

## Organizacinis visuomenės įtikinėjimo tinklas kaip socialinės inžinerijos instrumentas: savanorystės populiarinimo Lietuvoje atvejis

### Modestas Grigaliūnas

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto  
Informacijos ir komunikacijos katedros doktorantas  
Department of Information and Communication,  
Faculty of Communication, Vilnius University,  
Doctoral student  
Saulėtekio al. 9, LT-10222 Vilnius  
Tel. (8 5) 236 6119, faks. (8 5) 236 6104  
El. paštas: modestas.grigaliunas@kf.vu.lt

*Europos Komisijai 2011-uosius paskelbus Europos savanoriškos veiklos metais, Lietuvoje reikšmingai suintensyvėjo savanorystės populiarinimas visuomenėje. Iki 2011 m. kovo į šios idėjos populiarinimą jau buvo įsitraukusios įvairios organizacijos, institucijos ir įmonės, atstovaujančios skirtingoms veiklos sritims ir savanorystės populiarinimo projektuose dalyvaujančios dėl kiekvienai aktualių motyvų. Visų šių organizacijų įsitraukimas į minėtą veiklą ir palaikoma tarpusavio sąveika leidžia kalbėti apie besiformuojantį organizacinį visuomenės įtikinėjimo tinklą, kurio, kaip komunikacinės žinios (šio straipsnio atveju komunikacinė žinia apibendrintai suprantama kaip informavimas apie Europos savanoriškos veiklos metus bei savanorystės idėjos populiarinimas) siuntėjo, pagrindinė bendra funkcija yra palaikyti intensyvią savanorystės populiarinimą. Straipsnyje siekiama socialinės inžinerijos požiūriu identifikuoti pagrindinius organizacinius sektorius, aktyviausiai įsitraukusius į ES ir Lietuvos socialinės politikos sprendimų (šiuo atveju – savanorystės populiarinimo) komunikacinį įgyvendinimą – idėjos įtraukimą ir eksploatavimą politiniame, žiniasklaidos, organizaciniame ir kt. diskurse.*

**Pagrindiniai žodžiai:** *Europos savanoriškos veiklos metai, visuomenės įtikinėjimas, organizacinis įtikinėjimo tinklas, socialinė inžinerija, socialinė propaganda.*

### Įvadas

2009 m. lapkričio 27 d. Europos Komisija priėmė sprendimą 2010/37/EB dėl *Europos savanoriškos veiklos, kuria skatinamas aktyvus pilietiškumas, metų (2011 m.)* paskelbimo (OL 2010 L17, p. 43), kuris Europos Sąjungos šalyse narėse lėmė nacionalinių vyriausybių sprendimus populiarinti savanorišką veiklą ir įgy-

vendinti minėtame Komisijos sprendime išskeltus tikslus, o kartu ir nevyriausybinių sektoriaus (toliau – NVO) suaktyvėjimą populiarinant savanorystę (čia ir visame straipsnyje turima omenyje ne savanoriškumu grįsta visų NVO veikla *per se*, o tik tos NVO, kurių pagrindinė ir vienintelė veikla buvo *populiarinti savanorystę visuomenėje*). Lietuvoje savanorystės

populiarumo lygis pradėjo tolydžiai didėti tik pastaraisiais metais: dar 2007 m. vos 11 proc. lietuvių nurodė esantys įsitraukę į savanoriškas veiklas, o 2011 m. šis skaičius jau yra išaugęs tris kartus (Europoje vyraujančių savanorystės..., 2011). Menkas lietuvių įsitraukimas į savanoriškas veiklas iš dalies buvo aiškinamas ir posovietinės tapatybės pagrindu, nors empirinių tyrimų šioms prielaidoms patvirtinti nesama (žr., pvz., Juknevičius and Savicka, 2003; Savicka, 2005; Butkuvienė, 2005).

Šalyje savanorystės populiarinimu iki pat 2011 m. Europos savanoriškos veiklos metų paskelbimo daugiausia savarankiškai užsiėmė tik nevyriausybinis sektorius, o nuo 2010 m. antrosios pusės toks populiarinimas ypač suaktyvėjo ne tik nevyriausybininkų aplinkoje. Dėl to Lietuvoje padidėjo savanorystės populiarinimas ir jos matomumas apskritai – kartu su NVO sektoriumi šią idėją pradėjo intensyviai komunikuoti ir žiniasklaida (pvz., nacionalinis šalies transliuotojas ar internetinis naujienų portalas *delfi.lt*) bei kai kurios privačios bendrovės (pvz., didžiausia privati integruotų telekomunikacijų, IT ir televizijos paslaugų teikėja Lietuvoje). Šiuo aspektu jau galima išskirti į savanorystės populiarinimą įsitraukusius skirtingus organizacinius sektorius, klasifikuojant juos pagal vykdomos veiklos pobūdį. Nevyriausybinių organizacijų savanorystei populiarinti įgijo didesnę oficialių Vyriausybės palaikymą, kuri suponuoja Europos Komisijos politika savanorystės atžvilgiu, o pačios NVO taip pat išnaudoja politinę ir finansinę paramą iš Europos Sąjungos.

Pažymėtina, kad Lietuvos Respublikos Vyriausybės siekis sėkmingai įgyvendinti ES politiką savanorystės srityje, t. y. *pa-skatinti daugiau žmonių imtis šios veiklos,*

bus neišvengiamai susijęs su lietuviškosios posovietinės tapatybės keitimu ir pozityviu rekonstravimu – teoriniu požiūriu tai analizuotina iš *socialinės inžinerijos* ir komunikacinių jos instrumentų – *socialinės propagandos* ir *socialinės reklamos* perspektyvos. Pozityvus visuomenės tapatybės rekonstravimas siekiant sukurti bendruomenišką, socialiai atsakingą individą (šiuo atveju – palaikantį savanoravimo idėją individą) yra susijęs ne tik su reikalingos teisinės, ekonominės aplinkos kūrimu, bet ir su nuoseklių, sistemingų įtikinėjimo kampanijų organizavimu. Atsižvelgdama į siekį keisti lietuvių nuostatas savanorystės atžvilgiu, Vyriausybė ir sukuria politines prielaidas (pvz., teisinę bazę, reglamentuojančią savanorišką darbą) tokiam sistemingam įtikinėjimui bei įtraukia į jį (sudaro sąlygas įsitraukti) skirtingų sektorių organizacijoms. Jau 2011 m. pirmajame ketvirtyje yra susikūrusios *organizacinis visuomenės įtikinėjimo tinklas*, palaikomas NVO, valdžios institucijų, ES finansinių programų bei žiniasklaidos ir privačių organizacijų – jis ir yra šio straipsnio objektas.

Straipsnio tikslas bus socialinės inžinerijos požiūriu identifikuoti pagrindinius organizacinius sektorius, aktyviausiai įsitraukusius į ES ir Lietuvos socialinės politikos sprendimų (šiuo atveju – savanorystės populiarinimo) komunikacinį įgyvendinimą, ir analizuoti šioje jų veikloje palaikomus tarpusavio ryšius kaip organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo formavimosi pirmajame 2011 m. ketvirtyje pagrindą. Nors organizacinis visuomenės įtikinėjimo tinklas įgyvendinant vieną ar kitą socialinės politikos sprendimą komunikaciniu aspektu formuojasi dažnu atveju, informavimo apie Europos sava-

noriškos veiklos metus (2011 m.) ir savanorystės populiarinimo atvejį pasirinktas dėl jo naujumo (savanorystės populiarinimas minėtu EK sprendimu suaktyvintas 2011 m., todėl esamu momentu atliekami visuomenės įtikinėjimo tinklo tyrimai sudaro pagrindą fiksuoti jo laikinius pokyčius), aktualumo visai Europos Sąjungai (svarbu matyti, kaip visai ES aktualų socialinės politikos klausimą nacionaliniu lygmeniu komunikuoja Lietuva) bei savanorystės fenomeno ryškumo posovietinėje valstybėje (Lietuva šiuo klausimu išgyvena tipinę posovietinės visuomenės nuostatų kaitą nuo savanorystės nepopuliarumo iki jos populiarėjimo – žr., pvz., Europoje vyraujančių savanorystės..., 2011).

### **Socialinė inžinerija ir visuomenių tapatybės transformavimas**

Pozityvios socialinės tapatybės (re)konstravimo veiklos, siekiant kurti visuomenę, gebančią save kontroliuoti, valdyti ir spręsti kylančias problemas viešosios politikos srityje, gyventi pagal laisvės, atsakomybės, kooperacijos ir bendruomeniškumo principus, yra susijusios su *socialine inžinerija* ir jos komunikaciniais instrumentais – *socialine propaganda* bei *socialine reklama* (žr., pvz., Mažeikis, 2006, 2010). Socialinės inžinerijos terminas kyla iš XX a. vidurio filosofo K. Popperio darbų: savo kūrinuose „Istoricizmo skurdas“ (1944–1945) ir „Atvirioji visuomenė ir jos priešai“ (1945) rašydamas apie socialines ir politines reformas K. Popperis vartojo terminus *socialinė inžinerija* ir *socialinės technologijos*. Pirmojoje knygoje siekdamas atskirti dvi skirtingas socialinių reformų vykdymo prieigas Popperis vartojo terminus *dalinė socialinė inžinerija* ir

*utopinė socialinė inžinerija*, kuriuos kitoje knygoje sutrumpino iki *dalinė inžinerija* ir *utopinė inžinerija*. Nors K. Popperis pats nesukūrė termino *socialinė inžinerija*, terminai *dalinė (socialinė) inžinerija* ir *utopinė (socialinė) inžinerija* bei skirtis tarp jų priklauso šiam autoriui. O lyginant, pavyzdžiui, su O. Neurathu ar K. Mannheimu, K. Popperio nuosaikios socialinės inžinerijos teorija yra nuosekliausiai išplėtotą (Avery, 2003, Podgórecki, Alexander and Shields, 1996; Gedutis, 2003), būtent todėl šiandien daugiausia K. Popperis ir yra siejamas su technologiniu požiūriu į socialinių reformų vykdymą. Analizuojant socialinės inžinerijos esmę, pirmiausia ir verta atskirti dalinę ir utopinę inžineriją, o pastarąją galima sieti su totalitariniais ir nedemokratiniais režimais ir siekiu sunaikinti esamos visuomenės sociokultūrinę tapatybę bei sukurti kokybiškai naują žmogų (pvz., *nacistinį ariją ar komunistą*) – šiame skirstyme tik dalinė socialinė inžinerija yra suvoktina kaip pozityvus *piliečio* ir *pilietiškos visuomenės* konstravimo instrumentas. Anot K. Popperio, *utopinė socialinė inžinerija* rodo esant centralizuotą *kelių jėgų* valdymą, nuomonių skirtumo suvaržymą ir smurto naudojimą vietoje argumentacijos ir diskusijos, siekiant numatyto socialinės inžinerijos tikslo (sunaikinti buvusią visuomenės tapatybę<sup>1</sup> ir sukurti radikaliai naują tapatybę). Dalinė inžinerija, priešingai, sudaro demokratinio veiksmo sąlygas, toleruoja nuomonių skirtumus, reikalauja argumentacijos ir siekia kompromiso politiniuose ginčuose. Nors Th. Avery (2003) kritikuoja K. Popperį dėl jo vartojamų

<sup>1</sup> Žr., pavyzdžiui, Mažeikis, 2009 arba Putinaitė, 2007 – sovietinis teroras, panika ir siaubas kaip Lietuvos pokario visuomenės sąmonės apvalymo ir paruošimo naujai tapatybei kurti priemonės.

sąvokų *dalinė* ir *utopinė* (nes jos yra skirtingos prigimties), straipsnyje pasitelkiant *dalinės socialinės inžinerijos* konceptą, toliau vadinamą tiesiog *socialine inžinerija*, siekiama analizuoti besiformuojantį visuomenės pozityvaus įtikinėjimo tinklą savanorystės veiklai populiarinti ir *savanoriaujančio lietuvių* tapatybei kurti.

Socialinė inžinerija, nors labiau sietina su politiniais veiksmais, sprendimais ir galiojančios teisinės bei socialinės kultūrinės aplinkos kūrimu, darančiais įtaką visuomenės gyvenimo būdai, vertybėms ir tolesnei elgsenai, sykiu yra neatsiejama nuo masyvaus *įtikinėjimo*, kuris sukuria prielaidas įgalinti socialinės inžinerijos keičiamą realybę ir įtvirtinti ją visuomenės sąmonėje. Visuomenės įtikinėjimas, įtvirtinantis socialinės inžinerijos procesų rezultatus, kaip jau minėta, yra sietinas su *socialine propaganda* ir *socialine reklama*. Socialinė reklama yra mažos apimties, atsitiktinis, nesistemiškas visuomenės įtikinėjimas keisti gyvenimo būdą ar individualias vertybes ir yra susijusi su socialinės inžinerijos diskurso palaikymu ir plėtojimu, todėl šiame straipsnyje plačiau ir nenagrinėtina. „Socialinė reklama šiandien virto nauju politiniu įrankiu, sėkmingai papildančiu ar net oponuojančiu administraciniam valdymui. Tokia reklama gali būti naudojama atskirai arba kompleksiskai jungiama su bendresniais politiniais tikslais ir virsti socialine propaganda“ (Mažeikis, 2010, p. 339). O kaip svarbiausius požymius, atskiriančius socialinę propagandą nuo socialinės reklamos, galima išskirti *visuomenės įtikinėjimo sistemingumą, nuoseklumą, ilgalaikiškumą, politinę valią* bei *tinkliškumą*. „Socialinė propaganda siekia politinių, ideologinių tikslų, tačiau socialinėje, švietimo, saugumo, kultūros, emigracijos,

sveikatos sferose. Socialinė propaganda labiau yra susijusi su mikropropaganda, kuri stengiasi keisti konkrečios šeimos, individo, tam tikro gyvenimo aspekto raidą“ (ten pat, p. 327). Tačiau komentuojant šį G. Mažeikio palyginimą reikia pažymėti, kad socialinė propaganda kyla iš valdžios suvokimo apie egzistuojančią problemą, o mikropropaganda yra sąmoningas savęs kaip unikalaus subjekto reprezentavimo įrankis. Pirmiau minėti socialinės propagandos bruožai, atskiriantys ją nuo socialinės reklamos ar kitų atsitiktinių įtikinėjimo formų, turėtų būti apibrėžti plačiau. *Visuomenės įtikinėjimo (propagandos) sistemiskumas* yra suvokiamas kaip valdžios palaikomi neatsitiktiniai, visas susijusias viešosios politikos sferas apimantys socialinės inžinerijos procesų įgyvendinimo komunikaciniai veiksmai. Sistemiskumas yra glaudžiai susijęs su įtikinėjimo *nuoseklumu*, kuris byloja apie racionalią įtikinėjimo logiką *keisti subjekto tapatybę* įtikinant senosios tapatybės ydingumu, jos atsisakymo būtinybe ir naujosios tapatybės svarba. Galiausiai socialinės propagandos esminis bruožas, atskiriantis ją nuo atsitiktinių įtikinėjimo formų, yra *politinė valia*, išplaukianti iš įtikinėjimo veiksmų. Politinė valia yra suvokiama kaip naujos tvarkos teisinis, ekonominis ir socialinis įtvirtinimas, institucinis palaikymas ir sauga. Apskritai „socialinė propaganda yra politinės propagandos dalis, tik labiau susieta ne su santvarkos ar politinės lyderystės klausimais, o su viešosios politikos (angl. *policy*) problemomis ir jų sprendimu integruojant visuomenę ir bendruomenes“ (Mažeikis, 2010, p. 328). Pažymėtina, kad socialinė propaganda yra derintina su politine propaganda ar atitinkamų politinių ilgalaikių sprendimų faktu. Lygiagrečiai

gali būti taikomos ir ekonominės poveikio priemonės – pastarieji veiksniai jau sietini su socialinės inžinerijos plėtoje.

Visuomenės įtikinėjimas propagandos požymių įgyja, kai yra vykdomas per suformuotą organizacinį įtikinėjimo tinklą, užtikrinantį komunikacinės žinios perteikimą įvairioms visuomenės grupėms bei šios žinios komunikacinį stiprumą, nuoseklumą ir poveikumą. Terminas *organizacinis įtikinėjimo tinklas*, atitinkantis komunikacinę *žinutės siuntėjo* sampratą, yra tiesiogiai sietinas su terminais *įtikinėjimas* ir *tinklas*, kurių teoriniai aspektai turi būti plačiau paaiškinti. Šiuolaikinė propagandos teorija (pvz., Jowett and O'Donnell, 2006) nurodo, kad komunikacinis veiksmas, priskirtinas propagandos apibrėžimui, bus susijęs su *nuosekliu, organizuotu, sistemingu, institucionalizuotu įtikinėjimu*, kurį plėtoja tam tikra *galia* disponuojantis žinutės siuntėjas. Stereotipiškai jis dažnai suvokiamas kaip valdžios institucija, nors šiuolaikinė propaganda yra plėtojama ir privačių verslo (plačiau analizuojama, pvz., Carey, 1997) ar pilietinių nevyriausybinų (plačiau nagrinėjama, pvz., O'Shaughnessy, 2004) institucijų. Svarbu, kad toks įtikinėjimas gali remtis ne vieninteliu informacijos skleidėju, o keliais skirtingais šaltiniais, priklausančiais vieno ar skirtingų tipų organizaciniams vienetams. Kelių skirtingų šaltinių palaikomi įtikinėjimo veiksmai kyla kaip šių šaltinių tarpusavio sąveikos rezultatas ar atskirų įtikinėjimo veiksmų komunikacinė visuma. Kalbant apie žinutės siuntėjų tarpusavio sąveiką, pabrėžtinai *socialinio tinklo* terminas, kurį atitinkamai adaptavus galima kalbėti apie *įtikinėjimo žinučių siuntimo tinklą* kaip visumą skirtingų organizacinių vienetų, komunikuojančių tokias žinutes į

išorę, sąveikaujančių tarpusavyje ir susietų įvairaus pobūdžio vidiniais ryšiais.

Socialinis tinklas akademiname diskurse pirmiausia buvo suvokiamas kaip *žmonių ar jų grupių* socialinių santykių ar ryšių (jų pobūdžio) struktūra (pvz., Antinienė ir kt., 2004). Toks požiūris kurį laiką riboja socialinio tinklo sąvoką taikyti ryšiams tarp kitų vienetų tirti, tačiau vėliau, įvertinus *tinklo* sąvokos patogumą analizuoti ir kitokio pobūdžio, ne vien žmoniškuosius, tarpusavio ryšius, jo apibrėžimas buvo liberalizuotas. Pavyzdžiui, D. Steiny's (2008) jau nurodo, kad socialiniai tinklai yra žmonių, grupių, organizacijų ar bet kurių tarpusavyje sąveikauti galinčių vienetų tinklai. Šį skirtumą pabrėžia ir I. Gečienė (2009), pateikdama S. Vertoveco išplėtotą aiškinimą, kad socialiniai tinklai susidaro ne tik tarp individų, bet ir tarp jų grupių, organizacijų, įmonių, visuomenių, globalių korporacijų. Socialinės inžinerijos ir atitinkamai socialinės propagandos veiksmų atveju galima teigti, kad socialinis tinklas susiformuoja tarp skirtingų organizacinių vienetų, savo veiksmus orientuojančių į visuomenės tapatybės formavimą vienu ar kitu socialinės politikos klausimu. Toks tinklas, anot S. Littlejohnu ir K. Foss (2008), gali 1) kontroliuoti informacijos srautus, 2) sujungti panašių interesų žmones, 3) sukurti bendrų vertinimų pagrindą, 4) sustiprinti socialinę įtaką ir 5) sudaryti sąlygas keistis ištekliais. Todėl šiame straipsnyje *tinklo* terminas bus taikomas siekiant bendrai apibrėžti skirtingas valstybines, nevyriausybines ir privataus sektoriaus institucijas, organizacijas ir įmones, kurios sąveikauja tarpusavyje, siekdamos plėtoti ir skleisti konkrečią komunikacinę žinią visuomenei, o jų sąveikos ryšiai, nepriklausomai nuo po-

būdžio – politinio, finansinio ar kt. palaikymo, stiprina minėtos komunikacinės žinios sklaidos ar įtakos visuomenei potencialą. Kitaip tariant, tinklas šiuo atveju yra šios komunikacinės žinios (kvietimo įsitraukti į savanorišką veiklą ir plėtoti savanorystės kultūrą Lietuvoje) skleidėjas, o jo vidiniai vienetai ir jų tarpusavio ryšiai užtikrina tokios žinutės komunikacinį stiprumą.

Nors socialinės inžinerijos atveju galima kalbėti apie skirtingas tinklą sudarančių organizacinių vienetų funkcijas (sukurti palankią politinę terpę, skirti finansavimą, organizuoti viešuosius renginius ar pan.), pagrindinė bendra minėto tinklo funkcija yra užtikrinti gana intensyvių ir efektyvių visuomenės *įtikinėjimą* dėl savanorystei palankių nuostatų formavimo. Straipsnyje *įtikinėjimas* suprantamas P. Oržekauskio ir S. Šimanauskio suformuluoto apibrėžimo prasme, t. y. kaip „intelektualinis-psichologinis veikimas, perduodant (pateikiant) informaciją, turinčią aiškią ir konkrečią loginę seką, siekiant priversti individą ar jų grupę savanoriškai priimti pateikiamą informaciją, kuri turi atlikti veiklos (arba poelgio) sužadavimo (ar suaktyvinimo) vaidmenį“ (2005, p. 104). R. Perloffas (2010) skiria šiuolaikinį ir senąjį *įtikinėjimą*, nuroydamas penkis bruožus: 1) išaugo įtikinėjimo žinučių skaičius: reklama, viešųjų ryšių pranešimai ir t. t.; 2) padidėjo įtikinėjimo žinučių sklaidos greitis; 3) įtikinėjimas tapo institucionalizuotas (reklamos agentūros, viešųjų ryšių agentūros, rinkodaros konglomeratai, lobistų grupės, socialiniai aktyvistai, kalbų rašytojai, įvaizdžio konsultantai yra įsitraukę į įtikinėjimo procesus); 4) įtikinėjimas tapo subtilesnis ir netiesmukas; 5) įtikinėjimas tapo kompleksinis ir nuasmenintas. Remiantis šiais šiuolaikinio įtikinėjimo

bruožais ir aptarta tinklo samprata, galima apibrėžti, kad straipsnyje *organizaciniu įtikinėjimo tinklu* bus vadinama struktūra, kurią sudaryto skirtingi organizaciniai vienetai, sąveikaujantys tarpusavyje teigdami vieni kitiems reikalingus išteklius, ir kurios bendrasis veiklos tikslas yra užtikrinti visuomenės įtikinėjimo žinučių (komunikacinių kampanijų) sklaidą, matomumą ir poveikį tikslinei grupei.

*Organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo* dedamosios arba organizaciniai nariai ir jų veikimo pobūdis gali rodyti esant *centralizuotą administracinį* įtikinėjimo modelį (pvz., tinklas, kurio koordinatorius yra centrinės valdžios institucija, o jos žinią perteikiantys organizaciniai padaliniai – tiesioginiai centrinės valdžios atstovai) arba *demokratinį* įtikinėjimo modelį, susijusį su demokratine propaganda (daug skirtingų įtikinėjimo institucijų, jų tarpusavio konkurencija ir nepriklausomybė nuo centrinio valdžios aparato). Kaip nurodo G. Mažeikis (2006, p. 29), „demokratine propaganda sukuria viešų debatų areną, skatina skaidrumą, implikuoja propagandos ir reklamos naudojimą socialiniams, bendruomenių tikslams bei stimuliuoja meną, kūrybingumą, kūrybines industrijas“. NVO pozicijos demokratinės propagandos atveju yra laisvas visuomenės įtikinėjimas vienomis ar kitomis vertybėmis, kai valdžios institucijos užima pasyvaus koordinatoriaus, stebėtojo vietą<sup>2</sup>. Tokiu

<sup>2</sup> Šioje vietoje verta atskirti *pasivaus* ir *aktyvaus* įtikinėjimo reikšmes. *Pasyvia* įtikinėjimo veikla bus vadinama tokia organizacijos veikla, kuri nesiekia pati organizuoti įtikinėjimo kampanijų, o tik sudaro (finansines, politines) sąlygas tokioms kampanijoms organizuoti ir įgyvendinti bei jas koordinuoja, o kūrybinė ir komunikacinė įtikinėjimo išraiška, nuo kurios ir priklauso įtikinėjimo efektyvumas, yra patikima kitoms organizacijoms. *Aktyvia* įtikinėjimo veikla bus vadinami

atveju valdžios institucijų įtaka NVO ir kitoms organizacijoms apsiriboja tik galiojančių įstatymų saugojimo principu: galima veikti tiek, kiek tai nepažeidžia įstatymuose numatytos tvarkos. Centralizuotame administraciniame įtikinėjimo modelyje tinkle veikiantys organizaciniai nariai bus suvokiami kaip *štabai, filialai, atstovybės, padaliniai* ir t. t., o demokratinio įtikinėjimo tinklo nariais gali būti *nepriklausomos organizacijos, NVO, reklamos, kūrybinės agentūros, kultūrinės ir kūrybinės industrijos* ir t. t. Pirmuoju atveju tinklo centre bus vyriausybė institucija, antruoju atveju nebus centrinės nurodymus ir užduotis skiriančios institucijos, tačiau procesus gali prižiūrėti koordinuojančioji institucija, kartais sutampanti su įtikinėjimo iniciatoriumi.

*Europos savanoriškos veiklos metų* (2011 m.) paskelbimas ir su jais susijusių politinių teisinių sprendimų bei sąlygų sukūrimas ES šalyse narėse, iš jų ir Lietuvoje, komentuojant socialinės inžinerijos požiūriu, rodo esant siekį sukurti *europiečio savanorio (lietuvio savanorio)* tapatybę ir su ja susijusių pozityvią gyvenseną, vertybes, bendruomeniškumą, kooperaciją, nuostatas, netgi individuacijos procesus. Kitame straipsnio skyriuje bus analizuojamas Lietuvoje pradėjęs formuotis organizacinis visuomenės įtikinėjimo tinklas.

## **Organizaciniai savanorystės populiarinimo sektoriai Lietuvoje**

Siekiant identifikuoti organizacinio įtikinėjimo populiarinant savanorystę tinklą,

---

tokie veiksmai, kuriuos organizacija vykdo organizuodama ir įgyvendindama visuomenės įtikinėjimo projektus, pasitelkdama savo turimą kūrybinį komunikacinį potencialą, panaudodama visus savo turimus išteklius tokiais veiksmais vykdyti ir pasinaudodama egzistuojančia politine, teisine ir ekonomine aplinka tokiems projektams įgyvendinti.

veikiantį Lietuvoje 2011 m. pradžioje, buvo išanalizuoti daugiau nei 30-ies organizacijų (žr. šaltinių sąrašą), vienaip ar kitaip susijusių su savanorystės populiarinimu, tinklapiai, ieškant juose akivaizdžių bendradarbiavimo su to paties ar kito sektoriaus organizacijomis požymių savanorystės populiarinimo projektuose. Tokiais požymiais laikytos naujienos apie bet kokius bendrus savanorystės kaip socialinio reiškinio populiarinimo projektus, jų vykdymą, vykdymo eigą, tyrimus, apklausas, iniciatyvas ir t. t. Rastose tokio pobūdžio informacijoje ieškota į konkretų procesą įsitraukusių organizacijų, projekte bendradarbiaujančių su analizuojama organizacija savanorystės populiarinimo tikslais (projektų *vykdytojų, partnerių, rėmėjų, informacinių rėmėjų, mecenatų, iniciatorių, koordinatorių* ir t. t.). Remiantis *sniego gniūžtės* principu, toliau analizuoti tokių rastų partnerinių organizacijų tinklapiai, siekiant identifikuoti kiekvienos organizacijos vietą savanorystės populiarinimo veiklose. Konkrečių organizacinių sektorių identifikavimas buvo galimas analizuojant pirmiausia Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos internetinėje svetainėje *www.socmin.lt* pateiktą informaciją apie organizacijas, Lietuvoje populiarinančias savanorystę ir įgyvendinančias Europos savanoriškos veiklos metų veiklas bei organizuojančias su jomis susijusias renginius. Analizės metu identifikuotą tarporganizacinį bendradarbiavimą iliustruojanti schema pateikiama 1 pav., o savanorystę populiarinančių organizacijų vidinių ir išorinių ryšių žemėlapis – 2 pav., jame ryškesne linija žymimi ryšiai tarp sektorių. Pažymėtina, kad 2011 m. pirmasis ketvirtis buvo pasirinktas kaip momentas, leidžiantis identifikuoti sa-

vanorystės populiarinimo organizacinio tinklo formavimosi pradžią ir pateikti jos skerspjūvį, tuo siekiant užfiksuoti pradinę tinklo būseną. Baigiantis 2011 m. ir aktyviam savanorystės populiarinimui šalyje, tokia momentinė skerspjūvio analizė turės būti atlikta dar kartą, siekiant palyginti tinklo plėtros kokybinį ir kiekybinį pokytį. Bendrasis politinis kontekstas, lemiantis visų tirtų organizacijų bendradarbiavimo veiklą, buvo identifikuotas analizuojant Europos Sąjungos, Lietuvos Respublikos Vyriausybės, Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos bei kt. institucijų reglamentuojančius dokumentus.

Europos Komisijai 2011-uosius paskelbus Europos savanoriškos veiklos metais, Lietuvos Respublikos Vyriausybė šio sprendimo įgyvendinimą koordinuojančia nacionaline institucija paskyrė *Socialinės apsaugos ir darbo ministeriją* (toliau – Ministerija; LR Vyriausybės nutarimas, 2010-02-24 Nr. 188), kuriai teko užduotis įgyvendinti šiems metams keliamus viešųjų renginių, komunikacijos ir visuomenės įtikinėjimo tikslus bei sudaryti priemonių, kuriomis minėti tikslai bus pasiekiami, planą. Atsižvelgdama į tai, Ministerija parengė *Nacionalinę 2011-ųjų Europos savanoriškos veiklos, kuria skatinamas aktyvus pilietiškumas, metų programą* (toliau – programa; patvirtinta socialinės apsaugos ir darbo ministro 2010-09-08 įsakymu Nr. A1-406) bei *Nacionalinės 2011-ųjų Europos savanoriškos veiklos, kuria skatinamas aktyvus pilietiškumas, metų programos priemonių planą* (toliau – planas), kuriuose išanalizavo esamą situaciją, 2011-aisiais keliamus savanorystės populiarinimo tikslus ir jų įgyvendinimo priemones. Taigi chronologiniu požiūriu, Vyriausybės ir Ministerijos sprendi-

mai nuosekliai atitiko Europos Sąjungoje vykstančių procesų logiką: 2009 m. lapkričio 27 d. Europos Komisija nusprendė 2011-uosius paskelbti Europos savanoriškos veiklos, kuria skatinamas aktyvus pilietiškumas, metais → 2010 m. vasario 24 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybė paskyrė Nacionalinę koordinuojančią instituciją minėtam sprendimui įgyvendinti → 2010 m. buvo skirti pasirengti 2011 m. vyksiantiems renginiams → 2010 m. rugsėjo 8 d. Ministerija paskelbė programą, kuri Lietuvoje padės populiarinti savanorystę ir kurti jai palankią aplinką → 2011 m. sausio 1 d. prasidėjo Europos savanoriškos veiklos metai. Šioje straipsnio dalyje bus analizuojama organizacinė visuomenės įtikinėjimo sistema, kurią kuria Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, siekdama įgyvendinti minėtą programą.

Pažymėtina, kad Ministerija, formuodama savanorystės populiarinimo strateginius ir taktinius veiksmus, nuo pat pradžią užima biurokratinės koordinatorės pozicijas, tuo iniciatyvų kūrimo, veiklų įgyvendinimo ir uždavinių vykdymo funkcijas iš esmės perleisdama kitoms organizacijoms. *Programos 1.1, 1.3 punktuose* savanorystės reiškinys ir aktualumas daugiausia atskleidžiamas kaip nevyriausybinų organizacijų veiklos baras ir pagrindas, tuo sukuriant išpūdį, kad savanoriškos veiklos populiarinimas ir plėtojimas visuomenėje ir yra svarbiausias būtent NVO sektoriui, nors savanorystė kiekvienoje šalyje paprastai yra aptariama ir ekonominiu (atliekamo darbo finansinė vertė ir įtaka šalies ūkiui) ar kitais aspektais (žr., pvz., Europoje vyraujančių savanorystės..., 2011). Akcentuojama (*programos 2 skyriuje*), kad ir pati programa, kuria nustatomi nacionaliniai savanorystės popula-



rinimo tikslai, yra parengta remiantis, be kita ko, ir skėtinių NVO pastabomis bei pasiūlymais. Už programos įgyvendinimo institucinę kontrolę būti atsakingu pavadama *Ministerijos viceministrui*, o už įgyvendinimo stebėseną – specialiai įkurtam *komitetui*, kurį sudaro Ministerijos ir kitų organizacijų deleguoti asmenys. Kalbant apie Ministerijos vaidmenį įgyvendinant programą, reikia pabrėžti, kad jai numatomas gana pasyvus koordinavimo ir visuomenės informavimo vaidmuo: Ministerija prisiima gana pasyvų *visuomenės informavimo* uždavinį, būdingą valstybinėms institucijoms, tuo nesiekdama aktyviai keisti visuomenės nuostatų, o tik perteikdama susijusią informaciją. Pavyzdžiui, 2011 m. kovą, kai programos įgyvendinimas pagal laiką jau buvo pasiekęs pirmojo ketvirčio pabaigą, Ministerijos komunikaciniai veiksmai daugiausia apsiribojo specialios skilties savo interneto svetainėje *www.socmin.lt* sukūrimu ir informacijos apie savanorystę populiarinančias organizacijas skelbimu joje. Pažymėtina, kad tokio pobūdžio komunikaciniai veiksmai gali būti tinkami visuomenėje, tvirtai palaikančioje propaguojamą klausimą (šiuo atveju – savanorystę), tačiau nepakankami socialinės inžinerijos atveju, kai visuomenės nuostatos yra perugdomos.

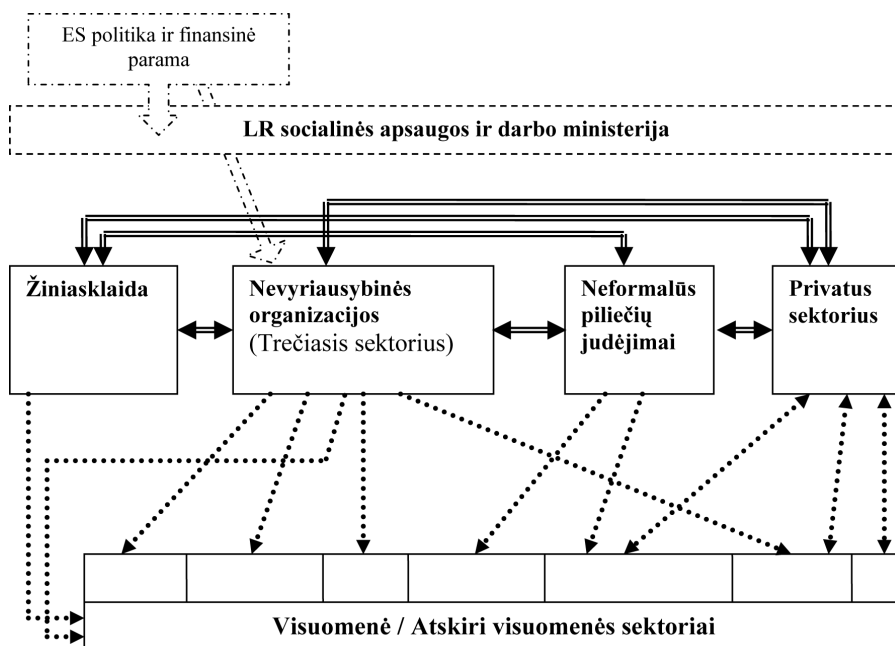
Analizuojant *Nacionalinės 2011-ųjų Europos savanoriškos veiklos, kuria skatinamas aktyvus pilietiškumas, metų programos priemonių planą*, matyti, kad daugiausia atsakomybės Ministerijai priskiriama teisinėje srityje (t. y. kuriant savanoriškos veiklos teisinį reglamentavimą ir teisinę aplinką), taip pat jai numatomos įvairių projektų finansavimo funkcijos (nes Lietuvos dalyvavimas Europos savanoriškos veiklos metuose finansuojamas

iš valstybės biudžeto Socialinės apsaugos ir darbo ministerijai patvirtintų bendrųjų asignavimų). Numatoma, kad kiti darbai bus atliekami su NVO pagalba: nevyriausybinių organizacijos, gaudamos finansavimą savo projektams iš Ministerijos (arba savo iniciatyva – iš ES fondų), įgyvendins viešinimo ir populiarinimo darbus. Kitaip tariant, pagrindinės komunikacinės žinios skleidėju numatomas nevyriausybinių sektorius, jau dirbantis šioje srityje. Toks valdžios ir NVO bendradarbiavimo modelis nėra neįprastas; institucinis NVO bendradarbiavimas su vykdomąja šalies valdžia vyriausybinio lygmeniu yra akcentuojamas ir pačių nevyriausybinių: „šakinės ministerijos atspindi labiausiai paplitusią institucinio bendradarbiavimo su NVO formą tiek Vakarų, tiek Rytų ir Centrinėje Europoje. NVO, kurių misija sutampa su atitinkamos ministerijos misija, natūraliai nori užtikrinti, kad politika ir įstatymų leidyba atspindėtų jos ir organizacijos narių pažiūras. Ji taip pat dažnai siekia finansavimo iš ministerijos. Pastaroji dažnai laiko tokį bendradarbiavimą naudingą – pvz., NVO gali padėti įgyvendinti nacionalinę politiką atitinkamoje viešosios politikos srityje“ (Nacionalinės nevyriausybinių organizacijų..., 2009, p. 15).

Analogiškai žvelgiant į ES lygmenį, pažymėtina, kad Europos Komisijos 2009 m. lapkričio 27 d. sprendime 2010/37/EB nurodoma, kad Europos Komisija įgyvendins šiuos metus *bendruomenių lygmeniu*, prieš tai užtikrinusi, kad kiekvienoje ES šalyje narėje bus *veiksmus koordinuojanti institucija* (OL 2010 L17, p. 45, 5 straipsnis). Šia nuostata Europos Komisijos funkcijos yra panašios į mūsų šalies Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos prisiimtas NVO veiklą ir projektų coordi-

navimo funkcijas pažymint savanoriškos veiklos metus. Informacijos ir komunikacijos srityje Europos Komisijos numatomi atlikti veiksmai taip pat yra panašūs į lietuviškosios koordinuojančios institucijos įsipareigojimus: numatoma organizuoti didelio matomumo renginius, forumus, konkursus, bendradarbiauti su privačiu sektoriumi ir žiniasklaida, leisti informacinę medžiagą, įsteigti specialų portalą savanoriškos veiklos metams populiarinti ir kt. Iš esmės tokį patį veiklos modelį, įgyvendinant analizuojamą Europos Komisijos sprendimą, taiko ir Socialinės apsaugos ir darbo ministerija: kasdienių projektų įtikinėjant visuomenę savanorystės nauda vykdymą patikėti nevyriausybinėms organizacijoms, o pačiai organizuoti kelis svarbiausius metų renginius šalyje, užtikrinti teisinės bazės tobulinimą, informuoti visuomenę apie vykstančius savanorystės populiarinimo projektus ir metus.

Lietuvoje, be Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos kaip valstybinės valdžios institucijos, išskirtini dar bent keturi sektoriai, išitraukę į savanoriškos veiklos populiarinimo veiksmus 2011 metais (žr. 1 pav.). Visų pirma, svarbu išskirti *nevyriausybinės organizacijos*, kurių iniciatyvos plėtoti ir populiarinti savanorystę neapsiriboja tik 2011 m. veiklomis, tačiau būtent šiais metais jos gavo reikšmingą valdžios institucijų palaikymą šiai veiklai, o kartu sulaukė ir kitų sektorių susidomėjimo. Pažymėtina, kad šiuo atveju (t. y. savanoriškos veiklos populiarinimo metais) turimos omenyje tik tos nevyriausybinės organizacijos, kurių pagrindinė veikla yra orientuota į savanorystės populiarinimą arba kurios aktyviai kreipiasi į visuomenę su kvietimu į savo vykdomą veiklą ištraukti savanorius iš šalies. Šiuo požiūriu skiriamos *tiesiogiai savanorystę populiarinančios NVO* ir *nišinės NVO*; pastarųjų



1 pav. Savanorišką veiklą populiarinantys įtikinėjimo sektoriai Lietuvoje (2011 m. kovas)

pagrindinis veiklos tikslas yra krepjiamas į tam tikrą socialinę nišą (vaikų, šeimų, moterų apsaugą, gyvūnų globą, socialinę rūpybą, psichologinę pagalbą ir pan.), bet jos prie savo veiklos įgyvendinimo viešai kviečia prisidėti ir savanorius. Komunikacinis poveikis, kurį savo veiklomis sukuria NVO sektorius Lietuvoje, yra atitinkamai orientuotas į visą visuomenę arba į atskiras jos grupes pagal minėtą NVO veiklos nišą. Tačiau nors nevyriausybinis sektorius savanorystės populiarinimo veiklose 2011 m. yra numatomas kaip pagrindinis žinios sklaidėjas per atskirus jo vykdomus projektus, NVO įtaka viešųjų problemų sprendimui ir matomumas visuomenėje nėra pakankami. Remdamiesi Piliietinės visuomenės galios indeksu, 2008 m. išmatuotu Piliietinės visuomenės instituto ir „TNS Gallup“, *Nacionalinės nevyriausybinių organizacijų tarybos sukūrimo studijos* rengėjai konstatuoja, kad Lietuvos pilietinė visuomenė, o kartu ir NVO, tebėra silpni: „NVO sektorius nesugeba užtikrinti reikiamų žmogiškų ir materialinių išteklių tam, kad deramai atliktų demokratijos „sarginio šuns“ vaidmenį ir teiktų paslaugas tose viešojo gyvenimo srityse, kuriose nepajėgia ar nėra suinteresuoti veikti valstybė, verslas ar atskiri asmenys“ (Nacionalinės nevyriausybinių organizacijų..., 2009, p. 3). Lietuvoje dalyvavimas visuomeninėje veikloje išlieka menkas, nors tam ir yra sudarytos palankios sąlygos (pvz., gausus NVO skaičius, neformalaus švietimo plėtra ir t. t.). Tai iš dalies galima aiškinti sovietinio visuomeninio gyvenimo patirtimis, nors tokiam aiškinimui ir reikia išsamesnių tyrimų: kaip sovietmečio visuomeninį gyvenimą interpretuoja I. Matonytė ir A. Zdanevičius (2002), „trečiasis sektorius buvo suprantamas kaip

valdžios rankų pailginimas. Visuomeninės organizacijos veikė daugiausiai kultūros ir sporto srityse, profsąjungos, kūrybinės bendrijos, vaikų ir jaunimo organizacijos (pionieriai ir komjaunimas), telkusios žmones ir organizavusios laisvalaikio užimtumą, siekė pagrindinio tikslo – ugdyti tarybinį pilietį. Šias organizacijas steigė, finansavo ir kontroliavo valstybės valdžia“ (p. 5; taip pat Kučikas, 2001). Visuomeninės organizacijos kaip tiesioginės valdžios atstovės visuomenėje įvaizdis, neabejotinai išlikęs vyresniosios kartos atmintyje, daro neigiamą įtaką ir šiandienų nevyriausybinių organizacijų, dalyvavimo visuomenės gyvenime įvaizdžiams, galbūt siejamiems su sovietinio *revoliucinio / idėjinio aktyvistu, herojaus, lyderio* (žr., pvz., Mažeikis, 2010, p. 260–261) vaizdiniais.

Kitas sektorius, populiarinantis savanorystę Lietuvoje, yra *neformalus piliečių judėjimai*. Nors šių judėjimų ir negalima laikyti įtakingais, tačiau jie pasižymi tvirtomis principinėmis nuostatomis. Tokių judėjimų šerdis daugiausia yra patys savanoriai, siekiantys išvengti juridinio apibrėžimo ir dėl to sąmoningai pasirenkantys neformalaus judėjimo formą, tačiau jų įtaką visuomenei riboja bent du veiksniai: 1) šie judėjimai yra negausūs tiek savo skaičiumi, tiek savo narių skaičiumi ir 2) jų sąmoningai pasirinkta neformali veiklos forma neleidžia jiems dalyvauti juridinėje veikloje, gauti paramą iš Lietuvos Respublikos Vyriausybės ar Europos Sąjungos fondų. Šie įtaką ribojantys veiksniai lemia ir tai, kad minėti judėjimai negali imtis visuomenėje matomų komunikacijos kampanijų, o patys judėjimų nariai daugiausia telkiasi socialiniuose tinkluose, t. y. siekia išnaudoti nemokamas sąveikos ir komunikacijos priemones. Neforma-

lūs piliečių judėjimai yra pajėgūs daryti nebent mažą įtaką atskirioms visuomenės grupėms; veikia anksčiau, nei buvo suformuoti 2011 m. savanoriškos veiklos populiarinimo tikslai ir nepriklausomai nuo jų.

Trečias išskirtinas savanorystės populiarinimo sektorius Lietuvoje – *žiniasklaida*. Sektorius ypatingas tuo, kad a) daro reikšmingą įtaką visai visuomenei apskritai, pasinaudodamas turima galia, ir b) savanorystės populiarinimo tema susidomėjo ir pradėjo ją intensyviau plėtoti kartu su 2011-ųjų Europos savanoriškos veiklos metų pradžia; tikėtina, kad kartu su jų pabaiga nuslops ir sektoriaus domėjimasis šia tema. Sektoriaus dalyvavimas visuomenės informavimo / savanorystės viešinimo veikloje greičiausiai susijęs su kai kurių žiniasklaidos priemonių plėtojama socialinės atsakomybės idėja, būdinga privačioms organizacijoms, ir su faktu, kad, įvairioms organizacijoms visus metus nuosekliai įtikinėjant visuomenę savanorystės nauda, pastaroji tema taps rezonansine ir įgis potencialą didinti TV žiūrovų, dienraščių / interneto portalų skaitytojų skaičius, taigi ir konkrečios žiniasklaidos priemonės populiarumo, įtakingumo bei pelningumo rodiklius. Be abejo, žiniasklaidos sektoriaus sukuriama temos populiarinimo efektas yra ypač reikšmingas ir leidžia apie savanorystės idėją kalbėti plačiau, nei tai įstengtų padaryti visi kiti įtakos sektoriai atskirai.

Paskutinis organizacinis sektorius, kurį galima išskirti kalbant apie visuomenės įtikinėjimą savanorystės populiarinimo aspektu, – *privačios verslo įmonės*. Pastarųjų motyvus plėtoti socialiai atsakingus projektus savo straipsnyje yra aptarusi R. Matkevičienė (2010); šie motyvai taisytini ir minėtam žiniasklaidos organi-

zacijų susidomėjimui savanorystės tema aiškinti. Pažymėtina, kad dalis privačių įmonių, remiančių savanorystės idėją, šią veiklą pradėjo nuosekliai plėtoti gerokai anksčiau, nei buvo nuspręsta 2011 m. paskelbti Europos savanoriškos veiklos metais, tačiau kita jų dalis aktyviau savanorystės populiarinimą pradėjo remti Lietuvoje ėmus garsiau kalbėti apie savanorišką veiklą. Pastarojo sektoriaus daroma įtaka visuomenei yra ypatinga dėl to, kad įmonės pačios nevykdo arba tik iš dalies vykdo komunikacinius projektus savanorystės populiarinimo tema; jų veikla šioje srityje daugiausia apsiriboja (nepaisant kelių išimčių) finansine parama NVO projektams, o jų lūkesčiai, susiję su vykdomos socialinės atsakomybės veikla, yra pozityvus įmonės vertinimas ir gera reputacija visuomenės akyse. Šio sektoriaus sukuriama įtaka yra kreipiamą į atskiras visuomenės grupes, daugiausia atitinkančias įmonių klientų ir potencialių klientų rinkos segmentus.

Lietuvoje pradėjusį veikti *visuomenės įtikinėjimo tinklą siekiant paskatinti žmones įsitraukti į savanorišką veiklą* iš išorės papildė ir ES politikos bei finansinės paramos mechanizmai. Pastarųjų sukuriama veiklos sąlygos, tikslai ir skiriama finansinė parama tam tikriems šalies projektams ar programoms vykdyti tiesiogiai paliečia vykdomosios valdžios institucijas ir NVO sektorių (iš visų keturių pirmiau minėtų organizacinių įtikinėjimo sektorių). Vykdomoji valdžia privalo atsižvelgti į ES institucijų priimtus sprendimus (šiuo atveju – įgyvendinti 2011-ųjų Europos savanoriškos veiklos metų idėją), užtikrinti jų įgyvendinimą nacionaliniu lygmeniu, ir ES skiriamos finansinės paramos įsisavinimą, o NVO sektorius turi galimybę plėtoti savo veiklas, finansiškai remiamas ES fondų ir

programų. Šio lygmens ES intervencija į savanorystės populiarinimą nacionaliniuose regionuose sukuria ir pridedamąją vertę – savanorystės idėjos ir praktikos internacionalizavimą.

### **Vidiniai ir išoriniai organizacijų ryšiai įtikinėjimo tinkle**

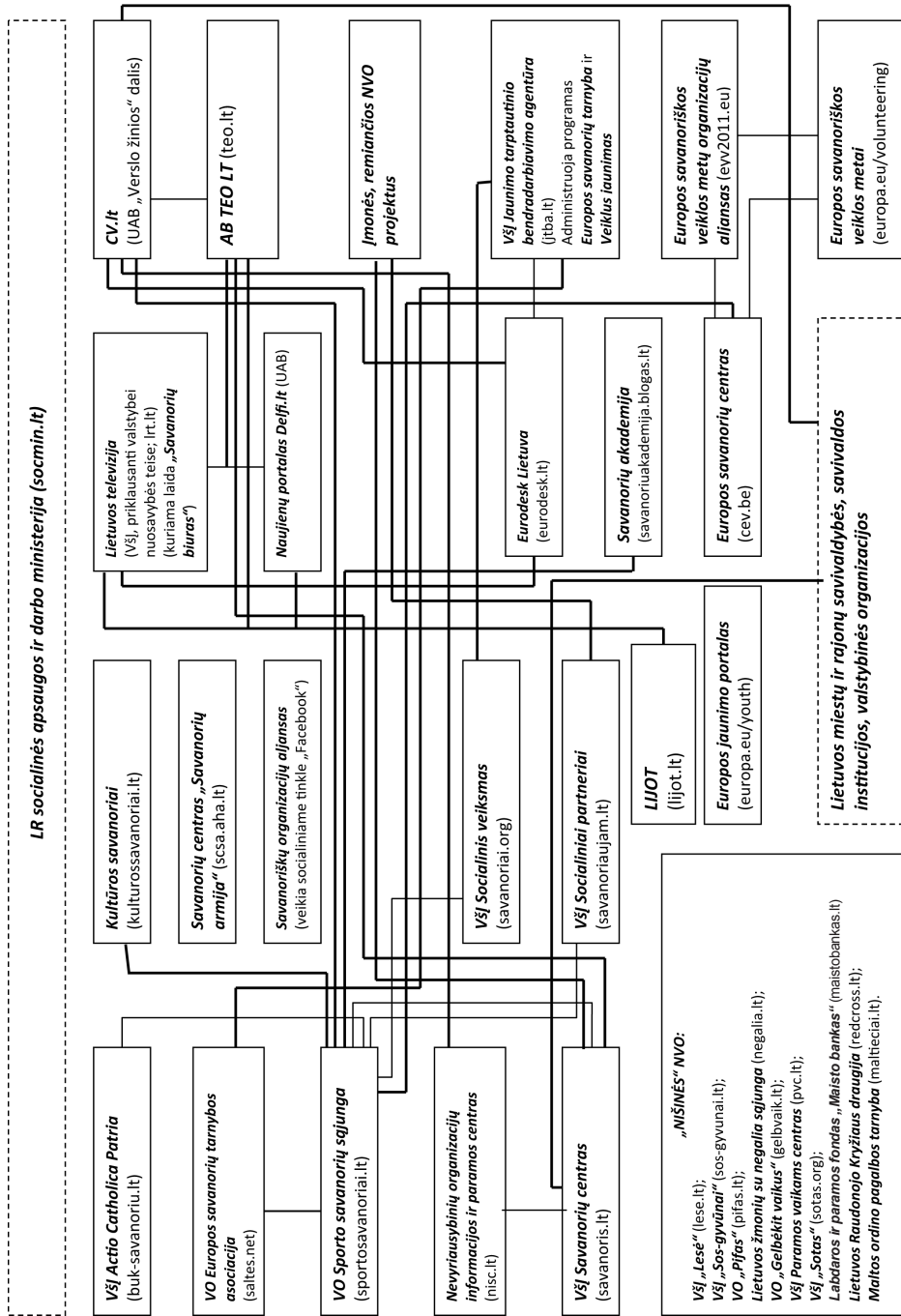
Pažymėtina, kad pirmiau aptartus visuomenės įtikinėjimo organizacinius sektorius tinkle sieja *vidiniai* ir *tarpsektoriniai ryšiai*. Pirmuosius ryšius lemia sektoriinių organizacijų tarpinstitucinės sąveikos praktikos, kurios egzistuoja dėl panašios šių organizacijų vykdomos veiklos. (Svarbu pažymėti, kad dažnai šie ryšiai esti konkurencinio pobūdžio.) Tarpsektorinių ryšių mezgimasi lemia organizacijų siekis savo veiklą vykdyti plačiai ir įvairiapusiškai turinio ir formos atžvilgiu, tuo sukuriant didesnę visuomenės įtikinėjimo efektą. Tarpsektoriniai ryšiai yra tiesiogiai susiję ir su a) atskirus projektus vykdančių organizacijų siekiu įgyti papildomų, jos pačios neturimų ar nepakankamai turimų išteklių tokiam projektui vykdyti arba b) galimybėmis vykdant bendrus projektus dalyvauti veiklose, nebūdingose pagrindinei organizacijos veiklai, tačiau jai aktualiose.

Kaip pažymima Europos Komisijos atstovybės Lietuvoje užsakytame ir Nevyriausybinių organizacijų informacijos ir paramos centro 2011 m. atliktame tyrime, „Lietuvoje nėra atskiros institucijos ar centrinės savanorišką veiklą koordinuojančios organizacijos nei valstybės institucijų, nei nevyriausybinių organizacijų lygmeniu“ (p. 73). Tai matyti ir analizuojant organizacijų populiarinančių savanorystę Lietuvoje, tarpusavio ryšių žemėlapi (žr. 2 pav.), kuriame galima akcentuoti, kad 1) Lietu-

voje šiuo metu formuojasi keli aiškesni savanorystės populiarinimo organizaciniai branduoliai ir 2) dėl vienintelės savanorystės populiarinimą ir savanorystę šalyje koordinuojančios organizacijos NVO sektoriuje nebuvimo čia besikuriantys judėjimai yra linkę pasivadinti vardais, menamai nurodančiais minėtų veiklų koordinavimo nacionaliniu lygmeniu vaidmenį. Pavyzdžiui, dalis analizuojamų nevyriausybinių organizacijų yra pasivadinusios *asociacijomis, sąjungomis, aljansais, centrais* – t. y. žodžiais, semantiškai reiškiančiais tam tikrą *su(si)vienijimą* ar *su(si)telkimą* į *visumą*. Tokių žodžių vartojimas organizacijų pavadinimuose sukelia nemažai painiaivos siekiant rasti, kuri organizacija gali būti vadovaujama atsakinga už savanorystės populiarinimą ir koordinavimą visoje šalyje. Dėmesys atkreiptinas ir į tai, kad dalis šių organizacijų savo interneto svetainėse skelbiasi turinčios *savanorių duomenų bazę* (pvz., *buk-savanoriu.lt*), tai taip pat sukuria nacionalinės koordinuojančios organizacijos išspūdį.

Galima suskaičiuoti aštuonias NVO, užsiimančias vien savanorystės populiarinimu, tris neformalius savanorių judėjimus ir daugiau kaip 10 „nišinių“ NVO, kurios savanorius kviečia įsitraukti į savo specifinę veiklą ir populiarina ne pačią savanorystę kaip idėją, o informuoja apie savanorių poreikį dirbti tam tikrose srityse, pavyzdžiui, prižiūrėti senyvo amžiaus žmones ar dirbti su vaikų problemomis. Analizei aktualios minėtos aštuonios NVO, kurių pagrindinė veiklos sritis yra savanorystės populiarinimas ir koordinavimas; iš jų trijose galima rasti savanorystės populiarinimo branduolio telkimo požymius:

- *VšĮ Savanorių centras, dirbantis su Vilniaus miesto savivaldybe, priva-*



2 pav. Organizacijų, populiarinančių savanorystę Lietuvoje, tarpusavio ryšių žemėlapis (2011 m. kovas)

*čiomis savanorystės idėją remiančiomis įmonėmis bei Nevyriausybinių organizacijų informacijos ir paramos centru;*

- *Lietuvos jaunimo organizacijų taryba*, vykdanči bendrus projektus su *privačiomis kompanijomis, Eurodesk Lietuva* ir *žiniasklaida*;
- *VO Sporto savanorių sąjunga*, viešinti daugumos savanorystę populiarinančių NVO veiklą ir dirbanti su *privačiomis kompanijomis*.

Be šių trijų branduolių, svarbu akcentuoti ir du branduolius, kuriuos formuoja privačios organizacijos: darbo paieškos portalas CV.lt, kurio savanorystės populiarinimo iniciatyva matoma ir daugelyje Lietuvos savivaldos institucijų tinklapių, bei AB TEO LT, kuri jau kurį laiką nuosekliai palaiko savanorystės projektus, pati juos inicijuoja ar užsako savanorystės būklę Lietuvoje identifikuojančius tyrimus ir apklausas. Pastarieji du branduoliai kaip atskiri partneriai dalyvauja ir į kitose projektuose. Kitos organizacijos, nurodytos žemėlapyje, vykdo daugiausia pavienius projektus ir iniciatyvas arba sąveikauja su viena ar dviem kitomis organizacijomis, nesukurdamos ryškesnio branduolio. Sąveika su viena ar dviem kitomis organizacijomis yra būdinga NVO, kurios vykdo ES finansuojamus projektus ir todėl yra užmezgusios ryšius su šių projektų tarpinėmis administruojančiomis institucijomis Lietuvoje (pvz., su *Jaunimo tarptautinio bendradarbiavimo agentūra*). Tačiau reikia atkreipti dėmesį, kad organizacijos, nesukuriančios tarpsektorinio branduolio, lygiai taip pat sėkmingai vykdo savo iniciatyvas populiarindamos savanorystės idėją Lietuvoje, kaip ir daug partnerių ir išorinių ryšių turinčios NVO ar privačios įmonės.

Aptartuose branduoliuose vyrauja tarpsektoriniai ryšiai, t. y. branduolio centre esanti NVO ar privati įmonė vykdo savanorystės populiarinimo projektus kartu su kitų sektorių organizacijomis. Pažymėtina, kad vidinių ryšių tarp to paties sektoriaus organizacijų fiksuotina mažiau, o tai rodo, kad visos iniciatyvos populiarinti savanorišką veiklą daugiausia siejamos su individualiais mažesniais projektais, nesiekiant šių projektų jungti į centralizuotai koordinuojamą komunikacinę veiklą. Dėl to teigtina, kad šalyje veikia *pliuralistinis visuomenės įtikinėjimo propaguojant savanorystės idėją modelis*. Beveik jokių organizacinių ryšių nepalaiko neformalūs piliečių judėjimai ir savanorsytę populiarinantys projektai, remiami ES fondų.

## **Išvados**

- Socialinės inžinerijos požiūriu analizuojant Lietuvoje vykstantį Europos savanoriškos veiklos metų (2011 m.) populiarinimą, pastebėtina, kad Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija prisiėmė ir vykdo tipines socialinės inžinerijos veiklas – užtikrina palankios politinės, teisinės ir ekonominės aplinkos kūrimą ir palaikymą, tuo keisdama ir tobulindama iki tol egzistavusią terpę savanorystei reikštis. Socialinės inžinerijos veiklas lydinčiose masinėse įtikinėjimo kampanijose (šiuo atveju – savanorystės populiarinimo komunikacinėse akcijose) Ministerija prisiima koordinatorės vaidmenį ir visuomenės įtikinėjimo funkcijas perleidžia kitoms organizacijoms.
- Kaip rezultatas, šalyje formuojasi keli aiškūs savanorystės populiarinimo branduoliai, besitelkiantys apie vienas

- ar kitas nevyriausybinės organizacijos, kurios viešinimo projektus vykdo kartu su kitų sektorių organizacijomis (žiniasklaida, privačiu verslu) ar ES parama. Svarbu pabrėžti, jog kol kas nėra fiksuojami aiškūs šių branduolių tarpusavio ryšiai, o tai reiškia, kad savanorystės populiarinimo klausimu NVO ar kitų organizacijų iniciatyvų įgyvendintojai nesiekia bendradarbiauti, o savarankiškai, pagal savo vykdomus projektus, populiarina savanorišką veiklą. Minėti populiarinimo branduoliai yra sudaryti iš tarpsektorinių organizacijų, kurios, įsitraukdamos į tokių socialiai atsakingų projektų vykdymą, siekia sau aktualių tikslų (žiniasklaida – padidinti savo auditoriją, verslo įmonės – gerinti savo įvaizdį ir pan.).
- Pažymėtina, kad savanorystės populiarinimo projektuose daugiausia NVO yra jų iniciatorės ir vykdytojos, o kitų sektorių organizacijos tokius projektus palaiko finansiškai ar remia kitais ištekliais. Tai gali būti siejama su vyraujancia nuostata, kad savanorystės idėja apskritai yra aktuali nevyriausybiniam sektoriui ir kad kitų sektorių organi-

zacijos kaip pagrindinę vykdo kitokio pobūdžio veiklą, o prisidėdamos prie savanorystės populiarinimo įgyja pirmiau minėtą pridėtinę vertę.

- Identifikuoti organizaciniai sektoriai ir nusistovėjęsios jų atsakomybės bei funkcijos besiformuojančiame visuomenės įtikinėjimo tinkle daugiausia byloja apie demokratinį įtikinėjimo modelį, kuriam būdinga mažesnė priklausomybė nuo centrinių valdžios institucijų. Toks modelis užtikrina pluralistinę nuomonių ir komunikacinių žinių raišką, tačiau negali užtikrinti, kad organizaciniame visuomenės įtikinėjimo tinkle visi jo vienetai būtų susieti gana intensyviais tarpusavio ryšiais: kaip jau minėta, dalis savanorystę populiarinančių organizacinių branduolių menkai sąveikauja su kitais tinklo vienetais, tuo galbūt sudarydami komunikacinės įtakos visuomenei netolygumą. Antra vertus, paties organizacinio visuomenės įtikinėjimo tinklo formavimasis savanorystei populiarinti Lietuvoje sukuria didesnės komunikacinės įtakos visuomenei potencialą ir apsaugo nuo atsitiktinio įtikinėjimo.

## LITERATŪRA

(OL 2010 L17). 2009 m. lapkričio 27 d. Tarybos sprendimas Nr. 2010/37/EB dėl Europos savanoriškos veiklos, kuria skatinamas aktyvus pilietiškumas, metų (2011 m.).

ANTINIENĖ, Dalia; BARŠAUSKIENĖ, Viktorija; ir MERKYS, Gediminas (2004). Lietuvos studentų socialiniai ryšiai: diagnostinis tyrimas naudojant socialinio tinklo matricą. *Psichologija*, t. 30, p. 32–46 ISSN 1392–0359.

AVERY, Thomas (2003). Popper on “Social Engineering”: A Classical Liberal View. *Reason Papers*, Vol. 26, p. 29–38.

BUTKUVIENĖ, Ernesta (2005). Dalyvavimas savanoriškoje veikloje: situacija ir perspektyvos Lie-

tuvoje po 1990-ųjų *Sociologija. Mintis ir veiksmas*, Nr. 2, p. 86–99.

CAREY, Alex. (1997). *Taking the Risk Out of Democracy. Corporate Propaganda versus Freedom and Liberty*. Illinois: University of Illinois Press.

Europoje vyraujanti savanorystės modelių analizė (2011). [interaktyvus] [žiūrėta 2011 m. balandžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.nisc.lt/lt/files/main/Savanorystes\\_analize\\_2011.pdf](http://www.nisc.lt/lt/files/main/Savanorystes_analize_2011.pdf)>.

GEČIENĖ, Ingrida. 2009. Socialinių tinklų analizė migracijos studijose. *Sociologija. Mintis ir veiksmas*, Nr. 2 (25), p. 130–143.



GEDUTIS, Aldis (2003). Mokslas ir socialinės inžinerijos idėja (I): Karlas Raimundas Popperis. *Sociologija. Mintis ir veiksmas* 2003/1, ISSN 1392-3358, p. 31–41;

JOWETT, Garth; and O'DONNELL, Victoria (2006). *Propaganda and Persuasion*. 4th edition. London: Sage Publications.

JUKNEVIČIUS, Stanislovas; and SAVICKA, Aida (2003). *From Restitution to Innovation*. Volunteering in Postcommunist Countries In *The Values of Volunteering. Cross-Cultural Perspectives*. Dekker, Paul and Halman, Loek (eds.). New York: Kluwer Academic / Plenum Publishers.

KUČIKAS, Arūnas (2001). Didieji lūkesčiai. Iš *Savivaldybių ir nevyriausybinių organizacijų partnerystė*. Vilnius: Nevyriausybinių organizacijų informacijos ir paramos centras, p. 6–12.

LITTLEJOHN, Stephen; and FOSS, Karen A. (2008). *Theories of Human Communication*. Belmont: Thomson Wadsworth.

LR socialinės apsaugos ir darbo ministro įsakymas Dėl nacionalinės 2011-ųjų Europos savanoriškos veiklos, kuria skatinamas aktyvus pilietiškumas, metų programos patvirtinimo, 2010-09-08, Nr. A1-406.

LR Vyriausybės nutarimas dėl Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos skyrimo Europos savanoriškos veiklos, kuria skatinamas aktyvus pilietiškumas, metų nacionaline koordinavimo institucija, 2010 m. vasario 24 d. Nr. 188. *Žin.*, 2010, Nr. 26-1208.

MATKEVIČIENĖ, Renata (2010). Korporatyvinių socialinės atsakomybės raiška verslo organizacijų veikloje: nesocialiai atsakingą veiklą vykdančių organizacijų socialinės atsakomybės veikla. *Informacijos mokslai*, 52, p. 55–67.

MATONYTĖ, Irma; ir ZDANEVIČIUS, Arnas (2002). Pilietinės visuomenės problemos. Atvejo studija: Kauno regiono nevyriausybinių organizacijų. *Viešosios politikos studijos*, 2/3.

MAŽEIKIS, Gintautas (2006). *Propaganda*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla. 162 p. ISBN 9986-38-717-5.

MAŽEIKIS, Gintautas, (2009). Apvalantis siaubas kaip preliminari įtikinėjimo priemonė. *Inter-studia humanitatis: Siaubo antropologija*, Nr. 8, p. 7–25.

MAŽEIKIS, Gintautas (2010). *Propaganda ir simbolinis mąstymas*. Kaunas: VDU leidykla.

Nacionalinės nevyriausybinių organizacijų Tarybos sukūrimo studija (2009). [interaktyvus] [žiūrėta 2011 m. balandžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.nisc.lt/lt/files/main/Nvo\\_taryba\\_studija.pdf](http://www.nisc.lt/lt/files/main/Nvo_taryba_studija.pdf)>.

O'SHAUGHNESSY, Nicholas (2004). *Politics and Propaganda. Weapons of Mass Seduction*. Manchester: Manchester University Press.

ORŽEKAUSKAS, Petras; ir ŠIMANAUSKAS, Saulius (2005). Informacinio psichologinio poveikio atskiriems individams bei jų grupėms metodai ir jų taikymas politikos procesuose. *Viešoji politika ir administravimas*, Nr. 13, p. 98–107.

PERLOFF, Richard (2010). *The dynamics of persuasion. Communication and attitudes in the 21st century*. New York: Routledge.

PODGÓRECKI, Adam; ALEXANDER, Jon; and SHIELDS, Rob (1996). *Social engineering*. McGill-Queen's Press.

PUTINAITĖ, Nerija (2007). *Nenutrūkusi styga. Prisitaikymas ir pasipriešinimas sovietų Lietuvoje*. Vilnius: Aidai.

SAVICKA, Aida (2005). Voluntary work: our way back to a civil society? In *Post-Communist Lithuania. Culture in Transition*. Juknevičius, Stanislovas (ed.). Vilnius: Culture, Philosophy and Arts Research Institute, p. 111–126.

STEINY, Donald (2008). Network Awareness, Social Context and Persuasion. In *Persuasive Technology, LNCS 5033*. Oinas-Kukkonen, H. et al. (Eds.). Berlin: Springer, p. 58–70.

## ŠALTINIAI

[www.buk-savaniuriu.lt](http://www.buk-savaniuriu.lt);

[www.cev.be](http://www.cev.be);

[www.cv.lt](http://www.cv.lt);

[www.delfi.lt](http://www.delfi.lt);

[www.eurodesk.lt](http://www.eurodesk.lt);

[www.europa.eu/volunteering](http://www.europa.eu/volunteering);

[www.europa.eu/youth](http://www.europa.eu/youth);

[www.eyv2011.eu](http://www.eyv2011.eu);

[www.gelbvaik.lt](http://www.gelbvaik.lt);

[www.jtba.lt](http://www.jtba.lt);

[www.kulturossavaniai.lt](http://www.kulturossavaniai.lt);

[www.lese.lt](http://www.lese.lt);

[www.lijot.lt](http://www.lijot.lt);

[www.lrt.lt](http://www.lrt.lt);

[www.maistobankas.lt](http://www.maistobankas.lt);

[www.maltieciai.lt](http://www.maltieciai.lt);

[www.negalia.lt](http://www.negalia.lt);

[www.nisc.lt](http://www.nisc.lt);

[www.pifas.lt](http://www.pifas.lt);

[www.pvc.lt](http://www.pvc.lt);

[www.redcross.lt](http://www.redcross.lt);

[www.saltes.net](http://www.saltes.net);  
[www.savanoriai.org](http://www.savanoriai.org);  
[www.savanoriaujam.lt](http://www.savanoriaujam.lt);  
[www.savanoris.lt](http://www.savanoris.lt);

[www.savanoriuakademija.blogas.lt](http://www.savanoriuakademija.blogas.lt);  
[www.scsa.aha.lt](http://www.scsa.aha.lt);  
[www.socmin.lt](http://www.socmin.lt);  
[www.sos-gyvunai.lt](http://www.sos-gyvunai.lt);

[www.sotas.org](http://www.sotas.org);  
[www.sportosavanoriai.lt](http://www.sportosavanoriai.lt);  
[www.teo.lt](http://www.teo.lt).

## **ORGANIZATIONAL NETWORK OF SOCIETY'S PERSUASION AS A TOOL OF SOCIAL ENGINEERING: THE CASE OF VOLUNTEER WORK POPULARIZATION IN LITHUANIA**

**Modestas Grigaliūnas**

### **S u m m a r y**

When the year 2011 by the European Commission was declared the Year of Volunteer activities, the popularization of such activity became more intensive in Lithuanian society. Up to the March of 2011, various organizations, institutions and private companies from different spheres were involved into the popularization of such idea. All these organizations are participating in such activities because of different motives. All their self-involvement into such activities and interrelations allow us to talk about the organizational network of society's persuasion, which may be understood as a message-sender and whose main function is to popularize intensively volunteer activities in the country. In the article, the aim is to identify the main

organizational sectors which are the most active in the communicational implementation of the EU and Lithuania's social policy decisions (in this case – the popularization of volunteer work). The analysis has revealed the democratic model of society's persuasion. Several clear nuclei of popularising have formed in the country, which concentrate around the different non-governmental organisations performing the projects of popularising, together with organisations of other sectors (the media, private business) or with the EU support.

**Keywords:** European Year of Volunteer Activities, society's persuasion, organizational network of persuasion, social engineering, social propaganda.