

Vilniaus universitetas
Istorijos fakultetas
Istorijos teorijos ir kultūros istorijos katedra

Diana Uzelo

Paveldosaugos studijų programa
Magistro darbas

VIEŠIEJI RYŠIAI LIETUVOS PAVELDOSAUGOJE: STRATEGIJOS IR PRAKTIKOS

Darbo vadovas: lekt. dr. J. Poškienė
Mokslinis konsultantas: dokt. A. Vaitkuvienė

Vilnius
2008

TURINYS

ĮVADAS	3
I. KOMUNIKACIJOS GALIMYBĖS PAVELDOSAUGOJE	10
1.1. Komunikacija šiuolaikinės paveldosaugos kontekste.....	11
1.2. Viešųjų ryšių istorinė raida ir funkcijos	14
1.3. Viešųjų ryšių metodų taikymo galimybės paveldosaugoje	19
1.3.1 Ryšiai su žiniasklaida	21
1.3.2. Renginiai ir programos	24
1.3.3 Populiarinimas	25
II. KOMUNIKACIJOS REIKŠMĖ NEKILNOJAMOJO KULTŪROS PAVELDO APSAUGOS POLITIKOJE.....	28
2.1. Lietuvos Respublikos įstatymai.....	28
2.2. Tarptautinės konvencijos.....	33
2.3. Strateginiai planai	36
III. VIEŠIEJI RYŠIAI PAVELDOSAUGOJE: PRAKTIKOS IR PERSPEKTYVOS.....	41
3.1. Visuomenės informavimas	42
3.2 Švietimas	48
3.3. Propagavimas	53
3.5. Ar tai efektyvu?	57
IŠVADOS.....	60
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS.....	63
PUBLIC RELATIONS IN CULTURAL HERITAGE CONSERVATION IN LITHUANIA: STRATEGIES AND PRACTICS (Summary)	69
PRIEDŲ SĄRAŠAS.....	70
1 priedas „Anketinė apklausa: Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimas ir sklaida“.....	71
2 priedas „Kultūros paveldo populiarinimas“	81

ĮVADAS

Darbo aktualumas ir problematika. XX amžiaus pabaiga pasižymėjo ne tik technologiniais išradimais, kurie pamažu skverbiasi į visas gyvenimo sritis – mokslą, darbą, laisvalaikį, bet ir informacijos svarba, pagimdžiusia naują reiškinį – informacinę (arba žinių) visuomenę.

Informacinė visuomenė – tai atvira, išsilavinusi, nuolat besimokanti ir savo veiklą mokėjimu grindžianti visuomenė¹. Tai žingeidi visuomenė, kurioje informacija vaidina reikšmingą vaidmenį.

Kiekvienam bet kurios valstybės piliečiui turėtų būti svarbu žinoti savo šalies istoriją, pažinti ir tausoti šalies kultūrinį palikimą. Kultūros paveldo vaidmuo visuomeniniame gyvenime nebuvo pastovus: domėjimasis kultūros vertybėmis Lietuvoje, priešingai negu kitose Europos valstybėse, atsirado tik XVIII a. pab. – XIX a. pr. – tai pagrindžia P. Smuglevičiaus piešiniai, taip pat Laikinosios archeologijos komisijos įsteigimas². XX a. pradžioje suklestėjo kultūros paveldo apsaugos ir tvarkybos svarba – imta rūpintis šalies kultūriniu palikimu, 1920 m. priimtas Valstybinės archeologinės komisijos įstatymas ir taisyklės, o 1938 metų Konstitucijoje buvo teigiama, kad „<...> valstybė globoja mokslą, meną ir saugo Lietuvos praeities paminklus ir kitus kultūros turtus“³. Sovietinės okupacijos metu pradėjo reikštis atskiros visuomeninės iniciatyvos – buvo skaitomos paskaitos paveldosauginėms temomis, organizuojamos išvykos į kultūros paveldo objektus – tokiu būdu buvo stengiamasi branginti bei vertinti kultūros paveldą kaip tautinio identiteto simbolį. Visgi visuomenės susidomėjimas kultūriniu palikimu išaugo pastarąjį dešimtmetį, o ypatingai per pastaruosius keletą metų. Šiuos pokyčius nulėmė ekonomikos raida, kuri sąlygojo įvairių visuomenės poreikių, tarp kurių ir kultūrinių, augimą. Dėl šios priežasties padidėjo visuomenės aktyvumas dalyvaujant kultūros paveldo renginiuose, organizuojant ekskursijas, skirtas aplankyti paveldo objektus (*kultūrinio turizmo reiškinys*), išreiškiant visuomenės pozicijas iškilus paveldosauginėms problemoms⁴. Be to, visuomenei tapo svarbu pažinti kultūros vertybes ne tik, kad galėtų palaikyti tautiškumo dvasią ar siekiant pamatyti šalies istorijos

¹ Terminas apibrėžtas Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2001 m. rugpjūčio 10 d. nutarime Nr. 984 „Dėl Lietuvos visuomeninės visuomenės plėtros strateginio plano patvirtinimo“. Valstybės žinios, 2001. Nr.20-652

² Glemža, Jonas. *Nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga ir tvarkymas*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos mokykla, 2002, p.18

³ 1938 m. gegužės 12 d. Lietuvos Konstitucijos 43 str. *Iš Lietuvos respublikos seimo skelbiamų paveldosauginės teisės šaltinių*. [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=883&p_d=8574&p_k=1>

⁴ Visuomeninėms pozicijoms išreikšti 2007 metais buvo įsteigta Alternatyvi kultūros paveldo komisija, vienijančia visuomenines organizacijas, besirūpinančias kultūros ir gamtos paveldu. Komisija aktualizuoja kultūros ir gamtos paveldui kylančius pavojus, skatina visuomenę juo rūpintis.

atspindžius, bet ir tam, kad jas būtų galima išsaugoti (Priedas 1). Taigi valstybė turi imtis priemonių patenkinti šį piliečių poreikį atsižvelgdama, kad kiekvienas visuomenės narys turi teisę į:

1. Kultūrinį gyvenimą. Ši prigimtinė žmogaus teisė apibrėžta daugelyje tarptautinių politinių dokumentų, iš kurių paminėtina 1948 metais Jungtinių tautų organizacijos priimta Visuotinė žmogaus teisių deklaracija. Šio dokumento 27 straipsnyje teigiama, kad „kiekvienas žmogus turi teisę laisvai dalyvauti visuomenės kultūriniame gyvenime, gėrėtis menu, dalyvauti mokslinėje pažangoje ir naudotis jos gėrybėmis.“⁵;
2. Kultūros paveldą. Ši žmogaus teisė apibrėžta tarptautinėje Kultūros paveldo vertės pagrindų visuomenei konvencijoje⁶. Joje įtvirtinama piliečių teisė į kultūros paveldą, išryškinama kultūros paveldo reikšmė visuomenei. Konvencijoje pabrėžiamas kultūros paveldo išsaugojimo svarba kaip žmogaus vystymosi esminis veiksnys.

Svarbu pažymėti tai, kad visuomenės vaidmens augimą paveldosaugoje sąlygojo ir kultūros priartėjimas prie rinkos, todėl tapo svarbu atsižvelgti į rinkos (vartotojų) poreikius. Visuomenės vaidmuo paveldosaugoje analizuotas G. J. Ašvorto (*angl. G. J. Ashworth*) straipsnyje „Conservation as Preservation or as Heritage: Two Paradigms and Two Answers“⁷, kuriame autorius aiškiai išskiria dvi skirtingas paveldo paradigmas, vienoje iš kurių ypatingai pabrėžiamas visuomenės vaidmuo kultūros paveldo apsaugoje. Kultūros priartėjimas prie rinkos siejamas ir su kultūros industrijų⁸ atsiradimu, kurios, remiantis kultūros ir propagandos procesų analitiko G. Mažeikio teigimu, „<...> užtikrina laukiamą, geistiną tautinę, nacionalinę tapatybę ir kartu saugo ideologiškai vertinamą kultūros paveldą.“⁹ Visuomenės vaidmuo kultūros paveldosaugoje taip pat apibrėžiamas daugelyje tarptautinių kultūros paveldo apsaugą reglamentuojančių dokumentų, kuriuose akcentuojama, kad kultūros paveldas turi būti pristatomas visuomenei ne tik siekiant patenkinti jos kultūrinį poreikį, bet ir sudaryti sąlygas paveldui išsaugoti. Taigi išaugęs visuomenės vaidmuo paveldosaugoje paskatino ieškoti būdų ir metodų, kurių pagalba būtų nustatytas ir vystomas ryšys, realizuojantis valstybės strategijų ir visuomenės poreikių patenkinimą. Šiame kontekste išryškėja komunikacijos reikšmė paveldosaugoje ir jos paslauga – viešieji ryšiai, aktualizuojantys išorinę komunikaciją ir įgyvendinantys anksčiau įvardintą tikslą. Nors viešieji

⁵ *Universal Declaration of Human Rights* [interkatyvus]. [Žiūrėta 2008 m. kovo 30d.] Prieiga per internetą: <<http://www.unhcr.ch/udhr/lang/lit.htm>>

⁶ *Framework Convention on the value os culture heritage for society* [interaktyvus]. [Faro]: Council of Europe, 2005. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://conventions.coe.int/Treaty/EN/Treaties/Html/199.htm>>

⁷ Ashworth, G. J. Conservation as Preservation or as Heritage: two paradigms and two answers. *Built environment*, 1997, vol. 23

⁸ Kultūros industrija – socialinė ir ekonominė sistema, kurios tikslas – aprūpinti visuomenę jos poreikius atitinkančia kultūros produkcija ir paslaugomis. Makselis, R. Kūrybos industrijos genezės ir raidos aspektai. // *Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje: [straipsnių rinkinys]/sudarytojas E. Žalpus*. Vilnius, 2007, p.12

⁹ Mažeikis, G. Kūrybos ir kultūros industrijos raida Lietuvos regionuose pereinamuoju laikotarpiu. // *Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje: [straipsnių rinkinys]/sudarytojas E. Žalpus*. Vilnius, 2007, p.30

ryšiai sėkmingai taikomi daugelyje veiklos sričių, tačiau jų atsiradimas ir veikimas Lietuvos paveldosaugoje yra pradinėse stadijose, todėl reikalingas išsamus jų tyrimas.

Lietuvos paveldosaugoje informacijos, kaip kultūros paveldo apsaugos sudedamosios dalies, reikšmė, o taip pat kaip priemonės, tenkinančios visuomenės poreikį žinoti, pastebima tik 2005 metais, kai įsigaliojo Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymo pataisos, priimtos atsižvelgiant į vyraujančius tarptautinius kultūros paveldo apsaugos teisės aktus. Iki to laiko galioję paveldosauginę teisę apibrėžiantys dokumentai nors ir akcentavo kultūros paveldo propagavimą, tačiau šio tikslo įgyvendinimas nebuvo laikomas prioritetu. Nuo tada yra rengiama programa, kuria siekiama „priartinti“ visuomenę prie kultūros paveldo, populiarinant kultūros vertybes ir žadinant visuomenės sąmoningumą jas saugoti. Programos sėkmingas veikimas gali būti užtikrintas išryškinus komunikacijos svarbą paveldosaugoje, o taip pat planingai pritaikius viešųjų ryšių teikiamas galimybes, siūlančias visą spektrą metodų, taikytinų kultūros paveldo pristatymui. Atsižvelgiant į tai, kad komunikacijos reikšmės suvokimas Lietuvos kultūros paveldosaugoje (ypatingai nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos kontekste) yra pakankamai naujas ir praktiškai netyrinėtas, būtina atlikti išsamią paveldosauginės komunikacijos analizę, aktualizuojant nekilnojamąjį kultūros paveldą, kuri leistų įvertinti komunikacijos reikšmę šiuolaikinėje paveldosaugoje, o taip pat taikomų viešųjų ryšių metodų efektyvumą.

Pažymėtina, kad darbe analizuojamos įstaigos – Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos (toliau – Departamentas), tiesiogiai atsakingos už nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugą ir jo pristatymą visuomenei, iniciatyvos ir veiklos metodai, nukreipti į nekilnojamojo kultūros paveldo populiarinimą, visuomenės skatinimą domėtis ir saugoti kultūros vertybes, o taip pat apžvelgiamos visuomeninių organizacijų iniciatyvos vykdant nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymą.

Magistro darbo tikslas – išsiaiškinti komunikacijos reikšmės suvokimą ir aktualizavimą Lietuvos kultūros paveldosaugoje, išryškinant viešųjų ryšių veiklos metodų taikymo atvejus ir galimybes.

Šiam tikslui pasiekti keliami tokie **uždaviniai**:

1. Nustatyti bei įvertinti komunikacijos reikšmę šiuolaikinėje paveldosaugoje ir viešųjų ryšių veiklos metodų taikymo paveldosaugos veikloje teorines galimybes;
2. Įvertinti komunikacijos reikšmės suvokimą ir aktualizavimą Lietuvos kultūros paveldo politiką reglamentuojančiuose strateginiuose dokumentuose;
3. Išanalizuoti ir įvertinti praktikoje taikomus viešųjų ryšių metodus paveldosaugoje ir jų efektyvumą.

Magistro darbo **tyrimo objektas** – viešųjų ryšių metodai, taikytini pristatant Lietuvos nekilnojamąjį kultūros paveldą visuomenei.

Tyrimo metodai. Komunikacijos reikšmė šiuolaikinėje paveldosaugoje, viešųjų ryšių metodų taikymo paveldosaugoje teorinės ir praktinės galimybės, nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos politika nagrinėjami remiantis lyginamosios, oficialiųjų dokumentų analizės, deskriptyviniu metodu ir istoriniu, empiriniu bei sociologiniu (anketavimas) tyrimų metodais.

Komunikacijos reikšmė šiuolaikinėje paveldosaugoje, viešųjų ryšių discipliną ir jos teorines galimybes paveldosaugoje analizuojamos remiantis deskriptyviniu tyrimo metodu.

Komunikacijos reikšmės suvokimas nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos politikoje analizuojamas ir lyginamas taikant oficialiųjų dokumentų bei lyginamosios analizės metodus. Lyginamąją analizę taip pat siekiama nustatyti komunikacijos reikšmės suvokimo ir aktualizavimo Lietuvos paveldosaugoje (dominuojančiuose strateginiuose dokumentuose) raidą.

Istorinis tyrimo metodas taikomas siekiant chronologine tvarka, remiantis archyvų duomenimis, apžvelgti ir analizuoti Departamento strateginius planus ir veiklos ataskaitas, norint išsiaiškinti nekilnojamojo kultūros paveldo propagavimo situaciją.

Empirinis tyrimo metodas naudotas išnagrinėti praktikoje taikomus viešųjų ryšių metodus. Taikant šį metodą buvo išsamiai išanalizuotos visos nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymui naudojamos priemonės, išaiškintas jų atitikimas teoriniam viešųjų ryšių galimybių ir komunikacijos modeliams.

Sociologinis tyrimas (anketavimas) naudotas siekiant nustatyti kultūros vertybių vaidmenį visuomenės gyvenime, o taip pat naudojamų viešųjų ryšių metodų paveldosaugoje efektyvumą.

Magistro darbą sudaro 3 skyriai:

1. Pirmame darbo skyriuje analizuojama komunikacijos reikšmė šiuolaikinėje paveldosaugoje, akcentuojami konservacinės paradigmos pokyčiai ir naujos paveldo vadybos paradigmos atėjimas bei jos sąsajos su komunikacija. Skyriuje taip pat analizuojama viešųjų ryšių disciplina ir jos siūlomos teorinės galimybės, taikytinos Lietuvos paveldosaugos sistemoje: nagrinėjama disciplinos istorinė raida, sampratos atsiradimas ir jos apibrėžimai, viešųjų ryšių metodai ir jų ypatumai.

2. Antrame skyriuje analizuojami pagrindiniai nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos politiką reglamentuojantys strateginiai dokumentai – įstatymai, Lietuvoje ratifikuotos tarptautinės konvencijos, o taip pat Departamento strateginiai veiklos planai. Šia analize siekiama išsiaiškinti komunikacijos reikšmės suvokimą ir aktualumą kultūros paveldo apsaugos teisiniame reglamentavime.

3. Trečiame darbo skyriuje nagrinėjami praktikoje taikomi viešųjų ryšių metodai, suskirsčius juos į tris pagrindines grupes – visuomenės informavimą, paveldosauginį švietimą ir nekilnojamojo kultūros paveldo populiarinimą. Skyriuje taip pat pateikti apibendrinti įvykdyto sociologinio tyrimo duomenys, kurie leido įvertinti taikomų metodų efektyvumą, nustatyti spragas ir kryptis, kuriais

reikia vadovautis siekiant pagerinti komunikaciją tarp įstaigos, įgyvendinančios kultūros paveldo pristatymo strategijas, ir visuomenės.

Magistro darbe vartojamos pagrindinės sąvokos:

Nekilnojamasis kultūros paveldas – kultūros paveldo dalis, kurią sudaro praeities kartų pastatytos, įrengtos, sukurtos ar istorinių įvykių sureikšmintos išlikusios ar neišlikusios medžiaginės kultūros vertybės, tiesiogiai susijusios su užimama ir joms naudoti reikalinga teritorija¹⁰.

Kultūros paveldas – karta iš kartos paveldimos, perimamos, sukurtos ir perduodamos kultūros vertybės, svarbios etniniu, istoriniu, estetiniu ar moksliniu požiūriu¹¹.

Kultūros paveldo objektai – pavieniai ar į kompleksą įeinantys objektai, registruoti kaip nekilnojamosios kultūros vertybės, t. y. žemės sklypuose, sklypų dalyse, vandens, miško plotuose ar jų dalyse esantys statiniai ar kiti nekilnojamieji daiktai, kurie turi vertingųjų savybių ir kartu su jais priskirta teritorija yra atskiri daiktinės teisės objektai ar gali jais būti¹².

Efektyvi komunikacija – dvipusis, neturintis kliūčių (asmeninių, fizinių, semantinių) procesas, kurio svarbiausias elementas – grįžtamasis ryšis.

Tyrimo šaltinių ir literatūros apžvalga. Deja, šiai temai skirtų apibendrinančių darbų, kuriuose nagrinėjama komunikacijos reikšmė Lietuvos kultūros paveldosaugoje, nėra. Komunikacijos išvalgos ir visuomenės vaidmuo paveldo apsaugoje pastebimas G. J. Ashworth straipsnyje „Conservation as Presentation or as Heritage: Two paradigms and Two answers“¹³, kuriame nagrinėjami konservacinės paradigmos pokyčiai ir paveldo išteklių vadybos paradigmos atsiradimas, J. Markevičienės straipsnyje „Kultūros paveldo samprata tarptautinėje teisėje: nuo Venecijos chartijos iki Europos Tarybos pagrindinės konvencijos dėl kultūros paveldo vertės visuomenei“¹⁴, F. Waidacher knygoje „Bendrosios muzeologijos metmenys“¹⁵, kurioje analizuojama naujoji muzeologija ir muziejinės komunikacijos ypatumai, Z. Manžuch disertacijoje „Atminties komunikacija archyvuose, muziejuose ir bibliotekose: Europos Sąjungos strateginio požiūrio analizė“¹⁶, A. Bumblausko knygoje „Gyvosios istorijos programa: istorinė kultūra šiuolaikinės sąmonės formavime“¹⁷, kurioje aptariami metodai, naudotini „kitokiam“ istorijos

¹⁰ Lietuvos Respublikos nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas Nr. IX-2452. *Valstybės žinios*, 2004. Nr. 153-5571

¹¹ Ten pat;

¹² Ten pat;

¹³ Ashworth, G. J. Conservation as Preservation or as Heritage: two paradigms and two answers. *Built environment*, 1997, vol. 23

¹⁴ Markevičienė, J. Kultūros paveldo samprata tarptautinėje teisėje: nuo Venecijos chartijos iki Europos tarybos pagrindinės konvencijos dėl kultūros paveldo vertės visuomenei // Kultūros paveldas ir visuomenė XXI a., nacionaliniai ir tarptautiniai aspektai. Vilnius: ICOMOS, 2006, p. 15-37.

¹⁵ Waidacher, F. *Bendrosios muzeologijos metmenys*. [iš vokiečių kalbos vertė Alfonsas Tekorius]. Vilnius: Lietuvos nacionalinis muziejus, 2007. 532 p

¹⁶ Manžuch, Z. Atminties komunikacija archyvuose, muziejuose ir bibliotekose: Europos Sąjungos strateginio požiūrio analizė. Daktaro disertacija. Vilnius, 2007, p. 28

¹⁷ Bumblauskas, A. *Gyvosios istorijos programa: istorinė kultūra šiuolaikinės sąmonės formavimui*. Vilnius: 1998.

pažinimui. Komunikacijos reikšmė nagrinėtina ir kultūros industrijų kontekste – R. Makselio straipsnyje „Kūrybos industrijos genezės ir raidos aspektai“¹⁸, G. Mažeikio straipsnyje „Kūrybos ir kultūros industrijos raida Lietuvos regionuose pereinamuoju laikotarpiu“¹⁹, D. Kutraitės-Giedraitienės straipsnyje „Šviežios duonis kvapo galia ir šiuolaikinės rinkodaros spalvos“²⁰, kuriame autorė rašo apie viešųjų ryšių galimybes kultūroje. Apie paveldo ir visuomenės santykį savo monografijoje „Laikas ir akmenys. Kultūros paveldo sampratos modernioje Lietuvoje“²¹ rašo R. Čepaitienė. Kultūros paveldo propagavimo svarba analizuojama J. Glemžos knygoje „Nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga ir tvarkymas“²², L. Diržinskaitės leidinyje „Paminklai ir visuomenė: metodiniai nurodymai“²³, visuomenės vaidmuo paveldo apsaugoje taip pat pristatomas straipsnyje „Paveldo apsauga priklausys nuo žmonių“²⁴, kuriame išspausdintas interviu su 1997 metais Lietuvoje viešėjusiu ICOMOS Kanados nacionalinio komiteto prezidento prof. Herbo Stovelu.

Viešųjų ryšių teorijos ir metodikos atskleidžiamos ir analizuojamos remiantis Lietuvos mokslininkų literatūra ir atskiromis publikacijomis – A. Glosienės knyga „Ryšių su visuomene ABC bibliotekininkams“²⁵, kurioje išsamiai aprašomas viešųjų ryšių mechanizmas, R. Matkevičienės knyga „Ryšiai su visuomene“²⁶, A. Nugairaitės „Valdžia ir žiniasklaida: dialogas : medžiaga magistro studijų programai“, A. Bogatyrios straipsniais²⁷, komunikacijos teorijos nagrinėjamos remiantis V. Barškauskienės knyga „Komunikacija: teorija ir praktika“²⁸. Taip pat darbe remiamasi užsienio autorių - J. Marconi²⁹, D. Wilcox³⁰, D. Newson³¹, C. L.Caywood³² - kuriose pristatomi viešųjų ryšių ypatumai.

¹⁸ Makselis, R. Kūrybos industrijos genezės ir raidos aspektai. // *Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje: [straipsnių rinkinys]/sudarytojas E. Žalpus*. Vilnius, 2007, p.12

¹⁹ Mažeikis, G. Kūrybos ir kultūros industrijos raida Lietuvos regionuose pereinamuoju laikotarpiu.// *Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje: [straipsnių rinkinys]/sudarytojas E. Žalpus*. Vilnius, 2007, p.30

²⁰ Kutraitė-Giedraitienė, D. Šviežios duonos kvapo galia ir šiuolaikinės rinkodaros spalvos.// *Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje: [straipsnių rinkinys]/sudarytojas E. Žalpus*. Vilnius, 2007, p.51

²¹ Čepaitienė, Rasa. *Laikas ir akmenys: kultūros paveldo sampratos moderniojoje Lietuvoje*. Vilnius: Lietuvos istorijos institutas, 2005. 468 p.

²² Glemža, Jonas. *Nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga ir tvarkymas*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos mokykla, 2002. 252 p.

²³ Diržinskaitė, Leokadija. *Paminklai ir visuomenė : metodiniai nurodymai*. Vilnius, 1982. 19 p.

²⁴ Paveldo apsauga priklausys nuo žmonių. *Iš Literatūra ir menas*, 1997. Nr 35 p. 1-2 p.

²⁵ Glosienė, Audronė. *Ryšiai su visuomene ABC bibliotekininkams : mokomoji knyga*. Vilnius: Lietuvos nacionalinė biblioteka, 1999. 51 p.

²⁶ Matkevičienė, Renata. *Ryšiai su visuomene*. Vilnius : Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerijos Švietimo aprūpinimo centras, 2005. 95 p.

²⁷ Bogatyriova, Ana. Akys, ausys ir lūpos: ryšiai su visuomene (1). *Iš Vadovo pasaulis*. Vilnius, 1999, Nr. 5, p. 34-38. ; Bogatyriova, Ana. Ryšių su visuomene maestro : [apie Edward Bernays] . *Iš Vadovo pasaulis*. Vilnius, 1999, Nr. 2, p. 68-73

²⁸ Barškauskienė, Viktorija. *Komunikacija: teorija ir praktika: vadovėlis*. Kaunas : Technologija, 2007. 213 p.

²⁹ Marconi, Joe. *Public relations: the complete guide*. United States of America, 2004. 380 p.

³⁰ Wilcox, Dennis L. ; Cameron, Glen T. ; Ault, Phillip, Agee, Wallen. *Ryšiai su visuomene : strategija ir taktika*. [iš anglų kalbos vertė Giedrė Bubelevičienė, Aušrinė Černiauskiene]. Kaunas : Poligrafija ir informatika, 2007. 494 p

³¹ Newson, Doug. *This is PR*. United States of America, 1993. 479 p.

Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos politika analizuojama remiantis Lietuvos Respublikos įstatymais, Lietuvoje ratifikuotomis tokiomis tarptautinėmis konvencijomis kaip Pasaulio kultūros ir gamtos paveldo globos³³, Europos architektūros paveldo apsaugos³⁴, Europos archeologinio paveldo apsaugos³⁵ ir kt., Departamento strateginiais veiklos planais ir vykdomomis programomis³⁶.

Viešųjų ryšių metodų taikymo praktikos paveldosaugoje naginėjamos empirinio ir sociologinio tyrimo metu gautais duomenimis, o taip pat remiantis Departamento metinėmis ataskaitomis³⁷.

³² Caywood, Clarke L. *The handbook of strategic public relations and integrated communications*. United States of America, 1997. 574 p

³³ Lietuvos Respublikos ratifikuota Pasaulinė kultūros ir gamtos paveldo konvencija. *Valstybės žinios*, 1997. Nr. 19-411

³⁴ Lietuvos Respublikos ratifikuota Europos architektūros paveldo apsaugos konvencija. *Valstybės žinios*, 1999. Nr. 100-2896

³⁵ Lietuvos Respublikos ratifikuota Europos archeologinio paveldo apsaugos konvencija. *Valstybės žinios*, 1999. Nr. 100-2895

³⁶ Bibliografinių nuorodų sąrašė 4,6-7,9,11,15 ir 16 pozicijos

³⁷ Bibliografinių nuorodų sąrašė 1-3, 5,8,10,12,14 pozicijos

I. KOMUNIKACIJOS GALIMYBĖS PAVELDOSAUGOJE

Komunikacija³⁸ ir įvairios jos išraiškos yra neatsiejama kasdienio gyvenimo dalis. Individai naudoja skirtingus komunikacijos metodus, kanalus, siekiant užtikrinti efektyvų komunikacijos procesą – perduoti žinias gavėjui³⁹, stengiantis garantuoti, kad siunčiama informacija bus suprasta teisingai. Komunikacijos kaip žinių⁴⁰ reikšmė ypatingai suklestėjo XX a. pabaigoje įvedus terminą „informacinė (arba žinių) visuomenė“, skirtą apibrėžti nuolat besimokančią visuomenę, kurioje informacija vaidina svarbų vaidmenį. Pastebėta, kad šiai „naujai“ visuomenei tapo svarbu pažinti savo šalį – tai įrodo padidėjęs visuomenės aktyvumas dalyvaujant kultūriniam šalies gyvenime. Egzistuojanti norą pažinti šalį taip pat būtų galima pagrįsti remiantis išaugusiu visuomenės susidomėjimu kultūrinio šalies palikimu (Priedas 1). Šalies gyventojams vis labiau tampa aktualu žinoti, ką vertingo ir saugotino turi valstybė, kurioje jie gyvena. Taigi siekiant patenkinti visuomenės poreikį pažinti savo šalies kultūrinę praeitį tapo svarbu ją pristatyti. Toks pristatymas tenkintų abipusius poreikius: valstybės, kuri suinteresuota išsaugoti kultūros paveldą, o tai bus įgyvendinta tuo atveju, jei bus pakankamai išryškintas saugojimo būtinumas, taip pat visuomenės, norinčios jį pažinti. Juk dar sovietmečiu išleistuose metodiniuose nurodymuose⁴¹ teigiama, kad „<...> išsaugoti paminklus galima tik dalyvaujant plačiosios visuomenės masėms, kai visuomenės pastangos sutampa su valstybės tikslais. <...>“ (Diržinskaitė, 1982 : 17 p.). Be to, paveldosaugininkų nuomone, paveldosauginė komunikacija būtina, nes tokiu būdu visuomenė supras, kad kultūros paveldas yra visų piliečių nuosavybė ir jį reikia saugoti.⁴² Taigi reikalinga užmegzti komunikacinį ryšį, kurio metu bus įgyvendinti minėti tikslai. Efektyvi komunikacija tarp visuomenės atstovo ir kultūros paveldo gali būti užtikrinta atsižvelgiant į šiuo metu vyraujančią praktiką, rodančią, kad skleidžiama informacija būna išgirsta tik tuomet, kai ji pranešama per visas visuomenės informavimo priemones ir/arba užmezgant tiesioginį ryšį su gavėju. Todėl siekiant sėkmingai komunikuoti ir užtikrinti komunikaciją paveldosaugoje, būtina įdiegti mechanizmą, kuris suformuotų ir palaikytų ryšį tarp kultūros paveldo ir iš anksto nustatytos tikslios auditorijos – visuomenės. Pastarąjį dešimtmetį plačiai paplito viešųjų ryšių ir jų teikiamų galimybių fenomenas – mechanizmo, kuris įvairioms organizacijoms, tarp jų ir paveldosauginėms, yra būtinas ir neišvengiamas, nes tai grandis, jungianti organizaciją ir visuomenę. Be to, viešųjų ryšių metodų

³⁸ Komunikacija – dvišalis veiksmas, bendravimo, keitimosi informacija procesas visuomenėje, kuris realizuojamas kalboje ištartu ar parašytu tekstu.//Iš Baršauskienė, Viktorija. *Komunikacija: teorija ir praktika: vadovėlis*. Kaunas : Technologija, 2007, p.

³⁹ Gavėjas – asmuo, kuris priima informaciją. Taip pat išskiriamas siuntėjas – asmuo, perduodantis informaciją

⁴⁰ Komunikacija – tai informacijos, interpretuotos žinios, perteikimas. Komunikacijos prielaida – žinia [61, 158 p.].

⁴¹ Diržinskaitė, Leokadija. *Paminklai ir visuomenė : metodiniai nurodymai*. Vilnius, 1982. 19 p.

⁴² Komunikacijos svarbą paveldosaugoje asmeninio pokalbio metu pabrėžė tokie paveldo specialistai kaip D. Varnaitė, G. Drėmaitė, J. Glemža, L. Blažytė.

taikymas „priartins“ visuomenę prie kultūros paveldo, užtikrins visuomenės informavimo ir domėjimosi bei pažinimo tikslus.

Taigi siekiant nežinojimą pakeisti žinojimu, o taip pat stengiantis, kad skleidžiama informacija apie kultūros paveldą būtų suprasta teisingai, būtinas planingas ir sistemingas viešųjų ryšių metodų išmanymas, pasirinkimas ir taikymas. Tačiau pirmiausiai apžvelkime komunikacijos suvokimą ir aktualizavimą šiuolaikinėje paveldosaugoje.

1.1. Komunikacija šiuolaikinės paveldosaugos kontekste

Prieš kelis dešimtmečius, peržvelgiant kultūros paveldo sociokultūrinės funkcijas, pradėjo keistis kultūros paveldo samprata ir jai apibrėžti pradėta vartoti paveldo išteklių sąvoka. Ši moderni kultūros paveldo, kaip išteklių, sąvoka, menotyrininkės J. Markevičienės teigimu, remiasi tuo, kad „<...> kultūros paveldas neturi būti tapatinamas su memorialiniais ženklais, nes atlieka visai kitą vaidmenį – tai pamatas, ant kurio bręsta ir rutuliojasi šiuolaikinė kultūra, neatsiejama ir būtina žmogaus gyvenamosios bei gyvenamosios aplinkos dalis.“⁴³ Kitaip tariant, kultūros paveldo objektai pradėti suvokti ne kaip paminklai, simbolizuojantys praeitį, o kaip vertybės, kurios, egzistuojamos dabartyje, atspindi praeitį ir leidžia formuoti ateitį. Todėl visuomenė turi suprasti, kad kultūros paveldą reikia saugoti kaip dabarties ir ateities kultūros išteklius.

Svarbu ir tai, kad įvykus pokyčiams ekonomikoje ir visuomenės sociokultūrinėje infrastruktūroje, kultūros paveldas, kaip ir kultūra plačiąja prasme, priartėjo prie rinkos, vartotojų poreikių. Ši kultūros paveldo artėjimą prie rinkos savo straipsnyje analizuoja prof. G. Ašvortas (*angl. G. Ashworth*), nustatęs tradicinės (išsaugojimo/konservacinės (*angl. preservation*)) paveldo paradigmos pokyčius, kurie sąlygojo naujos paveldo išteklių vadybos (*angl. heritage management*) paradigmos atėjimą į paveldosaugą. Ši naujoji paveldo išteklių vadyba nuo ankstesnės skiriasi savo tikslais, ištekliais, atrankos kriterijais, produkto interpretavimu ir strategijomis.

Konservacinė paradigma yra pakankamai aiški – jos vyraujantis aspektas – apsauga. Paradigmoje išskirti istoriniai ištekliai remiasi tuo, kad yra vienas unikalus objektas arba vieta, turintis vertę ir todėl jį reikia saugoti. Vadovaujantis šia paradigma objektų atranka vyksta remiantis nekintančiais kriterijais, pvz., autentiškumu, istorine reikšme ir kt., objektų interpretacija yra

⁴³ Markevičiene, J. Kultūros paveldo samprata tarptautinėje teisėje. Nuo Venecijos chartijos iki Europos Tarybos pagrindinės konvencijos dėl kultūros paveldo vertės visuomenei.//Iš ICOMOS Kultūros paveldas ir visuomenė XXI a., nacionaliniai ir tarptautiniai aspektai. Vilnius, 2006. p.23

minimali, padedanti perteikti lankytoji objekto nekintamą reikšmę⁴⁴, t. p. pastebima nuolatinė priešprieša tarp apsauginių ir miesto vystymosi strategijų. Tuo tarpu paveldo išteklių vadybos paradigma iškelia naujus prioritetus. Ši paradigma remiasi nauju požiūriu į visuomenės reikšmę paveldosaugoje. Tikslai nukreipti į rinkos poreikius, t.y. esant skirtingiems visuomenės poreikiams, naudojami skirtingi produktai. Paveldo ištekliai sudaryti ne vien iš istorinių įvykių bei jų reikšmės dabarčiai, bet ir remiantis tuo, kad praeitis yra ne tik tai, kas turi būti saugotina dėl atminimo, bet ir tai, ką žmonės įsivaizduoja⁴⁵. Bene labiausiai visuomenės vaidmuo paveldo išteklių vadybos paradigmoje akcentuojamas nustatant kultūros paveldo objektų atrankos kriterijus. Jeigu „tradicinėje“ paradigmoje pabrėžiama, kad objektai saugojimui atrenkami remiantis faktiškai nekintančiais kriterijais – autentiškumu, amžiumi ir pan., tai „šiuolaikinėje“ paveldo paradigmoje objektų atranka vyksta daugiau remiantis rinkos poreikiais. Dėmesio centre yra ne pats objektas, o vartotojas, jo ryšis su saugotina praeitimi. Produkto interpretacija yra daugiareikšmė, nuolat kintanti, vartotojui yra sukurta galimybė skirtingai interpretuoti tą patį objektą. Paveldo išteklių vadybos strategijose nėra priešpriešos tarp paveldo apsaugos ir miesto vystymosi, t.y. paveldas nėra kliūtis vystymosi procesui, bet ir nėra priklausantis nuo jo.

Apibendrinant šią naująją paveldo išteklių paradigmą galima teigti, kad ne tik pakito kultūros paveldo sampratos suvokimas, bet ir tapo svarbus visuomenės vaidmuo kultūros paveldosaugoje – renkantis objektus saugojimui turi būti atsižvelgta į visuomenės poreikius, objekto interpretavimo galimybes. Vadinasi, tarp kultūros paveldo ir vartotojo turi vykti komunikacijos procesas. Nors konservacinė paradigma taip pat buvo orientuota į visuomenę, tačiau joje aktualizuojamas tik edukacinis potencialas – visuomenė dalyvauja tik objektų interpretavimo stadijoje. Šis minimalus interpretavimas (kadangi saugomas objektas, remiantis konservacine paradigma, turi pastovią prasmę, vartotojas gauna tą pačią patirtį, todėl interpretavimas yra minimalus⁴⁶) negali užtikrinti rinkos kultūrinių poreikių patenkinimo. Vadinasi, vykstanti komunikacija tarp kultūros paveldo objekto ir vartotojo yra vienpusė (neatsižvelgiama į vartotoją) ir neefektyvi, o esant neefektyviai komunikacijai visuomenė negalės suvokti kultūros paveldo išsaugojimo svarbos. Priešingai konservacinei paradigmai, naujoji paveldo išteklių paradigma orientuojasi į dvipusę komunikaciją, kurios esmė – sudaryti sąlygas vystyti efektyviam komunikacijos procesui – procesui, kurio pagrindą sudaro grįžtamasis ryšis, atsižvelgimas į vartotojo poreikius. Tuo atveju jei bus patenkintas visuomenės kultūrinis poreikis, poreikis pažinti kultūros

⁴⁴ Ashworth, G. J. Conservation as Preservation or as Heritage: two paradigms and two answers. Built environment, 1997, vol. 23 p.98

⁴⁵ Ashworth, G. J. Conservation as Preservation or as Heritage: two paradigms and two answers. Built environment, 1997, vol. 23 p.97

⁴⁶ Ashworth, G. J. Conservation as Preservation or as Heritage: two paradigms and two answers. Built environment, 1997, vol. 23 p.98

vertybes, ir bus sudarytos sąlygos įvairiai interpretuoti paveldo objektus, tikėtina, kad visuomenė supras objektų saugojimo būtinumą.

Svarbu pažymėti, kad visuomenės vaidmuo kultūros paveldosaugoje apibrėžiamas ir 2005 metais priimtoje tarptautinėje Kultūros paveldo vertės pagrindų visuomenei konvencijoje, kurioje visuomenės nariai apibrėžiami kaip paveldo bendruomenė - „paveldo bendruomenę sudaro žmonės, kurie vertina specifinius kultūros paveldo aspektus ir nori, kad šis paveldas būtų palaikomas ir perduodamas ateities kartoms viešųjų veiksmų pagalba“⁴⁷.

Pirmieji į paradigmos subtilybes ir į komunikacijos reikšmę paveldosaugoje pradėjo atsižvelgti muziejai. Tradicinės muzeologijos virsmas į „naująją muzeologiją“ grindžiamas noru sumažinti atstumą tarp muziejaus objekto ir vartotojo⁴⁸, nes pateikiamos žinios (pvz., rengiamų parodų metu) bus veiksmingos tik tuo atveju, jei bus atsižvelgta į lankytojo poreikius, interesus ir suvokimo galimybes, t.y. bus vystomas efektyvios komunikacijos modelis. Taigi naujojoje muzeologijoje muziejinės parodos ir edukacinės programos kuriamos atsižvelgiant į visuomenės poreikius. Šiame kontekste vertėtų grįžti prie paveldo interpretavimo galimybių, kurių daugiareikšmiškumas akcentuojamas paveldo vadybos paradigmoje. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad kultūros paveldo objektai patys savęs paaiškinti negali, todėl jie, įvairių pristatymo būdų ir priemonių pagalba, turi būti padaryti suprantamais vartotojams. Siekiant padaryti paveldo objektus suprantamais, naujojoje muzeologijoje išryškėjo komunikacijos reikšmė. Muzeologas šiame procese dalyvauja kaip informacijos siuntėjas, kuris, ruošdamas muziejinę parodą, objektais, ženklais, per specifinę terpę, perduoda informaciją gavėjui, muziejaus lankytojui⁴⁹. Naujojoje muzeologijoje lankytojų patyrimas ir informacijos įsisavinimas žadinamas rengiant „netradicines“ parodas, inscenizacijas, demonstruojant specialiai parodai ar įvykiui sukurtus dokumentinius filmus, naudojant garso ir vaizdo technikas (tokiu būdu patyrimas žadinamas per jusles). Be to, svarbios yra ir organizuojamos edukacinės programos (vaikams ir suaugusiems). Visa tai nukreipta į visuomenės skatinimą domėtis kultūros vertybėmis ir patenkinti jos kultūrinius poreikius.

Komunikacijos reikšmė akcentuojama ir gyvosios istorijos, gyvosios ir eksperimentinės archeologijos programos, kuriomis siekiama edukuoti visuomenę per tiesioginį pažinimą. Prof. A. Bumblausko nuomone, „gyvąją istoriją siekiama istoriją akcentuoti dabarčiai ir ateičiai“⁵⁰, t.y. atsižvelgiant į rinkos poreikius, parinkti metodus ir būdus, kuriais bus aktualizuojama istorija. Viena iš šios programos kryptių yra – istorijos mokslo atsinaujinimas ir atsigręžimas į visuomenę,

⁴⁷ *Framework Convention on the value of culture heritage for society* [interaktyvus]. [Faro]: Council of Europe, 2005. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://conventions.coe.int/Treaty/EN/Treaties/Html/199.htm>>

⁴⁸ Manžuch, Z. Atminties komunikacija archyvuose, muziejuose ir bibliotekose: Europos Sąjungos strateginio požiūrio analizė. Daktaro disertacija. Vilnius, 2007, p. 28

⁴⁹ Waidacher, Friedrich. Bendrosios muzeologijos metmenys. Vilnius: Lietuvos nacionalinis muziejus, 2007. p.192

⁵⁰ Bumblauskas A. Gyvosios istorijos programa: istorinė kultūra šiuolaikinės sąmonės formavimui. Vilnius: 1998., p. 19

kultūros bei civilizacijos istoriją; mokslo kreipimas ne į praeitį, o į dabartį ir ateitį formuojant orientuotą istorinę sąmonę.⁵¹ Eksperimentinės archeologijos klubo prezidentės, archeologės D. Luchtanienės teigimu, „gyvą ir eksperimentinę archeologiją stengiamasi gyvai ir įdomiai parodyti Lietuvos istorijos laikotarpį nuo akmens amžiaus iki valstybės susikūrimo“⁵². Programa nukreipta į visuomenės edukaciją, o taip pat kultūros paveldo populiarinimą aktualizuojant jo apsaugą. Kultūra ir komunikacija taip pat glaudžiai susipina gyvosios archeologijos programoje, kurios vertingumą sudaro itin aktualus visuomenei interesas ugdyti gyvosios istorijos sampratą. Be to, vertinamas ir programos tęstinumas, įrodantis, kad tikslo yra siekiama nuosekliai, o ne fragmentiškai⁵³.

Šiomis programomis vėl gi siekiama komunikuoti su visuomene, atsižvelgti į jų kultūrinius poreikius, suteikiant galimybes įvairialypei interpretacijai.

Apibendrinant galima daryti išvadą, kad nauja paveldo išteklių vadybos paradigma akcentuoja visuomenės (rinkos) vaidmenį kultūros paveldo apsaugoje. Remiantis šia paradigma išryškėja komunikacijos reikšmė paveldosaugoje – norint gerbti ir vertinti visuomenės poreikius ir lūkesčius, būtina palaikyti dvipusę efektyvią komunikaciją. Kadangi dvipusės efektyvios komunikacijos modelis paremtas grįžtamu ryšiu, galima daryti prielaidą, kad visuomenei teikiama informacija apie kultūros paveldą padės suvokti jo vertę ir saugojimo būtinumą.

Taigi kuriant paveldo apsaugos strategijas, turi būti atsižvelgiama ir į rinkos (kuriai, iš esmės, yra skirtas kultūros paveldas) poreikius, vystoma paveldosauginė komunikacija.

1.2 Viešųjų ryšių istorinė raida ir funkcijos

Kaip jau buvo minėta, pastarąjį dešimtmetį suklestėjo visuomenės vaidmuo kultūros paveldo apsaugoje. G. Ashworth išskirta paveldo vadybos paradigma, kurioje akcentuojamas būtinumas atsižvelgti į visuomenės poreikius. Šiame kontekste svarbų vaidmenį pradėjo vaidinti komunikacijos procesai, kurių dėka suformuojamas modelis, jungiantis abipusius poreikius – valstybės, siekiančios išsaugoti kultūros paveldą, ir visuomenės, norinčios jį pažinti. Remiantis komunikacijos teorijomis, geriausiai šį tikslą padės įgyvendinti efektyvi komunikavimo priemonė – viešieji ryšiai, kurių pagalba kultūros paveldo vartotojams, t.y. plačiajai visuomenei, suteikiamos

51 Bumblauskas A. Gyvosios istorijos programa: istorinė kultūra šiuolaikinės sąmonės formavimui. Vilnius: 1998., p. 19

52 Luchtanienė, D. Senujų amatų paslaptis ir eksperimentinės archeologijos klubas „Pajauta“//Lietuvos muziejai, 2004. Nr.1

53 Kutraitė-Giedraitienė, D. Šviežios duonos kvapo galia ir šiuolaikinės rinkodaros spalvos.// *Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje: [straipsnių rinkinys]/sudarytojas E. Žalpus*. Vilnius, 2007, p.66

plačios objektų interpretavimo galimybės; tai šiuolaikinis ir veiksmingas būdas „priartinti“ visuomenę prie kultūros paveldo. Siekiant geriau suprasti viešųjų ryšių teikiamas galimybes, taikytinas paveldosaugoje, būtų tikslinga apžvelgti jų istorinę raidą ir funkcijas.

Viešieji ryšiai yra neatsiejama kiekvienos organizacijos, siekiančios komunikuoti su visuomene, dalis; tai funkcija, padedanti sukurti ir išlaikyti abipusę komunikaciją, pritarimą ir bendradarbiavimą tarp organizacijos ir visuomenės⁵⁴. Visgi labai svarbu yra išmanyti disciplinos teoriją, ištakas ir tikslus, norint efektyviau pritaikyti jos teikiamas galimybes.

Nors nuomonės apie viešųjų ryšių ištakas skiriasi, tačiau visuotinai pripažinta, kad viešieji ryšiai savarankiškai egzistavo jau nuo civilizacijos pradžios, kai žmonės pradėjo gyventi gentyse, kur išlikimas priklausė nuo genčių tarpusavio santykių. Juk tam, kad civilizacija gyvuotų, reikalinga komunikacija, bendradarbiavimas, sutarimas – visa tai yra viešųjų ryšių pagrindai. Teigiama, kad ankstyviausios konkrečios viešųjų ryšių šaknys gali būti surastos apie 1800 pr. Kr. Viduriniuose Rytuose. Archeologai iškasė ūkio biuletenius Irane, kurie rodo primityvias pastangas daryti įtaką ūkininkams, kad naudotų tam tikrą techniką savo darbe⁵⁵. Šio viešųjų ryšių metodo buvimo liudijimu gali būti laikytinas senovinis rašymas, keramika, hieroglifai, menai. Vėliau viešųjų ryšių užuomazgos pastebimos Graikijos filosofų kūriniuose, kuriuose jie rašė apie visuomenines jėgas, taip pat Romos imperijos laikotarpiu, kai politiniai šūkių buvo rašomi ant sienų. Elementarius viešųjų ryšių pradmenis galima surasti ir Senovės Indijoje. Raštuose aptinkama informacija apie tuo metu egzistavusius karaliaus šnipus, kurių viena iš funkcijų buvo viešai atstovauti karaliaus nuomonę ir skleisti apie valdovą palankius gandus⁵⁶. Tokios pareigos gali būti tapatinamos su šiandienos viešųjų ryšių specialisto veikla. Taigi jau tuomet žmonės pradėjo suvokti kaip svarbu yra įgyti palaikymą ir visuomeninę paramą, todėl buvo pradėtos naudoti įvairios strategijos ir technikos norint pasiekti maksimalių rezultatų.

Įdomu tai, kad primityvios viešųjų ryšių kampanijos buvo naudojamos ne tik tuometiniams politiniams ir ekonominiams tikslams, bet apėmė ir religijos sklaidą arba kitaip tariant propagandą, kuri šiuo metu turi menkinamąją prasmę, tačiau yra esminė viešųjų ryšių dalis. XVII a. Katalikų bažnyčia buvo viena pirmųjų organizacijų, samdžiusių žmones, kurie formavo teigiamą Bažnyčios įvaizdį ir tokiu būdu stengėsi padidinti tikinčiųjų skaičių. Būtent tuo metu buvo įkurta *Congregatio de propaganda* (propagandos kongregacija), kurios tikslas buvo skleisti tikėjimą⁵⁷.

Padrikos viešųjų ryšių užuomazgos pastebimos per visą civilizacijos gyvavimą, tačiau tikrasis jų kaip sąvokos, kuri yra vartojama šiandien, nusistovėjusio visuomenės supratimo,

⁵⁴ Matkevičienė, Renata. *Ryšiai su visuomene*. Vilnius : Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerijos Švietimo aprūpinimo centras, 2005.

⁵⁵ Cutlip, Scott. *Public Relations History: From the 17th to the 20th Century*. Lawrence Erlbaum Associates, 1995.

⁵⁶ Ten pat;

⁵⁷ Matkevičienė, Renata. *Ryšiai su visuomene*. Vilnius : Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerijos Švietimo aprūpinimo centras, 2005, p.7

karjeros klestėjimas prasidėjo nuo XX a. pradžios ir sietinas su kelias žymiais žmonėmis, padariusiais tikrą perversmą šioje srityje. Galima išskirti keletą ryškių asmenybių, istorijoje vadinamų viešųjų ryšių pionieriais, kurių dėka disciplina įgavo dabartinį pavidalą. Tai Karlas Bajor (*angl. Carl Bajor*), įkūręs vieną didžiausių ryšių su visuomene agentūrų, Ivi Li (*angl. Ivy Lee*) – žymus D. Rokfelerio šeimos atstovas spaudai ir Edvardas Bernė (*angl. Edward Bernays*) – šios disciplinos kaip socialinio mokslo teorijos, praktikos ir profesijos pradininkas (1922 metais E. Bernays išleido knygą „Crystallizing Public Opinion“ (*liet. „Viešosios nuomonės kristalizavimas“*), kurioje aprašė viešųjų ryšių profesiją, išskėlė specifinius reikalavimus šios srities specialistams. Vėliau, jau 1952 metais, jis išleido pirmąjį ryšių su visuomene vadovėlį⁵⁸). Taip pat verta pažymėti E. Bernays indėlį į Lietuvos istoriją – JAV lietuvių išeivija pasamdė jį vykdyti kampaniją, kuria buvo siekiama paskatinti Jungtinių Amerikos Valstijų vyriausybę pripažinti 1918 metais atkurta Lietuvos Nepriklausomybę.

Viešųjų ryšių kaip disciplinos ir karjeros vystymas įgavo pagreitį XX a. antroje pusėje. 1955 metais buvo įkurta pirmoji tarptautinė viešųjų ryšių asociacija (*angl. International Public Relation Association – IPRA*⁵⁹), kuri vienija įvairių šalių viešųjų ryšių specialistus.

Nors viešųjų ryšių disciplina pasaulyje sėkmingai gyvavo jau nuo XIX a. p. - XX a. pradžios, tačiau Lietuvoje ryškesnis disciplinos vystymas prasidėjo nuo 1996 metų, kai buvo priimtas Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas, kuriame apibrėžtas visuomenės informavimo būtinumas ir valstybės, savivaldybių bei kitų viešųjų įstaigų vaidmuo skleidžiant informaciją visuomenei⁶⁰. Tais pačiais metais buvo įkurta Lietuvos viešųjų ryšių asociacija, po metų įsteigta pirmoji ryšių su visuomene agentūra, o šiuo metu reta organizacija – valstybinė ar privati, nesinaudoja viešųjų ryšių galimybėmis.

Pats terminas “viešieji ryšiai” arba jo ekvivalentai - ryšiai su visuomene, viešoji informacija, santykiai su publikomis, viešuma ir kt., atsirado nuo angliško „*public relations*“ ir išvertus į lietuvių kalbą „*public*“ – viešas, visuomeninis, visuomenė, publika, o „*relations*“ – ryšiai, santykiai. Kitaip tariant, viešieji ryšiai apibrėžia organizacijos ir jos teikiamų paslaugų sąryšį su publikomis, visuomene. Tai nepertraukiamas komunikacijos procesas, kuris taip reikalingas nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymui ir pažinimui.

Teorijos, kada pirmą kartą buvo panaudotas viešųjų ryšių terminas, yra skirtingos. Vieni teigia, kad pirmą kartą sąvoka buvo pavartota JAV prezidento Tomo Džefersono kalboje, adresuotoje Kongresui 1807 metais, tačiau šiame kontekste jis suskambėjo daugiau kaip politikos, negu

⁵⁸ Bogatyriova, Ana. Ryšių su visuomene maestro : [apie Edward Bernays] . *Iš Vadovo pasaulis*. Vilnius, 1999, Nr. 2, p. 68-73.

⁵⁹ Plačiau žr.: <<http://www.ipra.org/>>

⁶⁰ Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas Nr. I-1418, 6 str. 2 punktas. *Valstybės žinios*, 1996. Nr. 71-1706. (aktuali įstatymo redakcija Nr. X-752, 2006)

komunikacijos ekvivalentas⁶¹. Kitų manymu, viešųjų ryšių apibrėžimas priklauso teisininkui D. Eatonui, kuris pirmasis pavartojo jį 1882 metais⁶².

Visgi tikslūs ir šiuo metu paplitę apibrėžimai vartojami nuo XX a. antros pusės. Šios disciplinos teoretikų ir praktikų teigimu, viešieji ryšiai yra⁶³:

- Valdymo funkcija, kuri padeda sukurti ir palaikyti organizacijos ir jos publikos abipusės komunikacijos ir bendradarbiavimo kanalus, nustatyti organizacijos socialinę atsakomybę;
- Planinga ir kryptinga veikla, kuria siekiama daryti įtaką visuomenės nuomonei, reprezentuoti organizaciją visuomenei, o visuomenę – organizacijai;
- Menas ir mokslas analizuoti tendencijas, numatyti jų pasekmes, patarti vadovybei, kaip suderinti organizacijos siekius ir visuomenės lūkesčius;
- Siekimas įtikinti vadovus elgtis taip, kad organizacija būtų teigiamai vertinama visuomenėje, o visuomenę - kad organizacija verta palaikymo;
- Planingos nuolatinės pastangos sukurti ir palaikyti gera valia bei tarpusavio supratimu pagrįstą organizacijos ir jos publikų komunikaciją.

Pastebėta, kad esminis aspektas, vyraujantis visuose apibrėžimuose – komunikacija tarp organizacijos ir visuomenės. Tačiau nemažiau svarbu yra suprasti viešuosius ryšius ne vien kaip komunikacinį procesą, bet ir atsižvelgti į kitas jų funkcijas. Pavyzdžiui, viešųjų ryšių veiksmingumas sietinas su kryptingu valdymo procesu – gebėjimu vienu metu sudaryti teigiamą įvaizdį visuomenei ir įtikinti vadovus, jog visuomeninis palaikymas yra naudingas.

Galima išskirti pagrindinius viešųjų ryšių tikslus: informavimą ir įtikinėjimą. Informavimu siekiama supažindinti visuomenę su įstaigos veikla, teikiamomis paslaugomis, tuo tarpu įtikinėjimu stengiamasi pakeisti visuomenės požiūrį ir paskatinti naudotis paslaugomis (nepelno organizacijos siekis) arba pirkti produktą. Dėl šitų dviejų tikslų egzistavimo viešųjų ryšių veikla neretai tapatinama su žurnalistika ir rinkodara. Tokia nuomonė yra klaidinga. Nors žurnalistai ir viešųjų ryšių specialistai iš dalies dirba panašų darbą – skleidžia žinias, tačiau pranešamų naujienų paskirtis skiriasi. Žurnalistai informuoja visuomenę apie aktualijas, tuo tarpu viešųjų ryšių specialistai ne tik informuoja, bet ir stengiasi pakeisti visuomenės požiūrį ar veiksmus tam, kad būtų pasiekti organizacijos tikslai ir nustatyti uždaviniai⁶⁴.

61 Presidential speech archive [interaktyvus]. [JAV]: Miller center of public affair. University of Virginia. [Žiūrėta 2007 m. gruodžio 16 d.]. Prieiga per internetą:

<http://www.millercenter.virginia.edu/scripps/digitalarchive/speeches/spe_1807_1027_jefferson>

62 Glosienė, Audronė. *Ryšių su visuomene ABC bibliotekininkams : mokomoji knyga*. Vilnius: Lietuvos nacionalinė biblioteka, 1999., p.10 .

63 Žr. Glosienė, Audronė. *Ryšių su visuomene ABC bibliotekininkams : mokomoji knyga*. Vilnius: Lietuvos nacionalinė biblioteka, 1999., p.7 ; Newson, Doug. *This is PR*. United States of America, 1993 ; Baršauskienė, Viktorija. *Komunikacija: teorija ir praktika: vadovėlis*. Kaunas : Technologija, 2007, p. 130

64 Wilcox, Dennis L. ; Cameron, Glen T. ; Ault, Phillip, Agee, Wallen. *Ryšiai su visuomene : strategija ir taktika*. [iš anglų kalbos vertė Giedrė Bubelevičienė, Aušrinė Černiauskienė]. Kaunas : Poligrafija ir informatika, 2007. p. 24

Viešuosius ryšius ir rinkodarą sieja bendras tikslas – įtikinėjimas. Vis dėlto įtikinėjimas šiose veiklose suprantamas skirtingai: jeigu rinkodaros tikslas nukreiptas į gaminio ar paslaugos pardavimą, tai viešieji ryšiai, siekdami įtikinti, palaiko abipusę komunikaciją – atsižvelgia į vartotojo poreikius, bando išlaikyti abipusį supratimą.

Taigi viešieji ryšiai – mechanizmas, padedantis suformuoti komunikaciją tarp organizacijos ir vartotojų. Tačiau kyla klausimas – kokios yra šios disciplinos galimybės, kaip ji gali pasitarnauti organizacijai? Viešųjų ryšių programos, atsižvelgiant į organizacijos paskirtį ir siekius, gali būti skirtingos⁶⁵:

- Įvaizdžio formavimas, matomumo didinimas – teigiamo organizacijos įvaizdžio sukūrimas ir pristatymas;
- Krizių valdymas – pagalba organizacijai įveikti ištikusią krizę;
- Lobizmas – valdžios institucijoms daroma įtaka siekiant organizacijai palankių sprendimų priėmimo;
- Fondoieška – rėmėjų paieška;
- Ryšiai su tikslinėmis auditorijomis – vartotojais, žiniasklaida, bendruomene, finansinėmis auditorijomis ir kt.

Įgyvendinant pasirinktą viešųjų ryšių programą ir siekiant įgyti palaikymą, būtina nepamiršti, kad pagrindinis kriterijus yra visuomenės interesas. Labai svarbus veiksnys, garantuojantis bet kurios pasirinktos programos sėkmingą įgyvendinimą – tikslinių auditorijų nustatymas ir jų palankumo įsigijimas. Tikslinės auditorijos būna įvairios: žiniasklaida, vartotojai (visuomenė), bendruomenė, valdžios institucijos ir kt. Iš anksto apibrėžus tikslinę auditoriją sudaromos sąlygos planingai pasirinkti naudotinus viešųjų ryšių metodus ir sėkmingai įvykdyti programą.

Taigi galima daryti išvadą, kad viešieji ryšiai – veikla, padedanti organizacijai (nepriklausomai nuo paskirties) ir jos visuomenės grupėms suderinti interesus⁶⁶. O planingas viešųjų ryšių metodų pasirinkimas leis patenkinti abiejų pusių poreikius – visuomenės pažinti ir žinoti, organizacijos – informuoti ir įgyti palaikymą.

⁶⁵ Glosienė, Audronė. *Ryšų su visuomene ABC bibliotekininkams : mokomoji knyga*. Vilnius: Lietuvos nacionalinė biblioteka, 1999., p.9

⁶⁶ Bogatyviova, Ana. Akys, ausys ir lūpos: ryšiai su visuomene (1). *Iš Vadovo pasaulis*. Vilnius, 1999, Nr. 5, p. 34.

1.3. Viešųjų ryšių metodų taikymo galimybės paveldosaugoje

Viešieji ryšiai paveldosauginėse organizacijose vis dar naujas reiškinys. Pastebėta, kad aktyviausiai juos savo veikloje pritaiko muziejai rengdami parodas, terminalus, pateikdami apie tai informaciją į viešumą ir tokiu būdu siekdami sulaukti didesnio visuomenės susidomėjimo⁶⁷.

Nagrinėjant viešųjų ryšių galimybes, taikytinas pristatyti nekilnojamąjį kultūros paveldą, būtų tikslinga apibrėžti kokių tikslų yra siekiama. Žiūrint iš visuomeninės pusės, kuri suinteresuota „matyti“ kultūros paveldą, o taip pat iš valstybės strategijos užtikrinti kultūros paveldo apsaugą, kuri, (*darant prielaidą*), galėtų būti įgyvendinta tuo atveju, jei bus sudarytos sąlygos visuomenei pažinti kultūros paveldą, ir tuo pačiu metu atsižvelgti į visuomenės kultūrinius poreikius, būtų galima daryti išvadą, kad siekiama surasti būdą patenkinti abiejų interesantų lūkesčius. Tam tiktų matomumo didinimo programa. Įgyvendinus šią programą būtų pasiektas trigubas rezultatas – kultūros paveldas būtų matomas, suprasta saugojimo būtinybė ir sukurtas teigiamas (*efektyvios komunikacijos atveju*) organizacijos, kuria galima vaizdžiai pavadinti kultūros paveldo atstove, įvaizdis.

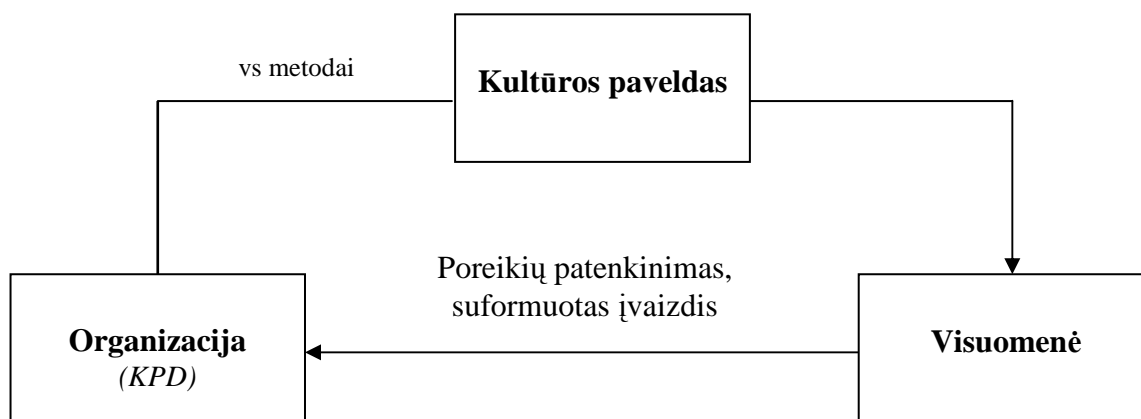
Visų pirma, apibrėžkime įsivaizduojamą komunikacijos modelį tarp institucijos, besirūpinančios nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga bei informacijos apie jį sklaida, ir visuomenės. Viešuosiuose ryšiuose taikomi keli komunikacijos modeliai⁶⁸:

- Viešasis – organizacijos teikiama informacija gali būti netiksli ir/ar neatitikti tikrovės;
- Informacinis – teikiama išsami informacija, tačiau nėra kreipiamas dėmesys į grįžtamąjį ryšį;
- Dvipusis asimetrinis – bandoma koreguoti visuomenės nuomonę, svarbi atsakomoji reakcija;
- Dvipusis simetrinis – šio modelio esmė – užmegzti tarpusavio supratimą;
- Dvipusis asimetrinis ir dvipusis simetrinis – stengiamasi ne tik koreguoti visuomenės nuomonę, analizuoti grįžtamąjį ryšį, bet ir pasiekti tarpusavio supratimo tarp organizacijos ir visuomenės.

Idealiu atveju turi būti taikomas dvipusis asimetrinis ir dvipusis simetrinis komunikacijos modelis, kuris schematiškai gali būti pavaizduotas taip:

⁶⁷ Waidaher, Friedrich. *Bendrosios muzeologijos metmenys*. [iš vokiečių kalbos vertė Alfonsas Tekorius]. Vilnius: Lietuvos nacionalinis muziejus, 2007. p. 178

⁶⁸ Baršauskienė, Viktorija. *Komunikacija: teorija ir praktika: vadovėlis*. Kaunas : Technologija, 2007



1 schema. Dvipusis asimetrinis ir dvipusis simetrinis komunikacijos modelis

Pateiktoje schemeje yra matomas komunikacijos procesas, kurio metu siekiama patenkinti abipusius poreikius. Organizacija, naudodamasi viešųjų ryšių metodais, turi pateikti informaciją apie kultūros paveldą visuomenei ir tokiu būdu koreguoti visuomenės nuomonę. Tuo tarpu visuomenė, kurios poreikis pažinti kultūros vertybes yra patenkinamas, ne tik supranta kultūrinio palikimo saugojimo būtinumą, bet ir suformuoja teigiamą įvaizdį apie organizaciją. Vadinasi, pasiekiamas tarpusavio supratimas. Šis komunikacijos modelis gali būti tapatinamas su N. Merriman siūlomu daugkartiniu perspektyviuoju modeliu (*angl. the multiple perspective model*) tarp archeologijos ir visuomenės, kuriame taip pat akcentuojamas tarpusavio supratimo svarba⁶⁹. Tačiau tai sėkmingo komunikacinio ryšio pavyzdys, kurio įgyvendinimas neretai priklauso nuo organizacijos strategijų, prioritetų ir naudojamų viešųjų ryšių priemonių ir metodų.

Taigi siekiant įgyvendinti nustatytą komunikacijos modelį, galima išskirti pasirinktos programos tikslus:

1. Visuomenės informavimas – vienas svarbiausių tikslų, kuriuo norima informuoti visuomenę apie įvykius. Šį tikslą iš dalies būtų galima tapatinti su reprezentavimu – objektų ir/ar rezultatų pristatymu;
2. Edukacija, švietimas – šviesti visuomenę aktualizuojant nekilnojamojo kultūros paveldo išsaugojimo svarbą;
3. Populiarinimas – populiarinti kultūros paveldo objektus, taip pat įstaigą, atsakingą už jų išsaugojimą.

⁶⁹ Merriman, Nick. *Public Archaeology*. United States of America, 2004, p. 6

Taip pat galima išskirti kelias pagrindines viešųjų ryšių priemonių grupes, kurių metodų taikymas teoriškai galėtų užtikrinti efektyvią komunikaciją tarp organizacijos ir visuomenės. Tai ryšiai su žiniasklaida, įtraukiantys visuomenės informavimą per masinės komunikacijos priemones ir taip bus pasiektas informavimo tikslas, renginiai ir programos, galintys patenkinti du tikslus – edukacinį ir reprezentacinį, ir populiarinimas, į kurį įeina suvenyrinė ir reklaminė produkcija.

1.3.1 Ryšiai su žiniasklaida

Pastebėta, kad žiniasklaidos poveikis visuomenės sąmoningumui yra milžiniškas, nes bet koks įvykis tampa visuotiniu tik tuo atveju, jei jis būna pristatomas per masinės komunikacijos priemones – spaudą, televiziją, radiją, internetą⁷⁰. Būtent dėl pakankamai lengvai formuojamos visuomenės nuomonės žiniasklaidą tapo įprasta vadinti ketvirtąja valdžia. Jos vaidmuo nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymui yra svarus, tad turi būti parinkti planingi ir tikslūs viešųjų ryšių metodai, kuriuos taikant išaugtų žiniasklaidos susidomėjimas kultūros paveldu, o tuo pačiu metu apie jį išgirstų visuomenė. Kuriant bendravimo su žiniasklaida strategijas vertėtų iš anksto apibrėžti numatytus tikslus – ko norima šiuo bendravimu pasiekti. Siekiai gali būti įvairūs – kurti organizacijos įvaizdį arba tiesiog priminti visuomenei apie įstaigos egzistavimą bei veiklą, informuoti apie įvykius, sudominti aktualijomis, paveikti viešąją nuomonę, paskatinti visuomenės aktyvumą. Kultūros paveldo pristatymui tiktų visi išvardinti tikslai. Be to, atkreiptinas dėmesys į esmines bendravimo su žiniasklaida taisykles⁷¹:

- Negali būti sakomi žodžiai „tai ne spaudai“ – žurnalistus jau nebedomins pirminis pranešimas, o bus stengiamasi sužinoti ne spaudai adresuotą informaciją;
- Žurnalistui pateikus užklausą telefonu turi būti atsakyta operatyviai;
- Kviečiant žurnalistus į spaudos konferencijas, ruošiantis interviu siūloma paruošti dalomąją medžiagą;
- Nuotraukos, iliustruojančios aktualijas, turi būti parenkamos atsargiai, išvengiamos dviprasmiškumas.

Informacija apie kultūros paveldą žiniasklaidai gali būti teikiama keliais būdais: rašomas pranešimas spaudai, dalyvaujama televizijų ir radijų laidose, rengiamos spaudos konferencijos.

⁷⁰ Nugairaitė, Audronė. *Valdžia ir žiniasklaida: dialogas : medžiaga magistro studijų programai*. Vilnius : Baltoji kopija, 1999, p. 5

⁷¹ Žr. Glosienė, Audronė. *Ryšiai su visuomene ABC bibliotekininkams : mokomoji knyga*. Vilnius: Lietuvos nacionalinė biblioteka, 1999, p. 38; Newson, Doug. *This is PR*. United States of America, 1993

Atskirą vietą užima informacija platinama internete – ne tik informaciniuose portaluose, kuriuose straipsnius rašo žurnalistai, bet ir įstaigos internetinėje svetainėje.

Pranešimas spaudai. Pranešimas spaudai yra populiariausia viešųjų ryšių priemonė, skirta pateikti informaciją apie įvykį žiniasklaidai. Jei informacija yra aktuali, vertinga ir turi visuomeninę svarbą, tikėtina, kad toks pranešimas sudomins žiniasklaidos atstovus ir informacija atsiras spaudoje, televizijoje, radijuje, internete. Ruošiant pranešimą spaudai ir norint, kad jis sulauktų atgarsio žiniasklaidoje, reikalinga atsižvelgti į bendras rašymo taisykles. Išskirtinos dvi pagrindinės taisyklės – AIDA principas⁷² ir „6K“⁷³. Patartina, kad pranešimo spaudai antraštė būtų trumpa, informatyvi ir intriguojanti – ji turi sudominti žurnalistus ir paskatinti skaityti toliau. Tekstas neturi būti ilgesnis nei vienas A4 formato lapas, pastraipas patartina atskirti dvigubais tarpais. Rašymas turi prasidėti nuo esmės, kuri atskleis visą skelbiamą naujieną. Jei ši pirmoji pastraipa bus paini ir neaiški, žurnalistai neskaitys viso teksto. Vėliau turi būti pateikiama daugiau informacijos, faktai, citatos (žurnalistai mėgsta cituoti vadovus), papildoma informacija ir kontaktai. Vertėtų nepamiršti, kad sakiniai turi būti trumpi, lakoniški, pateikiami tikrovę atitinkantys faktai, vengiamas savireklamai būdingas rašymo stilius.

Deja, net ir tuo atveju, jei pranešimas spaudai parengtas atsižvelgiant į visas taisykles, nėra garantuota, kad jis atsiras masinės komunikacijos kanaluose. Todėl labai svarbu palaikyti tiesioginius ryšius su žurnalistais, rašančiais paveldosaugine tematika, kuriuos gali sudominti skleidžiamos naujienos.

Spaudos konferencijos. Spaudos konferencijos yra dar viena viešųjų ryšių priemonių, skirta vystyti tiesioginį bendravimą su žiniasklaida. Paprastai spaudos konferencijos rengiamos tik tuomet, kai norima pranešti labai svarbią žinią apie įvykį, planuojamą reikšmingą renginį. Ruošiantis surengti spaudos konferenciją būtina atsižvelgti į tai, kad atvykstantys į konferenciją žmonės yra nusiteikę bendrauti tarpusavyje, išsakyti savo pozicijas, išgirsti naują informaciją. Svarbi yra vieta, laikas, iš anksto patartina sudaryti žurnalistų, kviečiamų į konferenciją, sąrašus, nepamiršti išsiųsti kvietimus su pridedama programa – konferencijos tema, turiniu, dalyviais ir kalbėtojais. Sėkminga (sulaukusi atgarsių žiniasklaidoje) spaudos konferencija bus tik tada, jei bus sudarytos sąlygos patenkinti konferencijos dalyvių poreikius.

Be išvardintų populiariausių viešųjų ryšių metodų, galima išskirti dar keletą būdų, skirtų palaikyti ryšius su žiniasklaida.

⁷² AIDA – Attention (liet. dėmesys), Interest (liet. susidomėjimas), Desire (liet. noras), Action (liet. veiksmas). Principas atkreipti dėmesį, sukelti susidomėjimą, paskatinti norą ir veiksmą.// Iš Caywood, Clarke L. *The handbook of strategic public relations and integrated communications*. United States of America, 1997.

⁷³ „6K“ – Kas? Kur? Ką? Kada? Kodėl? Kaip?//Iš Marconi, Joe. *Public relations: the complete guide*. United States of America, 2004, p. 146

Spauda: laikraščiai ir žurnalai. Kaip buvo minėta anksčiau, paprasčiausias būdas patekti į visas visuomenės informavimo priemonės – parengti ir išplatinti pranešimą spaudai. Tačiau egzistuoja ir kiti būdai pasiekti auditorijas žiniasklaidos pagalba. Vieni iš jų – straipsniai laikraščiuose ir žurnaluose⁷⁴. Esminis skirtumas tarp šių dvejų leidinių – periodiškumas ir tikslinės auditorijos. Laikraščiai skirstomi pagal svarbą (nacionaliniai, regioniniai, rajoniniai), periodiškumą (dienraščiai, savaitraščiai), juose pateikiama informacija apima plačiąją visuomenę, tuo tarpu žurnalai paprastai būna teminiai (orientuoti į specifines auditorijas), leidžiami kas savaitę ar mėnesį. Visgi viešųjų ryšių metodai, taikytini norint, kad informacija apie kultūros paveldą atsirastų šiuose leidiniuose, yra vienodi. Pirmas – tiesioginis bendravimas su žurnalistais ir jų pačių interesas rašyti apie paveldosaugines problemas. Antras – užsakomieji straipsniai, kurie gali būti rašomi sudarant sutartį su žurnalistais arba siunčiant į redakciją jau paruoštą tekstą, kuris bus talpinamas kaip reklama (su užsakomuoju numeriu). Pažymėtina, kad antras variantas yra rizikingas, nes gali sužadinti neigiamą visuomenės požiūrį į skleidžiamą informaciją.

Televizija. Televizijos įtaka visuomenės informavimui yra svarbesnė negu kitų komunikacijos priemonių. Esminis veiksnys, išskiriantis šią priemonę iš kitų yra vaizdas, kuris sustiprina skleidžiamos informacijos įtaką visuomenės sąmonei⁷⁵. Atsižvelgiant į šį veiksnį, patartina pasinaudoti televizijos galimybėmis pristatant nekilnojamąjį kultūros paveldą visuomenei. Verta nepamiršti, kad lengviausias būdas „patekti“ į žinių laidas – laiku išplatinti pranešimą spaudai arba susisiekti su korespondentu tiesiogiai. Kiti būdai – dalyvavimas kultūros laidose, programų (ar atskirų laidų) idėjos, socialinė reklama, filmų demonstravimas. Kultūros laidos, ypač, jei jos būna debatinės, suteikia galimybę išryškinti kultūros paveldo svarbą tautiniam identitetui, esamas problemas, galimus sprendimų būdus. Tokiose laidose gali dalyvauti paveldosaugininkai, visuomenės veikėjai, atstovaujantys visuomenės interesus, organizacijos, besirūpinančios kultūros paveldo apsauga, vadovas ir dirbantys specialistai. Taip pat gali būti teikiami siūlymai programų rengėjams sukurti teminę laidą, kurioje bus aptariamos aktualios problemos, pristatomi pasiekimai (pvz., kultūros paveldo objektų restauravimas) ir kt. Tokio pobūdžio laidos paprastai būna informatyvios, gali būti pristatomas abiejų pusių (paveldosaugininkų ir visuomenės) požiūris. Socialinė reklama⁷⁶ (transliuojama per televiziją) - dar vienas būdas pristatyti kultūros paveldą visuomenei, aktualizuoti jo saugojimo būtinumą. Šia reklama siekiama šviesti ir auklėti visuomenės

⁷⁴ Wilcox, Dennis L. ; Cameron, Glen T. ; Ault, Phillip, Agee, Wallen. *Ryšiai su visuomene : strategija ir taktika*. [iš anglų kalbos vertė Giedrė Bubelevičienė, Aušrinė Černiauskienė]. Kaunas : Poligrafija ir informatika, 2007, p.224

⁷⁵ Ten pat, p. 232

⁷⁶ Socialinė (nekomercinė) reklama - tai reklama, kurioje visuomenei pateikiama nekomercinė informacija apie valstybės ar vietos savivaldos institucijų, visuomeninių organizacijų bei asmenų vykdomą socialinės apsaugos, sveikatos, aplinkos apsaugos, švietimo, kultūros, mokslo ir pan. politiką bei jos įgyvendinimo priemones. // Iš Vilniaus miesto tarybos sprendimo Nr. 57 V dėl „Vietinės rinkliavos už komercinę reklamą Vilniuje“. [interaktyvus]. [Vilnius]: Vilniaus miesto tarybos teisės aktai, 2000. [Žiūrėta 2008 kovo 20 d.]. Prieiga per internetą:

< <http://www.vilnius.lt/vaktai/Default.aspx?item=find&dokid=21023413> >

sąmoningumą stabdyti neleistinus veiksmus. Socialine reklama būtų pasiekti du anksčiau išvardinti viešųjų ryšių tikslai – informavimo ir švietimo.

Filmų demonstravimas. Televizija – viena iš priemonių demonstruoti sukurtus ir kultūros paveldo populiarinimui skirtus filmus. Suderinus su transliuotoju (nacionaliniu ar regioniniu) demonstravimui tinkamą laiką, visuomenei bus suteikta galimybė pažinti kultūros vertybes.

Radijas. Radijas iš kitų visuomenės informavimo priemonių skiriasi greičiu ir operatyvumu. Naujiena, patekusi į radiją, gali būti pristatyta mažiau nei per valandą. Informacija, kuri paprastai būna neilgesnė nei 15-20 sekundžių, gali būti skelbiama radijo žinių arba aktualijų laidose. Taip pat įmanoma dalyvauti pokalbių laidose, kurios gali būti orientuotos į naujienas. Neretai į tokias pokalbių laidas gali skambinti klausytojai ir užduoti rūpimus klausimus pašnekovui – tai svarbus visuomenės nuomonės formavimo veiksnys.

Internetas. Staigi interneto plėtra ir populiarumas padovanojo net kelias visuomenės informavimo priemones, kurios pasiekia vartotojus įvairiose vietose. Žmonėms jau tapo įprasta skaityti aktualijas internete. Informacija apie kultūros paveldą pasauliniame tinkle gali būti pristatoma keliais būdais: išplatinus pranešimą spaudai ir žurnalistams susidomėjus naujiena, tikėtina, kad informacija atsiras internetiniame portale. Tačiau neretai kuriamos įstaigą reprezentuojančios internetinės svetainės, siunčiamos naujienos elektroniniu paštu (naujienu prenumeratos), kuriami diskusijų forumai. Toks komunikacijos metodas patenkins ne tik visuomenės poreikį pažinti kultūros vertybes, bet ir sudaryti sąlygas grįžtamajam ryšiui – sužinoti visuomenės reakciją.

1.3.2. Renginiai ir programos

Renginiai, akcijos ir programos yra vienas lengviausių būdų palaikyti tiesioginį ryšį su visuomene⁷⁷. Paprastai šie viešųjų ryšių metodai skirti šviesti visuomenę aktualizuojant kultūros paveldo išsaugojimo būtinybę (edukacijos tikslas), pristatyti pavienius arba kompleksinius kultūros paveldo objektus (reprezentavimo ir populiarinimo tikslai). Manoma, kad tai efektyvus būdas pelnyti visuomenės palankumą, patenkinti jos poreikį pažinti kultūros vertybes.

Renginiai gali būti vienkartiniai, skirti aktualizuoti konkretų įvykį ar sritį, ir kasmetiniai. Kasmetiniai renginiai tampa tradiciniais ir tikėtina, kad kasmet susilauks vis didesnio visuomenės

⁷⁷ Glosienė Audronė. *Ryšiai su visuomene ABC bibliotekininkams : mokomoji knyga*. Vilnius: Lietuvos nacionalinė biblioteka, 1999, p. 45

susidomėjimo. Renginiai ne tik supažindina visuomenę su kultūros paveldu, bet ir padeda palaikyti tiesioginį ryšį tarp organizacijos ir jos auditorijos – aptariami visuomenei aktualūs klausimai, bandoma sužinoti jų nuomonę apie esamą situaciją. Manoma, kad atviras bendravimas pagerins įstaigos įvaizdį – bus įgytas visuomenės pasitikėjimas ir įstaigos kaip kultūros paveldo sergėtojos, suvokimas.

Pristatymai ir prezentacijos. Tai gali būti įstaigos veiklos, pasiekimų arba kultūros paveldo objektų pristatymas visuomenei. Pristatyti galima įvairiai – konferencijos, renginių, specialių susitikimų metu. Paprasčiausias būdas – patalpinti sukurta prezentaciją internetiniame įstaigos tinklapyje arba siųsti ją tikslinėms auditorijoms (pvz., žurnalistams, aktyviesiems visuomenės veikėjams) elektroniniu paštu.

Akcijos. Akcijos gali būti edukacinės, agitacinės, protesto. Kultūros paveldo pristatymui labiausiai tiktų edukacinės ir agitacinės akcijos. Edukacinių akcijų metu siekiama šviesti visuomenę, ugdyti toleranciją ir sąmoningumą. Agitacinėmis akcijomis galima paraginti visuomenę imtis veiksmų (pvz., pranešti apie pažeidėjus) ir taip sudaryti sąlygas apsaugoti kultūros paveldą nuo niokojimo. Taip pat kaip ir renginiai, akcijos gali būti vienkartinės, reguliarios ar net gi tradicinės.

Konkursai. Organizuojami konkursai skatina tiesioginį visuomenės dalyvavimą kultūros paveldo pažinimo procese. Jais stengiamasi populiarinti kultūros paveldo objektus, šviesti visuomenę ir paskatinti domėtis kultūros vertybėmis.

1.3.3 Populiarinimas

Populiarinimas – vienas iš viešųjų ryšių priemonių, skirtas pristatyti ir populiarinti įstaigą, jos teikiamas paslaugas ar produktus. Pažymėtina, kad šis terminas dažnai yra painiojamas su reklama, todėl neretai tarp populiarinimo ir reklamos dedamas lygybės ženklas⁷⁸. Visgi reikia nepamiršti, kad viešieji ryšiai yra reklamos priešingybė dėl keleto aspektų, iš kurių pagrindinis – išlaidos. Reklamuojantis mokami pinigai, kad būtų paskelbtas pranešimas žiniasklaidoje, tuo tarpu viešuosiuos ryšiuose už tai nėra mokama. Verta pastebėti, kad reklama naudojami beveik vien žiniasklaidos priemonėmis, o viešieji ryšiai palaikomi kitomis populiarinimui skirtomis priemonėmis – leidiniais, suvenyrais, specialiais renginiais ir net gi žaidimais.

Leidiniai. Į leidinių kategoriją įeina metinės ataskaitos, brošiūros ir lankstinukai, skrajutės, plakatai, aplankai. Metinės ataskaitos skirtos pristatyti įstaigos pasiekimus, nuveiktus darbus,

⁷⁸ Žr. 72 išnašą, p. 26

surengtus renginius. Tokios ataskaitos yra efektyvus ir nereikalaujantis daug investicijų būdas pateikti visuomenei informaciją, sužadinti jos pasitikėjimą įstaiga. Ataskaitos gali būti talpinamos įstaigos internetinėje svetainėje arba leidžiamos spausdintiniu formatu.

Brošiūros savo paskirtimi panašios į metines ataskaitas, tačiau esminis skirtumas tarp šių leidinių – aktualumas. Jei ataskaitos turi būti atnaujinamos kasmet, tai brošiūros gali tarnauti net keletą metų. Lankstinukai yra labiausiai paplitęs populiarinimo būdas skirtas pristatyti ne tik įstaigą, bet ir išryškinti konkrečias jos veiklos sritis. Lankstinuko leidimas ir platinimas yra neišvengiama viešųjų ryšių programos dalis norint padaryti kultūros paveldą „matomu“. Nekilnojamajam kultūros paveldui pristatyti skirti lankstinukai gali būti bendriniai – reprezentuojantys, pvz., paveldo išsaugojimo aktualumą, tematiniai – skirti atskirai kultūros paveldo grupei, pvz., medinei architektūrai arba konkrečioms objektams (pvz., dvarams). Rengiant brošiūrą ar lankstinuką patartina iš anksto nustatyti jo paskirtį, numatomas talpinti nuotraukas, nesistengti sutalpinti kuo daugiau teksto, tačiau ir neprarasti informatyvumo.

Skrajutės paprastai būna skirtos pristatyti konkretų įvykį, organizuojamą renginį, vykdomą akciją.

Pagrindiniai faktai – dar vienas populiarinimo būdas, skirtas išryškinti svarbiausius įstaigos faktus (pvz., į kultūros vertybių registrą įtrauktų valstybės saugojamų kultūros paveldo objektų skaičių). Tokie lapeliai gali būti dalinami žurnalistams, renginių svečiams.

Pravartu turėti aplankus su įstaigos atributika arba/ir kultūros paveldo objektais – į juos patogų sudėti visą populiarinimui skirtą spausdintinę produkciją.

Plakatų paskirtis - populiarinti renginius, o taip pat sužadinti visuomenės sąmoningumą (socialinė reklama). Renginių populiarinimui skirti plakatai informuoja visuomenę apie organizuojamą šventę, tuo tarpu socialinės paskirties plakatai skirti emociškai paveikti visuomenės veiksmus. Tokio tipo reklama bus efektyvi tik tuo atveju, jei bus aiškiai pateikta idėja. Socialinių plakatų poveikį sustiprins ir socialinės reklamos transliavimas televizijoje. Taigi ši viešųjų ryšių priemonė tikėtų kultūros paveldo renginių pristatymui, jų populiarinimui, o taip pat atkreipti visuomenės dėmesį į niokojamus kultūros paveldo objektus.

Suvenyrai. Labai efektyvi kultūros paveldo populiarinimo priemonė yra suvenyrinė produkcija: rašikliai, marškinėliai, ženkliukai, lipdukai, atšvaitai, krepšeliai. Jose gali būti pavaizduota įstaigos atributika, o taip pat kultūros paveldo objektai.

Visa ši suvenyrinė produkcija gali būti dalinama konferencijų, susitikimų, renginių ar akcijų metu. Tai taip pat puiki priemonė vykdant tarptautinį bendradarbiavimą.

Filmai. Filmų sukūrimas ir vėlesnis jų demonstravimas - patikimas būdas populiarinti kultūros paveldą, pristatyti jį visuomenei, paskatinti edukaciją, akcentuoti saugojimo svarbą. Filmai

gali būti demonstruojami renginių metu arba organizuojant specialiuosius peržiūros seansus, transliuojami televizijoje.

Žaidimai. Informacinių technologijų teikiamos galimybės sukūrė dar vieną populiarinimui ir švietimui skirtą priemonę – elektroninius žaidimus, skirtus supažindinti įvairaus amžiaus auditorijas su istorija, kultūros paveldo jo svarba.

Taigi viešieji ryšiai siūlo visą spektrą metodų, taikytinų siekiant palaikyti glaudesnius ryšius su visuomene, patenkinti abiejų šalių poreikius.

Apibendrinant galima daryti išvadas, kad viešieji ryšiai – kryptingas bei patikimas būdas formuoti ir vystyti komunikaciją paveldosaugoje, kuri yra būtina šiuolaikinėje paveldosaugoje. Viešieji ryšiai klestėjo per visą civilizacijos laikotarpį siekiant įgyvendinti pagrindinį tikslą – informuoti visuomenę, sudaryti jai sąlygas pažinti, žinoti ir pasitikėti. Jų siūlomi metodai ir priemonės įgalina išsamiai, patikimai ir įvairiapusiškai pateikti informaciją, paskatinti visuomenę pažvelgti kitaip į įprastus dalykus. Dėl to šiuo metu viešieji ryšiai yra neatsiejama kiekvienos organizacijos, norinčios didinti visuomenės susidomėjimą ir kurti su ja bendradarbiavimą, dalis.

Pastaruoju metu išaugęs visuomenės domėjimasis kultūros paveldu paskatina imtis priemonių jį pristatyti. Tikėtina, kad nustatytos teorinės viešųjų ryšių metodų taikymo galimybės paveldosaugoje realizuos deramą nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymą, o taip pat pagerins įstaigos, atsakingos už kultūros vertybių saugojimą ir informacijos apie juos sklaidą, įvaizdį. Tačiau šios teorijos gali būti įgyvendintos tik tuo atveju, jei valstybiniu mastu bus pakankamai išryškintas informacijos vaidmuo kultūros paveldo apsaugoje.

II. KOMUNIKACIJOS REIKŠMĖ NEKILNOJAMOJO KULTŪROS PAVELDO APSAUGOS POLITIKOJE

Pirmame skyriuje išsiaiškinta, kad išryškėjo visuomenės vaidmuo paveldo apsaugoje, kuri sąlygojo paveldo priartėjimas prie rinkos poreikių. Bendrieji visuomenės ir valstybės poreikių sąlyčių taškai remiasi į dvišalę efektyvią komunikaciją, kurios siūloma paslauga – viešieji ryšiai – gali realizuoti abipusių poreikių įgyvendinimą – ne tik informuoti visuomenę apie šalies kultūros paveldą, bet taip pat paskatinti ją domėtis kultūriniu palikimu ir jį pažinti.

Taip pat buvo daroma prielaida, kad visuomenės informavimas galėtų sąlygoti kultūros paveldo apsaugą, nes, remiantis paveldosaugininko J. Glemžos teigimu, - „kultūros vertybių apsaugos propagavimas yra valstybės paveldosaugos dalis, tam tikra prasme rodantis mokslinį jos pagrindą“ (Glemža, 2002 : 76 p.). Todėl atsirado poreikis išsiaiškinti ir įvertinti komunikacijos reikšmės pozicijas nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos politiką reglamentuojančiuose strateginiuose dokumentuose ir kaip šiose teisės aktuose nustatyti tikslai siejasi su ir viešųjų ryšių disciplina.

2.1. Lietuvos Respublikos įstatymai

Lietuvos kultūros paveldosaugą reglamentuojančiuose pagrindiniuose teisės aktuose kultūros paveldo sklaida ir visuomenės informavimo būtinumas yra palyginus naujas reiškinys. Vis dėlto atskiros informavimo išraiškos pastebimos jau nuo 1967 metų priėmus Kultūros paminklų apsaugos įstatymą ir jo taikymo instrukcijas⁷⁹. Šiame įstatyme pristatoma Darbo žmonių deputatų tarybos⁸⁰ veikla ir funkcijos, iš kurių viena – organizuoti paminklų propagavimą, supažindinant gyventojus su archeologiniais, architektūros, dailės, istorijos paminklais, jų moksline, politine ir auklėjamąja reikšme, pasitelkiant tam darbui visuomenines jėgas⁸¹. Atsižvelgiant į tai, kad propagavimo sąvoka dažnai naudojama kaip populiarinimo sinonimas, galima teigti, kad dokumentuose jau tuomet buvo atsiradęs poreikis informuoti visuomenę.

⁷⁹ Ankstesnėse paveldosauginės teisės šaltiniuose: iki 1939 m. teisės aktuose, 1940 m. Kultūros paminklų apsaugos įstatyme ir kituose norminiuose dokumentuose, 1941-1944 m. vokiečių okupacijos metu priimtuose teisės aktuose nėra minimas kultūros paminklų propagavimas, visuomenės informavimo svarba.

⁸⁰ Tarybų Socialistinių Respublikų Sąjungai (TSRS) 1940 m. okupavus Lietuvą vietinės valdžios ir valdymo organas iki 1977 m. Nuo 1977 m. – Liaudies deputatų taryba.

⁸¹ 1967 m. Kultūros paminklų apsaugos įstatymas ir jo taikymo instrukcija [interaktyvus]. [Vilnius]: *Iš Kultūros švietimo įstaigų administravimo žinyno (I tomas)*, 1975. [Žiūrėta 2008 m. kovo 14 d.]. Prieiga per internetą:

< http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=883&p_d=8576&p_k=1 >

Praėjus dešimtmečiui, 1977 metais priėmus naują Istorijos ir kultūros paminklų apsaugos ir naudojimo įstatymą, vėl buvo išskiriamas kultūros paminklų propagavimas. Vienas iš šio įstatymo tikslų – panaudoti paminklus propagandai darbo žmonių komunistinio auklėjimo interesams. Tuo metu jau veikusi Liaudies deputatų taryba savo uždaviniuose nustatė⁸²:

1. (7 straipsnis). Rajonų, miestų, apylinkių ir gyvenviečių Liaudies deputatų tarybų vykdomieji komitetai Įstatymo suteiktų jiems teisių ribose užtikrina Tarybos teritorijoje esančių paminklų apsaugą, naudojimą, išaiškinimą, apskaitą ir restauravimą, telkia visuomenę prisidėti prie paminklų saugojimo, naudojimo ir propagavimo priemonių rengimo, organizuoja įmones, organizacijas, įstaigas šefuoti laidojimo vietas, susijusias su revoliucine kova, Didžiuoju tėvynės karu, ir kitus istorijos bei kultūros paminklus, užtikrina istorijos ir kultūros paminklų apsaugos ir naudojimosi įstatymų laikymąsi.

2. (12 straipsnis). Profesinės sąjungos, jaunimo organizacijos, istorijos ir kultūros paminklų apsaugos draugijos, mokslo draugijos, kūrybinės sąjungos ir kitos visuomeninės organizacijos, taip pat piliečiai padeda valstybiniam organams vykdyti istorijos ir kultūros paminklų apsaugos, naudojimo, išaiškinimo, apskaitos, restauravimo, taip pat jų propagavimo priemones, propaguoja paminklus ir jų apsaugos bei naudojimo įstatymus, aktyviai prisideda prie paminklų apsaugos valstybinių organų darbo.

Kitame straipsnyje yra teigiama, kad kultūros paminklus propaguoti turi Lietuvos TSR Paminklų apsaugos ir kraštotyros draugija.

Taigi šiuo įstatymu yra reglamentuota, kad visuomenė turi būti įtraukta į kultūros paminklų saugojimo, naudojimo ir propagavimo priemonių rengimą. Valdančiųjų prioritetu buvo laikomi paminklų apsauga, naudojimas, išaiškinimas, apskaita ir restauravimas, o visuomenei buvo patikėta savarankiškai juos propaguoti, o taip pat dalyvauti saugojimo užtikrinimo procese. Šiame įstatymo teiginyje galima išvelgti potekstę, kad valstybė (nors ir netiesiogiai) traktavo visuomenės aktyvumą organizuojant kultūros paminklų saugojimą ir propagavimą kaip vieną iš jų apsaugos būdų (tuo tarpu visuomenė, atsižvelgiant į tuometinę politinę situaciją, kultūros paminklų propagavimą galėjo laikyti kaip būdą tautiniam identitetui išsaugoti). Atkreiptinas dėmesys, kad pačioje įstatymo paskirtyje apibrėžta, kad kultūros paminklų populiarinimas skatina visuomenės išprusimą. Vis dėlto šio laikotarpio paveldosaugos įstatymdavystėje pasigendama tikslių strategijų – kurti kultūros objektų pristatymo sistemas, kryptingai skleisti apie juos žinias. Vadinas, žvelgiant į minėtą įstatymą per komunikacijos proceso prizmę, teoriškai negalėjo būti užtikrintas pilnavertis,

⁸² 1977 m. Istorijos ir kultūros paminklų apsaugos ir naudojimo įstatymas [interaktyvus]. Vilnius, 1977. [2008 m. kovo 12 d.]. Priega per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=883&p_d=8577&p_k=1>

nenutrūkstantis ryšys tarp kultūros paminklų ir visuomenės. Nepaisant šio fakto, tai nemažas postūmis visuomenės informavimo svarbos link.

1990-1995 metais galiojusiame Lietuvos Respublikos paveldo inspekcijos laikinajame įstatyme jau atsirado poreikis tiesiogiai informuoti visuomenę apie kultūros paveldą. Šio įstatymo 5 straipsnyje teigiama⁸³ :

Lietuvos Respublikos kultūros paveldo inspekcija informuoja visuomenę apie kultūros paveldo apsaugos ir valstybinės kalbos vartojimo problemas ir savo veiklą.

Galima teigti, kad tai pirmasis įstatymas, kuriame aiškiai nustatyta kodėl reikia informuoti visuomenę – išryškinti kultūros paveldo apsaugos problemas.

Nors pavienės, ne visada tikslios visuomenės informavimo apie kultūros paveldą užuomazgos pastebimos beveik visuose paveldosauginės teisės šaltiniuose, tačiau kultūros paveldo visuomeninis pažinimas kaip apsaugos užtikrinimo būdas, negalėjo būti laikomas valstybiniu prioritetu.

Visuomenės informavimas kaip kultūros paveldo apsaugos elementas, pamažu išryškėjo šiuo metu pagrindiniame politiniame dokumente, reglamentuojančiame nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugą – Nekilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatyme, galiojusiame 1994-2005 metais, o nuo 2005 m. – Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatyme. Analizuojant kaip pakito valstybės suvokimas apie kultūros paveldo pažinimo ir informacijos apie jį sklaidos svarbą, būtų tikslinga šiuos du įstatymus palyginti.

Visų pirma, atkreiptinas dėmesys į pakitusį įstatymo tikslą. 1994 m. įstatymo tikslas – garantuoti Lietuvos kultūros vertybių apsaugą, gausėjimą ir perdavimą ateities kartoms⁸⁴. Tuo tarpu 2005 m. įstatymo paskirtis – išsaugoti Lietuvos nekilnojamąjį kultūros paveldą ir perduoti ateities kartoms, sudaryti sąlygas visuomenei jį pažinti ir juo naudotis⁸⁵. Taigi matoma, kad naujoje įstatymo redakcijoje aiškiai nustatytas vienas iš tikslų – paskatinti visuomenę pažinti kultūros paveldą, sudaryti visas būtinas tam sąlygas. Tai nėra akcentuojama senojoje redakcijoje. Įdomu, kad lyginant 1994 ir 1977 metų įstatymų paskirtis pastebima, kad vėlesniame dokumente dingo kultūros paveldo propagavimo tikslas.

Ankstesnės įstatymo redakcijos sąvokose išskiriama visuomeninė reikšmė – visuomenės poreikis išsaugoti kultūrinę vertę turinčius statinius, jų priklausinius bei kompleksus, ansamblius ir vietas, kaip tautos savastį ir tęstinumą⁸⁶. Visuomenine reikšme vadovautasi organizuojant kultūros vertybių apskaitą, jų įrašymą ar išbraukimą iš nekilnojamųjų kultūros vertybių registro.

⁸³ Lietuvos Respublikos Kultūros paveldo inspekcijos laikinasis įstatymas. *Valstybės žinios*, 1990, Nr. 24-598.

⁸⁴ Lietuvos Respublikos nekilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatymas Nr.I-733. *Valstybės žinios*, 1995, Nr. 3-37

⁸⁵ Lietuvos Respublikos nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas Nr. IX-2452. *Valstybės žinios*, 2004. Nr. 153-5571

⁸⁶ Lietuvos Respublikos nekilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatymas Nr.I-733. *Valstybės žinios*, 1995, Nr. 3-37

Visuomenės informavimas akcentuojamas ir įstatyme minimuose Kultūros vertybių apsaugos departamento uždaviniuose bei funkcijose⁸⁷:

- organizuoti nekilnojamojo kultūros vertybių mokslinius tyrimus bei šių vertybių propagavimą;
- kaupti, sisteminti ir skleisti informaciją apie nekilnojamas kultūros vertybes bei jų apsaugos metodus.

Ir Departamento teisėse:

- leisti nekilnojamas kultūros vertybes propaguojančius leidinius.

Tai visi „senojo įstatymo“ straipsniai, kuriuose minima informacijos apie nekilnojamojo kultūros paveldo sklaidos svarba. Nors šioje redakcijoje nėra pakankamai akcentuojamas poreikis skleisti žinias apie kultūros paveldą, ir netgi pastebimas akivaizdus skirtumas su ankstesniais teisės aktais (pvz., 1977 m.), tačiau Departamento veiklos uždaviniuose buvo numatyta populiarinti kultūros vertybes ir informuoti apie apsaugos metodus. Vadinasi, vis tiek buvo bandyta palaikyti komunikaciją tarp kultūros paveldo ir visuomenės.

2005 metų įstatymo redakcijoje jau nebėra visuomeninės reikšmės apibrėžimo, tačiau aiškiai nustatyta priežastis kodėl reikia skleisti žinias apie kultūros paveldą visuomenei – tai sudarys sąlygas kultūros paveldo objektų apsaugai⁸⁸:

Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugą sudaro:

- 1) apskaita;
- 2) skelbimas saugomu;
- 3) saugojimas – tvarkyba ir naudojimas;
- 4) pažinimas, jo sklaida;
- 5) atgaivinimas (reabilitacija)

Nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga reglamentuojama vadovaujantis keliais tikslais, iš kurių vienas - viešojo pažinimo ir naudojimo. Šiuo tikslu siekiama sudaryti sąlygas dabarties ir ateities kartoms nekilnojamojo kultūros paveldą pažinti, lankyti ir juo naudotis⁸⁹.

Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimui, jo pristatymui visuomenei atnaujintame įstatyme skiriamas ypatingas dėmesys. Nuo šiol informavimą reglamentuoja atskiras įstatymo skirsnis⁹⁰:

Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimas skleidžiamas ir paveldas viešai naudojamas taip:

⁸⁷ Ten pat;

⁸⁸ Lietuvos Respublikos nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas Nr. IX-2452. *Valstybės žinios*, 2004. Nr. 153-5571

⁸⁹ Ten pat;

⁹⁰ Nekilnojamojo kultūros paveldo įstatymo V skirsnis: Kultūros paveldo pažinimas, pažinimo sklaida ir atgaivinimas

- 1) sudaromos galimybės visuomenei jį tiesiogiai pažinti ir suvokti saugomą ir atskleistą istorinėje aplinkoje;
- 2) plėtojamas kultūrinis ir pažintinis turizmas;
- 3) skleidžiama informacija apie paveldą;
- 4) paveldo pažinimas įtraukiamas į švietimo ir mokslo programas.

Pastebėta, kad šio skirsnio 24 straipsnyje iš įvardintų pažinimo sklaidos prižasčių dar syki akcentuojama svarbiausia – leisti visuomenei suvokti saugojimo būtinumą. Kultūrinio ir pažintinio turizmo svarba grindžiama viešuoju naudojimu, pabrėžiamas kultūros paveldo autento išsaugojimas. Departamento funkcijose numatytas bendradarbiavimas su kitomis institucijomis siekiant, kad informacija apie kultūros paveldą būtų skleidžiama įvairiais būdais: visuomenės informavimo priemonėse, organizuojant su kultūros paveldu supažindinančius renginius, leidžiant kultūros paveldą bei jo apsaugą populiarinančius leidinius ir vykdant literatūros leidybą.

Paveldo pažinimas įtraukiamas į švietimo programas – Kultūros ministerijai bendradarbiaujant su Švietimo ir mokslo ministerija sudaromos galimybės integruoti kultūros paveldo pažinimą į ugdymo programas.

Šiame skirsnyje taip pat numatytas kultūros vertybių prieinamumas ir akcentuojama, kad kiekvienas visuomenės narys turi teisę pažinti nekilnojamąsias kultūros vertybes, o jų valdytojais turi sudaryti sąlygas visuomenei pažinti kultūros paveldą ir turėti galimybes prie jo prieiti.

Nekilnojamasis kultūros paveldas turi būti atgaivinamas vėl gi akcentuojant visuomenės poreikį pažinti kultūros vertybes – jis turi būti integruojamas į visuomeninį gyvenimą, naudojamas taip, kad geriausiai atsiskleistų vertingosios savybės ir būtų sudarytos galimybės jį pažinti. Paveldas atgaivinamas, kad visuomenė suvoktų jo svarbą. Nes taip pabrėžiamas tautinis identitetas, socialinė gerovė ir pilietiškumas.

Taigi atnaujintame Nekilnojamojo kultūros paveldo įstatyme aiškiai nustatyti kultūros paveldo sklaidos tikslai, kurie pilnai patvirtino pirmame skyriuje darytą prielaidą – visuomenės informavimas (visuomenės poreikių patenkinimas) gali užtikrinti kultūros paveldo apsaugą. Be to, šie tikslai siejasi su nustatytais aspektais, kuriais grindžiamas viešųjų ryšių būtinumas paveldosaugoje – patenkinti abipusius, valstybės ir visuomenės, poreikius. Atsižvelgiant į strategiją, kad informacija turi būti platinama pasitelkiant visas visuomenės informavimo priemones, dar syki patvirtinamas ryšys tarp viešųjų ryšių disciplinos ir paveldosaugos – jų siūlomi metodai užtikrins deramą kultūros paveldo pristatymą visuomenei.

Apibendrinant pagrindinius Lietuvos paveldosauginę teisę reglamentuojančius dokumentus, galima pamatyti kaip pakito visuomenės komunikacijos (visuomenės informavimo) reikšmė ir tikslai paveldosaugoje:

Informavimo tikslai	Pagrindiniai paveldosauginės teisės dokumentai (pagal metus)					
	iki 1967 m.	1967 m.	1977 m.	1990 m.	1994 m.	2005 m.
Saugojimas	-		1/2	1/2	1/2	•
Populiarinimas	-	•	•		•	•
Pažinimas	-	•	1/2		•	•
Vis.poreikio patenkinimas	-					•

Lentelė Nr. 1 “Visuomenės informavimo tikslai paveldosauginėse teisės aktuose“

Matoma, kad iki 1967 metų visuomenės informavimas, kaip kultūros paveldo neatsiejama dalis, nebuvo svarstomas. Nuo 1967 iki 2005 metų pamažu ėmė ryškėti (daugiau teoriniame lygmenyje) informavimo būtinumas ir atskirti jo tikslai – iš dalies (nebuvo tikslaus apibrėžimo) saugojimo, populiarinimo ir pažinimo. Visus informavimo tikslus įgyvendino 2005 m. atnaujintas Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas.

Verta paminėti, kad informacijos apie kultūros paveldo sklaidą taip pat reglamentuoja ir kiti svarbūs įstatymai. Saugomų teritorijų įstatyme⁹¹ yra nustatyta, kad turi būti sudaromos sąlygos moksliniams tyrimams, pažintiniam turizmui, o taip pat turi būti propaguojami gamtos ir kultūros paveldo objektai. Turizmo įstatyme⁹² apibrėžti rekreaciniai ištekliai, prie kurių priskiriami kultūros paveldo objektai ir būtinumas sudaryti sąlygas ištekliams naudotis. Kultūrinio turizmo plėtra kaip viena iš nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidos priemonių, minima ir Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatyme. Svarbu atsižvelgti ir į Lietuvos Respublikos teisės gauti informaciją iš valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų įstatymą⁹³ – juo įteisintas visuomenės poreikis gauti informaciją.

2.2. Tarptautinės konvencijos

Išsiaiškinta, kad laikui bėgant valstybinėse strategijose atsirado poreikis informuoti visuomenę apie kultūros paveldą ir tokiu būdu sustiprinti jo apsaugą, skatinti visuomenę pažinti

⁹¹ Lietuvos Respublikos saugomų teritorijų įstatymas Nr.I-301. *Valstybės žinios*, 1995. Nr. 63-1188 (aktuali įstatymo redakcija Nr. IX-628, 2001

⁹² Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas Nr.VIII-667. *Valstybės žinios*, 1998. Nr. 32-852; (aktuali įstatymo redakcija Nr. IX-1211)

⁹³ Lietuvos Respublikos teisės gauti informaciją iš valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų įstatymas. *Valstybės žinios*, 2000. Nr. 10-236.

šalies kultūrinį palikimą. Kadangi kultūros paveldo politiką sudaro ne tik priimti įstatymai, bet ir ratifikuotos tarptautinės konvencijos, atsirado poreikis išsiaiškinti ar šie aspektai minimi pastaruosiuose dokumentuose. Iš visų Lietuvoje ratifikuotų konvencijų, kuriuose reglamentuojamos aktualijos susijusios su nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga, visuomenės informavimas kaip apsaugos garantas pabrėžiamas šešiose.

Pasaulio kultūros ir gamtos paveldo globos konvencijoje, pasirašytoje 1972 m. Paryžiuje, nurodyta, kad kultūros ir gamtos paveldo pristatymas yra valstybės pareiga. Šios konvencijos 5 straipsnyje nurodyti pristatymo užtikrinimo būdai – turi būti priimta generalinė politika, kuri siektų kultūros ir gamtos paveldui suteikti tinkamą vaidmenį bendruomenės gyvenime ir to paveldo globą integruoti į bendras planavimo programas. Taip pat vienas iš pristatymo užtikrinimo veiksnių yra skatinimas steigti kultūros centrus, kuriuose būtų mokoma kultūros ir gamtos paveldo globos, išsaugojimo (konservavimo) ir prezentavimo, ir remti šios srities mokslinius tyrimus⁹⁴. Remiantis konvencija, valstybės yra įpareigosios skleisti informaciją visuomenei apie paveldo objektams gresiančius pavojus. Taigi atsižvelgiant į šią konvenciją, valstybė turi įgyvendinti kultūros ir gamtos paveldo pristatymą, nes pristatymu (informavimu) bus skatinamas suvokimas globoti ir saugoti paveldą.

Europos architektūros paveldo apsaugos konvencijoje visuomenės informavimo svarba akcentuojama net trejuose straipsniuose. Teigiama, kad valstybė privalo sudaryti galimybes visuomenei lankytis saugomuose objektuose. Šis teiginys akcentuojamas ir Nekilnojamajame kultūros paveldo apsaugos įstatyme. Be to, turi būti sudarytas mechanizmas, kuris užtikrintų bendradarbiavimą tarp valstybės ir jai pavaldžių institucijų, atsakingų už nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugą, ir visuomenės. Bendradarbiavimas įtrauktų informacijos tiekimą, kuris turi būti įgyvendintas pasitelkiant šiuolaikines komunikacijos ir informavimo priemones. Jų pagalba visuomenė būtų skatinama pažinti ir įvertinti architektūros paveldą, sužadinamas visuomenės domėjimasis paveldo apsauga⁹⁵. Galima teigti, kad konvencija ne tik pagrindžia visuomenės informavimą kaip apsaugos elementą, bet ir paskatina įdiegti mechanizmą, naudojančią komunikacijos ir informavimo priemones tam, kad būtų palaikyta komunikacija su visuomene. Pirmame darbo skyriuje buvo nustatyta, kad visus šiuos reikalavimus atitinka viešųjų ryšių disciplina, tad galima drąsiai teigti, kad jos siūlomi metodai, taikytini paveldosaugoje, įgyvendins konvencijos reglamentus.

⁹⁴ Lietuvos Respublikos ratifikuota Pasaulinė kultūros ir gamtos paveldo konvencija. *Valstybės žinios*, 1997. Nr. 19-411

⁹⁵ Lietuvos Respublikos ratifikuota Europos architektūros paveldo apsaugos konvencija. *Valstybės žinios*, 1999. Nr. 100-2896

Europos archeologinio paveldo apsaugos konvencijoje grindžiamas visuomenės informavimo būtinumas tuo, kad dėl nepakankamų visuomenės žinių keliamas pavojus archeologijos paveldo išlikimui. Visuomenės informavimas turi būti skatinamas kiekvienai konvenciją ratifikavusiai šaliai įsipareigojus⁹⁶:

1. Vykdyti šviečiamąją veiklą, skirtą informuoti visuomenę apie archeologijos paveldo vertę ugdant praeities suvokimą ir apie šiam paveldui kylančius pavojus;
2. Rūpintis, kad visuomenė turėtų galimybę susipažinti su archeologijos paveldo objektais, ypač archeologinėmis vietovėmis, ir skatinti, kad archeologiniai objektai būtų tinkamai atrinkti viešam demonstravimui

Valstybė skatinama sudaryti sąlygas visuomenei pažinti kultūros paveldą – skleisti apie jį žinias ir užtikrinti, kad paveldas bus prieinamas, nes manoma, kad tai sustabdys netinkamą paveldo naudojimą, nemokslinius kasinėjimus ir niokojimą.

Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatyme teigiama, kad kultūrinis kraštovaizdis – sudėtinė nekilnojamojo kultūros paveldo dalis, todėl jį reikia puoselėti. Puoselėjimas užtikrinamas informacijos apie jį sklaida. Europos kraštovaizdžio apsaugos konvencijoje pabrėžiamas visuomenės noras gerėti kraštovaizdžiu. Kitaip tariant, kraštovaizdžio saugojimas grindžiamas visuomeniniu poreikiu. Dėl šios priežasties kiekviena šalis yra įpareigota didinti visuomenės, privačių organizacijų ir valdžios institucijų supratingumą apie kraštovaizdžių vertę, jų vaidmenį ir pokyčius⁹⁷.

Kultūros vertybės (kilnojamosios ir/arba nekilnojamųjų kultūros vertybių priklausiniai) neretai nelegaliai (sąmoningai arba dėl informacijos stokos) išvežami į užsienį. Siekiant sudaryti tokių veiksmų prevenciją, buvo priimta ir Lietuvoje ratifikuota UNESCO nelegalaus kultūros vertybių įvežimo, išvežimo ir nuosavybės teisės perdavimo uždraudimo priemonių konvencija. Joje teigiama, kad švietimu ir informacija bus diegiamas ir gilinamas visuomenės supratimas apie kultūros paveldo vertingumą ir išryškinama, kokią žalą jam daro vagiantys kultūros vertybes, slapta ir neteisėtai vykdančios archeologinius kasinėjimus ir nelegaliai išvežantys kultūros vertybes asmenys⁹⁸. Taigi vėl akcentuojamas informuotumas kaip būdas apsaugoti ir išsaugoti kultūros paveldą.

⁹⁶ Lietuvos Respublikos ratifikuota Europos archeologinio paveldo apsaugos konvencija. *Valstybės žinios*, 1999. Nr. 100-2895

⁹⁷ Lietuvos Respublikos ratifikuota Europos kraštovaizdžio konvencija. *Valstybės žinios*, 2002. Nr. 104-4621

⁹⁸ Lietuvos Respublikos ratifikuota UNESCO nelegalaus kultūros vertybių įvežimo, išvežimo ir nuosavybės teisės perdavimo uždraudimo priemonių konvencija. *Valstybės žinios*, 1998. Nr. 102-2807

Dėmesys skiriamas ir povandeninio kultūros paveldo⁹⁹ apsaugai. Ratifikavus povandeninio kultūros paveldo apsaugos konvenciją¹⁰⁰, valstybė įsipareigojo imtis visų įmanomų priemonių visuomenei informuoti apie povandeninio kultūros paveldo vertę, reikšmę ir apsaugos būtinumą.

Vertėtų paminėti, kad Lietuvai tapus ICOMOS nare tapo aktualūs šios įstaigos priimti dokumentai: tarptautinė paminklų ir kompleksų konservavimo ir restauravimo chartija¹⁰¹, kultūrinio turizmo chartija¹⁰², istorinių želdynų chartija¹⁰³, istorinių miestų chartija¹⁰⁴, archeologijos paveldo apsaugos ir priežiūros chartija¹⁰⁵. Visuose šiuose dokumentuose akcentuojama visuomenės informavimo kaip priemonės, galinčios sužadinti visuomenės domėjimąsi kultūriniu palikimu, o taip pat kaip apsaugos būdo, svarba paveldosaugoje.

Apibendrinant galima teigti, kad visose minėtose konvencijose visuomenės informavimui skiriamas ypatingas dėmesys. Manoma, kad informacijos stoka sąlygoja kultūros paveldo niokojimą ir praradimą. Norėdama užkirsti kelią šiems veiksams, valstybė turi sužadinti visuomenės sąmoningumą ir kultūros paveldo objektų saugojimo būtinumo suvokimą. Šiam tikslui pasiekti kultūros paveldas turi būti matomas – pristatomas visuomenei. Vienoje iš konvencijų teigiama, kad turi būti sudarytas mechanizmas, užtikrinantis komunikaciją tarp kultūros paveldo ir visuomenės. Kaip jau buvo minėta pirmame darbo skyriuje, šių reikalavimų atitikimo mechanizmas yra viešųjų ryšių disciplina ir jos siūlomi metodai. Vadinasi, dar kartą galima teigti, kad viešieji ryšiai yra neatsiejama paveldosaugos dalis, o jų metodai užtikrins tinkamą kultūros paveldo pristatymą visuomenei.

2.3. Strateginiai planai

Siekiant įgyvendinti tikslus, apibrėžtus nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos politiką reglamentuojančiuose teisės aktuose, buvo steigiamos įstaigos, atsakingos už jų vykdymą.

1950 metais buvo įsteigta pirmoji Lietuvoje paminklotvarkos darbų organizacija – Mokslinės restauracinės gamybinės dirbtuvės (vėliau reorganizuotos į Paminklų restauravimo valdybą), kurios pagrindinis uždavinys - restauruoti, konservuoti ir remontuoti architektūros ir kitus

⁹⁹ Povandeninis kultūros paveldas – po vandeniu ar iš dalies po vandeniu esantys archeologiniai objektai, vietovės ir reikšmingais pripažinti nekilnojamieji ar kilnojamieji daiktai, kurių vienintelis arba vienas iš pagrindinių mokslinių duomenų šaltinių yra povandeniniai tyrimai ir radiniai.// Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas. Nr. IX-2452, Valstybės žinios Nr 153-5571, 2004 m.

¹⁰⁰ Lietuvos Respublikos ratifikuota Povandeninio kultūros paveldo apsaugos konvencija. *Valstybės žinios*, 2006. Nr. 65-2389

¹⁰¹ Bardauskas, Juozas; Karčiauskas, Vitas. *Kultūros paveldo apsauga (reglamentuojančių dokumentų rinkinys)*. Vilnius: Savastis, 1997., p.236

¹⁰² Ten pat, p. 239

¹⁰³ Ten pat, p. 242

¹⁰⁴ Ten pat, p. 246

¹⁰⁵ Ten pat, p.249

kultūros paminklus, atliekant prieš tai visą mokslinį tiriamąjį darbą¹⁰⁶. Ši įstaiga vykdė kultūros paveldo propagavimą leisdama spaudinį „Architektūros paminklai“. Taip pat buvo įsteigta Kraštotyros draugija (*nuo 1965 m.- Paminklų apsaugos ir kraštotyros draugija*), kuri buvo tarsi grandis tarp kultūros paveldo ir visuomenės – jos dėka buvo organizuojamos visuomeninės paminklų apžiūros, visuomeniniai liaudies universitetų paminklų apsaugos ir kraštotyros fakultetai, kuriuose buvo skaitomos ir visuomenės gausiai lankomos paskaitos paminklosaugos problemoms apžvelgti¹⁰⁷. 1990 metais buvo įsteigti Paminklotvarkos departamentas ir Kultūros paveldo apsaugos inspekcija, kurios funkcijos apėmė ne tik kultūros paveldo apsaugą, apskaitą, kontrolę, bet ir informacijos pateikimą visuomenei.

Visgi, remiantis paveldosauginės teisės aktų analizės metu padaryta išvada, kad komunikacijos reikšmė paveldosaugoje suklestėjo tik atgavus Lietuvos nepriklausomybę, o taip pat analizuojant viešuosius ryšius paveldosaugoje kaip priemonę, suteikiančią galimybes pristatyti nekilnojamąjį kultūros paveldą visuomenei, ir atsižvelgiant į šios disciplinos atsiradimo Lietuvoje metus, būtų tikslinga išnagrinėti Kultūros paveldo departamento strateginius planus. Analizuojant šiuos planus siekiama išsiaiškinti kaip pasikeitė požiūris į būtinumą informuoti visuomenę.

Pastebėta, kad strateginiai planai pradėti rengti nuo 2001 metų¹⁰⁸, kai dar galiojo 1994 metų Nekilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatymo redakcija. Įstatyme nustatyti įstaigos tikslai (*tuo metu dar Kultūros vertybių apsaugos departamento*) – propaguoti ir skleisti informaciją apie nekilnojamąsias kultūros vertybes.

Nuo 2001 iki 2005 metų Departamento strateginiai veiklos planai iš esmės nesikeitė. Kultūros vertybių pristatymas dominavo keliose programose, tačiau nebuvo laikomas esminiu prioritetu. Galima daryti prielaidą, kad tai sąlygojo vadovavimasis tuo metu galiojusia įstatymo redakcija, kurioje nebuvo išskiriamas visuomenės informavimo būtinumas.

2001-2005 metais Departamentas vykdė įvairias programas, iš kurių dviejuose buvo apibrėžiami kultūros vertybių propagavimo tikslai: kultūros vertybių apsaugos ir kultūros vertybių apskaitos, registrų tvarkymo, propagavimo ir informacijos kaupimo organizavimo bei administravimo programose. Kultūros vertybių apsaugos programos ketvirtame tikslu, įvardintame kaip „Paveldosaugos pristatymas visuomenei“ teigiama, kad reikia propaguoti kultūros paveldą ir jo vertybes, kelti paveldosaugos specialistų kvalifikaciją, naudoti šiuolaikines technologijas paveldosaugoje. Vykdoma kultūros paveldo vertybių propagavimo ir paveldosauginės leidybos programa, paveldosaugos informacija ir saugojimo apribojimai pateikiami visuomenei bei tyrimai

¹⁰⁶ Glemža, Jonas. *Nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga ir tvarkymas*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos mokykla, 2002, p. 27

¹⁰⁷ Ten pat, p. 28

¹⁰⁸ Nuo 1995 m. iki 2001 m. Departamento vykdomos kelios programos buvo tvirtinamos direktorės įsakymu. Kultūros paveldo propagavimas buvo priskiriamas prie užsakomųjų darbų, tačiau nebuvo laikomas prioritetu.

vykdomi, panaudojant šiuolaikines technologijas¹⁰⁹. Kitoje programoje ketvirtu prioritetu buvo vėl išskiriamas visuomenės supažindinimas su kultūros paveldo vertybėmis ir paveldosaugos svarba. Šio prioriteto tikslas – kultūros vertybių propagavimas: informuojama visuomenė apie kultūros paveldą, jo vertybes, paveldosaugos tikslus ir problemas¹¹⁰.

Nuo 2003 metų strateginiame veiklos plane pradėta akcentuoti institucijos strateginius tikslus, iš kurių vienas – užtikrinti kultūros vertybių tinkamą apsaugą, saugojimą, tvarkymą bei kultūros paveldo pristatymą visuomenei¹¹¹. Remiantis šiuo tikslu, Departamentas turėjo pateikti visuomenei reikalingą informaciją apie kultūros paveldą ir jo išsaugojimą, edukacinių bei tarptautinių programų vykdymą. Be to, kultūros paveldo pristatymo svarba kultūros vertybių apsaugos programoje “pakilo” iki pirmojo prioriteto.

2005 m. pasikeitė Departamento strateginiai tikslai. Jei iki šiol kultūros paveldo pristatymas buvo įvardijamas kaip sudėtinis kultūros vertybių apsaugos programos uždavinys, tai nuo 2005 metų kultūros vertybių pristatymas visuomenei išskiriamas kaip atskiras tikslas. Siekiant įgyvendinti šį tikslą, būtina pristatyti kultūros vertybes visuomenei, ugdyti visuomenės supratimą apie kultūros paveldo vertę, užtikrinti visuomenės švietimą bei kultūros paveldą tvarkančių specialistų rengimą¹¹². Kultūros vertybių propagavimui vis dar nebuvo sukurta atskira programa. Kultūros vertybių apskaitos, registrų tvarkymo, propagavimo ir informacijos kaupimo programos trečiu tikslu išskirtas poreikis propaguoti kultūros vertybes ir kaupti apie jas informaciją: pristatyti kultūros paveldo objektus visuomenei, juos propaguoti, kaupti informaciją: leisti paveldosauginę literatūrą, rengti radijo ir televizijos laidas kultūros paveldo tema¹¹³. Tokiais taikomais būdais buvo siekiama, kad informacija apie kultūros vertybes, jų išsaugojimo principus, konservavimo ir restauravimo darbus būtų prieinama visuomenei.

Taigi matome, strateginiai planai, sudaryti remiantis galiojusiu 1994 metų įstatymu nebuvo visapusiškai nukreipti į kultūros paveldo pristatymą. Nors objektų populiarinimas minimas net keliose programose, visgi aiški strategija, skirta specialiai kultūros paveldo pristatymui, atsirado tik nuo 2005 metų ir tik todėl, kad tuo metu vyriausybės prioritetu buvo pradėtas laikyti informacinės visuomenės plėtojimas. Nuo tada buvo išskiriamos konkrečios viešųjų ryšių priemonės, taikytinos įvykdyti deramą kultūros paveldo pristatymą.

¹⁰⁹ *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2001 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. – Vilnius, 2001; *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2002 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. – Vilnius, 2002

¹¹⁰ Ten pat ;

¹¹¹ *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2003 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2003; *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2004 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2004

¹¹² *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2005 metų veiklos ataskaita*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. –Vilnius, 2005

¹¹³ Ten pat ;

Nuo 2005 m., įsigaliojus naujamai Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos redakcijai, visuomenės informavimas buvo pradėtas suvokti kaip sudėtinis kultūros paveldo apsaugą garantuojantis elementas. Informacijos apie jį sklaida grindžiama ne tik saugojimu, bet ir visuomenės poreikiu pažinti valstybės saugomas kultūros vertybes. Be to, šias pataisas sąlygojo Lietuvos įstojimas į Europos Sąjungą (toliau ES), kuris paskatino vyriausybę vieną iš savo strategijų apibrėžti žinių visuomenės plėtrą. Taigi informacijos svarba tapo aktuali daugelyje sričių.

Atsižvelgiant į minėtus faktus, Departamentas įvykdė reformas ir nuo 2006 metų atsirado naujoji nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo programa. Šia programa siekiama užtikrinti nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidą ir atgaivinimą, dalyvavimą tarptautinėse programose ir projektuose, informacijos apie kultūros paveldą pateikimą visuomenei ir visuomenės švietimą. Norint užtikrinti tiesioginį visuomenės dalyvavimą kultūros paveldo saugojimo procese, valstybės biudžeto lėšomis turi būti dalinai finansuojami projektai, kurių pagrindinis tikslas – skleisti žinias apie nekilnojamąjį kultūros paveldą. Šia programa skatinama įvairiomis priemonėmis remti ir inicijuoti veiklą, skatinančią kultūros paveldo išsaugojimą.

2006 metais buvo išskirti du programos tikslai¹¹⁴:

1. Dalyvauti Europos Tarybos ir Europos Sąjungos tarptautinėse programose ir projektuose, skirtuose pristatyti kultūros paveldą visuomenei taip aktualizuojant jo apsaugos klausimus;
2. Skatinti visuomenę pažinti kultūros paveldą bei remti pažinimo sklaidos ir atgaivinimo programų projektus, teikiant jiems dalinį finansavimą, remti ir inicijuoti veiklą, skatinančią kultūros paveldo išsaugojimą, įtraukiant visuomenę į kultūros paveldo išsaugojimą.

Verta pažymėti, kad išskyrus visuomenės informavimą apie kultūros paveldą į atskirą programą, pradėta skirti lėšas specialiai šiai programai deramai įgyvendinti.

2007-2009 m. Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo programos tikslas¹¹⁵ - skleisti žinias apie kultūros paveldą, vykdyti pagrindines tarptautines programas, bendradarbiauti su kitomis Baltijos jūros šalimis paveldo srityje.

Šiam tikslui įgyvendinti turi būti teikiama informacija žiniasklaidai apie kultūros paveldo apsaugą, tvarkoma internetinė svetainė, vykdoma paveldosauginės literatūros leidyba, populiarinami kultūros paveldo objektai, dalinai finansuojami projektai. Šį tikslą taip pat atskleidžia organizuojamos tarptautinės programos, rengiami seminarai ir kiti renginiai.

¹¹⁴ *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2006-2008 metų strateginiai veiklos planai//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. – Vilnius, 2006*

¹¹⁵ *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2007-2009 metų strateginiai veiklos planai//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. – Vilnius, 2007*

2008-2010 metų strateginiame plane¹¹⁶ apibrėžtas programos tikslas nesikeitė. Programos uždaviniai nukreipti į tarptautinio bendradarbiavimo plėtojimą, tarptautinių programų ir renginių organizavimą. Taip pat numatyta teikti informaciją žiniasklaidai, rengti laidas radijuje ir televizijoje, skatinti knygų leidybą ir taip populiarinti nekilnojamąjį kultūros paveldą, dalinai finansuoti projektus. Šiais uždaviniais siekiama pristatyti kultūros paveldą visuomenei ir sąlygoti jo apsaugą.

Galima daryti išvadą, kad strateginiuose Departamento planuose buvo ir yra numatytas kultūros paveldo propagavimas, tačiau visuomenės informavimas kaip sudėtinė kultūros paveldo apsaugos politikos dalis, išryškėjo tik nuo 2006 metų rengiamuose Departamento veiklos strategijose. Numatyti kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo tikslai ir šiems tikslams pasiekti nustatyti uždaviniai gali būti įgyvendinti tik viešųjų ryšių ir jų siūlomų metodų pagalba.

Apibendrinant skyriuje išdėstytą medžiagą galima teigti, kad informacijos apie kultūros paveldo sklaidą visų pirma priklauso nuo šalies politinės situacijos. Nors kultūros paveldo objektų propagavimas pastebimas jau nuo 1967 metų, tačiau tai buvo tik atskiros iniciatyvos. Žinoma, būtų netikslinga vienareikšmiškai tvirtinti, kad propagavimui nebuvo skiriamas dėmesys - visgi buvo leidžiami paveldosauginiai leidiniai, vedamos paskaitos ir objektų apžiūros. Vis dėlto pagrindinės strategijos buvo nukreiptos į paminklotvarkos darbus. Svarbu pastebėti, kad sovietmečiu pradėjo kurtis visuomeninės entuziastų organizacijos, kurių nariai rūpinosi kultūros paveldo apsaugos klausimais. Šios pilietinės iniciatyvos įrodo visuomenės domėjimąsi pažinti ir saugoti kultūrinį palikimą.

Kultūros paveldo pažinimas ir informacijos apie jį sklaidą suklėstėjo nuo 2005 metų įsigaliojus naujoms Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymo pataisoms. Įstatymo pataisos buvo darytos atsižvelgiant į valstybės strategijas saugoti kultūros paveldą ir plėsti informacinę visuomenę, taip pat į jau tuo metu ratifikuotas tarptautines

¹¹⁶ *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2008-2010 metų strateginiai veiklos planai//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. – Vilnius, 2008*

konvencijas, kuriose ypatingai akcentuojamas visuomenės informavimo kaip sudėtinio kultūros paveldo apsaugos elemento, svarba. Iki tų metų Departamento rengiamose programose kultūros paveldo propagavimas nebuvo laikomas prioritetu. Įsigaliojus naujajai įstatymo redakcijai buvo sukurta speciali Kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo programa. Joje numatyti tikslai siejasi su viešųjų ryšių tikslais ir aspektais, kuriais grindžiamas šios disciplinos būtinumas paveldosaugoje; šie tikslai gali būti įgyvendinti viešųjų ryšių teikiamų galimybių pagalba.

III. VIEŠIEJI RYŠIAI PAVELDOSAUGOJE: PRAKTIKOS IR PERSPEKTYVOS

Antrame darbo skyriuje buvo nustatyta, kad laikui bėgant valstybinėse strategijose ėmė aktualizuotis komunikacijos reikšmė paveldosaugoje, o kultūros paveldo sklaida tenkintų ne tik visuomenės kultūrinius poreikius, bet ir kuri teoriškai garantuotų kultūros paveldo apsaugą¹¹⁷. Be to, kultūros paveldo sklaida grindžiama informacinės visuomenės reiškiniu, kuriame informacija yra svarbus veiksnys visuomenei, norinčiai pažinti šalies kultūrinį palikimą. Atsižvelgiant į šias aplinkybes rengiami strateginiai planai, kurių nustatytose programose iškelti uždaviniai – remiantis įvairiomis priemonėmis pristatyti kultūros paveldą, skatinti jo pažinimą, ugdyti visuomenės sąmoningumą saugoti ir tausoti kultūros vertybes.

Pirmame skyriuje įvykdyta viešųjų ryšių galimybių analizė leido nustatyti, kad šios disciplinos veiklos metodai siejasi su nekilnojamojo kultūros paveldo politiką reglamentuojančiuose dokumentuose nustatytais tikslais ir kryptimis. Vadinasi, šių dviejų veiklų bendradarbiavimas gali sąlygoti tokių tikslų kaip visuomenės informavimas, paveldosauginė edukacija, kultūros paveldo populiarinimas (propagavimas) įgyvendinimą.

¹¹⁷ R. Čepaitienė savo monografijoje „Laikas ir akmenys. Kultūros paveldo samprata modernioje Lietuvoje“ teigė, kad „<...> paveldo apsauga gali būti stipri tik esant stipriai šios sferos biurokratijai, t.y. valstybės finansuojamoms institucijoms ir, žinoma, esant sąmoningai visuomenei.“ (Čepaitienė, 2005: 321 p.). Vadinasi, reikia ugdyti visuomenės sąmoningumą suprasti kultūros paveldo saugojimo būtinumą.

Nagrinėjant viešųjų ryšių teorijas ir galimybes paveldosaugoje ir atsižvelgiant į galimus tikslus (vėliau šie tikslai buvo patvirtinti atlikus strateginių dokumentų analizę), buvo apibrėžtas galimas komunikacinis modelis ir jo realizavimo galimybės (nustatyta viešųjų ryšių programa). Taigi siekiant, kad sudarytas galimas komunikacijos modelis būtų įgyvendintas, galima analizuoti ir vertinti praktikoje taikomus viešųjų ryšių metodus paveldosaugoje suskirsčius juos į grupes, sudarytas remiantis nustatytais tikslais. Tai visuomenės informavimas arba ryšiai su žiniasklaida, švietimas ir pristatymas arba renginiai ir programos, populiarinimas (propagavimas).

3.1. Visuomenės informavimas

Kaip jau buvo minėta, žiniasklaidos daroma įtaka visuomenės nuomonei yra milžiniška, todėl siekiant, kad skleidžiama informacija būtų išgirsta, būtina palaikyti gerus ryšius su žiniasklaida. Be to, atkreiptinas dėmesys į tai, kad žiniasklaida gali sudaryti teigiamą arba neigiamą organizacijos ir jos veiklos įvaizdį, todėl ryšiai su žiniasklaida turi remtis partneryste, apimti aktualios informacijos savalaikį pateikimą, operatyvius, teisingus atsakymus į žurnalistų užklausas.

Žiniasklaidos vaidmuo nekilnojamojo kultūros paveldo pristatyme visuomenei suklestėjo nuo 1995 metų įkūrus Kultūros vertybių apsaugos departamentą, kurio vienas iš veiklos tikslų apėmė informacijos apie nekilnojamąjį kultūros paveldą skleidimą. Šiam tikslui pasiekti Departamente buvo įkurta Tarptautinių santykių tarnyba (*vėliau – Tarptautinis, ryšių su visuomene ir edukacijos skyrius*), kurios funkcijos apėmė visuomenės informavimą, kultūros paveldo švietimą ir populiarinimą.

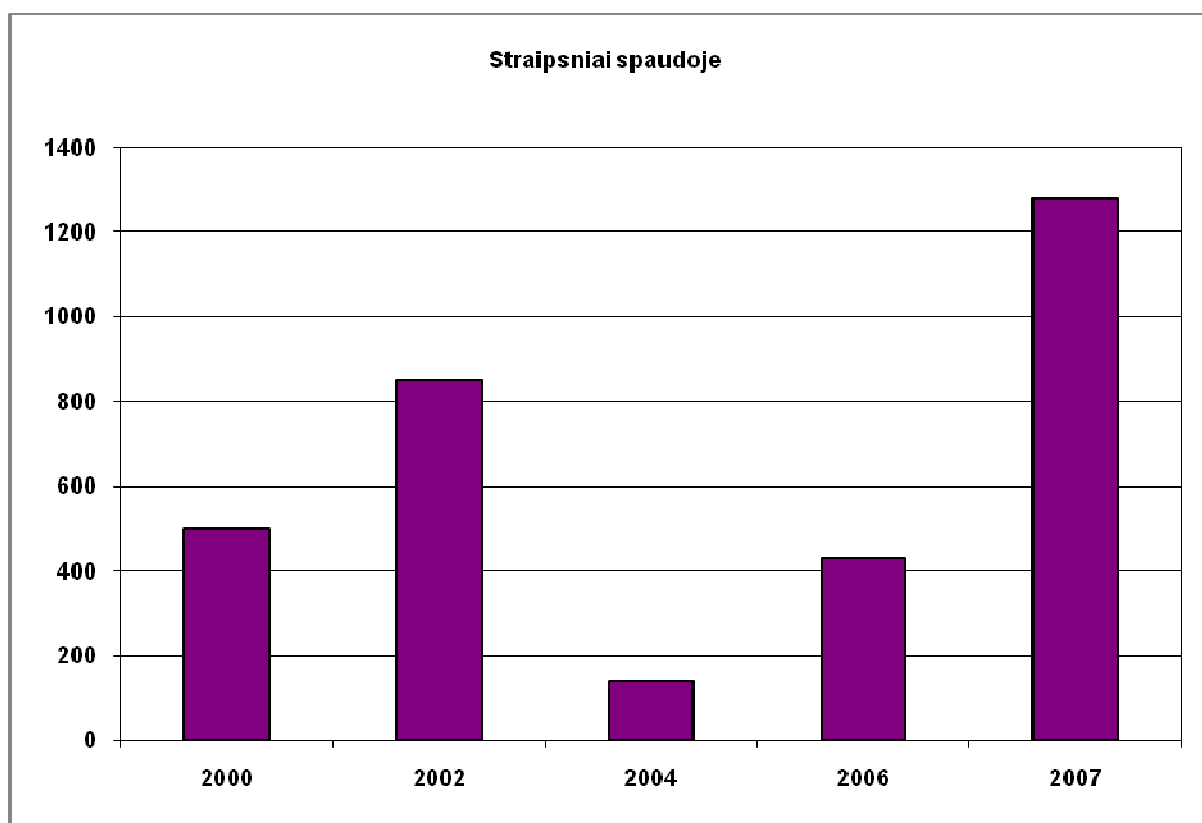
Ryšiai su žiniasklaida kaip viešųjų ryšių priemonė Lietuvoje atsirado nuo 1997 metų. Nuo tada informacija apie kultūros paveldą visuomenės informavimo priemonėms teikiama populiariausiu būdu – rašomi pranešimai spaudai, rečiau – tiesiogiai bendraujama su žurnalistais, o svarbiausiems įvykiams pristatyti rengiamos spaudos konferencijos.

Departamento pranešimai spaudai rašomi atsižvelgiant į pirmame darbo skyriuje išdėstytus reikalavimus, stengiamasi jais sudominti žurnalistus. Sėkmingo pranešimo spaudai atvejį iliustruoja skleidžiama informacija apie Europos paveldo dieną (*toliau EPD*) renginius – pavyzdžiui, išplatintas pranešimas apie EPD 2006 renginius sulaukė didelio žiniasklaidos susidomėjimo – nacionalinėje spaudoje buvo išspausdinti 15, regioninėje - 16, rajoninėje – 48 informaciniai pranešimai ir straipsniai pristatantys EPD renginius. Informacija taip pat buvo skelbiama per televiziją ir radiją.

Pagal parengtus pranešimus spaudai bei pagal žurnalistų atskirus paklausimus spaudoje, televizijoje, radijuje ir internete spausdinami straipsniai, rodomi reportažai, skelbiamos naujienos, susijusios su kultūros paveldo problematika. Visa tai tiesiogiai nukreipta į visuomenę, stengiamasi ją sudominti kultūros paveldo aktualijomis, patenkinti jos poreikį pažinti, o taip pat valstybės – saugoti. Be to, nuo 1997 metų išaugo ir žurnalistų domėjimasis kultūros paveldu. Siekiant išsiaiškinti ryšių su žiniasklaida efektyvumą, vertėtų išanalizuoti atskiras visuomenės informavimo priemones, kuriose pristatomas kultūros paveldas.

Spauda – pagrindinė visuomenės informavimo priemonė, kurioje pristatomas nekilnojamas kultūros paveldas visuomenei. Nors ši priemonė nepasiekia tokios plačios auditorijos kaip televizija, tačiau spaudos leidiniai yra atviresni kultūros paveldui dėl suteiktų galimybių „patekti į spaudą“. Šios galimybės apima pranešimo spaudai platinimą, tiesioginį bendravimą su žurnalistais, užsakomuosius straipsnius. Departamentas, skleisdamas žinias apie kultūros paveldą, vadovaujasi objektyvumo principu, tai yra žurnalistų susidomėjimas įvykiu žadinamas išplatinus pranešimą spaudai arba tiesioginio bendravimo metu. Atsižvelgiant į tai, kad užsakomieji straipsniai gali sąlygoti neigiamą visuomenės nuomonę apie įstaigą ir jos veiklą, nukreiptą į kultūros paveldo apsaugą, jų yra atsisakoma. Minėtais būdais informacija apie kultūros paveldą spausdinama nacionalinėje, regioninėje, rajoninėje spaudoje, o taip pat specializuotuose žurnaluose, pvz., „Statyba ir Architektūra“.

Vertėtų pastebėti, kad nuo 2000 metų straipsnių, spausdinamų nacionalinėje, regioninėje ir vietinėje spaudoje, skaičius žymiai išaugo. Šį didėjimą grafiškai galima pavaizduoti taip (pasirinktas laiko tarpas – 2 metai)¹¹⁸:



Kultūros paveldo departamento 1997-1999 metų ataskaitose¹¹⁹ nėra minimas santykis su žiniasklaida, todėl objektyvi duomenų analizė įmanoma tik nuo 2000 metų. 2000 metais pagrindiniuose Lietuvos dienraščiuose išspausdinta apie 500 įvairių informacinių pranešimų ir straipsnių paveldo tema. Po dviejų metų išspausdintų straipsnių kiekis išsaugo iki 850. Remiantis šiais skaičiais galima daryti išvadą, kad žiniasklaidos domėjimasis kultūros vertybėmis per du metus išaugo net 70%. Tačiau, lyginant duomenis su 2004 metais, atrodo, kad spaudoje nustota domėtis kultūros paveldu, nes per metus buvo išspausdinti vos 139 straipsniai. 2005 metais įsigaliojus naujajai Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos redakcijai, kultūros paveldo pažinimas ir sklaida tapo jo apsaugos sudėtine dalimi, todėl nuo 2006 metų šio tikslo įgyvendinimui skiriamas ypatingas dėmesys. Tai patvirtina vėl išaugęs žurnalistų ir visuomenės domėjimasis kultūros paveldu – minėtais metais spaudoje pasirodė 430 straipsnių, iš kurių 240 buvo išspausdinti nacionalinėje spaudoje, 60 regioninėje ir 130 straipsnių rajoninėje įvairiomis paveldo temomis. Pažymėtina, kad po metų šis skaičius išsaugo beveik tris kartus – iš viso šalies spaudoje buvo išspausdinti 1277 straipsniai, kuriuose buvo pristatomos nekilnojamojo kultūros paveldo aktualijos.

Apibendrinant šiuos skaičius galima teigti, kad kultūros paveldo matomumas spaudoje nebuvo tolygus - ypatingai šį teiginį atspindi 2004 metų Departamento veiklos ataskaitoje pateikti skaičiai. Visgi, nuo 2006 metų prasidėjo nauja susidomėjimo kultūros paveldu banga kai visuomenei tapo svarbu pažinti šalies kultūrinį palikimą, žurnalistams tapo aktualu jį pristatyti, o valstybei pažinimu skatinti saugojimą.

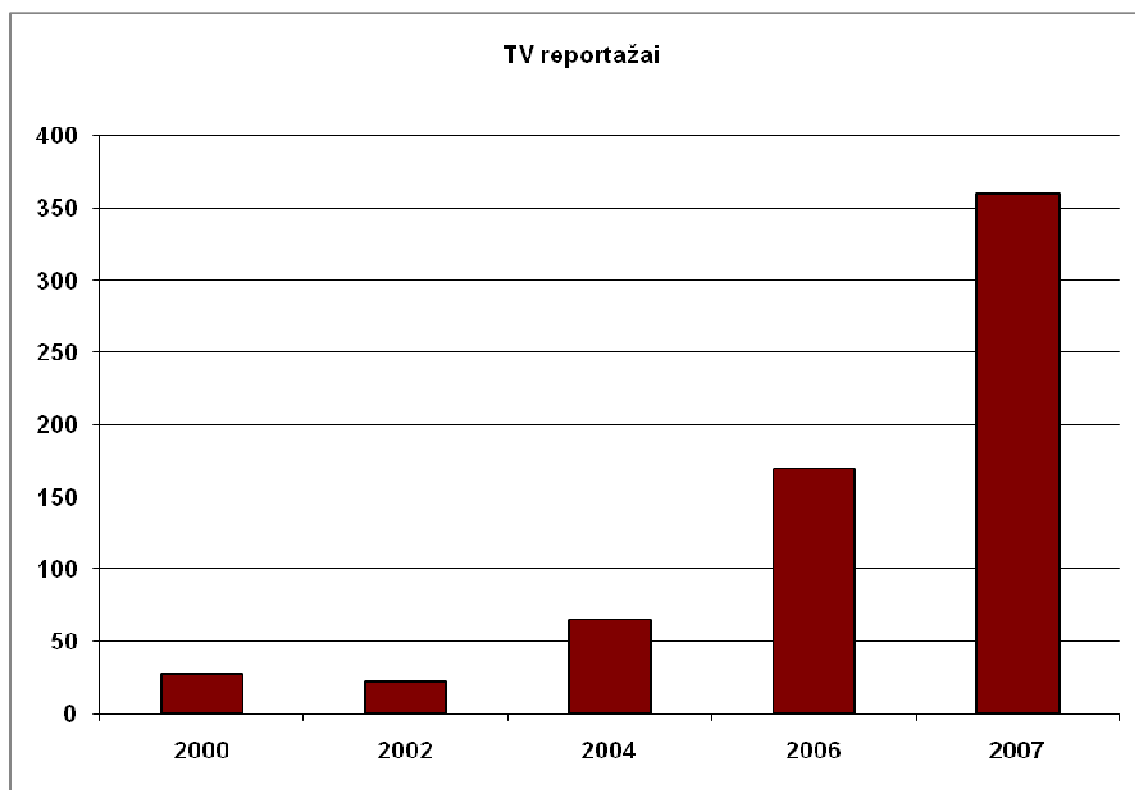
Televizija gali būti vertinama kaip visuomenės informavimo priemonė, galinti pasiekti didžiausią auditoriją. Atsižvelgiant į šį faktą, nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymas joje yra būtinas. Televizijos pagalba visuomenė supažindinama su kultūros vertybėmis keliais būdais:

1. Išplatinus pranešimą spaudai ir/arba tiesioginio bendravimo su korespondentu metu kultūros paveldo aktualijos pristatomos žinių programose;
2. Dalyvaujama kultūros laidose. Departamento darbuotojai dalyvauja įvairiose kultūros laidose (pavyzdžiui, tokiose kaip „Amžiaus Šešėliai“, pasisakoma publicistinėje laidoje „Požiūris“ ir kt.), kuriose diskutuojama apie paveldosaugines problemas;
3. Demonstruojami kultūros paveldo populiarinimui skirti filmai;

¹¹⁹ Bibliografinių nuorodų sąrašė 1-2 pozicijos.

4. Transliuojama socialinė reklama, kuria siekiama skatinti visuomenę tausoti ir saugoti kultūrinį palikimą.

Ne paslaptis, kad televizija nėra tokia atvira kultūros paveldui kaip bet kokia kita visuomenės informavimo priemonė dėl siekių pakelti žiūrimumo reitingus, kurių didėjimas priklauso nuo visuomenės interesų patenkinimo. Dėl šios priežasties pastebimas rodytų reportažų apie kultūros paveldą skaičiaus svyravimas:¹²⁰



2 diagrama. Nekilnojamasis kultūros paveldas televizijoje

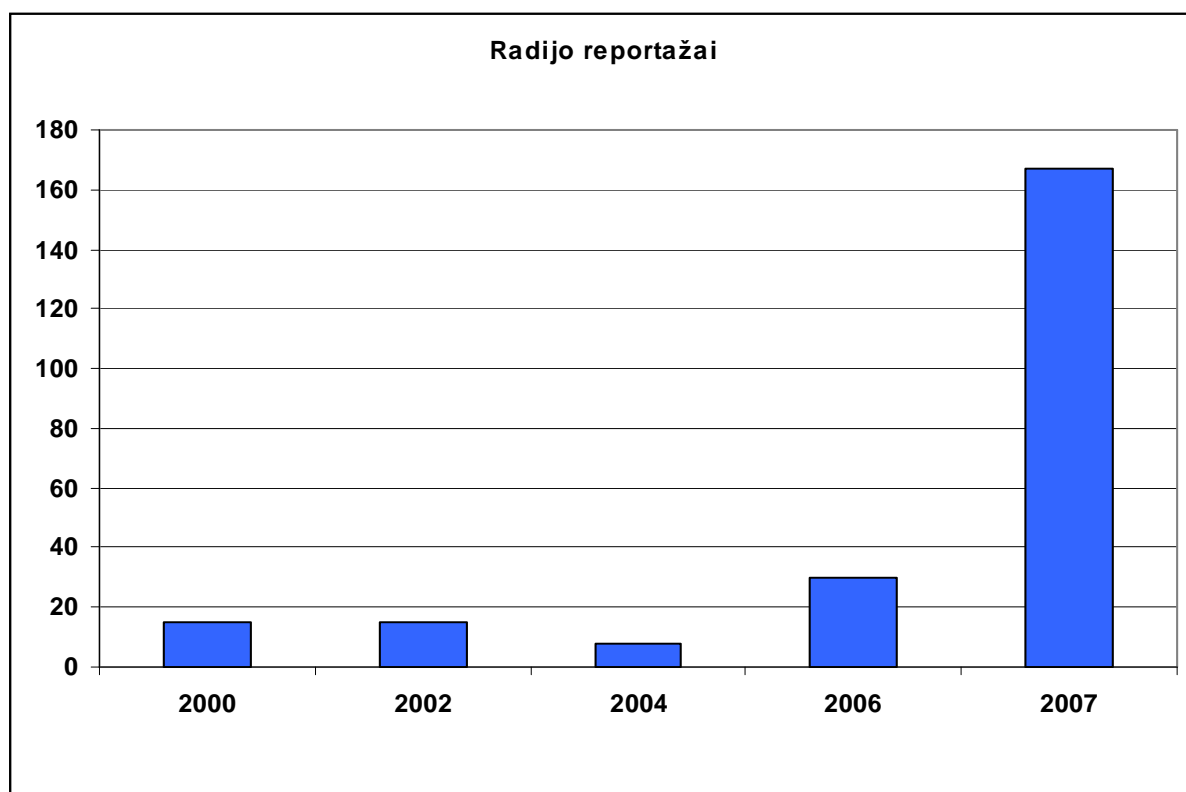
2000 - 2002 metais reportažų, parodytų televizijoje, skaičius beveik nesikeitė ir svyravo nuo 28 iki 22 (2002 metais pastebimas nedidelis nuosmukis). Po dviejų metų jau buvo parodyti 65 reportažai įvairiomis kultūros paveldo temomis, iš kurių 13 reportažų buvo skirta kasmetiniam renginiui – „Europos paveldo dienos“. Tačiau minėtų metų duomenis galima vertinti tik subjektyviai dėl kelių priežasčių iš kurių viena: kultūros paveldo propagavimas nebuvo laikomas vienu pagrindinių prioritetu ir šis tikslas buvo tik sudėtinė kelių vykdomų paveldosauginių programų dalimi. Dėl to ataskaitose buvo fiksuojamos televizijos laidos, kurių kūrimas buvo parengtas gaunama iš įstaigos informacija, tačiau nebuvo galima techniškai fiksuoti regioninių televizijų darbo. 2006 metais pradėjus vykdyti Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo programą, kuri nukreipta į visuomenės informavimą, padidėjo televizijoje rodomų reportažų skaičius – per metus buvo parodyta 170 reportažų. Jau po metų šis skaičius išaugo dvigubai – per televiziją buvo parodyta 360 reportažų. Be to, minėtais metais buvo transliuoti 2 filmai – E. Andre „Parkai Lietuvoje“, „Lietuvos parkų ir sodų kelias“, o taip pat socialinė reklama „Išsaugokime kultūros paveldą“.

Taigi yra matoma, kad žurnalistų, dirbančių televizijoje, susidomėjimas kultūros paveldu išsaugo. Ši reiškinį galima motyvuoti keliomis priežastimis:

1. Naujoje Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymo redakcijoje akcentuojamas kultūros paveldo populiarinimas ir visuomenės informavimas, todėl, pradėjus vykdyti šio tikslo įgyvendinimą atsirado naujų galimybių palaikyti glaudesnius ryšius su žiniasklaida. Operatyviau platinami pranešimai spaudai (naujienu agentūrų pagalba), siūlymai ir sutikimai dalyvauti įvairiose kultūrinėse laidose padidina kultūros paveldo bei įstaigos matomumą ir taip žadinamas žiniasklaidos susidomėjimas.
2. Išaugus visuomenės susidomėjimui šalies kultūriniu palikimu, žiniasklaida tapo suinteresuota patenkinti šį poreikį. Todėl neretai žurnalistai savo laidų siužetais renkasi paveldosaugines temas ir tokiu būdu pristatomas kultūros paveldas visuomenei.

Radijas – operatyvumu pasižyminti visuomenės informavimo priemonė. Žinios, pristatomos radijo laidose, pasiekia nemažą auditoriją – neretai radijas skamba darbe, automobilyje, prekybos centruose arba namuose. Atsižvelgiant į šį faktą, informacija apie nekilnojamąjį kultūros paveldą reguliariai skelbiama pasinaudojant šios visuomenės informavimo priemonės teikiamais privalumais ir galimybėmis: svarbiausios žinios skelbiamos žinių laidose, taip pat dalyvaujama

įvairiose diskusijų laidose. Radijo vaidmuo kultūros paveldo pristatyme nebuvo pastovus. Tai iliustruoja skelbiamų pranešimų apskaita¹²¹:



104

3 diagrama. Nekilnojamas kultūros paveldo radijuje. metais buvo paskelbti vos 8 pranešimai. Šie skaičiai yra sąlyginiai, nes tais metais nebuvo techninių galimybių vesti radijo laidų, reportažų, pranešimų apskaitos. Visgi yra manoma, kad tuo metu buvo nežymus radijo korespondentų aktyvumas rengiant pranešimus kultūros paveldo tematika, todėl apskaitos skaičiai galėjo nedaug skirtis nuo realių. Per 2006 metus buvo paskelbta 30 naujienų, po metų penkis kartus daugiau – 167. Šį augimą sąlygojo anksčiau minėtos programos vykdymas, žurnalistų ir visuomenės domėjimasis kultūros vertybėmis.

Internetas (*arba internetinė žiniasklaida*) dėl savo globalumo gali būti įvardinamas kaip lengviausias būdas pasiekti visuomenę. Informacija jame platinama greitai, be to, suteikiama galimybė sužinoti visuomenės nuomonę apie tam tikrą įvykį. Departamentas žinias apie nekilnojamąjį kultūros paveldą internete skleidžia keliais būdais:

- a. Platinami pranešimai spaudai. Internetiniai naujienų portalai dubliuoja žinias, todėl dažnai informacija pateikiama ir juose. Talpinami straipsniai suteikia galimybę sužinoti visuomenės nuomonę apie įvykį (komentarų pagalba);
- b. Informacija talpinama įstaigos internetiniame puslapyje¹²². Siekiant, kad žiniasklaidos atstovams ir plačiajai visuomenei būtų prieinama išsamesnė informaciją apie nekilnojamojo kultūros paveldo

¹²¹ Bibliografinių nuorodų sąrašė pozicijos: 3; 5; 7; 8; 10; 12; 14.

aktualijas, o taip pat apie Departamento veiklą, yra sukurta ir nuolat atnaujinama internetinė svetainė;

c. Interesantams siunčiamos (*teoriškai*) naujienos elektroniniu paštu. Internetinėje svetainėje suteikta galimybė prenumeruoti naujienas.

d. Kuriamos elektroninės duomenų bazės. Lietuvoje kultūros vertybių sąrašus pradėta leisti nuo 1973 metų, nuo 1995 metų įrašyti į kultūros vertybių registrą objektai skelbiami „Valstybės žiniuose“¹²³. 1995 metais buvo sukurta elektroninė kultūros vertybių registro versija, kuriame talpinama ir visuomenei prieinama tekstinė, grafinė ir geografinė informacija apie valstybės saugomas kultūros vertybes. Be to, atsižvelgiant į Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 balandžio 18 d. nutarimą Nr.481 dėl „Dvarų paveldo išsaugojimo programos“¹²⁴, buvo sukurta duomenų bazė, kurioje pateikiama informacija apie išlikusius dvarus, juose esančius pastatus, planus, savininkus, reglamentus, nuotraukos. Taip pat buvo sukurta ir šiuo metu visuomenei prieinama etnografinių kaimų duomenų bazė.

Taikant šiuos būdus nekilnojamas kultūros paveldas ir Departamento veikla tampa matoma, patenkinamas visuomenės poreikis pažinti kultūros vertybes.

Taigi žiniasklaidos vaidmuo nekilnojamojo kultūros paveldo pristatyme yra svarus, dėl to būtina palaikyti glaudesnius ryšius su žiniasklaidos atstovais. Nekilnojamas kultūros paveldas visuomenės informavimo priemonėse dar prieš kelis metus buvo epizodinis – lyginant iki 2006 metų Departamento metinėse ataskaitose pateiktą medžiagą matomas regresas. Vis dėlto pradėjus vykdyti Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo programą, sustiprėjo viešųjų ryšių metodų taikymas paveldosaugoje, kuris atnešė neblogą rezultatą – žiniasklaidos atstovai noriai pateikia informaciją visose visuomenės informavimo priemonėse. Skleidžiamos apie nekilnojamąjį kultūros paveldą žinios sudaro sąlygas visuomenei pažinti, o pažinimu suprasti saugojimo būtinumą.

3.2 Švietimas

¹²² Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 gegužės 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.kpd.lt/>>

¹²³ Glemža, Jonas. *Nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga ir tvarkymas*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos mokykla, 2002, p. 76

¹²⁴ Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimas Nr. 481 „Dėl dvarų paveldo išsaugojimo programos ir dvarų išsaugojimo programos įgyvendinimo priemonių patvirtinimo“. *Valstybės žinios*, 2003, Nr. 38-1740

Paveldosauginis švietimas – visuomenės supažindinimas su kultūros paveldu siekiant ne tik pristatyti kultūros paveldo objektus visuomenei, bet ir ugdyti jos sąmoningumą saugoti kultūros vertybes. Švietimas įtraukia tokias viešųjų ryšių priemones kaip renginius, programas ir akcijas. Remiantis J. Glemžos teiginiais, švietimas gali būti skirstomas į kultūros paveldo valdytojų ir visuomenės švietimą¹²⁵. Departamentas, vykdydamas Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo programą, įgyvendina abi minėtas švietimo grupes.

Visuomenės švietimas skirtas paskatinti visuomenę pažinti šalies kultūros vertybes, patenkinti jos poreikį gauti informaciją, o taip pat siekiant edukacija formuoti saugojimo suvokimą. Šiam tikslui pasiekti organizuojami įvairūs renginiai, programos, akcijos ir konkursai.

Renginiai suteikia galimybę visuomenei pažinti kultūros paveldo objektus aktualizuojant atskiras kultūros paveldo sritis. Dar sovietmečiu veikusi Kraštotyros draugija įvairiuose miestuose ir miesteliuose organizavo Paminklosaugos ir kraštotyros fakultetus, kuriuose buvo skaitomos paskaitos paveldosaugine tematika, organizuojamos išvykos aplankyti kultūros paveldo objektus. Tačiau tai buvo tik atskiros iniciatyvos.

Planingų veiksmų, nukreiptų į visuomeninį švietimą, pradžia sietina su Departamento įkūrimu. Nuo 1995 metų visose šalies apskrityse organizuojamas tradiciniu tapęs kasmetinis renginys „Europos paveldo dienos“, kuris kasmet susilaukia vis didesnio dalyvių skaičiaus – tai dar kartą pagrindžia padidėjusį visuomenės susidomėjimą kultūros paveldu. Šio renginio tikslas – visuomenės supažindinimas su kultūros vertybėmis, išaiškinant jai pačių įvairiausių objektų vertę ir taip skatinant saugoti tuos objektus nuo sunaikinimo. Kiekvienais metais visuomenė supažindinama su vis kitokia nekilnojamojo kultūros paveldo sritimi ir tokiu būdu siekiama pristatyti kuo įvairesnius objektus. Vieno pirmųjų (1998 m.) renginio tema buvo „Kultūros vertybių apsauga: piliečiai, visuomenė, valstybė“¹²⁶. Renginio metu buvo diskutuojama su visuomene apie jos vaidmenį kultūros paveldo apsaugoje, akcentuojamos visuomeninių organizacijų ir privačių asmenų galimybės išsaugant kultūrinį palikimą. Tai buvo svarbus žingsnis visuomenės informavimo ir jos dalyvavimo nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugoje išaiškinimo link. Per 12 renginio organizavimo metų visuomenė turėjo galimybę pažinti Lietuvos techninį paveldą, medinę architektūrą, istorinius parkus ir sodus, istorinius miestus ir aibę kitų kultūros paveldo sričių. Svarbu pažymėti, kad renginių metu ne tik skaitomos paskaitos, vedamos diskusijos, bet ir organizuojamos parodos, aplankomi kultūros paveldo objektai, kviečiama į koncertus. Tokiu būdu

¹²⁵ Glemža, Jonas. *Nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga ir tvarkymas*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos mokykla, 2002, p. 78

¹²⁶ *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 1998 metų veiklos ataskaita*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. Vilnius, 1998

palaikoma komunikacija su visuomene, patenkinamas jos poreikis pažinti, formuojamas teigiamas organizacijos įvaizdis, o svarbiausia – ugdomas sąmoningumas saugoti kultūros vertybes.

Lietuvoje nuo 2004 metų yra vykdoma Europos kultūros kelių programa - „Žydų paveldo diena“. „Žydų paveldo diena“ – dar vienas kasmetinis renginys, skirtas supažindinti visuomenę su žydų kultūros paveldu ir jo verte. Kiekvienais metais parodose, ekskursijose, koncertuose, susitikimuose, knygų pristatymuose Lietuvos visuomenė kviečiama prisiminti vis kitą buvusio žydų kultūros paveldo Lietuvoje aspektą, apčiuopti išskirtinai litvakų bendruomenei būdingus žydų kultūros elementus.

Nuo 2004 metų Departamentui pradėjus veiklą Garsiausių Europos kapinių asociacijoje, Lietuvoje organizuojamas kasmetinis renginys „Istorinių Europos kapinių savaitė“, kuriuo siekiama pristatyti visuomenei istorines šalies kapines. Renginio metu rengiamos ekskursijos, parodos, piliečiai turi galimybę sužinoti ne tik tuo metu pristatomų kapinių istoriją, istorinius paminklų tipus, bet ir pamatyti tinkamus tokių kapų apželdinimo ir pagerbimo pavyzdžius.

Svarbu pažymėti kasmetinį renginį skirtą pagerbti kultūros paveldo objektus – Tarptautinę paminklų apsaugos dieną. Ši diena buvo paskelbta 1983 metais tarptautinės paminklų ir istorinių vietų tarybos (ICOMOS) pasitarimo metu. Lietuvoje šios datos minėjimas buvo atgaivintas 1997 metais. Renginys skirtas ne tik paveldosaugininkams, restauratoriams ir kitiems kultūros paveldo sergėtojams, bet ir visuomenei - dar kartą atkreipti dėmesį į kultūros vertybes.

Be minėtų renginių visuomeninis švietimas organizuojamas vykdant leidybos ir nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo projektų dalinį finansavimą.

Paveldosauginė leidyba kaip kultūros paveldo propagavimo elementas, buvo akcentuojamas dar sovietmečiu. Tuo metu buvo išleistas „Lietuvos TSR kultūros paminklų sąrašas“, paveldotvarkos darbai buvo pristatyti išleidus 13 knygų pavadinimu „Architektūros paminklai“, 12 – „Muziejai ir paminklai“, tiek pat – „Lietuvos TSR urbanistikos paminklai“. Be minėtų leidinių išleistas enciklopedinis leidinys „Lietuvos TSR istorijos ir kultūros paminklų sąvadas“, o atkūrus nepriklausomybę – „Kultūros paminklų enciklopedija. Rytų Lietuva“¹²⁷.

Siekiant visuomenę praturtinti kokybiška, specializuota, mokslinė, informacinė literatūra apie kultūros paveldą buvo ir yra leidžiami paveldosauginiai leidiniai. Per visą leidybos programos egzistavimo laikotarpį buvo išleista nemažai monografių ir kitų leidinių, iš kurių paminėtini tokie spaudiniai kaip H. Kairiūkštytės-Jacinienės ir J. Baršausko „Pažaislis“, A. Pilipaičio „Kauno rotušė“, „Lietuvos pilys“, A. Jankevičienės „Vilniaus senamiesčio ansamblis“, keturios knygos „Vilniaus Žemutinės pilies rūmai“, V. Drėmos „Dingęs Vilnius“, „Vilniaus namai archyvų fonduose“ (13 knygų) ir „Vilniaus bažnyčios“, A. Miškinio „Vakarų Lietuvos miestai ir miesteliai“

¹²⁷ Glemža, Jonas. *Nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga ir tvarkymas*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos mokykla, 2002, p. 77

bei „Rytų Lietuvos miestai ir miesteliai“ ir daugelis kitų monografijų. Taip pat verta paminėti tokius išspausdintus leidinius kaip „Archeologijos tyrinėjimai Lietuvoje“, „Lietuvos dvarų atlasas“, „Lietuvos didžiosios kunigaikštystės (XII-XIII a.) įtvirtinimai. Atlasas“, „Jewish Cultural Heritage in Lithuania“ (liet. „Žydų kultūros paveldas Lietuvoje“), „Kultūros paminklai“, „Baltų archeologija“ ir kita. Pažymėtina, kad nuo 2007 metų pradėta kurti sistemingą paveldosauginės leidybos sistemą ir leidiniai skirstomi į tokias temas¹²⁸ :

- 1) įvairios tematikos ir pobūdžio šviečiamieji, pažintiniai informaciniai leidiniai, skirti Lietuvos kultūros paveldui populiarinti;
- 2) moksliniai-informaciniai, praktinio pobūdžio metodiniai leidiniai, skirti konkrečios srities specialistams su pristatomos srities mokslinė-informacine bei metodine medžiaga supažindinti;
- 3) mokslinių tyrimų darbai, mokslinės studijos, enciklopediniai, informaciniai leidiniai, skirti kultūros paveldo objektų grupėms pristatyti;
- 4) fundamentalūs moksliniai leidiniai, skirti išsamiam Lietuvos architektūros, urbanistikos, archeologijos, dailės ir kitos tematikos paveldo, kultūrinio kraštovaizdžio ir jų objektų klausimui, temai nagrinėti;
- 5) įvairios tematikos ir pobūdžio moksliniai leidiniai, skirti Lietuvos paveldosaugos istorinei raidai pristatyti;
- 6) įvairaus pobūdžio kultūros paveldo apsaugą reglamentuojančių teisės aktų, susijusių su valstybinėmis kultūros paveldo institucijomis ir tarptautinėmis kultūros paveldo apsaugos organizacijomis, leidyba;
- 7) valstybinių kultūros paveldo apsaugos institucijų organizuojamų konferencijų pranešimų, skirtų kultūros paveldo apsaugai propaguoti, lietuvių ir anglų kalbomis leidyba.

Tikimasi, kad tokiu būdu bus sukurtas sistemingas švietimas kultūros paveldo apsaugos ir pažinimo srityje.

Nuo 2006 metų pradėta vykdyti Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo projektų dalinio finansavimo valstybės lėšomis programa. Vyriausybės ir nevyriausybės organizacijos turi galimybę teikti paraiškas dalinai finansuoti nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimui skirtus projektus, kurie turi būti orientuoti į jaunimo švietimą ir įtraukiami į kultūros paveldo pažinimo ir saugojimo veiklą, o taip pat turėti ilgalaikį poveikį visuomenės švietimui. Per du metus buvo paremta virš 90 projektų.

Visuomeniniam švietimui taip pat priskiriami tokie viešųjų ryšių metodai kaip akcijos ir konkursai. Departamentas, siekdamas nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymui šviesti

¹²⁸ Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2007 metų veiklos ataskaita.//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. –Vilnius, 2007

visuomenę, organizuoja edukacines ir agitacines akcijas. Agitacinei akcijai priskiriamas piliečių skatinimas pranešti apie niokojamą kultūros paveldą. Šiam tikslui pasiekti įkurta „karštoji linija“, kur paskambinę piliečiai gali pranešti apie vykdomus pažeidimus.

Vykdamas tęstinę edukacinę akciją „Su paveldu – už paveldą!“, nekomercinio kino cente „Skalvija“ buvo demonstruojami Departamento užsakymu sukurti bei gauti, bendradarbiaujant su kitomis institucijomis, dokumentiniai filmai, pristatantys įvairias nekilnojamojo kultūros paveldo temas. Tai ne pirmas kartas kai minėtame kino centre rodomi filmai, skirti pristatyti nekilnojamosios kultūros vertybes – 2000 metais 12 V. Damaševičiaus ir J. Matonio video filmų apie paveldą buvo demonstruojami 3 dienas. Tokios akcijos sulaukia didelio visuomenės susidomėjimo.

Vadovaujantis programa „Europos paveldo dienos“, organizuojamas tarptautinio jaunimo fotografijos konkurso „Kultūros paveldas fotografijoje“ nacionalinis turas (Priedas 2, 1 nuotrauka). Konkurso tikslas – skatinti jaunimą susipažinti su reikšmingais kultūros paveldo objektais ir suvokti jų saugojimą, populiarinti kultūros vertybes tiek Lietuvoje, tiek užsienyje. Šio konkurso laureatų fotografijos eksponuojamos „Europos paveldo dienų“ renginių metu. Remiantis tuo, kad kasmet sulaukiama vis didesnio dalyvių skaičiaus, galima daryti išvadą, kad poreikis pažinti kultūros vertybes formuojasi ir jaunimo tarpe.

Kultūros paveldo valdytojų švietimas neapima tiek daug renginių ir programų, tačiau yra organizuojamos konferencijos, susitikimai, seminarai, teikiamos konsultacijos, kurių metu siekiama suteikti visą reikalingą informaciją nekilnojamojo kultūros paveldo valdytojams ir savininkams.

Vertėtų pažymėti, kad Departamentas didelį dėmesį skiria paveldo specialistų švietimui – organizuojami seminarai, mokymai, paskaitos, konferencijos, susitikimai šalyje ir užsienyje, kurių metu dalijimasi patirtimi, sprendžiami probleminiai klausimai, aptariamos nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos strategijos.

Planingai vykdomas paveldosauginis švietimas nukreiptas į visuomenės skatinimą pažinti ir saugoti kultūros vertybes. Organizuojami renginiai, vykdomos programos, leidžiami paveldosaugine tematika leidiniai skirti atkreipti visuomenės dėmesį į paveldosaugines aktualijas, sudaryti sąlygas skirtingam interpretavimui, pažadinti jos sąmoningumą tausoti ir vertinti Lietuvos praeitį atspindinčius objektus.

3.3. Propagavimas

Nekilnojamojo kultūros paveldo propagavimas (*arba populiarinimas*) minimas daugelyje Lietuvos ir tarptautiniuose kultūros paveldo apsaugą reglamentuojančiuose teisės aktuose. Propagavimu siekiama ne tik pristatyti kultūros vertybes visuomenei, bet ir atkreipti jos dėmesį į saugojimo svarbą. Siekiant efektyviai populiarinti nekilnojamąjį kultūros paveldą, naudojami įvairūs viešųjų ryšių metodai – leidžiami populiarieji leidiniai, kuriami filmai, žaidimai, dalinama suvenyrinė produkcija.

Populiarinimui skirti leidiniai apima metines ataskaitas, lankstinukus, skrajutes, plakatus aplankus ir paveldosauginę literatūrą. Paveldosauginė literatūra jau buvo minima analizuojant visuomeniniam švietimui skirtą leidybos programą, tačiau leidžiamas knygas taip pat galima vertinti kaip populiarinimui skirtą priemonę. Svarbu pažymėti, kad išleistos paveldosauginės knygos neretai perduodamos Lietuvos universitetams, valstybiniais institutams ir bibliotekoms.

Departamentas, siekdamas skatinti visuomenės susidomėjimą kultūros paveldu, o taip pat pristatydamas savo veiklą visuomenei, leidžia lankstinukus. Šiuo metu yra išleisti 33 lankstinukai (Priedas 2, 2 nuotrauka), pristatantys įvairias kultūros paveldo sritis. Taip pat planuojama išleisti dar 9 lankstinukus, kuriuose bus pristatomas tautinių mažumų paveldas. Visi lankstinukai yra informatyvūs, gausiai iliustruoti, pateikiami tekstai supažindina su atskiromis kultūros paveldo sritimis (pavyzdžiui, medine architektūra ir t.t.). Siekdamas pristatyti savo veiklą ir tokiu būdu pagerinti komunikaciją tarp įstaigos ir visuomenės, Departamento užsakymu yra išleistas įstaigą reprezentuojantis informacinis lankstinukas (Priedas 2, 3 nuotrauka). Jame pristatomos Departamento strategijos, vykdomos programos, organizuojami renginiai. Be to, Departamento veikla pristatoma skelbiant strateginius veiklos planus ir metines ataskaitas (pastarosios šiuo metu nėra prieinamos visuomenei dėl vykdomų internetinės svetainės atnaujinimo darbų). Minėti leidiniai (išskyrus strateginius planus ir metines ataskaitas, kurie visuomenei pateikiami skaitmeniniu formatu), tarp kurių yra aplankai su įstaigos atributika (Priedas 2, 3 nuotrauka), yra platinami konferencijų, susitikimų, renginių metu.

Renginių, skirtų pristatyti nekilnojamąjį kultūros paveldą, populiarinimas užtikrinamas leidžiant ir platinant skrajutes ir plakatus. 1999 metais „Europos paveldo dienu“ temai ir renginiams pristatyti pirmą kartą buvo išleistas specialus plakatas ir skrajutė. Nuo tada tapo tradicija kiekvienais metais leisti minėtus leidinius organizuojamiems kasmetiniams renginiams pristatyti (Priedas 2, 5 nuotrauka). Vertėtų atkreipti dėmesį į leidžiamų plakatų paskirtį. Jau buvo minėta, kad renginiams populiarinti naudojami reprezentaciniai plakatai. Tačiau taip pat yra leidžiami socialinės paskirties plakatai, skirti atkreipti visuomenės dėmesį į paveldosaugines problemas. Tokio plakato pavyzdžiu laikytinas 2006 metais sukurtas plakatas kviečiantis Lietuvos visuomenę išsaugoti kultūros paveldą.

Plakato veiksmingumui sustiprinti tuo pačiu metu televizijoje buvo transliuojama socialinė reklama „Išsaugokime kultūros paveldą“. Ši socialinė akcija susilaukė didelio visuomenės susidomėjimo.

Kiekvienais metais Departamento užsakymu yra kuriami, o vėliau viešai demonstruojami kultūros paveldą pristatantys video filmai. Visuomenė jau spėjo pamatyti tokius dokumentinius filmus kaip „E. Andre parkai Lietuvoje“, „Lietuvos parkų ir sodų kelias“, „Elegija girgždančiam ratui“, „Lietuvos medinė architektūra“, „Lietuva šiapus ir anapus“ ir kt.. Filmų demonstravimu siekiama ne tik propaguoti kultūros vertybes, bet ir vykdyti edukacinę programą, pabrėžti nekilnojamojo kultūros paveldo saugojimo būtinumą.

Departamentas populiarindamas nekilnojamąjį kultūros paveldą ir vykdydamas visuomeninį švietimą orientuojasi į įvairaus amžiaus auditorijas. Yra sukurti ir visuomenei prieinami elektroniniai žaidimai, kuriuos žaisdami moksleiviai ir vyresnio amžiaus auditorija susipažįsta su skirtingomis kultūros paveldo sritimis. Šiuo metu yra prieinami žaidimai pristatantys Lietuvos dvarus, bažnyčias, herbus. Verta pažymėti, kad Departamento ir nekilnojamojam kultūros paveldui populiarinti išleista įvairi suvenyrinė produkcija – marškinėliai, krepšeliai, bloknetai (Priedas 2, 4 nuotrauka).

3.4. Visuomeninės iniciatyvos nekilnojamojo kultūros paveldo pristatyme

Nors darbe tyrinėjamos Departamento, kaip valstybinės institucijos, tiesiogiai atsakingos už nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymą visuomenei, iniciatyvos ir veiklos metodai, tačiau būtina atkreipti dėmesį į tai, kad nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos politika vadovaujasi bei jo pristatymu rūpinasi ir visuomeninės organizacijos. Dar sovietmečiu daugumoje įstaigų, kolūkių, mokyklų veikė paminklų propagandininkų organizacijos, kuriems buvo pavesta pristatyti kultūros paveldo aktualijas rengiant šviečiamuosius standus, rašant apie tai spaudoje¹²⁹. Šiuo metu veikia nemažai visuomeninių organizacijų, besirūpinančių kultūros paveldo apsauga ir jo pristatymu visuomenei.

Viena iš tokių organizacijų – 2007 metais įkurta Alternatyvi kultūros paveldo komisija, vienijanti 20 visuomeninių organizacijų, besirūpinančių kultūros ir gamtos paveldu. Organizacijos nariai pateikia visuomenei alternatyvų požiūrį į šiuometinę paveldosauginę sistemą, todėl neretai kritikuojami valstybės institucijų priimti sprendimai. Be to, viena iš Komisijos veiklos strategijų nukreipta į kultūros paveldo populiarinimą, todėl šiam tikslui pasiekti taikomi įvairūs viešųjų ryšių

¹²⁹ Diržinskaitė, Leokadija. *Paminklai ir visuomenė : metodiniai nurodymai*. Vilnius, 1982, p. 17

metodai: pranešimai žiniasklaidai, akcijos, protestai, mitingai, metodinė pagalba asmenims, savarankiškai besirūpinantiems kultūros vertybių apsauga.

2005 metais įkurta Lietuvos dvarų ir pilių asociacija¹³⁰ vienija Lietuvos dvarų ir pilių savininkus bei kitus asmenis, besirūpinančius šių objektų apsauga ir tausojimu. Asociacija siekia ne tik sujungti dvarų ir pilių valdytojus, bet ir edukuoti juos pabrėžiant objekto pristatymo visuomenei svarbą. Šiam tikslui organizuojami kultūriniai ir edukaciniai renginiai, kurių metu dvarų ir pilių savininkai jau spėjo susipažinti su dvarų reikšme šiuolaikinėje visuomenėje, rinkodaros, kaip pristatymo visuomenei priemonės, galimybėmis, parkų priežiūra, o taip pat planuojamas seminaras, kuriame bus pristatomi restauravimo ypatumai. Įstaiga taip pat išsako narių nuomonę dėl valstybės ir valstybinių organizacijų priimamų sprendimų, teikia siūlymus valstybinėms organizacijoms dėl pilių ir dvarų apsaugos, aktyviai bendradarbiauja su tarptautinėmis, švietimo, kultūros ir mokslo organizacijomis.

Nors organizacija vienija beveik 40 narių, tik vos keletą iš jų dalyvauja dvarų pristatyme visuomenei (pagrindinė priežastis – daugelis dvarų nėra sutvarkyti ir pritaikyti visuomeniniam lankymui). Dvarų savininkų taikomi viešųjų ryšių metodai ir priemonės apima visuomeninį švietimą (pvz., Žeimių dvaro savininkai įkūrė organizaciją, kuri vadinasi ŽEMAT (Žeimių estetiškos minties ir anonimiškumo technikumai) – tai netradicinė mokykla, kurios nariai yra visi Žeimių gyventojai ir tie, kurie atvyksta į vietovę dalyvauti edukaciniuose renginiuose) vykdant edukacines programas, festivalius (pvz., Babtyno-Žemaitkiemio dvare nuo 2003 m. organizuojamas kasmetinis Pažaislio muzikos festivalis), koncertus, parodas, menininkų plenerus, susitikimus, kino vakarus. Visa tai skirta netradiciniam nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimui – visuomenė sudominama kultūriniais renginiais, kurie gali būti nesusiję su nekilnojamuoju kultūros paveldu, tačiau minėti renginiai vyksta kultūros paveldo objektų teritorijoje, todėl visuomenė supažindinama su kultūros paveldu ir, nors ir netiesiogiai, yra žadinamas jos sąmoningumas saugoti kultūros paveldo objektus.

Čiurlionio kultūros ir paveldo fondas¹³¹ (toliau – Fondas) – visuomeninė organizacija, siekianti skatinti bendruomenių paveldosaugines ir gamtosaugines iniciatyvas, populiarinti kultūros paveldą ir šviesti visuomenę apie jį. Jau daugiau nei du metus vykdomas projektas „Nacionalinio paveldo išsaugojimui – aktyvi pilietinė iniciatyva“. Šio projekto tikslas – aplankyti Lietuvos kultūros paveldo objektus (dvarus, pilis, bažnyčias, kapines ir kt.). Lankymo metu organizuojami nemokami seminarai, skaitomos paskaitos, organizuojamos kultūros vertybių aplinkos tvarkymo talkos, rengiami koncertai, spektakliai, skirti supažindinti visuomenę su šalies kultūros paveldu ir

¹³⁰ Lietuvos dvarų ir pilių asociacija [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.dvarai.lt/>>

¹³¹ M. K. Čiurlionio kultūros ir paveldo fondas [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ciurlioniopaveldas.lt/>>

tokiu būdu sužadinti supratimą saugoti ir puoselėti kultūros paveldo objektus. Be to, atkreiptinas dėmesys į tai, kad 2008 metais Fondas pradėjo vystyti bendradarbiavimą su švietimo institucijomis, todėl Lietuvos mokyklose planuojama organizuoti renginių ciklą kultūros paveldo tematika.

Dešimtmetį veikianti viešoji įstaiga „Kultūros paveldo išsaugojimo pajėgos“¹³² taip pat rūpinasi kultūros paveldo išsaugojimo klausimais. Be vykdomų archeologinių tyrimų, organizacija siekia populiarinti Lietuvos kultūros ir gamtos paveldą ir tam aktyviai taiko viešųjų ryšių metodus. Šiam tikslui įgyvendinti organizuojamos ekskursijos po kultūros paveldo vietas, rengiamos vaikų ir specialistų (archeologų, paveldosaugininkų) stovyklos, įrenginėjami informaciniai standai, organizuojami renginiai, pvz., Senovės amatų dienos (Pilaitės dvare), leidžiami kultūros paveldą populiarinantys leidiniai – išleisti informaciniai lankstinukai apie Rasų kapines, Senąją Lietuvos gynybos sieną, taip pat knygelė „Išsaugokime piliakalnius“.

Negalima nepaminėti viešosios įstaigos „Socialinės ir ekonominės plėtros centras“ vykdomo projekto „Mūsų paveldas“¹³³. Ši visuomeninė iniciatyva skirta šviesti visuomenę apie esančius kultūros paveldo objektus, teikiant objektų aprašymus, rengiant parodas, konkursus, tokius renginius kaip naktis muziejuje arba naktis Kelmės dvare.

Paminėtos aktyviai veikiančios visuomeninės iniciatyvos dar kartą pabrėžė, kad nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymas visuomenei yra būtinas ir šio tikslo įgyvendinimu rūpinasi ne tik valstybinės institucijos, bet ir visuomenės veikėjai. Visuomeninių organizacijų naudojami viešųjų ryšių metodai atlieka švietėjišką funkciją, kuri apima paskaitų, seminarų, renginių, parodų ir kt. organizavimą, todėl sustiprinamos pozicijos vykdant paveldosauginį švietimą. Iš esmės, valstybinės ir visuomeninės iniciatyvos, nukreiptos į nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymą visuomenei, ir jų taikomi viešųjų ryšių metodai yra vienodi (esminiais skirtumais gali būti laikomas finansavimas ir pozicijos visuomenėje) – stengimasi atsižvelgti į visuomenės poreikius, supažindinti visuomenę su kultūros vertybėmis ir tokiu būdu ugdyti supratimą, kad kultūros paveldo objektų saugojimas ir tausojimas užtikrins gyvą istorinę atmintį. Tad abiejų pusių, valstybės ir visuomenininkų, naudojamų viešųjų ryšių metodų efektyvumas gali būti vertinamas bendrame kontekste.

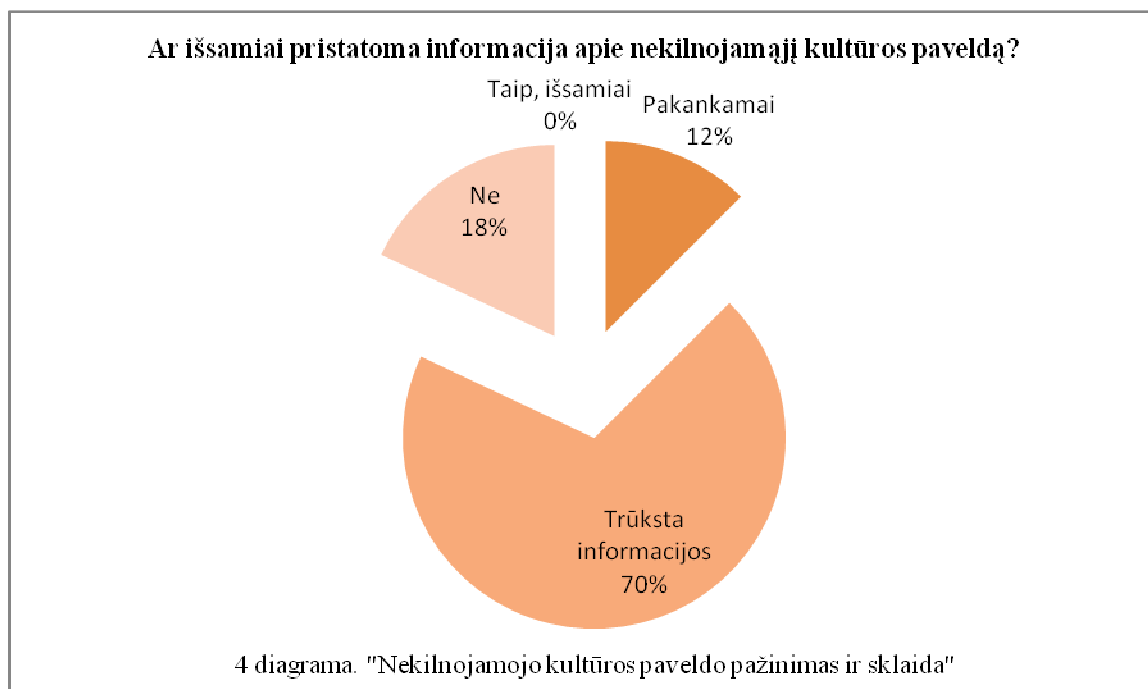
¹³² Kultūros paveldo išsaugojimo pajėgos [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.heritage.lt/kpip/index.htm>>

¹³³ Mūsų paveldas [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 kovo 5d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.musupaveldas.lt/>>

3.5. Ar tai efektyvu?

Nustatyta, kad viešieji ryšiai Lietuvos paveldosaugoje nukreipti teisinga linkme - nekilnojamas kultūros paveldas yra plačiai pristatomas visuomenei: ryšiai su žiniasklaida, apimantys visas įmanomas visuomenės informavimo priemones, padeda formuoti kultūros paveldo vaidmens suvokimą šalies istorijoje, organizuojami renginiai, vykdomos programos ir akcijos nukreipti į paveldosauginį švietimą ir tokiu būdu ugdomas visuomenės sąmoningumas gerbti bei saugoti kultūros paveldą, platinama informacinė bei suvenyrinė produkcija populiarina ir dar kartą primena visuomenei apie egzistuojančius saugotinus kultūros paveldo objektus.

Visgi iškyla natūralus klausimas – ar taikomi viešųjų ryšių metodai yra efektyvūs? Šiam klausimui atsakyti buvo pasirinkta viena iš sociologinių tyrimų metodologijos atšakų – anketavimas. Tyrimo metu (buvo apklausta 200 respondentų) siekiama išsiaiškinti sklaidžiamos informacijos apie nekilnojamąjį kultūros paveldą efektyvumą. Gauti duomenys nustebino, tačiau ir leido nustatyti spragas ir kryptis, kuriomis reikia vadovautis stiprinant taikomus viešųjų ryšių metodus paveldosaugoje bei gerinant komunikaciją tarp įstaigos ir visuomenės. Apačioje pateikti respondentų atsakymai į klausimą „Ar išsamiai pristatoma informacija apie nekilnojamąjį kultūros paveldą“ (išsamūs anketos duomenys pateikti Priede nr.1):



Paradoksalu, tačiau nepriklausomai nuo amžiaus grupės (apklausoje respondentai buvo diferencijuojami pagal atskiras amžiaus ir išsilavinimo grupes (Priedas 1)) ir išsilavinimo nei vienas apklaustasis neatsakė, kad informacija apie nekilnojamąjį kultūros paveldą pristatoma išsamiai

(klausimas „Taip“ – 0%). Didžioji dalis - net 70% - nurodė, kad trūksta informacijos, 18% pažymėjo „ne“ atsakymo variantą, ir tik 12 % mano, kad informacijos pakanka. Remiantis šiais skaičiais susidaro įspūdis, kad naudojami viešųjų ryšių metodai neužtikrina efektyvios komunikacijos, nes nėra pasiekiamas adresatas. Ši įspūdi sustiprina duomenys, suformuoti remiantis piliečių atsakymais į klausimus „Ar žinote kas yra kultūros paveldas?“ (58% apklaustųjų atsakė „žinau, bet trūksta informacijos“) ir „Ar galite įvardinti Lietuvoje vykstančius kultūros paveldo renginius?“ – į šį klausimą 56% žmonių atsakė – „girdėjau, kad tokie vyksta, bet įvardinti negaliu“. Remiantis šiais duomenimis būtų galima daryti prielaidą, kad pastangos išsamiai pristatyti nekilnojamąjį kultūros paveldą nepasiteisina – visuomenei vis dar trūksta informacijos, vadinasi, taikomi viešųjų ryšių metodai nėra pakankamai efektyvūs. Siekiant nustatyti esamas spragas dėl kurių visuomenėje jaučiama paveldosauginės informacijos stoka, anketavimo metu buvo užduoti papildomi klausimai – „Iš kur dažniausiai sužinoti apie kultūros paveldą?“ bei „Kokiu būdu norėtumėte gauti informaciją apie nekilnojamąjį kultūros paveldą ir vykstančius renginius?“. Atsakydami į abu šiuos klausimus (Priedas 1), respondentai nurodė, kad gauna (prioritetų mažėjimo tvarka):

- Išgirdus naujienas radijuje ir televizijoje;
- Internetė;
- Spauodoje;
- Pranešus draugams.

Tuo tarpu nori gauti informaciją:

- Išgirsti radijuje ir televizijoje;
- Internetė;
- Spauodoje;
- Užsisakyti naujienas el. paštu.

Taigi matoma, kad nors ir palaikomi glaudūs ryšiai su žiniasklaida (informaciją apie vykstančius renginius, programas, akcijas, įvykius ir kt. yra išsamiai pateikiami visuomenės informavimo priemonėse), tačiau skleidžiamos žinios nepakankamai pasiekia visuomenę. Tai gali sąlygoti kelios priežastys, viena iš kurių – neišnaudotos visos viešųjų ryšių metodų, taikytinų paveldosaugoje, galimybės, o naudojamos priemonės yra neužbaigtos. Pavyzdžiui, leidžiami informaciniai lankstinukai teoriškai yra skirti visuomenei, tačiau praktiškai nėra prieinami – jų platinimas yra ribojamas net renginių metu. Vadinasi, reikia stiprinti visą viešųjų ryšių mechanizmą: atsižvelgiant į visuomenės informacijos gavimo poreikius, patartina skirti ypatingą dėmesį informacijos sklaidai visose visuomenės informavimo priemonėse – operatyviai informuoti žiniasklaidos atstovus apie paveldosauginės aktualijas, planuojamus renginius, vykdomas programas. Talpinti informaciją

įstaigos internetinėje svetainėje, suteikti galimybę lankytojams ne tik prenumeruoti naujienas, bet ir iš tiesų jas gauti (pvz., dabartinėje Departamento svetainėje veikia tik prenumeravimo funkcija, bet naujienos nėra siunčiamos interesantams). Patartina, kad paveldosauginis švietimas būtų vykdomas ir mokymo įstaigose – tai pavyktų sustiprinant bendradarbiavimą su Švietimo ir mokslo ministerija ir Turizmo departamentu (ekskursijų po kultūros paveldo objektus organizavimas). Nekilnojamojo kultūros paveldo populiarinimui skirta informacinė ir suvenyrinė produkcija turi būti net tik leidžiama, bet ir laisvai prieinama visuomenei. Be to, labai svarbus yra įstaigos vaidmuo – ji turi būti atvira visuomenei.

Kita vertus, susiformavęs informacijos ir komunikacijos vaidmens suvokimas Lietuvos kultūros paveldosaugoje yra jaunas. Vykdoma programa, nukreipta į nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymą, ir taikomos viešųjų ryšių galimybės dar nėra tvirtai nusistovėjęs visuomenėje. Tad galima daryti prielaidą, kad vykdomi veiksmai nukreipti teisinga linkme, tačiau jų efektyvumas, atsižvelgiant į vykdymo laikotarpį, priklauso nuo to, kada visuomenė skleidžiamą informaciją galutinai įsisavins.

Reziumuojant galima teigti, kad susiformavus strategijoms informuoti visuomenę apie nekilnojamąjį kultūros paveldą, kuris ne tik patenkina visuomeninį norą pažinti, bet ir valstybės tikslą – saugoti kultūros vertybes, pradėti taikyti viešųjų ryšių metodai, kurių pagalba nekilnojamasis kultūros paveldas tapo „matomu“ visuomenei. Skleidžiama informacija pasiekia auditorijas visose įmanomose visuomenės informavimo priemonėse, vykdomas paveldosauginis švietimas ne tik pristato nekilnojamąjį kultūros paveldą, bet ir suteikia galimybes tiesiogiai jį pažinti – renginių, akcijų, programų metu organizuojamos išvykos, skaitomos paskaitos, pristatomos įvairios nekilnojamojo kultūros paveldo sritys. Objektų populiarinimas užtikrinamas ne tik minėtais atvejais, bet ir leidžiant informacinius leidinius, žaidimus, filmus. Nors sociologinio tyrimo metu buvo gauti kontroversiški duomenys, kurie iš esmės parodo, kad vykdomos informavimo programos nėra efektyvios, tačiau remiantis tuo, kad sistemingų veiksmų, nukreiptų į nekilnojamojo kultūros paveldo sklaidą ir pažinimą, pradėta imtis tik prieš keletą metų, galima daryti išvadą, jog visuomenė vis dar nėra pakankamai įsisavinusi skleidžiamos informacijos.

IŠVADOS

Norint išsaugoti šalies nekilnojamą kultūros paveldą, o taip pat patenkinti augantį visuomenės susidomėjimą kultūros vertybėmis, atsirado poreikis kultūros paveldo objektus pristatyti. Komunikacijos reikšmė paveldosaugoje suklestėjo tuomet, kai pradėta suvokti, kad visuomeninis pažinimas yra sudėtinė kultūros paveldo apsaugos dalis. Dar 1997 metais Lietuvoje viešėjusio ICOMOS Kanados nacionalinio komiteto prezidento prof. Herbo Stovelo teigimu „<...> paveldo apsauga mažiau priklauso nuo turto sąrašų arba tuos sąrašus sudarančių ekspertų, o daugiau nuo to, kokia bendroji gyventojų samprata ir galia saugoti savo paveldą. Yra aišku, kad paveldo apsauga kitame šimtmečiuje labai priklausys nuo gyventojų sąmoningumo, vertinimo ir įsipareigojimų išlaikyti šį paveldą. <...> Įvertinimas ir įsipareigojimai priklausys nuo to, kiek gyventojai galės būti įtraukti išsiaiškinant paveldo vertę, kurią jie stengtųsi saugoti. <...>“ (Literatūra ir menas, 1997). Šios mintys dar kartą pabrėžia tai, kad kultūros paveldo viešasis pristatymas ir propagavimas yra svarbus jo apsaugos elementas.

Situacijos analizės metu, kai buvo siekiama įvertinti komunikacijos reikšmės suvokimo ir aktualizavimo paveldosaugoje, o taip pat vykdomų veiksmų ir taikomų pristatymo metodų bei priemonių efektyvumą, nustatyta:

1. Komunikacijos svarba paveldosaugoje siejama su keliais reiškiniais. Pirma, su visuomenės vaidmens padidėjimu kultūros paveldosaugoje, kurį sąlygojo paveldo priartėjimas prie rinkos. Apie visuomenės vaidmenį paveldosaugoje rašė prof. G. Ashworth analizuodamas „tradicinės“ konservacinės paveldo paradigmos pokyčius ir naujos paveldo išteklių vadybos paradigmos, kurioje akcentuojamas naujas požiūris į visuomenės reikšmę paveldosaugoje, atėjimą. Nustatyta, kad kuriant paveldo apsaugos strategijas turi būti atsižvelgta į vartotojo poreikius. Antra, su informacinės visuomenės reiškinium. Terminu „informacinė visuomenė“ siekiama apibrėžti nuolat besimokančią visuomenę, kurioje informacija vaidina svarbų vaidmenį. Remiantis tuo, kad visuomenei tapo aktualu pažinti kultūros vertybes ir jas interpretuoti, paveldosauginėje sistemoje tapo būtina įdiegti mechanizmą, kuris užtikrintų komunikaciją tarp visuomenės ir kultūros paveldo. Apie tokį mechanizmą savo knygoje „Paminklai ir visuomenė: metodiniai nurodymai“¹³⁴ dar 1982 m. rašė visuomenės veikėja, Paminklų apsaugos ir kraštotyros draugijos pirmininko pavaduotoja L. Diržinskaitė. Jos teigimu, „norint pilniau supažindinti visuomenę su visuomeninės paminklosaugos darbu, reiktų dažniau tam pasitelkti masinės propagandos priemones, leisti daugiau kokybiškos metodinės literatūros, rengti parodas <...>“ (Diržinskaitė, 1982). Analizės metu buvo nustatyta, kad šios tikslus įgyvendina komunikacijos atmaina – viešųjų ryšių disciplina ir jos siūlomų metodų, taikytinų kultūros paveldą pristatyti, įvairovė. Nustatyta, kad viešųjų ryšių metodų galimybės paveldosaugoje užtikrins tinkamą nekilnojamojo kultūros paveldo pristatymą, vystys paveldosauginę komunikaciją, tačiau šios galimybės gali būti įgyvendintos tik tuo atveju, jei valstybiniu mastu bus akcentuojamas ir suvokiamas informacijos vaidmuo kultūros paveldo apsaugoje.
2. Komunikacijos reikšmė Lietuvos nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos politiką reglamentuojančiuose strateginiuose dokumentuose nebuvo tolygi. Nors sovietinės okupacijos metu galiojusiuose įstatymuose buvo minimas kultūros vertybių propagavimas, o taip pat kūrėsi visuomeninės entuziastų organizacijos, kurios rūpinosi kultūros paveldo apsaugos klausimais, tačiau tai buvo tik atskiros iniciatyvos. Faktiškai, kultūros paveldo viešojo pažinimo reikšmė sustiprėjo, o taip pat visuomenės informavimo tikslai paveldosaugoje (saugojimo, populiarinimo, pažinimo ir visuomenės poreikio patenkinimo) nusistovėjo nuo 2005 metų, kai įsigaliojo Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymo pataisos, darytos atsižvelgiant ne tik į valstybines strategijas, bet ir į ratifikuotas

¹³⁴ Diržinskaitė, Leokadija. *Paminklai ir visuomenė : metodiniai nurodymai*. Vilnius, 1982. 19 p

tarptautines konvencijas. Daugelyje ratifikuotų konvencijų pabrėžiama, kad informacijos stygius sąlygoja kultūros paveldo išnykimą. Siekiant sustabdyti šį procesą, valstybė turi pasirinkti ir taikyti metodus bei priemones, kuriomis būtų užtikrintas kultūros paveldo pilnavertis pristatymas visuomenei, žadinamas visuomenės sąmoningumas puoselėti ir tausoti kultūros vertybes. Šie tikslai gali būti įgyvendinti viešųjų ryšių teikiamų galimybių pagalba.

3. Remiantis padaryta išvada, kad valstybės tikslas – patenkinti rinkos poreikius, įvairiomis priemonėmis pristatyti kultūros paveldą, skatinti jo pažinimą, ugdyti visuomenės suvokimą saugoti ir tausoti kultūros vertybes, siejasi su viešųjų ryšių disciplinos veiklos metodais, buvo išanalizuoti praktikoje taikomi viešųjų ryšių metodai ir priemonės paveldosaugoje. Viešųjų ryšių metodai analizuojami suskirsčius juos į grupes, sudarytas remiantis minėtais tikslais (informavimo, švietimo, populiarinimo). Nustatyta, kad visuomenės informavimas užtikrinamas vystant ryšius su žiniasklaida, kurių pagalba visose visuomenės informavimo priemonėse, spaudoje, televizijoje, radijuje ir internete, pateikiama informacija, susijusi su nekilnojamojo kultūros paveldo aktualijomis. Paveldosauginis švietimas nukreiptas į visuomenės skatinimą pažinti kultūros vertybes ir suvokti jų išsaugojimo svarbą. Švietimas vykdomas organizuojant renginius įvairia kultūros paveldo tematika, konkursus, į kuriuos siekiama įtraukti jaunimą, akcijas, koncertus, parodas, vykdant leidybos programą, kurios metu leidžiama paveldosauginė literatūra, bei nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimo sklaidos ir atgaivinimo projektų dalinį finansavimą. Nekilnojamųjų kultūros vertybių populiarinimas užtikrinamas leidžiant spausdintinę ir suvenyrinę produkciją (lankstinukus, skrajutes, plakatus, krepšelius ir kt.), kuriant dokumentinius filmus, edukacinius žaidimus. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad nekilnojamąjį kultūros paveldą pristato ne tik valstybinės organizacijos, bet ir visuomeninės iniciatyvos, kurių naudojami viešųjų ryšių metodai nesiskiria nuo taikomų valstybinėse institucijose, todėl jų efektyvumas gali būti vertinamas bendrame kontekste.
4. Nors viešieji ryšiai Lietuvos paveldosaugoje nukreipti teisinga linkme, tačiau jie nėra pakankamai efektyvūs. Ši išvada buvo padaryta remiantis atliktu sociologiniu tyrimu (anketavimu), kuriuo buvo siekiama išsiaiškinti skleidžiamos informacijos apie nekilnojamąjį kultūros paveldą efektyvumą. 70% apklausoje dalyvavusių respondentų teigimu, vis dar trūksta informacijos apie kultūros paveldą ir organizuojamus renginius. Informacijos stygių gali sąlygoti tiek neišnaudotos viešųjų ryšių galimybės, tiek naudojamų priemonių neužbaigtumas. Siekiant pašalinti šį trūkumą, reikia stiprinti naudojamąs priemones – bendradarbiauti su žiniasklaida kuriant pažinimą skatinančias laidas, rengti edukacines akcijas, kurti socialines reklamas, kurios turi pristatyti kultūros paveldą,

akcentuoti jo išsaugojimo svarbą. Taip pat turi būti vystomas bendradarbiavimas su švietimo institucijomis tam, kad mokyklose būtų pristatomi ne tik populiarius kultūros paveldo objektai, bet ugdoma, kad kultūros paveldas priklauso visuomenei ir jo apsauga liečia kiekvieną pilietį. Kita vertus, susiformavęs informacijos ir komunikacijos vaidmens suvokimas Lietuvos paveldosaugoje yra jaunas, todėl vykdomų veiksmų efektyvumas, atsižvelgiant į vykdymo laikotarpį, priklauso nuo skleidžiamos informacijos įsisavinimo, t.y. galima daryti išvadą, kad visuomenė vis dar nėra įsisavinusi skleidžiamos informacijos. Taigi sėkmingi nekilnojamojo kultūros paveldo sklaidos rezultatai – visuomenės kultūrinių poreikių patenkinimas ir sužadintas sąmoningumas saugoti ir tausoti kultūros vertybes – priklauso ne tik nuo įgyvendinamų strategijų, bet ir nuo to, kada visuomenė galutinai įsisavins skleidžiamą informaciją ir supras, kad kultūros paveldas yra visų piliečių nuosavybė ir jį reikia saugoti ateities kartoms.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

ŠALTINIAI

Nepublikuoti dokumentai

1. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 1998 metų veiklos ataskaita.*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. Vilnius, 1998
2. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 1999 metų veiklos ataskaita.*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. Vilnius, 1999

3. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2000 metų veiklos ataskaita.*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. Vilnius, 2000
4. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2001 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2001
5. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2002 metų veiklos ataskaita.*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. Vilnius, 2002
6. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2002 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2002
7. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2003 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2003
8. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2004 metų veiklos ataskaita.*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. Vilnius, 2004
9. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2004-2006 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2004
10. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2005 metų veiklos ataskaita.*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. Vilnius, 2005
11. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2005-2007 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2005
12. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2006 metų veiklos ataskaita.*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. Vilnius, 2006
13. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2006-2008 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2006
14. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2007 metų veiklos ataskaita.*//Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos archyvas. Vilnius, 2007
15. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2007-2009 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2007
16. *Kultūros paveldo departamento prie Kultūros ministerijos 2008-2010 metų strateginiai veiklos planai*//Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos. Vilnius, 2008

Spausdintiniai šaltiniai

17. 1938 m. gegužės 12 d. Lietuvos Konstitucija. *Iš Lietuvos respublikos seimo skelbiamų paveldosauginės teisės šaltinių*. [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=883&p_d=8574&p_k=1>
18. 1940 m. Kultūros paminklų apsaugos įstatymas [interaktyvus]. Vyriausybės žinios, 1940. Nr. 720, [Žiūrėta 2008 m. kovo 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=883&p_d=8575&p_k=1#Istatymas40m>
19. 1967 m. Kultūros paminklų apsaugos įstatymas ir jo taikymo instrukcija [interaktyvus]. [Vilnius]: *Iš Kultūros-švietimo įstaigų administravimo žinyno (I tomas)*, 1975. [Žiūrėta 2008 m. kovo 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=883&p_d=8576&p_k=1>
20. 1977 m. Istorijos ir kultūros paminklų apsaugos ir naudojimo įstatymas [interaktyvus]. Vilnius, 1977. [2008 m. kovo 12 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=883&p_d=8577&p_k=1>
21. BARDAUSKAS, Juozas; KARČIAUSKAS, Vitas. *Kultūros paveldo apsauga (reglamentuojančių dokumentų rinkinys)*. Vilnius: Savastis, 1997. 263 p. ISBN 9986-420-14-8
22. BOGATYRIOVA, Ana. Akys, ausys ir lūpos: ryšiai su visuomene (1). *Iš Vadovo pasaulis*. Vilnius, 1999, Nr. 5, p. 34-38.
23. BOGATYRIOVA, Ana. Ryšių su visuomene maestro : [apie Edward Bernays] . *Iš Vadovo pasaulis*. Vilnius, 1999, Nr. 2, p. 68-73.
24. *Framework Convention on the value os culture heritage for society* [interaktyvus]. [Faro]: Council of Europe, 2005. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://conventions.coe.int/Treaty/EN/Treaties/Html/199.htm>>
25. Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 gegužės 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.kpd.lt/>>
26. Kultūros paveldo išsaugojimo pajėgos [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.heritage.lt/kpip/index.htm>>
27. Kutraitė-Giedraitienė, D. Šviežios duonos kvapo galia ir šiuolaikinės rinkodaros spalvos.// *//Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje: [straipsnių rinkinys]/sudarytojas E. Žalpus*. Vilnius, 2007, p.51-70
28. Lietuvos dvarų ir pilių asociacija [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.dvarai.lt/>>

29. Lietuvos Respublikos Kultūros paveldo inspekcijos laikinasis įstatymas. *Valstybės žinios*, 1990, Nr. 24-598.
30. Lietuvos Respublikos nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas Nr. IX-2452. *Valstybės žinios*, 2004. Nr. 153-5571
31. Lietuvos Respublikos nekilnojamųjų kultūros vertybių apsaugos įstatymas Nr.I-733. *Valstybės žinios*, 1995, Nr. 3-37
32. Lietuvos Respublikos ratifikuota Europos archeologinio paveldo apsaugos konvencija. *Valstybės žinios*, 1999. Nr. 100-2895
33. Lietuvos Respublikos ratifikuota Europos architektūros paveldo apsaugos konvencija. *Valstybės žinios*, 1999. Nr. 100-2896
34. Lietuvos Respublikos ratifikuota Europos kraštovaizdžio konvencija. *Valstybės žinios*, 2002. Nr. 104-4621
35. Lietuvos Respublikos ratifikuota Pasaulinė kultūros ir gamtos paveldo konvencija. *Valstybės žinios*, 1997. Nr. 19-411
36. Lietuvos Respublikos ratifikuota Povandeninio kultūros paveldo apsaugos konvencija. *Valstybės žinios*, 2006. Nr. 65-2389
37. Lietuvos Respublikos ratifikuota UNESCO nelegalaus kultūros vertybių įvežimo, išvežimo ir nuosavybės teisės perdavimo uždraudimo priemonių konvencija. *Valstybės žinios*, 1998. Nr. 102-2807
38. Lietuvos Respublikos saugomų teritorijų įstatymas Nr.I-301. *Valstybės žinios*, 1995. Nr. 63-1188 (aktuali įstatymo redakcija Nr. IX-628, 2001)
39. Lietuvos Respublikos teisės gauti informaciją iš valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų įstatymas. *Valstybės žinios*, 2000. Nr. 10-236.
40. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas Nr.VIII-667. *Valstybės žinios*, 1998. Nr. 32-852; (aktuali įstatymo redakcija Nr. IX-1211)
41. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas Nr. I-1418. *Valstybės žinios*, 1996. Nr. 71-1706. (aktuali įstatymo redakcija Nr. X-752, 2006)
42. Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2001 m. rugpjūčio 10 d. nutarimas Nr. 984 „Dėl Lietuvos visuomeninės visuomenės plėtros strateginio plano patvirtinimo“. *Valstybės žinios*, 2001. Nr.20-652
43. Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimas Nr. 481 „Dėl dvarų paveldo išsaugojimo programos ir dvarų išsaugojimo programos įgyvendinimo priemonių patvirtinimo“. *Valstybės žinios*, 2003. Nr. 38-1740
44. LUCHTANIENĖ, D. Senujų amatų paslaptis ir eksperimentinės archeologijos klubas „Pajauta“// *Iš Lietuvos muziejai*, 2004. Nr.1

45. M. K. Čiurlionio kultūros ir paveldo fondas [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 m. balandžio 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ciurlioniopaveldas.lt/>>
46. MAKSELIS, R. Kūrybos industrijos genezės ir raidos aspektai. // *Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje: [straipsnių rinkinys]/sudarytojas E. Žalpus*. Vilnius, 2007, p.9-26
47. MAŽEIKIS, G. Kūrybos ir kultūros industrijos raida Lietuvos regionuose pereinamuoju laikotarpiu. // *Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje: [straipsnių rinkinys]/sudarytojas E. Žalpus*. Vilnius, 2007, p.26-50
48. Mūsų paveldas [interaktyvus]. [Žiūrėta 2008 kovo 5d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.musupaveldas.lt/>>
49. *Presidential speech archive* [interaktyvus]. [JAV]: Miller center of public affair. University of Virginia. [Žiūrėta 2007 m. gruodžio 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.millercenter.virginia.edu/scripps/digitalarchive/speeches/spe_1807_1027_jefferson>
50. *Universal Declaration of Human Rights* [interkatyvus]. [Žiūrėta 2008 m. kovo 30d.] Prieiga per internetą: <<http://www.unhchr.ch/udhr/lang/lit.htm>>
51. Vilniaus miesto tarybos sprendimas Nr. 57 V dėl „Vietinės rinkliavos už komercinę reklamą Vilniuje“. [interaktyvus]. [Vilnius]: Vilniaus miesto tarybos teisės aktai, 2000. [Žiūrėta 2008 kovo 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vilnius.lt/vaktai/Default.aspx?item=find&dokid=21023413>>

LITERATŪRA

52. ASHWORTH, G. J. Conservation as Preservation or as Heritage: two paradigms and two answers. *Built environment*, 1997, vol. 23
53. BARŠAUSKIENĖ, Viktorija. *Komunikacija: teorija ir praktika: vadovėlis*. Kaunas : Technologija, 2007. 213 p. ISBN 9955-09-903-8
54. BUMBLAUSKAS, A. Gyvosios istorijos programa: istorinė kultūra šiuolaikinės sąmonės formavimui. Vilnius: 1998
55. CAYWOOD, Clarke L. *The handbook of strategic public relations and integrated communications*. United States of America, 1997. 574 p. ISBN 0-7863-1131-2
56. ČEPAITIENĖ, Rasa. Laikas ir akmenys: kultūros paveldo sampratos moderniojoje Lietuvoje. Vilnius: Lietuvos istorijos institutas, 2005. 468 p. ISBN 9986-780-76-4
57. DIRŽINSKAITĖ, Leokadija. Paminklai ir visuomenė : metodiniai nurodymai. Vilnius, 1982. 19 p.

58. GLEMŽA, Jonas. Nekilnojamojo kultūros paveldo apsauga ir tvarkymas. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos mokykla, 2002. 252 p. ISBN 9986-571-84-7
59. GLOSIENĖ, Audronė. *Ryšiu su visuomene ABC bibliotekininkams : mokomoji knyga*. Vilnius: Lietuvos nacionalinė biblioteka, 1999. 51 p. ISBN 9986-530-62-8
60. MANŽUCH, Z. Atminties komunikacija archyvuose, muziejuose ir bibliotekose: Europos Sąjungos strateginio požiūrio analizė. Daktaro disertacija. Vilnius, 2007
61. MARCONI, Joe. *Public relations: the complete guide*. United States of America, 2004. 380 p. ISBN 978-0324203042
62. MARKEVIČIENĖ, J. Kultūros paveldo samprata tarptautinėje teisėje: nuo Venecijos chartijos iki Europos tarybos pagrindinės konvencijos dėl kultūros paveldo vertės visuomenei // Kultūros paveldas ir visuomenė XXI a., nacionaliniai ir tarptautiniai aspektai. Vilnius: ICOMOS, 2006, p. 15-37
63. MATKEVIČIENĖ, Renata. *Ryšiai su visuomene*. Vilnius : Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerijos Švietimo aprūpinimo centras, 2005. 95 p. ISBN 9986-03-568-6
64. MERRIMAN, Nick. *Public Archaeology*. United States of America, 2004. 320 p. ISBN 978-0-415-25889-0
65. NEWSON, Doug. *This is PR*. United States of America, 1993. 479 p.
66. NUGARAITĖ, Audronė. *Valdžia ir žiniasklaida: dialogas : medžiaga magistro studijų programai*. Vilnius : Baltoji kopija, 1999. 39 p.
67. Paveldo apsauga priklausys nuo žmonių. *Iš Literatūra ir menas*, 1997. Nr 35 p. 1-2 p.
68. WAIDACHER, Friedrich. *Bendrosios muzeologijos metmenys*. [iš vokiečių kalbos vertė Alfonsas Tekorius]. Vilnius: Lietuvos nacionalinis muziejus, 2007. 532 p. ISBN 978-9955-415-69-5
69. WILCOX, Dennis L. ; CAMERON Glen T. ; AULT Phillip, AGEE Wallen. *Ryšiai su visuomene : strategija ir taktika*. [iš anglų kalbos vertė Giedrė Bubelevičienė, Aušrinė Černiauskienė]. Kaunas : Poligrafija ir informatika, 2007. 494 p. ISBN 978-9986-850-59-5

PUBLIC RELATIONS IN CULTURAL HERITAGE CONSERVATION IN LITHUANIA: STRATEGIES AND PRACTICES

Summary

The aim of master's thesis – to identify the importance of communication in Lithuania's cultural heritage conservation, highlighting public relations' methods and their opportunities.

The following tasks are suggested to achieve the goal:

1. Identify the importance of communication in modern cultural heritage conservation;
2. Identify the use and theoretic opportunities of public relations' methods in cultural heritage conservation;
3. Evaluate communication's importance and relevance in the main strategic documents of Lithuania's cultural heritage conservation policy;
4. To analyze and evaluate the public relations' methods that are applied in practice and their efficiency.

The object of research – public relations' methods, that are applied in order to spread information of Lithuania's immovable cultural heritage to society.

Analysis methods of the official documents, historical, comparative, descriptive, empirical and sociological analysis methods were used in order to reach the goal of master's thesis.

As a result, it can be claimed, firstly, the importance of communication in cultural heritage conservation is associated with two things – the role of society in cultural heritage conservation is increased, and also, the meaning of information society is appeared. It means, that society needs to get enough information to recognize and interpret its cultural heritage. So, there should be found a solution that will satisfy both demands – government's, that is interested in preserving cultural heritage, and society's. The solution is – public relations' methods. Secondly, the sturdy importance of communication in the main strategic documents of Lithuania's cultural heritage was appeared in 2005, when the new law of Immoveable cultural heritage preservation was released. Since then there is a strategy to inform society not only to satisfy its demand, but also in order to induce their consciousness to preserve cultural heritage. Thirdly, the plenty of public relations' methods are used to inform and educate society and promote cultural heritage. However, all these methods are still ineffective (it was proved by sociological analysis when 200 people were asked to fill the questionnaire about cultural heritage). This ineffectiveness may be caused by several reasons: firstly, there are still some unused opportunities of public relations, secondly, the society still haven't soaked up the information.

PRIEDŲ SĄRAŠAS

1 Priedas. „Anketinė apklausa: Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimas ir sklaida“

2 Priedas „Kultūros paveldo populiarinimas“

1 nuotrauka „Jaunimų fotografijos konkursas“ (skrajutė)

2 nuotrauka „Informaciniai lankstinukai“

3-4 nuotraukos „Kultūros paveldo departamento populiarinimui skirta atributika“

5 nuotrauka „EPD plakatai“

1 priedas „Anketinė apklausa: Nekilnojamojo kultūros paveldo pažinimas ir sklaida“

Siekiant išsiaiškinti skleidžiamos informacijos apie Lietuvos nekilnojamąjį kultūros paveldą efektyvumą, buvo atlikta Lietuvos gyventojų anketinė apklausa. Tyrimo metu buvo apklausti 200 respondentų. Anketos duomenys analizuojami pagal tris pagrindinius kriterijus:

1. Pateikiami bendri duomenys nepriklausomai nuo respondento amžiaus, lyties ir išsilavinimo;
2. Analizuojami duomenys priklausomai nuo respondento amžiaus;
3. Analizuojami duomenys priklausomai nuo respondento išsilavinimo.

Respondentų amžiaus ir išsilavinimo grupes sudarė:

Iki 18	10 %
18-25	64 %
26-35	17 %
36-50	6 %
Virš 50	3 %

Pradinis	6 %
Vidurinis	44 %
Auštesnysis	7 %
Aukštasis	43 %

1. Klausimas „Ar žinote kas yra kultūros paveldas?“



Pirmuoju klausimu buvo siekiama išsiaiškinti ar respondentai yra susipažinę su terminu „kultūros paveldas“. Nepriklausomai nuo amžiaus, lyties ir išsilavinimo, 59% apklaustųjų teigė, kad žino, tačiau jiems trūktu informacijos, 24% - žino labai gerai, 17% - teigė nieko nežinantys. Taigi pačiu

pirmuoju klausimu išsiaiškinta, kad didžiajai daliai apklaustųjų visuomenės atstovų trūksta informacijos apie kultūros paveldą. Vertėtų pažymėti, kad apklaustieji turėjo galimybę įvardinti konkrečius jų žinomus kultūros paveldo objektus. Įdomu tai, kad be populiarių objektų (tokių kaip Gedimino pilis, Trakų pilis, Vilniaus senamiestis) dažnai buvo minimi Valdovų rūmai. Galima daryti prielaidą, kad jau dabar žmonės vertina šį objektą kaip kultūros vertybę ir, gali būti, kad ateityje Valdovų rūmai (piliečių pasakojimuose) bus pristatomi kaip vertingas kultūros paveldo objektas.

Atsakymai į šį klausimą pagal amžiaus kriterijų pasiskirstė:

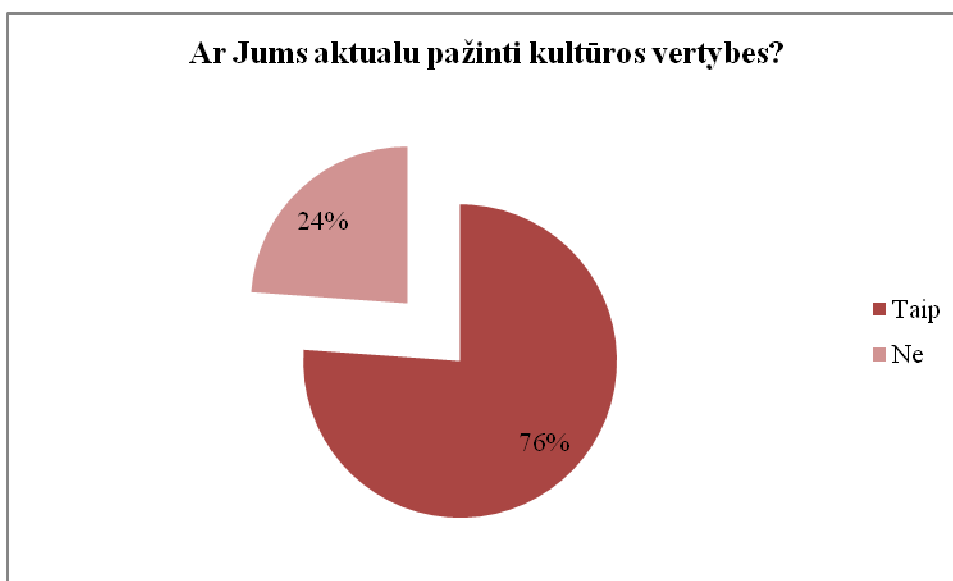
	Iki 18	18-25	26-35	36-50	Virš 50
Taip, žinau labai gerai	15%	24%	29%	33%	17%
Žinau, bet trūksta informacijos	50%	55%	71 %	67%	83%
Nežinau	35%	21%	0%	0%	0%

Pagal išsilavinimo kriterijų:

	Pradinis	Vidurinis	Aukštesnysis	Aukštasis
Taip, žinau labai gerai	25%	18%	29%	30%
Žinau, bet trūksta informacijos	42%	55%	71%	62%
Nežinau	33%	27%	0%	8%

Daugiausiai žinių apie kultūros paveldą turi apklaustieji, kurių amžiaus grupė yra 36-50 metų. Nedaug yra atsilikę jaunimas (18-25) bei žmonės, įėję į kategoriją nuo 26 iki 35 metų. Atsakymas „žinau, bet trūksta informacijos“, surinkęs net 59% (bendri duomenys), pritaikius amžiaus kriterijų parodė, kad didžioji dalis įvairaus amžiaus respondentų pasirinko būtent šį atsakymo variantą, tuo tarpu kai „nežinau“ pasirinko tik žmonės, priklausantys amžiaus grupėms iki 25 metų. Vadinasi, įvairaus amžiaus apklaustieji nors ir žino kas yra kultūros paveldas, tačiau jiems vis dar trūksta informacijos. Tai įrodo ir atsakymų analizė pritaikius išsilavinimo kriterijų. Respondentai, turintys pradinį, vidurinį, aukštesnįjį bei aukštąjį išsilavinimą teigė, kad jiems trūksta informacijos apie kultūros paveldą. Įdomu tai, kad aukštesnįjį išsilavinimą turintys visuomenės atstovai pasirinko tik pirmus du atsakymo variantus, 8% aukštąjį išsilavinimą įgijusių žmonių teigė nieko nežinantys apie kultūros paveldą, tuo tarpu pradinį ir vidurinį išsilavinimą turintys respondentai pasirinkę visus tris atsakymo variantus įrodė, kad nėra pakankamai stipriai vykdomas visuomeninis švietimas ugdymo įstaigose.

2. Klausimas „Ar jums aktualu pažinti kultūros vertybes?“



Šiuo klausimu buvo siekiama išsiaiškinti ar respondentams yra aktualu pažinti kultūros vertybes, o taip pat sužinoti pažinimo motyvą. Didžioji dauguma apklaustųjų (76%) teigė, kad jiems yra svarbu ir aktualu pažinti šalies kultūros paveldą. Šis pažinimas dažniausiai buvo motyvuojamas noru pažinti šalies istoriją. Vis dėlto būtų galima išskirti keletą įdomių piliečių minčių, kuriomis motyvuojamas kultūros vertybių pažinimas:

- „Kiekvienam kiekvienos šalies piliečiui tai turi būti svarbu“;
- „Nes svarbu giliau pažinti savo kultūrą ir identitetą, neužtenka žinoti lietuvių kalbą ir kelis istorinius faktus, reikia pažinti kultūros vertybes, kas jas išsaugoti ir puoselėti. Esam labai sumaterialėjusi tauta ir, atgavę laisvę, pamiršome, kodėl mes jos norėjome. Toks jausmas, kad kultūros vertybės buvo daugiau akcentuojamos kai tai buvo draudžiama. Su laisve praradome kai kurias vertybes. Mes, kaip maža tauta, turime rūpintis savo palikimu, savo kultūros palikimu“;
- „Pažinti Lietuvos praeitį, kad turėčiau ką papasakoti savo vaikams ir anūkams, užkirsti kelią, kad šie objektai nebūtų nugriauti. Kiekviena šalis turi savo istoriją ir ją saugo.“;
- „Lietuvos kultūros vertybės svarbus ir brangus turtas, kurį turime išsaugoti ateities kartoms“;
- „Svarbu žinoti apie kultūros vertybes, kad jas būtų galima saugoti“;
- „Suprastume šalies praeitį ir jos didingumą, kad suprastume, jog mūsų šalis yra unikali ir išmoktume ją branginti“;
- „Kultūros vertybių pažinimas skatina pilietiškumą, padeda ugdyti savimone, plėtoja kultūrinį išsilavinimą“;

- „Tai mūsų tautos turtas ir pasididžiavimas, palikimas ateinančioms kartoms“;
- „Tautiškumo dvasiai palaikyti, nacionalinei kultūrai išsaugoti“.

Taigi matoma, kad visuomenei svarbu pažinti kultūros vertybes tam, kad jas būtų galima saugoti. Šis teiginys pagrindžia tezę, kad visuomenei tapo svarbu išsaugoti istoriją atspindinčius kultūros paveldo objektus, nes saugojimas siejamas su tautiškumo, šalies istorijos gerbimu ir branginimu.

Analizuojant atsakymus pagal amžiaus ir išsilavinimo kriterijus, matoma:

Amžius:

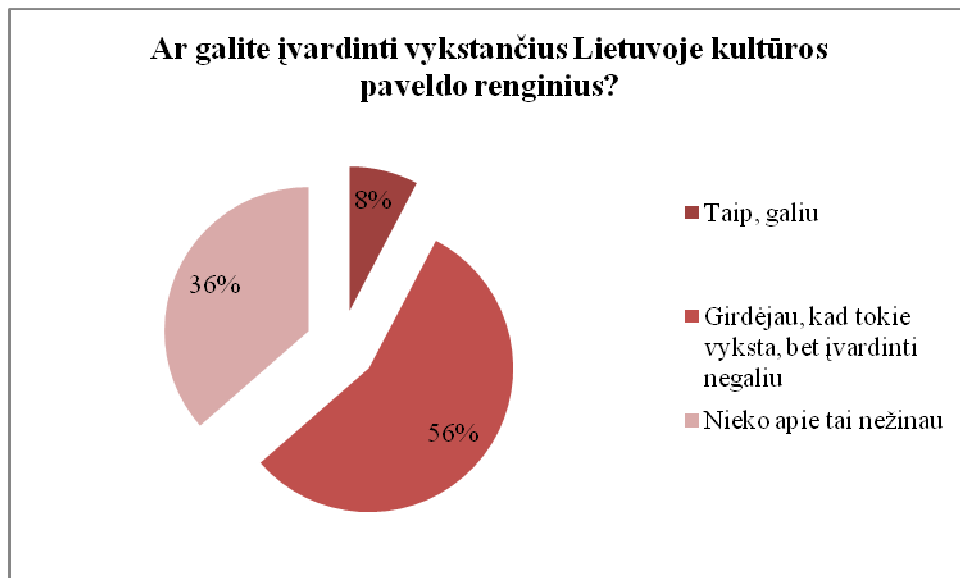
	Iki 18	18-25	26-35	36-50	Virš 50
Taip	50%	72%	91%	92%	100%
Ne	50%	28%	9%	8%	0%

Išsilavinimas:

	Pradinis	Vidurinis	Aukštesnysis	Aukštasis
Taip	75%	60%	86%	86%
Ne	25%	40%	14%	14%

Kuo brandesnis žmogus, tuo labiau jis išreiškia norą pažinti kultūros paveldą. Tai pagrindžia atsakymų diferenciacija suskirsčius respondentus į amžiaus grupes. Virš 90% apklausoje dalyvavusių nuo 26 iki 50 (ir virš) metų žmonių pasirinko teigiamą atsakymo variantą, tuo tarpu mokyklinio amžiaus piliečiams pasiskirstė į dvi grupes – vieni išreiškia norą pažinti vertybes, kiti pasirinko priešingą atsakymo variantą. Analizuojant duomenys pritaikius išsilavinimo kriterijų, matyti, kad nepriklausomai nuo išsilavinimo, žmonėms yra svarbu pažinti vertybes, tačiau labiau suinteresuoti yra aukštąjį ir aukštesnįjį išsilavinimą įgiję respondentai. 40% vidurinį išsilavinimą turinčių žmonių pasirinko neigiamą atsakymo variantą.

3.Klausimas „Ar galite įvardinti Lietuvoje vykstančius kultūros paveldo renginius?“



Didžioji dalis respondentų (56%), teigė girdėję apie vykstančius renginius, tačiau įvardinti jų negali. Net 36% pasirinko atsakymo variantą „nieko apie tai nežinau“ ir tik 8% gali įvardinti renginius. Šie duomenys dar sykį leidžia daryti prielaidą, kad paveldosaugoje taikomi viešųjų ryšių metodai nėra pakankamai efektyvūs.

Atsakymai pritaikius amžiaus kriterijų:

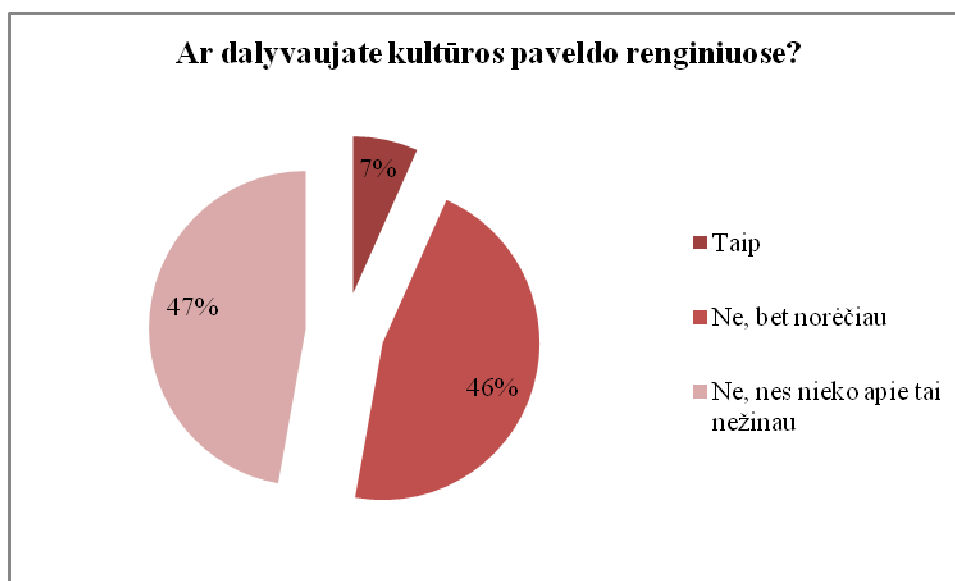
	Iki 18	18-25	26-35	36-50	Virš 50
Taip, galiu	5%	8%	12%	8%	0%
Girdėjau, kad tokie vyksta, bet įvardinti negaliu	45%	54%	62%	75%	100%
Nieko apie tai nežinau	50%	38%	26%	17%	0%

Išsilavinimo kriterijų:

	Pradinis	Vidurinis	Aukštesnysis	Aukštasis
Taip, galiu	8%	8%	0%	11%
Girdėjau, kad tokie vyksta, bet įvardinti negaliu	75%	49%	71%	58%
Ne, nes nieko apie tai nežinau	17%	43%	29%	31%

Vykstančius kultūros paveldo renginius gali įvardinti vos keli ne vyresni nei 50 metų apklausoje dalyvavę žmonės. Populiarųjį antrąjį atsakymo variantą pasirinko 45% mokyklinio amžiaus (didžioji dalis šiai amžiaus grupei priklausančių žmonių nieko nežino apie renginius), 54% - iki 25 metų, 62% - 26-35 metų, 75% - 36-50 metų, 100% - virš 50 metų amžiaus respondentų. Nagrinėjant duomenis remiantis apklaustųjų išsilavinimu galima teigti, kad vėl gi nepriklausomai nuo išsilavinimo lygio visuomenės nariai negali įvardinti vykstančius renginius, tačiau yra apie juos girdėję.

4 klausimas „Ar dalyvaujate kultūros paveldo renginiuose?“



Respondentų atsakymai į šį klausimą užėmė dvi paskutines pozicijas – 46% visų apklaustųjų teigė, kad nedalyvauja kultūros paveldo renginiuose, tačiau norėtų 47% - nedalyvauja, nes nieko apie juos nežino, ir tik 7% respondentų teigė dalyvaujantys kultūros paveldo renginiuose. Remiantis šiais duomenimis galima teigti, kad visuomenės nedalyvavimą renginiuose sąlygoja prasta informacijos apie juos sklaida.

Respondentų dalyvavimas kultūros paveldo renginiuose priklausomai nuo amžiaus:

	Iki 18	18-25	26-35	36-50	Virš 50
Taip	0%	7%	9%	0%	17%
Ne, bet norėčiau	40%	42%	56%	58%	66%
Ne, nes nieko apie juos nežinau	60%	51%	35%	42%	17%

Nuo išsilavinimo:

	Pradinis	Vidurinis	Aukštesnysis	Aukštasis
Taip	0%	6%	0%	9%
Ne, bet norėčiau	50%	39%	64%	53%
Ne, nes nieko apie juos nežinau	50%	55%	36%	38%

Analizuojant šį atsakymus pritaikius amžiaus kriterijų yra matoma, kad didžiąją dalį piliečių iki 18 metų nedalyvauja kultūros paveldo renginiuose, nes nieko apie juos nežino. Nedidelis procentas jaunimo nuo 18 iki 25 metų dalyvauja renginiuose, tačiau didžioji jų dalis nedalyvauja, nes nieko apie juos nežino. Panaši situacija ir žmonių, nuo 26 iki 50 ir virš metų, grupėse. Analizuojant remiantis išsilavinimo kriterijumi matoma, kad dalyvaujantys renginiuose piliečiai turi arba vidurinį, arba aukštąjį išsilavinimą, o nedalyvaujančių grupę jau yra nepriklausoma nuo

išsilavinimo lygio. Vadinasi, visuomenės dalyvavimas priklauso tik nuo skleidžiamos informacijos, kurios sklaida šiuo atveju nėra pakankamai efektyvi.

5 klausimas „Kaip manote, ar išsamiai pristatoma informacija apie nekilnojamąjį kultūros paveldą?“

Bendri atsakymų rezultatai pateikiami magistro darbo III skyriaus 3.5. poskyryje. Gauti duomenys parodė, kad 70% apklaustųjų teigimu trūksta informacijos apie nekilnojamąjį kultūros paveldą. Tai reiškia, kad taikomi viešieji ryšiai paveldosaugoje nėra pakankamai efektyvūs.

Pagal amžiaus kriterijų:

	Iki 18	18-25	26-35	36-50	Virš 50
Taip, išsamiai	0%	0%	0%	0%	0%
Pakankamai	20%	9%	20%	17%	17%
Trūksta informacijos	55%	73%	68%	66%	66%
Ne	25%	18%	12%	17%	17%

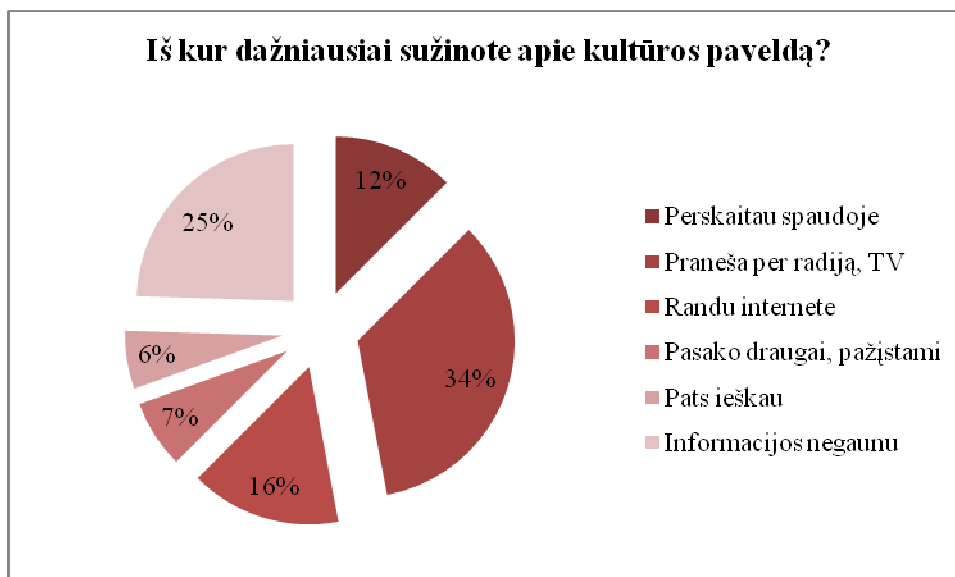
Pagal išsilavinimo lygį:

	Pradinis	Vidurinis	Aukštesnysis	Aukštasis
Taip, išsamiai	0%	0%	0%	0%
Pakankamai	25%	9%	7%	15%
Trūksta informacijos	58%	69%	86%	70%
Ne	17%	22%	7%	15%

Įdomu tai, kad respondentai, nepriklausomai nuo amžiaus ir išsilavinimo, nepasirinko „Taip, išsamiai“ atsakymo varianto. „Pakankamai“ teigė tik 9% žmonių, priklausančių amžiaus grupei 18-25 (jų apklausoje dalyvavimo daugiausiai – net 64%), 20% iki 18 metų ir nuo 26 iki 35 metų bei 17% nuo 36 ir virš 50 metų dalyviams informacijos pakanka. Atsakymą „Ne“ pasirinko irgi nežymus procentas apklausoje dalyvavusių respondentų. Vėl gi nepriklausomai nuo išsilavinimo lygio, žmonėms trūksta informacijos apie nekilnojamąjį kultūros paveldą. Tik nežymiam skaičiui žmonių, turinčių pradinį (25%), vidurinį (9%), aukštesnįjį (7%) arba aukštąjį (15%) išsilavinimą skleidžiamos informacijos pakanka.

6 Klausimas „Iš kur dažniausiai sužinote apie kultūros paveldą?“

Iš kur dažniausiai sužinote apie kultūros paveldą?



Siekiant išsiaiškinti kurie paveldosaugoje taikomi viešųjų ryšių metodai yra labiausiai efektyvūs, respondentai buvo paprašyti įvardinti komunikacijos kanalą per kurį jie dažniausiai gauna informaciją apie kultūros paveldą. Informacija didžiąją dalį respondentų – 34%, pasiekia jei ji būna pranešama per radiją arba televiziją, 16% - randa informaciją internete, 12% - perskaito spaudoje, 7% apklaustųjų sužino iš draugų, 6% - ieško patys. Tačiau net 25% respondentų negauna informacijos visai. Vadinasi, visuomenė iš dalies gauna informaciją iš visų komunikacijų kanalų (efektyviausias – radijas ir televizija), tačiau net ketvirtadalis apklaustųjų teigė negaunantys informacijos iš viso.

Pagal amžių:

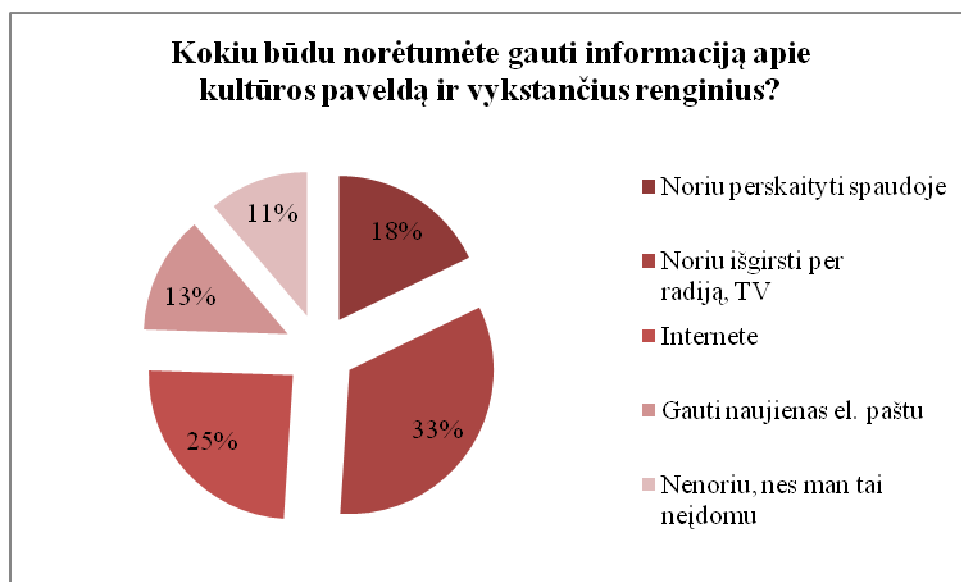
	Iki 18	18-25	26-35	36-50	Virš 50
Perskaitau spaudoje	10%	11%	18%	17%	17%
Praneša per radiją, TV	25%	32%	53%	41%	32%
Randu internete	0%	17%	15%	25%	17%
Pasako draugai, pažįstami	15%	7%	0%	0%	17%
Pats ieškau	15%	4%	11%	0%	0%
Informacijos negaunu	35%	29%	3%	17%	17%

Pagal išsilavinimą:

	Pradinis	Vidurinis	Aukštesnysis	Aukštasis
Perskaitau spaudoje	33%	12%	0%	13%
Praneša per radiją, TV	43%	25%	64%	39%
Randu internete	0%	15%	0%	21%
Pasako draugai, pažįstami	8%	8%	0%	7%
Pats ieškau	8%	4%	0%	8%
Informacijos negaunu	8%	36%	36%	12%

Analizuojant duomenis pritaikius amžiaus kriterijų matoma, kad didžioji dalis respondentų iki 18 metų (35%) negauna informacijos. Nuo 18 iki 25 metų žmonės išgirsta informaciją per radiją ir televiziją, randa internete arba perskaito spaudoje, tačiau nemažai į šią amžiaus grupę patekusių apklaustųjų (29%) negauna informacijos visai. Vyresni nei 26 metų žmonės sužino apie kultūros paveldą visose pateiktose komunikacijos kanaluose išskyrus draugus (26-35 bei 36-50 m.), o nuo 36 iki 50 ir virš metų patys neieško informacijos. Pradinį išsilavinimą turintys žmonės neranda informacijos internete, aukštesnįjį – neperskaito spaudoje, neišgirsta iš draugų ir patys informacijos neieško. Vidurinį ir aukštąjį išsilavinimą turinčius respondentus informaciją pasiekia naudojant visus komunikacijos kanalus.

7 Klausimas „Kokiu būdu norėtumėte gauti informaciją apie kultūros paveldą ir vykstančius renginius?“



Šiuo klausimu buvo siekiama nustatyti kokius viešųjų ryšių metodus patartina stiprinti norint, kad informacija pasiektų gavėją. Gauti rezultatai leido nustatyti, kad informaciją apie kultūros paveldą ir vykstančius renginius labiau reikia skleisti televizijoje ir radijoje, stiprinti internetinę žiniasklaidą bei daugiau informacijos pateikti spaudoje. Be to, džiugina tai, kad tik 11% apklaustųjų nėra suinteresuoti gauti informaciją, susijusią su kultūros paveldu.

Atsakymai pagal amžiaus kriterijų:

	Iki 18	18-25	26-35	36-50	Virš 50
Noriu perskaityti spaudoje	20%	18%	12%	25%	17%
Noriu išgirsti per radiją, TV	25%	32%	41%	34%	50%

Internete	25%	25%	26%	25%	17%
Gauti naujienas el. paštu	10%	13%	18%	8%	0%
Nenoriu, nes man tai neįdomu	20%	12%	3%	8%	16%

Atsakymai pagal išsilavinimo kriterijų:

	Pradinis	Vidurinis	Aukštesnysis	Aukštasis
Noriu perskaityti spaudoje	17%	17%	14%	18%
Noriu išgirsti per radiją, TV	41%	26%	36%	40%
Internete	25%	28%	29%	22%
Gauti naujienas el. paštu	0%	12%	14%	15%
Nenoriu, nes man tai neįdomu	17%	17%	7%	5%

Atsakymai pagal respondentų amžių pasiskirstė beveik vienodai – didžioji dalis norėtų išgirsti naujienas per radiją ir/arba televiziją, antroji vieta atiteko internetui. Nesuinteresuoti lieka dalyviai iki 18 metų (didžioji dauguma). Remiantis išsilavinimo kriterijumi, išgirsti per radiją ir televiziją nori respondentai nepriklausomai nuo išsilavinimo lygio, perskaityti spaudoje bei gauti naujienas elektroniniu paštu labiausiai nori žmonės su aukštesniu išsilavinimu, internete – aukštesniu.

Apibendrinant anketą galima daryti išvadą, kad visuomenė yra suinteresuota pažinti kultūros vertybes ne tik todėl, kad žinotų šalies istoriją, bet ir saugotų turimą kultūrinį palikimą, taip pat visuomenės nariai nepriklausomai nuo amžiaus ir išsilavinimo nori dalyvauti kultūros paveldo renginiuose. Tačiau didžioji dalis apklaustųjų teigia, kad vis dar pastebimas skleidžiamos informacijos stygius. Vadinasi, viešieji ryšiai paveldosaugoje nėra pakankamai efektyvūs. Todėl norint užtikrinti, kad informacija pasiektų adresatus, reikia stiprinti paveldosaugoje taikomus viešųjų ryšių metodus.

2 priedas „Kultūros paveldo populiarinimas“

EUROPOS TARYBOS REMIAMAS TARPTAUTINIS JAUNIMO FOTOGRAFIJOS KONKURASAS „KULTŪROS PAVELDAS FOTOGRAFIJOJE“



Darja Kopylova. „Kintų senosios kapinės“



Monika Džiovalaitė. „Ukmergės senamiesčio grindynys“



Auksė Milukaitė. „Kauno funikulieriaus bėgiai“

Kultūros paveldo departamentas džiugiai kviečia
į tarptautinės jaunimo fotografijų parodos „Kultūros paveldas fotografijoje“ atidarymą
2007 m. rugsėjo 19 d. 16 val. Vilniaus fotografijos galerijoje (įėjimas iš Didžiosios g. 19).

Atidarykime, diskutuokime, švęskime!



Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos



Europos paveldo dienos

Lietuvos fotomenininkų sąjunga

1 nuotrauka „Jaunimų fotografijos konkursas“ (skrajutė)



2 nuotrauka „Informaciniai lankstinukai“



3-4 nuotraukos „Kultūros paveldo departamento populiarinimui skirta atributika“



5 nuotrauka „EPD plakatai“