

Viešieji ryšiai ir viešybės valdymas žinių visuomenėje

Arūnas Augustinaitis

Mykolo Romerio universiteto
Ekonomikos ir finansų valdymo fakulteto
profesorius, daktaras

Faculty of Economics and Finance

Management at

Mykolas Romeris University,

Dr., Professor

Tel. / Phone: +307 5 271 45 72

El. paštas / e-mail: araugust@mruni.lt

Šio straipsnio sumanymas – nubrėžti ir užfiksuoti bendriausius pokyčių kontūrus, taip pat vis labiau ryškėjančias tendencijas, kurios šuo metu vyksta viešųjų ryšių veikloje, jai vis labiau transformuojantis ir prisitaikant prie radikalių viešybės formų kaitos globalioje visuomenėje, kuri yra stelbiama įvairialypių žinių kontekstų ir simbolinės erdvės įtakų. Keliamas uždavinys, kaip komunikaciškai paaiškinti raidą pačios visuomenės, kurioje komunikaciniai veiksniai tampa vyraujantys ir lemiantys, o per juos atsiskleidžia globalioji perspektyva, informacinis socialinės būties pamatas, taip pat žinojimo, kaip visuotinės šiuolaikinės veiklos prielaidos, kontekstai. Šie veiksniai iš esmės keičia ir viešybės pavidalus bei skvarbos lygį, ir viešybės valdymo sampratą bei metodus, kurie kaip tik ir reiškiasi viešųjų ryšių plėtra ir įvairove. Taigi šio straipsnio tikslas – suformuluoti viešųjų ryšių, kaip viešybės valdymo instrumento, koncepciją, apibrėžti bendrąsias istorines ir metodologines prielaidas, taip pat nustatyti svarbiausius problemos tyrimo aspektus ir atskleisti tiriamuosius požiūrius. Pagrindinė hipotezė yra ta, kad globalizacijos ir žinių visuomenės aplinkose keičiasi socialinė sandara ir veiklos archetipai, sykiu transformuojama ir pati viešoji sritis, kurios samprata nutolsta nuo klasikinio J. Habermaso suformuoto teorinio modelio. Savo ruožtu komunikacijos veiksniams vis labiau veikiant visuomeninio bendrabūvio ir žmogaus gyvensenos pavidalus, viešieji ryšiai įgyja viešybės valdymo instrumentų statusą.

Šio straipsnio intencija – nubrėžti ir užfiksuoti bendriausius pokyčių kontūrus, taip pat ryškėjančias viešųjų ryšių veiklos tendencijas tai veiklai labiau transformuojantis ir prisitaikant prie radikaliai kintančių viešybės formų glo-

balioje visuomenėje, kuri yra stelbiama įvairialypių žinių kontekstų ir simbolinės erdvės įtakų. Viešųjų ryšių (terminas vartojamas kaip ryšių su visuomene sinonimas turint omenyje tai, kad viešieji ryšiai semantiškai labiau kore-

liuojami su viešybės raiškomis ir visuotinumu) sampratos kaita yra itin dinamiška ir savo raidoje patyrusi ne vieną paradigminį virsmą. Pastaruoju metu ryšių su visuomene vaidmuo tapo išskirtinai svarbus visose veiklos srityse ir reiškiasi beveik visais aspektais – politiniais, marketinginiais, pramoniniais, karjeriniais, asmenybiniais, vadybiniais ir t. t. Kitaip sakant, viešieji ryšiai organiškai susiliejo su visa šiandienine praktika ir tapo neatsiejama kiekvienos veiklos dalimi. Sykiu šis reiškinio visuotinumas, įvairovė ir plėtra kaskart kelia mokslinį rūpestį, kaip teoriškai apibrėžti šį kompleksinį reiškinį ir rasti tuos esminius santykius, kurie nusakytų viešųjų ryšių ypatumus ir leistų apibrėžti vyraujančias šiuolaikinio viešųjų ryšių modelio raidos tendencijas.

Vienas iš metodologiškai svarbiausių tokio tyrimo požiūrių yra santykio su kintančia socialine tikrove apibrėžimas. Turimi galvoje pirmiausia tie veiksniai, kurie itin agresyviai veikia ir keičia socialinę sandarą, veiklos būdą, gyvenseną, vartojimo stilių, kultūrinius kontekstus ir vertybines orientacijas. Šie veiksniai paprastai yra įvardijami kaip globalizacijos padariniai ir iššūkiai, taip pat kaip informacijos ir komunikacijos technologijų visuotinės invazijos radikali pasėkmė, galiausiai kaip plėtra ir perspektyva „žinių visuomenės“, kuri suprantama kaip apibendrinanti visuomeninius pokyčius etiketė, žyminti neapbrėpiamą multisocialinio sinkretizmo raiškų įvairovę ir jai atstovaujanti.

Kitas metodologiškai itin svarbus požiūris yra viešųjų ryšių, o plačiąja prasme – ir komunikacijos santykio su viešybe (arba, kitaip sakant, viešąja sritimi, sfera ar erdve) nustatymas, teoriškai revizuojant nusistovėjusius postulatus ir transformuojant tradicinius viešosios srities lingvistinio atributavimo diskursus į komunikacinės visuomenės sandaros bei jos komunikacinio bendrabūvio esmingųjų charak-

teristikų rangą. Sakant paprasčiau ir bendriau, keliamas uždavinys, kaip komunikaciškai paaiškinti raidą pačios visuomenės, kurioje komunikaciniai veiksniai tampa vyraujantys ir lemiantys, o per juos atsiskleidžia globalioji perspektyva, informacinis socialinės būties pamatas, taip pat žinojimo, kaip visuotinės šiuolaikinės veiklos prielaidos, kontekstai. Šie veiksniai iš esmės keičia ir viešybės pavidalus bei jos skvarbos lygį, ir viešybės valdymo sampratą bei metodus, kurie kaip tik ir reiškiama viešųjų ryšių plėtra ir įvairovė. Taigi šio straipsnio tikslas – suformuluoti viešųjų ryšių, kaip viešybės valdymo instrumento, koncepciją, apibrėžti bendrąsias istorines ir metodologines prielaidas, nustatyti svarbiausius problemos tyrimo aspektus, atskleisti tiriamuosius požiūrius.

Šio straipsnio pagrindinė hipotezė yra ta, kad globalizacijos ir žinių visuomenės aplinkose keičiasi socialinė sandara ir veiklos archetipai, o sykiu transformuojama ir pati viešoji sritis, kurios samprata nutolsta nuo klasikinio J. Habermaso suformuoto teorinio modelio (Habermas, 1962). Savo ruožtu komunikacijos veiksniams vis labiau veikiant visuomeninio bendrabūvio ir žmogaus gyvensenos pavidalus, viešieji ryšiai įgyja viešybės valdymo instrumentų statusą. Kaip iškeltų metodologinių nuostatų analizės atvejis pateikiamas valdžios ir piliečių sąveikos modelis žinių visuomenėje – demonstruojama, kaip viešieji diskursai peržengia „neutralaus“ pilietinio bendravimo ribas ir įsiskverbia į tas anksčiau autonomiškas sritis, kurios tradiciškai netraktuojamos kaip viešybės raiškos. Šiuo požiūriu straipsnis atskleidžia net tik viešųjų ryšių paradigminės kaitos ypatumus, bet ir jų palyginamąjį santykį su viešybės (ir įvairovės) „sprogimo“ padariniais, iliustruojant viešojo valdymo transformaciją į viešosios komunikacijos formas.

Viešieji ryšiai ir viešybė: paradigminės kaitos matmuo

Labai nesigilinant į istorinę retrospektyvą, būtų galima išvardyti keletą pamatinių viešųjų ryšių sampratos modelių, kurie vienu ar kitu istoriniu laikotarpiu vyravo šios srities praktikoje ir buvo suprantami kaip itin pažangūs ir šiuolaikiški. Be abejo, istoriškai pirmoji susiformavo kalbinė viešųjų ryšių traktuotė, kuri plačiąja prasme implikavo semiotinius, retorinius, simbolistinius, psichologinius ir net hermeneutinius diskursus. Bendruoju supratimu tai buvo „medijinė“ lingvistikos atšaka, kuri masinės komunikacijos konceptualizavimo pagrindu suformavo klasikinio komunikacijos mokslo ištakas. Neatsitiktinai ši klasikinė ryšių su visuomene samprata remiasi labai jai metodologiškai artimais ir net tapočiais struktūralistiniais ir postruktūralistiniais diskursais. Visi jie yra giminiški ir kyla iš kalbos filosofijos ar kalbos psichologijos šaknų.

Antrasis itin paplitęs viešųjų ryšių modelis gali būti įvardytas kaip sisteminis modelis, t. y. modelis, kurio dominantė yra informacinis ryšys ir kibernetizmas. Tai yra procesinis modelis, kuris remiasi visuotiniu „kanalo“ įprasminimu. Šis požiūris integruoja formaliuosius komunikacijos atributus, taip pat technologinius bei organizacinius aspektus. Šiuo atžvilgiu ryšiai su visuomene vertinami iš vadinamosios organizacinės komunikacijos pozicijų. Išskirtinis organizacinės komunikacijos požymis yra tas, kad komunikacija traktuojama kaip santykinai uždara sistema, kuri kaip autonomiškas posistemis dera su kitomis organizacijos sisteminėmis dalimis pirmiausia funkciškai. Iš principo tai reiškia, kad komunikacija organizuojama ir tobulinama pati savyje kaip atskiras organizavimo sektorius ir nesiekia tiesiogiai daryti įtaką kitų funkcinių organizavimo padalinių veiklos veiksmingumui.

Viešieji ryšiai atitinkamai suprantami kaip funkciškai apribota savarankiška tarnyba bendroje organizavimo sistemoje. Tai yra iš esmės pramoninė komunikacijos paradigma, kurioje viešieji ryšiai sugretinami su specializuota marketingine ir reklamine veikla.

Trečiasis modelis dažnai vadinamas vadybiniu ryšių su visuomene modeliu. Vadybinis modelis tiesiogiai sieja komunikaciją su vadybos sistemomis ir procesais, taip pat traktuoja ryšius su visuomene kaip sudėtinį vadybos komponentą. Pati komunikacijos ir viešųjų ryšių vadyba šiuo požiūriu tampa viena iš konkurencingų šiuolaikinės vadybos pakraipų ar mokyklų. Vadybinė viešųjų ryšių samprata yra daug universalesnė ir veiksmingesnė nei pirmiau aptartosios. Svarbiausias jos pranašumas yra tas, kad vadybinis požiūris integruoja komunikacinę veiklą su kitomis funkcinėmis veiklomis ir sukuria kompleksinio valdymo pagrindus, kurie remiasi komunikacijos kanalais ir daugialypių žinojimo aplinkų kūrimu, palaikymu ir plėtra. Vadybinė traktuotė „sutaiko“ formaliuosius ir reikšminius komunikacijos aspektus. Vadybiniu požiūriu komunikacija tampa integruojančiu bet kurios veiklos pamatu, kuris leidžia suvokti veiklą kaip visumą su visų jos daugialypių ir daugiapakopių ryšių valdymu, sujungiančiu visus galimus aspektus, pradedant technologiniais ir baigiant intelektiniais, jau nekalbant apie žinojimo, inovacijų, mokymosi, ekonominius, kultūrinius, teisinius ir kitus veiksnius. Apskritai komunikacija tampa vadinamųjų integruotų instrumentų kūrimo pamatu.

Tačiau svarbiausia yra tai, kad kartu su šiais vadybiniais procesais „keliauja“ ir plečiasi viešieji ryšiai. Komunikacinė veikla vienaip ar kitaip yra visa apimanti simbolinė veikla, operuojanti simboliais, ryšiais, procesais, informacija, vertybėmis, įvaizdžiais, tapatumais, ideologemomis ir mitologemomis, emocijomis ir

t. t. Ji implikuoja „intelektinius“ ir socialinius santykius, taip pat ir įvairiausias „žmogaus veiksnius“. Taigi įgaudama komunikacines konotacijas vadyba vis labiau „sujvaizdėja“, vis labiau įgyja formas, kurios kartu su vadybinėmis funkcijomis reiškiasi ir kaip viešųjų ryšių veikla. Galima sakyti, kad viešųjų ryšių elementai tiesiog tampa bet kokių vadybinių aktyvumų dalimi.

Dėl šių priežasčių klasikiniams komunikacijos mokslams tampa itin nelengva ir teoriškai, ir metodologiškai apibrėžti šiuos sparčiai kintančius komunikacinius reiškinius ir jų santykių su šiuolaikine aplinka dinamiką. Komunikacijos, ypač ryšių su visuomene, vaidmuo tampa amorfiškas, fragmentiškas ir kartais gan miglotas (kartais ir mistifikuotas, priartėjęs prie amato, „meno“, meistriškumo ar patirties primato deklaravimo). Viešųjų ryšių konceptualioji samprata dažnai schematizuojama, pateikiama praktikos ir vaizdžių metaforų kalba, įsivyruoja eklectinis tradicinių diskursų vartojimo būdas. Tik pabandžius pakelti akis nuo šių iš esmės buitinių samprotavimų, iškart automatiškai grįžtama prie tradicinio „banalaus“ teoretizavimo, kartojant tokias abėcėlines tiesas apie komunikacijos procesus kaip siuntėjo, recipiento ir tarpininko santykiai, komunikacijos kanalai, formos, kaip komunikacijos skirstymas į organizacinę, tarpasmeninę, tarpautinę ir t. t., kiti panašūs dalykai, kurie niekaip nepriartėja prie moksliskai „atpažįstamų“ ir teoriškai rekonstruojamų šiuolaikinių realiųjų, juo labiau prie gilesnio medijų, informacinių santykių vidinių mechanizmų ir dėsningumų veikimo teorinio paaiškinimo.

Ne mažesnė painiava ir apibrėžiant komunikacijos mokslų, medijų teorijų ir, žinoma, viešųjų ryšių tarpusavio priklausomybę, taip pat santykį su kitais mokslais. Komunikacijos mokslai dažnai neatrodo „natūralūs“, o labiau sukonstruoti ar dirbtiniai, naudojant daugelio

klasikinių socialinių ir humanitarinių mokslų koncepcijas, požiūrius ir principus. Negana to, komunikacinis žinojimas susipina su technologiniu žinojimu ir biologijos bei kitomis gamtamokslinėmis teorijomis. Taigi ir viešieji ryšiai, kaip specifinė tyrimo sritis, neturi ir neranda vientiso teorinio pamato ir dažniau suprantama kaip taikomoji ir instrumentinė sociohumanitarinio žinojimo sritis. Tačiau viešieji ryšiai ir apskritai tampa bet kurios tarpdalykinės sociohumanitarinės probleminės srities atributu – visai nesvarbu, ar tai būtų, sakykim, darniosios plėtros projektai, ar darbo restruktūrizavimas globaliomis sąlygomis, ar pilietinio dalyvavimo formos savivaldoje ir t. t. Toks viešųjų ryšių statusas savo ruožtu rodo, kad socialinių ir humanitarinių mokslų integracija vyksta pagal komunikacinius ir informacinius dėsningumus.

Toks platus vadybinis ryšių su visuomene modelio supratimas rodo konstruktyvistinės metodologijos išsigalėjimą viešųjų ryšių problemikoje (Kueckelhaus, 1998). Iš esmės tai reiškia, kad komunikacinis veiklos pamatas subjektyviai „ižiūrimas“ ten, kur tai duoda vienokią ar kitokią naudą ir kur jį gebama veiksmingai įgyvendinti. Susidaro išpūdis, kad viešieji ryšiai potencialiai gyvuoja praktiškai visose šiuolaikinės veiklos srityse, tik reiškiasi skirtingu intensyvumu ir formomis. Be abejo, šiuos dalykus būtų galima aiškinti postmoderniojo grandiskurso požiūriu ir taikyti transinformatyvumo metodologines nuostatas, kurios leidžia suprasti šiuolaikinio pasaulio ir žinojimo informacinės integracijos mechanizmus (Augustinaitis, 1999), tačiau šio straipsnio tikslas nėra bendrą komunikacijos ir informacijos pamatų svarstymas, o būtent viešųjų ryšių, kaip specifinės veiklos srities paradigminės kaitos žinių visuomenėje, reflektavimas. Taigi konstruktyvistinis požiūris į viešuosius ryšius faktiškai yra grindžiamas pragmatiniais kriterijais, iškelian-

čiais ir reguliuojančiais šios veiklos reikmes, mastą ir intensyvumą.

Nieko nuostabaus, kad vadovaujantis konstruktyvistine tradicija šiuolaikinė viešųjų ryšių samprata persilieja į konceptualiai naują vadybinės paradigmos atmainą, kuri remiasi integruotos komunikacijos modeliu. Tenka pripažinti, kad integruota komunikacija iš esmės yra modernizuota, praplėsta ir suvisuotinta viešųjų ryšių koncepcija, kurioje instrumentiniu požiūriu specifikuojami ir tradiciniai viešųjų ryšių diskursai. Integruota komunikacija iš principo traktuotina kaip ketvirtasis viešųjų ryšių modelis, kuris išplečia viešųjų ryšių metodologinę paletę ir organiškai susieja komunikacinius santykius su kintančiomis ir vis labiau kompleksinėmis šiuolaikinės visuomenės realijomis. Pavyzdžiui, *branding*'as ar *sponsoring*'as, ar *stakeholder*'ių konsolidavimas iš tiesų suprastini kaip specialūs viešųjų ryšių instrumentai.

Integruota komunikacija yra tipiška tarpdalykinė koncepcija, jei tarpdalykiškumo kriterijais laikysime probleminio kompleksiško ir praktinio universalumo laipsnį. Vadinasi, konceptualusis ir realusis tarpdalykiškumas, priešingai, nei įprasta manyti, yra tuo didesnis, kuo jis mažiau integruotas su specializuotomis mokslų teorijomis. Tai skamba paradoksaliai, bet integruota komunikacija yra tuo brandesnė, kuo veiksmingiau jos instrumentus galima naudoti kaip universalų pagrindą įvairiems probleminiams kompleksams formuoti, t. y. kuo labiau integruota komunikacija prisitaiko apskritai prie visų mokslinių ir praktinių kontekstų. Neatsitiktinai integruota komunikacija gali būti suprantama ne tik kaip, pavyzdžiui, itin populiaros integruotos marketingo komunikacijos, bet ir kaip integruotos politinės komunikacijos ar integruotos valdymo komunikacijos, pagaliau integruotą komunikaciją galima ekstrapoliuoti į integruotas viešybės komunikacijas – tai yra ir viena iš probleminių šio straipsnio gijų.

Kaip penktąjį viešųjų ryšių modelį būtų galima santykinai išskirti *mass media* grįstą požiūrį. Jį būtų galima lietuviškai įvardyti kaip specifinę žiniasklaidinę ryšių su visuomene sampratą. Medijuota, arba tarpininkaujamoji, erdvė paprastai iš esmės sutapatinama su viešąja erdve ir suprantama kaip esminė viešųjų ryšių prielaida. Neatsitiktinai praktiniai diskursai ryšius su visuomene interpretuoja kaip darbą su visuomenės informavimo priemonėmis. Žiniasklaidinis supratimas yra artimai sietinas su sociologine komunikacijos traktuote, nes masinė komunikacija pirmiausia apibrėžiama kaip savitos medijuojančios socialinės institucijos funkcionavimas. Ši socialinė institucija implikuoja ne tik socialinių santykių dinamiką, bet ir technologinę pažangą. Ši tarpininkaujamoji erdvė faktiškai sukuria esmines prielaidas kitų komunikacijos ir ryšių su visuomene paradigmų instrumentiniam taikymui. Pagaliau reikia turėti omenyje ir tai, kad žiniasklaida yra svarbiausia šiuolaikinės komunikacijos infrastruktūrinė raiška. Jos socialinis, politinis, kultūrinis ir ekonominis reikšmingumas nuolat didėja, medijiniu požiūriu jai plečiantis interneto ir kompiuterinių tinklų erdvėje, stiprėjant globaliesiems idėjų karams, formuojantis pasauliniam informacijos karų skydai ir internetinio valdymo (*internet governance*) tinklui.

Nė vienas iš šitų penkių aptartų viešųjų ryšių modelių nėra grynas: visi jie yra tarpusavyje susiję ir istoriškai, konceptualiai, ir metodologiškai, taip pat papildo vienas kitą ir dėl to būtų galima išskirti tik archetipines dominantes ir diskursus, kurie vyrauja vienu ar kitu konkrečiu atveju.

Viešieji ryšiai ir viešasis valdymas

Visos svarbiausios viešųjų ryšių paradigmos rodo vis tą patį dalyką – labai aiškia sąsają su

visuomenės raidos ypatumais ir socialinių santykių pobūdžio kaita. Šį teiginių būtų galima supaprastinti: kokie socialiniai ryšiai, tokie ir viešieji ryšiai. Jei tarp jų atsiranda neatitiktis, vadinasi, kažkas negerai vyksta su visuomeniniais santykiais arba su jų politinio reguliavimo pavidalais. Redukuojant ne tik šią formulę, bet ir itin susipynusius ir sunkiai paaiškinamus šiuolaikinės visuomenės raidos dėsningumus, būtų galima sakyti, kad globalizacijos ir žinių visuomenės sąlygomis galioja komunikacinis ir informacinis determinizmas.

Tai reiškia keletą įdomių ir gan svarbių teoriniam tyrimui dalykų. Pirmiausia tai, kad veikiant globaliosioms įtakoms visuomenės vidinė transformacija gali pasiekti tokią kokybę, kurios neatitinka sustabarėjusios viešosios veiklos formos ir metodai. Ir šios neatitikties padarinys – ypač skaudžiai besireiškiantys viešosios politinės komunikacijos būdai ir politiniai sukrėtimai. Tačiau gali atsirasti priešingai – viešojo gyvenimo ir viešosios politikos plėtra pralenkia visuomenės demokratizacijos procesus. Abiem atvejais turime ir socialinio, ir pilietinio, ir politinio gyvenimo krizės požymius, rodančius socialinių santykių raidos kokybinius neatitikimus. Šiek tiek utiruojuojant ir perfrazuojant marksistinį postulatą, galima sakyti, jog kai komunikaciniai santykiai neatitinka komunikacinių veiksmų, bręsta „revoliucinė“ situacija.

Taip suprantant probleminį kontekstą į pirmą vietą iškyla du esminiai veikėjai: 1) viešybės pavidalai, kurie jungia visus visuomenės veikėjus, jų ryšius, politinės ir socialinės gyvenamosios, bendrabūvio formas, ir 2) instrumentai, kurie įgyvendina ir užtikrina šiuos ryšius, t. y. tai, kas ir vadinama viešaisiais ryšiais. Vadinasi, tai ir leidžia formuluoti klausimą apie šiuolaikinių viešųjų ryšių, kaip viešybės valdymo būdo, vaidmenį.

Nereikia abejoti, kad šiuolaikinėje visuo-

menėje (suprantant ją plačiausiu postmoderniojo socialinių teorijų spektro požiūriu – globalioji visuomenė, informacijos visuomenė, žinių visuomenė, vartojimo visuomenė, svajų visuomenė, globalioji visuomenė, tinklo visuomenė, etc.) svarbiausi procesai vyksta komunikacinio ir informacinio tikrovės „įsisavinimo“ ar „suvaldymo“ pavidalais. Nuo to, kaip organizuojami komunikaciniai ir informaciniai santykiai, priklauso ir visuomenės konkurencingumo, o sykiu ir išgyvenimo globaliomis sąlygomis galimybės, pagaliau ir vadinamasis tradicinis „nacionalinis saugumas“ (čia reikėtų atskirai kalbėti apie šios sąvokos santykinumą ir paradigmines transformacijas šiuolaikiniame pasaulyje). Šiuo atveju komunikaciniai santykiai implikuoja be galo daug ir skirtingos kokybės kompleksinių veiksmų ir probleminių (vs. sektorinių) sričių, tokių kaip žinojimas, kultūra, švietimas, demokratija, administravimas, viešoji politika, darbo organizavimas, valdymo mentalika, regionalizmas, atsakomybė, teisinė aplinka ir t. t.

Šie teiginiai vienaip ar kitaip yra kildinami iš J. Habermaso tradicijos, nors interpretavimo lygmeniu habermasiškoji *Die Oeffentlichkeit* (viešybė) įgauna iš esmės kitokius pavidalus ir veikimo mechanizmus. Jeigu redukuotume klasikinį viešybės modelį į komunikacinę schemą, pamatytume, kad pirmasis jo lygmuo, kurį, kaip sekantį visuomenių santykių logika, būtų galima pavadinti socialiniu, atitinka modernųjį „sektorinį“ ar sisteminį supratimą: viešoji erdvė faktiškai sutampa su viešojo sektoriaus ribomis. Logiškai ji turi ir savitas legitimumo ribas: tai pilietinis ir – itin svarbu – nepriklausomas nuo valdžios ir privataus sektoriaus bendravimas. Antrasis šio modelio lygmuo yra komunikacinis, jis atsako į klausimą, kaipgi tas bendravimas, dialogas ar polilogas vyksta? Šį lygmenį paaiškina *late modernity* atitinkanti metodologija, kuri yra grindžiama

postmetafiziniiais, o dar tiksliau – kalbos filosofijos diskursais. Vadinasi, pati komunikacija suprantama lingvistiniu požiūriu, tai yra semantinio bendrumo, kultūrinio homogeniškumo, etinio universalumo, ideologinio ir politinio tapatumo paieškos. Vaizdžiai kalbant, tai yra „kalbinio“, o ne technologinio tinkliškumo formos. Tai iš esmės atitinka ir pirmąjį paradigmą viešųjų ryšių modelį, grįstą kalbiniu komunikacijos diskursu. Neatsitiktinai čia vyrauja tarpasmeninės ir vadinamosios grupinės komunikacijos problematika ir jos žiniasklaidinio tarpininkavimo raiškos.

Visi šios kilmės požiūriai yra vidujai dariniai susieti ir traktuoja viešąją erdvę kaip atsieta nuo socialinės raidos transformacijų ir dezintegruotą sektoriniu atžvilgiu (tik tokiu atveju ir įmanoma matuoti ir lyginti pilietinio sambūvio formas ir XVII a., ir XXI a.). Viešoji erdvė gyvuoja tarsi savitas „sektorius“, kuris tiesiog nėra organiškai „pririštas“ prie asmeninio, organizacinio ir administracinio gyvenimo formų ir jų istorinio kismo. Šias formas medijos sieja tarpusavyje kaip kokie nors raišteliai ar komunikacijos kanalų infrastruktūra, suteikianti bendravimo prielaidas, tačiau atskirų gyvenimo sričių „viduje“ komunikacija jau vyksta pagal savo taisykles. Taigi viešieji ryšiai, sekant tokia logika, yra būdas „pasiekti“ vieną ar kitą visuomenės instituciją arba „publiką“, bet ne susieti ar integruoti.

Tačiau kebliausia yra tai, kad tokia samprata šiandieną veda prie kontroversiškų ir net paradoksalių išvadų, teigiančių, kad viešoji sritis siaurėja ir traukiasi tarytum šagrenės oda. Tačiau tikrovėje vyksta medijų „sprogimas“ ir komunikacijos tinklų plėtros kokybinės transformacijos. Kaip paaiškinti šiuos prieštaravimus, tas „juodąsias skyles“, sugeriančias augančios viešosios erdvės sąveikų potencialą? Tenka pripažinti, kad tradiciškai žiūrint viešoji erdvė išties nyksta. Kaip dabar madinga sa-

kyti, visuomenė atomizuojasi, trūkinėja tradiciniai bendruomeniniai, kolektyviniai, darbiniai, šeiminiai, religiniai ir kt., ryšiai. Tuo pat metu klestinčios masinės viešojo vartojimo formos, kaip kad milžiniški koncertai, prekybos centrai, sporto varžybos ir kt. neturi pilietinės, moralinės ar ideologinės įkrovos kaip privalomo viešojo bendravimo rekvizito. Net žiniasklaidos kasrytinis „valgyklas“ prilygsta tarsi kokio pusrytinio kiaušinio suvartojimui ar dribsnių porcijai. Nenuostabu, jog kai kurie jauni ir ne itin kritiškai autoriai priversti konstatuoti būtent tokias išvadas, nepaisant akivaizdus komunikacinio šiuolaikinės visuomenės klestėjimo – akivaizdu, bet neįtikėtina... (Nevinskaitė, 2006) Taip suprantama viešybė tampa gana mistiška, politizuota, ideologizuota – o ir būti kitaip negali, nes abstrakti konstrukcija visada yra ideologiškai interpretuojama atsižvelgiant į vertybes, tradicijas, kultūrinės įtakos ir – tai itin svarbu – kompetencijos lygį ir žinojimo kontekstus. Ir dar metodologiškai svarbu tai, kad kiekvienas istorinis laikotarpis savaip perrašo kiekvienos socialinių mokslų abstrakcijos turinį.

Tad kyla klausimas, o kur gi ta viešybė reiškiasi ir kas kompensuoja šio visuotinai sprogtančio reiškinio tradicinių formų nykimą mūsų gyvenamuoju tarpsniu? Kuria linkme plėtojasi socialinių sąveikų lytys? Esminis klausimas – kurioje sferoje šie ryšiai gyvuoja: gal tai pilietinė erdvė, ekonominė erdvė, kibernetinė ir informacinė erdvė, švietimo erdvė, kultūros erdvė, politinė erdvė, asmeninė erdvė, finansinė erdvė, ir kiek jos atskiria ir sykiu kiek suklostos šiuolaikinę viešąją erdvę? Bandant atsakyti į šį klausimą būtų galima tiesiogiai konstatuoti, kad viešybė tampa vienu iš esmingųjų šiandienės visuomenės raidos atributų, o tradicinė „sektorinė“ viešoji erdvė menksta dėl to, kad milžinišku mastu viešybei atsiveria kažkada hermetiškos sritys, pradėdant politi-

niu valdymu ir baigiant verslo struktūromis. Viešybė tampa vyraujančia gyvenimo ir veiklos terpe. Tie, kas nesugeba prisitaikyti prie šių dominuojančių globalizacijos ir žinių visuomenės „taisyklių“ ir veikti viešais pavidalais, netenka konkurencinių pranašumų ir plėtros perspektyvos (Augustinaitis, 2001).

Viešoji sritis tampa daugialype ir visa apimančia komunikacine terpe, kuri išlaiko vis didėjančio visuomeninių sąveikų kompleksiško lygio spaudimą. Tradicinis gyvenimas, kaip išpieštos žaidimo kaladėlės, atsiverčia nematyta ir netikėta savo puse. Tinklinės mokymo formos, įtinklintas darbas, regioninės plėtros koalicijos, globalieji kultūros kontekstai, *multi-stakeholder* inės demokratinio dalyvavimo formos – visa tai tolydžio viešybės dalimis virstančio tradicinio „stabilaus“ pasaulio fragmentai.

Kitas klausimas. kaip šios iš dalies viena kitą dengiančios ir susipinančios viešosios erdvės suformuoja socialinius santykius, kurie įgyja *glocal* ius ir sutechnologintus pavidalus, kurie „neša“ tinklinius ir daugiapakopius, daugialypius, daugiakrypčius žinojimo kontekstus ir aplinkas? Tokie santykiai reikalauja ir kito kio įprasminimo bei valdymo formų. Kompleksinių sąveikų pasaulį įmanoma tvarkyti ir valdyti tik vis labiau pritaikant ir tobulinant komunikacinius instrumentus. Tradicinis „neutralus“ viešybės diskursas užleidžia vietą savo priešybei – viešosioms politinio valdymo formoms, kurios nepaisant inercijos kaip tik ir perima viešybės plėtros iniciatyvą.

Išvados: viešieji ryšiai ir viešybės valdymas

Kodėl atsitinka taip, kad šiuolaikiniame (suprask – globaliajame, postmoderniajame, technologiškajame, informaciniame, žinojimo) pasaulyje vadžia ir valdymas tampa viešojo dis-

kurso formuotoju? Tikriausiai svarbiausia priežastis yra ta, kad patys visuomenės santykiai įgyja komunikacinį pagrindą. Jau ne kartą teko nagrinėti, kaip socialinius visuomenės sandaros kriterijus vis labiau veikia komunikaciniai diskursai (Augustinaitis, 2003). Pati visuomenė tampa komunikaciniu pagrindu integruotų interesų grupių (*stakeholder* ių) aljansu ar koalicija, konkuruojančia visais lygiais (nuo vietinio iki globalaus) ir visomis kryptimis (nuo švietimo ir technologijų iki socialinio kapitalo ir inovacijų valdymo). Visų veiklos sričių atsivėrimas į viešąją erdvę ir jų tarpusavio integracijos komunikaciniu pamatu didėjimas iš esmės lemia ir paties valdymo komunikacinę transformaciją, kuri faktiškai reiškia tai, kad gyvenimą, „persikeliantį“ į viešuosius pavidalus, gali suvaldyti tik komunikacinės valdymo formos: komunikacinių instrumentų ir komunikacijos vadybos būdai yra vieninteliai, galintys valdyti daugiapakopius, daugialypius, dinamiškai kintančius visuomenės kompleksinius ryšius, kurių integracijos lygis nepaliaujamai didėja.

Taigi vienas iš esminių valdžios, o tiksliau – valdymo kaitos (plačiau žr. Augustinaitis, 2003, 2005) bruožų yra viešojo valdymo kaip komunikacijos vadybos supratimas. Valdymas yra net tik viena iš sričių, kurios patiria „viešybės sprogimo“ padarinius, bet būtent ypatinga sritis, kuri lemia apskritai viso komunikaciškai susieto gyvenimo ir jo viešųjų raiškų plėtrą. Šiuolaikinėje visuomenėje valdymas pradeda vaidinti specifinį vaidmenį. Istoriskai visais laikais nuo „gero“ ar „blogo“ valdymo priklausė apskritai visuomenės gerovė, tačiau atskiri „sektoriai“ galėjo tobulėti (ar regresuoti) nepriklausomai nuo valdymo kokybės, pavyzdžiui, mokslas, prekyba, ekonominė pažanga, karinė ar užsienio politika ir t. t. Tačiau šiuo metu valdymo komunikacinis integralumas tampa esmiu pažangos veiksmu –

be valdžios iniciatyvų organizuojant socialines sąveikas, tobulinant viešąsias interakcijas ir didinant viešosios politikos veiksmingumą neįmanoma siekti visuomenės prisitaikymo prie žinių visuomenės realijų, prie globaliojo konkurencingumo sąlygų, kompleksiskai plėtoti švietimą, inovacijas, pagaliau, regis, tokius nesusijusius dalykus kaip technologinę pažangą ir socialinio kapitalo bei bendruomeniškumo ugdymą. Komunikacinis valdymas atspindi kintančias socialines realijas – šiandienės visuomenės negali būti „sėkmingos“ (sėkmė pastaruoju metu itin paplitusi kokybinė atribucija), jei nesukuria bendravimo platformų, grįstų pasitikėjimu, bendrais tikslais, žinojimo kontekstais ir vienijančiomis vis didėjančią įvairovę vertybėmis.

Keičiasi netgi nacionalinės valstybės kriterijai. Valstybė vis labiau suprantama ne tik kaip tautinis (ar daugiatautis), istorinis, kultūrinis, ekonominis vienetas, bet ir kaip vidinėmis sąveikomis susietas regioninis darinys, kuris panašus į milžinišką valstybinę organizaciją, savo socialinį kapitalą nukreipiančią globaliajam konkurencingumui didinti ir įsilieti į pasaulinės komunikacijos kontekstus bei aplinkas. Į valstybės, kaip socialiai orientuotos plėtros kolicijos, konkuruojančios Europoje ir globaliu mastu, viziją orientuojasi, pavyzdžiui, suomių analitikai ir strategai.

Per valstybinio lygio politikas ir politines valdymo formas piliečiai, o tiksliau – vis stiprėjančios ir įvairėjančios interesų grupės išreiškia savo interesus ir taip plėtoja visuomenės pilietiškumo potencialą. Tai esminiai viešybės transformacijos akcentai, kai valdžia iš formalios ir net biurokратиškos institucijos, asocijuojančios neskaidrumą, abejingumą, žmogiškojo požiūrio ignoravimą, priversta tapti „valdžia bendraujančia“. Tačiau toks radikalus valdymo posūkis į viešybę reikalauja specifinių politinio valdymo formų, kurios vis labiau reiš-

kiasi kaip vadinamoji demokratijos plėtra, kai tradicinį liberaliosios demokratijos nugludintą atstovaujamosios demokratijos modelį pradedama esmingai papildyti nauji politiniai instrumentai ir naujos demokratinės raidos tendencijos. Iš principo šios naujos demokratijos formos implikuoja pirmiausia komunikacines kokybes, pavyzdžiui, dalyvavimą, bendravimą, motyvaciją, derybas, įprasminimą, kolektyvinį žinojimą ir vertybes, bendruomeniškumą, skaidrumą, pasitikėjimą, toleranciją ir kt. Neatsitiktinai šios demokratijos variacijos ir atitinkamai įvardijamos: dalyvaujamoji demokratija, derybinė demokratija, medijų demokratija, *online* demokratija, TV demokratija, svarstomoji demokratija ir t. t. Dalyvavimas tampa itin svarbia šiuolaikinio valdymo charakteristika, kuri tiesiogiai išreiškia viešąjį ir pilietinį diskursą. Ne mažiau svarbus yra ir, sakykim, demokratinio derybiškumo ypatumas, kuris išreiškia tolerancijos mechanizmus atstovaujant interesų grupėms ir derinant jų pozicijas.

Komunikacinių viešybės prielaidų plėtra atspindi visuomenės, tampančios *stakeholder*’ių visuomene, santykius, kurie naujiems demokratijos pavidalams suteikia „subjektyvų“ ir labai individualų turinį. Komunikacinės valdymo ir politinių sprendimų sąlygos išlieka nepakitusios ir formaliai (teisiškai) suteikia visiems visuomenės nariams lygias galimybes klasikinio liberalizmo prasme. Tačiau tuo pat metu komunikacija suformuoja labai individualų bendravimo santykį ir drauge labai stipriai vertybiškai juos kalibruoja ir interpretuoja. Taigi viešojoje srityje visuomenė yra ir vis labiau demokratiškai liberali, ir sykiu vis labiau komunitariška ir bendruomeniška. Praktiškai tai reiškia, kad vienos grupės tampa įtakingesnės ir jų interesai pripažįstami kaip vertingesni, o kitų gali būti suprantami kaip žalingi visuomenei ar bendruomenei, bet iki tam tikros ribos toleruojami (baikeriai, sektos,

amoralios grupės ir kt.). Šiai konkurencijai ir sugyvenimui viešybės dimensijoje turi įtakos daugelis veiksnių, tokių kaip kompetencija, motyvacija, vertybinis krūvis, racionalumas, bendrųjų interesu atitikimas, gebėjimas veikti viešąją nuomonę, mada, tapatybė, įvaizdis ir daugelis kitų, kurie iš esmės yra apibrėžiami komunikacinėmis kategorijomis (Augustinaitis, 2002).

Valdžia yra tuo veiksmingesnė, kuo geriau palaiko ir individualizuoja visų lygių sąveikas su suinteresuotomis grupėmis. Dėl to pastaruoju metu į gyvybiškai svarbių valstybinių uždavinių sąrašą vis dažniau patenka e. valdžios, e. paslaugų ir e. valdymo plėtra ir tobulinimas, kuris iš esmės reiškia kokybiškai naujus mechanizmus pasiekti įvairiausias „publikas“ ir „auditorijas“ ir užtikrinti kompleksinį socialinių sąveikų veikimą bei jų politinį ir pilietinį įprasminimą siekiant bendrą visuomenės tikslų. Komunikacija iš esmės tampa visuomenės pilietinio sugyvenimo ir sanglaudos forma, kuri suprantama kaip įvairovės vienovė ir vertybiniu (pasitikėjimo), ir ekonominiu (globaliojo konkurencingumo), ir kultūriniu (nacionalinio tapatumo) požiūriu. Tai ir yra pilietinės visuomenės ypatumas žinių visuomenėje. Paprastai kalbant, šiuolaikinės pilietinės visuomenės formulė – teisinė valstybė plus komunikacija, kuri reiškiasi deideologizaciją kompensuojančiomis ir vertybinį laidumą užtikrinančiomis raiškomis, kaip antai socialinė, politinė, kultūrinė ar etinė rinkodara. Tai yra būdas bendrauti su įvairiomis visuomenės grupėmis, siekiant sukurti pasitikėjimo ir dalyvavimo aplinkas politiniams sprendimams. Galima sakyti, kad politiniai sprendimai tolydžio tampa viešosios politikos sprendimais, įgyvendinamais viešųjų ryšių priemonėmis.

Remdamasis šiomis prielaidomis, žymiausias viešojo konsultavimosi žinovas Oksfordo universiteto profesorius Stephenas Colemanas netgi mėgina piešti ateities politiko paveikslą:

politikas darbuosis kaip viešųjų politinių iniciatyvų generuotojas ir viešųjų politinių sprendimų moderatorius (Coleman, 2004). Tai iš esmės yra viešoji ryšių veikla, kuri konceptualiai grįsta viešųjų ryšių teorijomis, o praktiškai – viešųjų ryšių instrumentarijumi. Taigi galima teigti, kad viešieji ryšiai, kaip mokslas ir kaip praktika, šiuo metu transformuojasi į daug platesnį ir universalesnį nei tradicinės sampratos veiklos barą, kurio esminė funkcija yra viešybės valdymas.

Šią išvadą būtų galima patikslinti detalizuojant pačios viešybės plėtos tendencijų turinį: visos šiuolaikinio gyvenimo sritys – verslas, mokslas, švietimas, kultūra, religija, teisė ir kitos – vis labiau atsiveria viešybei ir joje siekia plėsti savo veiklą, didinti aktyvumą. Veiklos perkėlimas į viešąją erdvę yra viena iš esminių didėjančio šiandienio pasaulio kompleksiško priedavimų ir integruotų veiklos formų priežasčių. Perkeliant daugelį organizacijų vidinių ryšių į viešumą ir deleguojant daugelį funkcijų viešiesiems tinklams, siekiama ne tik pritaikyti prie galvotrukčiais kintančios aplinkos, bet ir įgyti adekvačias šiandienei tikrovei veiklos formas, bendravimo būdą, žinojimo aplinkas, taip pat įgyti konkurencinę dinamiką ir suformuoti ateities perspektyvą. Viešosios veiklos „sprogimas“ įgyja politinio valdymo pavidalus, kurie konceptualiai reiškiasi kaip „bendruojanti“ valdžia, kaip dalyvaujamosios demokratijos formos ar kaip *multistakeholder*’inis valdymas.

Visa tai leidžia siūlyti svarbiausią išvadą kaip logiškai išplaukiančią iš teorinės prielaidos: galima teigti, kad formuojasi šeštasis kompleksinis viešųjų ryšių modelis – integruota valdymo komunikacija, kuri išreiškia viešųjų ryšių kaip viešybės valdymo paradigmą. Praktiniu požiūriu ši paradigma įgyvendinama įvairiais lygiais ir formomis – pradedant valdžia, vaizdžiai kalbant, kaip politine daugiapakope

PR agentūra, ir baigiat tradicinėmis viešųjų ryšių tarnybomis, firmomis ir organizacijomis, kurių veiklos laukas yra atskiri milžiniškos viešosios erdvės segmentai ir dimensijos. Tačiau imant ir institucionalizuojamus viešojo valdymo tinklus, ir privačias viešųjų ryšių veiklas kaip visumą, galima teigti, kad iš principo ta visuma išreiškia viešųjų ir privačių interesų partnerystę būtent viešosios sferos veikimo lygmeniu.

Na, o visai pabaigai siūlyčiau pamąstymui

ir asmeninems išvadoms lietuviškojo atvejo analizę: kaip šio straipsnio teiginių kontekste atrodo šiuo metu vykstantys nesusipratimai dėl Lietuvos valstybės įvaizdžio kūrimo, kai, nesugebant suvokti viešybės formų kaitos ir jų sąsajų globaliajame pasaulyje, taip pat savo pačių tapatybės ir vietos šiame kompleksiniame ryšių ir žinojimo aplinkų tinkle, siūlomi „žinomumo“ tyrimai ar komiksinių Lietuvos klišių bei stereotipų sklaida?

LITERATŪRA

AUGUSTINAITIS, A. (1999). Šiandiena kaip transinformatiškumas. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, t. 6, p. 28–43.

AUGUSTINAITIS, A. (2001). Informacijos visuomenės profesionalumo kriterijai. *Informacijos mokslai*, [t.] 16, p. 17–30.

AUGUSTINAITIS, A. (2002). Žinių visuomenė ir lobizmo profesinė perspektyva. *Šiuolaikinės lobistinės veiklos tendencijos*. Vilnius, p. 90–102.

AUGUSTINAITIS, A. (2003). Valdymo komunikacija: žinių visuomenės įtaka viešajam administravimui. *Informacijos mokslai*, [t.] 27, p. 9–22.

AUGUSTINAITIS, A. (2005). Valdymo kaitos kryptys žinių visuomenėje. *Informacijos mokslai*, [t.] 33, p. 9–17.

COLEMAN, S. (2004). *Democracy in the Age of the Internet*. Ppt pranešimas. Viešojo interaktyvaus

konsultavimosi seminaras. Vilnius. MRU. Žinių visuomenės valdymo institutas [žiūrėta 2006 m. gegužės 30 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.mruni.lt/padaliniai/FAKULTETAI/vvf/zvvi/konferencija/Coleman.ppt#276,19,IMPLICATIONS FOR TWENTY-FIRST CENTURY DEMOCRACY?>

HABERMAS, J. (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Neuwied and Berlin: Luchterhand.

KUECKELHAUS, A. (1998). *Public Relations: Die Konstruktion von Wirklichkeit. Kommunikationstheoretische Annäherungen an ein Neuzeitliches Phänomen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

NEVINSKAITĖ, L. (2006). *Viešosios erdvės transformacija Lietuvoje 1988–2000 m.: Laikraščių atvejis*. Daktaro disertacija (humanitariniai mokslai, komunikacija ir informacija (06H)). Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakultetas.

PUBLIC RELATIONS AND MANAGEMENT OF PUBLIC SPHERE IN KNOWLEDGE SOCIETY

Arūnas Augustinaitis

Summary

The main idea of the article is to outline and fixate the general tendencies and frames of changes in the huge sphere of public relations which is exploding and transforming itself accordingly to the radical alters of public space in the global society that is cha-

racterised by dominance of multifarious knowledge contexts and impacts of symbolic world. The aim is how to explain the contemporary development of society in terms of communication, having in mind that the communication factors become the status as

crucial and dominated in opposite to traditional social criteria. The communication is as a critical factor unfolding the global perspectives of the society, the information base of social being, and knowledge contexts as the universal prerequisite of today's human activities. Those circumstances influence the forms of public sphere and the level of its spread as well as perception of management and instrumentation of public sphere which explaining themselves as diversity and development of public relations. Taking into account the communication as the main factor of global society, the primary aim of the article is to formulate the conception of public relations as a general instrument of the public sphere management and to define the principal historical and methodological presumption of this conception determining the main aspects and research positions of the problem. The prime hypothesis is that in the global and universal knowledge conditions determine the changes of the social infrastructure itself and archetypes of social activities. The both factors influence the

transformation of public sphere into forms alienating from the classical theoretical model formulated by J. Habermas. When the communication factors had more and more impact on social being and lifestyle of contemporary society, the public relations get the status of public sphere management.

Six models of public relations have been examined chronologically and functionally. The first five are based on traditional paradigms and respectively on linguistic, systemic, managerial, integrated communications' and mass media approaches. The sixth model is reasoned on paradoxical logic of rapid dynamic of penetration of public sphere into the field which is traditionally treating in opposite to classical pattern of publicity, and primarily into modernized by globalisation forms of governance. As a finding, the analysis of this speculation allows to formulate the sixth complex model of public relations' development based on integrated governance communications that express the paradigm of public relations as a governance and management of public sphere.

Īteikta 2006 m. gegužēs mēn.