

# ETNOGRAFINIŲ REGIONŲ METŲ ŽINIŲ SKLAIDA INFORMACINĖJE ERDVĖ

*Dr. Tomas Petreikis*

Vilniaus universiteto Knygotyros ir dokumentotyros institutas

Universiteto g. 3, LT-01513 Vilnius, Lietuva

El. paštas: petreikist@gmail.com

## **Įvadinės pastabos**

Lietuvos Respublikos Seimas 2013 m. Etninės kultūros globos tarybos (toliau – EKGT) siūlymu 2015 metus paskelbė Etnografinių regionų metais. Juos globoti sutiko LR Prezidentė Dalia Grybauskaitė. Per šalį nuvilnijęs renginių ciklas informacinę erdvę pripildė įvairaus turinio informacijos žinučių. Jų visuma sudarė Etnografinių regionų metų informacinį lauką, kurios efektą jausime tol, kol atmintį apie metus išlaikysime patys, turėsime šaltinių, liudijančių apie įvykusius renginius, kilusias diskusijas, viešai pasidalintas mintis ir įspūdžius.

Apie Etnografinius regionų metus spaudoje pradėta kalbėti 2013-2014 m. Išspausdinta keletas programinių straipsnių<sup>1</sup>, bet jų atrodo nepakako įtvirtinant vieningą metų pavadinimą. Jie viešojoje erdvėje vadinti įvairiai: „Lietuvos etnografiniai regionų metai“ (19 proc.), „Etnografiniai regionų metai“ (9 proc.), „Lietuvos etnokultūrinių regionų metai“ (6 proc.), „Etninių regionų metai“ (4 proc.), „Regioniniai metai“ (2 proc.) (*1 diagrama*). Populiarūs atitikmenys „Lietuvos etnografinių regionų metai“ ir „Etnografiniai regionų metai“ dažnai minėti net valstybės institucijų, tokių kaip Lietuvos Respublikos Seimo<sup>2</sup>, portaluose. Daugianaris pavadinimas visada yra labiau iškraipomas nei trumpesni variantai. Siekiant paskleisti vieningą komunikacijos žinutę tokios į visuomenės informavimo priemonės nutekėjusios interpretacijos neprisidėjo prie aiškesnio metų dedikacinės koncepcijos suvokimo. Taigi ateityje reikėtų vengti pernelyg ilgų dedikacinių metų pavadinimų, o jei jie vis vien yra pasirenkami, dėti didesnes pastangas taisant valdžios institucijų ir žiniasklaidos priemonių skleidžiamą netikslią informaciją.

Nepaisant riboto Etnografinių regionų metų renginių finansavimo visuomenė, valdžios institucijos ir visuomeninės organizacijos rodė pakankamai didelį susidomėjimą metų renginiais.

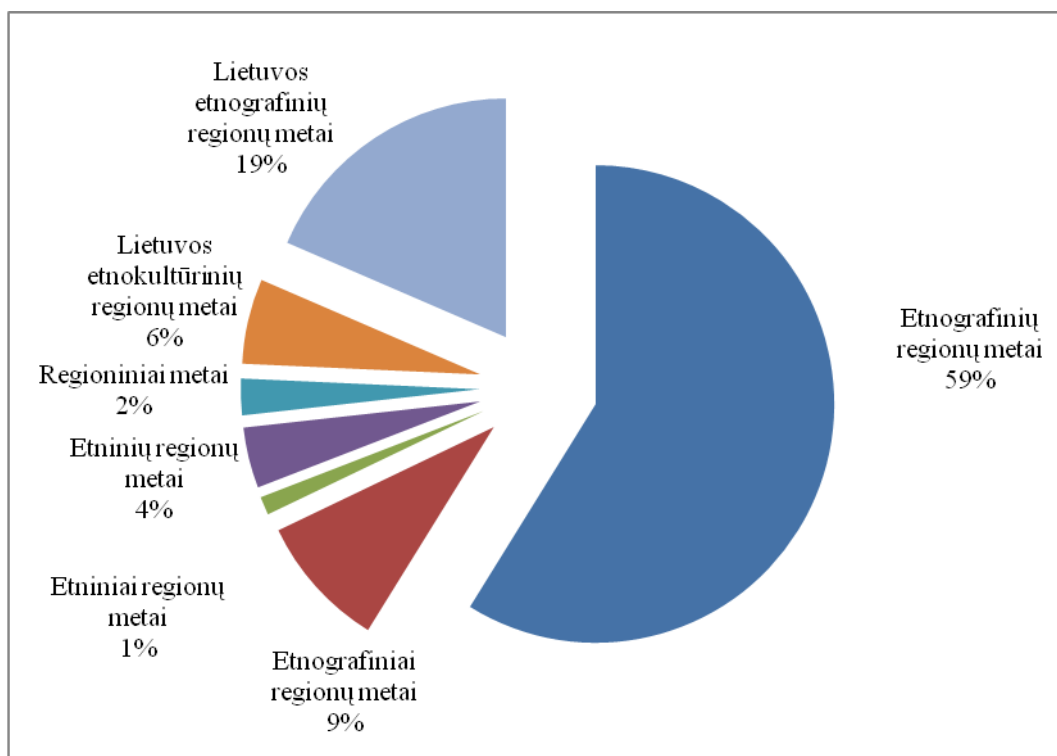
<sup>1</sup> SELIUKAITĖ, Irena. Etnografinių regionų metus pasitinkant. *Gimtasai kraštas*, 2014, t. 7, p. 114; 2015-ieji paskelbti Etnografinių regionų metais. *XXI amžius*, 2013, spalio 18, p. 1; JANKAUSKAITĖ, Gražina. Tarmių metai – žingsnis į Etnografinių regionų metus. *Kalvotoji Žemaitija*, 2013, gruodžio 3, p. 5.

<sup>2</sup> [http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5\\_show?p\\_r=10148&p\\_k=1](http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=10148&p_k=1)

Google paieškos variklis su reikšminiu žodžių junginiu „Etnografiniai regionų metai“ pateikia 143 populiariausius rezultatus (59 proc.) (1 diagrama).

Esminis Etnografinių regionų metų akcentas tradiciškai buvo renginiai. Renginių apžvalgą 2015 m. birželį pateikė Etninės kultūros globos taryba<sup>3</sup>. Atskiras renginių apžvalgą išspausdino rajoniniai laikraščiai<sup>4</sup>. Iš jų matyti, kad daugelis esminių renginių vyko sklandžiai, bet įvertinti visą renginių programos informacinį lauką tuo metu dar nebuvo sąlygų. Etnokultūros puoselėtojų ir valdžios institucijų įsitraukimo įvertinimas gali padėti gerinti viešosios komunikacijos kokybę, nukreipti naujų galimybių paieškos kryptimi ir padėti ateityje optimizuoti ribotus tokio pobūdžio renginių žmogiškuosius ir finansinius resursus.

1 diagrama. Etnografinių regionų metų ir jų atitikmenų populiarumas



Sudaryta remiantis Google paieškos sistemos duomenimis

Esminiai tyrimo šaltiniai yra EKG T parengti renginių gidai, nepamainomai tarnaujantys kaip pirminės paieškos priemonės. Paieškos erdvė koncentruojasi į žiniatinklį, socialinius tinklus (*Facebook, Twiter, Youtube* ir kt.), spausdintų straipsnių ir knygų duomenų bazes (LIBIS, Nacionalinės bibliografijos duomenų banką), vidines mediatekų talpyklas turinčias paieškos

<sup>3</sup> Etnografinių regionų metams įpusėjus (apžvalga). 2015, birželio 10. [http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5\\_show?p\\_r=884&p\\_d=158963&p\\_k=1](http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=884&p_d=158963&p_k=1)

<sup>4</sup> VIRELIŪNIENĖ, Lina. Biržiečių linkėjimai Etnografinių regionų metams. *Biržiečių žodis*, 2015, gruodžio 8, p. 4; VASILIAUSKIENĖ, Vitalija. Etnografinių regionų metai Rytų Aukštaitijoje. *Utenos apskrities žinios*, 2015, gruodžio 30, p. 8-9.

funkciją ir internetinių portalų straipsnių archyvus. Siekta surinkti kuo išsamesnę informaciją apie Etnografiniams regionų metams dedikuotų renginių viešinimą.

Objektas – Etnografinių regionų metų renginių informacinės priemonės ir informacijos sklaida užtikrinant tinkamą visuomenės informavimą. Generalinė visuma laikomi visi įvykę ir **paviešinti** Etnografiniame regionų metams skirti renginiai, jie atrenkami sistemiškai peržiūrint EKGT „Bendrą išplėstinį renginių planą“, kuriame buvo suregistruoti 459 planuojami renginiai. Taip pat prie generalinės visumos priskiriami ir tie renginiai, kurie nebuvo įtraukt į minėtą gidą, bet iš kitų šaltinių pavyko nustatyti, jų dedikacinę priklausomybę Etnografinių regionų metams. Iš viso surinkta duomenų apie 437 įvykusius ir Etnografiniams regionų metams dedikuotus renginius. Atsiribojama nuo viešai neprieinamos informacijos apie renginius, kuri (informacija) galėjo būti platinama žodiniais pranešimais, instituciniame intranete, spausdintais vienalaikiais skelbimais, elektroniniais ir tradiciniais laiškais, telefono žinutėmis, uždaruose socialinių tinklų profiliuose ir pan. Susitelkiama į visą paviešintą ir laisvai prieinama informaciją apie renginius.

Tikslas – susisteminti ir įvertinti informacinėje erdvėje pasirodžiusios informacijos sklaidos galimybes užtikrinant tinkamą visuomenės informavimą supažindinant ją su Etnografiniams regionų metams skirtais renginiais ir įvykiais.

Uždaviniai: 1) apibrėžti Etnografinių regionų metų renginių konjunktūrą, 2) įvertinti Etnografiniams regionų metams skirtus renginių gidus, 3) susieti informacijos sklaidos kanalų pasirinkimą su renginių pobūdžiu, 4) nustatyti tradicinių medijų įtaką renginių viešinimui, 5) išanalizuoti masinio informavimo priemonių (radijo ir televizijos), naujienų portalų ir kitų internetinių svetainių įsitraukimą į renginių viešinimą, 6) renginių organizatorių panaudotas socialinių medijų galimybes.

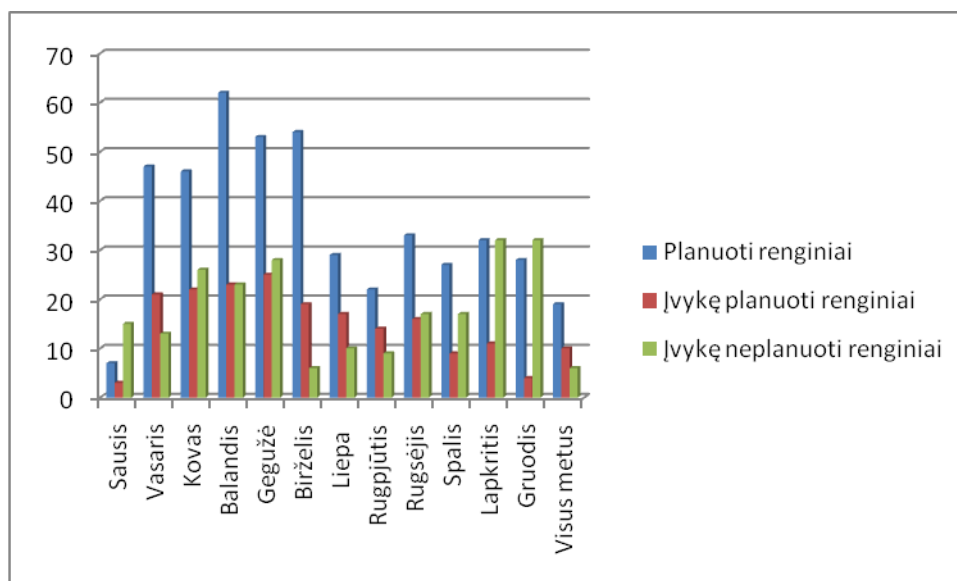
Metodologija – vykdoma sisteminė duomenų analizė naudojantis paieškos varikliais ir duomenų bazėmis: „Google“, „Bing“, Lietuvos integralia bibliotekų informacijos sistema (LIBIS), Nacionalinės bibliografijos duomenų banko (NBDB) Straipsnių duomenų baze. Surinkti duomenys sudarant tyrimui reikalingą duomenų bazę klasifikuojami į keletą teminių grupių, pagal prognozuojamus tyrimo pjūvius: 1) spausdintos publikacijos (knygos ir straipsniai), 2) televizija, 3) radijas, 4) socialinės medijos, 5) interneto naujienų portalai, 6) kitos interneto svetainės. Vykdam interneto informacinės erdvės analizę atkreipiamas dėmesys į žymių sistemą, kaip ilgalaikį naujienų dalykinio klasifikavimo poreikių suvokimą ir atsitiktinę paiešką atliepant dedikacinių metų viešinimo poreikius..

## Informacijos sklaidos konjunktūra (renginių vyksmas, geografija ir pobūdis)

2015-metų vykusių Etnografinių regionų metams dedikuotų renginių informacijos sklaida (kaip visuminė informacijos sklaida) buvo tiesiogiai priklausoma nuo esminių konjunktūrinių sąlygų: 1) renginių intensyvumo, 2) geografinio pasiskirstymo ir 3) tikslinio reikšmingumo. Šiais pjūviais atlikta renginių apžvalga gali padėti suvokti, bendrą šalyje kilusį susidomėjimą šiemetams skirtų renginių programa, kuri didžia dalimi buvo išpildyta ne centralizuotai koordinuojant iš vieno centro, bet daugeliui institucijų, visuomeninių organizacijų ir privačių asmenų imantis iniciatyvos atliepti LRS, Vyriausybės ir Prezidentės kvietimą prisidėti prie dedikacinių renginių organizavimo ir metų įprasminimo.

Renginių dinamikos dėsningumai. EKGŽ žiniomis, Etnografiniams regionams metams buvo dedikuotas 459 planuojamas renginys. Jų numatomas intensyvumas nebuvo tolygus: didžiausią proveržį ketinta pasiekti vasario–birželio mėnesiais (2 diagrama). Iš diagramoje išvelgiamų tendencijų matyti, kad renginių intensyvumas tradiciniais atostogų mėnesiais (liepa ir rugpjūtis) liko priderintas ne prie vasarotojų, o prie renginių organizatorių poilsio poreikių. Atsižvelgiant į turizmo sektoriaus poreikius, tokia tendencija pasitelkiant turizmo informacinę infrastruktūrą nebuvo dėkinga renginių organizatoriams. Nustatyta, kad dėl riboto Etnografinių regionų metų programos finansavimo įvyko apie pusė renginių (2 diagrama), iš kurių didžioji dalis buvo tradiciniai, dalis Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos paskelbti prioritetais<sup>5</sup>.

2 diagrama. Etnografinių regionų metų renginių intensyvumas (planas ir vykdymas)

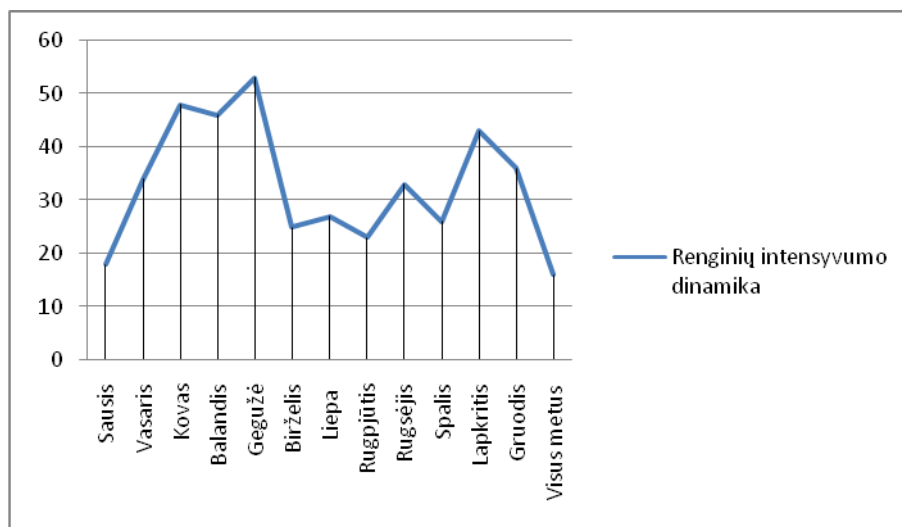


<sup>5</sup> Lietuvoje rengiamų testinių prioritetinių mėgėjų meno 2015-2017 metų renginių sąrašas. 2014, spalio 3. Prieiga per internetą: <http://www.ltk.lt/userfiles/Lietuvoje%20rengiamu%20testiniu%20prioritetiniu%20megeju%20meno%202015-2017%20met%C5%B3%20renginiu%20sarasas.pdf>

## Sudaryta remiantis „Bendru išplėstiniu renginių planu“ ir atliktu tyrimu

Nustatyta, kad Lietuvoje papildomai buvo surengti mažiausiai 242 Etnografinių regionų metams dedikuoti renginiai. Neplanuotų renginių chronologinis intensyvumas buvo gana nuoseklus, atkartoją bendrą renginių vyksmo kreivę. Iš anksto neplanuoti ir į gidą nepatekę renginiai laipsniškai užpildė susidariusias spragas. Taigi aktyvioji visuomenės dalis juto poreikį užpildyti atsivėrusias spragas, kurios susidarė dėl finansavimo stokos ar kitų organizacinių aplinkybių. Bendras visų metų renginių intensyvumas buvo sezoniškas, be didesnių disproporcijų, organizatoriai daugiau jėgų sukcentravo į vasario-gegužės ir lapkričio-gruodžio mėnesius (3 diagrama).

3 diagrama. Bendras Etnografinių regionų metų renginių intensyvumas

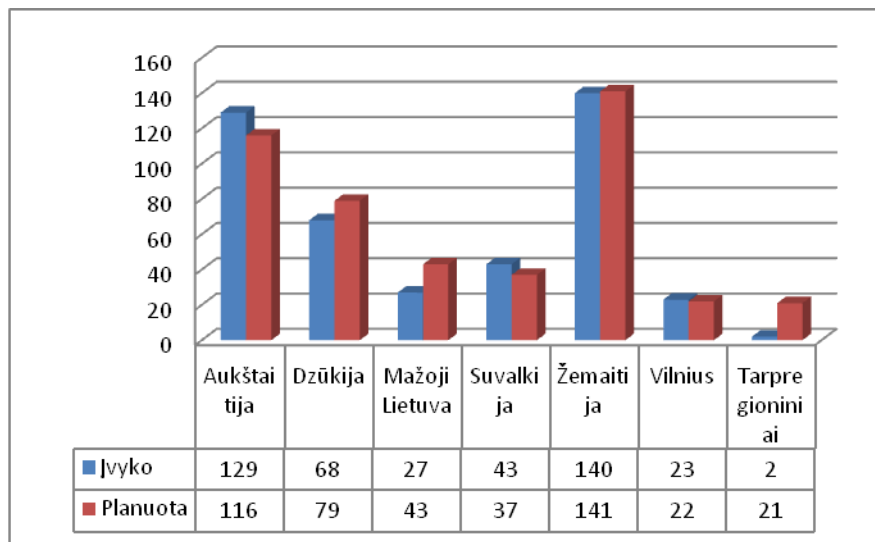


## Sudaryta remiantis „Bendru išplėstiniu renginių planu“ ir atliktu tyrimu

Geografinis pasiskirstymas. Renginių organizatorių sudėtis buvo įvairi. Regionų aktyvioji visuomenės dalis galėjo remtis: bibliotekų, muziejų, kultūros namų, mokymo įstaigų (aukštųjų, profesinių, bendrojo, ikimokyklinio, papildomojo ugdymo), bendruomenių, draugijų ir kt. visuomeninių iniciatyvų jėgomis. Teigiamas požiūris į etnokultūrą buvo vienas iš esminių visuomenės mobilizacijos akstinių. Atsižvelgiant į Lietuvos etnografinių regionų dydį didesnių disproporcijų neįžvelgiama, bet reikėtų pažymėti, kad vis dėlto didesnę susidomėjimą renginių programa rodė etnokultūrinį savitumą labiau išlaikę žemaičiai ir dzūkai. Palyginti nedidelis įsitraukimas į renginių programą Lietuvos didmiesčių: Vilniaus (surengti 22 renginiai), Kauno (surengti 12 renginių, planuotas tik 1!; priskirtas Suvalkijai), Klaipėda (surengti 3; priskirta Mažajai Lietuvai), Šiauliai (surengta 14; priskirta Žemaitijai), Panevėžys (surengti 11; priskirta Aukštaitijai), atskleidžia, kad šiuos metus minėjo ne didieji Lietuvos miestai, bet mažesni

miestai, miesteliai ir kaimai. Toks geografinis paskirstymas savaime nulėmė ir informacijos sklaidos kanalų pasirinkimą ir jų efektyvumą pritraukiant dalyviu į renginius ir informuojant visuomenę apie renginių rezultatus.

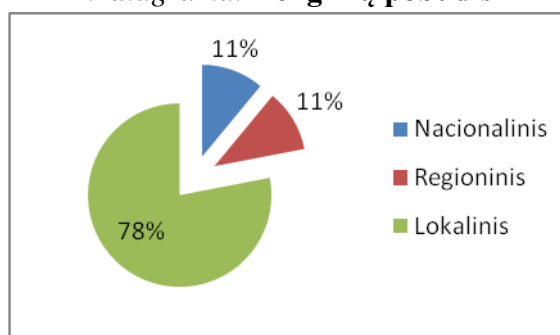
4 diagrama. Renginių geografinis pasiskirstymas



Sudaryta remiantis atliktu tyrimu.

Renginių tikslinis pobūdis. Etnografinių regionų metams skirti renginiai pagal savo apimtį ir pobūdį gali būti suskirstyti į tris stambias grupes: nacionaliniai, regioniniai ir lokaliniai. Nacionalinės svarbos renginiai (festivaliai, parodos, konferencijos, žygiai, stovyklos), teoriškai jeigu organizatoriai sugeba išvystyti informacijos sklaidą susilaukia didesnio visuomenės susidomėjimo. Šiai kategorijai priskirtini 48 renginiai (11 proc.) (5 diagrama). Regioninės svarbos renginių (konkursai, parodos, šventės, projektai ir kt.) taip pat surengta 48 (11 proc.). Lokalinio pobūdžio renginių (akcijos, pamokos, ekskursijos, šventės, stovyklos, konkursai, popietės, vakaronės, žygiai ir kt.) surengta daugiausiai 341 (proc. 78). Informacija apie šiuos renginius platinta įprastiniai kanalais: periodinės spaudos publikacijos, vietinės televizijos laidos, institucijų ir švietimo įstaigų interneto svetainės, socialiniuose tinkluose ir pan.

5 diagrama. Renginių pobūdis



Sudaryta remiantis atliktu tyrimu

Etnografinių regionų metų konjunktūros apžvalga leidžia manyti, kad Etnografinių regionų metų renginių ciklas susiformavo organiškai, visuomenė ir vietinės valdžios institucijos atsiliepė į centrinės valdžios institucijų rodomą dėmesį etnokultūrai, todėl 2015-ųjų metų renginių intensyvumas ir geografinis pasiskirstymas buvo gana nuoseklus ir įtraukiantis platesnius visuomenės sluoksnius. Šios aplinkybės sudarė pakankamai geras sąlygas visuomenę tinkamai informuoti apie planuojamus renginius ir su ja dalintis buvusių renginių įspūdžiais.

### **Renginių gidų informacinio efektyvumo vertinimas**

Etnografinių regionų metų renginių koordinatorė EKGTT surinko informaciją apie Lietuvoje planuojamus Etnografinių regionų metams dedikuotus renginius. Aukštaitijos regiono renginių gide paskelbta informacija apie 30 renginių, Dzūkijos – 11, Mažosios Lietuvos – 18, Suvalkijoje – 20, Vilniaus – 2, Žemaitijos – 27. Atskirai dar išskirtas Etnografinių regionų metų atidarymo renginių suvestinė. EKGTT specialistai sukaupė kur kas daugiau informacijos apie Etnografiniams regionų metams skirtus renginius, todėl buvo parengtas platesnis visų regionų gidas, kuriame buvo suregistruoti 459 renginiai<sup>6</sup>. EKGTT Aukštaitijos regioninės etninės kultūros globos tarybos iniciatyva pasirodė regioninis renginių gidas, parengtas plačiojo renginių gido pagrindu. Priešingai nei rengėjų planuota, jį paskelbė tik Rokiškio rajono savivaldybė<sup>7</sup>. Giduose pagal unifikuotą formą skelbta esminė informacija: renginio pavadinimas, laikas, vieta (įstaiga ar teritorija, savivaldybė, regionas) ir organizatorių kontaktiniai duomenys. Informacijos segmentavimas ir sukurtos geros paieškos galimybės (filtravimas) leido šių informacinių priemonių vartotojams nesudėtingai pasiekti reikiamą informaciją.

EKGTT gidų rengėjai rėmėsi nuostata, kad į gidus įtraukiami planuojami renginiai, kurių dalis dėl finansavimo stokos gali ir neįvykti, todėl ši EKGTT paskelbta informacija buvo tik orientacinė. Renginių gidais naudojosi informaciniai portalai, taip pat buvo paskelbta ir keletą planuojamų renginių apžvalgų spaudoje<sup>8</sup>. Daugelis savivaldybių pasinaudoję EKGTT parengtais gidais, jų pagal realią situaciją nebe atnaujino. Tokie planuojamų renginių sąrašai buvo paskelbti: Jonavos, Kretingos, Lazdijų, Telšių r., Neringos ir kt. savivaldybių tinklalapiuose, kartais išskiriant ir temines grupes (pvz., Alytaus, Anykščių, Neringos, Kretingos, Pakruojo). Kai kuriose savivaldybėse renginių viešinimas buvo patikėtas verslo, turimo ir kultūros centrums

<sup>6</sup> *Renginių gidai*. Prieiga per internetą: [http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5\\_show?p\\_r=10149&p\\_k=1](http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=10149&p_k=1)

<sup>7</sup> *Regioninių tarybų veikla 2014 m.* Prieiga per internetą:

[http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5\\_show?p\\_r=3527&p\\_k=1&p\\_d=155090](http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=3527&p_k=1&p_d=155090) ; *2015 Etnografiniams regionų metams skirtų renginių Aukštaitijos savivaldybėse gidas*. Prieiga per internetą:

[www.rokiskis.lt/.../2015%20m.%20aukštaitija\\_2015\\_renginiu\\_gidas.doc](http://www.rokiskis.lt/.../2015%20m.%20aukštaitija_2015_renginiu_gidas.doc)

<sup>8</sup> ADOMAITĖ, Agnė. Etnografinių regionų metams – renginių pynė. *Banga*, 2015, sausio 17. Prieiga per internetą: <http://www.gargzdai.lt/etnografiniu-regionu-metams-renginiu-pyne/>

(Mažeikių turizmo ir verslo informacijos centras, Pagėgių krašto turizmo informacijos centras, Sedos kultūros centras, Jonavos kultūros centras ir kt.). Nuo 2005 m. savo etninės kultūros renginių kalendorių „Etninės kultūros renginiai Lietuvoje“ skelbia ir Lietuvos liaudies kultūros centras. Centro svetainėje informacija grupuota pagal savivaldybes, iš kurių 2015 m. 14-a nepateikė duomenų<sup>9</sup>. Deja, neatnaujinti arba su spragomis gidai ilgainiui darėsi neinformatyvūs, todėl jie palapsniui taip pat nebegalėjo daryti didesnės įtakos renginių dalyvių apsisprendimui ir žiniasklaidos priemonių veiklos koordinavimui.

Savo programos gidą paskelbė ir „Muziejų naktys 2015“ organizatoriai. Nors muziejai anksčiau ir vėliau aktyviai dalyvavo Etnografinių regionų metų renginių veikloje, šiame gide tik vienas renginys – Alytaus kraštotyros muziejaus renginys (paroda „Kryžų norėjau pastatyc“) – buvo dedikuotas šiems metams<sup>10</sup>. Lietuvos muziejų asociacija vykdydama kasmetinį edukacinį „Lietuvos muziejų kelio“ projektą 2015 m. pasirinko temą (projektą) „Liaudies meno grožis“. Projektas, apjungęs 67 šalies muziejus, buvo dedikuotas Lietuvos etnografinių regionų metams. Muziejų renginius, vykusius gegužės 18-rugsėjo 27 d., suskirsčius į regionines grupes išleistas spausdintu ir skaitmeniniu formatu renginių gidas<sup>11</sup>. Muziejų sektoriaus dalyvavimas bendroje Etnografinių regionų programoje buvo pastebimas, bet ne visos informacinės priemonės buvo linkusios pabrėžti renginių dedikacinę priklausomybę.

### **Informacijos priemonių pasirinkimas (tendencijos ir deriniai)**

Visuomenė informavimas apima keletą pagrindinių informacijos sklaidos kanalų, kurių reikšmė ir planuojami rezultatai dažnai priklauso nuo renginio pobūdžio ir auditorijos. Primintina, kad daugelis renginių buvo lokaliniai, o tai savaime projektavo ir informacijos priemonių paketo pasirinkimą. Iš tyrimo metu sukauptos duomenų matyti, kad daugelis renginių rengėjų pirmiausia siekė visuomenei pateikti informacija įvairaus turinio interneto svetainėse (320 renginys), vėliau periodinėje spaudoje (261) ir interneto naujienų portaluose (223). Mažiau dėmesio skirta socialiniams tinklams (127), retai sugebėta pritraukti televizijos (dažniausiai regioninės) ir labai retai radijo (7) dėmesį (6 diagrama). Pažymėtina, kad viešojoje erdvėje informacija apie radijo ir televizijos laidas išlieka prasčiau, todėl pateiktieji skaičiai yra rezervuoti mažesni, šių informacijos kanalų įtaka galėjo būti didesnė.

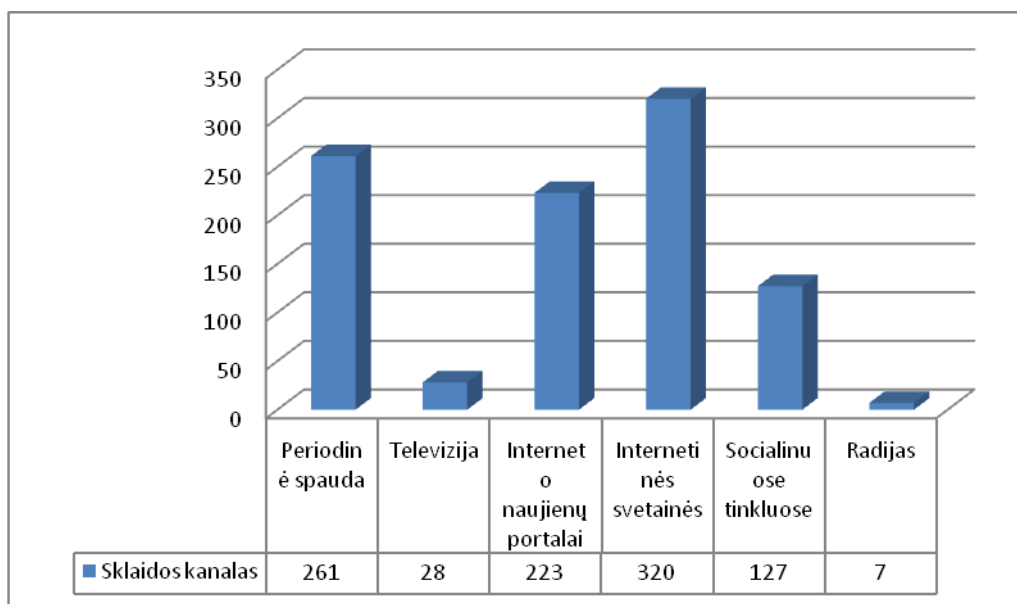
<sup>9</sup> *Etninės kultūros renginiai Lietuvoje*. 2015, nr. 1. Prieiga per internetą: <http://www.llkc.lt/index.php?3284019712>

<sup>10</sup> [http://www.muziejai.lt/Aktualijos/images2015/muzieju\\_diena\\_naktis\\_2015\\_tekstas.pdf](http://www.muziejai.lt/Aktualijos/images2015/muzieju_diena_naktis_2015_tekstas.pdf)

<sup>11</sup> *Liaudies meno grožis*: programa: 2015 m. gegužės 18-rugsėjo 27 d. Vilnius: Lietuvos muziejų asociacija, 2015. 22 p.



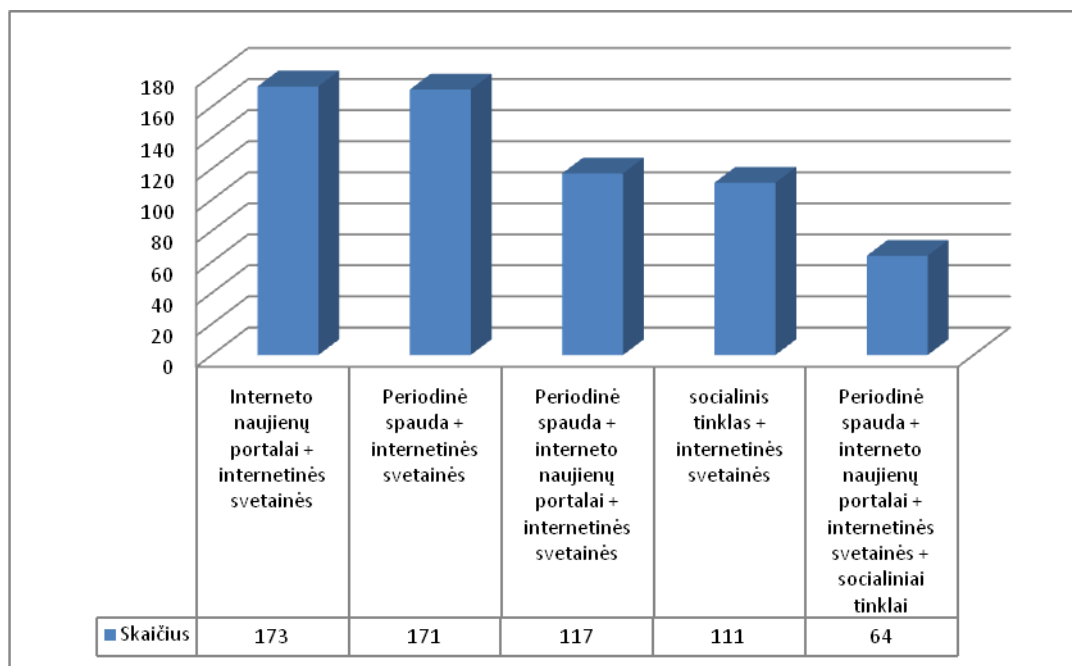
6 diagrama. Informacijos sklaidos kanalų pasirinkimas



Sudaryta remiantis atliktu tyrimu

Šių dienų tinklaveikos visuomenėje siekiant pasiekti didžiausią medijų efektą siekiama išnaudoti platesnį įvairesnių informacijos sklaidos kanalų spektrą. Galima išskirti populiariausius ir, matyt, labiausiai pasiteisinusius informacijos sklaidos kanalų derinius (7 diagrama). Populiariu buvo skelbti renginių informaciją interneto naujienų portaluose ir kitose internetinėse svetainėse (173 atvejais) bei periodinėje spaudoje ir interneto naujienų portaluose (171). Socialinių tinklų galimybes siekta derinti su ribotais organizatorių instituciniais resursais, todėl dažnai informacija skelbta organizatoriaus svetainėje ir pan., ja pasidalinant su savo socialinių tinklo bendruomene (111 atvejų). Pažymėtina, kad dalis organizatorių (apie 30 proc.) sekė išnaudoti ne mažiau trijų informacijos sklaidos kanalų (64 atvejais). Didžiausią informacijos sklaidos galimybių paketą naudojo nedaugelis rengėjų: 11 rengėjų informacija skleidė per beveik visus (išskyrus radijo kanalus). Tai liudija, kad dalis rengėjų siekė maksimalaus viešinimo rezultato.

7 diagrama. Informacijos sklaidos kanalų paketų pasirinkimo kombinacijos



Sudaryta remiantis atliktu tyrimu

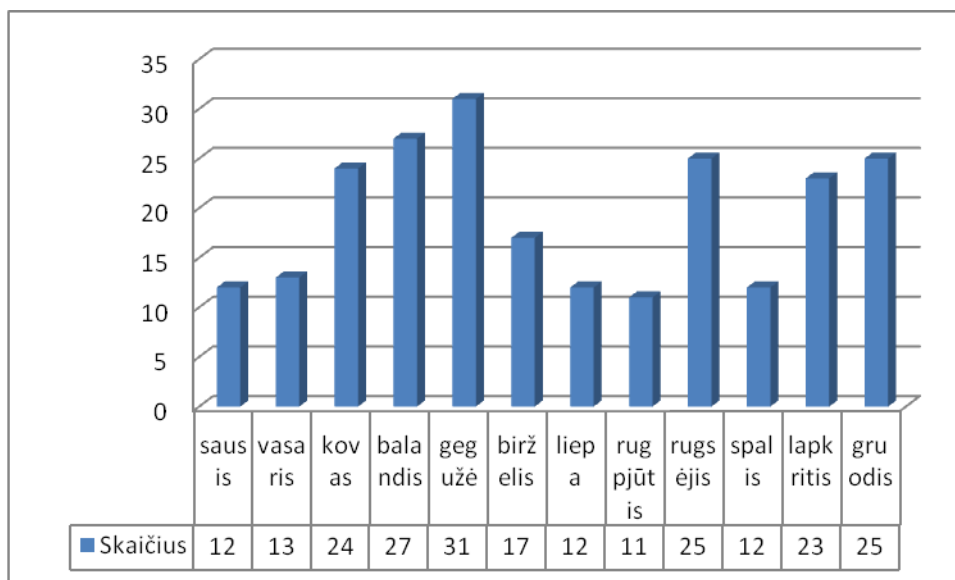
Informacijos sklaidos kanalų pasirinkimų kombinacijos leidžia manyti, kad daugelis lokalinio ir regioninio pobūdžio renginių siekė užsitikrinti esminių informacijos sklaidos kanalų paramą.

### Tradicinių medijų populiarumas išlieka

Remiantis LIBIS sistemos duomenimis, atlikus dalykinę paiešką nustatyta, kad 2015 m. buvo išleista vos keletas lietuvių etnografijai skirtų leidinių. Rimčiausi proginis mokslo populiarinamasis leidinys buvo Etninės kultūros globos tarybos pirmininko Virginijaus Jocio sudarytas rinkinys *Lietuvos etnografiniai regionai* (Terra publica). Jono Trinkūno sudaryta *Lietuvių išminties knyga* (Forest Park Group). Etnografinių regionų metams buvo dedikuoti tik šie leidiniai: Aurelijos Papievienės sudarytas rinkinys *Esam zanavykai* (Meno žvaigždė), *Fotografijų ir dailės darbų parodos katalogas* (Utenos Indra) bei Kauno kolegijos, Justino Vienožinskio menų fakultetas ir Lietuvos dailės ugdytojų draugijos surengto V ex libris konkurso „Mokytojas ir mokinys“ katalogas *Lietuvos etnografinis regioninis savitumas knygos ženkle* (Kauno kolegijos Leidybos centras). Iki šiol leidėjai nenoriai skyrė dedikacijas Etnografinių regionų metams, bet šiuo metu dar nevysi 2015 m. leidybos projektai yra įgyvendinti, tad ateityje šis kuklus sąrašas dar gali pasipildyti. Knygų aktualumas sumenksta vėliausiai, todėl jose užfiksuota informacija dar ilgai primins visuomenei apie 2015 m. dedikacinę žymę.

Periodiniai leidiniai buvo vieni iš įtakingiausių Etnografinių regionų metų renginių apžvalgininkai ir idėjos populiarintojai. Visas Etnografiniams metams skirtas periodikos publikacijas galima skirstyti į dvi stambias grupes 1) straipsniai akcentavę renginio dedikacinę priklausomybę arba rašę apie etnografinių regionų metus, jų reikšmę ir pan. ir 2) straipsniai aprašę renginius, bet nepažymėję jų dedikacinės kilmės. Pirmieji populiarino idėją ir renginius, o antrieji atskirus renginius, kurie skaitytojo požiūriu tiesiogiai nebuvo susieti su Etnografiniu regionų metų programa. Šiuo atveju svarbesnė pirmosios kategorijos periodikos publikacijų analizė. Remiantis NBDB Straipsnių duomenų baze, iš viso nustatytos 239 publikacijos, kuriose buvo pažymėta renginio dedikacinė priklausomybė. Jų chronologinis pasiskirstymas gana nuoseklus (8 diagrama), atkartojantis bendrą renginių laiko dinamiką<sup>12</sup>.

8 diagrama. Renginių, dedikuotų Etnografinių regionų metams, paminėjimų periodinėje spaudoje chronologinis intensyvumas



Sudaryta remiantis NBDB Straipsnių duomenų baze

Periodinės spaudos žurnalistai ir jų bendradarbiai gyvai dalyvavo daugelyje renginių, todėl visuomenei buvo nuolat primenama apie 2015 metų dedikacinę kilmę.

Atrinktas publikacijas suskirsčius teritoriniu pagrindu galima teigti, kad didžiausią informacijos kiekį gavo Ukmergės, Kaišiadorių, Prienų, Vilniaus, Kretingos, Skuodo, Kelmės ir Šiaulių rajono gyventojai (1 lentelė). Šiuose rajonuose vyko pakankamai daug renginių, todėl spaudos puslapiuose atsisdurdavo ir jų aprašymų. Tų savivaldybių, kurios aktyviai neįsijungė į

<sup>12</sup> Laiko dinamikos atkartojimas leidžia manyti, kad šalies bibliografai, kurie yra atsakingi už tinkamą straipsnių bibliografinį aprašymą, dirbo kruopščiai ir neturėjo intencijų mažinti bibliografinio aprašo pastabų sritį.

šalies renginių programą, gyventojai iš vietinės spaudos puslapių negalėjo susidaryti aiškesnio vaizdo apie Etnografinius regionų metų idėją.

*1 lentelė. Etnografinių regionų metų populiarinimas periodinės spaudos publikacijose skirtingose savivaldybėse*

Savivaldybė	Paminėjimų skaičius (po)
Ukmergės r.	19
Kaišiadorių r., Prienų, Vilniaus m. ir r.	18
Kretingos r., Skuodo r.	12
Kelmės, Šiaulių m. ir r.	10
Plungės r.	8
Akmenės r., Biržų r., Šilalė r., Telšių r., Utenos r.	7
Tauragės r.	6
Jonavos r., Trakų r., Varėnos r.	5
Kauno m. ir r., Mažeikių r., Pakruojo r., Panevėžio m. ir r., Radviliškio r., Rokiškio r.	4
Klaipėdos r., Klaipėdos m., Marijampolės, Molėtų r., Širvintų r.	3
Alytaus r., Anykščių r., Druskininkų, Ignalinos, Joniškio r., Švenčionių, Vilkaviškio	2
Kupiškio r., Palangos, Pasvalio r., Raseinių r., Šakių r.	1

Sudaryta remiantis NBDB Straipsnių duomenų baze

Daug kas priklausė ir nuo laikraščių ir žurnalų redakcijų požiūrio į Etnografinių metų idėją: vienos redakcijos buvo linkusios akcentuoti metų svarbą ir renginių dedikaciją, o kitos tokio nuoseklaus poreikio neturėjo. Didžiausią dėmesį šios idėjos populiarinimui skyrė „Mūsų žodžio“ (Skuodas), „Gimtoji žemė“ (Ukmergė), „Gyvenimas“ (Prienai), „Atspindžiai“ (Kaišiadorys), „Kaišiadorių aidas“ (Kaišiadorys) ir kt. žurnalistai (2 lentelė). Gana didelis periodinės spaudos, daugiausiai rajoninės, įsitraukimas (73 pozicijos), leidžia manyti, kad didesnio ar mažesnio susidomėjimo Etnografinių regionų metų idėja ir renginių programa būta visoje šalyje. Apie renginius rašė ir vienas kitas respublikinis leidinys („XXI amžius“, „Žalioji pasaulis“, „Vakaro žinios“, „Tarp knygų“ ir kt.). Pastebėtina, kad buvo dalis laikraščių redakcijų, kurios tik kelis mėnesius aktyviai platindavo Etnografinių regionų metų idėją, o vėliau šis dėmesys visiškai atslūgdavo.

2 lentelė. Periodiniai leidiniai populiarią Etnografinius regionų metus

Nr.	Periodinis leidinys	Leidimo vieta	Publikacijų skaičius
1.	Mūsų žodis	Skuodas	12
2.	Gimtoji žemė	Ukmergė	11
3.	Gyvenimas	Prienai	11
4.	Atspindžiai	Kaišiadorys	9
5.	Kaišiadorių aidai	Kaišiadorys	9
6.	Švyturys	Kretinga	8
7.	Ukmergės žinios	Ukmergė	8
8.	Kelmiškiams	Kelmė	7
9.	Šiaulių naujienos	Šiauliai	7
10.	Vienybė	Akmenė	7
11.	Merkio kraštas	Varėna	5
12.	Naujasis Gėlupis	Prienai	5
13.	Naujienos	Jonava	5
14.	Šilalės artojas	Šilalė	5
15.	Biržiečių žodis	Biržai	4
16.	Pajūrio naujienos	Kretinga	4
17.	Sekundė	Panevėžys	4
18.	Tauragės kurjeris	Tauragė	4
19.	Utenis	Utena	4
20.	Banga	Gargždai	3
21.	Bičiulis	Kelmė	3
22.	Būdas žemaičių	Mažeikiai	3
23.	Klaipėda	Klaipėda	3
24.	Krašto žinios	Šiauliai	3
25.	Plungė	Plungė	3
26.	Radviliškio naujienos	Radviliškis	3
27.	Suvalkietis	Marijampolė	3
28.	Šiaurės Rytai	Biržai	3
29.	Širvintų kraštas	Širvintos	3
30.	Vilnis	Molėtai	3
31.	XXI amžius	Vilnius	3
32.	Žalioji pasaulis	Vilnius	3
33.	Auksinė varpa	Pakruojis	2
34.	Druskininkų naujienos	Druskininkai	2
35.	Galvė	Trakai	2
36.	Gimtasis Rokiškis	Rokiškis	2
37.	Gintaro gimtinė	Kaunas	2
38.	Kalvotoji Žemaitija	Telšiai	2
39.	Kauno diena	Kaunas	2
40.	Krašto vitrina	Prienai	2
41.	Pakruojo kraštas	Pakruojis	2

42.	Rokiškio sirena	Rokiškis	2
43.	Sidabrė	Joniškis	2
44.	Sostinė	Vilnius	2
45.	Šilalės žinios	Šilalė	2
46.	Šilelis	Anykščiai	2
47.	Švenčionių kraštas	Švenčionys	2
48.	Švietimo naujienos	Vilnius	2
49.	Tarp knygų	Vilnius	2
50.	Tauragės žinios	Tauragė	2
51.	Ūkininko patarėjas	Vilnius	2
52.	Utenos apskrities žinios	Utena	2
53.	Vakaro žinios	Vilnius	2
54.	Žemaičių saulutė	Plungė	2
55.	Žemaitis	Plungė	2
56.	Alytaus naujienos	Alytus	1
57.	Dainavos žodis	Alytus	1
58.	Darbas	Pasvalys	1
59.	Gelgaudukas	Gelgaudiškis	1
60.	Kupiškėnų mintys	Kupiškis	1
61.	Lietuvos aidas	Vilnius	1
62.	Mokslo Lietuva	Vilnius	1
63.	Mūsų Ignalina	Ignalina	1
64.	Nauja vaga	Ignalina	1
65.	Naujas rytas	Raseiniai	1
66.	Plungės žinios	Plungė	1
67.	Radviliškio kraštas	Radviliškis	1
68.	Santaka	Vilkaviškis	1
69.	Santarvė	Mažeikiai	1
70.	Savivaldybių žinios	Vilnius	1
71.	Utenos diena	Utena	1
72.	Vakarinė Palanga	Palanga	1
73.	Valsčius	Šakiai	1

Sudaryta remiantis NBDB Straipsnių duomenų baze

### **Neišnaudotos televizijų kanalų ir radijų stočių galimybės**

Etnografinių regionų metų renginių sklaida televizijoje sudėtinga nustatyti, bet nuosekliai renkant informaciją apie visus renginius, naudojantis įvairiais paieškos varikliais, peržiūrėjus televizijų internetinius archyvus (mediatekas) pavyko nustatyti pagrindinius renginių viešintojus. Iš viso Lietuvos televizijose pavišinti 28 renginiai. Tai sudaro vos 6 proc. visų įvykusių renginių, bet šis skaičius, dėl anksčiau minėtų aplinkybių, turėtų būti keletą kartų didesnis. Didžiausią dėmesį Etnografinių metų populiarinimui skyrė „Lietuvos televizija“ – pristatė 11

renginių. Pažymėtina, kad Lietuvos televizija buvo pagrindinė Etnografinių regionų metų populiarintoja, savo anonsais primindama 2015 m. idėją. Tiesa, sugretinus šios televizijos programą ir vykusius renginius pastebėta, kad „Lietuvos televizija“ viešindama tradicinius renginius dažnai naudojosi senesnių metų archyviniais vaizdo įrašais. Nacionalinis transliuotojas galėjo labiau išnaudoti savo resursus ir pateikti geriau atnaujintą ir aktualesnį laidų turinį. Kitas pavyzdys, Lietuvos muziejų asociacijos vykdomo projekto „Liaudies meno grožis“ informaciniais rėmėjais sutiko būti „Lietuvos radijas“ ir „Lietuvos televizija“, bet atlikus tyrimą nenustatyta, kad šie informaciniai rėmėjai būtų sukūrę nors viena laida apie šio projekto renginius.

Kiti transliuotojai tokie kaip „EtapliusTV“ (2 renginiai) ar „Lietuvos ryto televizija“ (1) rodė mažesnę susidomėjimą. Peržiūrint „Lietuvos ryto televizijos“ archyvą pastebėta, kad buvo televizija archyvuodama vaizdo įrašus sukūrė žymę „Etnografiniai regionų metai“ ir jai priskyrė vieną vaizdo įrašą. Tad bent jau 2015 m. pradžioje ir ši televizija taip pat tikėjosi labiau įsijungti į Etnografinių regionų metų renginių viešinimą.

Į informacijos viešinimą įsijungė ir regioninės televizijos. Mažesnės šalies televizijos aptarnaujančios regionus ir rajonus dažniausiai skelbė informacija apie vietinius renginius. Pasižymėjo: „Marijampolės TV“ pavišinti 3 renginiai, „Eteris TV Prienai“ (2), „Raseiniai TV“ (2), „Žemaitijos televizija“ (2), „AVVA“ (1), „Ignalinos televizija“ (1), „Jurbarko žinios“ (1), „Kupiškio TV“ (po 1). Šios regioninės televizijos neturi pakankamai resursų išlaikyti savarankišką mediateką (vaizdo įrašų archyvą), todėl jos naudojasi *YouTube* resursais. Televizijoms perėjimas į *YouTube* tinklą leidžia archyvuoti informaciją, o jos vartotojams susidaro geresnės sąlygos ir ją lengviau pasiekti naudojant paieškos variklius, tokius kaip *Google* ir kt. Taip pat pažymėtina, kad *YouTube* tinkle veikiančios televizijų kanalai leidžia ir kryptingai skleisti informaciją užtikrinant informacijos sklaidą atskiriems segmentams, kurie gali būti sunkiai pasiekiami. Pvz., „Jurbarko žinių“ televiziją *YouTube* kanalo prenumeratą turi 174 sekėjai, iš kurių, manytina, tik dalis gali naudotis kabelinės televizijos paslaugomis. Pažymėtina, kad didžiausio dėmesio sulaukė kasmetinis konkursas „Tramtatulis“, jį viešino televizijos: „Ignalinos televizija“, „Jurbarko žinios“. Didelio susidomėjimo susilaukė žygio žemaitukais „Žemė-žmogus-žirgas“ išlydėtuvs, kurį filmavo „Lietuvos televizija“ ir kt. vietinės televizijos, bet vėliau dėl žygio specifikos daugiau televizijos laidų nepasirodė.

Užfiksuota vos 7 atvejai kai radijo laidose buvo pagarsinti Etnografiniams regionų metams dedikuoti renginiai. Iš jų 4 renginius aptarė „Lietuvos radijas“, po 1 – Druskininkuose veikiančias „Kurorto radijas“, „Tauragės radijas“ ir Alytaus radijas „FM99“. Dėsningai pastebimas nacionalinio transliuotojo ir regioninių radijų pasiskirstymas leidžia teigti, kad didesnieji komerciniai radijų kanalai galėjo mažai domėjosi Etnografinių regionų metų renginiais.

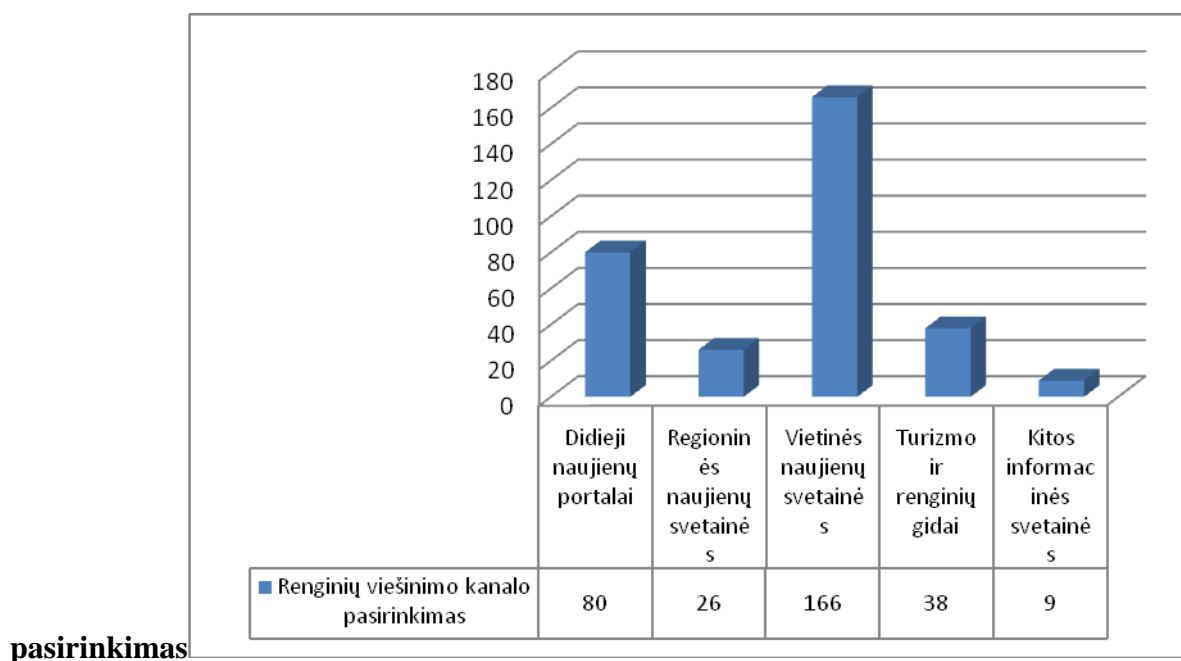
Dėl informacijos stokos galima daryti tik rezervuotus pastebėjus, bet vis dėlto nustatytos tendencijos leidžia teigi, kad daugiausiai Lietuvos regionuose vykę renginiai dėl savo pobūdžio, menkų organizatorių ryšių televizijomis ir radijo stotimis šių informacijos sklaidos kanalų įsitraukimas buvo palyginti žemas.

### Naujienų portalų ir svetainių įsitraukimas

Interneto naujienų portalų ir svetainių pasirinkimas Lietuvoje gana didelis. Renginių organizatoriai viešinimą vykdė skirtingo pasiekiamumo interneto portaluose ir svetainėse: kurias visas būtų galima suskirstyti į keletą stambių grupių: a) naujienų portalai, b) regioninės naujienų svetainės, c) lokalinės naujienų svetainės, d) turizmo ir renginių gidai, e) kitos naujienų svetainės (9 diagrama).

Dėl renginių lokalinio turinio populiariausi buvo vietinės reikšmės naujienų svetainės – 166 renginiai viešinti per šias svetaines. Didieji naujienų portalai paskelbė informaciją apie 80 renginių. Turizmo ir renginių gidai informavo apie 38 renginius. Regioninio lygmens informacinės svetainės paskelbė informaciją apie 26 renginius ir kitos informacinio turinio svetainės (pvz., *draugiem.lt*) paskelbė informaciją apie 9 renginius. Nacionalinio, regioninio ir lokalinio viešinimo lygmens derinimas dėl neišvystyto regioninio informacijos sklaidos lygmens buvo gana nedidelis – 7 renginiai apėmė visus tris lygmenis. Didesnis sąryšis pastebimas nacionaliniame ir lokaliniam lygmenyje – 43 renginiai, iš jų 24 buvo vietiniai renginiai.

9 diagrama. Renginių viešinimo kanalo



Sudaryta remiantis atliktu tyrimu



Renginių viešinimu daugiausia užsiėmė portalai *regionunaujienos.lt* ir *alkas.lt*. Likę naujienų portalai mažiau skyrė dėmesio Etnografinių regionų metų renginių viešinimui, nors atlikus detalią paiešką naujienų portalų archyvuose, jų straipsnių publikacijose Etnografinių regionų metų pavadinimas skambėdavo dažnai: pasižymėjo *republika.lt* (straipsniuose minima 92 kartus). Kiti internetinių naujienų lyderiai (*delfi.lt*, *lrytas.lt*, *15min.lt*) didelio dėmesio Etnografinių regionų metų populiarinimui didesnio dėmesio neskyrė. Įvertinus naujienų portalų galimybes teikti renginių apžvalgas išskirtinai atrodo *lietuve.lt* ir *bernardinai.lt* pozityvus požiūris į šių dedikacinių 2015 metų reikšmę (4 lentelė).

4 lentelė. Populiariausi naujienų portalai

Nr.	Pavadinimas / internetinis adresas	Renginių skaičius	„Etnografinių regionų metų“ minėjimas
1.	Regionunaujienos.lt	28	57
2.	Alkas.lt	27	30
3.	Republika.lt	16	92
4.	Alfa.lt	12	33
5.	Lrytas.lt	10	31
6.	15min.lt	9	29
7.	Delfi.lt	7	23
8.	Lietuve.lt	7	20
9.	Bernardinai.lt	6	14

Sudaryta remiantis atliktu tyrimu

Renginių viešinimo lygmuo buvo palietas paviršutiniškai dėl nevienodo jų išvystymo regioniniame lygmenyje. Aukštaitiją reprezentavo paskelbęs aukštaitijosgidas.lt (paskelbė 2 renginiai). Dzūkiją – *dainavosgidas.lt* ir *dzukijainfo.lt* (po 3). Mažąją Lietuvą – *mazoji-lietuva.lt* (8). Suvalkiją – *suduvosgidas.lt* (4). Žemaitiją – *zemaitija.lt* ir *zemaitijosgidas.lt* (po 3). Mažiausiai informacijos apie renginius per šį sklaidos kanalą teko Aukštaitijos regiono, daugiausiai – Mažosios Lietuvos regiono gyventojams. Taigi šiame informaciniame kontekste didžiausias Lietuvos regionas Aukštaitija liko prasčiausiai informuotas apie visame regione vykstančius renginius.

Iš viso renginių organizatoriai naudojami 108 lokalinio (rajoninio) pobūdžio naujienų svetainėmis. Jose iš viso apie įvykusius renginius buvo publikuotos 235 straipsniai. Daugelis rajoninių laikraščių turi savo internetinius atitikmenis, informacija – dubliuojama. Todėl populiariausios rajonų naujienų svetainių ir rajoninių laikraščių sąrašas turi panašumų (žr. 2 ir 5 lenteles). Pažymėtina, kad Žemaitijos regione būta daugiau internetinių svetainių, nuosekliai

populiarinusių, Etnografinių regionų metų renginius, o kituose regionuose informacija apie renginius plačiau išsiskaidė po atskiras naujienų svetaines.

5 lentelė. Populiariausios rajoninės informacinės svetainės

Nr.	Svetainės pavadinimas	Veiklos rajonas / savivaldybė	Internetinis adresas	Publikacijų skaičius
1.	Šiaulių kraštas	Šiaulių	Skrastas.lt	9
2.	Kauno diena	Kauno	Kaunodiena.lt	7
3.	Šiaulių naujienos	Šiaulių	Snaujienos.lt	7
4.	Naujasis Gėlupis	Prienų ir Birštono	Naujasigelupis.lt	6
5.	Šilutės naujienos	Šilutės	Silutesnaujienos.lt	6
6.	Žemaitis	Plungės	Zemaiciolaikrastis.lt	6
7.	Kėdainietis	Kėdainių	Kėdainietis.lt	5
8.	Krašto vitrina	Prienų ir Birštono	Kvitrina.lt	5
9.	Mūsų žodis	Skuodo	Musuzodis.lt	5
10.	Telšių žinios	Telšių	Tzinios.lt	5

Sudaryta remiantis atliktu tyrimu

Renginių gidai 25 buvo naudojamas. Paslaugomis, juose iš viso buvo paskelbta informacija apie 44 renginius, tai sudarė apie 10 proc. visų Etnografinių regionų metams skirtų renginių visumos. Ištyrus sezoniškumo kaitą galima akcentuoti, kad organizatoriai apie renginius kelionių gidų svetainėse aktyviau pradeda dalintis informacija nuo gegužės mėnesio ir beveik nuosekliu ritmu susidomėjimas nenuslūgsta iki spalio mėnesio. Populiariausi buvo kelionių gidai buvo *lithuania.travel.lt*, *busiu.lt* ir *allevents.lt* (6 lentelė).

6 lentelė. Renginių gidų galimybių išnaudojimas

Internetinis adresas	Renginių skaičius
<i>lithuania.travel.lt</i>	6
<i>busiu.lt</i>	5
<i>allevents.lt</i>	4
<i>laisvadiena.lt</i> ; <i>manofestivalis.lt</i> ; <i>renginiaiutenoje.lt</i> ; <i>renginiaialytuje.lt</i> ; <i>surasti.lt</i> ; <i>siauliai-events.lt</i>	2
<i>allevents.in</i> ; <i>anonasas.lt</i> ; <i>day.lt</i> ; <i>evensi.com</i> ; <i>ituras.lt</i> ; <i>kaveikti.lt</i> ; <i>L24.lt</i> ; <i>manogidas.lt</i> ; <i>priejuros.lt</i> ; <i>renginiai.info</i> ; <i>savaitgalis.lt</i> ; <i>trakai-</i>	1

visit.lt; vilnius-events.lt; visitneringa.lt; kasvyksta.lt; wherevent.lt; zarasuose.lt	
---	--

### Sudaryta remiantis sukauptais duomenimis

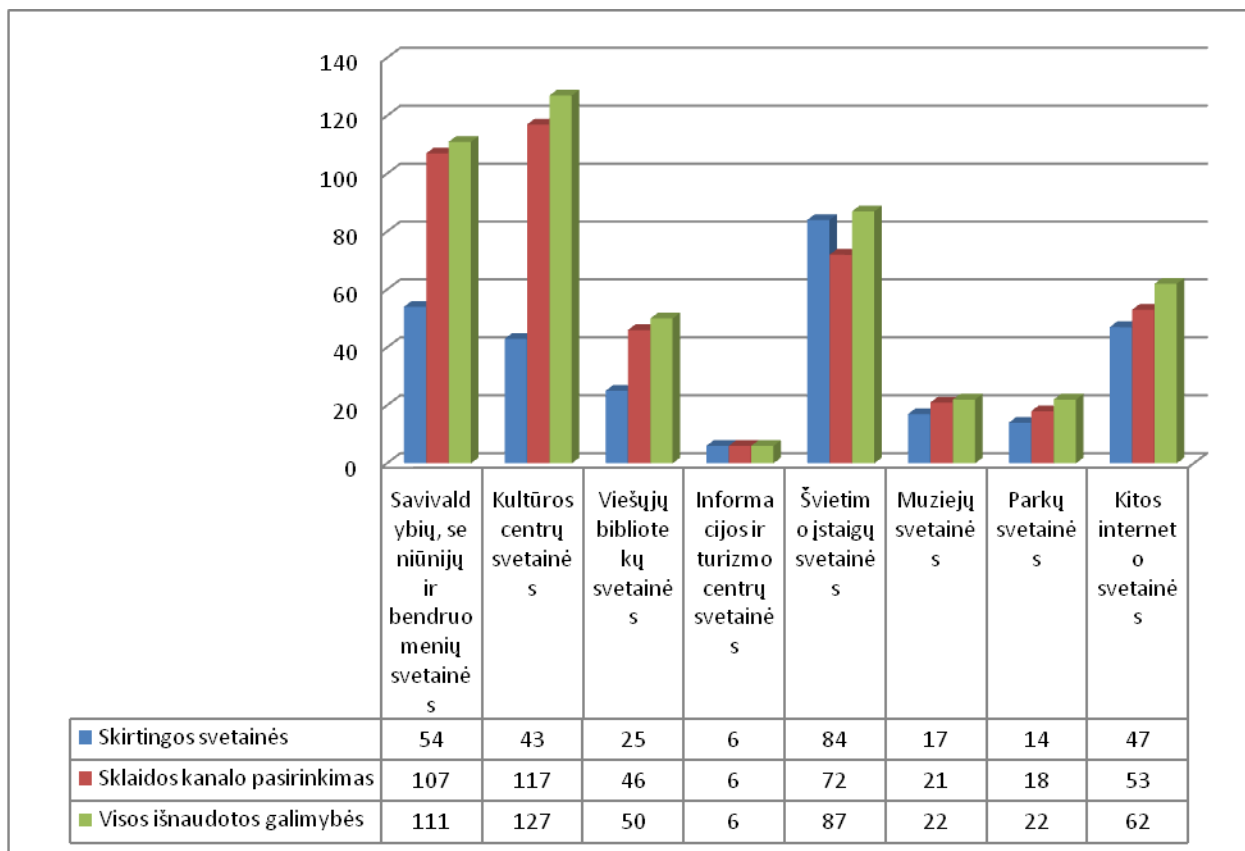
Didokas skaičius kelionių gidų išsklaido informaciją apie renginius, todėl renginių organizatoriams reikėjo rodyti daugiau susidomėjimo ne vienu renginių gidu, bet siekti juos išnaudoti kuo labiau. Dalis jų informaciją skelbia nemokamai. Esama ir gerosios praktikos pavyzdžių. Lazdijų kultūros centro organizuojamas muzikinis renginys „Griežkit, skripkos“ buvo paviestas keliuose internetiniuose renginių giduose lietuvių ir anglų kalbomis: *laisvadiena.lt*, *wherevent.lt* ir *evensi.com*. III etnokultūros festivalis „Vilnijos kraštas – kultūrų paribys amžių tėkmėje“ viešintas renginių giduose lietuvių ir anglų kalbomis: *busiu.lt*, *wherevent.lt*, *allevents.in*

### **Interneto svetainių informacijos sklaidos galimybių išnaudojimas**

Įvairaus turinio interneto svetainės išskaido savo tikslinę auditoriją į daugelį mažų virtualių bendruomenių. Iš renginių organizatoriai sulaukė dėmesio iš 290 interneto svetainių. Apibendrinus sukauptus duomenis šias interneto svetaines galima skirstyti į keletą stambių grupių: 1) savivaldybių, seniūnijų ir bendruomenių<sup>13</sup>, 2) kultūros centrų, 3) viešųjų bibliotekų, 4) informacijos ir turizmo centrų, 5) švietimo įstaigų, 6) muziejų, 7) parkų ir 8) kitos įvairaus turinio svetainės. Jų analizė atlikta trimis pjūviais: a) skirtingų svetainių pasiekiamumas renginių organizatoriams sektoriaus viduje, b) renginių organizatorių pasinaudojamumas konkretaus sektoriaus svetainėmis, c) renginių organizatorių išnaudotos visos galimybės sektoriaus viduje (*10 diagrama*). Pastarųjų dviejų pjūvių palyginimas leidžia įvertinti, kaip buvo bendradarbiaujama sektoriaus viduje. Pvz., organizatoriai gali stengtis paskelbti informaciją per visus sklaidos kanalus, bet tikslinė auditorija dažniausiai susidaro vieno sektoriaus viduje, tad efektyvi komunikacija pasiekama per to paties sektoriaus glaudų institucijų bendradarbiavimą ir sukurtas integralias sektoriaus internetines platformas.

<sup>13</sup> Pvz., Tiltų kaimo (Trakų r.) bendruomenė turi svetainę *tiltai.lt*, kurioje dalinasi žiniomis apie Trakų krašto bitininkų ir vietos bendruomenės rengimą kasmetinę šventę „Kvepia medumi mūsų stalas“.

10 diagrama. Informacijos apie renginius pasiekiamumas interneto svetainėse



Sudaryta remiantis sukauptais duomenimis

Labiausiai į informacijos viešinimą buvo įsitraukusios įvairaus pobūdžio švietimo įstaigos: bendrojo lavinimo mokyklos ir vaikų darželiai, retai profesinio mokymo mokyklos, labai retai aukštosios mokyklos. Šioje grupėje aktyviausiai viešino renginius: Ylakių darželis (3 renginiai), Šiaulių Juventus gimnazija, Kauno maisto pramonės ir prekybos mokymo centras, Lietuvos edukologijos universitetas, Vytauto Didžiojo universitetas (po 2). Švietimo įstaigos rodė gana glaudų bendradarbiavimą (15 svetainių pasidalino kitų švietimo įstaigų renginių informacija). Vis dėlto mažai išnaudotos integralios galimybės viešinti informacija apie renginius tokiose platformose kaip *ikimokyklinis.lt* ir kt.

Savivaldybių, seniūnijų ir bendruomenių 54 svetainės buvo išnaudojamos daugiau nei vieną kartą, čia aktyvumu pasižymėjo: Trakų rajono savivaldybė (8 pavišinti renginiai), Varėnos rajono savivaldybė (6), Akmenės rajono savivaldybė, Panevėžio miesto savivaldybė (po 5). Tarp savivaldybių buvo menkas gana menkas bendradarbiavimas, retai viešinti kitose savivaldybės vykę renginiai. Dalis savivaldybių svetainėse skelbiamos informacijos yra perduodama informacijos ir turizmo centrams, kurie viešinant renginius vangiai įsijungė į šią veiklą, vos 6 svetainės visiškai nebendradarbiaudamas tarpusavyje ėmėsi viešinti savivaldybėse vykstančius renginius.

Iš viso 43 kultūros centrų svetainės skelbė informaciją apie renginius (dažniausiai apie savo organizuojamus), bet bendradarbiavimas tarp kultūros centrų galėjo būti glaudesnis. Daugiausia renginių pavišino: Kėdainių, Utenos (po 6) ir Jonavos bei Jurbarko (po 5) kultūros centrai, kiti buvo vangesnis, nors ir turėjo geras viešinimo galimybes. Pažymėtina, kad nedidelis seniūnijos ribose veikiantis Dovilų etninės kultūros centras (3 renginiai) galėtų būti geru viešinimo pavyzdžiu, kitiems miestų ir miestelių kultūrų centrams. Keletas būdingesnių informacijos sklaidos pavyzdžių: apie Žaslių kultūros centro organizuojamas tradicines „Žasliečių Jurgines“ visuomenė plačiau sužinojo, tik iš Žaslių kultūros centro interneto svetainėje (*zasliukc.lt*) paskelbtos renginio apžvalgos. Žinant tai, kad Žaslių seniūnijoje gyvena apie 600 gyventojų, o renginyje dalyvavo iki šimto žmonių, tai informacija buvo sklaidžiama kitais (daugiausiai tradiciniai) kanalais<sup>14</sup>. Kėdainių kultūros centras organizuodamas Aukštaitijos regiono liaudiškų kapelų ir kaimo muzikantų šventę Skirtingo mąsto ir traukos renginiai, negali būti vienodai pagarsinami. Jei lokaliniai tęstiniai renginiai dažnai yra tradiciniai, palaikomi vietos entuziastų ir aktyvesnių bendruomenės dalyvių, tai nacionaliniai ir regioniniai tęstiniai renginiai be tinkamo viešinimo greitai užgęsta. Ateityje rengėjams reiktų pergalvoti savo renginių viešinimo strategiją.

Viešosios bibliotekos 25 svetainės viešino daugiausia pačių organizuojamus renginius. Iš bibliotekų būtų galima išskirti Varėnos viešąją biblioteką (4 pavišinti renginiai), kitos buvo vangesnės. Regioninio pobūdžio bendradarbiavimas pastebimas tarp Šiaulių regiono bibliotekų, kurios dalinasi informacija apie renginius per Šiaulių regiono bibliotekų tinklaraštį (3 renginiai). Apskritai, viešosios bibliotekos galėtų aktyviau naudotis jiems skirta platforma: „Interaktyvi biblioteka (*ibiblioteka.lt*)“, kurios galimybėmis pasinaudojo Joniškio, Kelmės ir Varėnos, rajonų savivaldybės viešosios bibliotekos.

Muziejų įsitraukimas į renginių programą buvo gana didelis, bet informacija apie renginius skelbta tik 17 muziejų svetainių. Jos veikė uždaru instituciniu pagrindu, tarpusavyje nesikeitė informacija apie renginius. Aktyvesni buvo Tauragės krašto muziejus (3 renginiai), Alytaus kraštotyros muziejus, Arklio muziejus, Kauno miesto muziejus (po 2). Viešinant savo renginius muziejams skirta platforma *muziejai.lt*, išskyrus Birštono ir Pasvalio krašto muziejus, nesinaudota.

Į Etnografinių metų renginių programą aktyviai įsijungė šalies nacionalinės ir regioninės reikšmės parkai. Iš viso 14 svetainių buvo paskelbiama informacija. Nors šios svetainės gana glaudžiai bendradarbiavo tarpusavyje, bet dėl institucinės specifikos jos dažnai atsisakė skelbti informaciją apie ne savo sektoriaus organizuojamus renginius. Parkus jungianti platforma buvo

---

<sup>14</sup> Įprastai apie tokios apimties ir pobūdžio renginius informacija platinama paskelbiant per Šv. Mišias bažnyčioje ir iškabinant keletą spausdintų pranešimų gyvenvietėje.

Valstybės saugomų teritorijų tarnybos svetainė (3 pasidalinti renginiai). Daugiausiai savo renginių surengė ir aktyvumu pasižymėjo Žemaitijos nacionalinis parkas (5 paviešinti renginiai). Mažiau aktyvūs buvo Dzūkijos nacionalinis parkas ir Nemuno kilpų regioninis parkas (po 2).

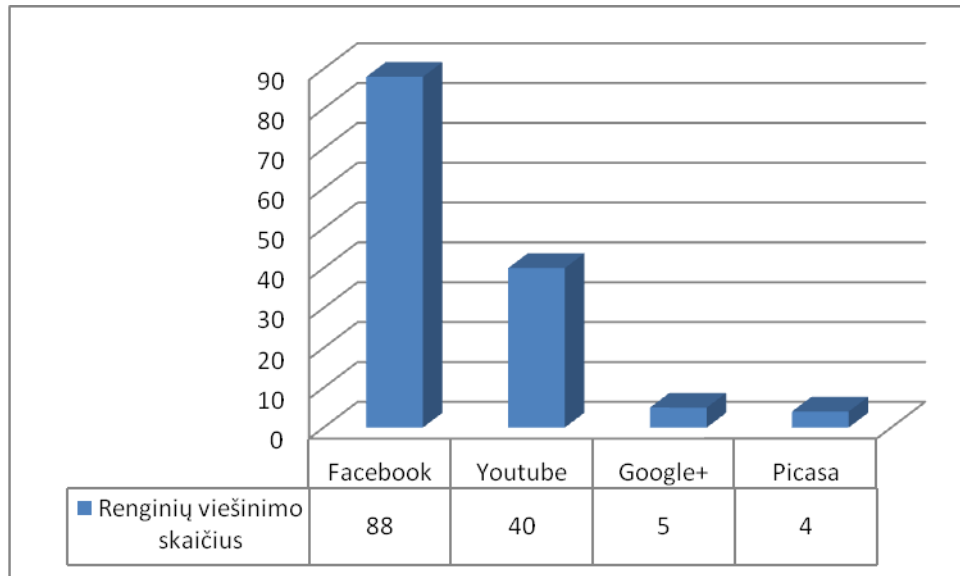
Interneto svetaines turi ne viena valstybės institucija ir visuomeninė organizacija, tad dar 47 skirtingos svetainės prisidėjo prie renginių viešinimo. Galima išskirti politinių partijų ir politikų svetaines 9 (iš jų 5 atstovavo LSDP). Politikai dažniausiai vasaros metu lankėsi renginiuose ir savo veiklą viešino. Pažymėtina, kad LR Prezidentė D. Grybauskaitė oficialiai globojo Etnografinių regionų metų renginius, bet Prezidentūra ir Prezidentė aktyviai neįsitraukė į juos, todėl prezidentūros svetainė paviešino vos kelis joje vykusius renginius. Reiškėsi Lietuvos tautodailininkų svetainės ir Lietuvos liaudies kultūros centras (po 4 paviešintus renginius). Tinklarašis išnaudojami retais atvejais, bet kai kurie tęstiniai renginiai šitokių būdu gana užtikrintai skelbia informaciją apie savo renginius. Pažymėtina, kad mažai išnaudotos tinklaraščio galimybės. Vienas iš geresnių pavyzdžių yra Lietuvos mokinių folklorinių šokių varžytuvių „Patrepsynė“ dar 2009 m. sistemoje *blogger.com* veikiantis tinklaraštis.

### **Kylanti socialinių medijų reikšmė**

Nekomercinių kultūros renginių sąmatoje viešinimo lėšos dažnai buvo minimalios arba visiškai nenumatytos. Tinklaveikos visuomenėje yra naujų pigesnių būtų ir galimybių. Renginiams neturintiems didesnių finansinių išteklių informacinė sklaida dažnai vykdoma kryptingai atrenkant auditoriją ir išnaudojant socialines medijas. Socialinių medijų patrauklumą lemia nesudėtingas turinio kūrimas ir jo valdymas. Lietuvoje populiariausias socialinis tinklas *Facebook* ir vaizdų socialinė medija *Youtube*. Kiti socialiniai tinklai *Google+*, *Twitter*, *LinkedIn* ir *Pinterest* nėra tokie populiarūs, nors formaliai daugeliu atveju internetinės informacijos vartotojams suteikiamos viešinimo galimybės ir per šiuos socialinius tinklus. Vienintelis lietuviškas jaunimą jungiantis socialinis tinklas *One.lt* pagal Etnografinių regionų renginių profilį taip pat liko patrauklus.

Atlikus tyrimą nustatyta, kad Etnografinių renginių organizatoriai didžiausią dėmesį skyrė *Facebook* tinklui – paviešinti 88 renginiai. Iš jų 17-ai atvejų buvo sukurtas *Facebook* renginys. Vaizdo įrašais *Youtube* dalintasi apie 40 renginių. Per *Google+* socialinį tinklą paviešintos 5 renginių nuotraukų albumai. Taip pat *Google* kompanijai priklausantis *Picasa* nuotraukų dalinimosi medija pasitelkta viešinant 4 renginių vaizdus (*11 diagrama*).

11 diagrama. Socialinių medijų viešinimo galimybių prieinamumas



Sudaryta remiantis atliktu tyrimu

Vertinant socialinių medijų informacinę naudą viešinant renginius išskiriami du pagrindiniai aspektai: a) bendruomenės dydis ir b) įsitraukimas. Pastarasis aspektas tampa vis svarbesnis išreiškiamas komentarų, vertinimo ir informacijos pasidalinimo funkcijomis. Peržiūrėjus, daugelį socialinėse medijose skelbtų renginių informacijų galima, konstatuoti, kad įsitraukimas buvo pasyvus: sutinkamas vos vienas kitas komentaras ir pasidalinimas.

Apskritai įvertinus Etnografinių regionų metų renginių sklaidą socialiniuose tinkluose galima manyti, kad šioje srityje dar esama neišnaudotų resursų, nors esama ir geros socialinių tinklų *įdarbinimo* praktikos. Pastaroji dažniausiai atsiranda dėl trijų priežasčių: a) naujienu portalų įsijungimas į socialinius tinklus, b) kryptinga institucijų ir švietimo įstaigų komunikacijos strategija, b) aktyvi pavienių kultūrininkų veikla socialiniuose tinkluose. Pirmuoju atveju socialiniuose tinkluose naujienų svetainės tik atkartoja anksčiau skelbtą informaciją – užfiksuoti 17 atvejų. Antruoju – įvairios institucijos (kultūros centrai, bibliotekos, muziejai, parkai, savivaldybės, bendruomenės; 64) ir švietimo įstaigos (darželiai, mokyklos, universitetai; 5) informacinę sklaidą dažniausiai užsitikrina per populiariausias *Facebook* ir *YouTube* socialines medijas. Trečiuoju – socialiniuose tinkluose veikiančios kultūrininkai dažnai neatskiria savo asmeninės ir viešosios komunikacijos, taiko minimalius profilio viešumo apribojimus. Todėl jų tarpasmeniniai realūs ir virtualūs ryšiai jiems padeda gana sėkmingai skleisti informaciją apie renginius dalinantis su savo draugais – 52 atvejais. Tais atvejais kai institucija neturi kryptingos informacinės sklaidos strategijos socialiniuose tinkluose, jų indėlis tampa ypatingai svarbus.

Daugelis tradicinių žiniasklaidos priemonių turi internetines svetaines, todėl esant skaitmeniniam spausdintos informacijos atitikmeniui buriant savo lojalių skaitytojų bendruomenę yra galima ja aktyviai dalintis ir socialiniuose tinkluose. Tokios viešosios komunikacijos strategijos laikosi daugelis dienraščių ir informacinių portalų. Skiriasi, tik socialinių paskyrų spektras ir skaitytojų įsitraukimas. Pavyzdžiui, Jurbarko miesto ir rajono laikraščio „Mūsų laikas“ socialinę paskyrą *Facebook* socialiniame tinkle mėgsta 6 tūkst. vartotojų. „Mūsų laiko“ internetinės svetainės puslapio skaitytojai gali pasidalinti skelbiamomis žiniomis savo *Facebook*, *Twitter*, *Google+* ir *LinkedIn* ir *Pinterest* socialiniuose profiliuose. „Mūsų laikas“ gana aktyviai platino informaciją apie Jurbarko kultūros centre organizuotą konferenciją „Tradicinės kultūros atminties politika: ar ji yra ir kodėl tai svarbu“. Didesnį efektą turėjo laikraščio komunikacija *Facebook* tinkle: žinute apie konferenciją buvo pasidalinta 6 asmenų (ketinimų dalintis turėjo dar 6).

Keli gerosios praktikos įdarbinant socialinius tinklus pavyzdžiai biudžetinėse įstaigose. Varnių regioninio parko iniciatyva 2015 m. vasario 22 d. ant Bilionių piliakalnio buvo surengtas Pilėnų paminėjimas. Renginio patrauklumas buvo kuriamas akcentuojant karinių elementų ir archaikos demonstracijas. Informaciją apie renginį savo internetinėje svetainėje paskelbė Varnių regioninis parkas, dienraštis „Šilalės žinios“ (spausdinta ir elektroniniu formatu) ir naujienų portalas *Alkas.lt*. Varnių regioninio parko vyr. specialistas Linas Šedvilas savo *Facebook* paskyroje sukūrė renginį „Pilėnų paminėjimas“. Į renginį buvo pakviesta 182 asmenys, iš jų nurodyta, jog dalyvavo 20. Varnių regioninio parko paskyroje buvo paskelbtas nuotraukų albumas. Iš renginyje dalyvavusių žmonių (tarp jų buvo ir Šilalės meras) keliolika aktyviai įsitraukė į renginio aptarimo diskusijas, 71 asmuo pamėgo albumą (iš 1900 sekėjų). Šios priemonės leido su mažais materialiniais ištekliais padidinti renginio matomumą ir pritraukti būsimus lankytojus (jei šventė taptų tradicine). Savo *Facebook* renginį sukūrė ir III respublikinio bandoninkų festivalio „Antanų polka“ organizatoriai į renginį pakvietę 179 *Facebook* draugus, iš jų savo dalyvavimą patvirtino 111. Vilkaviškio miesto šventės „Mano miestas Lietuvoje įrašytas“ organizatorius Vilkaviškio kultūros centras į renginį pakvietė 407 draugus. Reiktų pažymėti, kad *Facebook* renginio kūrimo taktika pasiteisina tada, kai prieš tai yra suburta didelė bendruomenė arba ji yra homogeniška, tvirtais socialiniais ryšiais susieta bendruomenė. Pažymėtina, jog rečiau buvo kuriama projektų savarankiškos *Facebook* paskyros. Išskirtinis Šilutės kultūros ir pramogų centro antrus metus vykdomas turistinis projektas „Vėtrungių kelias“ turi savo internetinę svetainę ir *Facebook* paskyrą, kurią mėgsta 218 vartotojų. Pažymėtina, kad socialinių tinklų dalyviai dažnai patys inicijuoja savo veiklos viešinimą, kuris nėra susijęs su organizatorių numatytais renginių viešinimo kanalais. Antai, Luokės miesto rudens šventė „Mykuoliuka juomarks“ socialiniame tinkle *Facebook* buvo paviešintas šventės dalyvių



Kėdainių kurčiųjų pirminės organizacijos ir tai buvo vienintelė plačiau pasklidusi žinia apie šį renginį.

Gana kryptingą komunikaciją savo *Facebook* paskyroje vykdė Etninės kultūros globos taryba. Paskyroje buvo skelbiamos renginių nuotraukos, kvietimai į renginius, vaizdo įrašai, dalinamasis straipsniais apie renginius. Įvertinus Etnografinių regionų metų renginių intensyvumą ir šios institucijos indėlį į jų pirminį koordinavimą, galima pažymėti, kad EKGK galėjo sumaniau viešinti informaciją apie renginius. Argumentai: neišlaikytas viešinimo tankis, susitelkta tik į pačius svarbiausius renginius (institucijos parengtuose renginių giduose buvo išskirti esminiai renginiai, bet į tai nebuvo atsižvelgta), neužmegztas grįžtamasis ryšys su renginių organizatoriais (mažai dalintasi renginių organizatorių skelbta informacija), neįvyko gilesnio įsitraukimo (pranešimai mažai komentuoti ir pasidalinti kitų *Facebook* narių). Vykdamas kryptingesnę renginių informacijos viešinimo strategiją EKGK turėjo puikią progą padidinti savo bendruomenę ir atkreipti visuomenės dėmesį į šios institucijos veiklą. Vis dėlto nepaisant neišnaudotų galimybių, tai buvo vienintelė viešai prieinama *Facebook* paskyra nuolat skelbusi informaciją apie Etnografinių regionų metų renginius.

Kryptingą komunikaciją ir žinių sklaidą vykdė Lietuvos liaudies kultūros centras (toliau – LLKC). Jis per 2015 metus savo *YouTube* kanale paskelbęs įvairių etninės kultūros tema vaizdo įrašų. LLKC parengė vaizdo reportažus apie kasmetinį konkursą „Tramtatulis“, bei didelio populiarumo šalyje sulaukiančias šventes „Užgavėnės Plateliuose“ ir kt. LLKC vykdoma komunikacija buvo gana patraukli ir sėkminga: vieno renginio peržiūrų skaičius varijuoja nuo 600 iki kelių tūkstančių. Tiesa, įsitraukimas buvo nedidelis, po vaizdo įrašais komentarų aptinkame vos vieną kitą. Dalis LLKC paskelbtų vaizdo įrašų yra pasiekiami per kitas duomenų saugyklas su galimybe užsaugoti įrašą.

Atliekant tyrimą nustatyta, kad renginių dalyviai ir organizatoriai nesitenkino vien nuotraukų ir vaizdo įrašų viešiniu. Muzikinių renginių garso įrašai taip pat buvo talpinami įvairiose muzikos įrašų talpyklose. Populiariausios buvo: *terhits.info*, *mp3.xyz*, *mp3suara.net*, *downloadmp3.download*. Kuriant nuolatinę renginio bendruomenę visos renginių viešinimo galimybės yra galimos, tad ir šis muzikos įrašų sklaidos kanalas yra vertas dėmesio.

### **SSGG (stiprybės, silpnybės, galimybės ir grėsmės)**

Stiprybės. Etnografinių regionų metų renginiai sulaukė valdžios institucijų, visuomenės palaikymo ir jų įsitraukimo organizuojant renginius bei skleidžiant žinias apie juos. Daugelis renginių buvo tradiciniai, todėl renginių organizatoriai buvo jau turėję savo lojalų auditoriją, buvo išbandę efektyvios komunikacijos būdus. Dėl įvairaus renginių asortimento, tikslinių auditorijų plataus išsklaidymo daugeliu atveju sugebėta informaciją apie renginius skleisti

įvairiais visuomenės informavimo kanalais, naudojantis tradicines ir naujas medijas. Daugelis biudžetinių ir visuomeniniais pagrindais veikiančių renginių organizatorių turėjo pačių administruojamą informacijos sklaidos kanalą, todėl galėjo paviešinti bent pradinę informaciją. Sutelktas dėmesys į pirminį renginių koordinavimą, leido tikėtis gerų viešinimo rezultatų.

Silpnybės. Stokota nuoseklumo skleidžiant vieningą informacinę žinutę apie Etnografinių regionų metų reikšmę ir siekius. Nevisiškai įgyvendintas renginių koordinavimas sumenkino renginių gidų reikšmę, krito jų patikimumas ir aktualumas. Mažas renginių organizatorių bendradarbiavimas dažnai neleido vykdyti informacijos sklaidą tarp to paties sektoriaus organizatorių, todėl informacija apie renginius galėjo ir nepasiekti panašaus interesų asmenų. Menkas nacionalinio transliuotojo „LRT“ įsitraukimas į renginių viešinimą, neleido tikėti didesnės šio kanalo reikšmės bendrame informacijos kanalų pasirinkime.

Galimybės. Tęstiniai nacionalinio pobūdžio (respublikiniai, tarptautiniai, tarpregioniniai) renginiai ateityje galėtų užsitikrinti jų statusą atitinkančių visuomenės informavimo priemonių dėmesį. Liko neišnaudotos Etnografinių regionų metų globėjos LR Prezidentės D. Grybauskaitės ir Prezidentūros informacijos viešinimo galimybės į kurias ateityje reikėtų atkreipti daugiau dėmesio. Išlieka pakankamai galimybių tinkamai išnaudoti internetinius renginių gidus. Nepakankamai išnaudotos knygų leidybos galimybės per leidinių dedikaciją užsitikrinant ilgalaikę žinių sklaidą. Galima efektyviau išnaudoti socialines medijas, kurių įtaka ir toliau auga.

Grėsmė. Planuojamų renginių intensyvumas susidūrus su finansavimo stoka, tiesiogiai atsiliepė visų Etnografinių regionų metų populiarumui. Dėl finansavimo stokos sumenkęs dėmesys tarpregioniniams renginiams neleido tikėtis glaudesnio atskirų regiono informavimo priemonių bendradarbiavimo, kuris ateityje turi geras galimybes plėstis.

*Įteikta 2015 m. gruodį*