



VILNIAUS UNIVERSITETAS
FILOSOFIJOS FAKULTETAS
PSICHOLOGIJOS INSTITUTAS

Gintarė Rinkevičiūtė

Antstolių išorinio ir vidinio įvaizdžio ypatumai

Magistro darbas

Teisės psichologijos studijų programa

Darbo vadovas: prof. dr. Gintautas Valickas

Vilnius, 2018

Studentė Gintarė Rinkevičiūtė, 1616056

(Studento vardas ir pavardė, studento pažymėjimo Nr.)

Magistro darbą Antstolių išorinio ir vidinio įvaizdžio ypatumai,
patvirtintą Filosofijos fakulteto dekanı įsakymu Nr., parengiau savarankiškai, galutinai
suredagavau ir įteikiau vadovui.

Gintarė Rinkevičiūtė

2018-06-04

(Studentės vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

Darbo vadovas prof. dr. Gintautas Valickas

(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

Darbas atitinka magistro darbams keliamus reikalavimus ir gali būti ginamas:

Taip

Ne

Gintautas Valickas

2018-06-04

(Vadovės/o vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

Instituto vyr. specialistė Danguolė Žiūraitienė

(vardas, pavardė)

Magistro darbą su vadovo tarpininkavimu Psichologijos institutas gavo.

Danguolė Žiūraitienė

2018-06-04

(Instituto vyr. specialistė)

(Parašas)

(Data)

TURINYS

SANTRAUKA.....	5
SUMMARY	6
SVARBIAUSIOS SAŲVOKOS.....	7
PRATARMĖ.....	8
1. ĮVADAS	9
1.1. Organizacijos įvaizdis.....	9
1.1.1. Organizacijos įvaizdžio ypatumai.....	9
1.1.1.1. Organizacijos įvaizdžio samprata.....	10
1.1.1.2. Organizacijos įvaizdžio konstruktas.....	11
1.1.1.3. Su organizacijos įvaizdžiu susiję konstruktai.....	11
1.1.1.4. Organizacijos įvaizdžio tipai.....	14
1.2. Teisės saugos institucijų įvaizdis.....	16
1.2.1. Teisės saugos institucijų įvaizdį formuojantys veiksniai.....	17
1.2.2. Teisės saugos institucijų įvaizdžio sąsajos su socialinėmis ir demografinėmis žmonių charakteristikomis.....	22
1.3. Antstolių institucija ir antstolių profesinė veikla.....	24
1.3.1. Antstolių veiklos problematika.....	25
1.3.2. Antstolių įvaizdis.....	26
1.3.3. Antstolių įvaizdžio samprata.....	27
1.3.3.1. Antstolių įvaizdžio konstruktas.....	27
1.3.3.2. Antstolių įvaizdį formuojantys veiksniai.....	28
2. TYRIMO METODIKA	31
2.1. Tyrimo dalyviai.....	31
2.2. Tyrimo instrumentai.....	32
2.2.1. Antstolių įvaizdžio klausimynas.....	32
2.2.1.1. Bandomasis tyrimas.....	32
2.2.1.2. Pagrindinis tyrimas.....	35
2.3. Socialinių ir demografinių charakteristikų anketa.....	38
2.4. Tyrimo eiga.....	39
2.5. Statistinė duomenų analizė.....	39

3. REZULTATAI.....	41
3.1. Išorinės ir vidinės grupių antstolių įvaizdžio vertinimas	41
3.2. Išorinės grupės antstolių įvaizdžio vertinimas atsižvelgiant į socialines ir demografines tyrimo dalyvių charakteristikas.....	44
3.3. Vidinės grupės antstolių įvaizdžio vertinimas atsižvelgiant į socialines ir demografines tyrimo dalyvių charakteristikas.....	58
4. REZULTATŲ APTARIMAS.....	61
4.1. Išorinės ir vidinės grupių antstolių įvaizdžio vertinimas	61
4.2. Išorinės grupės antstolių įvaizdžio vertinimo sąsajos su socialinėmis ir demografinėmis tyrimo dalyvių charakteristikomis	63
4.3. Vidinės grupės antstolių įvaizdžio vertinimo sąsajos su socialinėmis ir demografinėmis tyrimo dalyvių charakteristikomis	67
4.4. Tyrimo ribotumai, praktinės rezultatų pritaikymo galimybės ir tolesnių tyrimų kryptys.	69
IŠVADOS	71
LITERATŪRA	73
PRIEDAI.....	84

SANTRAUKA

Antstolių išorinio ir vidinio įvaizdžio ypatumai, Gintarė Rinkevičiūtė, Vilnius, Vilniaus universitetas, 2018, 83 psl.

Teigiamas įvairių teisėsaugos institucijų įvaizdis yra svarbus tiek pačioms institucijoms, tiek ir visuomenei, tačiau kol kas apie antstolių įvaizdį žinoma labai mažai. Darbo tikslas – ištirti išorinio (įvairaus amžiaus visuomenės grupių atstovų) ir vidinio (pačių antstolių) antstolių įvaizdžio ypatumus. Darbe analizuojami išorinės ir vidinės grupės tyrimo dalyvių suvokto antstolių įvaizdžio (tam tikrų jo aspektų) pobūdis, šių grupių vertinimo panašumai ir skirtumai, taip pat tyrimo dalyvių suvokto antstolių įvaizdžio sąsajos su jų socialinėmis ir demografinėmis charakteristikomis. Tyrime dalyvavo 260 asmenų: 203 išorinių grupių atstovai ir 57 antstoliai. Šiam tyrimui atlikti buvo sukurtas Antstolių įvaizdžio klausimynas. Gauti rezultatai atskleidė, kad įvairaus amžiaus išorinių grupių atstovai ir antstoliai teigiamai vertina aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį antstolių įvaizdžio aspektus. Visų skirtingo amžiaus išorinių grupių atstovai, palyginti su antstoliais, aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį antstolių įvaizdžio aspektus vertina mažiau palankiai. Skirtingomis socialinėmis ir demografinėmis charakteristikomis pasižymintys išorinės grupės atstovai palankiausiai vertina informacijos, mažiau palankiai – aplinkos ir paslaugų, o santykinai mažiausiai palankiai – socialinį antstolių įvaizdžio aspektą. Išorinės grupės atstovų antstolių įvaizdžio vertinimas yra susijęs tokiomis jų socialinėmis ir demografinėmis charakteristikomis: gyvenamąja vieta, išsilavinimu, įgytomis teisinėmis žiniomis, taip pat tyrimo dalyvių arba jų artimųjų / pažįstamų kontaktų su antstoliais patirtimi. Antstoliai santykinai mažiausiai palankiai vertina socialinį antstolių įvaizdžio aspektą, o aplinkos, informacijos ir paslaugų antstolių įvaizdžio aspektus vertina panašiai ir palankiai. Pačių antstolių įvaizdžio vertinimas yra susijęs su šiomis jų socialinėmis ir demografinėmis charakteristikomis: darbo vieta, amžiumi ir antstolio darbo stažu. Gauti tyrimo rezultatai gali būti naudingi tikslingai formuojant antstolių įvaizdį.

Pagrindinės sąvokos: išorinis įvaizdis, vidinis įvaizdis, antstoliai.

SUMMARY

Peculiarities of Bailiffs External and Internal Images, Gintarė Rinkevičiūtė, Vilnius, Vilnius University, 2018, 83 p.

The positive image of the various law enforcement institutions is important both for the institutions themselves and for the public, however, little is known about the image of bailiffs. The aim of this paper was to study the external (public representatives of different age groups) and internal (bailiffs) bailiffs' image. This research study examined the nature of the bailiffs' image perceived by the external groups and bailiffs, similarities and differences between these groups and the relations between these groups' social and demographic characteristics and certain aspects of bailiffs' image. The research study included 260 participants: 203 external groups' representatives and 57 bailiffs. The Bailiffs' image questionnaire was created for this research study. The results of research study indicated that external groups' of different ages and bailiffs' opinion was positive towards the environment, information, services and social aspects of bailiffs' image. External groups of all age groups evaluated environmental, information, services and social aspects of the bailiffs' image less favorably than bailiffs themselves. External groups of different social and demographic characteristics had the most positive opinion about the information, less positive opinion about the environmental and services, and relatively the least positive opinion about the social aspect of bailiffs' image. External groups' opinion towards the bailiffs' image was related to their place of residence, education, gained legal knowledge and study participants' or their relatives' / acquaintances' previous contact with bailiffs. Bailiffs provided relatively the least positive opinion about the social aspect of bailiffs' image, while the environmental, information and service aspects were evaluated in a similar way. Bailiffs' opinion towards the bailiffs' image is related to their workplace, age and bailiff's work experience. The results of this research study may be useful to purposefully form positive bailiffs' image.

Key words: external image, internal image, bailiff.

SVARBIAUSIOS SĄVOKOS

Antstolis (*ang.* bailiff / enforcement agent / judicial officer) - valstybės įgaliotas asmuo, kuriam valstybė suteikia vykdomųjų dokumentų vykdymo, faktinių aplinkybių konstatavimo, dokumentų perdavimo ir kitas įstatymų nustatytas funkcijas (Lietuvos Respublikos Seimas, 2002).

Išorinis įvaizdis (*ang.* external image) – organizacijai ar institucijai nepriklausančių asmenų (pvz., visuomenės grupių) požiūris į konkrečią organizaciją ar instituciją (Brown, Dacin, Pratt, & Whetten, 2006; Cian & Cervai, 2014; Valickas, Šeršniovaitė ir Mikuličiūtė, 2015).

Organizacijos ar institucijos įvaizdis (*ang.* organization or institution image) – žmonių susidarytas psichinis pareigūnų, organizacijos ar institucijos vaizdas, atspindintis jos ypatumus (pvz., veiklos būdus, teikiamas paslaugas, elgesį su klientais, laimėjimus) ir apimantis su šia organizacija susijusius įsitikinimus, žinias, emocinius išgyvenimus ir vertybes (Valickas ir kt., 2015, p. 2).

Vidinis įvaizdis (*ang.* internal image) – organizacijos ar institucijos darbuotojų suvoktas organizacijos vaizdas, t. y. tai, kaip jie patys apibūdina savo organizaciją (Brown et al., 2006; Cian & Cervai, 2014; Valickas ir kt., 2015).

PRATARMĖ

Kiekvienai organizacijai svarbu formuoti kuo palankesnę savo įvaizdį, siekiant didesnio sėkmingumo rinkoje. Tuo tarpu palankus teisėsaugos institucijų įvaizdis yra ypač svarbus tiek pačioms institucijoms, tiek visuomenei dėl įvairių priežasčių (Ivković, 2008; Korablev, 2012). Teigiamas įvaizdis yra reikalingas, siekiant pritraukti geriausius kandidatus į teisėsaugos institucijas, kurie galėtų sėkmingai atlikti jiems priskirtas funkcijas šioje itin atsakingoje srityje. Taip pat, siekiant, kad teisėsaugos institucijos ir pareigūnai galėtų sėkmingai vykdyti savo funkcijas, jiems yra reikalinga visuomenės pagalba ir parama (Korablev, 2012). Tyrimai atskleidžia, kad visuomenė yra labiau linkusi palaikyti teisėsaugos institucijas ir pareigūnus, kai jų įvaizdis žmonių akyse yra teigiamas (Hough & Roberts, 2004; van de Walle & Raine, 2008). Tai reiškia, kad siekdami sulaukti žmonių bendradarbiavimo, pareigūnai turėtų stengtis formuoti teigiamą savo įvaizdį. Galiausiai įvaizdis yra svarbus teisėsaugos institucijai organizaciniu požiūriu, nes kai visuomenė teigiamai vertina teisėsaugos institucijas ir pareigūnus, pareigūnai labiau pasitiki savimi, jaučia aukštesnę vidinę motyvaciją, didesnę pasitenkinimą darbu, kas gerina jų atliekamų funkcijų kokybę ir didina jų darbo efektyvumą (Korablev, 2012; van de Walle & Raine, 2008).

Antstoliai yra santykinai jauna Lietuvos teisėsaugos institucija, įteisinta XXI a. pradžioje, kurių esminė funkcija yra - teismo sprendimu padėti kreditoriams susigrąžinti skolas iš skolininkų (Lietuvos Respublikos Seimas, 2002). Nors nuo šios institucijos veiklos pradžios išieškomų skolų mastai didėja (Asociacija Lietuvos antstolių rūmai, 2005; Lietuvos antstolių rūmai, 2016), tačiau tuo pat metu atsiranda visuomenės abejonių antstolių veiklos teisėtumu (Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerija, 2007). Tai gali lemti žmonių nepasitikėjimą šia teisėsaugos institucija ir nepalankaus įvaizdžio formavimąsi, kas gali mažinti žmonių paramą ne tik antstoliams, bet ir kitoms teisėsaugos institucijoms (Caliso, Canare & Garcia, 2017; Indermaur & Roberts, 2009; Wood, 2013). Norint to išvengti, svarbu, kad būtų formuojamas palankus antstolių įvaizdis. Tuo tarpu siekiant tai daryti, pirmiausia reikia išanalizuoti, koks antstolių įvaizdis yra šiuo metu.

Šiame darbe bus tiekama ištirti antstolių ir įvairaus amžiaus visuomenės grupių atstovų suvoktą antstolių įvaizdį (tam tikrus jo aspektus) ir jo ypatumus.

1. ĮVADAS

1.1. Organizacijos įvaizdis

Klausimai, koks ryšys egzistuoja tarp organizacijos ir aplinkos, buvo keliami dar XX-ajame amžiuje (Dutton & Dukerich, 1991). 1950-ųjų pradžioje mokslininkai pristatė *organizacijos įvaizdžio* (ang. corporate image) sąvoką, apie ją kalbėdami prekybos kontekste kaip apie organizacijos ir aplinkos sąveikos kintamąjį. Buvo keliamas idėja, kad žmogaus elgesys organizacijos atžvilgiu (pvz., jos gaminamų produktų vartojimas) priklauso ne tik nuo jo turimų žinių ir informacijos apie organizaciją, tačiau taip pat ir nuo organizacijos įvaizdžio (Boulding, 1956, cit. iš Si & Hitt, 2004). Martineau (1958) atliktas tyrimas buvo pirmasis, kuriame buvo analizuojamas su prekyba susijęs organizacijos įvaizdis. Jis nustatė, kad prekės ženklo kuriamas įspūdis yra lemiamas veiksnys žmonėms renkantis prekę (cit. iš da Costa, Pelissari & Gonzalez, 2018). Tuo tarpu Dutton ir Dukerich (1991) kėlė kitokią su organizacija ir jos aplinka susijusią idėją – kad organizacija reaguoja į jos aplinkoje kylančias problemas imdamasi veiksmų, kurie ilgai tampa organizacijos elgesio modeliais. Šie mokslininkai ištyrė, kad organizacijos darbuotojų susidarytas organizacijos įvaizdis yra kintamasis, į kurį atsižvelgdama organizacija sprendžia kylančias problemas (Dutton & Dukerich, 1991). Taigi organizacijos įvaizdžio sąvokos iškilimas ir organizacijos įvaizdžio tyrimų pradžia yra siejami su organizacijos narių ir organizacijos klientų santykio su organizacija analizavimu.

1.1.1. Organizacijos įvaizdžio ypatumai

Palaiptiesiems organizacijos įvaizdis įgijo susidomėjimą įvairių disciplinų, tokių kaip marketingas, prekyba, vadyba, komunikacija, sociologija ir organizacinė psichologija, kontekste bei tapo plačiai narinėjamas, pateikiant įvairius jo apibrėžimus, priklausomai nuo analizuojamo aspekto (Tomio & Souza, 2008, cit. iš da Costa & Pelissari, 2016; Tran, Nguyen, Melewar, & Bodoh, 2015). Organizacijos įvaizdžio samprata vystėsi drauge su įvairiomis mokslo sritimis, todėl šio proceso eigoje kito ir teorinis šios sąvokos aiškinimas, o skirtingi tyrėjai pateikė įvairius organizacijos įvaizdžio apibrėžimus bei skyrė skirtingus šį konstrukta sudarančius elementus (Tanković, 2015).

1.1.1.1. Organizacijos įvaizdžio samprata

Kalbant apie organizacijos įvaizdžio sampratą, tyrėjai šį konstruklą apibūdina skirtingai, todėl pateiksime kelis pavyzdžius. Boulding (1956) organizacijos įvaizdį apibūdino kaip organizacijos konstruklą su specifinėmis funkcinėmis ir emocinėmis reikšmėmis (cit. iš Tran et al., 2015). Pagal Gray ir Balmer (1998), organizacijos įvaizdis yra apie organizaciją kylantis vaizdinys žmogaus mintyse, kitaip tariant - kas pirmiausia ateina į galvą, išgirdus organizacijos pavadinimą ar pamačius prekės ženklą. Panašiai organizacijos įvaizdį apibūdino Dowling (1986), teigdamas, kad įvaizdis yra individo suvokimo, kilusio jam susidūrus su įstaiga, prekės ženklu ar kitu objektu, rezultatas. Cornelissen (2000) teigė, kad įvaizdis yra atmintyje saugomų reikšmių tinklas, apimantis įvairiapusišką (nuo visuminio iki atskirų aspektų) organizacijos vertinimą. Tuo tarpu Worcester (2009) įvaizdį apibūdino kaip patirties, įspūdžių, įsitikinimų, jausmų ir žinių sąveiką tarp suinteresuotų šalių ir organizacijos. Tuo tarpu Kennedy (1977) akcentavo darbuotojų, kaip asmenų, kurie perduoda informaciją apie organizaciją, svarbą įmonės įvaizdžiui. Taip pat teigiama, kad organizacijos įvaizdis nėra pastovus ir jam įtaką daro bet kuriuo metu gaunama su organizacija susijusi informacija (Williams & Moffit, 1997), o teigiamas organizacijos vertinimas gali būti neutralizuotas priešingais įspūdziais arba panaikintas dėl neišpildytų lūkesčių (Herbig, Milewicz & Golden, 1994). Taigi galima pastebėti, kad įvairūs tyrėjai skirtingai apibūdina organizacijos įvaizdį ir jo elementus bei akcentuoja skirtingus įvaizdžio aspektus. Pripažįstama, kad mėginant suformuluoti bendrinį įvaizdžio apibrėžimą kyla nesutarimų (Azoury Daou, & Khoury, 2014). Taigi galima pastebėti, kad skirtingi autoriai akcentuoja skirtingus organizacijos įvaizdžio aspektus.

Vis dėlto kalbant apie organizacijos įvaizdžio konstruklą, dažniausiai sutariama, kad organizacijos įvaizdžio apibūdinimas apima įspūdžio ar psichologinių interpretacijų kintamuosius (pvz., da Costa & Pelissari, 2016; Gray & Balmer, 1998), derina emocinius, pažinimo ir jutiminius elementus (pvz., Herbig et al., 1994; Schuler, 2004), yra daugialypis (pvz., Cornelissen, 2000; Dowling, 1986) bei yra pagrįstas informacija ir duomenimis, surinktais individui sąveikaujant su organizacija (pvz., da Costa & Pelissari, 2016; Herbig et al., 1994). Šiame tyrime organizacijos įvaizdžiui apibūdinti bus naudojamas Valicko ir kolegų (2015) tyrime suformuluotas apibrėžimas, kadangi jis apima esminius literatūroje išskiriamus įvaizdžio aspektus. Taigi šiame tyrime įvaizdis yra žmonių susidarytas psichinis pareigūnų, organizacijos ar institucijos vaizdas, atspindintis jos

ypatumus (pvz., veiklos būdus, teikiamas paslaugas, elgesį su klientais, laimėjimus) ir apimantis su šia organizacija susijusius įsitikinimus, žinias, emocinius išgyvenimus ir vertybes (Valickas ir kt., 2015, p. 2).

1.1.1.2. Organizacijos įvaizdžio konstruktas

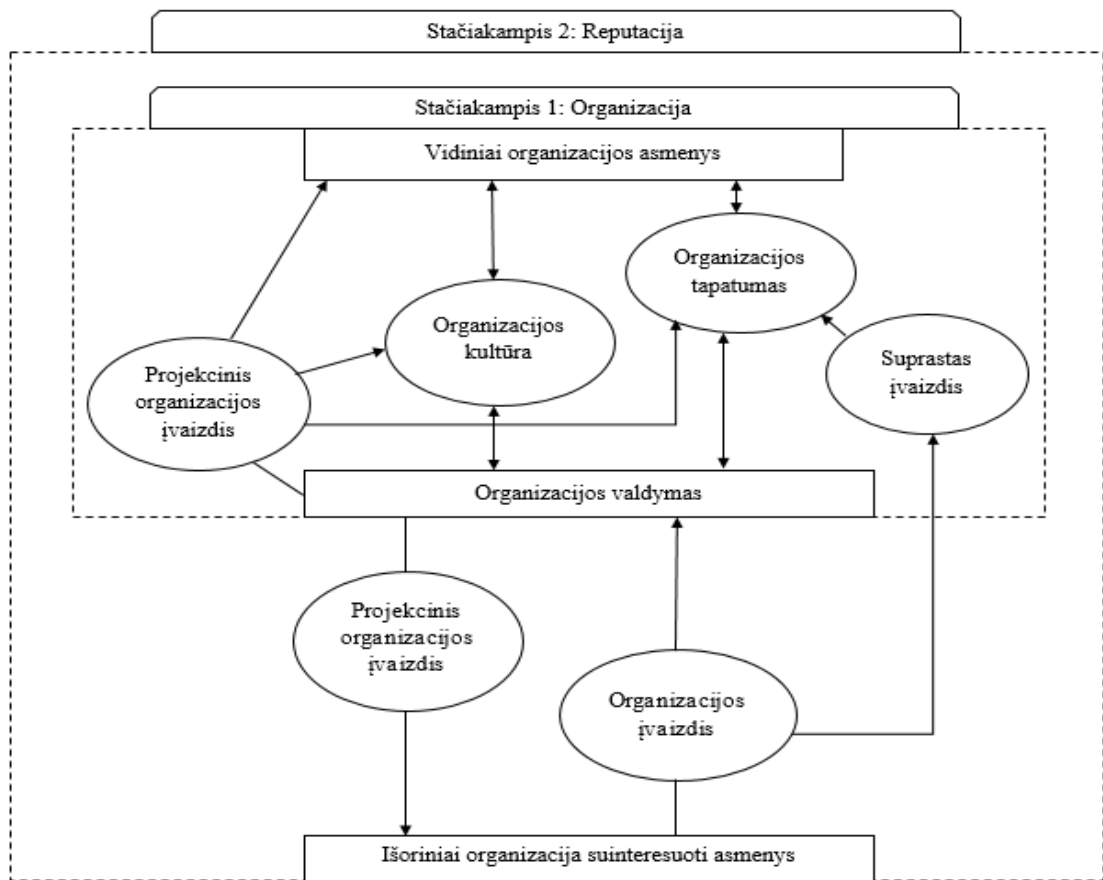
Analizuojant organizacijos įvaizdį, svarbu aptarti, kokie aspektai yra išskiriami kaip šio konstrukto sudedamosios dalys. Įvairūs autoriai išskiria skirtingus organizacijos įvaizdžio aspektus, tokius kaip prekės ženklo pateikimas (pvz., organizacijos pavadinimas, logotipas, šūkis), organizacijos komunikacija (pvz., tiesioginė ir virtuali komunikacija su klientais, jos efektyvumas), organizacijos aplinka – fizinė (pvz., organizacijos pastato architektūra, patalpų interjero dizainas) ir virtuali (pvz., internetinės svetainės architektūra ir dizainas), organizacijos darbuotojų profesionalumas (pvz., patikimumas, sąžiningumas, kompetencija), požiūris į klientus (pvz., darbuotojų bendravimo su klientais būdas, požiūris klientų atžvilgiu) ir išvaizda (pvz., aprangos stilius), taip pat pozityvios žmonių asociacijos su organizacija (pvz., pasitikėjimas organizacija, įsitraukimas į organizacijos veiklą, parama organizacijai) ir kt. (Karaosmanoğlu, Banu Elmadağ Baş, & Zhang, 2011; Korablev, 2012; Lim, Teo, & See, 2000; Tran et al., 2015).

Dažniausiai tyrimuose yra analizuojami keturi pagrindiniai įvaizdžio aspektai: aplinkos (pvz., pastatų išvaizda, patalpų sąlygos, techninės įrangos būklė), paslaugų / aptarnavimo (pvz., informacija apie teikiamas paslaugas, paslaugų ir aptarnavimo kokybė, paslaugų įvairovė), produktų (pvz., produktų kokybė, funkcijos, įvairovė, prekės ženklas, kaina) ir socialinis (pvz., socialinė atsakomybė ir įsipareigojimai, darbuotojų elgesio stilius, moralinės ir etinės normos) (Lim et al., 2000; Si & Hitt, 2004; Tran et al., 2015; Valickas ir kt., 2015). Apibendrinus įvairių autorių nuomonę ir surinktus empirinius duomenis, šiame darbe bus remiamasi organizacijos įvaizdžio konstrukto sandara, apimančia keturis pagrindinius organizacijos įvaizdžio aspektus: aplinkos, paslaugų, produktų ir socialinį.

1.1.1.3. Su organizacijos įvaizdžiu susiję konstruktai

Organizacijos įvaizdžiui apibūdinti yra vartojamos įvairios skirtingos sąvokos, dėl kurių dažnai nesutariama. Kai kurie tyrėjai (pvz., Melewar, 2003) teigia, kad sąvokos „organizacijos

įvaizdis“ ir „organizacijos tapatumas“ (*ang.* identity) apibūdina tą patį konstruktą, tuo tarpu kiti teigia, kad šie konstruktai skiriasi (pvz., Brown et al., 2006). Tuo tarpu kai kurie autoriai (pvz., Dutton, Dukerich & Harquail, 1994) teigia, kad „organizacijos įvaizdžio“ ir „organizacijos reputacijos“ (*ang.* reputation) sąvokos gali būti vartojamos kaip sinonimai, o kiti prieštarauja tokiam vertinimui (pvz., Chun, 2005). Tokia sąvokų įvairovė kelia problemų tyrėjams dėl analizuojamų konstrukto apibrėžimų ir vartojamų sąvokų aiškumo stokos. Dėl šios priežasties, siekiant susidaryti gilesnes išvalgas apie organizacijos įvaizdį, svarbu išanalizuoti skirtingus su įvaizdžiu susijusius konstruktus. Tam pasirinktas Cian ir Cervai (2014) (žr. 1-as paveikslas) teorinis organizacijos įvaizdžio modelis, kadangi jame apžvelgiami su organizacijos įvaizdžiu susiję konstruktai.



1 pav. Organizacijos įvaizdį, su juo susijusius konstruktus ir jų sąveikas aiškinantis teorinis modelis (Cian & Cervai, 2014).

Cian ir Cervai (2014) savo modelyje *organizacijos įvaizdžio* (*ang. corporate image*) konstrukta apibūdino kaip organizacijai nepriklausančių asmenų organizacijos suvokimą, kuris apima emocinius ir funkcinius (Beerli Palacio, Díaz Meneses & Pérez Pérez, 2002) bei simbolinius elementus (Cian, 2011). Plačiaja prasme tai yra mintys ir / arba jausmai, kurie kyla klientams organizacijos atžvilgiu.

Kitas svarbus konstruktas yra *organizacijos tapatumas* (*ang. organisation identity*) (Cian & Cervai, 2014), kuris atspindi organizacijos narių suvokimą apie organizaciją. Organizacijos tapatumas susideda iš kognityvinių, emocinių ir vertinimo elementų (Bergami & Bagozzi, 2000). Kognityvinis elementas yra pagrįstas procesu, kurio metu yra pabrėžiami panašumai tarp savęs ir organizacijos narių bei skirtumai tarp savęs ir organizacijai nepriklausančių asmenų (Bagozzi & Dholakia, 2006). Emocinis organizacijos tapatumo elementas yra organizacijos nario emocinis prisirišimas prie organizacijos. Vertinamasis elementas atspindi teigiamos ar neigiamos vertės reikšmes, kylančias iš asmens priklausymo organizacijai (Bergami & Bagozzi, 2000; Bagozzi & Dholakia, 2006).

Likusieji konstruktai, nors šiame darbe nebus tyrinėjami, bus trumpai aptarti, siekiant nupiešti kuo tikslesnį su organizacijos įvaizdžiu siejamų konstrukto vaizdą. Cian ir Cervai (2014) į savo modelį įtraukė *suprasto įvaizdžio* (*ang. construed image*) konstrukta, kuris atspindi tai, ką organizacijos nariai mano, jog pašaliniai asmenys galvoja apie jų organizaciją (Brown et al., 2006; Lievens, 2017). Kitas konstruktas, esantis Cian ir Cervai (2014) modelyje, yra *pageidaujamas organizacijos įvaizdis* (*ang. organizational projected image*). Jis plačiaja prasme atspindi tai, kaip organizacija norėtų būti vertinama jai priklausančių ir nepriklausančių asmenų grupių (Brown et al., 2006). Cian ir Cervai (2014) į savo modelį taip pat įtraukė *organizacijos kultūros* (*ang. organizational culture*) konstrukta, kuris yra apibūdinamas kaip elgesio modelių rinkinys, kurį organizacijos nariai atrado ir sėkmingai pritaikė sprenddami adaptacijos problemas ir kurio yra išmokomi nauji organizacijos nariai (Schein, 2001, cit. iš Cian & Cervai, 2014). Paskutinė Cian ir Cervai (2014) modelyje vartojama sąvoka yra *reputacija* (*ang. reputation*). Reputaciją galima apibūdinti kaip bendrinį organizacijos suvokimą, apimančią visų organizacija suinteresuotų šalių tiek teigiamus, tiek neigiamus vertinimus (Walker, 2010). Cian ir Cervai (2014) savo modelyje reputaciją vertino kaip karkasą, kitaip tariant plačiausią konstrukta, apimančią skirtingus su organizacijos vertinimu susijusius kintamuosius, tokius kaip organizacijos įvaizdis, organizacijos

tapatumas, organizacijos suprojektuotas įvaizdis bei su jais susijusius organizacinės kultūros ir suvokto įvaizdžio kintamuosius.

Apibendrinant, remiantis Cian ir Cervai (2014) išskirtomis sąvokomis, šiame darbe bus analizuojami *organizacijos įvaizdžio* ir *organizacijos tapatumo* konstruktai. Kur pirmasis atspindi organizacijai nepriklausančių asmenų požiūrį į organizaciją, o antrasis – organizacijai priklausančių asmenų požiūrį į organizaciją.

1.1.1.4. Organizacijos įvaizdžio tipai

Atsižvelgiant į anksčiau išskirtas organizacijos įvaizdžio sąvokas, galima pastebėti, kad paprastai organizacija turi kelis įvaizdžius. Šie įvaizdžiai kyla iš atskirų asmenų grupių, susidarančių tam tikrą įspūdį apie organizaciją (pvz., investuotojai, darbuotojai, klientai ir kt.), vertinimų, todėl gali būti skirtingi (Lievens, 2017). Dėl šios priežasties galima išskirti kelis organizacinius įvaizdžius. Atsižvelgdami į atliekamus organizacijos įvaizdžio tyrimus Brown ir kolegos (2006) išskyrė keturis skirtingus organizacijos vertinimo požiūrius. Autoriai juos pateikė klausimų formuluotėmis, siekdami didesnio aiškumo:

- 1) „*Kas mes esame kaip organizacija?*“ - atspindi organizacijos narių asociacijas su organizacija;
- 2) „*Ką organizacija nori, kad kiti galvotų apie organizaciją?*“ - apima asociacijas su organizacija, kokias organizacijos nariai pageidauja, kad turėtų visuomenė;
- 3) „*Ką organizacija mano, kad kiti galvoja apie ją?*“ - atspindi asociacijas, kurias organizacijos nariai galvoja, kad turi išoriniai (organizacijai nepriklausantys) asmenys;
- 4) „*Ką organizacija suinteresuotos šalys iš tikrųjų galvoja apie organizaciją?*“ - apima asociacijas apie organizaciją, kurias iš tikrųjų turi išoriniai (organizacijai nepriklausantys) asmenys (Brown et al., 2006).

Nors paprastai skiriami keturi skirtingi organizacijos įvaizdžio vertinimo požiūriai, tačiau dažniausiai tyrimuose analizuojamas dviejų tipų įvaizdis - kurį susidaro išoriniai, organizacijai nepriklausantys asmenys (pvz., klientai, tiekėjai, investuotojai, partneriai, visuomenė ir kt.) (pvz., Caliso et al., 2017; da Costa & Pelissari, 2016) bei vidiniai organizacijos asmenys, kitaip tariant, jos nariai (pvz., vadovai, vadybininkai, darbuotojai ir kt.) (pvz., Si & Hitt, 2004; Tran et al., 2015). Analizuojant išorinių asmenų susidarytą įvaizdį, siekiama atsakyti į klausimą „*Ką organizacija*

suinteresuotos šalys iš tikrųjų galvoja apie organizaciją?“ (Brown et al., 2006), kitaip tariant, išsiaiškinti, koks yra organizacijai nepriklausančių asmenų požiūris į organizaciją. Toks konstruktas atitinka Cian ir Cervai (2014) modelyje vartotą *organizacijos įvaizdžio* sąvoką. Šiame darbe toks įvaizdis toliau bus vadinamas suvoktu **išoriniu įvaizdžiu** (Valickas ir kt., 2015).

Tiriant vidinių asmenų susidarytą organizacijos įvaizdį, gali būti siekiama atsakyti į tris skirtingus klausimus: „*Ką organizacija mano, kad kiti galvoja apie ją?*“, „*Ką organizacija nori, kad kiti galvotų apie ją?*“, „*Kas mes esame kaip organizacija?*“ (Brown et al., 2006). Pirmuoju klausimu yra analizuojama organizacijos narių nuomonė, kaip jų organizacija yra vertinama už jos ribų. Antruoju klausimu siekiama išsiaiškinti, kaip organizacija norėtų būti suprasta ir vertinama organizacijai nepriklausančių asmenų (pvz., jos klientų). Trečiuoju klausimu yra nagrinėjamas pačių organizacijos narių požiūris į organizaciją, kuris atitinka Cian ir Cervai (2014) pasiūlytą organizacijos tapatumo sąvoką. Šiame darbe toks įvaizdis bus vadinamas suvoktu **vidiniu įvaizdžiu** (Valickas ir kt., 2015).

Išorinio įvaizdžio tyrimai organizacijai yra svarbūs, kadangi teigiamas įvaizdis sustiprina jos sėkmę įvairiais aspektais. Jei įmonės įvaizdis gerėja, jo pardavimai gali pagerėti dėl didesnio klientų lojalumo, didesnio visuomenės polinkio tikėti organizacijos reklama, didesnio įmonės logotipo atpažinimo tikimybės ir didesnio visuomenės pasitenkinimo organizacijos prekės ženklu (Herbig et al., 1994; Karaosmanoğlu et al., 2011; Worcester, 2009). Taip pat teigiamas išorinis organizacijos įvaizdis gali didinti organizacijos žinomumą visuomenėje, padėti atitaisyti klaidingus žmonių įsitikinimus apie organizaciją, užmegzti ryšius su kitais padaliniais, prekių ženklais bei akcininkais, padidinti produktų priimtinumą (Worcester, 2009). Tyrimuose išskiriama, kad teigiamas vidinis įvaizdis yra susijęs su įvairiais organizaciniu požiūriu reikšmingais rezultatais. Tai apima socialinius darbo organizacijoje aspektus: darbuotojų polinkį bendradarbiauti, tarpusavio paramą ir pagalbą esant stresinėms situacijoms (Haslam, O'Brien, Jetten, Vormedal, & Penna, 2005; Kramer, 2006; Mesmer-Magnus, Asencio & Seely, 2015). Taip pat tai siejama su geresniais darbiniais pasiekimais: aukštesne vidine motyvacija (Rho, Yun, & Lee, 2015; van Knippenberg & van Schie, 2000) ir geresniu užduočių atlikimu (van Knippenberg, 2000). Galiausiai tai yra susiję ir su darbine atmosfera: aukštesniu pasitenkinimu darbu, geresniu prisitaikymu (Carmeli, Gilat, & Waldman, 2007), mažesne darbuotojų kaita (van Dick et al., 2004) bei organizacijos gebėjimu pritraukti aukštos kokybės darbuotojus (Gatewood, Gowan, & Lautenschlager, 1993). Taigi suvoktas **išorinis**, organizacijai nepriklausančių asmenų, ir **vidinis**,

organizacijai priklausančių asmenų, įvaizdis yra itin svarbūs organizacijai, siekiant kuo didesnį jos veiklos efektyvumą ir kuo didesnę paklausos visuomenėje.

1.2. Teisėsaugos institucijų įvaizdis

Teisingumo sistemos tinkamo funkcionavimo užtikrinimas yra viena esminių demokratiškos valstybių funkcijų. Šiame kontekste visuomenė atlieka itin svarbų vaidmenį, pavyzdžiui, informuoja policiją apie nusikaltimus, teikia parodymus, dalyvauja teismo procesuose kaip liudytojai ir kt. (van de Walle & Raine, 2008; Wood, 2013). Tai reiškia, kad ji padeda vykdyti ir palaikyti teisingumą valstybėje. Dėl šios priežasties visuomenės požiūris į teisėsaugos sistemą yra itin svarbus.

Dar XX a. antroje pusėje buvo pradėti kelti klausimai ir pradėti vykdyti tyrimai, analizuojantys visuomenės požiūrį į teisėsaugos sistemą bei atskiras institucijas (pvz., policiją, teismus, pataisos įstaigas ir kt.) (Fremlin, Frank, & Pevna, 1972; Murphy, 1965). Kalbant apie atskiras institucijas, dažniausiai yra tiriama visuomenės nuomonė apie policijos pareigūnus, šiek tiek rečiau - apie teisėjus bei kitus teisėsaugos institucijų atstovus. Vis dėlto literatūroje pateikiami tyrimų rezultatai yra gan prieštaringi. Vieni tyrėjų rezultatai atskleidžia, kad teisėsaugos institucijų ir pareigūnų įvaizdis visuomenėje yra teigiamas (pvz., Fremlin et al., 1972; Jansson, 2015; Keane & Bell, 2013; Merry, Power, McManus, & Alison, 2012; Roberts, 2004). Tuo tarpu kitų tyrimų rezultatai rodo neigiamą visuomenės požiūrį teisėsaugos institucijų ir pareigūnų atžvilgiu (pvz., Caliso et al., 2017; Hough & Roberts, 2004; Hu & Dai, 2014; Ullah, Hussain, Alam, & Akhunzada, 2016). Nepaisant to, kad tyrimų rezultatai yra prieštaringi, jie yra svarbūs, kadangi suteikia galimybę ne tik suprasti visuomenės nuomonę teisėsaugos institucijų ir pareigūnų atžvilgiu bei sužinoti apie teigiamus ir neigiamus teisėsaugos sistemos veiklos aspektus, tačiau gaunama informacija gali padėti gerinti teisėsaugos sistemos ir institucijų darbą (Caliso et al., 2017; Indermaur & Roberts, 2009; Ullah et al., 2016).

Teisėsaugos institucijų įvaizdis yra svarbus pačioms institucijoms bei jų vykdomai veiklai dėl daugelio priežasčių. Teigiamas teisėsaugos institucijų įvaizdis didina visuomenės suvoktą institucijų teisingumą ir patikimumą, kas savo ruožtu skatina piliečius konstruktyviai dalyvauti teisingumo taikymo procese (Hu & Dai, 2014). Pavyzdžiui, skatina teikti su nusikaltimais susijusią informaciją, bendradarbiauti su policija, dalyvauti teismo procesų liudytojų apklausose ir kt. Tai

taip pat skatina piliečius laikytis įstatymų, kas gali lemti mažesnę nusikaltimų lygį visuomenėje (Jansson, 2015). Tuo tarpu, kai teisingumo sistema yra neigiamai vertinama visuomenės akyse, tai gali neigiamai paveikti teisingumo vykdymą (Wood, 2013), mažinti žmonių paramą ir bendradarbiavimą, norą kreiptis siekiant teisinės pagalbos (Hough & Roberts, 2004; van de Walle, & Raine, 2008) bei skatinti nepasitikėjimą ne tik atskiromis institucijomis ir teisingumu, tačiau ir visa demokratine sistema (Indermaur & Roberts, 2009; van de Walle, & Raine, 2008). Taip pat tuomet teisėsaugos institucijoms yra daug sunkiau rasti pakankamai kompetentingus darbuotojus (van de Walle & Raine, 2008). Siekiant užkirsti kelią visuomenės pasitikėjimo sistema praradimui, svarbu, kad tarp viešosios nuomonės bei kriminalinės justicijos sistemos veiklos būtų tam tikras atitikimas (Morgan, 2002, cit. iš Wood, 2013). Dėl šios priežasties gilesnės įžvalgos apie visuomenės nuomonę kriminalinės justicijos sistemos ir atskirų įstaigų atžvilgiu yra itin svarbios.

1.2.1. Teisėsaugos institucijų įvaizdį formuojantys veiksniai

Analizuodami teisėsaugos institucijų ir pareigūnų įvaizdį visuomenėje, mokslininkai kelia įvairias prielaidas apie nuomonę formuojančius veiksnius. Aptarsime dažniausiai tyrėjų išskiriamus veiksnius, kurie yra susiję su visuomenės nuomonėmis apie kriminalinės justicijos sistemą, atskiras teisėsaugos institucijas ir jų atstovus: patirtį kriminalinės justicijos sistemoje, žinias apie kriminalinės justicijos sistemą, domėjimąsi teisinės tematikos informacija žiniasklaidoje bei skirtingų teisėsaugos institucijų vertinimą.

1) Žmonių patirtis, įgyta sąveikaujant su kriminalinės justicijos sistema

Tyrimai atskleidžia, kad egzistuoja ryšys tarp tiesioginės patirties ir požiūrio į kriminalinės justicijos sistemą (Bradford & Myhill, 2015; Gau, 2010; Myhill & Bradford, 2012; Stefanovska, 2015). Dažniausiai tyrimų rezultatai rodo, kad asmenys, kurie turėjo kontaktą su kriminalinės justicijos sistemos institucijomis - policija arba teismais, dažniau yra linkę neigiamai vertinti ir mažiau pasitikėti teisėsaugos sistema, palyginti su patirties neturinčiais (Brown & Benedict, 2002; Bradford, Jackson & Stanko, 2009; Bradford, Stanko & Jackson, 2008;).

Taip pat randami patirtį turinčių asmenų požiūrio skirtumai, atsižvelgiant į jų kontakto su teisėsaugos institucijų pareigūnais pobūdį (pvz., Myhill & Bradford, 2012; Moorhead, Sefton, & Scanlan, 2008; Skogan, 2006). Pavyzdžiui, žmonių inicijuotas kontaktas su policija yra susijęs

didesniu pasitikėjimu policija (Bradford et al., 2008; Myhill & Bradford, 2012; Skogan, 2006) bei aukštesniu jos darbo efektyvumo vertinimu (Miller & Davis, 2008), palyginti su policijos inicijuotu kontaktu. Vis dėlto svarbu atkreipti dėmesį, kad ne tik pats kontaktas yra susijęs su pasitikėjimu, o tai, kiek kontaktu yra patenkinti žmonės. Tyrimai atskleidžia, kad asmenys, kurie yra labiau patenkinti kontaktu, labiau pasitiki policija ir teismais, palyginti su asmenimis, kurie yra mažiau patenkinti kontaktu (Bradford et al., 2009; Myhill & Beak, 2008; Moorhead et al., 2008; Rosenbaum, Schuck, Costello, Hawkins, & Ring, 2005), tai reiškia, kad kontakto kokybė gali būti esminis aspektas.

Taip pat tyrimai atskleidžia, jog kaip žmonės įvertina kontaktą (teigiamai / neigiamai) yra skirtingai susiję jų formuojamomis nuomonėmis kriminalinės justicijos sistemos atžvilgiu. Išskiriama, kad neigiamai vertinamas kontaktas daro daug didesnę įtaką pasitikėjimui sistema nei teigiamai įvertintas kontaktas (Bradford et al., 2008; Bradford, et al, 2009; Bradford & Jackson, 2009; Myhill & Beak, 2008; Skogan, 2006; Wilson, 2012). Tai reiškia, kad neigiama patirtis kriminalinės justicijos sistemoje daro didesnę įtaką jos vertinimui, palyginti su teigiama patirtimi.

Kaip pagrindinis veiksnys, darantis įtaką kontakto vertinimui ir nuomonės apie kriminalinės justicijos sistemą formavimui, yra išskiriamas asmens suvoktas teisėsaugos institucijų atstovų procedūrinis teisingumas (Tankebe, 2008; Wilson, 2012). Su procedūrinio teisingumo vertinimu kontakto metu yra susiję keli aspektai: galimybė pateikti savo nuomonę, nešališkas pareigūnų elgesys, pareigūnų rodoma pagarba ir pareigūnų suinteresuotumas visuomenės gerove (pvz., Bradford et al., 2009; Moorhead et al., 2008). Kai žmonės suvokia pareigūnų elgesį kaip teisingą, jie būna labiau patenkinti teisėsaugos institucija ir labiau ja pasitiki (Benesh, 2006; Gau, 2010; Hinds & Murphy, 2007; Myhill & Bradford, 2012; Tankebe, 2008; Wilson, 2012). Tai reiškia, kad asmenys, kurie kontaktą vertina kaip teisingą procedūrine prasme, labiau tikėtina, jog bus patenkinti tiek pačiu kontaktu, tiek jo rezultatais, net jei rezultatai yra ne jų naudai.

2) Žmonių žinios apie kriminalinės justicijos sistemą

Tyrimai atskleidžia, kad visuomenė turi ribotas žinias apie jų šalyje esančią teisingumo sistemą (Chapman, Mirrlees-Black, & Brawn 2002; Cullen, Fisher & Applegate, 2000). Tai reiškia, kad, pavyzdžiui, žmonės neretai eina į teismus nežinodami, kaip vyksta teismo procesas arba turėdami klaidingus įsitikinimus apie teismų sistemos veiklą. Dėl šios priežasties teisėsaugos

institucijos deda įvairias pastangas, siekdamos gerinti savo įvaizdį: steigiami viešųjų ryšių skyriai, organizuojamos specialios kampanijos, seminarai, ruošiami vaizdinė medžiaga, leidžiami informaciniai leidiniai (pvz., lankstinukai) ir kuriamos institucijų internetinės svetainės kt. (Keane & Bell, 2013; Lee & McGovern, 2013; Mawby, 2010; Roberts, 2004). Vis dėlto nėra iki galo aišku, ar informacijos suteikimas prisideda prie nuomonės apie teisingumo sistemą formavimo (Chapman et al., 2002), kadangi įvairių tyrimų rezultatai yra priešaringi.

Kai kurių tyrimų rezultatai rodo, kad suteikus žmonėms informacijos apie teisėsaugos institucijas yra pastebimi nežymūs požiūrio į sistemą pokyčiai, tačiau manoma, jog pokyčiai taip pat gali būti susiję su kitais veiksniais (Chapman et al., 2002; Salisbury, 2004), pavyzdžiui, su policijos pastangomis komunikuoti su visuomene, bet ne su informacijos pateikimu (Keane & Bell, 2013; Salisbury, 2004). Taip pat yra tyrimų, kurie atskleidžia, kad žmonės nėra linkę keisti savo turimos nuomonės apie teisėsaugos institucijas net jiems suteikus daugiau informacijos (Chapman et al., 2002; Rottman et al., 2003, cit. iš Moorhead et al., 2008). Tokios tendencijos gali būti susijusios su tuo, kad žinių pagausėjimas gali keisti žmonių nuomonę apie teisėsaugos institucijas priklausomai nuo to, kokias jie anksčiau turėjo žinias, kiek juos domina tokia informacija ir pan.

Kalbant apie žinių turinį ir kiekį, atskleidžiama, kad žinių stoka gali būti susijusi su neigiamu teisėsaugos institucijų vertinimu (Chapman et al., 2002; Raine & Dunstan, 2006, cit. iš van de Walle & Raine, 2008; Roberts, 2004), taip pat mažiau žinių turintys asmenys gali būti labiau linkę vadovautis neigiamais stereotipais apie teisingumo sistemą (Bastien, 1998, cit. iš van de Walle & Raine, 2008). Tuo tarpu kiti tyrimai atskleidžia, kad išsamesnės žinios yra susijusios su žemesniu pasitikėjimu policija (Keane & Bell, 2013) bei žmonių kritiškumu teisėsaugos institucijų vykdomos veiklos atžvilgiu (Bastien, 1998, cit. iš van de Walle & Raine, 2008). Pavyzdžiui, Mirrlees - Black (2002) tyrimo metu tyrimo dalyviai, kurių požiūris pasikeitė į neigiamą pusę, teigė, kad gavę informacijos jie pradėjo kritiškiau vertinti kriminalinės justicijos sistemos veiklą ir gaunamą informaciją (cit. iš Wilson, 2012). Mokslininkai tokius rezultatus aiškina teigdami, kad žinios suteikia žmonėms tam tikras kompetencijas teisėsaugos srityje, todėl jie gali iš platesnės perspektyvos, o taip pat ir kritiškiau įvertinti teisėsaugos institucijas bei jų veiklą. Teigiama, kad su žiniomis taip pat kyla lūkesčiai teisėsaugos pareigūnų atžvilgiu, o kuo lūkesčiai yra didesni, tuo neigiama patirtis labiau paveikia nuomonę (Rosenbaum et al., 2005). Dėl šios priežasties, kai žmonių lūkesčiai teisingumo sistemai išauga ir jie nėra išpildomi, gali būti formuojama neigiama nuomonė.

3) Žmonių domėjimasis teisinės tematikos informacija žiniasklaidoje

Plačiai paplitusi yra prielaida, kad žiniasklaida yra pagrindinis žmonių požiūrį į teisingumo sistemą formuojantis šaltinis (Boda & Szabó, 2011; Dowler, 2002). Tuo tarpu tyrimai atskleidžia, kad žmonės yra labiau linkę remtis tiesiogine ir artimos aplinkos patirtimi, palyginti su žiniasklaida (Boda et al., 2011 cit. iš Boda & Szabó, 2011; Callanan & Rosenberger, 2011; Dowler, 2002). Tai reiškia, kad patirtis, kai žmonės tokią turi, yra svarbesnis veiksnys, formuojantis nuomonę teisinės sistemos atžvilgiu, palyginti su žiniasklaidos pateikiama informacija. Vis dėlto susidūrimas su teisine sistema, ypač tam tikromis institucijomis (pvz., teismais), yra specifinis dalykas. Dėl šios priežasties nesusidūrusių asmenų nuomonė turėtų būti formuojama remiantis kitokiais informacijos šaltiniais, vienas kurių yra žiniasklaida.

Tiriant žiniasklaidoje pateikiamos informacijos sąsajas su visuomenės nuomonėmis teisės saugos institucijų atžvilgiu, rezultatai atskleidžia, kad nuomonė gali būti susijusi su domėjimusi žiniasklaida, tačiau ryšys nėra tiesioginis ir stiprus. Pavyzdžiui, žiniasklaida gali būti susijusi su didesne nusikaltimų baime (Bradford & Jackson, 2009; Romer, Jamieson, & Aday, 2003), kas gali būti siejama su žiniasklaidoje pateikiama informacija, kai dažniausiai informuojama apie itin sunkius ir sensacingus nusikaltimus (Bradford & Myhill, 2015; Duffy, Wake, Burrows, & Bremner, 2008; Hough & Roberts, 2004). Tuo tarpu tyrimų, analizuojančių žiniasklaidos sąsajas su teisingumo institucijų vertinimu, nėra gausu. Boda ir kolegės (2011) atlikto tyrimo metu ištyrė, kad domėjimasis žiniasklaida yra susijęs su didesniu pasitikėjimu policija ir teismais, tačiau šis ryšys nėra priežastinis (cit. iš Boda & Szabó, 2011). Dėl šios priežasties jie teigė, kad žiniasklaida gali būti susijusi su požiūriu kaip vienas iš veiksnių, tačiau tai nėra pagrindinis nuomonę formuojantis aspektas. Manoma, kad žiniasklaida gali nukreipti žmones, kitaip tariant, skatinti juos atkreipti dėmesį į tam tikrus aspektus (Dowler, 2002). Tai reiškia, kad žiniasklaida teikdama informaciją gali padėti teisės saugos institucijoms demonstruoti savo veiklos skaidrumą, nuraminti visuomenę ir formuoti teigiamą institucijų įvaizdį (Callanan & Rosenberger, 2011; Mawby, 2010) arba pateikti tendencingą informaciją, susijusią tik su sensacingais ir neįprastais įvykiais (Bradford & Jackson, 2009; Bradford & Myhill, 2015). Vadinasi, žiniasklaida gali prisidėti prie teisingo arba klaidingo požiūrio į teisingumo sistemą ir jos veiklą formavimo. Dėl šios priežasties teisės saugos institucijų ir žiniasklaidos bendradarbiavimas yra svarbus, kadangi gali prisidėti prie teisingo teisės saugos sistemos įvaizdžio

visuomenėje formavimo (Callanan & Rosenberger, 2011; Lee & McGovern, 2013; Stefanovska, 2015).

4) Žmonių nuomonės įvairių teisėsaugos institucijų atžvilgiu

Manoma, kad visuomenės pasitikėjimas kriminalinės justicijos sistema yra susijęs su pasitikėjimu kitomis institucijomis ir vyriausybe (Caliso et al., 2017; Duffy et al., 2008; Hu & Dai, 2014; Ivković, 2008). Vis dėlto šio ryšio pobūdis nėra iki galo aiškus, kadangi gan neseniai į visuomenės nuomonės apie atskiras teisėsaugos institucijas tyrimus buvo pradėta įtraukti kompleksinius teorinius modelius. Jais siekiama apimti kuo daugiau kintamųjų šalies mastu, kurie galėtų padėti paaiškinti visuomenės požiūrio skirtumus skirtingose kultūrose (Brown & Benedict, 2002; Ivković, 2008).

Dažniausiai analizuojamas ir plėtojamas yra Easton (1965) modelis, kuriame visuomenės parama politinių institucijų atžvilgiu yra skiriama į konkrečią ir difuzinę (cit. iš Brandl et al., 1994). Konkreti parama atspindi pasitenkinimo lygį, kurį jaučia asmuo, kai jo reikalavimai yra įvykdyti konkrečiu atveju (Easton, 1965, cit. iš Brandl et al., 1994). Ši parama priklauso nuo konkrečių santykių tarp valdžios atstovų ir visuomenės (Ivković, 2008). Tuo tarpu difuzinė parama yra labiau bendro pobūdžio ir yra reiškiamai nepriklausomai nuo konkrečių atvejų (Easton, 1965, cit. iš Brandl et al., 1994). Difuzinė parama yra formuojama per įvairią patirtį bei kontaktą su institucijomis, todėl ji nekinta taip dažnai kaip konkreti parama. Albrecht ir Green (1977; cit. iš Cao & Zhao, 2005) papildė šį modelį teigdami, kad visuomenės požiūris į policiją yra kompleksinio požiūrio į teises ir politines institucijas dalis. Tokias prielaidas išplėtė kiti tyrėjai (Caliso et al., 2017; Cao & Zhao, 2005; Hu & Dai, 2014; Ivković, 2008), sieję požiūrį į policiją su požiūriu į politinę ir teisinę sistemas. Caliso ir kolegos (2017) apibendrindami savo ir kitų tyrėjų tyrimų rezultatus teigė, kad požiūris į atskiras teisėsaugos institucijas gali būti susijęs su požiūriu į įvairias visuomenės sistemas. Tai reiškia, kad visuomenės požiūris į tam tikras teisėsaugos institucijas gali būti susijęs su kitų teisėsaugos institucijų vertinimu.

1.2.2. Teisėsaugos institucijų įvaizdžio sąsajos su socialinėmis ir demografinėmis žmonių charakteristikomis

Siekiant suprasti visuomenės požiūrį kriminalinės justicijos sistemos atžvilgiu, dažnai yra analizuojami vertinimo skirtumai atsižvelgiant į socialines ir demografines žmonių charakteristikas (pvz., Caliso et al., 2017; Cao & Zhao, 2005; Hu & Dai, 2014; Ivković, 2008; Wilson, 2012). Tyrėjai išskiria, kad socialinių ir demografinių veiksnių sąsajos yra sudėtinga atskirti nuo kitų kintamųjų, kurie gali būti svarbūs teisėsaugos sistemų vertinimui (Jansson, 2015; Myhill & Beak 2008; Wilson, 2012). Jų nuomone, ne buvimas, pavyzdžiui, moterimi ar jaunu žmogumi lemia požiūrį į policiją ar teismus, o patirtis ir žinios kurias gali turėti skirtingos asmenų grupės. Dėl šios priežasties manoma, kad žmonių socialinės ir demografinės charakteristikos gali būti antriniai veiksniai, susiję su požiūriu į kriminalinės justicijos sistemą ir atskiras institucijas. Šiame skyrelyje apžvelgsime empirinių teisėsaugos institucijų ir pareigūnų įvaizdžio tyrimų rezultatus atsižvelgiant į tyrimo dalyvių amžių, lytį ir išsilavinimą.

Vienas iš socialinių ir demografinių veiksnių, siejamų su visuomenės nuomone teisėsaugos institucijų ir pareigūnų atžvilgiu, yra amžius. Daugiausiai tyrimų yra atlikta analizuojant amžiaus sąsajas su požiūriu į policiją, tačiau taip pat yra tyrimų, nagrinėjančių požiūrį į teismus bei kriminalinės justicijos sistemą. Tyrimuose, kur analizuojamas požiūris į policiją, amžius yra dažniausiai siejamas su teigiamu požiūriu, pasitenkinimu ir pasitikėjimu policija (Attwood, Singh, Prime, & Creasey, 2003; Cao & Zhao, 2005; Merry et al., 2012; O'Connor, 2008; Weitzer & Tuch, 1999). Manoma, kad vyresni asmenys turi labiau teigiamą požiūrį į policiją, kadangi jie yra konservatyvesni ir labiau prisirišę prie institucinės tvarkos (Ivković, 2008). Vis dėlto taip pat yra rezultatų, atskleidžiančių, kad amžius yra neigiamai susijęs su pasitenkinimu policija (Caliso et al., 2017). Tuo tarpu, kalbant apie požiūrį į teismus, vieni tyrimai atskleidžia tendencijas, kad jaunesni asmenys mažiau pasitiki teismais, palyginti su vyresniais (Attwood et al., 2003), o kiti – kad vyresni asmenys mažiau pasitiki teismais (Bradford & Jackson, 2009). Analizuojant amžiaus sąsajas su požiūriu į teisėsaugos sistemą, dažniausiai teigiama, kad jaunesni asmenys labiau pasitiki sistema, palyginti su vyresniais (Butler & McFarlane, 2009; Edmonds, Patterson, & Smith, 2006). Tokios tendencijos pastebimos ir įvairiose Europos šalyse, kur pasitikėjimas mažėja su amžiumi Slovėnijoje, Šveicarijoje, Norvegijoje ir Estijoje. Vis dėlto ne visose šalyse atskleidžiamos reikšmingos sąsajos, pavyzdžiui, Graikijoje vyresni asmenys dažniau turi teigiamą

nuomonę, Liuksemburge ir jauniausi, ir vyriausi asmenys pasitiki labiau, palyginti su kitomis grupėmis, o tuo tarpu Nyderlanduose ir Anglijoje skirtumų neaptikta (van de Walle & Raine, 2008). Vis dėlto taip pat yra tyrimų, kuriuose reikšmingų sąsajų tarp amžiaus ir nuomonės apie teisėsaugos institucijas nerandama (Mattinson & Mirrlees-Black, 2000; Rottman et al., 2003, cit. iš Moorhead et al., 2008). Taigi galima teigti, kad negalima daryti vienareikšmių išvadų apie amžiaus sąsajas su požiūriu į teisėsaugos sistemą, policiją ir teismus.

Kalbant apie lytį, tyrimų rezultatai yra priešaringi, tiek kalbant apie tai, ar lytis apskritai yra susijusi su nuomone kriminalinės justicijos sistemos atžvilgiu, tiek analizuojant šios sistemos vertinimo skirtumus. Tiriant visuomenės nuomonę apie policiją, dalis tyrimų atskleidžia, kad moterys yra labiau patenkintos ir pasitiki policija, palyginti su vyrais (Attwood et al., 2003; Merry et al., 2012; Miller & Davis, 2008; O'Connor, 2008). Pasak Ivković (2008), vyrai ir moterys gali skirtingai pasitikėti policija dėl skirtingų lyčių vaidmenų ir socializacijos procesų, kuriuos jie išgyvena. Teigiama, kad tokie rezultatai gali būti susiję su aukštesniu vyrų nusikaltimų lygiu, kuris gali lemti mišrius jausmus policijos atžvilgiu, pasireiškiančius nepasitikėjimu (Brown & Benedict, 2005). Tuo tarpu kiti tyrimai atskleidžia, kad lytis nėra reikšmingai susijusi su visuomenės nuomone apie policiją (Brick, Taylor, & Esbensen, 2009; Tankebe, 2008). Kalbant apie teismų vertinimą, dalis tyrimų atskleidžia, kad vyrai yra linkę prasčiau vertinti teismus, palyginti su moterimis (Attwood et al., 2003; Mattinson & Mirrlees-Black, 2000). Tuo tarpu yra rezultatų, rodančių, kad vyriškos lyties atstovai yra labiau linkę pasitikėti teisine sistema, palyginti su moteriškos lyties atstovėmis (Sims & Johnston, 2004). Europoje atlikto tyrimo rezultatai atskleidė, kad dažniausiai vyrai ir moterys skirtingai vertina teisėsaugos sistemą. Belgijoje, Danijoje, Liuksemburge, Nyderlanduose, Norvegijoje, Švedijoje ir Šveicarijoje moterys yra mažiau linkusios pasitikėti teisine sistema nei vyrai. Tuo tarpu Anglijoje nerasta lyčių nuomonių apie teisėsaugos sistemą skirtumų (van de Walle & Raine, 2008). Taigi apibendrinant tyrimų rezultatus, galima pastebėti, kad jie yra priešaringi, todėl nėra galimybės daryti vienareikšmes išvadas apie požiūrio į teisėsaugos sistemą, jos institucijas ir pareigūnus skirtumus atsižvelgiant į lytį.

Kitas tyrimuose analizuojamas veiksnys yra išsilavinimas. Kalbant apie tyrimus, kur analizuojamas požiūris į policiją, atskleidžiama, jog aukštesnį išsilavinimą turintys asmenys turi mažiau palankią nuomonę policijos atžvilgiu, palyginti su žemesnį išsilavinimą turinčiais asmenimis (Percy, 1986, cit. iš Ivković, 2008; Weitzer & Tuch, 1999). Brown ir Benedict (2002) teigia, kad labiau išsilavinusiems žmonėms būdingas labiau liberalus požiūris, pabrėžiantis

civilines laisves, todėl požiūris, pavyzdžiui, į policiją (kuri yra laikoma piliečių laisves apribojančia institucija demokratinėje visuomenėje), gali būti labiau neigiamas. Vis dėlto yra rezultatų, rodančių teigiamą ryšį tarp visuomenės pasitikėjimo policija ir išsilavinimo (Reisig & Parks, 2002, cit. iš Ivković, 2008). Tiriant išsilavinimo sąsajas su požiūriu į teismus, yra tyrimų, atskleidžiančių, kad aukštesnis išsilavinimas yra susijęs su prastesniu vertinimu (Attwood et al., 2003), tačiau taip pat yra rezultatų, rodančių priešingas tendencijas, kad aukštesnį išsilavinimą turintys asmenys labiau pasitiki teismais (Benesh, 2006). Kalbant apie Europos šalių požiūrį į teisės saugos sistemą, Anglijoje, Austrijoje, Belgijoje, Danijoje, Vokietijoje, Airijoje, Nyderlanduose, Norvegijoje, Slovakijoje ir Švedijoje labiau išsilavinę asmenys pozityviau vertina teisinę sistemą, o Suomijoje ir Šveicarijoje šis ryšys yra ypač stiprus. Tuo tarpu Čekijoje mažiausiai išsilavinę asmenys yra labiausiai pasitikintys teisine sistema (van de Walle & Raine, 2008). Taigi remiantis empirinių tyrimų rezultatais, galima teigti, jog nėra vienareikšmio sutarimo, kaip išsilavinimas yra susijęs su žmonių požiūriu į teisės saugos sistemą, atskiras institucijas bei pareigūnus.

1.3. Antstolių institucija ir antstolių profesinė veikla

Antstoliai yra Lietuvos teisės saugos institucija, kurios veikla yra individuali, tačiau reglamentuojama 2002 metų Lietuvos Respublikos antstolių įstatymu. Remiantis šiuo įstatymu, antstolis – tai valstybės įgaliotas asmuo, kuriam valstybė suteikia vykdomųjų dokumentų vykdymo, faktinių aplinkybių konstatavimo ir dokumentų perdavimo teismo pavedimu bei kitas įstatymu nustatytas funkcijas (Lietuvos Respublikos Seimas, 2002). Šiuo metu Lietuvoje antstoliais dirba 118 asmenų ir veikia 101 antstolių kontora (Lietuvos antstolių rūmai, 2018b). Privačios antstolių sistemos įteisinimas Europos Sąjungoje nėra retas, kadangi tokias sistemas įteisino nemažai šalių: Belgija, Čekija, Estija, Graikija, Jungtinė Karalystė, Kipras, Latvija, Lenkija, Liuksemburgas, Malta, Nyderlandai, Portugalija, Prancūzija, Rumunija, Slovakija, Slovėnija ir Vengrija (Europos Komisija, 2017).

Remiantis Lietuvos Respublikos antstolių įstatymu (2002), pagrindinė antstolių funkcija yra vykdomųjų dokumentų vykdymas teismo nutarimu, kitaip tariant – pagalba kreditoriui teismo sprendimu susigrąžinti skolą iš skolininko. Antstoliai, atlikdami savo funkcijas, privalo vadovautis antstolių veiklos teisėtumo, kooperacijos ir demokratiškumo bei civilinio proceso principais.

Antstoliais gali būti tik nepriekaištingos reputacijos asmenys, o savo profesines pareigas jie turi atlikti sąžiningai, laikytis konfidencialumo, neatskleisti jiems paaikškėjusių asmeninio gyvenimo aplinkybių, saugoti komercines ir kitas įstatymų saugomas paslaptis. Taip pat jie turi vengti interesų konflikto ar kitų aplinkybių, kurios galėtų kelti abejonių antstolių objektyvumu ir nešališkumu vykdant įstatymo nustatytas funkcijas. Svarbu paminėti, kad antstoliams nukrypęs nuo jiems suteiktų įgaliojimų, vykdant savo profesinę veiklą, kyla rizika, jog atsirastų žmogaus teisių ir laisvių pažeidimai. Dėl šios priežasties už antstolio pareigų nevykdymą arba netinkamą vykdymą antstoliui gali būti taikoma drausminė atsakomybė, už fiziniams ar juridiniams asmenims padarytą žalą vykdant antstolio funkcijas – civilinė atsakomybė, o už tam tikrus teisės aktų pažeidimus, padarytus vykdant antstolio funkcijas - baudžiamoji arba administracinė atsakomybė, kai tokia yra numatyta įstatymų (Lietuvos Respublikos Seimas, 2002).

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvoje antstolių profesinė veikla yra individuali, tačiau griežtai reglamentuojama ir kontroliuojama įstatymų, todėl už savo veiklą antstoliai yra tiesiogiai atskaitingi valstybei.

1.3.1. Antstolių veiklos problematika

Privataus antstolio institucija Lietuvoje yra santykinai jauna, kadangi ją įteisinantį įstatymą įsigaliojo 2003 metais (Lietuvos Respublikos Seimas, 2002). Nepaisant to, antstolių įvykdomų sprendimų ir išieškomų skolų skaičius auga. Pavyzdžiui, per 2003 ir 2004 metus išieškotojams buvo padėta susigrąžinti beveik 39 mln. eurų ir virš 36 mln. eurų skolų (Asociacija Lietuvos antstolių rūmai, 2005). Tuo tarpu per 2015 metus antstoliai padėjo susigrąžinti daugiau kaip 120 mln. eurų skolų (Lietuvos antstolių rūmai, 2016). Tokie skolų susigrąžinimo rodikliai atskleidžia augantį įvykdomų sprendimų ir išieškomų skolų mastą.

Vis dėlto antstolių veiklos teisėtumo klausimai taip pat tampa aktualūs, kadangi lygiagrečiai ryškėja visuomenės nepasitikėjimas antstolių vykdomais veiksmais. Remiantis Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerijos duomenimis, žmonės dažnai pateikia skundus, susijusius su informacijos apie vykdymo veiksmų atlikimą trūkumu, nepagrįstu išieškojimu iš skolininkams priklausančių lėšų, antstolių etikos kodekso pažeidimais bei priskaičiuotomis per didelėmis vykdymo išlaidomis (*Delfi*, 2013; Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerija, 2007). Tokios situacijos gali būti vertinamos iš dviejų perspektyvų - kreditoriaus ir skolininko. Pirmuoju

atveju, asmuo, kuris kreipiasi į teismą, siekia, kad jam būtų suteikta pagalba susigrąžinti skolas, todėl antstolių veikla šiame kontekste yra teismo sprendimo įgyvendinimo užtikrinimo priemonė. Kai skolininkas gera valia negrąžina skolos išieškotojui, tuomet antstolis, teismo sprendimu areštuodamas turtą ar lėšas, vykdo jam pavestas pareigas. Vis dėlto antstolio veiksmai, kai, pavyzdžiui, yra areštuojamas paskutinis skolininkui priklausantis turtas ar lėšos ir jam nepaliekamas kitas pragyvenimo šaltinis, būtų nepateisinami situaciją vertinant iš skolininko perspektyvos. Taigi antstolių vykdoma veikla visuomenės akyse gali būti vertinama tiek kaip teisiškai reglamentuotos pagalbos teikimas, tiek kaip galimai asmens teises pažeidžiantis, neteisingas elgesys. Kaip minėta anksčiau, tyrimai, analizuojantys visuomenės nuomonę teisės saugos institucijų atžvilgiu, atskleidžia, kad kai žmonės vertina teisės saugos institucijų darbą kaip teisingą, tuomet yra labiau pasitenkinti teisės saugos institucijomis ir labiau jomis pasitiki (pvz., Gau, 2010; Hinds & Murphy, 2007; Myhill & Bradford, 2012). Tai reiškia, kad jei visuomenė vertina antstolių darbą kaip neteisingą ir netinkamą, antstolių institucijos įvaizdis gali prastėti, o tai mažintų visuomenės norą bendradarbiauti su antstoliais ir neigiamai paveiktų antstolių darbo vykdymo sklandumą ir kokybę. Dėl šios priežasties, svarbu išsiaiškinti, koks yra antstolių įvaizdis Lietuvoje.

1.3.2. Antstolių įvaizdis

Ieškant literatūros, susijusios su antstolių įvaizdžio tyrimais, buvo rastas vienas tyrimas, kuriame buvo analizuojamas antstolių socialinis įvaizdis Rusijos mieste – Tyumenyje (Karabulatova & Khairullina, 2014). Šio tyrimo santrauka atskleidė, kad jame analizuota Tyumenio miesto gyventojų nuomonė apie antstolių veiklą bei aptarta tikslingo antstolių įvaizdžio formavimo svarba. Daugiau tyrimų, analizuojančių antstolių įvaizdį ir įvairius jo aspektus, nepavyko rasti (buvo ieškoma *EBSCO*, *Research Gate*, *Science Direct*, *SAGE Journals Online*, *Wiley Online Library* duomenų bazėse). Taigi Lietuvoje ir užsienio šalyse egzistuoja empirinių tyrimų, analizuojančių įvairius antstolių įvaizdžio aspektus, trūkumas. Kita vertus, Lietuvoje yra atlikta nemažai rinkos tyrimų, analizuojančių visuomenės nuomonę apie įvairias teisės saugos institucijas, tarp jų ir antstolius. Visuomenės nuomonės apie antstolius tyrimai atskleidžia, kad visuomenės pasitikėjimas antstoliais palaipsniui didėja: 2016 metais atlikto tyrimo metu 64 proc. tyrimo dalyvių teigė pasitikintys antstoliais (Lietuvos Antstolių rūmai, 2016), o 2017 metais taip

teigė net 71 proc. tyrimo dalyvių (Lietuvos Antstolių rūmai, 2017). Dauguma apklaustųjų galimybę susigrąžinti skolas sieja su antstoliais, kitaip tariant, jie būtų linkę kreiptis į antstolius, siekdami susigrąžinti skolas (Lietuvos Antstolių rūmai, 2016). Tuo tarpu kalbant apie visuomenės pasitikėjimą antstoliais kitų teisėsaugos institucijų kontekste, 2014-2017 metų gyventojų nuomonės tyrimai atskleidė, kad labiausiai pasitikima notarais, o mažiausiai - antstoliais (Lietuvos Notarų rūmai, 2014; 2015; 2016; 2017). Galima pastebėti, kad antstolių institucija yra mažiausiai pasitikėjimą kelianti institucija tarp kitų teisėsaugos institucijų. Vis dėlto nors visuomenės nuomonės tyrimai suteikia informacijos apie žmonių pasitikėjimą antstoliais, trūksta tyrimų, kurie analizuotų įvairius antstolių įvaizdžio aspektus.

1.3.3. Antstolių įvaizdžio samprata

1.3.3.1. Antstolių įvaizdžio konstruktas

Analizuojant antstolių įvaizdžio konstrukta, pirmiausia svarbu aptarti antstolių instituciją organizaciniu požiūriu. Organizacija yra apibūdinama kaip socialinis subjektas, turintis savo struktūrą, tikslą, į jį orientuotą veiklą bei tiesioginį ryšį su išorine aplinka (Daft, 2009). Atsižvelgiant į šiuos aspektus, galima teigti, kad antstolių institucija turi visus esminius organizacijai būdingus bruožus, kadangi jis turi savo struktūrą, konkretų veiklos tikslą bei palaiko ryšį su visuomene. Dėl šios priežasties Valicko ir kolegų (2015) suformuluotas įvaizdžio apibūdinimas šiame darbe bus taikomas ir antstoliams. Taigi galima teigti, kad antstolių įvaizdis - tai žmonių susidarytas psichinis antstolių vaizdas, atspindintis jų ypatumus (pvz., veiklos būdus, teikiamas paslaugas, elgesį su klientais) ir apimantis su šia institucija susijusius žmonių įsitikinimus, žinias, emocinius išgyvenimus ir vertybes.

Kalbant apie antstolių įvaizdžio konstrukto aspektus, šiame darbe bus remiamasi keturių organizacijos įvaizdį sudarančių elementų samprata, kuri apima aplinkos, paslaugų, produktų ir socialinio įvaizdžius (pvz., Si & Hitt, 2004). Vis dėlto produktų įvaizdis, kaip organizacijos įvaizdžio dalis, šiame darbe nebus įtraukiamas, kadangi jis yra tinkamas organizacijoms, kurios sukuria / gamina kokius nors produktus, tuo tarpu antstoliai tokių produktų nekuria. Todėl, apibendrinus įvairių autorių nuomonę ir empirinius duomenis (Lim et al., 2000; Si & Hitt, 2004;

Tran et al., 2015) bei remiantis panašiu Lietuvoje vykdytu teisėjų ir teismų įvaizdžio tyrimu (Valickas ir kt., 2015), šiame darbe išskyrėme tokius antstolių įvaizdžio aspektus:

- 1) aplinkos įvaizdį, apimančią antstolių pastatų išorės ir vidaus vertinimą, visuomenei pateikiamą informaciją, antstolių ir antstolių kontorų darbuotojų išvaizdą ir pan.;
- 2) paslaugų įvaizdį, apimančią antstolių teikiamas paslaugas, antstolių ir antstolių darbuotojų elgesio ypatumus (pvz., pagarbus ir mandagus elgesys su klientais, gebėjimai spręsti konfliktines situacijas, geranoriškumas ir pan.);
- 3) socialinį įvaizdį, apimančią antstolio profesijos patrauklumą, visuomenės pagarbą antstoliams, nepriekaištingą antstolių reputaciją, kompetenciją, sąžiningumą ir pan.

1.3.3.2. Antstolių įvaizdį formuojantys veiksniai

Siekiant išanalizuoti veiksnius, kurie gali būti susiję su antstolių įvaizdžio formavimu, toliau aptarsime literatūroje išskiriamus su teisėsaugos institucijų įvaizdžiu susijusius veiksnius: žiniasklaidoje pateikiamą informaciją, žmonių turimas žinias apie antstolius bei žmonių požiūrį į įvairias teisėsaugos institucijas (žr. van de Walle & Raine, 2008; Wilson, 2012).

Žiniasklaidoje galima rasti nemažai publikacijų apie antstolius ir jų vykdomą profesinę veiklą. Dažniausiai spaudoje yra pateikiamos žmonių nuomonės apie tai, kad antstoliai itin didelėmis sumomis įvertina priverstinio skolų išieškojimo vykdymo išlaidas, kurios žmonėms yra nepakeliamos finansiškai (žr. Gudavičė, 2017; Labutytė-Atkočaitienė, 2017; Sinkevičius, 2017; Tvaskienė, 2018). Nuomones antstolių vykdomos veikos atžvilgiu taip pat neretai pateikia Lietuvos Respublikos Seimo nariai teigdami, kad svarbu dėti pastangas apsaugoti skolininkus nuo galimo antstolių piktnaudžiavimo jiems suteiktais įgaliojimais (*Delfi*, 2018; Vyšniauskienė, 2018). Tai galėtų reikšti, kad žiniasklaidoje dominuoja neigiamo pobūdžio informacija, susijusi su antstolių veikla. Vis dėlto šiuo metu žiniasklaidoje taip pat pateikiama nemažai informacijos apie Lietuvos Antstolių rūmų, Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerijos ir Seimo narių siūlomus antstolių veiklos reglamentavimo pakeitimus, kurių dėka priverstinio skolų išieškojimo tvarka iš skolininkų taptų palankesnė finansine prasme (Lietuvos Antstolių rūmai, 2018a; Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerija, 2018). Taigi galima pastebėti, kad nors žiniasklaidoje yra nemažai publikacijų, aptariančių neigiamus antstolių profesinės veiklos aspektus, tačiau taip pat

viešai yra pateikiama informacijos ir apie galimus antstolių veiklos reglamentavimo pakeitimus, kurie galėtų prisidėti prie skolininkams teigiamų pokyčių.

Žinios apie teisėsaugos instituciją gali būti kitas veiksnys, svarbus žmonių nuomonės apie instituciją formavimui. Antstolių rūmų teigimu, daugeliui žmonių trūksta elementarios teisinės informacijos apie priverstinį skolų išieškojimą ir dėl to jie patys neretai nukenčia (Antstolių rūmai, 2006). Dėl šios priežasties Antstolių rūmai netrukus po antstolių veiklos reglamento pakeitimo (2002 metais) pradėjo dėti pastangas, siekdami suteikti visuomenei daugiau žinių apie antstolių profesinės veiklos ypatumus. Kaip pavyzdį galima paminėti Antstolių rūmų organizuotą visuomenės teisinio švietimo programą (Antstolių rūmai, 2006) bei atvirųjų paskaitų ciklą „*Antstolių profesinės veiklos ypatumai*“, kurių metu su Antstolių rūmų atstovais vyko diskusijos apie antstolio profesines funkcijas (Kazimiero Simonavičiaus universitetas, 2015). Taigi galima pastebėti, kad antstoliai stengiasi šviesti žmones, supažindindami juos su antstolių vykdoma veikla.

Taip pat svarbu apžvelgti žmonių nuomonės apie įvairias teisėsaugos institucijas. Lietuvoje vykdomuose tyrimuose skiriama nemažai dėmesio visuomenės pasitikėjimui teisėsaugos institucijomis ir pareigūnais, taip pat kriminalinės justicijos supratimui (žr. Dobryninas, Čėsnienė, Dobrynina, Giedraitis ir Merkevičius, 2014; Dobryninas, Drakšienė, Gaidys, Vileikienė ir Žilinskienė, 2012; Valickas, Justickis, Vanagaitė ir Voropaj, 2013). Vis dėlto tyrimų, tiesiogiai analizuojančių teisėsaugos institucijų įvaizdį, nėra gausu – šiuo metu yra paskelbti du tyrimai, kuriuose analizuojamas teisėjų ir teismų įvaizdis (Valickas ir Jarutienė, 2014; Valickas ir kt., 2015). Valicko ir Jarutienės (2014) tyrimo rezultatai atskleidė, kad analizuotose žiniasklaidos publikacijose pedofilijos skandalo metu vyravo neigiami atsiliepimai apie teisėjus. Tai leido autoriams kelti prielaidas, kad publikacijose pateiktas teisėjų įvaizdis galėjo formuoti neigiamą skaitytojų požiūrį į teisėjus bei į visą teisėsaugos sistemą (Valickas ir Jarutienė, 2014). Kito tyrimo metu Valickas su kolegomis (2015) analizavo išorinį ir vidinį teisėjų ir teismų įvaizdį. Jo rezultatai atskleidė teigiamą teismų ir teisėjų įvaizdį tiriant tiek teisėjus, tiek teismams nepriklausančius asmenis (Valickas ir kt., 2015). Vis dėlto šių dviejų tyrimų rezultatų nėra galimybės palyginti, kadangi šie tyrimai yra skirtingi (pvz., juose analizuoti skirtingi klausimai, buvo naudoti skirtingi tyrimų metodai ir pan.). Taigi net įvertinus tai, jog antstolių įvaizdis gali būti susijęs su kitų teisėsaugos institucijų įvaizdžiu, kelti konkrečias prielaidas apie dabartinį antstolių įvaizdį nėra galimybės.

Remiantis atliktos literatūros analizės rezultatais, galima teigti, kad antstolių įvaizdis ir jo ypatumai yra mažai tyrinėta sritis tiek Lietuvoje, tiek užsienio šalyse. Tai reiškia, kad yra mažai žinoma apie antstolių įvaizdį visuomenėje. Atsižvelgiant į tai, kad teigiamas teisėsaugos institucijų įvaizdis yra svarbus tiek pačioms institucijoms, tiek visuomenei, iškyla poreikis išanalizuoti, koks yra antstolių įvaizdis (tokiam tyrimui pritarė ir Lietuvos Antstolių rūmai).

Mūsų **tyrimo tikslas** – ištirti išorinio (įvairaus amžiaus visuomenės grupių) ir vidinio (antstolių) antstolių įvaizdžio ypatumus. Buvo išskirti tokie **tyrimo klausimai**: 1) koks yra įvairaus amžiaus išorinių grupių atstovų ir antstolių suvokto antstolių įvaizdžio (tam tikrų jo aspektų) pobūdis; 2) kokie yra įvairaus amžiaus išorinių grupių atstovų ir antstolių suvokto antstolių įvaizdžio (tam tikrų jo aspektų) panašumai ir skirtumai; 3) kokios yra išorinių grupių atstovų ir antstolių suvokto antstolių įvaizdžio (tam tikrų jo aspektų) sąsajos su jų socialinėmis ir demografinėmis charakteristikomis.

Siekiant atsakyti į iškeltus tyrimo klausimus buvo suformuluoti tokie **tyrimo uždaviniai**:

1. Ištirti įvairaus amžiaus išorinių grupių atstovų ir antstolių suvokto antstolių įvaizdžio (tam tikrų jo aspektų) pobūdį;
2. Ištirti įvairaus amžiaus išorinių grupių atstovų ir antstolių suvokto antstolių įvaizdžio (tam tikrų jo aspektų) panašumus ir skirtumus;
3. Ištirti išorinių grupių atstovų suvokto antstolių įvaizdžio (tam tikrų jo aspektų) sąsajas su jų socialinėmis ir demografinėmis charakteristikomis.
4. Ištirti antstolių suvokto antstolių įvaizdžio (tam tikrų jo aspektų) sąsajas su jų socialinėmis ir demografinėmis charakteristikomis.

2. TYRIMO METODIKA

2.1. Tyrimo dalyviai

Tyrime dalyvavo išorinės tyrimo grupės (visuomenės atstovai): 18–25, 26–49 ir 50–78 metų amžiaus, bei vidinė tyrimo grupė (antstoliai). Analizuojant išorinę ir vidinę antstolių įvaizdį buvo ištirta 260 asmenų, iš kurių 203 - išorinės grupės atstovai ir 57 - vidinės grupės atstovai.

Dauguma 18–25 metų amžiaus išorinės grupės atstovų turėjo vidurinę išsilavinimą (72,3 proc.), o dauguma 26–49 ir 50–78 metų – aukštąjį išsilavinimą (atitinkamai 82,8 proc. ir 73,7 proc.). Didžioji dalis 18–25 metų tyrimo dalyvių buvo nevedę / netekėjusios (87,1 proc.), o 26–49 ir 50–78 metų – buvo vedę / ištekęsios (atitinkamai 53,1 proc. ir 76,3 proc.). Dauguma visų amžiaus grupių atstovų didžiąją savo gyvenimo dalį praleido dideliame mieste (18–25 m. - 62 proc., 26–49 m. - 67,2 proc. ir 50–78 m. - 78,9 proc.). Didžioji dalis 18–25 metų tyrimo dalyvių su nėra turėję kontaktų su antstoliais (80,2 proc.), o dauguma 26–49 ir 50–78 metų tyrimo dalyvių – yra turėję (atitinkamai 64,1 proc. ir 57,9 proc.). Taip pat pusė arba daugiau nei pusė visų amžiaus grupių atstovų artimųjų / pažįstamų yra turėję kontaktų su antstoliais (18–25 m. - 49,5 proc., 26–49 m. - 65,6 proc. ir 50–78 m. - 71,1 proc.). Didesnė dalis visų amžiaus grupių atstovų nėra išklausę jokių teisinės tematikos disciplinų (18–25 m. - 57,4 proc., 26–49 m. - 39,1 proc., ir 50–78 m. - 76,3 proc.), tuo tarpu ketvirtadalis 26–49 metų tyrimo dalyvių studijavo / studijuoja teisę. Daugiau nei trečdalis 18–25 ir 26–49 metų tyrimo dalyvių domėjosi teisinės tematikos informacija spaudoje (atitinkamai 40,6 proc. ir 46,9 proc.), tuo tarpu 50–78 metų tyrimo dalyvių domėjosi daugiau kaip du trečdaliai (73,7 proc.). Didesnė dalis visų amžiaus grupių atstovų domėjosi teisine informacija internete (18–25 m. - 51,5 proc., 26–49 m. - 62,5 proc., ir 50–78 m. - 65,8 proc.). Daugiau kaip du trečdaliai 50–78 metų (73,7 proc.) bei mažiau nei pusė 18–25 metų (33,7 proc.) ir 26–49 metų (48,4 proc.) tyrimo dalyvių domėjosi teisinės tematikos informacija televizijoje. Taip pat mažiau nei trečdalis 18–25 metų (16,8 proc.) ir 26–49 metų (29,7 proc.) bei daugiau nei trečdalis 50–78 metų (34,2 proc.) tyrimo dalyvių domėjosi teisinės tematikos informacija radijuje.

Daugiau negu pusė (52,6%) vidinės grupės atstovų (antstolių) dirba didžiųjų šalies miestų antstolių kontorose (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose ir Panevėžyje). Antstolių darbo stažas svyravo nuo 2 iki 41 metų (vidurkis (M) = 14,9, standartinis nuokrypis (SD) = 6,93).

2.2. Tyrimo instrumentai

2.2.1. Antstolių įvaizdžio klausimynas

Siekiant įvertinti tyrimo dalyvių suvoktą antstolių įvaizdį, buvo sukurtas *Antstolių įvaizdžio* klausimynas. Prieš rengiant pirminę klausimyno versiją buvo atlikti šeši pusiau struktūruoti interviu su virš 10 metų antstoliais dirbančiais asmenimis (vidutinė interviu trukmė – 1 val.). Interviu metu buvo siekiama surinkti kuo išsamesnę informaciją apie įvairius su antstolių darbu susijusius ypatumus. Išanalizavus interviu metu surinktą informaciją ir remiantis anksčiau sukurtu *Teisėjų ir teismų įvaizdžio* klausimynu (žr. Valickas ir kt., 2015), buvo sudarytas pradinis klausimyno teiginių sąrašas. Jis buvo pateiktas šešioms ekspertams (interviu dalyvavusiems antstoliams) vertinimui. Atsižvelgus į ekspertų pastebėjimus, dalis teiginių buvo pakoreguoti ir sudaryta 47 teiginių pradinė klausimyno versija. Klausimyno teiginiai vertinami taikant *Likert* skalę nuo 1 („visiškai nesutinku“) iki 7 („visiškai sutinku“). Siekiant išanalizuoti ir patikrinti sudarytą klausimyną, buvo atliktas bandomasis tyrimas.

2.2.1.1. Bandomasis tyrimas

Bandomajame tyrime dalyvavo 101 tyrimo dalyvis nuo 18 iki 22 metų ($M = 19,56$, $SD = 0,90$) ir kurių daugumą sudarė moterys (80,2 proc.). Tyrimo duomenims surinkti pasirinkta netikimybinė patogioji atranka, kadangi buvo siekiama per ribotą laiko periodą surinkti reikiamą tyrimo dalyvių skaičių. Bandomojo tyrimo vykdymo trukmė - dvi savaitės.

Atlikus bandomąjį tyrimą, siekiant išsiaiškinti klausimyno faktorių struktūrą, buvo atlikta tiriamoji faktorių analizė su *Varimax* pasukimu. Kadangi *Keiser-Meyer-Olkin* (KMO) koeficientas buvo lygus 0,811, o *Bartlett* sferiškumo testas buvo reikšmingas ($p < 0,001$), buvo padaryta išvada, kad duomenys yra tinkami faktorių analizei (Yong, & Pearce, 2013). Analizės metu išskirti 10 faktorių, kurių tikrinės reikšmės buvo didesnės negu 1 ir kurie paaiškino 74,62 proc. duomenų sklaidos.

Kadangi bandomojo tyrimo metu išskirtas faktorių skaičius neatitiko teorinių prielaidų (t. y. numatytų trijų įvaizdžio aspektų – aplinkos, paslaugų ir socialinio), buvo nuspręsta sumažinti klausimyno faktorių skaičių. Išanalizavus faktorių sumines apkrovas (*angl.* extraction sums of

squared loadings), tikrinių reikšmių grafiko (*angl.* scree plot) kreivės lūžio taškus bei paaiškinamą duomenų sklaidos dalį, buvo nuspręsta pasirinkti 3 arba 4 faktorių klausimyno struktūrą. Siekiant išskirti norimą skaičių faktorių, buvo galimi du būdai: pirmasis – atsižvelgiant į įvairius teiginių tinkamumo kriterijus, paėliui šalinti teiginius ir kartoti tiriamąją faktorių analizę, kol bus išskirtas norimas klausimyno faktorių skaičius; antrasis – nurodyti programai išskirti 3 arba 4 faktorius ir atsižvelgiant į įvairius teiginių tinkamumo kriterijus paėliui šalinti teiginius bei kartoti tiriamąją faktorių analizę, kol bus išskirtas norimas faktorių skaičius. Pirmasis būdas yra dažniau taikomas, kai analizuojamas naujai sudarytas klausimynas, o antrasis būdas dažniau taikomas, kai klausimyno struktūra yra aiški (t. y. išanalizuota kituose tyrimuose) (Brown, 2006a). Analizuojant klausimyną buvo patikrinti abu būdai, siekiant pasirinkti kuo adekvatesnį ir tinkamesnį duomenims variantą. Analizės metu buvo šalinami klausimyno teiginiai, atsižvelgiant į tokius aspektus: 1) teiginių faktorines apkrovas išskirtuose faktoriuose, taikant mažiausiai griežtą šalinimo atskaitos tašką (šalinama, kai teiginio faktorinės apkrovos visuose faktoriuose $< 0,4$); 2) teiginių faktorines apkrovas keliuose išskirtuose faktoriuose (šalinama, kai teiginio apkrovų skirtumas skirtinguose faktoriuose $< 0,3 - 0,4$); 3) konkrečiame faktoriuje esančio teiginio prasminės sąsajos su likusiais to paties faktoriaus teiginiais (šalinama, kai teiginys neturi aiškių prasminių sąsajų su likusiais to paties faktoriaus teiginiais) (Matsunaga, 2010). Atlikus tiriamąją faktorių ir nuoseklią statistiniais bei prasminiais kriterijais paremtą teiginių analizę, buvo gauti tokie pagrindiniai rodikliai:

- 1) nurodžius išskirti 4 faktorius: $KMO = 0,847$, *Bartlett* sferiškumo testas $p < 0,001$, išskirti faktoriai (kurių tikrinės reikšmės viršijo 1) paaiškino 60,8 proc. duomenų sklaidos;
- 2) nurodžius išskirti 3 faktorius: $KMO = 0,845$, *Bartlett* sferiškumo testas $p < 0,001$, išskirti faktoriai (kurių tikrinės reikšmės viršijo 1) paaiškino 54,84 proc. duomenų sklaidos
- 3) laisvai išskiriant 4 faktorius: $KMO = 0,855$, *Bartlett* sferiškumo testas $p < 0,001$, išskirti faktoriai (kurių tikrinės reikšmės viršijo 1) paaiškino 64,32 proc. duomenų sklaidos;
- 4) laisvai išskirti 3 faktorių nepavyko, kadangi siekiant tai padaryti, teko pašalinti visus vienos skalės teiginius, kas būtų prieštaravę teoriniam klausimyno pagrindui.

Analizės rezultatai atskleidė, kad remiantis pagrindiniais rodikliais, labiausiai faktorių analizei tiko būdas, laisvai išskiriant 4 faktorius (Yong, & Pearce, 2013). Išskirti 4 faktoriai didžiąja dalimi atitiko teorinę klausimyno struktūrą, kadangi susidarė du numatyti faktoriai, o trečiasis išsiskyrė į du logiškus faktorius. Šiuo atveju taip pat svarbu atkreipti dėmesį į kelis aspektus. Pirmiausia,

Antstolių įvaizdžio klausimynas yra naujas, todėl jo psichometrinės charakteristikos ir struktūra buvo analizuojamos pirmą kartą. Kuriant *Antstolių įvaizdžio* klausimyną nebuvo galimybės remtis panašiais tyrimais dėl jų trūkumo, todėl buvo remiamasi kitų teisėsaugos institucijų tyrimų pagrindu. Dėl šios priežasties *Antstolių įvaizdžio* klausimyno struktūra buvo sudarinėjama atsižvelgiant į *Teisėjų ir teismų įvaizdžio* klausimyną (Valickas ir kt., 2015). Pastarojo klausimyno psichometrinių charakteristikų analizė kėlė tam tikrų sunkumų: norint gauti pageidaujamą faktorių skaičių ir klausimyno struktūrą, reikėjo taikyti įvairius duomenų analizės būdus, apimant nuoseklią teiginių atranką bei teoriškai numatytų skalių analizę taikant parceliavimo (*angl.* parcel) metodą. Tai atskleidžia, kad *Teisėjų ir teismų įvaizdžio* klausimyno teorinė struktūra, nors ir buvo patvirtinta, tačiau turėtų būti vertinama atsargiai panašią klausimyno struktūrą taikant kituose klausimynuose, šiuo atveju – *Antstolių įvaizdžio* klausimyne. Taip pat reiktų išskirti, kad esminis tiriamosios faktorių analizės tikslas – išanalizuoti klausimyną, t. y. klausimyno kintamųjų tarpusavio ryšius ir jų grupavimo tendencijas, todėl ją atliekant svarbu kuo labiau įsigilinti į tyrimo duomenis (Brown, 2006b; Yong, & Pearce, 2013). Taigi, atsižvelgiant į tai, kad *Antstolių įvaizdžio* klausimyno psichometrinės charakteristikos buvo analizuojamos pirmą kartą ir kad analizuojant *Antstolių įvaizdžio* klausimyną, jo struktūrą reikėtų vertinti atsargiai, todėl buvo nuspręsta kruopščiai išanalizuoti gautus tyrimo duomenis, siekiant kuo geriau suprasti klausimyno kintamųjų panašumus bei ryšius, taip pat atsižvelgiant į teorinį pagrindą, tačiau jį vertinant liberaliai. Dėl šių priežasčių analizuojant klausimyną buvo pasirinkta taikyti laisvai išskirtų 4 faktorių klausimyno struktūrą.

Atlikus nuoseklią statistiniais ir prasminiais kriterijais paremtą teiginių analizę ir jų atranką, buvo pašalinta 19 teiginių, todėl klausimyną sudarė 28 teiginiai. Kadangi *Keiser-Meyer-Olkin* (KMO) koeficientas buvo lygus 0,855, o *Bartlett* sferiškumo testas buvo reikšmingas ($p < 0,001$), buvo padaryta išvada, kad klausimynas yra tinkamas tiriamajai faktorių analizei (Yong, & Pearce, 2013). Išskirti 4 klausimyno faktoriai, kurių tikrinės reikšmės buvo didesnės negu 1, paaiškino 64,32 proc. duomenų sklaidos. Klausimyno teiginių svoriai faktoriuose yra pateikti 1-ame priede. Klausimyno teiginiai buvo priskirti keturioms skalėms: 1) ***aplinkos įvaizdžio*** skalei, kuri atspindi antstolių įvaizdžio aspektus, susijusius su fizine antstolių kontorų aplinka (skalę sudarė 6 teiginiai, pvz., „*Antstolių kontoros yra erdvios, tvarkingos ir švarios*“, „*Antstolių kontorų interesantų priėmimo erdvėse yra užtikrinamas privatumas ir saugumas*“); 2) ***informacijos įvaizdžio*** skalei, kuri atspindi antstolių įvaizdžio aspektus, susijusius su informacijos apie jų veiklą

pateikimu (skalę sudarė 6 teiginiai, pvz., „*Antstolių rūmų internetinėje svetainėje pateikiama pakankamai informacijos (pvz., apie reikalingus dokumentus, skolų išieškojimo tvarką, priverstines bei nepriverstines poveikio priemones ir pan.)*“, „*Antstolių kontorose informacija pateikiama aiškiai ir suprantamai*“); 3) **paslaugų įvaizdžio** skalei, kuri atspindi antstolių įvaizdžio aspektus, susijusius su jų paslaugų teikimu bei elgesiu su klientais (skalę sudarė 9 teiginiai, pvz., „*Antstoliai visada laikosi įstatymų ir valstybės institucijų priimtų norminių aktų bei nutarimų*“, „*Antstoliai elgiasi su visais žmonėmis geranoriškai*“); 4) **socialinio įvaizdžio** skalei, kuri atspindi antstolių įvaizdžio aspektus, susijusius su antstolių profesijos vertinimu visuomenėje (skalę sudarė 7 teiginiai, pvz., „*Antstolio profesija yra patraukli ir prestižinė*“, „*Antstoliais galima pasitikėti*“).

Taip pat buvo išanalizuotas klausimyno patikimumas, vertinant jo vidinį suderintumą. Gauti tokie *Cronbach α* rodikliai: Aplinkos įvaizdžio skalės $\alpha = 0,863$, Informacijos įvaizdžio skalės $\alpha = 0,885$, Paslaugų įvaizdžio skalės $\alpha = 0,922$, Socialinio įvaizdžio skalės $\alpha = 0,838$. Klausimyno patikimumo analizė atskleidė, kad klausimynas turi gerą vidinį suderintumą (Pallant, 2005), todėl yra tinkamas tolesniems tyrimams, šiuo atveju – pagrindiniam šio darbo tyrimui.

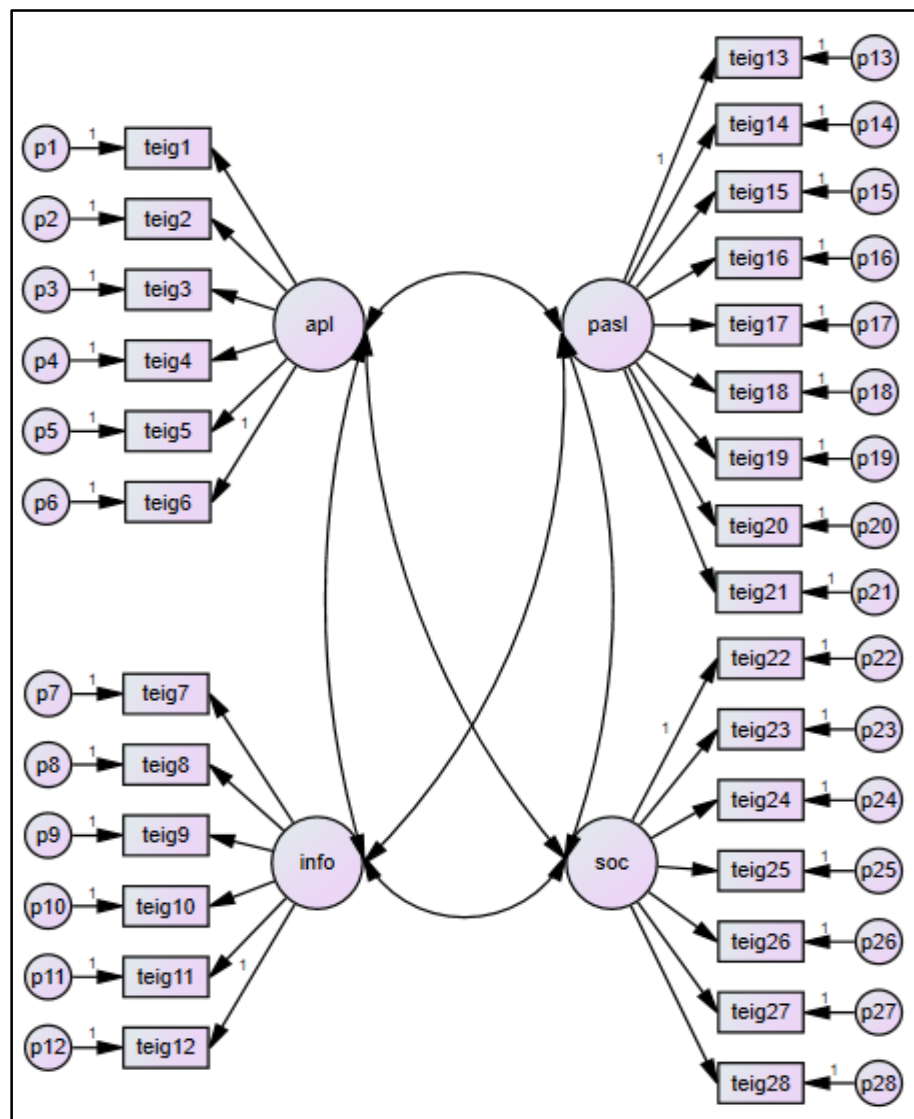
2.2.1.2. Pagrindinis tyrimas

Pagrindiniame tyrime dalyvavo 260 tyrimo dalyvių, iš kurių 203 - įvairių amžiaus grupių atstovai ir 57 - antstoliai. Tyrimo duomenims surinkti pasirinktas mišrus netikimybinis atrankos metodas. Visuomenės grupių atstovams pasiekti buvo taikomi patogiosios ir „sniego gniūžtės“ principo netikimybinės atrankos metodai, o antstoliams ir jų klientams pasiekti buvo taikoma tikslinė netikimybinė atranka.

Atlikus tyrimą, siekiant įvertinti, ar 28 *Antstolių įvaizdžio* klausimyno teiginiai gali sudaryti keturis atskirus faktorius, buvo atlikta patvirtinamoji faktorių analizė su pagrindinio tyrimo duomenimis, naudojant struktūrinių lygčių modeliavimą *Amos Graphics 21.0* programiniu paketu. Prieš atliekant analizę duomenų SPSS faile trūkstamos reikšmės (*angl. missing values*) buvo pakeistos į kiekvieno kintamojo vidurkius atitinkamai, kad būtų galimybė modifikuoti modelį pagal *Amos Graphics 21.0* programos siūlomus pakeitimus.

Testuojamas buvo patvirtinamosios faktorių analizės modelis, kuris yra pavaizduotas 2-ame paveiksle. Šiame modelyje kintamieji sudaro keturis atskirus faktorius, kurių kiekvienas vertina skirtingus aspektus. Kintamieji *teig1 - teig6* patenka į pirmą - *aplinkos įvaizdžio (apl)*

faktorių, kintamieji *teig7 - teig12* į antrą - *informacijos įvaizdžio (info)* faktorių, kintamieji *teig13 - teig21* į trečią – *paslaugų įvaizdžio (pasl)* faktorių, o kintamieji *teig22 – teig28* į ketvirtą – *socialinio įvaizdžio (soc)* faktorių. Šie keturi faktoriai yra tarpusavyje susiję. Patvirtinamosios faktorių analizės modelis buvo vertinamas taikant tris tinkamumo kriterijus: *CFI* (palyginimo indeksas), *TLI* (*Tucker* ir *Lewis* indeksas) ir *RMSEA* (aprosimacijos liekanos kvadrato šaknies paklaida). *CFI* ir *TLI* indeksų $> 0,90$ reikšmės atskleidžia pakankamą modelio tikimą duomenims ($> 0,95$ – gerą modelio tikimą duomenims), *RMSEA* $< 0,08$ reikšmės - pakankamą modelio tikimą duomenims ($< 0,05$ – gerą modelio tikimą duomenims) (Brown, 2006b).



2 paveikslas. Patvirtinamosios faktorių analizės modelis.

Siekiant įvertinti, ar *Antstolių įvaizdžio* klausimyno kintamieji sudaro keturis atskirus faktorius, išskirtus bandomojo tyrimo metu, buvo tikrinamas 2-ame paveiksle pristatytas modelis. Modelio analizė atskleidė, kad toks modelis yra galimas bei kad kintamieji *teig1 - teig6* patenka į pirmą *aplinkos įvaizdžio* faktorių, kintamieji *teig7 - teig12* patenka į antrą - *informacijos įvaizdžio* faktorių, kintamieji *teig13 - teig21* patenka į trečią - *paslaugų įvaizdžio* faktorių, o kintamieji *teig22 - teig28* patenka į ketvirtą - *socialinio įvaizdžio* faktorių. Matavimo kintamųjų faktorių svoriai latentiniuose kintamuosiuose buvo nuo 0,487 iki 0,935, o latentinių kintamųjų tarpusavio koreliacijos koeficientai r - nuo 0,715 iki 0,913 ($p < 0,05$). Tai reiškia, kad yra galimi keturi faktoriai, kurie atspindi pateiktus kintamuosius, ir, nors apibūdina skirtingus antstolių įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį aspektus, yra statistiškai reikšmingai susiję tarpusavyje.

Modelio tinkamumo kriterijai atskleidė, kad modelis nėra pakankamai geras, kadangi $\chi^2 = 1154,405$ ($p < 0,001$), $df = 344$, $CFI = 0,896$, $TLI = 0,885$, $RMSEA = 0,095$. Dėl šios priežasties buvo nuspręsta koreguoti modelį atsižvelgiant į *Amos Graphics 21.0* siūlomus pakeitimus (*angl. modification indices*), kurių reikšmė buvo didžiausia. Paeiliui buvo pridamos kintamųjų paklaidų koreliacijos, atsižvelgiant į programos siūlomų koreliacijų kintamųjų prasmines sąsajas tarpusavyje. Pridėtos šių kintamųjų paklaidų koreliacijos: *teig11-teig12*, *teig9-teig10*, *teig7-teig8*, *teig22-teig23*, *teig16-teig17* bei *teig26-teig27*. Buvo gautas naujas modelis, kurio tinkamumo rodikliai atskleidė, kad jis yra pakankamai tinkamas duomenims: $\chi^2 = 742,044$ ($p < 0,001$), $df = 338$, $CFI = 0,947$, $TLI = 0,941$, $RMSEA = 0,068$. Nors chi kvadratas išliko reikšmingas, tačiau literatūroje nurodoma, jog jis yra jautrus imties dydžiui ir dažnai tampa reikšmingas didėjant imčiai (kai yra 100 ir daugiau tyrimo dalyvių), todėl jį reiktų vertinti kitų rodiklių kontekste (Brown, 2006b), kurie šiuo atveju yra pakankamai geri. Naujojo modelio matavimo kintamųjų faktorių svoriai latentiniuose kintamuosiuose yra pateikti 2-ame priede, o latentinių kintamųjų tarpusavio koreliacijos koeficientai r svyravo nuo 0,727 iki 0,934 ($p < 0,05$). Siekiant įvertinti, ar naujasis modelis statistiškai reikšmingai skiriasi nuo pirminio (t. y. ar naujasis modelis yra geresnis už pirminį), buvo pasitelktas chi kvadrato skirtumo testas:

pirmojo modelio: $\chi^2 = 1154,405$, $df = 344$;

antrojo modelio: $\chi^2 = 746,116$, $df = 338$;

tai $\Delta\chi^2 = 1154,405 - 746,116 = 408,289$; $\Delta df = 344 - 338 = 6$.

Pagal chi kvadrato lentelę, kad modeliai būtų statistiškai reikšmingai skirtingi esant 6 laisvės laipsniams, chi kvadrato skirtumas turėtų būti 12,592 ir daugiau, kai reikšmingumo lygmuo yra 0,05. Gautas chi kvadrato skirtumas viršijo 12,592, vadinasi, modeliai statistiškai reikšmingai skiriasi. Tai reiškia, kad naujasis keturių faktorių modelis yra labiau tinkamas duomenims, palyginti su pirminiu keturių faktorių modeliu. Remiantis patvirtinamosios faktorių analizės rezultatais galima teigti, kad kintamieji sudaro keturis faktorius, iš kurių susideda *Antstolių įvaizdžio* klausimynas, bei kad sudarytas keturių faktorių modelis yra tinkamas duomenims.

Taip pat buvo išanalizuotas klausimyno patikimumas, vertinant jo skalių vidinį suderintumą. Gauti tokie rodikliai: Aplinkos įvaizdžio skalės *Cronbach α* = 0,926, Informacijos įvaizdžio skalės *Cronbach α* = 0,904, Paslaugų įvaizdžio skalės *Cronbach α* = 0,961, Socialinio įvaizdžio skalės *Cronbach α* = 0,882. Kadangi 0,8 ir daugiau *Cronbach α* įverčiai reiškia, kad vidinis klausimyno ir jo skalių vidinis suderintumas yra geras (Pallant, 2005), remiantis šiais rodikliais, galima teigti, kad *Antstolių įvaizdžio* klausimyno visų skalių patikimumas yra geras.

Taip pat buvo išanalizuotas *Antstolių įvaizdžio* klausimyno Aplinkos, Informacijos, Paslaugų ir Socialinės skalių duomenų pasiskirstymas. Analizė atskleidė, kad kiekvienos skalės *Kolmogorov – Smirnov* testas buvo reikšmingas ($p = 0,002$ arba $p < 0,001$). Asimetriškumo koeficientas visose skalėse pateko į normos ribas (nuo –0,8 iki 0,8), eksceso koeficientas taip pat pateko į normos ribas (nuo –0,8 iki 0,8) visose skalėse, išskyrus Paslaugų skalę, tačiau šios skalės eksceso koeficientas pateko į mažiau griežtai vertinamas normos ribas (nuo -1 iki 1) (Pallant, 2005). Analizuojant visų skalių histogramas, duomenų pasiskirstymas vizualiai apytiksliai atitiko Gauso skirstinį. Nors ne visos normalumo prielaidos buvo patvirtintos analizės metu, tačiau, remiantis literatūra, neatitikimas didelėse imtyse (kai tyrimo dalyvių yra 30 ir daugiau) yra galimas ir dažniausiai nelemia netikslumų taikant parametrinę statistiką (Pallant, 2005). Dėl šios priežasties buvo nuspręsta *Antstolių įvaizdžio* klausimyno Aplinkos, Informacijos, Paslaugų ir Socialinės skalių duomenų pasiskirstymą laikyti normaliu.

2.3. Socialinių ir demografinių charakteristikų anketa

Siekiant išsiaiškinti su tyrimo dalyvių socialiniais ir demografiniais ypatumais susijusius aspektus, buvo naudojama anketa, kurioje buvo renkama informacija apie išorinės grupės (visuomenės atstovų) tyrimo dalyvių amžių, lytį, išsilavinimą, šeiminių padėčių, gyvenamąją vietą,

tyrimo dalyvių bei jų artimųjų / pažįstamų kontaktų su antstoliais patirtį, įgytas teisinės žinias bei domėjimąsi teisinės tematikos informacija spaudoje, internete, televizijoje ir radijuje (žr. 3-ią priedą). Vidinės grupės (antstolių) tyrimo dalyvių buvo klausiama amžiaus, lyties, darbo antstoliu trukmės bei darbo vietos (žr. 4-ą priedą).

2.4. Tyrimo eiga

Tyrimui atlikti buvo pasirinkta koreliacinio tyrimo strategija. Tyrimo vykdymo metodai – „popieriaus ir pieštuko“ bei internetinis, kuriuos sudarė tyrimo metodikų rinkinys: kreipimasis į tyrimo dalyvį (žr. 5-ą priedą ir 6-ą priedą) su *Antstolių įvaizdžio* klausimyno pildymo instrukcija (žr. 7-ą priedą), *Antstolių įvaizdžio* klausimynas ir socialinių – demografinių charakteristikų anketa. „Popieriaus ir pieštuko“ tyrimo metodikų rinkinys buvo naudojamas siekiant surinkti antstolių bei jų klientų atsakymus. Antstolių rūmų atstovė visiems Lietuvos antstoliams į jų tarnybinius elektroninio pašto adresus išsiuntė elektroninius laiškus su prašymu dalyvauti tyrime ir elektroniniais metodikų rinkiniais. Užpildytus metodikų rinkinius (antstolių ir antstolių klientų) antstoliai skenavo ir elektroniniu būdu siuntė Antstolių rūmų atstovei, kuri užpildytus metodikų rinkinius persiuntė tyrėjai. Taip pat „popieriaus ir pieštuko“ tyrimo metodikų rinkinys buvo naudojamas renkant išorinių grupių duomenis, kuriuos buvo galimybė pasiekti tiesiogiai. Internetinis tyrimo metodikos variantas buvo naudojamas tiriant išorines tyrimo grupes, kurių nebuvo galimybės pasiekti tiesiogiai. Internetinis tyrimo metodikos variantas buvo įkeltas į internetinį tinklą (www.manoapklausa.lt), kurio nuoroda, kartu su kvietimu dalyvauti tyrime bei prašymu persiųsti nuorodą kitiems potencialiems tyrimo dalyviams, buvo platinama socialiniame tinkle „Facebook“ arba siunčiama asmeniškai elektroniniu paštu, gavus asmens sutikimą dalyvauti tyrime.

Vieno tyrimo dalyvio dalyvavimo tyrime trukmė buvo 15-20 min, o bendra tyrimo vykdymo trukmė (apimant bandomąjį ir pagrindinį tyrimus) – pusantro mėnesio.

2.5. Statistinė duomenų analizė

Statistinė duomenų analizė buvo atlikta naudojant statistinį programinį paketą *IBM SPSS Statistics 21.0*. Kadangi visi tyrime analizuojami kintamieji buvo pasiskirstę normaliai, todėl

ryšiams ir skirtumams tirti buvo taikomi parametriniai kriterijai. Kintamųjų tarpusavio sąsajoms įvertinti taikytas *Pearson* koreliacijos kriterijus, dviejų skirtingų grupių vidurkių palyginimui naudotas *Student T* - testas, skirtas nepriklausomoms imtims, kelių skirtingų grupių vidurkių palyginimui naudota vienfaktorinė dispersinė analizė (*ANOVA*), kelių priklausomų grupių vidurkių palyginimui naudota blokuotų duomenų analizė *ANOVA*.

3. REZULTATAI

Siekiant atsakyti į tyrimo klausimus, buvo atlikta tyrimo rezultatų analizė. Šiame skyrelyje bus aptariami tyrimo duomenų statistinės analizės metu gauti rezultatai. Pirmiausia bus apžvelgiami ir tarpusavyje lyginami išorinės (visuomenės atstovų) ir vidinės (antstolių) grupių atstovų antstolių įvaizdžio vertinimo rezultatai. Tuomet bus aptariami išorinių grupių atstovų antstolių įvaizdžio vertinimo rezultatai, atsižvelgiant į jų socialines ir demografines charakteristikas. Galiausiai bus aptariami vidinės grupės atstovų antstolių įvaizdžio vertinimo rezultatai, atsižvelgiant į jų socialines ir demografines charakteristikas.

3.1. Išorinės ir vidinės grupių antstolių įvaizdžio vertinimas

Analizuojant gautus tyrimo rezultatus, pirmiausia buvo apskaičiuoti išorinės ir vidinės grupių atstovų visų įvaizdžio klausimyno skalių vertinimo vidurkiai ir standartiniai nuokrypiai. Gauti rezultatai yra pateikti 3-ioje lentelėje. Svarbu priminti, kad šiame tyrime buvo naudojama 7 balų *Likert* skalė, kur 1 vertinimo balas atspindi visišką nepritarimą / visiškai neigiamą vertinimą, 4 vertinimo balai - nei pritarimą, nei nepritarimą / neutralų vertinimą, 7 vertinimo balai - visišką pritarimą / visiškai teigiamą vertinimą.

3 lentelė. *Išorinių ir vidinės (antstolių) grupių atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.*

	Aplinkos įvaizdis	Informacijos įvaizdis	Paslaugų įvaizdis	Socialinis įvaizdis
Tyrimo dalyvių grupės	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)
18 - 25 m. (n = 101)	4,70 (0,98)	5,05 (0,99)	4,64 (1,23)	4,28 (0,91)
26 - 49 m. (n = 64)	4,91 (1,36)	4,93 (1,17)	4,59 (1,61)	4,48 (1,47)
50 - 78 m. (n = 38)	5,18 (1,32)	5,46 (1,26)	4,96 (1,67)	4,55 (1,67)
Antstoliai (n = 57)	6,11 (0,82)	6,27 (0,63)	6,36 (0,60)	5,94 (0,77)

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis.

3-ioje lentelėje pateikti rezultatai atskleidžia, kad įvairaus amžiaus išorinių grupių atstovų ir antstolių suvokti antstolių įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinis aspektai yra teigiami. Visų išorinių grupių atstovų aplinkos, informacijos ir paslaugų įvaizdžių skalių vidurkiai svyruoja nuo 4 iki 6, kas reiškia, jog vertinimai yra nuo neutralių iki „didžiąja dalimi“ teigiamų, o socialinio įvaizdžio skalės vidurkiai yra didesni už 4, t. y. svyruoja nuo neutralių iki „iš dalies“ teigiamų vertinimų. Tuo tarpu antstolių grupės atstovų aplinkos, informacijos ir paslaugų įvaizdžių skalių vidurkiai yra didesni už 6, tai reiškia, kad vertinimai yra nuo „didžiąja dalimi“ teigiamų iki „visiškai“ teigiamų, o socialinio įvaizdžio skalės vidurkis yra didesnis už 5, t. y. vertinimai svyruoja nuo „iš dalies“ teigiamų iki „didžiąja dalimi“ teigiamų.

Siekiant geriau suprasti, kaip išorinės grupės vertina skirtingus įvaizdžio aspektus, atsižvelgiant į amžių, buvo atlikta *ANOVA* analizė (žr. 4-ą lentelę), o siekiant išanalizuoti vertinimo skirtumus išorinėse grupėse pagal amžių bei antstolių grupėje, buvo atlikta statistinė analizė taikant blokuotų duomenų *ANOVA*.

4 lentelė. Skirtingo amžiaus išorinių grupių atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

	18 - 25 m. (n = 101)	26 - 49 m. (n = 64)	50 - 78 m. (n = 38)			
Įvaizdžio skalės	M (SD)	M (SD)	M (SD)	F	df	p
Aplinkos	4,70 (0,98)	4,91 (1,36)	5,18 (5,18)	2,46	2	0,088
Informacijos	5,05 (0,99)	4,93 (1,17)	5,46 (1,26)	2,92	2	0,056
Paslaugų	4,64 (1,23)	4,59 (1,61)	4,96 (1,67)	0,89	2	0,411
Socialinis	4,28 (0,91)	4,48 (1,47)	4,55 (1,67)	0,87	2	0,420

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis.

Pagal 4-oje lentelėje pateiktus rezultatus galima pastebėti, kad nėra statistiškai reikšmingų įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumų tarp 18–25, 26–49 ir 50–78 metų išorinių grupių atstovų, vertinant įvairius antstolių įvaizdžio aspektus. Tai reiškia, kad įvairaus amžiaus išorinių grupių atstovai panašiai palankiai vertina antstolių įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį aspektus.

Tuo tarpu išanalizavus įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumus įvairaus amžiaus išorinių grupių viduje buvo rasti statistiškai reikšmingi skirtumai visose grupėse: 18–25 metų (*Wilks' Lambda* = 0,620, *F* = 20,035, *p* < 0,001), 26–49 metų (*Wilks' Lambda* = 0,811, *F* = 4,742, *p* = 0,005) ir 50–78 metų (*Wilks' Lambda* = 0,519, *F* = 10,795, *p* < 0,001). Jauniausioje amžiaus grupėje palankiausiai vertinamas informacijos įvaizdis, mažiau palankiai - aplinkos ir paslaugų įvaizdžiai, o mažiausiai palankiai – socialinis įvaizdis (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* = 0,001 arba *p* < 0,001). 26–49 metų amžiaus grupėje socialinis įvaizdis buvo vertinamas mažiau palankiai, palyginti su aplinkos ir informacijos įvaizdžiais (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* = 0,02 arba *p* = 0,007). Vyriausioje amžiaus grupėje socialinis įvaizdis buvo vertinamas mažiausiai palankiai, o informacijos įvaizdis - palankiau už paslaugų įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,014 iki < 0,001).

Išanalizavus vidinės grupės atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčius buvo rasti statistiškai reikšmingi skirtumai (*Wilks' Lambda* = 0,61, *F* = 11,403, *p* < 0,001). Antstoliai palankiau vertino aplinkos įvaizdį, palyginti su paslaugų įvaizdžiu, bei palankiau vertino informacijos ir paslaugų įvaizdžius, palyginti su socialiniu įvaizdžiu (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,019 iki < 0,001).

Siekiant palyginti išorinės ir vidinės grupių atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčius, buvo atlikta *ANOVA* analizė, gauti rezultatai yra pateikti 5-oje lentelėje.

5 lentelė. Išorinių ir vidinės (antstolių) grupių atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčių palyginimas.

	18 - 25 m. (n = 101)	26 - 49 m. (n = 64)	50 - 78 m. (n = 38)	Antstoliai (n = 57)			
Įvaizdžio skalės	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)	F	df	p
Aplinkos	4,70 (0,98)	4,91 (1,36)	5,18 (5,18)	6,11 (0,82)	2,46	3	< 0,001
Informacijos	5,05 (0,99)	4,93 (1,17)	5,46 (1,26)	6,27 (0,63)	2,92	3	< 0,001
Paslaugų	4,64 (1,23)	4,59 (1,61)	4,96 (1,67)	6,36 (0,60)	0,89	3	< 0,001
Socialinis	4,28 (0,91)	4,48 (1,47)	4,55 (1,67)	5,94 (0,77)	0,87	3	< 0,001

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis, statistiškai reikšmingi skirtumai pažymėti paryškintu šriftu.

Pagal 5-oje lentelėje pateiktus rezultatus galima pastebėti, kad buvo rasti statistiškai reikšmingi klausimyno Aplinkos, Informacijos, Paslaugų ir Socialinės skalių įverčių skirtumai. *Levene* homogeniškumo testas atskleidė, kad visos skalės yra nehomogeniškos (visais atvejais $p < 0,001$), todėl buvo padidintas reikšmingumo lygmuo ($p < 0,01$). Padidinus reikšmingumo lygmenį skalių įverčių skirtumai išliko statistiškai reikšmingi, todėl siekiant išsiaiškinti, kurių tyrimo grupių atstovų įvaizdžio skalių įverčiai skyrėsi tarpusavyje, buvo pritaikytas *Bonferroni* kriterijus. Analizė atskleidė, kad visų išorinių grupių atstovų (18-25 m., 26-49 m. ir 50-78 m.) įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai statistiškai reikšmingai skyrėsi nuo vidinės grupės atstovų įverčių. Vidinės grupės atstovai daug palankiau vertino aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdį, palyginti su 18-25, 26-49 ir 50-78 metų išorinėmis grupėmis ($p = 0,001$ arba $p < 0,001$). Tai reiškia, kad antstoliai visus įvaizdžio aspektus vertina daug palankiau, palyginti su 18-25, 26-49 ir 50-78 metų amžiaus išorinėmis grupėmis.

3.2. Išorinės grupės antstolių įvaizdžio vertinimas atsižvelgiant į socialines ir demografines tyrimo dalyvių charakteristikas

Taip pat buvo siekiama ištirti išorinių grupių atstovų suvokto antstolių įvaizdžio skirtumus atsižvelgiant į šias demografines ir socialines tyrimo dalyvių charakteristikas: lytį, šeiminę padėtį, išsilavinimą, gyvenamąją vietą, teisinės žinias, domėjimąsi teisinės tematikos informacija, taip pat asmeninę kontaktų su antstoliais patirtį ir tyrimo dalyvių artimųjų / pažįstamų kontaktų su antstoliais patirtį.

Siekiant išanalizuoti įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumus, atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų lytį, buvo atlikta blokuotų duomenų *ANOVA* analizuojant įverčius grupių viduje bei taikytas *Student T* – testas nepriklausomoms imtims lyginant įverčius tarp grupių. Gauti moterų ir vyrų rezultatų skirtumai pateikti 6-oje lentelėje. Šie duomenys atskleidžia, kad nagrinėjant įvaizdžio klausimyno Aplinkos, Informacijos, Paslaugų ir Socialinio skalių įverčių vidurkius atsižvelgiant į lytį, statistiškai reikšmingų skirtumų nerasta. Tai reiškia, jog išorinių grupių atstovai vyrai ir moterys panašiai palankiai vertina aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinio įvaizdžio aspektus.

6 lentelė. Išorinės grupės atstovų moterų ir vyrų įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

	Moterys (n = 157)	Vyrai (n = 46)			
Įvaizdžio skalės	M (SD)	M (SD)	t	df	p
Aplinkos	4,83 (1,13)	4,96 (1,36)	-0,58	64,27	0,562
Informacijos	5,07 (1,12)	5,15 (1,10)	-0,39	201,00	0,694
Paslaugų	4,69 (1,42)	4,66 (1,55)	0,15	201,00	0,883
Socialinis	4,37 (1,21)	4,47 (1,46)	-0,42	64,26	0,678

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis.

Tuo tarpu analizuojant įvaizdžio klausimyno skalių įverčius grupių viduje rasta reikšmingų vertinimo skirtumų tarp moterų (*Wilks' Lambda* = 0,667, *F* = 25,620, *p* < 0,001) bei tarp vyrų (*Wilks' Lambda* = 0,656, *F* = 7,523, *p* < 0,001). Moterys palankiausiai vertino informacijos įvaizdį, mažiau palankiai vertino aplinkos ir paslaugų įvaizdį, o mažiausiai palankiai – socialinį įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,024 iki < 0,001). Tuo tarpu vyrai palankiau vertino informacijos įvaizdį, palyginti su paslaugų ir socialiniu įvaizdžiu, bei aplinkos įvaizdį, palyginti su socialiniu įvaizdžiu (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,021 iki < 0,001).

Analizuojant įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumus atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų šeiminių padėčių, buvo atlikta blokuotų duomenų *ANOVA* analizuojant vertinimus grupėse, bei *ANOVA* analizė analizuojant skirtumus tarp grupių. Gauti išorinių grupių analizės rezultatai yra pateikti 7-oje lentelėje. Šie rezultatai atskleidžia, kad buvo rasti statistiškai reikšmingi socialinio įvaizdžio vertinimo skirtumai, atsižvelgiant į šeiminių statusą. Vis dėlto *Levene* homogeniškumo testas atskleidė, kad Socialinio įvaizdžio skalės duomenys yra nehomogeniški (*p* < 0,001), todėl buvo sumažintas reikšmingumo lygmuo (*p* < 0,01). Sumažinus reikšmingumo lygmenį Socialinio įvaizdžio skalės įverčių skirtumai tapo nebereikšmingi. Taigi galima teigti, kad skirtingą šeiminių statusą turintys išorinių grupių atstovai panašiai palankiai vertina įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinis aspektus.

7 lentelė. Skirtingą šeiminių statusą turinčių išorinės grupės atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

	Nevedęs / netekėjusi (n = 111)	Vedęs / ištekejusi (n = 66)	Išsiskyręs / išsiskyrusi (n = 14)	Kita (n = 12)			
Įvaizdžio skalės	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)	F	df	p
Aplinkos	4,70 (1,04)	5,03 (1,37)	5,38 (1,25)	4,72 (1,13)	2,09	3	0,103
Informacijos	4,99 (1,03)	5,24 (1,23)	5,24 (1,37)	5,00 (0,80)	0,83	3	0,477
Paslaugų	4,54 (1,37)	4,80 (1,57)	5,40 (1,43)	4,60 (1,32)	1,68	3	0,172
Socialinis	4,18 (1,08)	4,56 (1,49)	5,22 (1,43)	4,45 (0,96)	3,51	3	0,016

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis, statistškai reikšmingi skirtumai pažymėti paryškintu šriftu.

Atlikus analizę išorinių grupių viduje atsižvelgiant į asmenų šeiminių statusą buvo rasti statistškai reikšmingi įvaizdžio vertinimo skirtumai nevedusių / netekėjusių (*Wilks' Lambda* = 0,600, $F = 24,005$, $p < 0,001$) ir vedusių / ištekėjusių asmenų grupėse (*Wilks' Lambda* = 0,684, $F = 9,714$, $p < 0,001$), tuo tarpu išsiskyrusių (*Wilks' Lambda* = 0,820, $F = 0,805$, $p = 0,517$) ir kitą šeiminių statusą turinčių (*Wilks' Lambda* = 0,539, $F = 2,565$, $p = 0,120$) asmenų grupėse skirtumų nerasta. Nevedę / netekėjusios palankiausiai vertino informacijos įvaizdį, mažiau palankiai - aplinkos ir paslaugų įvaizdžius, mažiausiai palankiai – socialinį įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,018 iki $< 0,001$). Tuo tarpu vedę / ištekėjusios palankiau vertino informacijos įvaizdį, palyginti su paslaugų ir socialiniu įvaizdžiu, aplinkos įvaizdį, palyginti su socialiniu įvaizdžiu (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,005 iki $< 0,001$).

Siekiant išanalizuoti įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumus, atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų išsilavinimą, buvo atlikta blokuotų duomenų *ANOVA* analizuojant įverčius grupėse, ir *ANOVA* lyginant įverčius tarp grupių. Gauti analizės rezultatai, analizuojant įverčių skirtumus tarp grupių atsižvelgiant į išsilavinimą, yra pateikti 8-oje lentelėje.

8 lentelė. Skirtingą išsilavinimą turinčių išorinių grupių atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

	Vidurinis (n = 81)	Aukštesnysis (n = 14)	Aukštasis (n = 106)			
Įvaizdžio skalės	M (SD)	M (SD)	M (SD)	F	df	p
Aplinkos	4,82 (1,00)	5,54 (1,41)	4,77 (1,26)	3,14	3	0,07
Informacijos	5,15 (1,01)	5,44 (1,40)	4,98 (1,14)	1,56	3	0,253
Paslaugų	4,76 (1,27)	6,02 (0,98)	4,42 (1,52)	6,73	3	< 0,001
Socialinis	4,31 (0,97)	5,56 (1,17)	4,27 (1,39)	6,24	3	0,001

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis, statistiškai reikšmingi skirtumai pažymėti paryškintu šriftu.

Analizuojant skirtingą išsilavinimą turinčių asmenų įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumus tarp grupių ir skirtumus grupių viduje, profesinį išsilavinimą turinčios grupės atstovų įtraukti į analizę nebuvo galimybės, kadangi tyrimo dalyvių imtis buvo itin maža ($n = 2$). Pagal 8-oje lentelėje pateiktus duomenis galima pastebėti, kad buvo rasti statistiškai reikšmingi paslaugų ir socialinio įvaizdžių įverčių skirtumai, atsižvelgiant į išsilavinimą. *Levene* homogeniškumo testas atskleidė, kad Socialinio įvaizdžio ($p = 0,001$) skalė yra nehomogeniška, todėl buvo sumažintas reikšmingumo lygmuo ($p < 0,01$), tačiau Socialinio įvaizdžio skalės įverčių skirtumai išliko reikšmingi. Toliau buvo analizuojami paslaugų ir socialinio įvaizdžių vertinimo skirtumai tarp skirtingą išsilavinimą turinčių asmenų grupių. Rezultatai atskleidė, kad aukštesnįjį išsilavinimą turinčių asmenų paslaugų ir socialinio įvaizdžio vertinimai buvo statistiškai reikšmingai aukštesni, palyginti su vidurinį išsilavinimą turinčių (atitinkamai $p = 0,006$ ir $p = 0,002$) bei aukštąjį išsilavinimą turinčių tyrimo dalyvių vertinimais (atitinkamai $p < 0,001$ ir $p = 0,001$). Taigi galima teigti, kad aplinkos ir informacijos įvaizdžiai, atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų išsilavinimą, buvo vertinami panašiai palankiai, o paslaugų ir socialinį įvaizdžius aukštesnįjį išsilavinimą turintys asmenys vertino daug palankiau, palyginti su vidurinį ir aukštąjį išsilavinimą turinčiais asmenimis.

Analizuojant skirtingą išsilavinimą turinčių asmenų įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumus grupių viduje, buvo rasti statistiškai reikšmingi skirtumai vidurinę (*Wilks' Lambda* = 0,567, *F* = 19,865, *p* < 0,001), aukštesnįjį (*Wilks' Lambda* = 0,493, *F* = 3,766, *p* = 0,044) ir aukštąjį (*Wilks' Lambda* = 0,640, *F* = 19,352, *p* < 0,001) išsilavinimą turinčių asmenų grupėse. Vis dėlto atlikta *post hoc* analizė pritaikius *Bonferroni* kriterijų reikšmingų skirtumų neišskyrė aukštesnįjį išsilavinimą turinčios grupės atveju, todėl padaryta išvada, kad aukštesnįjį išsilavinimą turintys asmenys panašiai palankiai vertina aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžius. Tuo tarpu turintieji vidurinę išsilavinimą palankiausiai vertino informacijos įvaizdį, mažiau palankiai - aplinkos ir paslaugų įvaizdžius, mažiausiai palankiai – socialinį įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,013 iki < 0,001). Tuo tarpu aukštąjį išsilavinimą turintys asmenys palankiausiai vertino aplinkos ir informacijos įvaizdžius, o mažiau palankiai - paslaugų ir socialinį įvaizdžius (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,005 iki < 0,001).

Taip pat buvo analizuojami išorinių grupių atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumai, atsižvelgiant į asmenų gyvenamąją vietą, kurioje jie praleido didžiąją savo gyvenimo dalį (*toliau* – gyvenamoji vieta). Siekiant įvertinti šiuos aspektus, buvo atlikta blokuotų duomenų *ANOVA* analizuojant įverčius grupėse ir *ANOVA* lyginant įverčius tarp grupių. Gauti analizės rezultatai, analizuojant skirtumus tarp grupių, atsižvelgiant į gyvenamąją vietą, yra pateikti 9-oje lentelėje.

9 lentelė. Išorinių grupių atstovų gyvenamoji vieta ir įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

	Didelis miestas (n = 135)	Rajono centras (n = 22)	Mažas miestelis (n = 31)	Kaimas (n = 15)			
Įvaizdžio skalės	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)	F	df	p
Aplinkos	4,70 (1,21)	5,36 (1,02)	5,03 (1,09)	5,18 (1,17)	2,73	3	0,045
Informacijos	4,94 (1,12)	5,60 (1,18)	5,36 (0,73)	5,16 (1,34)	3,07	3	0,029
Paslaugų	4,49 (1,44)	5,30 (1,47)	4,96 (1,18)	4,96 (1,67)	2,77	3	0,043
Socialinis	4,22 (1,27)	5,01 (1,38)	4,57 (1,03)	4,67 (1,30)	3,12	3	0,027

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis, statistiškai reikšmingi skirtumai pažymėti paryškintu šriftu.

9-oje lentelėje pateikti duomenys atskleidžia, kad buvo rasti statistiškai reikšmingi įvaizdžio klausimyno Aplinkos, Informacijos, Paslaugų ir Socialinės skalių įverčių skirtumai, atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų gyvenamąją vietą. *Levene* homogeniškumo testas atskleidė, kad Informacijos įvaizdžio ($p = 0,029$) skalė yra nehomogeniška, todėl reikšmingumo lygmuo buvo sumažintas ($p < 0,01$). Sumažinus reikšmingumo lygmenį Informacijos įvaizdžio skalės įverčių skirtumai tapo nebereikšmingi, todėl toliau nebuvo analizuojami. Atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų gyvenamąją vietą toliau buvo analizuojami aplinkos, paslaugų ir socialinio įvaizdžių įverčių skirtumai. Analizė atskleidė reikšmingus skirtumus vertinant tik socialinį įvaizdį: rajonų centruose gyvenantys asmenys šį įvaizdžio aspektą vertino daug palankiau, palyginti su dideliuose miestuose gyvenančiais asmenimis (taikytas *Bonferroni* kriterijus, $p = 0,038$). Taigi galima teigti, kad aplinkos, informacijos ir paslaugų įvaizdžiai, atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų gyvenamąją vietą, yra vertinami panašiai palankiai, tuo tarpu socialinį įvaizdį palankiau vertina rajonų centruose gyvenantys asmenys, palyginti su dideliuose miestuose gyvenančiais asmenimis.

Taip pat išanalizavus skirtingose vietose gyvenančių asmenų įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumus grupių viduje, buvo rasti statistiškai reikšmingi skirtumai tarp dideliuose miestuose (*Wilks' Lambda* = 0,699, $F = 18,926$, $p < 0,001$), rajonų centruose (*Wilks' Lambda* = 0,448, $F = 7,817$, $p = 0,001$) ir mažuose miesteliuose (*Wilks' Lambda* = 0,529, $F = 8,294$, $p < 0,001$) gyvenančių asmenų. Tuo tarpu kaimuose gyvenančiųjų grupėje reikšmingų skirtumų nerasta (*Wilks' Lambda* = 0,555, $F = 3,212$, $p = 0,062$), tai reiškia, kad ši grupė panašiai palankia vertina įvaizdžio klausimyno aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį aspektus. Mažiausiai palankiai dideliuose miestuose gyvenantieji vertino socialinį įvaizdį, o informacijos įvaizdį vertino palankiau, palyginti su paslaugų įvaizdžiu (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,001 iki $< 0,001$). Tuo tarpu rajonų centruose ir mažuose miesteliuose gyvenantys asmenys palankiau vertino informacijos įvaizdį, palyginti su socialiniu įvaizdžiu (taikytas *Bonferroni* kriterijus, $p < 0,001$).

Siekiant išanalizuoti, ar teisės studijos ir teisės disciplinų išklauskymas yra susiję su išorinių grupės atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčiais, buvo atlikta *ANOVA* analizė (žr. 10-ą lentelę), o analizuojant įverčių skirtumus grupių viduje buvo taikyta blokuotų duomenų *ANOVA* analizė. Pagal 10-oje lentelėje pateiktus duomenis galima pastebėti, kad buvo rasti statistiškai reikšmingi informacijos, paslaugų ir socialinio įvaizdžių vertinimo skirtumai, atsižvelgiant į

išorinių grupių atstovų įgytas teises žinias. *Levene* homogeniškumo testas atskleidė, kad Paslaugų ir Socialinio įvaizdžių skalės yra nehomogeniškos (atitinkamai $p = 0,025$ ir $p = 0,009$), todėl reikšmingumo lygmuo buvo sumažintas ($p < 0,01$). Sumažinus reikšmingumo lygmenį įvaizdžio klausimyno Paslaugų ir Socialinės skalių įverčių skirtumai tapo nebereikšmingi, todėl toliau analizuojami nebuvo. Atsižvelgiant į tyrimo dalyvių teises žinias toliau buvo analizuojami aplinkos įvaizdžio vertinimo skirtumai tarp grupių. Analizė atskleidė, kad teisę studijuojantys / studijavę asmenys daug palankiau vertina aplinkos įvaizdį, palyginti su kokias nors teises disciplinas išklausiisiais asmenimis (taikytas *Bonferroni* kriterijus, $p = 0,018$). Taigi galima teigti, kad išorinės grupės panašiai palankiai vertina informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžio aspektus, o aplinkos įvaizdį palankiau vertina teisę studijuojantys arba studijavę asmenys, palyginti su teises disciplinas išklausiisiais.

10 lentelė. Išorinių grupių atstovų įgytos teisinės žinios ir įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

Įvaizdžio skalės	Išklausė teises disciplinas (n = 63)	Neišklusė teisinių disciplinų (n = 112)	Studijavo / studijuoja teisę (n = 25)	F	df	p
	M (SD)	M (SD)	M (SD)			
Aplinkos	4,53 (1,11)	4,93 (1,15)	5,30 (1,39)	4,39	2	0,014
Informacijos	4,90 (1,06)	5,13 (1,09)	5,32 (1,34)	1,56	2	0,213
Paslaugų	4,31 (1,23)	4,75 (1,47)	5,13 (1,61)	3,45	2	0,034
Socialinis	4,08 (0,98)	4,42 (1,31)	4,90 (1,48)	4,10	2	0,018

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis, statistiškai reikšmingi skirtumai pažymėti paryškintu šriftu.

Išanalizavus įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumus išorinių grupių viduje, atsižvelgiant į asmenų teises žinias, buvo rasti statistiškai reikšmingi skirtumai išklausiuosiose kokias nors teises disciplinas (*Wilks' Lambda* = 0,596, $F = 13,582$, $p < 0,001$) bei neišklausiuosiose jokių teisinių disciplinų grupėse (*Wilks' Lambda* = 0,639, $F = 20,522$, $p < 0,001$). Tuo tarpu teisę studijavusių / studijuojančių asmenų grupėje reikšmingų skirtumų nerasta (*Wilks' Lambda* = 0,829, $F = 1,511$, $p = 0,239$), tai reiškia, kad ši grupė panašiai palankiai vertina įvaizdžio

aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį aspektus. Asmenys, išklausę kokias nors teisinės disciplinas, informacijos įvaizdį vertina palankiau, palyginti su paslaugų ir socialiniu įvaizdžiais, bei aplinkos įvaizdį palankiau, palyginti su socialiniu įvaizdžiu (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,003 iki $< 0,001$). Asmenys, neišklausę jokių teisinių disciplinų, mažiausiai palankiai vertina socialinį įvaizdį, o taip pat palankiau vertina informacijos įvaizdį, palyginti su paslaugų įvaizdžiu (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,001 iki $< 0,001$).

Taip pat buvo analizuojami išorinės grupės atstovų domėjimosi teisinės tematikos informacija spaudoje, internete, televizijoje ir radijuje bei įvaizdžio klausimyno skalių įverčių ypatumai. Analizuojant skirtumus tarp besidominčiųjų ir nesidominčiųjų teisinės tematikos informacija spaudoje, internete, televizijoje ir radijuje buvo taikytas *Student T* – testas nepriklausomoms imtims (žr. domėjimasis spaudoje – 11-a lentelė, domėjimasis internete – 12-a lentelė, domėjimasis televizijoje – 13-a lentelė, domėjimasis radijuje – 14-a lentelė), o analizuojant įverčius grupių viduje buvo taikyta blokuotų duomenų *ANOVA*. Toliau pateikiami rezultatai, susiję su domėjimusi kiekvienu informacijos šaltiniu atskirai.

11 lentelė. *Išorinių grupių atstovų, kurie domisi ir nesidomi teisinės tematikos informacija spaudoje, įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.*

Įvaizdžio skalės	Domisi	Nesidomi	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	(<i>n</i> = 99)	(<i>n</i> = 104)			
	M (SD)	M (SD)			
Aplinkos	4,88 (1,20)	4,83 (1,18)	0,31	201	0,756
Informacijos	5,09 (1,25)	5,09 (0,97)	0,04	184,36	0,969
Paslaugų	4,73 (1,53)	4,64 (1,37)	0,45	201	0,656
Socialinis	4,40 (1,40)	4,39 (1,13)	0,05	188,48	0,964

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis.

Analizuojant domėjimosi teisinės tematikos informacijos spaudoje ypatumus, pagal 11-oje lentelėje pateiktus duomenis galima pastebėti, kad nebuvo rasta statistiškai reikšmingų aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinio įvaizdžių vertinimo skirtumų, atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų domėjimąsi teisinės tematikos informacija spaudoje. Tai reiškia, kad asmenys, kurie domisi teisinės tematikos informacija spaudoje, ir tie, kurie nesidomi, panašiai palankiai vertina

atskirus įvaizdžio aspektus. Tuo tarpu išanalizavus įvaizdžio klausimyno skalių įverčius grupių viduje buvo rasta reikšmingų skirtumų informacija besidominčiųjų grupėje (*Wilks' Lambda* = 0,694, *F* = 14,083, *p* < 0,001) ir nesidominčiųjų (*Wilks' Lambda* = 0,633, *F* = 19,497, *p* < 0,001). Abiejose grupėse mažiausiai palankiai vertinamas socialinis įvaizdis, o informacijos įvaizdis vertinamas palankiau už paslaugų įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,009 iki < 0,001).

12 lentelė. Išorinių grupių atstovų, kurie domisi ir nesidomi teisinės tematikos informacija internete, įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

Įvaizdžio skalės	Domisi	Nesidomi	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	(n = 117)	(n = 86)			
	M (SD)	M (SD)			
Aplinkos	4,76 (1,20)	4,99 (1,15)	-1,42	201	0,158
Informacijos	5,06 (1,19)	5,13 (1,00)	-0,49	201	0,627
Paslaugų	4,58 (1,50)	4,83 (1,36)	-1,24	201	0,216
Socialinis	4,29 (1,35)	4,53 (1,14)	-1,38	197,45	0,170

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis.

12-oje lentelėje pateikti duomenys apie domėjimąsi teisinės tematikos informacija internete atskleidžia, kad statistiškai reikšmingų aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinio įvaizdžių vertinimo skirtumų, atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų domėjimąsi teisinės tematikos informacija internete, nebuvo rasta. Tai reiškia, kad tiek besidomintys, tiek nesidomintys teisinės tematikos informacija internete asmenys panašiai palankiai vertina skirtingus įvaizdžio aspektus. Tuo tarpu išanalizavus įvaizdžio klausimyno skalių įverčius grupių viduje buvo rasta reikšmingų skirtumų informacija internete besidominčiųjų (*Wilks' Lambda* = 0,647, *F* = 20,750, *p* < 0,001) ir nesidominčiųjų grupėse (*Wilks' Lambda* = 0,701, *F* = 11,794, *p* < 0,001). Abiejose grupėse mažiausiai palankiai vertinamas yra socialinis įvaizdis, o taip pat besidominčiųjų grupėje palankiausiai vertintas informacijos įvaizdis, šiek tiek mažiau palankiai – aplinkos ir paslaugų įvaizdžiai (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,008 iki < 0,001). Tuo tarpu nesidominčiųjų grupė aplinkos, informacijos ir paslaugų įvaizdžius vertina panašiai (taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* > 0,05).

Pagal 13-oje lentelėje pateiktus duomenis, susijusius su domėjimusi teisinės tematikos informacija televizijoje, galima pastebėti, kad nebuvo rasta statistiškai reikšmingų skirtingų įvaizdžio aspektų vertinimo skirtumų tarp grupių. Tai reiškia, kad asmenys, besidomintys teisinės tematikos informacija televizijoje ir ja nesidomintys, panašiai palankiai vertina aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžius.

13 lentelė. Išorinių grupių atstovų, kurie domisi ir nesidomi teisinės tematikos informacija televizijoje, įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

Įvaizdžio skalės	Domisi	Nesidomi	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	(n = 93)	(n = 105)			
	M (SD)	M (SD)			
Aplinkos	4,98 (1,21)	4,73 (1,16)	1,48	196	0,140
Informacijos	5,15 (1,19)	5,02 (1,05)	0,80	196	0,427
Paslaugų	4,77 (1,55)	4,57 (1,37)	0,94	185,06	0,346
Socialinis	4,52 (1,42)	4,29 (1,13)	1,22	175,18	0,225

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis.

Tuo tarpu išanalizavus įvaizdžio klausimyno skalių įverčius teisinės tematikos informacija televizijoje besidominčių ir nesidominčių asmenų grupėse buvo rasta reikšmingų skirtumų tiek tarp asmenų, kurie domisi (*Wilks' Lambda* = 0,685, *F* = 13,778, *p* < 0,001), tiek tarp asmenų, kurie nesidomi (*Wilks' Lambda* = 0,664, *F* = 17,166, *p* < 0,001). Abiejose grupėse mažiausiai palankiai yra vertinamas socialinis įvaizdis (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,008 iki < 0,001). Taip pat teisinės tematikos informacija televizijoje besidominčių asmenų grupėje informacijos įvaizdis yra vertinamas palankiau už paslaugų įvaizdį (taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* = 0,001). Tuo tarpu teisinės tematikos informacija televizijoje nesidominčių asmenų grupėje informacijos įvaizdis yra vertinamas palankiausiai, o aplinkos ir paslaugų įvaizdžiai šiek tiek mažiau palankiai (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,038 iki < 0,001).

Išanalizavus domėjimosi teisinės tematikos informacija radijuje ypatumus, 14-oje lentelėje pateikti duomenys atskleidžia, kad statistiškai reikšmingų aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinio įvaizdžių vertinimo skirtumų, atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų domėjimąsi teisinės

tematikos informacija radijuje, nebuvo rasta. Tai reiškia, kad besidomintys ir nesidomintys teisinės tematikos informacija radijuje asmenys panašiai palankiai vertina skirtingus įvaizdžio aspektus.

14 lentelė. Išorinių grupių atstovų, kurie domisi ir nesidomi teisinės tematikos informacija radijuje, įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

Įvaizdžio skalės	Domisi	Nesidomi	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	(n = 49)	(n = 149)			
	M (SD)	M (SD)			
Aplinkos	4,89 (1,18)	4,84 (1,20)	0,25	196	0,805
Informacijos	5,06 (1,31)	5,09 (1,05)	-0,13	196	0,898
Paslaugų	4,74 (1,48)	4,64 (1,45)	0,43	196	0,670
Socialinis	4,47 (1,33)	4,37 (1,26)	0,46	196	0,644

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis.

Tuo tarpu išanalizavus įvaizdžio klausimyno skalių įverčius teisinės tematikos informacija radijuje besidominčių ir nesidominčių asmenų grupėse buvo rasta reikšmingų skirtumų informacija radijuje besidominčių (*Wilks' Lambda* = 0,697, *F* = 6,667, *p* = 0,001) ir nesidominčių asmenų grupėse (*Wilks' Lambda* = 0,667, *F* = 24,337, *p* < 0,001). Besidominčiųjų grupėje aplinkos ir paslaugų įvaizdis buvo vertinamas palankiau, palyginti su socialiniu įvaizdžiu (taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* = 0,025 arba *p* = 0,001), o nesidominčiųjų grupėje palankiausiai buvo vertinamas informacijos įvaizdis, šiek tiek mažiau palankiai – aplinkos ir paslaugų įvaizdžiai, o mažiausiai palankiai – socialinis įvaizdis (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,02 iki < 0,001).

Taip pat buvo analizuojami išorinės grupės atstovų asmeninio kontaktų bei jų artimųjų / pažįstamų kontaktų su antstoliais patirties ypatumai, susiję su įvaizdžio klausimyno skalių vertinimu. Buvo analizuojami trys skirtingi aspektai: skirtumai tarp turinčių ir neturinčių asmeninės kontaktų su antstoliais patirties; skirtumai tarp tyrimo dalyvių, kurių artimieji / pažįstami turi arba neturi asmeninės kontaktų su antstoliais patirties; bei skirtumai tarp tyrimo dalyvių, kurie arba jų artimieji / pažįstami turėjo kontaktų su antstoliais patirties ir tyrimo dalyvių, kurie arba jų artimieji / pažįstami tokios patirties neturėjo. Analizuojant įverčių skirtumus tarp minėtų grupių, buvo taikytas *Student T* – testas nepriklausomoms imtims (žr. asmeninė patirtis –

15-a lentelė, artimųjų / pažįstamų patirtis – 16-a lentelė, asmeninė arba artimųjų / pažįstamų patirtis – 17-a lentelė), o analizuojant vertinimus grupių viduje, buvo taikyta blokuotų duomenų ANOVA.

15 lentelė. Išorinių grupių atstovų, turinčių ir neturinčių kontaktų su antstoliais patirties, įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

Įvaizdžio skalės	Turėję asmeninės patirties (n = 83)	Neturėję asmeninės patirties (n = 120)	t	df	p
	M (SD)	M (SD)			
Aplinkos	5,29 (1,42)	4,56 (0,88)	4,12	125,39	< 0,001
Informacijos	5,41 (1,22)	4,87 (0,98)	3,36	150,67	0,001
Paslaugų	5,14 (1,61)	4,37 (1,23)	3,70	145,78	< 0,001
Socialinis	4,87 (1,51)	4,06 (0,94)	4,30	126,01	< 0,001

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis, statistiškai reikšmingi skirtumai pažymėti paryškintu šriftu.

Pagal 15-oje lentelėje pateiktus duomenis galima pastebėti, kad statistiškai reikšmingi įverčių skirtumai tarp turinčių ir neturinčių asmeninės patirties rasti visose įvaizdžio klausimyno Aplinkos, Informacijos, Paslaugų ir Socialinės skalėse. Atsižvelgiant į abiejų grupių Aplinkos, Informacijos, Paslaugų ir Socialinės įvaizdžio skalių įverčių vidurkius matoma, kad patirties neturinčių tyrimo dalyvių visų skalių įverčiai yra statistiškai reikšmingai žemesni, palyginti su patirties turinčių įverčiai. Tai reiškia, kad išorinių grupių atstovai, kurie yra turėję kontaktų su antstoliais, daug palankiau vertina aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžius, palyginti su asmenimis, kurie tokių kontaktų nėra turėję.

Išanalizavus skirtumus grupių viduje, statistiškai reikšmingi skirtumai rasti tiek patirties turinčių tyrimo dalyvių grupėje ($Wilks' \text{ Lambda} = 0,768, F = 8,052, p < 0,001$), tiek jos neturinčių ($Wilks' \text{ Lambda} = 0,596, F = 26,389, p < 0,001$). Patirties turintieji ir neturintieji mažiausiai palankiai vertina socialinį įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,006 iki < 0,001). Turintieji patirties įvaizdžio aplinkos, informacijos ir paslaugų aspektus vertina panašiai palankiai (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, $p > 0,05$). Tuo tarpu patirties neturintieji

palankiausiai vertina informacijos įvaizdį, šiek tiek mažiau palankiai – aplinkos ir paslaugų įvaizdžius (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,004 iki $< 0,001$).

Pagal 16-oje lentelėje pateiktus išorinių grupių atstovų įvaizdžio skalių įverčius tarp asmenų, kurių artimieji / pažįstami turėjo arba neturėjo kontaktų su antstoliais, statistiškai reikšmingų skirtumų nebuvo nustatyta. Galima teigti, kad abi grupės panašiai palankiai vertina aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžius.

16 lentelė. *Išorinių grupių atstovų, kurių artimieji / pažįstami turėjo ir neturėjo kontaktų su antstoliais, įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.*

Įvaizdžio skalės	Artimieji / pažįstami turėjo patirties (n = 119)	Artimieji / pažįstami neturėjo patirties (n = 83)	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	M (SD)	M (SD)			
Aplinkos	4,99 (1,15)	4,69 (1,22)	1,78	200	0,077
Informacijos	5,07 (1,16)	5,11 (1,05)	-0,31	200	0,760
Paslaugų	4,73 (1,46)	4,60 (1,41)	0,61	200	0,543
Socialinis	4,49 (1,35)	4,26 (1,15)	1,25	200	0,214

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis.

Analizuojant vertinimų skirtumus grupių viduje, statistiškai reikšmingi skirtumai rasti tiek tarp tyrimo dalyvių, kurių artimieji / pažįstami turėjo kontaktų su antstoliais (*Wilks' Lambda* = 0,731, $F = 14,245$, $p < 0,001$), tiek tarp tyrimo dalyvių, kurių artimieji / pažįstami tokios patirties neturėjo (*Wilks' Lambda* = 0,534, $F = 23,301$, $p < 0,001$). Abi grupės mažiausiai palankiai vertino socialinį įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,005 iki $< 0,001$). Taip pat pirmoji grupė palankiausiai vertino aplinkos ir informacijos įvaizdžius, mažiau palankiai – paslaugų įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,037 iki $< 0,001$). Tuo tarpu antroji grupė palankiausiai vertino – informacijos įvaizdį, mažiau palankiai – aplinkos ir paslaugų įvaizdžius (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,003 iki $< 0,001$).

17-oje lentelėje yra pateikti išorinių grupių atstovų, kurie turėjo kontaktų su antstoliais arba kontaktų turėjo jų artimieji / pažįstami, įvaizdžio skalių įverčiai. Galima pastebėti, kad statistiškai

reikšmingi įverčių skirtumai tarp šių grupių rasti įvaizdžio klausimyno Aplinkos ir Socialinės skalėse. Pagal abiejų grupių atstovų įvaizdžio klausimyno Aplinkos ir Socialinės skalių įverčių vidurkius matoma, kad tyrimo dalyvių, kurie neturėjo kontaktų su antstoliais arba tokių kontaktų neturėjo jų artimieji / pažįstami, skalių įverčiai yra žemesni, palyginti su kontaktų su antstoliais turėjusių asmenų skalių įverčiais. Tai reiškia, kad išorinių grupių atstovai, kurie turėję kontaktų su antstoliais arba tokių kontaktų turėję jų artimieji / pažįstami, daug palankiau vertina aplinkos ir socialinį įvaizdžio aspektus, palyginti su asmenimis, kurie kontaktų su antstoliais neturėjo ir tokių kontaktų neturėjo jų artimieji / pažįstami.

17 lentelė. Išorinių grupių atstovų, kurie turėjo kontaktų su antstoliais arba tokios patirties turėjo jų artimieji / pažįstami ir kurie neturėjo kontaktų su antstoliais ir tokios patirties neturėjo jų artimieji / pažįstami įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

Įvaizdžio skalės	Turintys patirties	Neturintys patirties	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	(<i>n</i> = 135)	(<i>n</i> = 68)			
	M (SD)	M (SD)			
Aplinkos	4,99 (1,24)	4,60 (1,04)	2,39	156,86	0,018
Informacijos	5,14 (1,17)	4,99 (1,00)	0,93	201	0,352
Paslaugų	4,78 (1,51)	4,49 (1,30)	1,40	201	0,164
Socialinis	4,55 (1,37)	4,08 (0,98)	2,77	177,29	0,006

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis, statistiškai reikšmingi skirtumai pažymėti paryškintu šriftu.

Išanalizavus įvaizdžio klausimyno skalių įverčių skirtumus grupėse, atsižvelgiant į asmenų kontaktų su antstoliais arba jų artimųjų / pažįstamų kontaktų su antstoliais patirtį, statistiškai reikšmingi skirtumai rasti tiek patirties turinčių tyrimo dalyvių grupėje (*Wilks' Lambda* = 0,740, *F* = 15,492, *p* < 0,001), tiek neturinčių (*Wilks' Lambda* = 0,512, *F* = 20,688, *p* < 0,001). Abi grupės mažiausiai palankiai vertino socialinį įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* nuo 0,003 iki < 0,001). Taip pat turintieji patirties informacijos įvaizdį vertino palankiau, palyginti su paslaugų įvaizdžiu (*p* < 0,001). Tuo tarpu patirties neturintieji palankiausiai vertino informacijos

įvaizdį, o aplinkos ir paslaugų įvaizdžius mažiau palankiai (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, p nuo 0,012 iki $p < 0,001$).

3.3. Vidinės grupės antstolių įvaizdžio vertinimas atsižvelgiant į socialines ir demografines tyrimo dalyvių charakteristikas

Tyrime taip pat buvo siekiama ištirti vidinės (antstolių) grupės atstovų suvokto antstolių įvaizdžio skirtumus atsižvelgiant į šias tyrimo dalyvių socialines ir demografines charakteristikas: lytį, amžių, antstolio darbo stažą ir darbo vietą.

Išanalizavus vidinės grupės atstovų aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžio aspektų vertinimus, atsižvelgiant į lytį, 18-oje lentelėje pateikti duomenys atskleidžia, kad nėra statistiškai reikšmingų skirtumų tarp įvaizdžio klausimyno skalių įverčių. Tai reiškia, jog antstoliai vyrai ir moterys panašiai palankiai vertina įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį aspektus. Tuo tarpu analizuojant įvaizdžio klausimyno skalių įverčius moterų ir vyrų grupėse, gauta, kad yra reikšmingų įverčių skirtumų moterų grupėje (*Wilks' Lambda* = 0,473, $F = 11,897$, $p < 0,001$), tuo tarpu vyrų grupėje skirtumų nerasta (*Wilks' Lambda* = 0,759, $F = 2,011$, $p = 0,147$). *Bonferroni* kriterijus atskleidė, kad moterys mažiausiai palankiai vertina socialinį įvaizdį, palyginti su aplinkos, informacijos ir paslaugų įvaizdžiais ($p = 0,04$ arba $p < 0,001$).

18 lentelė. Vidinės (antstolių) grupės atstovų moterų ir vyrų įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

	Moterys (n = 35)	Vyrai (n = 22)			
Įvaizdžio skalės	M (SD)	M (SD)	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
Aplinkos	6,23 (0,73)	5,91 (0,92)	1,47	55	0,147
Informacijos	6,33 (0,54)	6,16 (0,77)	0,88	33,89	0,384
Paslaugų	6,47 (0,52)	6,17 (0,69)	1,89	55	0,064
Socialinis	5,90 (0,75)	6,01 (0,81)	-0,53	55	0,600

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis.

Siekiant išanalizuoti vidinės grupės atstovų amžiaus ir darbo stažo (dirbant antstoliu) sąsajas su įvaizdžio klausimynų skalių vertinimu, buvo apskaičiuotas *Spearman* koreliacijos koeficientas (žr. 19-ą lentelę). Pagal pateiktus duomenis galima pastebėti, kad statistiškai reikšmingai susiję paslaugų įvaizdžio vertinimas ir antstolių amžius ($r = 0,356, p < 0,01$), taip pat informacijos įvaizdžio vertinimas ir darbo antstoliu stažas ($r = 0,322, p < 0,05$). Atsižvelgiant į koreliacijos koeficientus galima teigti, kad paslaugų įvaizdžio vertinimas gerėja didėjant amžiui, o informacijos įvaizdžio vertinimas gerėja kartu su antstolio darbo trukme. Tuo tarpu aplinkos ir socialinio įvaizdžių vertinimai nėra susiję su amžiumi ir / arba darbo stažu. Tai reiškia, kad skirtingo amžiaus ir skirtingą antstolio darbo stažą turintys antstoliai panašiai palankiai vertina aplinkos ir socialinį įvaizdžius.

19 lentelė. *Antstolių amžiaus, darbo stažo ir įvaizdžio klausimyno skalių įverčių sąsajos.*

Įvaizdžio skalės	Amžius	Darbo stažas
Aplinkos	0,252	0,075
Informacijos	0,230	0,322*
Paslaugų	0,356**	0,253
Socialinis	0,178	0,150

Pastaba. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$.

Galiausiai buvo analizuojami antstolių darbo vietos ir jų įvaizdžio klausimyno skalių vertinimų ypatumai. Analizuojant rezultatus tarp dirbančių didžiuosiuose šalies miestuose (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose, Panevėžyje) ir kituose šalies miestuose, buvo taikytas *Student T* – testas nepriklausomoms imtims (žr. 20-ą lentelę), o analizuojant rezultatus grupėse buvo taikoma blokuotų duomenų *ANOVA*.

20 lentelė. Skirtinguose miestuose dirbančių vidinės (antstolių) grupės atstovų įvaizdžio klausimyno skalių įverčiai.

Įvaizdžio skalės	Didžiajame šalies mieste	Kitame šalies mieste	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	(n = 30)	(n = 27)			
	M (SD)	M (SD)			
Aplinkos	5,89 (0,89)	6,35 (0,66)	-2,21	55	0,031
Informacijos	6,14 (0,68)	6,40 (0,57)	-1,53	55	0,133
Paslaugų	6,23 (0,64)	6,49 (0,54)	-1,61	55	0,114
Socialinis	5,89 (0,83)	6,01 (0,70)	-0,56	55	0,576

Pastaba. M – vidurkis, SD – standartinis nuokrypis, statistiškai reikšmingi skirtumai pažymėti paryškintu šriftu.

Pagal 20-oje lentelėje pateiktus rezultatus, matoma, jog statistiškai reikšmingai skiriasi vidinės grupės atstovų aplinkos įvaizdžio vertinimai, atsižvelgiant į jų darbo vietą, tuo tarpu informacijos, paslaugų ir socialinio įvaizdžių vertinimai tarp grupių reikšmingai nesiskiria. Atsižvelgiant į įvaizdžio klausimyno skalių įverčių vidurkius, galima teigti, kad didžiuosiuose šalies miestuose dirbantys antstoliai mažiau palankiai vertina aplinkos įvaizdį, palyginti su kituose šalies miestuose dirbančiais antstoliais. Tuo tarpu įvairiuose šalies miestuose dirbantys antstoliai panašiai palankiai vertina informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžius.

Išanalizavus antstolių įvaizdžio klausimyno skalių įverčius grupėse, reikšmingi skirtumai buvo rasti statistiškai didmiesčiuose (*Wilks' Lambda* = 0,659, *F* = 4,657, *p* = 0,009) ir kituose miestuose dirbančių antstolių grupėse (*Wilks' Lambda* = 0,532, *F* = 7,032, *p* = 0,001). Abi grupės paslaugų įvaizdį vertino daug palankiau už socialinį įvaizdį (visais atvejais taikytas *Bonferroni* kriterijus, *p* = 0,013 arba *p* = 0,001).

4. REZULTATŲ APTARIMAS

Svarbu pažymėti, kad nepaisant teisėsaugos pareigūnų ir institucijų įvaizdžio svarbos (Ivković, 2008; Korablev, 2012), trūksta empirinių tyrimų, kuriuose būtų analizuojami įvairūs antstolių įvaizdžio aspektai. Dėl to, remiantis kai kurių autorių nuomone, kad skirtingų teisėsaugos institucijų įvaizdis visuomenėje yra vertinamas panašiai (pvz., Caliso et al., 2017), buvo nuspręsta šio tyrimo rezultatus lyginti su Lietuvoje atlikto teisėjų ir teismų įvaizdžio tyrimo duomenimis (Valickas ir kt., 2015). Tokį sprendimą lėmė keli aspektai. Pirmiausia, teismų ir teisėjų įvaizdžio tyrime naudota metodika buvo panaši į naudotą šiame tyrime, kadangi apėmė panašių aspektų įvaizdžio analizę: aplinkos (šiame tyrime išskirta į dvi dalis – aplinkos ir informacijos įvaizdžius), paslaugų ir socialinio įvaizdžio. Antra, minėtame tyrime buvo analizuojamas išorinių (visuomenės atstovų) bei vidinių (teisėjų) grupių atstovų suvoktas įvaizdis (Valickas ir kt., 2015), mūsų tyrime taip pat tyrinėtos analogiškos grupės, apimant išorinių grupių atstovus ir antstolius. Svarbu pabrėžti, kad teismų ir antstolių institucijų atstovai vykdo skirtingas funkcijas ir šių institucijų veiklos nėra tapačios, todėl lyginant teisėjų ir teismų įvaizdį ir šio tyrimo metu gautus rezultatus į tai bus atsižvelgiama. Aptariant teismų ir teisėjų įvaizdžio ir šio tyrimo rezultatų panašumus ir skirtumus bus siekiama išskirti bendras tendencijas.

4.1. Išorinės ir vidinės grupių antstolių įvaizdžio vertinimas

Šio tyrimo rezultatai atskleidė, kad įvairaus amžiaus (18-25 m., 26-49 m. ir 50-78 m.) išorinių grupių atstovai ir antstoliai teigiamai vertina antstolių įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį aspektus. Toks rezultatas yra vienas svarbiausių iš svarbiausių, nes tai reiškia, jog tiek išorinės grupės atstovai, tiek patys antstoliai palankiai vertina antstolių aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinio įvaizdžio aspektus. Šie rezultatai yra panašūs į 2017 metais atlikto visuomenės nuomonės tyrimo duomenis, kurie atskleidė, jog didžioji dalis apklaustųjų palankiai vertina antstolius ir jais pasitiki (Lietuvos Antstolių rūmai, 2017). Kalbant apie kitų teisėsaugos institucijų vertinimą, galima pastebėti, kad panašius į šio tyrimo rezultatus atskleidė Valicko ir kolegų (2015) teisėjų ir teismų įvaizdžio tyrimas, kuriame išorinių grupių atstovai ir teisėjai palankiai vertino teisėjų ir teismų aplinkos, paslaugų ir socialinio įvaizdžio aspektus. Mūsų bei Valicko ir kolegų (2015) tyrimų rezultatų panašumas galėtų paremti kai kurių autorių keliamas

prielaidas, kad žmonių nuomonės apie skirtingas teisėsaugos institucijas gali būti panašios. Taip pat svarbu aptarti, kokią reikšmę gali turėti teigiama išorinių grupių atstovų ir antstolių nuomonė apie antstolių įvaizdį, atsižvelgiant į tyrimų, analizuojančius požiūrį į teisėsaugos institucijas, rezultatus. Pirmiausia, užsienio šalių tyrimai atskleidžia, kad teigiamas vidinis teisėsaugos institucijos įvaizdis gali reikšti, jog jos darbuotojai jaučia aukštą pasitenkinimą savo atliekamu darbu, turi aukštą vidinę motyvaciją, o tai lemia geresnius darbino pasiekimus, efektyvumą ir institucijos gebėjimą pritraukti aukštos kokybės darbuotojus (van de Walle & Raine, 2008; Korablev, 2012). Vadinasi, teigiamas vidinio antstolių įvaizdžio vertinimas, taip pat gali reikšti, kad antstoliai yra motyvuoti ir patenkinti savo darbu. Tuo tarpu teigiamas išorinis teisėsaugos institucijų įvaizdis gali reikšti, kad visuomenė vertina teisėsaugos institucijas kaip teisingas ir patikimas (Hu & Dai, 2014), todėl gali būti labiau linkusi jomis pasitikėti ir jas palaikyti (Hough & Roberts, 2004; Indermaur & Roberts, 2009). Todėl teigiamas išorinio antstolių įvaizdžio vertinimas gali reikšti, kad išorinių grupių atstovai pasitiki antstoliais. Vis dėlto svarbu pabrėžti, kad aptartos prielaidos yra paremtos kitų teisėsaugos institucijų tyrimais, todėl, siekiant patikrinti šias su antstolių įvaizdžio vertinimu susijusias prielaidas, būtų reikalingi tolesni tyrimai.

Palyginus antstolių ir skirtingo amžiaus išorinių grupių atstovų (18–25 m., 26–49 m. ir 50–78 m.) vertinimus nustatyta, kad antstolių grupė daug palankiau įvertino visus antstolių įvaizdžio aspektus: aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį. Valicko ir kolegų (2015) tyrimo rezultatai parodė, kad teisėjai taip pat palankiau vertino paslaugų ir socialinio įvaizdžio aspektus, palyginti su įvairaus amžiaus išorinėmis grupėmis. Šių tyrimų rezultatai atskleidžia, jog išorinių grupių atstovų ir analizuotų teisėsaugos institucijų atstovų vertinimai reikšmingai skiriasi - patys teisėsaugos atstovai yra linkę savo įvaizdį vertinti geriau, palyginti su išorinėmis grupėmis. Išorinio ir vidinio antstolių įvaizdžio vertinimų skirtumai gali būti susiję su įvairiais veiksniais. Viena iš prielaidų galėtų būti, kad antstoliais dirbantys asmenys antstolių įvaizdį galėjo įvertinti itin palankiai dėl šališkumo vertinant savo instituciją ir profesiją. Tuo tarpu išorinės grupės atstovai antstolių įvaizdį galėjo įvertinti mažiau palankiai dėl su antstoliais siejamų neigiamų stereotipų arba išankstinio neigiamo nusistatymo antstolių atžvilgiu. Taip pat tokie išorinių grupių atstovų vertinimai gali atspindėti žinių apie antstolius bei jų veiklą stoką. Taigi šios prielaidos apie palankesnes antstoliais dirbančių asmenų ir mažiau palankias išorinių grupių atstovų antstolių įvaizdžio vertinimo tendencijas galėtų būti susijusios su vidinio ir išorinio antstolių įvaizdžio vertinimo skirtumais. Kita vertus, svarbu pabrėžti, jog tokie antstolių įvaizdžio vertinimo skirtumai

gali tapti vienu iš visuomenės nepasitikėjimą antstoliais keliančiu arba didinančiu šaltiniu. Dėl šios priežasties būtų svarbu išsiaiškinti, kokie veiksniai yra susiję su išorinio ir vidinio antstolių įvaizdžio vertinimų skirtumais, siekiant tikslingai formuoti teigiamą antstolių įvaizdį.

4.2. Išorinės grupės antstolių įvaizdžio vertinimo sąsajos su socialinėmis ir demografinėmis tyrimo dalyvių charakteristikomis

Analizuojant antstolių įvaizdžio vertinimus skirtingo amžiaus išorinėse grupėse (18–25 m., 26-49 m. ir 50-78 m.), išryškėjo tendencija, kad dažniausiai prasčiausiai vertinamas buvo socialinis antstolių įvaizdis, o palankiausiai buvo vertinamas informacijos įvaizdis. Panašus dėsningumas yra pastebimas išanalizavus antstolių įvaizdžio vertinimą išorinėse grupėse, atsižvelgiant į kitas socialines ir demografines tyrimo dalyvių charakteristikas: lytį, išsilavinimą, šeiminių statusą, gyvenamąją vietą, teisinės žinias, domėjimąsi teisinės tematikos informacija įvairiuose informacijos šaltiniuose (spaudoje, internete, televizijoje ir radijuje), taip pat tyrimo dalyvių kontaktų ir jų artimųjų / pažįstamų kontaktų su antstoliais patirtį. Apibendrintai galima teigti, kad atsižvelgiant į socialines ir demografines išorinių grupių atstovų charakteristikas, sąlyginai palankiausiai buvo vertinamas antstolių informacijos įvaizdis, mažiau palankiai – antstolių aplinkos ir paslaugų įvaizdžiai, o mažiausiai palankiai - socialinis antstolių įvaizdis. Tokie rezultatai yra panašūs į Valicko ir kolegų (2015) teisėjų ir teismų įvaizdžio tyrimo rezultatus, kurie parodė, jog palankiausiai įvertintas buvo aplinkos įvaizdis, mažiau palankiai – paslaugų įvaizdis ir santykinai mažiausiai palankiai – socialinis įvaizdis. Šiame tyrime aplinkos įvaizdis buvo išskirtas į informacijos ir aplinkos įvaizdžius, todėl tai, kad šiame tyrime informacijos įvaizdis buvo vertinamas santykinai palankiausiai, neprieštarauja Valicko ir kolegų (2015) tyrimo rezultatams. Vertinant mūsų tyrimo rezultatus, reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad santykinai prasčiausiai buvo vertinamas socialinis antstolių įvaizdis (apimantis antstolio profesijos patrauklumą, visuomenės pagarbą antstoliams, nepriekaištingą antstolių reputaciją, kompetenciją, sąžiningumą ir pan.). Svarbu paminėti, kad išorinių grupių atstovai galėjo mažiausiai palankiai vertinti socialinį antstolių įvaizdį dėl galimų neigiamų stereotipų, susijusių apie antstolių vykdoma veikla, arba dėl galimo išankstinio neigiamu nusistatymo antstolių atžvilgiu, o keisti tokius išorinių grupių atstovų vertinimus gali būti sudėtinga. Dėl šių priežasčių, siekiant formuoti teigiamą

antstolių institucijos įvaizdį visuomenės akyse, Antstolių rūmams ir antstolių kontoroms būtų tikslinga atsižvelgti į socialinį antstolių įvaizdžio aspektą.

Taip pat svarbu išskirti, kad įvairių antstolių įvaizdžio aspektų vertinimas išorinėse grupėse, atsižvelgiant į jų socialines ir demografines charakteristikas, skiriasi ne visais atvejais. Panašiai visus antstolių įvaizdžio aspektus vertino išsiskyre, studijuojantys arba studijavę teisę, aukštesnį išsilavinimą turintys bei kaime gyvenantys asmenys. Vertinant šiuos rezultatus reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad šias išorines grupes sudarė sąlyginai mažas tyrimo dalyvių kiekis, todėl tai galėjo lemti aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį antstolių įvaizdžio aspektų vertinimo panašumus šiose grupėse.

Analizuojant išorinių grupių atstovų antstolių įvaizdžio vertinimų skirtumus, atsižvelgiant į jų amžiaus grupes (18–25 m., 26–49 m. ir 50–78 m.), rasta, kad įvairaus amžiaus išorinių grupių atstovai panašiai palankiai vertino antstolių įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį aspektus. Išorinių grupių atstovai taip pat panašiai vertino skirtingus antstolių įvaizdžio aspektus (aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį), atsižvelgiant į jų lytį, šeiminių statusą, domėjimąsi teisinės tematikos informacija (spaudoje, internete, televizijoje ir radijuje), taip pat jų artimųjų / pažįstamų kontaktų su antstoliais patirtį. Valicko ir kolegų (2015) tyrimo rezultatai yra panašūs į šio tyrimo duomenis, kadangi atskleidė, jog įvairaus amžiaus (18–25 m., 26–49 m. ir 50–86 m.) bei skirtingą šeiminių statusą turintys išorinių grupių atstovai panašiai palankiai vertino visus teisėjų ir teismų įvaizdžio aspektus. Tuo tarpu Valicko ir kolegų (2015) tyrimo rezultatai atskleidė antstolių įvaizdžio vertinimo skirtumų tarp išorinių grupių moterų ir vyrų, kur teisėjų ir teismų aplinkos įvaizdį daug palankiau vertino moterys, o socialinį įvaizdį – vyrai. Literatūroje yra keliami prielaidų apie lyčių skirtumus vertinant teisėsaugos institucijas, tačiau tyrimų rezultatai dažniausiai yra prieštaringi, kadangi randama, jog vienais atvejais teismus palankiau vertina vyrai (pvz., Sims & Johnston, 2004), kitais atvejais - moterys (pvz., Mattinson & Mirrlees - Black, 2000) arba kad abiejų lyčių atstovų vertinimai yra panašūs (pvz., Brick et al., 2009). Nors tokie palyginimai su mūsų tyrimo rezultatais yra tik sąlyginiai, tačiau galima pastebėti, kad skirtingų tyrimų rezultatai yra įvairūs, todėl siekiant suprasti lyčių skirtumus, vertinant antstolių įvaizdį, reikėtų atlikti daugiau tyrimų. Tuomet būtų galima palyginti rezultatus ir geriau suprasti skirtingų lyčių antstolių įvaizdžio vertinimo ypatumus.

Išanalizavus antstolių įvaizdžio vertinimus tarp skirtingose vietose gyvenančių išorinių grupių atstovų, rasta, kad socialinį įvaizdį palankiau vertino rajonų centruose gyvenantys asmenys,

palyginti su dideliuose miestuose gyvenančiais asmenimis. Tokie rezultatai gali būti susiję su įvairiais veiksniais. Pavyzdžiui, galima kelti tik prielaidą, kad rajonų centruose yra mažesnis antstolių ir jų kontorų skaičius, todėl yra didesnė tikimybė, kad antstoliai ir rajonų centrų gyventojai (tiek antstolių klientai, tiek ne klientai) vieni kitus dažniau pažinos asmeniškai. Dėl šios priežasties antstolių kontaktas ir bendravimas su klientais, teikiant jiems antstolių paslaugas, gali būti artimesnis. Asmeninis antstolio ne tik kaip profesijos atstovo, bet ir kaip konkretaus asmens pažinėjimas taip pat gali reikšti, kad žmonės jį vertins ne tik atsižvelgdami į jo teikiamas paslaugas, bet ir į žmogiškąsias savybes. Visa tai galėtų lemti palankesnę rajonų centruose gyvenančių asmenų antstolių įvaizdžio paslaugų ir socialinio aspektų vertinimą. Tuo tarpu dideliuose miestuose yra didesnis žmonių bei antstolių ir jų kontorų skaičius. Todėl dideliuose miestuose gyvenantys žmonės, tikėtina, yra mažiau asmeniškai pažįstami su įvairiais antstoliais, o antstolių kontaktas ir bendravimas su klientais gali būti oficialesnis. Tai gali lemti mažiau artimą antstolių kontaktą ir bendravimą su klientais, teikiant jiems antstolių paslaugas, ir taip sudaryti mažiau teigiamą tiek paslaugų, tiek socialinį antstolių įvaizdį. Vis dėlto reikėtų atkreipti dėmesį, kad šiame tyrime rajonų centruose gyvenančių asmenų grupę sudarė sąlyginai mažas kiekis tyrimo dalyvių, palyginti su dideliuose miestuose gyvenančiųjų grupe, todėl tai galėjo prisidėti prie šių grupių atstovų antstolių įvaizdžio vertinimo skirtumų. Jei minėta prielaida yra teisinga, tuomet iškyla klausimas, kodėl kaimuose ar mažuose miesteliuose gyvenančių asmenų požiūris į antstolius nėra palankesnis, palyginti su dideliuose miestuose gyvenančiais asmenimis. Taigi mūsų gautus tyrimo rezultatus ir galimas jų priežastis reikėtų vertinti atsargiai, o siekiant patvirtinti keliamas prielaidas būtų reikalingi papildomi tyrimai.

Gauti rezultatai taip pat atskleidė, kad aukštesnįjį išsilavinimą turintys išorinių grupių atstovai, palyginti su vidurinių bei aukštąjį išsilavinimą turinčiais tyrimo dalyviais, daug palankiau vertino paslaugų ir socialinį antstolių įvaizdį. Šie rezultatai iš dalies sutampa su Valicko ir kolegų (2015) tyrimo rezultatais, kur aukštesnįjį išsilavinimą turintys asmenys socialinį teisėjų ir teismų įvaizdį vertino geriau, palyginti su aukštąjį išsilavinimą turinčiais asmenimis. Tiesa, tame tyrime vidurinių išsilavinimą turintys asmenys socialinį antstolių įvaizdį taip pat vertino palankiau nei įgiję aukštąjį išsilavinimą. Literatūroje yra keliamos įvairios prielaidos apie išsilavinimo ir teisėsaugos institucijų vertinimo sąsajas. Iš dalies mūsų tyrimo rezultatus būtų galima aiškinti remiantis tuo, kad asmenys, turintys aukštesnį išsilavinimą, gali turėti mažiau palankią nuomonę teisėsaugos institucijų atžvilgiu, palyginti su žemesnį išsilavinimą turinčiais asmenimis (van de Walle &

Raine, 2008). Vis dėlto tokia interpretacija nepaaiškintų, kodėl šiame tyrime aukštesnį išsilavinimą turintys asmenys paslaugų ir socialinių antstolių įvaizdžio aspektus vertino palankiau, palyginti su vidurinį išsilavinimą turinčiais asmenimis. Be to, šio tyrimo rezultatus reikėtų atsargiai interpretuoti todėl, kad aukštesnį išsilavinimą turinčių asmenų imtis yra mažesnė, palyginti su vidurinį ir aukštąjį išsilavinimą turinčių asmenų imtimis. Dėl šios priežasties reikėtų atlikti tolesnius tyrimus su didesnėmis tyrimo dalyvių imtimis, siekiant iširti antstolių įvaizdžio vertinimo sąsajas su išsilavinimu.

Mūsų tyrimo rezultatai taip pat parodė, kad, atsižvelgiant į išorinių grupių atstovų įgytas teises žinias, teisę studijuojantys arba studijavę asmenys daug palankiau vertino aplinkos įvaizdį, palyginti su kokias nors teises disciplinas išklausiusiais asmenimis. Panašius rezultatus gavo Valickas ir jo kolegos (2015), atlikę teisėjų ir teismų įvaizdžio tyrimą. Vertinant tokius rezultatus, juos būtų galima sieti su didesnėmis teisę studijuojančių arba studijavusių asmenų žiniomis ne tik apie teisėsaugos institucijas, bet taip pat ir apie antstolius. Vis dėlto tai nepaaiškintų, kodėl nėra vertinimo skirtumų, lyginant jokių teisinių žinių neturinčius asmenis su tokių žinių turinčiais, taip pat kodėl nėra skirtumų, analizuojant kitus antstolių įvaizdžio aspektus. Verta atkreipti dėmesį ir į tai, kad tiek šiame tyrime, tiek Valicko ir kolegų (2015) tyrime teisę studijuojančių arba studijavusių asmenų grupėje tyrimo dalyvių skaičius buvo sąlyginai nedidelis, todėl tai galėjo prisidėti prie gautų rezultatų. Dėl šių priežasčių gauti rezultatai turėtų būti vertinami atsargiai ir, siekiant išsiaiškinti šiuos klausimus, būtų reikalingi tolesni tyrimai su didesne tyrimo dalyvių, studijuojančių ar studijavusių teisę, imtimi.

Gautų rezultatų analizė taip pat atskleidė, jog išorinių grupių atstovai, kurie turėjo kontaktų su antstoliais, daug palankiau vertino antstolių aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžio aspektus, palyginti su asmenimis, kurie tokios patirties neturėjo. Be to, išorinių grupių atstovai, kurie turėjo kontaktų su antstoliais arba kontaktų su antstoliais turėjo jų artimieji / pažįstami, palankiau vertino antstolių įvaizdžio aplinkos ir paslaugų aspektus, palyginti su asmenimis, kurie neturėjo kontaktų su antstoliais ir kontaktų su antstoliais neturėjo jų artimieji / pažįstami. Šie rezultatai yra svarbūs, kadangi atskleidžia, jog kontakto su antstoliais patirties turėjimas yra susijęs su palankesniu antstolių įvaizdžio vertinimu. Tokie rezultatai taip pat suteikia žinių apie tai, kad kontaktų su antstoliais neturėjusių išorinių grupių atstovų antstolių ir jų veiklos įvaizdžio vertinimas gali neatspindėti, kaip antstoliai atlieka savo darbą. Tokią prielaidą galima kelti, nes šių asmenų nuomonė antstolių atžvilgiu yra daug prastesnė, nei kontakto su antstoliais

patirties turinčių asmenų. Galima pastebėti, kad Valicko ir kolegų (2015) tyrimo metu buvo gauti kitokie rezultatai, atskleidžiantys, kad teisme nedalyvavę tyrimo dalyviai, palyginti su teisme dalyvavusiais, daug palankiau vertino socialinį įvaizdžio aspektą. Tokie rezultatai gali reikšti, kad atsižvelgiant į specifinius teisėsaugos institucijų ir jų veiklos skirtumus, susidūrimas su skirtingomis teisėsaugos institucijomis gali skirtingai paveikti žmonių nuomonę apie jas. Vis dėlto tokie skirtumai taip pat gali būti susiję su kitais veiksniais, pavyzdžiui, tyrimo metodikų specifika, tyrimo grupių dydžiu ir pan. Dėl šios priežasties, siekiant išsiaiškinti, kas lemia antstolių bei teisėjų ir teismų įvaizdžio vertinimo skirtumus tarp išorinių grupių atstovų, susidūrusių ir nesusidūrusių su šiomis teisėsaugos institucijomis, būtų reikalingi tolesni tyrimai.

4.3. Vidinės grupės antstolių įvaizdžio vertinimo sąsajos su socialinėmis ir demografinėmis tyrimo dalyvių charakteristikomis

Išanalizavus antstolių grupės moterų ir vyrų antstolių įvaizdžio vertinimus, nustatyta, kad antstolės moterys mažiausiai palankiai vertino socialinį įvaizdį, o antstoliai vyrai panašiai vertino aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžio aspektus. Tuo tarpu didmiesčiuose ir kituose miestuose dirbantys antstoliai paslaugų įvaizdį vertino daug palankiau, palyginti su socialiniu įvaizdžiu. Galima pastebėti, kad socialinį įvaizdį skirtingas socialines ir demografines charakteristikas turintys antstoliai vertino prasčiausiai arba prasčiau už paslaugų įvaizdį (išskyrus vyrų grupę), o aplinkos, informacijos ir paslaugų antstolių įvaizdžio aspektus skirtingas socialines ir demografines charakteristikas turintys antstoliai vertino panašiai.

Nagrinėjant antstolių vyrų ir moterų antstolių įvaizdžio vertinimo skirtumus, buvo rasta, kad vyrai ir moterys panašiai palankiai vertina antstolių įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį aspektus. Tokie rezultatai iš dalies sutampa su Valicko ir kolegų (2015) teisėjų ir teismų įvaizdžio tyrimo rezultatais, kur aplinkos ir socialinį įvaizdį abiejų lyčių atstovai įvertino panašiai, išskyrus paslaugų įvaizdį (jį palankiau vertino teisėjos moterys). Be to, nustatyta, kad didžiuosiuose šalies miestuose dirbantys antstoliai, palyginti su dirbančiais kituose šalies miestuose, mažiau palankiai vertina aplinkos įvaizdį. Tokie rezultatai nėra netikėti, kadangi yra susiję su fizinės antstolių kontorų aplinkos vertinimais. Šiuo atveju reiktų išskirti, kad vykdant mūsų tyrimą su antstoliais buvo atlikti interviu, kurie atskleidė, jog didžiuosiuose šalies miestuose antstolių kontorų skaičius yra didesnis, tačiau dažnai jos yra mažesnės, ne tokios erdvios, palyginti

su mažesniuose miestuose esančiomis antstolių kontoromis. Tai gali būti susiję su tuo, kad mažesniuose miestuose antstolių kontoros yra regioninės, todėl vienas antstolis aptarnauja platesnę teritorinę sritį, be to, mažesniuose miestuose antstolių kontoros gali įsikurti didesnėse patalpose, kadangi juose yra geresnės sąlygos įsigyti / nuomoti nekilnojamąjį turtą dėl mažesnių jo kainų. Dėl šių priežasčių mažesniuose miestuose yra įrengiamos erdvesnės, didesnės, o taip pat ir sąlyginai patogesnės patalpos.

Analizuojant antstolių amžiaus, darbo stažo sąsajas su antstolių įvaizdžio vertinimu, buvo rasti reikšmingi rezultatai. Nustatyta, kad antstolių paslaugų įvaizdžio vertinimas gerėja didėjant antstolių amžiui, o informacijos įvaizdžio – didėjant antstolių darbo stažui. Tuo tarpu skirtingo amžiaus ir skirtingą darbo stažą turintys antstoliai panašiai palankiai vertina aplinkos ir socialinį įvaizdžio aspektus. Tokie rezultatai iš dalies nesutampa su Valicko ir kolegų (2015) tyrimo rezultatais, kadangi jie atskleidė, jog didėjant amžiui, teisėjai prasčiau vertino socialinį įvaizdį, o didėjant darbo stažui - paslaugų ir socialinį įvaizdį. Žinoma, šių rezultatų lyginimas yra tik sąlyginis ir jie gali būti susiję su kiekvienos profesijos specifika. Šio tyrimo atveju gautus rezultatus galima būtų aiškinti tuo, kad su amžiumi žmonės įgyja daugiau bendravimo su skirtingais asmenimis patirties, todėl jie gali save vertinti kaip geriau teikiančius antstolių paslaugas nei jaunesni jų kolegos. Informacijos įvaizdžio gerėjimą, didėjant darbo stažui, galima būtų aiškinti remiantis tuo, kad ilgiau dirbantys asmenys galėjo stebėti, kaip vystėsi ir keitėsi Antstolių rūmų ir informacijos apie antstolių kontorą pateikimas visuomenei. Dėl šios priežasties jie gali palyginti, pavyzdžiui, kaip vyko informacijos sklaida, kol nebuvo antstolių kontorų svetainių internete, ir kaip informacijos sklaida vyksta dabar. Kadangi šiuo metu, tikėtina, ji yra sklandesnė ir efektyvesnė, ilgiau dirbantys antstoliai informacijos sklaidą galėjo vertinti palankiau.

Apibendrinant šiame skyriuje aptartus rezultatus, reiktų išskirti svarbiausius, kurie atskleidžia, jog išorinės grupės atstovai ir antstoliai palankiai vertina antstolių aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį įvaizdžio aspektus. Vis dėlto buvo rasti išorinių grupių atstovų ir antstolių įvaizdžio vertinimo skirtumai, kurie gali būti susiję su įvairiais veiksniais ir gali mažinti visuomenės pasitikėjimą antstoliais. Be to, išorinių grupių atstovai, kurie neturėjo kontaktų su antstoliais arba kontaktų su antstoliais neturėjo jų artimieji / pažįstami, nuomonė apie antstolius ir jų veiklos ypatumus yra mažiau palanki, palyginti su tuo, kaip antstolius ir jų veiklą vertina asmenys, kurie turėjo kontaktų su antstoliais arba tokių kontaktų turėjo jų artimieji / pažįstami.

Todėl šis klausimas taip pat gali būti svarbus, kalbant apie išorinių grupių atstovų pasitikėjimą antstoliais.

4.4. Tyrimo ribotumai, praktinės rezultatų pritaikymo galimybės ir tolesnių tyrimų kryptys

Vienas iš tyrimo ribotumų, kurių reikėtų paminėti, yra tyrimo naujumas. Kaip minėta anksčiau, tyrėjos žiniomis, toks antstolių įvaizdžio tyrimas Lietuvoje buvo atliekamas pirmą kartą, taip pat nepavyko rasti panašių užsienio autorių tyrimų, kuriuose būtų analizuojami įvairūs antstolių įvaizdžio aspektai. Taigi mūsų tyrimo naujumas apribojo galimybes palyginti šio tyrimo rezultatus su kitų panašių tyrimų rezultatais. Dėl to ateityje būtų naudinga atlikti pakartotinį antstolių išorinio ir vidinio įvaizdžio tyrimą, kadangi tokiu atveju būtų galima palyginti skirtingų tyrimų rezultatus.

Taip pat kaip tyrimo ribotumą reikėtų išskirti tyrimo dalyvių imtį. Šiame tyrime buvo gana mažas tyrimo dalyvių skaičius, ypač turint omenyje išorinių grupių vyrų ir vyresnio amžiaus tyrimo dalyvių grupes (26-49 m. ir 50-78 m.). Ateityje būtų naudinga atlikti antstolių įvaizdžio tyrimus su didesnėmis tyrimo dalyvių imtimis, siekiant gauti kuo tikslesnius ir išsamesnius, įvairių išorinių grupių atstovų antstolių įvaizdžio vertinimą atspindinčius rezultatus. Be to, nors šiame tyrime dalyvavo nemaža dalis šiuo metu Lietuvoje dirbančių antstolių (57 iš 118), tačiau ateityje būtų naudinga ištirti didesnę skaičių antstolių grupės atstovų, siekiant, kad tyrimo rezultatai atspindėtų kuo didesnę šios profesijos atstovų dalį.

Kitas ribotumas yra šiame tyrime naudota metodika – *Antstolių įvaizdžio* klausimynas. Bandomojo tyrimo metu buvo analizuojama tyrimo dalyvių imtis, apimant 18–22 metų amžiaus tyrimo dalyvius (t. y. aukštųjų mokyklų studentus). Tuo tarpu pagrindiniame tyrime dalyvavo įvairaus amžiaus tyrimo dalyviai. Tai reiškia, kad bandomojo ir pagrindinio tyrimo metu buvo analizuojamos skirtingų tyrimo grupių atstovų duomenys. Be to, bandomojo tyrimo metu analizuota tyrimo dalyvių imtis buvo sąlyginai maža, atsižvelgiant į pradinio *Antstolių įvaizdžio* klausimyno teiginių skaičių. Šie veiksniai galėjo prisidėti prie to, jog gan didelė klausimyno teiginių dalis buvo pašalinta. Dėl šios priežasties ateityje atliekant tyrimus su *Antstolių įvaizdžio* klausimynu, būtų vertinga tirti tarpusavyje panašias imtis bei analizuoti visus pradinio *Antstolių įvaizdžio* klausimyno teiginius, kad būtų galima palyginti jų metu sudarytą modelį su šio tyrimo modeliu. Tai padėtų labiau išgryninti *Antstolių įvaizdžio* klausimyno struktūrą.

Kalbant apie praktines rezultatų pritaikymo galimybes, mūsų tyrimo rezultatai suteikia nemažai žinių apie išorinės ir vidinės grupių atstovų antstolių įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinio aspektų vertinimo ypatumus. Šio tyrimo rezultatai atskleidė, kad būtų svarbu formuoti teigiamą ir antstolių teikiamų paslaugų kokybę atitinkantį antstolių įvaizdį bei atkreipti dėmesį į socialinio antstolių įvaizdžio gerinimą. Gauti rezultatai gali būti naudingi Antstolių ir rūmams ir antstolių kontoroms keliant tikslus ir numatant antstolių įvaizdžio formavimo gaires.

Kalbant apie tolesnių tyrimų kryptis, siekiant tikslingai formuoti teigiamą antstolių įvaizdį, reikėtų nustatyti, koks yra norimas ir siektinas antstolių įvaizdis. Tuomet būtų svarbu nustatyti skirtumus tarp siektino ir dabartinio antstolių įvaizdžio. Tuo remiantis būtų galima rengti įvaizdžio formavimo programą, kuri padėtų sumažinti antstolių ir išorinių grupių atstovų aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinio įvaizdžio, o taip pat siektino ir dabartinio antstolių įvaizdžio skirtumus. Ateityje taip pat būtų naudinga iširti, kaip su antstolių įvaizdžio vertinimu yra susijęs antstolių klientų statusas – buvimas kreditoriumi arba skolininku, kadangi šių dviejų grupių atstovų kontaktų su antstoliais priežastys yra skirtingos. Pirmuoju atveju, asmenys patys kreipiasi į antstolius dėl skolų susigrąžinimo, o antruoju – į asmenis kreipiasi antstoliai, siekdami iš jų išieškoti skolas kreditoriams. Šių dviejų asmenų grupių atstovų antstolių įvaizdžio vertinimai gali būti skirtingi dėl susidūrimo su antstoliais aplinkybių skirtumų, todėl tai gali būti svarbu, siekiant formuoti teigiamą antstolių įvaizdį skirtingose išorinėse grupėse.

IŠVADOS

1. Įvairaus amžiaus (18–25 m., 26–49 m. ir 50–78 m.) išorinių grupių atstovai ir antstoliai teigiamai vertina visus antstolių įvaizdžio aspektus: aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį.
2. Įvairaus amžiaus (18–25 m., 26–49 m. ir 50–78 m.) išorinių grupių atstovai, palyginti su antstoliais, visus antstolių įvaizdžio aspektus (aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinį) vertina mažiau palankiai.
3. Išorinių grupių atstovų socialinės ir demografinės charakteristikos yra susijusios su jų antstolių įvaizdžio vertinimu.
 - 3.1. Išorinėse grupėse, pasižyminčiose skirtingomis socialinėmis ir demografinėmis charakteristikomis (amžiumi, lytimi, išsilavinimu, šeiminiu statusu, įgytomis teisinėmis žiniomis, domėjimusi teisinės tematikos informacija (spaudoje, internete, televizijoje ir radijuje), gyvenamąja vieta, tyrimo dalyvių ir jų artimųjų / pažįstamų kontaktų su antstoliais patirtimi), santykinai palankiausiai yra vertinamas informacijos, mažiau palankiai - aplinkos ir paslaugų, o mažiausiai palankiai – socialinis antstolių įvaizdžio aspektai.
 - 3.2. Išorinių grupių, pasižyminčių skirtingomis socialinėmis ir demografinėmis charakteristikomis (amžiumi, lytimi, išsilavinimu, domėjimusi teisinės tematikos informacija (spaudoje, internete, televizijoje ir radijuje), taip pat tyrimo dalyvių artimųjų / pažįstamų kontaktų su antstoliais patirtimi), atstovai panašiai palankiai vertina antstolių įvaizdžio aplinkos, informacijos, paslaugų ir socialinio aspektus.
 - 3.3. Išorinių grupių atstovų antstolių įvaizdžio tam tikrų aspektų vertinimai yra susiję su jų gyvenamąja vieta, išsilavinimu, įgytomis teisinėmis žiniomis ir kontaktų su antstoliais patirtimi:
 - 3.3.1. rajonų centruose gyvenantys asmenys socialinį įvaizdį vertina palankiau, palyginti su dideliuose miestuose gyvenančiais asmenimis;
 - 3.3.2. aukštesnį išsilavinimą turintys asmenys palankiau vertina paslaugų ir socialinį įvaizdį, palyginti su įgijusiais vidurinį arba aukštąjį išsilavinimą asmenimis;
 - 3.3.3. teisę studijuojantys arba studijavę asmenys palankiau vertina aplinkos įvaizdį, palyginti su kokias nors teises disciplinas išklausiisiais asmenimis;

- 3.3.4. asmenys, turėję kontaktų su antstoliais, palankiau vertina visus įvaizdžio aspektus, palyginti su tokios patirties neturinčiais asmenimis. Asmenys, kurie turėjo kontaktų su antstoliais arba kontaktų su antstoliais turėjo jų artimieji / pažįstami, palankiau vertina antstolių įvaizdžio aplinkos ir paslaugų aspektus, palyginti su asmenimis, kurie neturėjo kontaktų su antstoliais ir kontaktų su antstoliais neturėjo jų artimieji / pažįstami.
4. Antstolių socialinės ir demografinės charakteristikos yra susijusios su jų antstolių įvaizdžio vertinimu.
 - 4.1. Antstoliai santykinai mažiausiai palankiai vertina socialinį antstolių įvaizdžio aspektą, o aplinkos, informacijos ir paslaugų įvaizdžio aspektus vertina panašiai palankiai.
 - 4.2. Antstoliai vyrai ir moterys panašiai palankiai vertina visus antstolių įvaizdžio aspektus; didžiuosiuose šalies miestuose dirbantys antstoliai mažiau palankiai vertina aplinkos įvaizdį, palyginti su kituose šalies miestuose dirbančiais.
 - 4.3. Antstolių paslaugų įvaizdžio vertinimas gerėja didėjant antstolių amžiui, o informacijos įvaizdžio vertinimas gerėja didėjant antstolio darbo stažui.
5. Tyrimo rezultatai gali būti naudingi, siekiant tikslingai formuoti teigiamą antstolių įvaizdį. Ateityje reikėtų nustatyti norimą ir siektiną antstolių įvaizdį bei siektino ir dabartino antstolių įvaizdžio skirtumus, tada būtų galima parengti įvaizdžio formavimo programą, padėsiančią sumažinti antstolių ir išorinių grupių, taip pat siektino ir dabartinio antstolių įvaizdžio skirtumus.

LITERATŪRA

- Antstolių rūmai (2006). Antstolių rūmai pradeda visuomenės teisinio švietimo programą. *Infoplex*. Paimta iš: <https://goo.gl/FrHcnt>.
- Asociacija Lietuvos antstolių rūmai (2005). Antstoliai kreditoriams sugrąžina beveik trečdalį skolų. *Infoplex*. Paimta iš: <https://goo.gl/2jnxw7>.
- Attwood, C., Singh, G., Prime, D., & Creasey, R. (2003). 2001 Home Office Citizenship Survey: people, families and communities (pp. 1-24). Home Office Research and Statistics Directorate. Paimta iš: <https://goo.gl/rQHijS>.
- Azoury, N., Daou, L., & Khoury, C.E. (2014). University image and its relationship to student satisfaction: Case of the Middle Eastern private business schools. *International Strategic Management Review*, 2 (1), 1-8, doi: 10.1016/j.ism.2014.07.001.
- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. M. (2006). Antecedents and purchase consequences of customer participation in small group brand communities. *International Journal of research in Marketing*, 23(1), 45-61, doi: 10.1016/j.ijresmar.2006.01.005.
- Beerli Palacio, A., Díaz Meneses, G., & Pérez Pérez, P. J. (2002). The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students. *Journal of Educational administration*, 40(5), 486-505, doi: 10.1108/09578230210440311.
- Benesh, S. C. (2006). Understanding public confidence in American courts. *Journal of Politics*, 68(3), 697-707, doi: 10.1111/j.1468-2508.2006.00455.x.
- Bergami, M., & Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization and commitment as distinct aspects of social identity in the organization: Conceptualization, measurement, and relation to antecedents and consequences. *British Journal of Social Psychology*, 39(4), 555-577, doi: 10.1348/014466600164633.
- Boda, Z., & Szabó, G. (2011). The media and attitudes towards crime and the justice system: A qualitative approach. *European journal of criminology*, 8(4), 329-342, doi: 10.1177/1477370811411455.
- Bradford, B., & Myhill, A. (2015). Triggers of change to public confidence in the police and criminal justice system: Findings from the Crime Survey for England and Wales panel experiment. *Criminology & Criminal Justice*, 15 (1), 23-43, doi: 10.1177/174889581452182.

- Bradford, B., & Jackson, J. (2009). Public Trust in Criminal Justice: A review of the Research literature in the United States. *SSRN Electronic Journal*, 1–19. Paimta iš: <https://goo.gl/Tc2TVc>.
- Bradford, B., Jackson, J., & Stanko, E. A. (2009). Contact and confidence: revisiting the impact of public encounters with the police. *Policing & Society*, 19 (1), 20-46, doi: 10.1080/10439460802457594.
- Bradford, B., Stanko, E. A., & Jackson, J. (2008). Using research to inform policy: the role of public attitude surveys in understanding public confidence and police contact. *Policing: a Journal of Policy and Practice*, 3 (2), 139-148, doi: 10.1093/police/pap005.
- Brandl, S.G., Frank, J., Worden, R.E., & Bynum, T.S. (1994). Global and specific attitudes toward the police: Disentangling the relationship. *Justice Quarterly* 11(1), 119–134, doi: 10.1080/07418829400092161.
- Brick, B. T., Taylor, T. J., & Esbensen, F. A. (2009). Juvenile attitudes towards the police: The importance of subcultural involvement and community ties. *Journal of Criminal Justice*, 37(5), 488-495, doi: 10.1016/j.jcrimjus.2009.07.009.
- Brown, B. & Benedict, W. R. (2002). Perceptions of the police: Past findings, methodological issues, conceptual issues and policy implications. *Policing: An International Journal of Police Strategies and Management*, 25 (3), 543-580, doi: 10.1108/13639510210437032.
- Brown, T. A. (2006a). The Common Factor Model and Exploratory Factor Analysis. In D.A. Kenny (Series Ed.) In *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research* (pp. 12-39). The Guilford Press: New York.
- Brown, T. A. (2006b). Introduction to CFA. In D.A. Kenny (Series Ed.) In *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research* (pp. 40-89). The Guilford Press: New York.
- Brown, T. J., Dacin, P. A., Pratt, M. G. & Whetten, D. A. (2006). Identity, intended image, construed image, and reputation: An interdisciplinary framework and suggested terminology. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34 (2), 99–106, doi: 10.1177/0092070305284969.
- Butler, A., & McFarlane, K. (2009). Public confidence in the NSW criminal justice system, 1-52. NSW Sentencing Council Monograph. Paimta iš: <https://goo.gl/qLu6Pz>.

- Callanan, V. J., & Rosenberger, J. S. (2011). Media and public perceptions of the police: Examining the impact of race and personal experience. *Policing & Society*, 21(2), 167-189, doi: 10.1080/10439463.2010.540655.
- Caliso, R. A. C. C., Canare, T. A., & Garcia, E. M. (2017). Shaping the Public Perception toward Local Authorities: The Role of Perceived Social, Economic, and Political Insecurities. Asian Institute of Management and Shandong University, 1–38. Paimta iš: <https://ssrn.com/abstract=2941994>.
- Cao, L., & Zhao, J. S. (2005). Confidence in the police in Latin America. *Journal of criminal justice*, 33(5), 403-412, doi: 10.1108/PIJPSM-03-2016-0045?fullSc=1.
- Carmeli, A., Gilat, G., & Waldman, D. A. (2007). The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance. *Journal of Management Studies*, 44 (6), 972-992, doi: 10.1111/j.1467-6486.2007.00691.x.
- Chapman, B., Mirrlees-Black, C., & Brawn, C. (2002). Improving public attitudes to the criminal justice system: the impact of information (pp. 1-66). London: Home Office. Paimta iš: <https://goo.gl/bfQr21>.
- Chun, R. (2005). Corporate reputation: Meaning and measurement. *International Journal of Management Reviews*, 7(2), 91-109, doi: 0.1111/j.1468-2370.2005.00109.x.
- Cian, L. (2011). How to measure brand image: a reasoned review. *The Marketing Review*, 11(2), 165-187, doi: 10.1362/146934711X589390.
- Cian, L., & Cervai, S. (2014). Under the reputation umbrella: An integrative and multidisciplinary review for corporate image, projected image, construed image, organizational identity, and organizational culture. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(2), 182-199, doi: 10.1108/CCIJ-10-2011-0055.
- Cornelissen, J. (2000). Corporate image: an audience centered model. *Corporate Communications: An International Journal*, 5(2), 119-125, doi: 10.1108/13563280010372540.
- Cullen, F. T., Fisher, B. S., & Applegate, B. K. (2000). Public opinion about punishment and corrections. *Crime and Justice*, 27, 1-79, doi: 10.1086/652198.
- Da Costa, F. R., Pelissari, A. S., & Gonzalez, I. V. (2018). Corporate Image of Public Higher Education Institutions: Relevant Factors to Distance Learning Students. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 19 (1), 117-135, doi: 10.1080/13583883.2016.1225227.

- Dobryninas, A., Drakšienė, A., Gaidys, V., Vileikienė, E. ir Žilinskienė, L. (2012). *Pasitikėjimo Lietuvos teisėsauga profiliai*. Vilniaus universiteto leidykla. Paimta iš: <https://goo.gl/2bsU2v>.
- Dobryninas, A., Čėsniėnė, I., Dobrynina, M., Giedraitis, V., & Merkevičius, R. (2013). Specific characteristics of the reception of criminal justice in Lithuanian society. *Sociology. Thought and Action*, 33(2). Paimta iš: <https://goo.gl/9d3fLw>.
- Dowler, K. (2002). Media influence on citizen attitudes toward police effectiveness. *Policing and Society*, 12 (3), 227-238, doi: 10.1080/10439460290032369.
- Dowling, G. R. (1986). Managing your corporate images. *Industrial marketing management*, 15 (2), 109-115, doi: 10.1016/0019-8501(86)90051-9.
- Duffy, B., Wake, R., Burrows, T., & Bremner, P. (2008). Closing the gaps—crime and public perceptions. *International Review of Law, Computers & Technology*, 22(1-2), 17-44, doi: 10.1080/13600860801924899.
- Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation. *Academy of management journal*, 34(3), 517-554, doi: 10.2307/256405.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative science quarterly*, 39 (2), 239-263, doi: 10.2307/2393235.
- Edmonds, S., Patterson, A., & Smith, D. (2006). *Policing and the Criminal Justice System: Public Confidence and Perceptions: Findings from the 2004/05 British Crime Survey*. J. Allen (Ed.) (pp.1-49). London: Home Office. Paimta iš: <https://goo.gl/ZL7BaE>.
- Europos Komisija (2017). Teismo sprendimo vykdymo tvarka. Paimta iš: <https://goo.gl/puUXq2>.
- Fremlin, R. H., Frank, R. E. & Pevna, J. D. (1972). A positive public image of the courts. *American Bar Association Journal*, 58 (4), 390–391. Paimta iš: <https://goo.gl/iro9HU>.
- Gatewood, R. D., Gowan, M. A., & Lautenschlager, G. J. (1993). Corporate image, recruitment image and initial job choice decisions. *Academy of Management journal*, 36(2), 414-427, doi: 10.5465/256530.
- Gau, J. M. (2010). A longitudinal analysis of citizens' attitudes about police. *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*, 33(2), 236-252, doi: 10.1108/13639511011044867.

- Gray, E. R., & Balmer, J. M. (1998). Managing corporate image and corporate reputation. *Long range planning*, 31 (5), 695-702, doi: 10.1016/S0024-6301(98)00074-0.
- Gudavičė, E. (2017). Su didžiule skola bankui likusią vienišą mamą antstoliai paliko be cento. *Delfi*. Paimta iš: <https://goo.gl/EFsdbx>.
- Haslam, S. A., O'Brien, A., Jetten, J., Vormedal, K., & Penna, S. (2005). Taking the strain: Social identity, social support, and the experience of stress. *British Journal of Social Psychology*, 44, 355-370, doi: 10.1348/014466605X3746.
- Herbig, P., Milewicz, J., & Golden, J. (1994). A model of reputation building and destruction. *Journal of Business Research*, 31 (1), 23–31, doi: 10.1016/0148-2963(94)90042-6.
- Hinds, L., & Murphy, K. (2007). Public satisfaction with police: Using procedural justice to improve police legitimacy. *Australian & New Zealand Journal of Criminology*, 40(1), 27-42, doi: 10.1375/acri.40.1.27.
- Hough, M., & Roberts, J. V. (2004). Confidence in justice: An international review. *ICPR Research paper*, 1-4. Paimta iš: <https://goo.gl/QgXsrF>.
- Hu, M. & Dai, M. (2014). Confidence in the criminal justice system: Differences between citizens and criminal justice officials in China. *Criminology & Criminal Justice*, 14(4), 503–524, doi: 10.1177/1748895813505233.
- Indermaur, D. & Roberts, L. (2009). Confidence in the criminal justice system. *Trends & issues in crime and criminal justice*, 387, 1–6. Paimta iš: <https://goo.gl/bLw1md>.
- Yong, A. G., & Pearce, S. (2013). A beginner's guide to factor analysis: Focusing on exploratory factor analysis. *Tutorials in quantitative methods for psychology*, 9(2), 79-94, doi: 10.20982/tqmp.09.2.p079.
- Jansson, K. (2015). Public confidence in the Criminal Justice System – findings from the Crime Survey for England and Wales (2013/14) (pp. 1–21). Ministry of Justice. Paimta iš: <https://goo.gl/GuQLRJ>.
- Karaosmanoğlu, E., Banu Elmadağ Baş, A., & Zhang, J. (2011). The role of other customer effect in corporate marketing: Its impact on corporate image and consumer-company identification. *European Journal of Marketing*, 45 (9/10), 1416-1445, doi: 10.1108/03090561111151835.
- Ką reikia žinoti apie skundus dėl antstolių veiksmų? (2013). *Delfi*. Paimta iš: <https://goo.gl/1VEPGB>.

- Keane, J. & Bell, P. (2013). Confidence in the police: Balancing public image with community safety - A comparative review of the literature. *International Journal of Law, Crime and Justice*, 41 (3), 233-246, doi: 10.1016/j.ijlcrj.2013.06.003.
- Kennedy, S. H. (1977). Nurturing corporate images. *European Journal of marketing*, 11(3), 119-164, doi: 10.1108/EUM0000000005007.
- Khairullina N. & Karabulatova I. (2014). Bailiff's social portrait. *Middle - East Journal of Scientific Research* 19 (43), 417-420. Paimta iš: <https://goo.gl/5oQLPQ>.
- Korablev, S. (2012). How Can We Form a Positive Image of the Police Employee?. *Statutes and Decisions*, 47 (5-6), 143-149, doi: 10.2753/RSD1061-0014470520.
- Kramer, R. M. (2006). Social capital and cooperative behavior in the workplace: A social identity perspective. *Advances in Group Processes*, 23, 1-30, doi: 10.1016/S0882-6145%2806%2923001-7.
- Kutnjak Ivković, S. (2008). A comparative study of public support for the police. *International Criminal Justice Review*, 18 (4), 406-434, doi: 10.1177/1057567708326481.
- Labutytė-Atkočaitienė, I. (2017). „Patys kalti?“ Minimalią algą dalijasi 20 antstolių. *15min.lt*. Paimta iš: <https://goo.gl/8FThTj>.
- Lee, M., & McGovern, A. (2013). Force to sell: policing the image and manufacturing public confidence. *Policing and society*, 23(2), 103-124, doi: 10.1080/10439463.2011.647913.
- Lietuvos Antstolių rūmai (2016). Visuomenė pripažįsta antstolių profesionalumą. Antstolis ir notaras – mažiausiai panašios teisinės profesijos. Paimta iš: <https://goo.gl/N9rmiZ>.
- Lietuvos Antstolių rūmai (2017). Visuomenės pasitikėjimas antstoliais auga. Paimta iš: <https://goo.gl/ygv5Xi>.
- Lietuvos Antstolių rūmai (2018a). Antstoliai siūlo būdus, kaip trečdaliu atpiginti skolų išieškojimą. *Infolex*. Paimta iš: <https://goo.gl/2aQ2bG>.
- Lietuvos Antstolių rūmai (2018b). Lietuvos antstolių rūmai. Paimta iš: <https://goo.gl/dc6hmE>.
- Lietuvos Notarų rūmai (2014). Lietuvos gyventojai pritaria naujoms neteisėto praturtėjimo prevencijos priemonėms, pasitiki notarais, rodo sociologinė apklausa. Paimta iš: <https://goo.gl/P5N4YT>.
- Lietuvos Notarų rūmai (2015). Dešimtus metus iš eilės Lietuvos gyventojai tarp teisininkų labiausiai pasitiki notarais, rodo sociologinis tyrimas. Paimta iš: <https://goo.gl/KGeXB8>.

- Lietuvos Notarų rūmai (2016). Gyventojai tarp teisininkų labiausiai pasitiki notarais, visiškai nepasitiki antstoliais, rodo tyrimas. Paimta iš: <https://goo.gl/y2AJ8r>.
- Lietuvos Notarų rūmai (2017). Gyventojų pasitikėjimas notarais išaugo, jie lyderiai tarp teisinių profesijų. Paimta iš: <https://goo.gl/LUFbMF>.
- Lietuvos Respublikos Seimas (2002). Lietuvos Respublikos antstolių įstatymas (suvestinė redakcija nuo 2018-01-01). *Valstybės žinios*. Paimta iš: <https://goo.gl/rVVyhk>.
- Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerija (2007). Dėl nutarimų skirti baudas administracinių teisės pažeidimų bylose vykdymo. Paimta iš: <https://goo.gl/tXyAF9>.
- Lietuvos Respublikos Teisingumo ministerija (2018). Seimas pritaria Teisingumo ministerijos siūlymui iš esmės peržiūrėti priverstinio skolų išieškojimo tvarką. *Infollex*. Paimta iš: <https://goo.gl/uBwEZF>.
- Lievens, F. (2017) Organizational image. In S. G. Rogelberg (Ed), *The Encyclopedia of Industrial and Organizational Psychology*, 2nd edition (pp. 1116-1118). Thousand Oaks: SAGE. Paimta iš: <https://goo.gl/zSCrZW>.
- Lim, V. K., Teo, T. S., & See, S. K. (2000). Perceived job image among police officers in Singapore: Factorial dimensions and differential effects. *The Journal of social psychology*, 140(6), 740-750, doi: 10.1080/00224540009600514.
- Matsunaga, M. (2010). How to Factor-Analyze Your Data Right: Do's, Don'ts, and How-To's. *International journal of psychological research*, 3(1), 97-110. Paimta iš: <https://goo.gl/b7CJ2f>.
- Mattinson, J., & Mirrlees-Black, C. (2000). Attitudes to crime and criminal justice: Findings from the 1998 British Crime Survey (pp. 1–10). London: Home Office. Paimta iš: <https://goo.gl/RvUVoJ>.
- Mawby, R. C. (2010). Police corporate communications, crime reporting and the shaping of policing news. *Policing & Society*, 20(1), 124-139, doi: 10.1080/10439461003611526.
- Melewar, T. C. (2003). Determinants of the corporate identity construct: a review of the literature. *Journal of marketing Communications*, 9 (4), 195-220, doi: 10.1080/1352726032000119161.
- Merry, S., Power, N., McManus, M., & Alison, L. (2012). Drivers of public trust and confidence in police in the UK. *International journal of police science & management*, 14 (2), 118-135, doi: 10.1350/ijps.2012.14.2.268.

- Mesmer-Magnus, J.R., Asencio, R., & Seely, P.W. (2015). How Organizational Identity Affects Team Functioning: The Identity Instrumentality Hypothesis. *Journal of Management*, 20 (10), 1 – 21, doi: 10.1177/0149206315614370.
- Miller, J., & Davis, R. (2008). Unpacking public attitudes to the police: contrasting perceptions of misconduct with traditional measures of satisfaction. *International Journal of Police Science & Management*, 10 (1), 9–22, doi: 10.1350/ijps.2008.10.1.9.
- Myhill, A., & Beak, K. (2008). Public confidence in the police. *Research, Analysis and Information. National Police Improvement Agency–NPIA*, 1-42. Paimta iš: <https://goo.gl/FmGox4>.
- Myhill, A., & Bradford, B. (2012). Can police enhance public confidence by improving quality of service? Results from two surveys in England and Wales. *Policing and society*, 22(4), 397-425, doi: 10.1080/10439463.2011.641551.
- Kazimiero Simonavičiaus universitetas (2015). Mokslo kavinė „Antstolio veikla ir vykdomas“ su antstoliu Arminu Naujokaičiu. *Infolex*. Paimta iš: <https://goo.gl/rw7AB1>.
- Moorhead, R. L., Sefton, M., & Scanlan, L. (2008). Just satisfaction? What drives public and participant satisfaction with courts and tribunals: a review of recent evidence. *Ministry of Justice Research*, 1-94. Paimta iš: <https://goo.gl/yEjz1Y>.
- Murphy, M. J. (1965). Improving the law enforcement image. *Journal of Criminal Law, Criminology, and Police Science*, 56 (1), 105–108. Paimta iš: <https://goo.gl/sP1tEo>.
- O'Connor, C. D. (2008). Citizen attitudes toward the police in Canada. *Policing: An international journal of police strategies & management*, 31(4), 578-595, doi: 10.1108/13639510810910571.
- Pallant, J. (2005) *SPSS Survival Manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for Windows (Version 12)* (pp. 53-93). Allen & Unwin: Australia, Sydney.
- Rho, E., Yun, T., & Lee, K. (2015). Does organizational image matter? Image, identification, and employee behaviors in public and nonprofit organizations. *Public Administration Review*, 75(3), 421-431, doi: 10.1111/puar.12338.
- Roberts, J. V. (2004). Public confidence in criminal justice: A review of recent trends 2004-05 (pp. 1-48). Public Safety and Emergency Preparedness: Canada. Paimta iš: <https://goo.gl/FfFgM6>.

- Romer, D., Jamieson, K. H., & Aday, S. (2003). Television news and the cultivation of fear of crime. *Journal of communication*, 53 (1), 88-104, doi: 10.1111/j.1460-2466.2003.tb03007.x.
- Rosenbaum, D. P., Schuck, A. M., Costello, S. K., Hawkins, D. F., Ring, M. K. (2005) Attitudes toward the police: The effects of direct and vicarious experience. *Police Quarterly*, 8 (3), 343–365, doi: 10.1177/1098611104271085.
- Salisbury, H. (2004). Public attitudes to the criminal justice system: the impact of providing information to British Crime Survey respondents (pp. 1-19). London: Home Office. Paimta iš: <https://goo.gl/SbrB1E>.
- Schuler, M. (2004). Management of the organizational image: A method for organizational image configuration. *Corporate Reputation Review*, 7 (1), 37–53, doi: 10.1057/palgrave.crr.1540210.
- Sims, B., & Johnston, E. (2004). Examining public opinion about crime and justice: A statewide study. *Criminal Justice Policy Review*, 15(3), 270-293, doi: 10.1177/0887403403252668.
- Sinkevičius, D. (2017). Žinia iš antstolio pakirto kojas: po 7 metų tvarkingų išmokų liko skolinga tiek pat. *Delfi*. Paimta iš: <https://goo.gl/mBs3Hw>.
- Si, S. X., & Hitt, M. A. (2004). A study of organizational image resulting from international joint ventures in transitional economies. *Journal of Business Research*, 57(12), 1370-1377, doi: 10.1016/S0148-2963(03)00072-9.
- Siūlo riboti antstolių veiklą: negalima galutinai sužlugdyti žmogų (2018). *Delfi*. Paimta iš: <https://goo.gl/Ei3f7s>.
- Skogan, W. G. (2006). Asymmetry in the Impact of Encounters with Police. *Policing & Society*, 16 (2), 99 – 126, doi: 10.1080/10439460600662098.
- Stefanovska, V. (2015). The image of the police in the printed media. *Balkan Social Science Review*, 6, 75-91. Paimta iš EBSCO duomenų bazės.
- Tankebe, J. (2008). Police effectiveness and police trustworthiness in Ghana: An empirical appraisal. *Criminology & Criminal Justice*, 8(2), 185-202, doi: 10.1177/1748895808088994.
- Tanković, A. Č. (2015). Interrelationship of Corporate Identity, Corporate Image and Corporate Reputation: a New Stakeholder-Time Based Model. In *34th International Conference on*

- Organizational Science Development: Internationalization and Cooperation* (pp. 239-250). Paimta iš: <https://goo.gl/rx55B8>.
- Tran, M. A., Nguyen, B., Melewar, T. C., & Bodoh, J. (2015). Exploring the Corporate Image Formation Process. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 18 (1), 86–114, doi: 10.1108/QMR-05-2014-0046.
- Tvaskienė, J. (2018). Patyrė šoką: skaičiavo, kaip išgyventi iš minimalios algos, tačiau sužinojo, kad ir tą pasiims antstoliai. *Delfi*. Paimta iš: <https://goo.gl/X8jDPt>.
- Ullah, F., Hussain, S., Alam, H., & Akhunzada, Z. U. (2016). Factors Influencing Police Image in Public (A Study of University Students Perception in KPK Pakistan). *Pakistan Journal of Criminology*, 8(3), 134-148. Paimta iš: <https://goo.gl/JW2jTe>.
- Valickas, G., & Jarutienė, L. (2014). Pedofilijos skandalo metu informaciniame žinių portale Delfi ir dienraštyje Lietuvos rytas pateikto teisėjų įvaizdžio ypatumai. *Teisė*, 92(92), 1-15. Paimta iš: <https://goo.gl/CuogTe>.
- Valickas, G., Justickis, V., Vanagaitė, K., & Voropaj, K. (2013). *Procedūrinis teisingumas ir žmonių pasitikėjimas teisėsaugos pareigūnais bei institucijomis: monografija*. Vilniaus universiteto leidykla.
- Valickas, G., Šeršniovaitė, D., & Mikuličiūtė, V. (2015). Išorinis ir vidinis teisėjų ir teismų įvaizdis. *Teisė*, 97(97), 38-56. Paimta iš: 10.15388/Teise.2015.97.9823.
- Van Dick, R., Christ, O., Stellmacher, J., Wagner, U., Ahlswede, O., Grubba, C., Hauptmeier, M., Höhfeld, C., Moltzen, K., & Tissington, P. A. (2004). Should I stay or should I go? Explaining turnover intentions with organizational identification and job satisfaction. *British Journal of Management*, 15 (4), 351-360, doi: 10.1111/j.1467-8551.2004.00424.x.
- Van de Walle, S. & Raine, J.W. (2008). Explaining attitudes towards the justice system in the UK and Europe. *Ministry of Justice Research Series*, 9(8), 1–87. Paimta iš: <https://goo.gl/x2j199>.
- Van Knippenberg, D. (2000). Work motivation and performance: A social identity perspective. *Applied Psychology: An International Review*, 49 (3), 357-371, doi: 10.1111/1464-0597.00020.
- Van Knippenberg, D., & van Schie, E. C. M. (2000). Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 137-147, doi: 10.1348/096317900166949.

- Vyšniauskienė, L. (2018). Antstoliai turtus kraunasi iš skurdo, *Respublika.lt*. Paimta iš: <https://goo.gl/xntswm>.
- Walker, K. (2010). A systematic review of the corporate reputation literature: Definition, measurement, and theory. *Corporate reputation review*, 12(4), 357-387, doi: 10.1057/crr.2009.26.
- Weitzer, R., & Tuch, S. A. (1999). Race, class, and perceptions of discrimination by the police. *Crime & Delinquency*, 45(4), 494-507, doi: 10.1177/0011128799045004006.
- Williams, S. L., & Moffitt, M. A. (1997). Corporate image as an impression formation process: Prioritizing personal, organizational, and environmental audience factors. *Journal of Public Relations Research*, 9(4), 237-258, doi: 10.1207/s1532754xjpr0904_01.
- Wilson, C. (2012). The Public and the Justice System: Attitudes, Drivers and Behaviour: a Literature Review. *Crime and Justice, Social Research*, 1-87. Paimta iš: <https://goo.gl/YATYPU>.
- Wood, J. (2013). Why public opinion of the criminal justice system is important. In *Public opinion and criminal justice* (pp. 51-66). Willan. Paimta iš: <https://goo.gl/haZ4kf>.
- Worcester, R. (2009). Reflections on corporate reputations. *Management Decision*, 47 (4), 573-589, doi: 10.1108/00251740910959422.

PRIEDAI

1 priedas.

1 lentelė. *Antstolių įvaizdžio klausimyno teiginių svoriai faktoriuose, atlikus tiriamąją principinių komponentių faktorių analizę su Varimax sukiniu.*

Teiginys	Faktoriai ir jų pavadinimai			
	Paslaugų įvaizdis	Informacijos įvaizdis	Aplinkos įvaizdis	Socialinis įvaizdis
1 teiginys			0,793	
2 teiginys			0,837	
3 teiginys			0,687	
4 teiginys			0,778	
5 teiginys			0,566	
6 teiginys		0,436	0,527	
7 teiginys		0,743		
8 teiginys		0,803		
9 teiginys		0,729		
10 teiginys		0,808		
11 teiginys		0,586		
12 teiginys		0,623		
13 teiginys	0,454	0,470	0,434	
14 teiginys	0,675			
15 teiginys	0,721			
16 teiginys	0,851			
17 teiginys	0,863			
18 teiginys	0,756			
19 teiginys	0,799			
20 teiginys	0,697			
21 teiginys	0,539			
22 teiginys				0,769
23 teiginys				0,466
24 teiginys	0,594			0,462
25 teiginys				0,640
26 teiginys				0,714
27 teiginys				0,745
28 teiginys	0,470			0,672

Pastaba. Teiginių, priskirtų tam tikram faktoriui, svoriai pažymėti paryškintu šriftu.

2 priedas.

2 lentelė. Antstolių įvaizdžio klausimyno teiginių svoriai faktoriuose atlikus patvirtinamąją faktorių analizę.

matavimų kintamasis	<---	latentinis kintamasis	Faktorių svoriai
teig1	<---	apl	0,873
teig2	<---	apl	0,904
teig3	<---	apl	0,839
teig4	<---	apl	0,931
teig5	<---	apl	0,781
teig6	<---	apl	0,646
teig7	<---	info	0,846
teig8	<---	info	0,831
teig9	<---	info	0,449
teig10	<---	info	0,728
teig11	<---	info	0,824
teig12	<---	info	0,841
teig13	<---	pasl	0,748
teig14	<---	pasl	0,827
teig15	<---	pasl	0,898
teig16	<---	pasl	0,919
teig17	<---	pasl	0,909
teig18	<---	pasl	0,887
teig19	<---	pasl	0,922
teig20	<---	pasl	0,840
teig21	<---	pasl	0,887
teig22	<---	soc	0,590
teig23	<---	soc	0,572
teig24	<---	soc	0,873
teig25	<---	soc	0,774
teig26	<---	soc	0,848
teig27	<---	soc	0,846
teig28	<---	soc	0,910

3 priedas. *Socialinių – demografinių charakteristikų anketa, skirta išorinės grupės tyrimo dalyviams.*

1. Amžius (*įrašykite*):.....
2. Lytis (*įrašykite*):.....
3. Išsilavinimas (*įrašykite*):.....
4. Šeiminė padėtis:
 - 4.1. nevedęs / netekėjusi
 - 4.2. vedęs / ištekėjusi
 - 4.3. išsiskyręs (-usi)
 - 4.4. kita
5. Kur Jūs praleidote didžiąją savo gyvenimo dalį:
 - 5.1. dideliame mieste
 - 5.2. rajono centre
 - 5.3. mažame miestelyje
 - 5.4. kaime
6. Ar Jums kada nors teko kreiptis ar susidurti su antstoliu? (*jeigu esate antstolis (-ė), prašome į šį klausimą neatsakinėti*)
 - 6.1. taip
 - 6.2. ne
7. Ar Jūsų artimiesiems / pažįstamiems kada nors teko kreiptis ar susidurti su antstoliu? (*jeigu esate antstolis (-ė), prašome į šį klausimą neatsakinėti*)
 - 7.1. taip
 - 7.2. ne
8. Ar Jums teko išklaudyti kokias nors teisinės disciplinas (jeigu studijavote (-uojate) ne teisę)?
 - 8.1. taip
 - 8.2. ne
 - 8.3. aš studijavau (-uoju) teisę
9. Ar Jūs domitės teisinės tematikos informacija spaudoje?
 - 9.1. taip
 - 9.2. ne

10. Ar Jūs domitės teisinės tematikos informacija internete?

10.1. taip

10.2. ne

11. Ar Jūs domitės teisinės tematikos televizijos laidomis?

11.1. taip

11.2. ne

12. Ar Jūs domitės teisinės tematikos radijo laidomis?

12.1. taip

12.2. ne

4 priedas. *Socialinių – demografinių charakteristikų anketa, skirta antstolių grupės tyrimo dalyviams.*

1. Jūsų amžius (*įrašykite*):.....

2. Jūsų lytis:

2.1. vyras

2.2. moteris

3. Kokiame mieste Jūs dirbate:

3.1. viename iš didžiųjų šalies miestų (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose, Panevėžyje)

3.2. kituose šalies miestuose

4. Jūsų antstolio darbo stažas metais (*įrašykite*):.....

5 priedas. *Kreipimasis į išorinės grupės (visuomenės atstovų) tyrimo dalyvį.*

Gerbiamasis (-oji),

Vilniaus universiteto Psichologijos instituto Teisės ir kognityvinės psichologijos katedra atlieka tyrimą, kuriuo siekiama išsiaiškinti, kokį Lietuvos antstolių ir antstolių kontoros įvaizdį yra susidarę žmonės. Jums bus pateikti teiginiai, susiję su įvairiais antstolių ir jų kontoros įvaizdžio aspektais. Prašome atidžiai perskaityti ir įvertinti kiekvieną teiginį (jeigu Jūs nesate bendravęs (-usi) su antstoliu ir buvęs (-usi) antstolių kontoroje, prašome pateikti savo nuomonę apie tai, kaip Jūs įsivaizduojate antstolius ir jų kontorą). Jūsų

atsakymai mums yra labai svarbūs, kadangi jie padės atskleisti žmonių nuomonę apie antstolius ir antstolių kontorą. Klausimynas yra anoniminis, todėl Jums nereikės nurodyti savo vardo ar pavardės. Iš anksto dėkojame Jums už dalyvavimą tyrime. Laukiame Jūsų nuoširdžių atsakymų.

6 priedas. *Kreipimasis į vidinės grupės (antstolių) tyrimo dalyvį.*

Gerbiamasis (-oji),

Vilniaus universiteto Psichologijos instituto Teisės ir kognityvinės psichologijos katedra atlieka tyrimą, kuriuo siekiama išsiaiškinti, kokį Lietuvos antstolių ir antstolių kontoros įvaizdį yra susidarę žmonės. Jums bus pateikti teiginiai, susiję su įvairiais antstolių ir jų kontoros įvaizdžio aspektais. Prašome atidžiai perskaityti ir įvertinti kiekvieną teiginį. Jūsų atsakymai mums yra labai svarbūs, kadangi jie padės atskleisti žmonių nuomonę apie antstolius ir antstolių kontorą. Klausimynas yra anoniminis, todėl Jums nereikės nurodyti savo vardo ar pavardės. Iš anksto dėkojame Jums už dalyvavimą tyrime. Laukiame Jūsų nuoširdžių atsakymų.

7 priedas. *Antstolių įvaizdžio klausimyno pildymo instrukcija tyrimo dalyviams.*

Atidžiai perskaitykite ir įvertinkite kiekvieną teiginį pagal šią skalę:

- 7 – visiškai sutinku
- 6 – didžiąja dalimi sutinku
- 5 – sutinku iš dalies
- 4 – nei sutinku, nei nesutinku
- 3 – iš dalies nesutinku
- 2 – didžiąja dalimi nesutinku
- 1 – visiškai nesutinku

Pažymėkite pasirinktą vertinimą apibraudami reikiamą skaičių.