidą“, – sakė A. Šuminas. Kitas respondentas, L. Bielinis, išsakė tokią pačią nuomonę: „sprendimas Vilniuje, jis atsiliepią per visą Lietuvą. Labai dažnai Vilniaus savivaldybė, Vilniaus meras, vadinami kaip antrasis Seimas ir antrasis Seimo Pirmininkas“.

Paklausti, kokie, jų manymu, ryšiai su žiniasklaida yra efektyvūs, kokios priemonės efektyviausios, respondentai teigė, kad efektyvi yra tokia priemonė, kuri teisingai parinkta.

Andriaus Šumino nuomone, bendravimo su žiniasklaida būdai priklauso ir nuo savivaldybės dydžio: „kuo mažesnė savivaldybė, tuo tie santykiai pereina į tokį draugiškesnį lygį <...>. Įsivaizduokite, juokingai atrodytų rengti spaudos konferencijas dažnai, kuriose dalyvautų trys žmonės, kuriems tai įdomu. Tada geriau susitikti su jais, išgerti kavos, pasikalbėti neformalioj aplinkoj“.

Tuo tarpu Lauras Bielinis mano, kad „priemonės turi atitikti tą veiksmą, tą tikslą, kurio siekiama“. Politologas teigia, kad „Kartais užtenka ir nedidelio pranešimo spaudai, jeigu nėra didžiulių tikslų vykdant vieną ar kitą veiksmą. Na, o kartais, tam, kad realizuoti kažkokį <...> rimtesnį veiksmą,

reikia kompleksišku žingsnių, kur įeina ir pranešimai spaudai (ir ne vienas ko gero), ir spaudos konferencijos, kažkokie <...> interviu <...>“. Kaip gerai išnaudotą ryšių su žiniasklaida priemone specialistas įvardijo Artūro Zuoko organizuotą akciją, kuomet politikas pakvietė žurnalistus, kad šie pažiūrėtų, kaip ryte yra tvarkomas miestas: „čia ir yra adekvatus veiksmas tai problemai, kurią norima spręsti, – teigė L. Bielinis. Liutauras Ulevičiaus nuomonė panaši: „Efektyvumą galima matuoti tik žinant užsibrėžtus tikslus“.

Paprašyti įvardyti savivaldą, kuri, respondentų manymu, vykdo gerus ryšius su visuomene, du specialistai teigė tokios nežinantys: Lauras Bielinis sakė, kad į tai nelabai gilinasi, o A. Šuminas – kad tai – ne visai jo sritis. Nors šis politologas, geriau pagalvojęs, įvardijo Vilniaus miesto savivaldybę ir vėl – Artūrą Zuoką ir jo puikiai vykdomus ryšius su visuomene. Pasak specialisto, grįžus į valdžią A. Zuokui, „yra metamos didelės pajėgos, yra samdomi papildomi žmonės, plečiamas ryšių su visuomene skyrius. Šios savivaldybės jis yra jau didesnis negu ministerijų kai kurių“. Liutauras Ulevičius taip pat išskyrė Vilniaus miesto savivaldybę, jo nuomone, gerus ryšius su žiniasklaida vykdo ir Druskininkai.

Šiais laikais vis labiau populiarėja bendravimas internetu – pavyzdžiui, socialiniais tinklais. Kai kurie politikai ir kai kurios savivaldybės tuo jau dabar naudojasi (kai kurių savivaldos institucijų internetiniai tinklalapiai puikiai funkcionuoja – juose kasdien yra talpinama informacija apie savivaldybės, joje dirbančių žmonių veiklą, priimtus sprendimus (pvz., Vilniaus miesto savivaldybė). Todėl respondentų buvo klausama, ar, jų nuomone, nebūtų tikslingiau naudotis šiomis naujomis komunikacijos priemonėmis ir galbūt atsakyti senųjų, tradicinių. Visi apklaustieji specialistai mano, kad šios priemonės yra reikalingos, tačiau šalia tradicinių geriausia būtų vykdyti ir kitas įvairias komunikacijos su žiniasklaida priemones.

Lauras Bielinis mano, kad po truputį tokią veiklą ims vykdyti atstovai spaudai ir tai yra neišvengiama: „Iš tikrųjų, atstovas spaudai, atstovo spaudai tarnyba perims ir šitą <...>. Aš manau, šita priemonė bus taikoma lygiagrečiai“, L. Ulevičius tik paantrino: „tai derintinos ir kartu naudotinos priemonės“.

A. Šuminas teigė, kad „tą irgi reikia daryti, tai yra akivaizdu“. Jo nuomone, čia taip pat išsiskiria mažesniosios ir didesniosios institucijos: jis teigia, kad, jo atlikto tyrimo duomenimis, yra labai didelis skirtumas tarp Vilniaus, ir, tarkim, Ignalinos, Rietavo savivaldybių: „tenai yra nedidelis tas panaudojimas. Jeigu mes pažiūrėtume, kas naudojasi tomis socialinėmis priemonėmis – Vilniuj <...> daugiau ar mažiau <...> visi naudojasi. Bet jeigu mes važiuosim toliau, tai ten dar tikrai nedidelė dalis žmonių naudojasi. Arba visai nesinaudoja“. Respondentas teigia, kad yra tikslinga naudoti visokias priemones: „lygiai taip pat negalima sakyti, kad <...> jau laikraščiai niekam nebeįdomūs ir mestis tiktai į internetą, nes tada [informacija] nepasieks <...> kokių 80 procentų auditorijos“. Taip pat teigia ir L.

Bielinis: „Kartais, vienu atveju, vienai socialinei grupei labai sveika ir gerai, kada yra internetinis ryšys ir kažkokia tai svetainė arba kokia nors speciali programa, per kurią jie bendrauja <...>. O kokie <...> pensininkai, aišku savaime, jiems reikia visai ko kito, jiems reikia vaizdelio per televizorių, įspūdingo kažkokio <...> veiksmo“.

Nors A. Šuminas teigia, kad mažesnės savivaldos institucijos mažai naudojami naujausiomis priemonėmis, L. Bielinis mano, jog tiek vienoms, tiek kitoms savivaldybėms reikia naudoti visokias priemones: „Bet ir maža savivaldybė, naudodamasi technologinėmis naujovėmis, gali iš tikrųjų daug pasiekti, jeigu joje gyvena žmonės, kuriems prieinama visa tai“.

Taigi, matyti, kad ryšius su žiniasklaida Lietuvos savivaldos turi vykdyti; jos turi naudoti įvairias bendravimo su žiniasklaidos atstovais priemones, o ryšių su žiniasklaida darbą turi atlikti tik kvalifikuoti specialistai.

3. 7. Tyrimo rezultatų aptarimas

Atlikus tyrimą, paneigta pirmoji išsikelta hipotezė: Lietuvos savivaldybės komunikuoja su žiniasklaidos priemonėmis – t. y., vykdo ryšius su žiniasklaida (iš beveik pusės grįžusių anketų, tik viena nurodė tokia veikla neužsiimanti). Antroji hipotezė taip pat nepasitvirtino – ir mažesnės savivaldybės glaudžiai bendradarbiauja su žiniasklaidos priemonėmis, dažnai viso ryšių su visuomene skyriaus (jei toks savivaldybėje yra) veikla yra nukreipta būtent į ryšius su žiniasklaida.

Paaiškėjo, kad:

1. ryšių su žiniasklaida darbą atlieka šioje srityje dirbantys specialistai, kurių pareigos vadinasi skirtingai: dažniausiai toks specialistas vadinamas ryšių su visuomene. Komunikaciją su žurnalistais vykdo ir atstovai spaudai bei kalbos tvarkytojai.

2. specialistai, kurie komunikuoja su žiniasklaida, dažniausiai rašo pranešimus spaudai ir rengia spaudos konferencijas. Taip pat jie renka informaciją, rengia publikacijas apie savivaldybės veiklą (jų funkcijos panašios į žurnalisto).

3. kadangi daugumos specialistų funkcijos yra rengti pranešimus spaudai ar organizuoti spaudos konferencijas, būtent šios priemonės ir yra populiariausios komunikuojant su žurnalistais.

4. ryšiai su žiniasklaida yra svarbūs savivaldybėms – juos vykdo beveik visos ištirtos institucijos (26 iš 27).

Iš išanalizuotų duomenų matyti, kad Lietuvos savivaldybėse esantis skyrius, atliekantis ryšių su visuomene darbą, nebūtinai vadinamas ryšių su visuomene skyriumi (padaliniu): dažniausiai šis skyrius vadinasi bendruoju, kuriame dirba įvairių sričių specialistai (vairuotojai, atstovai spaudai, ūkvedžiai).

Taip pat yra ir daugumoje Lietuvos ministerijų: „savo struktūrose turi įvairius padalinius: ryšių su visuomene skyrius, visuomenės informavimo skyrius, informacijos ir spaudos skyrius, spaudos tarnybas, informacijos analizės skyrius ir ryšių ir informacijos skyrius“ (Nugaraitė, 1999a: 13).

Iš gautų duomenų matyti, kad tik vienoje Savivaldos institucijoje nėra jokio asmens, atsakingo už ryšius su žiniasklaida, ryšius su visuomene. Tačiau kitose savivaldybėse šias pareigas vykdo įvairūs specialistai (tiksliau tariant, skirtingai vadinasi jų pareigos): nuo ryšių su visuomene iki kalbos tvarkytojo.

Kiek neįprasta tai, kad ryšius su žiniasklaida vykdo kalbos tvarkytojas arba ryšių su visuomene specialistas ir kalbos tvarkytojas, kadangi šios dvi specialybės, rodos, neturi nieko bendra:

Kalbos tvarkytojas	Ryšių su visuomene specialistas
Turi išmanyti Lietuvos Respublikos valstybinės kalbos įstatymą	Turi turėti vadybos (informacijos vadybos) žinių
Turi gebėti įstatymų nustatytais atvejais surašyti administracinių teisės pažeidimų protokolus	Turi vystyti socialinius santykius (darbuotojų socialinė sauga),
Turi konsultuoti įmones, įstaigas valstybinės kalbos klausimais	Turi konsultuoti įmonę, teikti patarimus ryšių su visuomene klausimais

2004 metais paskelbtame „Kalbos tvarkytojų bendrųjų kvalifikacinių reikalavimų apraše“ nurodoma, kad savivaldybės kalbos tvarkytojas privalo:

„3.1. turėti aukštąjį universitetinį lituanistinį išsilavinimą;

3.2. išmanyti Lietuvos Respublikos valstybinės kalbos įstatymą, Valstybinės lietuvių kalbos komisijos nutarimus ir kitus teisės norminius aktus, reglamentuojančius valstybinės kalbos vartojimą;

3.3. būti nepriekaištingos profesinės reputacijos, pareigingas, darbštus, gebėti bendrauti“ (<http://www.vlkk.lt/lit/nutarimai/dokumentas.147.html>). Nurodoma, kad šie reikalavimai yra taikomi asmenims, kalbos tvarkytojais dirbantiems savivaldybėse. Į savivaldybės kalbos tvarkytojo pareigas neįeina atstovavimas savivaldai ar bendravimas su žiniasklaidos priemonėmis:

„4. Savivaldybės kalbos tvarkytojas turi gebėti:

4.1. kontroliuoti, kaip savivaldybės teritorijoje laikomasi Valstybinės kalbos įstatymo, Valstybinės lietuvių kalbos komisijos nutarimų ir kitų teisės norminių aktų, reglamentuojančių valstybinės kalbos vartojimą;

4.2. įstatymų nustatytais atvejais surašyti administracinių teisės pažeidimų protokolus;

4.3. pagal savo įgaliojimus nagrinėti administracinių teisės pažeidimų bylas ir skirti administracines nuobaudas;

- 4.4. konsultuoti savivaldybės teritorijoje veikiančių įmonių, įstaigų ir organizacijų darbuotojus bei kitus asmenis valstybinės kalbos vartojimo klausimais;
- 4.5. pagal savo kompetenciją rengti metodinius patarimus, straipsnius kalbos vartojimo klausimais;
- 4.6. kaupti, nagrinėti, sisteminti, apibendrinti informaciją ir rengti išvadas;
- 4.7. sklandžiai reikšti mintis raštu ir žodžiu, taikyti raštvedybos taisykles, mokėti dirbti kompiuteriu ir naudotis šiuolaikinėmis ryšio technologijomis (elektroniniu paštu, internetu)“ (ten pat).

Tuo tarpu tokios yra pagrindinės ryšių su visuomene specialisto veiklos:

- „planavimas (veiklos planavimas),
- vadyba (informacijos vadyba),
- konsultavimas (patarimų teikimas),
- analizavimas (tyrimų rezultatų analizė),
- ekonominiai santykiai (santykiai su konkurentais),
- socialiniai santykiai (darbuotojų socialinė sauga),
- politinė veikla (dalyvavimas bendruomenės veikloje),
- komunikacija (komunikatoriaus savybės),
- švietimo veikla (mokymų organizavimas),
- ryšiai su personalu (vidinė komunikacija)“ (Mamedaitytė, 2003: 47).

Taigi, tarp kalbos tvarkytojo ir atstovo spaudai bei ryšių su visuomene specialisto matyti gana dideli skirtumai. Tačiau sąsają tarp kalbininko ir spaudos atstovo vis dėlto galima išvelgti: ir vienas, ir kitas turi gebėti rišliai rašyti, o tai yra gana svarbu, norint paruošti gerą pranešimą spaudai.

Tuo tarpu iš atlikto interviu matyti, kad ryšių su žiniasklaida specialistas tiesiog turi gerai išmanyti žiniasklaidos funkcionavimo mechanizmus ir savivaldybės reikalus (L. Bielinis, L. Ulevičius) arba, vis dėlto, turėti atitinkamą komunikacijos išsilavinimą (A. Šuminas).

Lietuvos savivaldybių specialistai su žiniasklaida dažniausiai bendrauja rašydami pranešimus spaudai. Tokią funkciją kaip pagrindinę mini ir A. Nugaraitė: „Vienas pagrindinių būdų – tai konkreti, įdomi informacija apie organizacijos veiklą, renginį, kuri pateikiama tampa standartine forma. Tai informacinis pranešimas spaudai, viešai sakoma kalba“ (1999a: 26). Tuo tarpu spaudos konferencijos rengiamos ne kiekvieną kartą, o kai norima pranešti svarbią žinią: „Spaudos konferencija yra organizuojama tuomet, kai institucija nori pranešti iš tiesų svarbią, esminę žinią visuomenei (savivaldybių atveju, tai gali būti organizuojama naujo mero išrinkimo, visuotinio žemės ūkio surašymo ar pan. progomis)“ (Mamedaitytė, 2003: 41). Spaudos konferenciją kaip gana paprastą komunikacijos būdą mini ir politologai L. Bielinis bei A. Šuminas, tačiau specialistai teigia, kad

kiekviena priemonė turi būti naudojama tikslingai: Lauras Bielinis sako, kad kartais pakanka tik pranešimo spaudai, o kartais reikia įvairias priemones naudoti kompleksiskai. A. Šumino teigimu, mažesniosioms savivaldybėms būtų tikslinga su vietinės žiniasklaidos atstovais bendrauti tiesiog asmeniškai, o L. Ulevičius teigia, kad reikia naudoti daug priemonių.

Iš gautų anketinės apklausos duomenų matyti, kad Lietuvos savivaldos institucijų specialistai bendradarbiauja ir su savo rajono žiniasklaida, ir (dažniausiai) respublikine. Tarp mažesniųjų ir didesniųjų savivaldybių išryškėja tik nedidelis skirtumas – tik kelio mažesnės savivaldybės bendradarbiauja tik su savo rajono žiniasklaida, visos kitos – su įvairiomis priemonėmis.

Pasak A. Nugaraitės, „Informacijos teikimas visuomenei padeda išvengti nesusipratimų, padaryti valdžią labiau pasiekiamą. Todėl labai svarbu, kad visuomenė žinotų kokios yra valdžios institucijų galimybės, veiksmai ir pan.“ (1999a: 27).

Taigi, galima teigti, kad rajono savivaldybėms užtenka bendrauti tik su savo rajono žiniasklaida, nes taip informuojami rajono gyventojai būtent apie tos savivaldos veiklą. Su šiuo teiginiu sutinka ir kalbinti ekspertai A. Šuminas ir L. Bielinis. Jie teigia, kad didelės miestų savivaldybės turi bendrauti tiek su respublikine, tiek su regionine žiniasklaida, tuo tarpu mažesnės savivaldos institucijos turėtų orientuotis į savo rajono žiniasklaidą. Tuo tarpu L. Ulevičiaus nuomone, visos savivaldos turi bendrauti su įvairiomis žiniasklaidos priemonėmis.

IŠVADOS

Naudojantis mokslinės literatūros analizės metodais (indukcijos ir ekstrapoliacijos), atlikus kiekybinį ir kokybinį tyrimus, paaiškėjo, kad ryšiai su žiniasklaida Lietuvos savivaldybėse yra vykdomi, jie yra ne mažiau svarbūs, nei nevalstybinėse organizacijose.

Atlikus tyrimus, gautos tokios išvados:

1. Išanalizavus mokslinę literatūrą, paaiškėjo, kad ryšiai su žiniasklaida yra viena ryšių su visuomene veiklų, o jos vaidmuo – pateikti kuo daugiau publikacijų, siekiant visuomenėje sukurti supratimą. Ryšius su žiniasklaida vystyti yra svarbu kiekvienai organizacijai ar institucijai, nes jei ji nebus matoma žiniasklaidoje, teigiama, kad jos nebus visai.

Ryšiai su žiniasklaida, vykdomi valstybinėse ir nevalstybinėse institucijose, skiriasi: viešosios politikos atstovai su žiniasklaidos priemonėmis **turi** bendradarbiauti: pasitelkdami šias priemones, jie suteikia visuomenei informaciją, kuo užsiima jų institucija, kokias veiklas vykdo ir kaip nuo tų veiklų priklauso visuomenės gyvenimas. Savivaldybės – ne išimtis. Jos, bendradarbiaudamos su žiniasklaidos priemonėmis, turi visuomenei teikti informaciją apie tarybos sprendimus, institucijos veiklą. Dar vienas aspektas – kad valstybinės institucijos žiniasklaida dažniausiai naudojasi rinkimų metu, jos pagalba politikai siekia valdžios. Iš mokslinės literatūros taip pat paaiškėjo, kad ryšius su žiniasklaida savivaldybėse dažniausiai vykdo atstovas spaudai.

Tuo tarpu nevalstybinės organizacijos, naudodamosi žiniasklaidos priemonėmis, labiausiai siekia finansinės naudos.

Tiek valstybinėms, tiek nevalstybinėms institucijoms, organizacijoms yra svarbus ir įvaizdis, kuris dažniausiai yra kuriamas per žiniasklaidos priemones.

2. Atlikus anketinę apklausą ir apklausus Lietuvos savivaldybių ryšių su žiniasklaida ir kitus specialistus (jei savivaldybės tinklalapyje specialisto, atsakingo už ryšius su žiniasklaida, kontaktinių duomenų nebuvo, anketa siūsta administracijos direktoriaus pavaduotojams), iš 27 grįžusių atsakymų, paaiškėjo, kad tik viena savivaldybė nevykdo ryšių su žiniasklaida. Taigi, iš tyrimo rezultatų galima spręsti, kad Lietuvos savivaldybėms komunikacija su žiniasklaida yra svarbi. Net 89% (arba 24 savivaldybės) nurodė, kad ši veikla yra prioritetinė.

Daugumoje savivaldybių yra atskiri skyriai, kuriuose dirba ryšių su žiniasklaida specialistai, dažniausiai šis skyrius vadinasi ryšių su visuomene. Asmenys, atsakingi už komunikaciją su žurnalistais, taip pat dažniausiai vadinasi ryšių su visuomene specialistais. Kitaip, nei pastebėta

moksliniuose šaltiniuose, atstovas spaudai savivaldybėje nėra populiariausias asmuo, bendraujantis su žiniasklaida: iš tyrimo paaiškėjo, kad šis asmuo yra antras pagal populiarumą.

Tiek iš teorinių šaltinių, tiek tyrimo, paaiškėjo, kad dažniausiai savivaldybės su žiniasklaida bendrauja rašydamos pranešimus spaudai ar organizuodamos spaudos konferencijas. Remiantis teorija, tai – paprasčiausias būdas pasiekti tikslinę auditoriją. Pagrindinės ryšių su žiniasklaida specialistų veiklos ir yra rašyti pranešimus bei rengti konferencijas. Pastebėta, kad šios srities specialistai savivaldybėje atlieka ir žurnalisto veiklą: renka informaciją, rašo ir siunčia pranešimus, taip pat dažnai talpina informaciją savivaldybės tinklalapyje.

3. Atlikus struktūruotą ekspertinį interviu, paaiškėjo, kad savivaldybėms vykdyti ryšius su žiniasklaida yra ne tik reikalinga, bet ir būtina. Visi respondentai – tiek A. Šuminas, tiek L. Bielinis, tiek L. Ulkevičius – yra tvirtos nuomonės, kad savivaldybės, pasitelkdamos žiniasklaidos priemones, turi nuolat informuoti gyventojus apie tai, kokie sprendimai yra priimami, kokia apskritai veikla užsiima ši artimiausia visuomenei valdžia. Nors moksliniuose šaltiniuose minima, kad kai kuriais atvejais komunikuoti su žiniasklaida nereikia, ekspertai tokių atvejų nenurodė: jei komunikacija nebus vykdoma, visuomenė gali sužinoti iškreiptą informaciją.

Iš interviu paaiškėjo, kad savivaldybės su žiniasklaida turi komunikuoti tokiomis priemonėmis, kokios yra reikalingos tam tikroje situacijoje: jei naujiena nedidelė, užtenka pranešimo spaudai, o jei nedidelė savivaldybė, patariama su žurnalistais bendrauti asmeniškai. Teorinėje literatūroje pateikiamas atvejis, kada su žurnalistais bendrauti asmeniškai, šiek tiek kitoks: teigiama, kad toks būdas dažniausiai renkamas tada, kai norima su žiniasklaidos atstovais pabendrauti neformaliai. Dar viena priemonė, respondentų manymu, turinti eiti lygiagrečiai tradicinių – bendravimas internetu (socialiniai tinklalapiai ir pan.). Tai veiksminga, norint pasiekti tą tikslinę auditoriją, kuri naudojasi naujosiomis technologijomis.

4. Taigi, atlikus tyrimus, paaiškėjo, kad ryšiai su žiniasklaida Lietuvos savivaldybėse svarbūs, nes:

- bendradarbiaujant su žiniasklaidos atstovais, informuojama visuomenė apie savivaldybės veiklą, funkcijas, priimamus sprendimus;
- žiniasklaidos priemonių pagalba sukuriamas žinojimas;
- žiniasklaida sukuria terpę savivaldybės darbuotojams ir visuomenei bendrauti.

Tiek atlikus mokslinę literatūros analizę, tiek kiekybinį ir kokybinį tyrimus, paaiškėjo, kad su žiniasklaidos atstovais savivaldybės bendrauja ir turi bendrauti.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. Atstovas spaudai. Prieiga internete: <<http://www.profesijupasaulis.lt/povol/786.htm>>, (žiūrėta 2011-04-15)
2. Augustinaitis A. (2006) Viešieji ryšiai ir viešasis valdymas // *Informacijos mokslai*, Nr. 38. Prieiga internete: <http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/38/15-26.pdf>, (žiūrėta 2011-03-10)
3. Bakaveckas A. (2007) Lietuvos vykdomoji valdžia (monografija). Vilnius: Eugrimas
4. Baršauskienė V., Janulevičiūtė-Ivaškevičienė B. (2005) Komunikacija: teorija ir praktika. Kaunas: Technologija
5. Bartninkaitė D. (2005) Atstovai spaudai Lietuvoje: mados besivaikantys ar savo darbą išmanantys specialistai? // *Baltijos šalių žiniasklaidos transformacijos: jaunujų tyrėjų požiūris*, VDU. Prieiga internete: <http://www.mediastudies.lt/sites/default/files/Media-Transformations_2005%2801%29_0.pdf>, (žiūrėta 2011-03-10)
6. Bielinis L. (2005) Visuomenė, valdžia ir žiniasklaida: prieštarą komunikacinė simbiozė. Vilnius: Eugrimas
7. Blake C. (1991) Application of the New Information and Communication Technologies in Public Relations // *Africa Media Review*, Nr. 3. Prieiga internete: <<http://archive.lib.msu.edu/DMC/African%20Journals/pdfs/africa%20media%20review/vol5no3/jamr005003004.pdf>>, (žiūrėta 2011-04-15)
8. Cayeood C. L. (1997) The Handbook of Strategic Public Relations and Integrated Communications. USA: McGraw-Hill
9. Charié Jean-Paul. Livre bleu du lobbying en France. Assemblée Nationale, Commission des affaires économiques. Prieiga internete: <http://www.spyworld-actu.com/IMG/pdf_rapport_lobbying.pdf>, (žiūrėta 2011-03-10)
10. „Comment metre en plane des relations presse“. Prieiga internete: <http://www.bepub.com/fr/view_fiche_pratique.php?id_fic=7>, (žiūrėta 2010-05-10).
11. Cotteret Jean-Marie (1973) Gouvernants et gouvernés: la communication politique. Paris: Presses Univ. de France
12. Cutlip S. M., Center A. H., Broom G. M. (2001) Effective Public Relations. USA: Prentice Hall
13. Davis. A. (2004) Mastering Public Relations. Basingstoke : Palgrave Macmillan

14. Dabartinės Lietuvių kalbos žodynas (DLKŽ) (2000) Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas
15. Fiske J. (1998) Įvadas į komunikacijos studijas. Vilnius: Baltos lankos
16. Fisher Liu B., Horsley J. S. (2007) The Government Communication Decision Wheel: Toward a Public Relations Model for the Public Sector // *Journal of Public Relations Research*, Nr. 19 (4), 377-393
17. Gudonienė V. (2006) Komunikacija ir žiniasklaida. Korporatyvinė komunikacija – komunikacijos ar valdymo integravimas? // *Informacijos mokslai*, Nr. 39. Prieiga internete: <http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/39/82-92.pdf>, žiūrėta (2011-03-25)
18. Ignatjev D., Beketov A. (2004) *Nastolnaja enciklopedija Public Relations*. Moskva
19. Indriūnas A. V., Makštutis A. (2008) *Viešosios vadybos strategija Lietuvoje. Penktoji konstitucija* (monografija). Prieiga internete: <http://books.google.lt/books?id=Gu0oeaPblsC&pg=PA152&lpg=PA152&dq=vyrtaisyb%C4%99+sudaro&source=bl&ots=aaG8GadH36&sig=fYXCadpRyX7wK-mr-8R0bGM0MNs&hl=lt&ei=4oDETzbXGYuEhQevssSCBA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=9&ved=0CFMQ6AEwCA#v=onepage&q=vyrtaisyb%C4%99%20sudaro&f=false>, (žiūrėta 2011-04-20)
20. Jefkins F. (1998) *Public Relations*. London: Pitman Publishing
21. Jukėnaitė A. (2008) *Organizacijų ir žiniasklaidos komunikaciniai ryšiai: Druskininkų savivaldybės atvejis*. Kaunas. Prieiga internete: <http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2008~D_20080616_143221-49045/DS.005.0.01.ETD>, (žiūrėta 2011-01-20)
22. Kaip parašyti gerą pranešimą spaudai. Prieiga internete: <<http://www.publicityinsider.com/release.asp>>, (žiūrėta 2011-03-10)
23. Kalbos tvarkytojų bendrųjų kvalifikacinių reikalavimų aprašas. Prieiga internete: <<http://www.vlkk.lt/lit/nutarimai/dokumentas.147.html>>, (žiūrėta 2011-04-15)
24. Kas yra ryšiai su visuomene? Monrealio universitetas. Prieiga internete: <<http://www.fep.umontreal.ca/rp/rp.html>>, (žiūrėta 2010-05-10)
25. Lavigne A. (2002). *Journalisme, relations publiques et publicité: produits et médias d'hybridation dans l'univers de l'écrit* // *Les cahiers au journalisme*, Nr. 2. Prieiga internete: <http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/10/07_Lavigne.pdf>, (žiūrėta 2010-05-10)
26. Lazdynas R. (2005) *Savivalda. Filosofija, teorija, praktika*. Šiauliai: Saulės delta

27. Lesly Ph. (1991) Lesly's handbook of public relations and communications. New York: AMACOM
28. Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymas (1994). Prieiga internete: <http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=240620>, (žiūrėta 2011-04-15)
29. Lietuvos ryšių su visuomene specialistų sąjunga. Prieiga internete: <<http://www.lrvs.lt/?id=ryisiaisuvisuomene&idtwo=veikla>>, (žiūrėta 2011-04-15)
30. Lietuvos ryšių su visuomene specialistų sąjungos etikos kodeksas (2000). Prieiga internete: <<http://www.lzlek.lt/index.php?lang=1&sid=381&tid=329>> (žiūrėta 2011-04-15)
31. Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksas (2005). Prieiga internete: <<http://www.lrvs.lt/?id=apijesajunga&idtwo=etika>>, (žiūrėta 2011-04-15)
32. Linkevičiūtė-Rimavičienė J. (2009) Spaudos vaidmuo kuriant pilietinę visuomenę // *Informacijos mokslai*, Nr. 51. Prieiga internete: <http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/51/70-82.pdf>, (žiūrėta 2011-01-14)
33. Mačiulytė J., Ragauskas P. (2007) Lietuvos savivalda: savarankiškos visuomenės link? Vilnius: Versus aureus
34. Mamedaitytė S. (2003) Ryšiai su visuomene. Prieiga internete: <http://www.mediavb.lt/resursai/vrstudija/Rysiai_su_visuomene_S.Mamedaityte.pdf> (žiūrėta 2011-01-10)
35. Marketingas. Intelligence collective Marketing. Prieiga internete: <<http://www.prformance.com/agence-marketing.php>>, (žiūrėta 2010-05-10)
36. Matakas J. (1999) Šiuolaikinė valstybė. Kaunas: Technologija
37. Matkevičienė R. (2008) Pilietinė visuomenė ir žiniasklaida. Politinio žiniasklaidos diskurso apibrėžtys: žiniasklaidos, kaip politinės komunikacijos dėmens, tyrimas // *Informacijos mokslai*, Nr. 44. Prieiga internete: <http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Informacijos_mokslai/44/107-117.pdf>, (žiūrėta 2011-03-20)
38. McQuail D. (1994) Mass Communication Theory, London : SAGE Publ.
39. McQuail D. (1992) Media Performance. Mass Communication and the Public Interest. London: SAGE
40. Novagrockienė J. (2001) Politikos mokslo pagrindai. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla
41. Nugaraitė A. (1999b) Ryšiai su visuomene: Prabanga ar būtinybė? Vilnius: ALF Lietuvos Žurnalistikos centras, VU KF Žurnalistikos institutas

42. Nugaraitė A. Valdžia ir žiniasklaida: dialogas. Vilnius, 1999a
43. Palaitytė B. (2006) Ryšiai su visuomene. Konspektas. Vilnius
44. Parsons W. (1997) Public policy: an introduction to the theory and practice of policy analysis, Lyme: E. Elgar
45. Parsons W. (2001) Viešoji politika. Vilnius: Eugrimas
46. Politikos mokslų enciklopedinis žodynas (PMEŽ) (2007). Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla
47. Prazauskas A. Politologijos įvadas. Paskaitų konspektas. Prieiga internete: <http://www.google.lt/url?sa=t&source=web&cd=9&ved=0CEsQFjAI&url=http%3A%2F%2Fwww.smfsa.lt%2Fforum%2Fviewthread.php%3Fforum_id%3D13%26thread_id%3D21%26getFile%3D623&rct=j&q=nepolitin%C4%97%20vald%C5%BEia&ei=6WvETfrPGsS2hAebttXtAw&usg=AFQjCNG1ajVZyq1w0KNUFNyI3ieOuID2ew&sig2=pqi4OWaDaWi_2akxzapdag&cad=rja>, (žiūrėta 2011-04-20)
48. Raipa A. (1999) Viešasis administravimas. Kaunas: Technologija
49. Raipa A. (2002) Viešoji politika ir viešasis administravimas: raida, struktūra ir sąveika // *viešoji politika ir viešasis administravimas*, Nr. 1, 11-20. Prieiga internete: <http://www.google.lt/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Finternet.ktu.lt%2Flt%2Fmokslas%2Fzurnalai%2Fvpa%2Fz1%2F1648-2603-2006-nr1-11.pdf&rct=j&q=Raipa%20%20Vie%20%20C5%A1oji%20politika%20ir%20vie%20%20C5%A1asis%20administravimas&ei=-YvFTf6NN8K1hAeNz9ntAw&usg=AFQjCNG3JYRP5_FEHAMKQth1ftlURh1_Xg&sig2=j-ypYedmkBYGG2pVJ_JvQ&cad=rja>, (žiūrėta 2011-04-20)
50. Razumaitė J. (2005) Politinės komunikacijos transformacija // *Baltijos šalių žiniasklaidos transformacijos: jaunujų tyrėjų požiūris*, VDU. Prieiga internete: <http://www.mediastudies.lt/sites/default/files/Media-Transformations_2005%2801%29_0.pdf>, (žiūrėta 2011-03-10)
51. SYNTEC conseil en relation publique www.syntec-rp.com
52. Tarptautinių žodžių žodynas. Prieiga internete: <<http://www.tzz.lt/l/lobizmas>> (žiūrėta 2011-04-15)
53. Techniques et outils de la communication institutionnelle (2000). Association pour le developpement de l'éducation en Afrique (ADEA). Prieiga internete: <http://www.adea-comed.org/etude/Techniques_et_Outils_de_la_Communication_institutionnelle.pdf>, (žiūrėta 2010-05-10).

54. Trečiųjų šalių piliečių integracija. Lobistinės strategijos instrumentai integracijos trūkumams šalinti. Prieiga internete: <http://aivaweb.lt/images/1697/lobizmo_strategija.pdf>, (žiūrėta 2011-04-15)
55. Ulevičius L. Kaip tapti žinomam. Etiški ryšiai su visuomene. Kaunas: Smaltijos leidykla, 2006
56. Ulinskaitė R. (2005) Ryšių su visuomene specialistų rengimo svarba ir problematika. Prieiga internete: <http://www.elibrary.lt/inf_res4.phtml?id=36>, (žiūrėta 2011-02-22)
57. Vanagas R. (2006) Naujosios viešosios vadybos taikymo galimybės šalies vietos savivaldos sistemoje esant dabartinei teisinei bazei // *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, Nr. 2 (7), 160-169. Prieiga internete: <[http://www.smf.su.lt/documents/konferencijos/Galvanauskas/2006/Leidinys%202\(7\)/Vanagas.pdf](http://www.smf.su.lt/documents/konferencijos/Galvanauskas/2006/Leidinys%202(7)/Vanagas.pdf)>, (žiūrėta 2011-04-05)
58. Vitkus G. (2001) Politologija. Vilnius: Danielius
59. Žilinskas G. (2005) Politinė kontrolė ir politinė atsakomybė vietos savivaldos lygiu. Prieiga internete: <<http://www.smf.su.lt/documents/konferencijos/Galvanauskas%202005/2005%20m.%20leidinys/Zilinskas.pdf>>, (žiūrėta 2011-04-05)
60. Žiniasklaidos ir įmonių atstovų komunikavimo proceso trūkumai ir galimybės (2003). Prieiga internete: <http://www.mediabv.lt/resursai/vrstudija/VRS_analize.pdf> (žiūrėta 2011-03-15)
61. Waters R. D., Tindall N. T. J., Morton T. S (2010). Media Catching and the Journalist – Public Relations Practitioner Relationship: How Social Media are Changing the Practice of Media Relations // *Journal of Public Relations Research*, Nr. 22 (3), 241-246
62. Wilcox D. L., Cameron G. T., Ault P. H., Agee W. K. (2007) Ryšiai su visuomene: strategija ir taktika. Poligrafija ir informatika

SUMMARY

Media Relations in Lithuania Municipalities Sigita Obelevičiūtė

Communication with media is very important in nowadays world: if media doesn't inform about activities of organizations or institutions we can say that there is no media. NGO organizations, business companies, state institutions communicate with media in different forms (press conferences, statements to the press).

Literature sources state that communication with media is one of the branches of science. One of the main principals of the communication with media is good communication and one of the functions is to inform. Media can be used as means of forming image (both negative and positive).

The paper presents connections between image specialists and journalists, because these two professions have a lot in common and often get mixed up. The paper also describes the understanding of communication on Government, public and local authority level.

The objective of this work is to analyze how communication with media is maintained in Lithuanian municipalities.

To achieve the objective we have these goals: 1) according to theoretic literature to find out what is media, define its concept, compare communication with media in state and NGO, to describe differences and similarities between media and public communication; 2) to carry out a survey on the Internet and find out in how communication with media specialists in municipalities communicate with media, what are the functions and activities of these specialists; 3) after a structural interview make a conclusion if local authorities have to communicate with media and what ways of communication are effective; 4) connecting analysis of theoretical literature and qualitative / quantitative research draw a conclusion and give recommendations what communication with media should be done in municipalities.

The work gives analysis, synthesis and comparison of scientific literature; comparison and induction methods were used. In order to analyze a case if communication with media is used in Lithuanian municipalities a combination of two methods was used: method of probability selection; quantitative research on the Internet survey and qualitative research carrying out an expert interview.

The research showed that communication with media is considered as the whole of some means which help to convey the information to public. Lithuanian institutions communicate with media and in

some municipalities this communication is a priority. Municipalities mostly send statements to the press, organize press conferences. Specialists responsible for communication with media or a person delegated by the Director of Administration make statements to the press. It became clear after the expert interview that municipalities have to communicate with media; the situation, the size of the municipality, the importance of the news help to choose the way of communication.

PRIEDAI

1 priedas.

1 lentelė. Kokios yra žmogaus / skyriaus, atsakingo už ryšius su žiniasklaida, funkcijos, veiklos?

Savivaldybė	Funkcija				
	Organizuoti susitikimus su žiniasklaidos atstovais	Rašyti ir siųsti pranešimus žiniasklaidos priemonėms	Talpinti informaciją savivaldybės tinklalapyje	Panašios į žurnalisto – rinkti informaciją, rašyti straipsnius apie tai, kas įvyko savivaldybėje ar rajone	Kita
Joniškio r.	+	+	-	-	-
Kazlų Rūdos	-	-	-	-	Veikla nevykdoma
Kalvarijos	+	+	+	-	-
Pagėgių	+	+	+	+	-
Anykščių r.	+	+	+	+	-
Neringos	+	+	+	+	-
Klaipėdos r.	-	+	+	+	-
Ukmergės r.	+	+	+	+	-
Panevėžio m.	+	+	+	-	Miesto rinkodara, reprezentacija ir kt.
Lazdijų r.	+	+	-	-	-
Kauno m.	+	+	+	+	-
Panevėžio r.	+	+	+	+	-
Šiaulių m.	+	+	+	+	-
Širvintų r.	-	+	-	-	-
Utenos r.	+	+	+	+	-
Jonavos r.	+	+	+	+	-
Šilutės r.	+	+	+	+	-
Rietavo	+	+	+	+	-
Šakių r.	+	+	+	+	-
Tauragės r.	+	+	+	-	-
Radviliškio r.	+	+	+	+	Ir dar daug kitokių
Vilniaus m.	+	+	+	+	-
Klaipėdos m.	+	+	+	-	-
Kaišiadorių r.	+	+	+	+	-
Vilkaviškio r.	+	+	+	+	Daug kitų funkcijų, nesusijusių su viešaisiais ryšiais
Birštono	+	+	+	+	-
Marijampolės	+	+	-	-	-

2 priedas.

2 lentelė. Kokios yra žmogaus / skyriaus, atsakingo už ryšius su visuomene, funkcijos, veiklos?

Savivaldybė	Funkcija			
	Viešinti savivaldybės veiklą	Organizuoti susitikimus su žiniasklaida	Rašyti ir siųsti pranešimus spaudai	Kita
Joniškio r.	+	+	+	-
Kazlų Rūdos	-	-	-	Veikla nevykdoma
Kalvarijos	+	+	+	-
Pagėgių	+	+	+	-
Anykščių r.	+	+	+	-
Neringos	+	+	+	-
Klaipėdos r.	+	-	+	-
Ukmergės r.	+	+	+	-
Panevėžio m.	+	-	-	-
Lazdijų r.	+	+	+	-
Kauno m.	+	+	+	-
Panevėžio r.	+	+	+	-
Šiaulių m.	+	+	+	-
Širvintų r.	+	-	+	-
Utenos r.	+	+	+	-
Jonavos r.	+	+	+	-
Šilutės r.	+	+	+	-
Rietavo	+	+	+	-
Šakių r.	+	+	+	-
Tauragės r.	+	+	+	-
Radviliškio r.	+	+	+	-
Vilniaus m.	+	+	+	-
Klaipėdos m.	+	+	+	-
Kaišiadorių r.	+	+	+	-
Vilkaviškio r.	+	+	+	-
Birštono	+	+	+	-
Marijampolės	+	+	+	-

3 priedas.

3 lentelė. Kaip (kokiomis priemonėmis) vykdoma komunikacija su žiniasklaidos priemonėmis?

Savivaldybė	Funkcija				
	Rašomi pranešimai spaudai	Siunčiama įvairi informacija žurnalistams	Organizuojamos spaudos konferencijos	Organizuojami pietūs žurnalistams	Kita
Joniškio r.	+	+	+	-	-
Kazlų Rūdos	-	-	-	-	Veikla nevykdoma
Kalvarijos	+	+	+	-	-
Pagėgių	+	+	+	-	-
Anykščių r.	+	+	+	-	Sudaromos sąlygos žurnalistams dalyvauti tarybos, įvairių komisijų posėdžiuose, pasitarimuose, jie netrukdomai gali bendrauti su savivaldybės specialistais, rajono vadovais
Neringos	+	+	+	-	-
Klaipėdos r.	+	+	-	-	-
Ukmergės r.	+	+	+	+	-
Panevėžio m.	+	+	+	-	
Lazdijų r.	+	+	-	-	-
Kauno m.	+	+	+	+	-
Panevėžio r.	+	+	+	+	-
Šiaulių m.	+	+	+	-	Organizuojamos TV laidos, rengiami atsakymai į klausimus ir pan.
Širvintų r.	+	+	-	-	-
Utenos r.	+	+	+	+	-
Jonavos r.	+	+	+	-	-
Šilutės r.	+	+	+	-	-
Rietavo	+	+	+	-	-
Šakių r.	-	+	+	-	-
Tauragės r.	+	+	+	-	-
Radviliškio r.	+	+	+	-	-
Vilniaus m.	+	-	+	-	-
Klaipėdos m.	+	+	+	-	-
Kaišiadorių r.	+	+	+	+	-
Vilkaviškio r.	+	+	+	+	-
Birštono	+	+	+	-	-
Marijampolės	+	+	+	-	Organizuojamos TV laidos regioninėje televizijoje

4 priedas.

4 lentelė. Su kokiais žiniasklaidos priemonėmis bendradarbiaujate?

Savivaldybė	Bendradarbiaujama			
	Savo rajono spauda	Respublikine spauda	1 ir 2 variantai	Kita
Joniškio r.			+	-
Kazlų Rūdos	-	-	-	Veikla nevykdoma
Kalvarijos			+	-
Pagėgių			+	-
Anykščių r.			+	Utenos regiono (buvusios apskrities) žiniasklaida
Neringos			+	-
Klaipėdos r.			+	-
Ukmergės r.			+	+
Panevėžio m.			+	Interneto portalai
Lazdijų r.			+	-
Kauno m.			+	-
Panevėžio r.			+	-
Šiaulių m.			+	-
Širvintų r.	+	-	-	-
Utenos r.			+	-
Jonavos r.	+	-	-	-
Šilutės r.			+	-
Rietavo			+	-
Šakių r.			+	-
Tauragės r.	+	-	-	-
Radviliškio r.			+	-
Vilniaus m.			+	-
Klaipėdos m.			+	-
Kaišiadorių r.	+	-	-	-
Vilkaviškio r.			+	-
Birštono			+	-
Marijampolės			+	-

5 priedas.

Anketa savivaldybių ryšių su žiniasklaida specialistams.

Laba diena,

Esu Sigita Obelevičiūtė, Vilniaus universiteto ryšių su visuomene II kurso magistrantė. Rašau magistro darbą tema „Ryšių su žiniasklaida veikla Lietuvos savivaldybėse“ ir atlieku tyrimą, siekdama išsiaiškinti, kokia ryšių su žiniasklaida veikla vykdoma kiekvienoje Lietuvos savivaldybėje. Prašau Jūsų skirti kelias minutes ir atsakyti į pateiktus klausimus.

Iš anksto dėkoju už atsakymus.

1. Jūsų savivaldybė... (pvz., Vilniaus miesto)
 - a) Įrašykite.....
2. Kas savivaldybėje yra atsakingas už ryšius su žiniasklaida?
 - a) atstovas spaudai
 - b) ryšių su visuomene specialistas
 - c) kalbos tvarkytojas
 - d) visuomenės informavimo specialistas
 - e) niekas, tokia veikla nevykdoma (**pereikite prie 11 klausimo**)
 - f) kita
3. Kaip vadinasi skyrius, kuriame dirba specialistas, atsakingas už ryšius su žiniasklaida?
 - a) Įrašykite.....
4. Kiek specialistų dirba Jūsų skyriuje?
 - a) Įrašykite.....
5. Ar tas pats specialistas yra atsakingas ir už santykių su žiniasklaida kūrimą, ir už ryšius su visuomene?
 - a) taip
 - b) ne, yra skirtingi specialistai (nurodykite jų pareigas).....
6. Kokios žmogaus / skyriaus, atsakingo už ryšius su žiniasklaida, funkcijos, veiklos? (**jei Jūsų savivaldybėje tokio žmogaus/skyriaus nėra, į klausimą neatsakinėkite**)
 - a) organizuoti susitikimus su žiniasklaidos atstovais

- b) rašyti ir siųsti pranešimus žiniasklaidos priemonėms
 - c) talpinti informaciją savivaldybės tinklalapyje
 - d) panašios į žurnalisto – rinkti informaciją, rašyti straipsnius apie tai, kas įvyko savivaldybėje ar rajone
 - e) kita.....
7. Kokios yra žmogaus / skyriaus, atsakingo už ryšius su visuomene, funkcijos, veiklos? **(jei Jūsų savivaldybėje tokio žmogaus/skyriaus nėra, į klausimą neatsakinėkite)**
- a) viešinti savivaldybės veiklą
 - b) organizuoti susitikimus su žiniasklaida
 - c) rašyti ir siųsti pranešimus spaudai
 - d) kita.....
8. Kaip (kokiomis priemonėmis) vykdoma komunikacija su žiniasklaidos priemonėmis?
- a) rašomi pranešimai spaudai
 - b) siunčiama įvairi informacija žurnalistams
 - c) organizuojamos spaudos konferencijos
 - d) organizuojami pietūs žurnalistams
 - e) kita.....
9. Su kokiomis žiniasklaidos priemonėmis bendradarbiaujate?
- a) savo rajono spauda
 - b) respublikine spauda
 - c) a ir b variantai
 - d) kita.....
10. Ar bendradarbiavimas su žiniasklaidos priemonėmis yra Jūsų specialisto / skyriaus prioritetinga veikla?
- a) taip, daugiausia dėmesio skiriama būtent šiai veiklai
 - b) ne, su žiniasklaidos priemonėmis bendradarbiaujama retai
11. Kaip manote, ar savivaldos institucijoms reikalingas atstovas spaudai, ryšių su visuomene specialistas?
- a) taip, reikalingas, jis padeda informuoti visuomenę apie savivaldybės veiklą
 - b) ne, nereikalingas, žurnalistai patys parašo apie savivaldybės veiklą
 - c) neturiu nuomonės
12. Kodėl Jūsų savivaldybė nevykdo ryšių su žiniasklaida? **(jei Jūsų savivaldybėje šią veiklą vykdo, į klausimą neatsakinėkite)**

- a) tokia veikla yra visiškai nereikalinga
- b) rajono gyventojai vienaip ar kitaip (savivaldybės internetinio puslapio dėka ir pan.) sužino naujienas ir be atstovo spaudai
- c) pakanka žiniasklaidos dėmesio, todėl toks specialistas savivaldybėje nereikalingas
- d) kita.....

6 priedas.

Interviu su ekspertu: Socialinių mokslų daktaras **Lauras Bielinis**

1. *Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su žiniasklaida savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs? Gal yra atveju, kada vykdyti RSŽ nereikia?*

Aš manau, kad ryšius su žiniasklaida savivaldybėms vykdyti yra tikslinga. Manau, kad savivaldybės turi turėti labai stiprią ryšių su žiniasklaida tarnybą. Savivaldybė turi tiesioginį tašką, tiesioginį kontaktą su piliečiais. Reiškia, ji turi daug dažniau piliečiams aiškinti savo veiksmus, sprendimus ir būsimus projektus. Jeigu to nėra, tai piliečiai kartais nesupranta, o kartais ir priešinasi. Kyla konfliktai dėl to. Todėl viešųjų ryšių tarnybos yra reikalingos. Nežinau, ar yra atveju, kada tų ryšių nereikia. Gal yra atveju, kada jų nesinori, kai žiniasklaida kažką žino... Bet ryšiai su žiniasklaida, tarnybos kažkokios, jos leidžia amortizuoti blogąsias problemas ir išskleisti tai, ką reikia išskleisti visiems gyventojams. Nes gyventojai didžiąja dalimi sužino problemas per žiniasklaidą. Jeigu nėra tarnybos ryšių su žiniasklaida, jie gali sužinoti iškreiptai.

2. *Kas turėtų bendradarbiauti su žiniasklaida (kokie specialistai)? Ar tai daryti gali bet kas, ar žmogus, turintis tam tikrą išsilavinimą? Kiek svarbus yra specialisto išsilavinimas?*

Aš manau, tas žmogus turi susigaudyti labai stipriai dviejose srityse: jis turi puikiai suvokti žiniasklaidos funkcionavimo mechanizmus ir taip pat turi labai gerai gaudytis savivaldos, savivaldybės reikaluose. Jis turi žinoti, apie ką kalbėti, tiksliai, preciziškai, subtiliai pakankamai ir turi žinoti, su kuo jisai kalba. Tai yra, su žiniasklaida, ir kaip žiniasklaida gali priimti vieną ar kitą įvykį.

3. *Kaip manote, ar su žiniasklaida bendradarbiauti reikia vienodai tiek miestų, tiek visai nedidelėms savivaldybėms? [iš tyrimo rezultatų pastebėjau, kad mažesnės daugiau bendradarbiauja su vietine žiniasklaida] Kaip turi skirtis didelių ir mažų savivaldybių komunikacija su žiniasklaida? Su kokia žiniasklaida? Kiek tikslinga mažoms (o gal ir visoms) savivaldos institucijoms bendradarbiauti su respublikine žiniasklaida?*

Aš manau, kad mažesnių savivaldybių bendravimas su vietine žiniasklaida yra teisingas veiksmas. Regioninės savivaldybės, jos iš tikrųjų sprendžia pakankamai nedidelius uždavinius ir jų

biudžetai ne kokie. Iš tikrųjų, jų tie, veiklos sferos, jos neužaina už savivaldybės ribos. Na, o didžiosios, sakykim, Vilnius, – sprendimas Vilniuje, jis atsiliepia per visą Lietuvą. Labai dažnai Vilniaus savivaldybė, Vilniaus meras, vadinami kaip antrasis Seimas ir antrasis Seimo Pirmininkas. Mes turim neužmiršti – milijardas litų metinis biudžetas. Ir Kaunas nemenkas, Klaipėda didžiulė, ir kiti miestai. Taip, kad šių miestų savivaldybės turi turėti gerą ryšių sistemą su vietine žiniasklaida, ir, taip pat, neišvengiamai jie turės kontaktą, ir jie TURI mokėti bendrauti su respublikine.

4. *Jūsų nuomone, ar dabar vykdomi savivaldos RSŽ yra efektyvūs? Kaip manote, kokie ryšiai su žiniasklaida yra efektyvūs? Kokios priemonės dažniausiai yra naudojamos? Kokios turėtų būti naudojamos? [gal, pvz., pranešimai spaudai yra visai neefektyvūs ar pusryčiai spaudai nereikalingi??]*

Iš tikrųjų, ko gero, priemonės turi atitikti tą veiksmą, tą tikslą, kurio siekiama. Kartais užtenka ir nedidelio pranešimo spaudai, jeigu nėra didžiulių tikslų vykdant vieną ar kitą veiksmą. Na, o kartais, tam, kad realizuoti kažkokį tai rimtesnį veiksmą, reikia kompleksiško žingsnio, kur įeina ir pranešimai spaudai (ir ne vienas ko gero), ir spaudos konferencijos, kažkokie tai interviu ir taip toliau, ir taip toliau. Taip, tai yra sudėtingas mechanizmas, kuris turi natūraliai atitikti tą siekiamą tikslą. Turi būti adekvatus siekiamam tikslui ir, aišku savaime, objektui.

Sakykim, aš labai gerai įvertinau štai tokią viešųjų ryšių akciją, kada Zuokas ankstyvą rytą sušaukė žiniasklaidą ir savivaldybės tarnautojus tam, kad pažiūrėti, kaip tvarkoma mieste ryte, kaip dirba valytojai, ir iš vis, kaip yra šiukšlinama. Smūgis buvo geras, iš tikrųjų, va čia ir yra adekvatus veiksmas tai problemai, kurią norima spręsti. Plius ir savęs, taip sakant, išviešinimas.

5. *Gal žinote Lietuvos savivaldos institucijų, kurios vykdo labai gerus RSŽ?*
Nežinau, nelabai aš į tuos dalykus gilinuosi.

6. *Gal savivaldybės turi atsisakyti ryšių su žiniasklaida ir eiti tiesiai į gyventojus per bendravimą socialiniuose tinkluose? Ar bendravimas socialiniuose tinkluose gali būti taikoma greta ryšių su žiniasklaida? Kas svarbiau? Paveikiau?*

Aš manau, taip galima daryti ir tai po truputį darysis. Po truputį tam veiksmui vykstant ... Iš tikrųjų, atstovas spaudai, atstovo spaudai tarnyba perims ir šitą. Jie bus atsakingi, už tai, kad plėtotų šitą. Aš manau, šita priemonė bus taikoma lygiagrečiai. Kartais, vienu atveju, vienai socialinei grupei

labai sveika ir gerai, kada yra internetinis ryšys ir kažkokia tai svetainė arba kokia nors speciali programa, per kurią jie bendrauja, jaunimas. O kokie nors tenai pensininkai, aišku savaime, jiems reikia visai ko kito, jiems reikia vaizdelio per televizorių, įspūdingo kažkokio tai veiksmo. Tai priklauso nuo socialinių grupių, išsilavinimo, nuo technikos, gal ir dydžio savivaldybės. Bet ir maža savivaldybė, naudodamasi technologinėmis naujovėmis gali iš tikrųjų daug pasiekti, jeigu joje gyvena žmonėms, kuriems prieinama visa tai. Kažkur skaičiau, yra visai maža savivaldybė, kuri labai stipriai ėmėsi technologijų – ten vos ne posėdžiai vyksta internetu.

7 priedas.

Interviu su ekspertu: politologas **Andrius Šuminas**

1. *Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su žiniasklaida savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs? Gal yra atveju, kada vykdyti RSŽ nereikia?*

Man atrodo, kad čia yra kvailas klausimas – be jokios abejonės. Savivaldybė, sakykim, yra pats žemiausias valdžios lygmuo, tai ypatingai daug dėmesio reikia skirti. Sakykim Lietuvoje yra 60 savivaldybių, ko gero visose rasim komunikacijos specialistus, kiek ten yra, na ryšių su visuomene specialistai, kurie užsiima tuo. Taip, reikia – apibendrinant, trumpai tariant. Man apskritai neįsivaizduojama jokia efektyvi komunikacija... Juk tai yra politika, net ne politika – administravimas. Žmonės turi žinoti, ką daro jų išrinkti atstovai, ką daro jų išrinkta artimiausia valdžia, lygiai taip pat ta valdžia turi žinoti, ką žmonės mąsto, ką žmonės... kaip vertina jų priimtus sprendimus. Nes mes kalbam apie mokyklas, apie darželius, apie, na, tai, su kuo žmonės iš tikrųjų susiduria kiekvieną dieną.

2. *Kas turėtų bendradarbiauti su žiniasklaida (kokie specialistai)? Ar tai daryti gali bet kas, ar žmogus, turintis tam tikrą išsilavinimą? Kiek svarbus yra specialisto išsilavinimas?*

Yra skirtumas, kas vykdo ryšius su žiniasklaida – kiekvienas žmogus turi užsiimti ta veikla, kurią išmano. Jei ryšiais su visuomene pradeda užsiimti, na, nežinau, sekretorė (nesakau, kad sekretorės nieko neišmano), bet vis tiek yra tam tikra darbo specifika. Reikia žinoti, kaip užsiimti ta veikla, reikia žinoti, kaip kas vyksta, reikia žinoti, galų gale pačias formas bendravimo, ir taip toliau, ir taip toliau. Tai natūralu, kad ta veikla ir turi užsiimti tas žmogus, kuris, na, žino, kaip tą daryt. Specialistas. Jeigu užsiima bet kas, arba, kaip dažnai būna savivaldybėse – ne paslaptis, kad po rinkimų susidėlioja savus žmones – per pažintis, ar kitą priklausomybę, tai... Aš suprantu, iš kitos pusės, jeigu mes kalbam apie kokią nors Vilniaus savivaldybę, Vilniaus miesto savivaldybę, kur ten yra didžiulis aparatas, yra vienaip, jeigu mes kalbėtume apie Neringos savivaldybę, kur tenai nežinau, kiek žmonių dirba, tikrai nedaug, tai tada vėlgi visai kitaip. Aišku, tada sunkiau, ta prasme, specializavimas. Vienaip ar kitaip, skiriasi ir specifika pati didelių ir mažų miestų.

3. *Kaip manote, ar su žiniasklaida bendradarbiauti reikia vienodai tiek miestų, tiek visai nedidelėms savivaldybėms Kaip turi skirtis didelių ir mažų savivaldybių komunikacija su*

žiniasklaida? Su kokia žiniasklaida? Kiek tikslinga mažoms (o gal ir visoms) savivaldos institucijoms bendradarbiauti su respublikine žiniasklaida?

Jūs kalbat apie ryšius su žiniasklaida, ar ryšius su visuomene?

Ryšius su žiniasklaida.

Ko gero, Vilnių reikėtų atskirai išimti iš visų... Vilnių, Kauną, Klaipėdą... Didieji miestai... Na, ko gero, Vilnių reiktų išskirti. Iš principo, tai, kas vyksta Vilniuj, dažniausiai pakankamai gali sudominti nacionalinę žiniasklaidą, sakykim, vienaip ar kitaip. Jeigu mes kalbam apie ryšius su žiniasklaida lokaliai lygmeny, tai bet kuriuo atveju mes turim kalbėti apie savivaldybę ir apie vietinę žiniasklaidą, ar ne? Tai nemanau, kad čia yra kažkokia didelė specifika būtent tarp tų... pačios veiklos, pačio informacijos proceso, keitimas, bendradarbiavimas tarp savivaldybės atstovo ir žiniasklaidos atstovo. Iš principo tai yra bendradarbiavimas. Tai didelio skirtumo nemanau, kad čia galima įžvelgti.

Sakykim, Vilniuj didesni projektai, galų gale, visa nacionalinė žiniasklaida iš principo sukoncentruota Vilniuj, tai todėl, sakykim, visos Vilniaus problemos ir išeina labiau į didesnę eterį. Bet mes, vis tiek mes turim kalbėti – kas yra savivaldybės tikslinė publika. Aš nežinau, ar tarkim reikia Neringos (vėl imam pavyzdį Neringos savivaldybės atveji), kad jos kiekviena žinutė eitų į nacionalinę žiniasklaidą. Galbūt, ne galbūt, greičiausiai iš viso to nereikia. Ta prasme, Neringos savivaldybė turėtų būt suinteresuota, iš principo didžiausia dalimi su savo kontaktu, tiksline auditorija, tai yra, su Neringos gyventojais ir tokiu būdu, efektyviausias kanalas, per kurį pasiektų Neringos gyventojus, tikrai nėra „Lietuvos rytas“ ar „LNK Žinios“. Neįdomu nacionalinei žiniasklaidai Neringos problemos, jeigu tai neliečia kažkokių tai skandalų arba kažkokių tai didelių projektų. Nebent, jeigu jie ten kažką daro, galima išeiti vieną ar du kartus per metus į nacionalinę žiniasklaidą. Tą daryti, be jokios abejonės, reikia. Nereikia norėti, kad kiekvienas, kiekviena naujiena atsidurtų nacionalinėj žiniasklaidoj.

4. Jūsų nuomone, ar dabar vykdomi savivaldos RSŽ yra efektyvūs? Kaip manote, kokie ryšiai su žiniasklaida yra efektyvūs? Kokios priemonės dažniausiai yra naudojamos? Kokios turėtų būti naudojamos? [gal, pvz., pranešimai spaudai yra visai neefektyvūs ar pusryčiai spaudai nereikalingi??]

Aš nežinau... aišku, spaudos pranešimai tai yra klasikinis, klasikiniai dalykai, spaudos konferencijos. Kodėl jų nedaryti. Bet aš manau, kuo mažesnė savivaldybė, tuo tie santykiai pereina į

tokį draugiškesnį lygį, kai visi žino, kas yra kieno redaktorė ir kas yra, kas dirba kažkokia, nežinau, drauge, žmonės, kurie vieni kitus pažįsta, tai galbūt galima naudoti efektyviai visai kitas priemones. Tiesioginę komunikaciją. Kam rengti, įsivaizduokite, juokingai atrodytų rengti spaudos konferencijas, dažnai, kuriose dalyvautų trys žmonės, kuriems tai įdomu... Tada geriau susitikti su jais, išgerti kavos, pasikalbėti neformalioj aplinkoj.

5. *Gal žinote Lietuvos savivaldos institucijų, kurios vykdo labai gerus RSŽ?*

Aš, iš karto galiu pasakyti, aš nesu čia specialistas, bet na, sakykim, Zuoko buvimas valdžioje – akivaizdus viešųjų... ir tai grįžo dabar mes galim vėl matyti, kad yra metamos didelės pajėgos, yra samdomi papildomi žmonės, plečiamas ryšių su visuomene skyrius. Šios savivaldybės jis yra jau didesnis negu ministerijų kai kurių. Tam yra metamos iš tikrųjų didžiulės pajėgos ir... Vėlgi, iš vienos pusės, galima sakyti, kad tai yra gerai, iš kitos pusės galima sakyti, kad tiesiog kai kas naudojasi savo tarnybine padėtimi, tiesiog, iš mokesčių mokėtojų sąskaitos darosi sau „piarą“.

6. *Gal savivaldybės turi atsisakyti ryšių su žiniasklaida ir eiti tiesiai į gyventojus per bendravimą socialiniuose tinkluose? Ar bendravimas socialiniuose tinkluose gali būti taikoma greta ryšių su žiniasklaida? Kas svarbiau? Paveikiau?*

Kad tą irgi reikia daryti, tai yra akivaizdu, aš va kaip tik, šiuo metu, dariausi tyrimą savivaldybių tarybų rinkimų metu buvo naudojamas socialinis tinklas būtent rinkiminei kampanijai, rinkiminei komunikacijai. Tai yra labai didžiulis skirtumas tarp Vilniaus pavyzdžiui ir Ignalina, Rietavas ar Biržai. Ta prasme, tenai yra nedidelis tas panaudojimas. Jeigu mes pažiūrėtume, kas naudojasi tomis socialinėmis priemonėmis – Vilniuj, tvarkoj, daugiau ar mažiau čia visi naudojasi. Bet jeigu mes važiuokim toliau, tai ten dar tikrai nedidelė dar dalis žmonių naudojasi. Arba visai nesinaudoja. Akivaizdu, kad šiandien savivaldybės, norėdamos efektyviai komunikuoti, savivaldybių vadovai ar ten skyriai komunikacijos, efektyviai komunikuoti su savo žmonėmis, jau negali ignoruoti ir apsimesti, kad čia nieko nėra – nėra jokio interneto, socialinių medijų ir viską daryti, na, sakykim, per tuos tradicinius kanalus, žiniasklaidos priemones – ten laikraščius ir taip toliau. Tačiau lygiai taip pat negalima sakyti, ir kad jau viskas, jau laikraščiai niekam nebeįdomūs ir mestis tiktai į internetą, nes tada nepasieks, nežinau, kokių 80 procentų auditorijos. Turi būt balansas. Reikia suprasti, kad skiriasi šiek tiek auditorijos, nes viena yra labiau vyresnio amžiaus auditorija, kita jaunesnio amžiaus auditorija. Atsiranda galimybė užmegzt tą kontaktą, kalbėt ta kalba, kuri yra labiau suprantama. Vėlgi,

jeigu mes kalbam apie efektyvią komunikaciją, tai ta komunikacija turi būt sakoma tam, kam reikia, sakoma taip, kaip reikia, suprantama kalba. Ir tik tada ji gali būt efektyvi. Nes kalbam apie tą žemiausią lygmenį, kur turi būt iš tikrųjų svarbu abipusis tas ryšys, abipusė komunikacija.

8 priedas.

Interviu su ekspertu: politikas, ryšių su visuomene specialistas **Liutauras Ulevičius**.

1. *Jūsų manymu, ar yra reikalinga vykdyti ryšius su žiniasklaida savivaldybėms? Kodėl? Kiek jie yra svarbūs? Gal yra atveju, kada vykdyti ryšių su žiniasklaida nereikia?*

Savivaldybės – normalus viešosios erdvės dalyvis, todėl komunikacija viešoje erdvėje neišvengiama. Svarba identiška kitiems viešiesiems asmenims, t.y. kai svarbus piliečių palaikymas.

2. *Kas turėtų bendradarbiauti su žiniasklaida (kokie specialistai)? Ar tai daryti gali bet kas, ar žmogus, turintis tam tikrą išsilavinimą? Kiek svarbus yra specialisto išsilavinimas?*

Su žiniasklaida bendrauti turi visi specialistai, tik ryšių su visuomene specialistų pareiga užtikrinti, kad tai daroma nuosekliai ir pagal numatytus komunikacijos prioritetus. Specialus išsilavinimas reikalingas konteksto įvertinimui ir ilgesnio laikotarpio planavimui organizuoti.

3. *Kaip manote, ar su žiniasklaida bendradarbiauti reikia vienodai tiek miestų, tiek visai nedidelėms savivaldybėms? Kaip turi skirtis didelių ir mažų savivaldybių komunikacija su žiniasklaida? Su kokia žiniasklaida? Kiek tikslinga mažoms (o gal ir visoms) savivaldos institucijoms bendradarbiauti su respublikine žiniasklaida?*

Realiai vertinant, visos Lietuvos savivaldybės yra mažos, nebent kažkiek specifinė yra Vilniaus miesto. Nacionalinė žiniasklaida tikrai visada turi regioninių naujienų skiltis, rubrikas, todėl bendradarbiauti tikslinga.

4. *Jūsų nuomone, ar dabar vykdomi savivaldos ryšiai su žiniasklaida yra efektyvūs? Kaip manote, kokie ryšiai su žiniasklaida yra efektyvūs? Kokios priemonės dažniausiai yra naudojamos? Kokios turėtų būti naudojamos? [gal, pvz., pranešimai spaudai yra visai neefektyvūs ar pusryčiai spaudai nereikalingi??]*

Efektyvumą galima matuoti tik žinant užsibrėžtus tikslus. dažniausiai tai ilgalaikių santykių formavimas ir teigiamų / neutralių / neigiamų publikacijų / reportažų santykio vertinimas. Skirtingai žiniasklaidai turi būti taikomos skirtingos priemonės - vieno unikalaus recepto nėra ir negali būti.

5. *Gal žinote Lietuvos savivaldos institucijų, kurios vykdo labai gerus ryšius su žiniasklaida?*

Vilniaus miesto savivaldybė, gal dar taip pat išskirčiau Druskininkų miestą.

- 6. Gal savivaldybės turi atsisakyti ryšių su žiniasklaida ir eiti tiesiai į gyventojus per bendravimą socialiniuose tinkluose? Ar bendravimas socialiniuose tinkluose gali būti taikoma greta ryšių su žiniasklaida? Kas svarbiau? Paveikiau?*

Tai nėra alternatyvos, tai derintinos ir kartu naudotinos priemonės.