

SOCIALINIŲ MEDIJŲ POVEIKIS VIETOS SAVIVALDOS VIEŠŲJŲ RYŠIŲ VEIKLAI

Ramūnas MASAITIS, Vytauto Didžiojo universitetas, Žemės ūkio akademija, Bioekonomikos plėtros fakultetas, el. paštas: ramunas.masaitis@stud.vdu.lt

Santrauka

Vis daugiau naudojant novatoriškų ir modernių priemonių, viešajame sektoriuje socialinės medijos atlieka alternatyvių komunikacijos platformų funkciją. Šių naujų platformų, turinčių teigiamą poveikį piliečių dalyvavimui ir įsitraukimui, poveikis vietos savivaldos viešųjų ryšių veiklai tebėra nagrinėjamas tiek Lietuvoje, tiek užsienio šalyse. Prognozuojama, kad besinaudojančiųjų socialinėmis medijomis skaičius didės. Atsižvelgiant į minėtas tendencijas, aktualu analizuoti mokslinių tyrimų, nagrinėjančių socialinių medijų poveikį vietos savivaldos viešųjų ryšių praktikai, išvagas. Tyrimo tikslas – nustatyti socialinių medijų poveikį vietos savivaldos viešųjų ryšių veiklai. Tyrimo metodas – mokslinės literatūros apžvalga. Socialinės medijos – tai virtualios bendruomenės, tinklai, kuriuose kuriama, sklaidžiama informacija, dalijamasi idėjomis. Socialinė medija apima visas terpes, kuriose dialogui palengvinti naudojamas internetas: tinklaraščius, mikrotinklaraščius, turinio dalinimosi tinklus, susirašinėjimo priemones, redagavimo įrankius, socialinių tinklų svetaines. Pažymėtina, kad šios priemonės suteikia vartotojams galimybę bendrauti, redaguoti ir dalintis turiniu socialinėje aplinkoje. Socialinių medijų suteikiama galimybė kurti santykius su visuomene yra ypač vertinga viešųjų ryšių specialistams, nes santykių kūrimas yra viešųjų ryšių pagrindas. Socialinės medijos gali padidinti vietos savivaldos skaidrumą, patobulinti politikos formavimą, pagerinti viešąsias paslaugas, komunikaciją bei žinių valdymą. Be to, socialinių tinklų naudojimas suteikia tokias galimybes kaip demokratinis piliečių dalyvavimas ir įsitraukimas, bendrakūra, inovacijos. Socialinės medijos mažina vietos savivaldos viešųjų ryšių specialistų galimybes kontroliuoti teikiamus pranešimus. Be to, padidėja naujų įgūdžių poreikis, nes viešųjų ryšių specialistai turi prisitaikyti prie sparčiai besikeičiančios socialinių medijų aplinkos.

Reikšminiai žodžiai: socialinės medijos, žiniatinklis, vietos savivalda, viešieji ryšiai.

Įvadas

Viešojo sektoriaus pertvarkymas iš tradicinio modelio į modernų neišvengiamai apima socialines technologijas. Pastaruoju metu minėtame sektoriuje vis dažniau naudojamos socialinės medijos, t. y., socialinių tinklų svetainės, tinklaraščiai, mikrotinklaraščiai, vaizdo įrašų dalinimosi tinklai, forumai ir kt. Manytina, kad šie viešųjų ryšių komunikacijos kanalai skatina demokratines vertybes ir visuomenės pasitikėjimą vietos savivalda, suteikia galimybę teikti piliečiams informaciją ir atsakyti į jų užklausas, užtikrinti grįžtamąjį ryšį. Savivaldybės, siekdamos įgyvendinti pagrindines viešųjų ryšių funkcijas, pasitelkia socialines medijas, kurios pasižymi viešinamos informacijos grįžtamoju ryšiu (Aurylaitė, 2017). Taip didinamas skaidrumas, skatinamas piliečių dalyvavimas ir įsitraukimas bei visuomenės ir savivaldos bendradarbiavimas.

Šiandien vietos valdžios viešųjų ryšių specialistai turi daugiau nei bet kada įrankių bendrauti su visuomene. Vis daugiau naudojant novatoriškų ir modernių priemonių, viešajame sektoriuje socialinės medijos atlieka alternatyvių komunikacijos platformų vaidmenį. Šių naujų platformų, turinčių teigiamą poveikį piliečių dalyvavimui ir įsitraukimui, poveikis vietos savivaldos viešųjų ryšių veiklai tebėra nagrinėjamas tiek Lietuvoje (Aurylaitė, 2017; Šuminas, 2012), tiek užsienio šalyse (Campbell et al., 2014; Freeman, 2016; Lev-On, Steinfeld, 2016; Bonson et al., 2019). Remiantis oficialiais statistikos duomenimis, 2022 m. socialinėmis medijomis naudojasi 3,96 mlrd. žmonių visame pasaulyje. Prognozuojama, kad 2025 m. šis skaičius sieks net 4,41 mlrd. (Statista Research Department). Atsižvelgiant į minėtas tendencijas, aktualu analizuoti mokslinių tyrimų, nagrinėjančių socialinių medijų poveikį vietos savivaldos viešųjų ryšių praktikai, išvagas. Mokslinės literatūros analizė ir sintezė šiuo atveju padeda apibendrinti mokslinių tyrimų rezultatus, geriau suprasti nagrinėjamą temą. Kritiška mokslinių tyrimų analizė yra naudinga, siekiant atskleisti socialinių medijų poveikį viešųjų ryšių veiklai.

Tyrimo objektas: socialinių medijų poveikis vietos savivaldos viešiesiems ryšiams. **Tyrimo tikslas** – nustatyti socialinių medijų poveikį vietos savivaldos viešųjų ryšių veiklai. Tikslui pasiekti sprendžiami šie **uždaviniai**:

1. Išnagrinėti socialinių medijų sampratą savivaldos viešųjų ryšių kontekste;
2. Įvertinti socialinių medijų poveikį vietos savivaldos viešųjų ryšių veiklai.

Tyrimo metodas: mokslinės literatūros analizė ir sintezė, sugretinimo metodas ir kt.

Tyrimų rezultatai ir jų aptarimas

Socialinių medijų samprata

Norint suprasti socialinės medijos reikšmę vietos valdžios viešųjų ryšių kontekste, svarbu aptarti jos sampratą. Socialinė medija – tai virtualios bendruomenės, tinklai, kuriuose kuriama, sklaidžiama informacija, dalijamasi idėjomis. Kalbant paprasčiau, socialinė medija apima visas terpes, kuriose dialogui palengvinti naudojamas internetas, t. y.

socialinių tinklų svetaines, tinklaraščius ir pan. (Graham, 2014). K. D. Sweetster ir R. W. Lariscy (2008) socialinę mediją taip pat apibrėžia kaip terpę, kurioje interneto auditorija pereina nuo pasyvaus žiniatinklio turinio žiūrėjimo prie turinio kūrimo. Mokslinėje literatūroje dažnai akcentuojamas vienas tikslus apibrėžimas, pagal kurį socialinės medijos laikomos grupe internetinių technologijų, pagrįstų ideologiniais ir technologiniais žiniatinklio *web 2.0* principais ir leidžiančių naudotojams kurti bei dalintis turiniu (Kaplan, Haenlein, 2010).

Taigi, bendrąja prasme socialinė medija gali būti suprantama kaip internetinės programos, kuriose pateikiamas naudotojų sukurtas turinys, archyvuojamas arba bendrinamas internete, kad kiti vartotojai galėtų lengvai juos pasiekti. Mokslininkai aiškina, kad socialinei sąveikai skirtos internetinės priemonės, apima tinklaraščius (pvz., *Coaching Blog*), mikrotinklaraščius (pvz., *Twitter*), turinio dalinimosi tinklus (pvz., *YouTube*, *Pinterest*, *Tumblr*), susirašinėjimo priemones, redagavimo įrankius (pvz., *wikis*), socialinių tinklų svetaines, (pvz., *Facebook* ir *MySpace*). Pažymėtina, kad šios priemonės suteikia vartotojams galimybę bendrauti, redaguoti ir dalintis turiniu socialinėje aplinkoje (Gayeta, 2021).

Mokslinės literatūros apžvalga atskleidė socialinių medijų klasifikaciją, – pagal paskirtį jos skirstomos į dvi plačias kategorijas:

- ekspresyvosios socialinės medijos, kuriose naudotojai dalijasi tekstu, vaizdo įrašais, vaizdais ir pan.;
- bendradarbiavimu paremtos socialinės medijos, kuriose naudotojai dalijasi žiniomis ir turiniu, dirba, siekdami bendro tikslo (Agostino, 2013).

Svarbu paminėti, jog vietos savivaldos viešųjų ryšių esmė – informuoti visuomenę apie veiklą, įtikinti, kai sprendžiama aktuali problema, skatinti dialogą ir bendradarbiavimą (Bivarienė, Šiaudkulytė, 2007). Socialinių medijų suteikiama galimybė kurti santykius su visuomene yra ypač vertinga viešųjų ryšių specialistams, nes santykių kūrimas yra viešųjų ryšių pagrindas (Gayeta, 2021). A. Nurmandi ir kt. (2018) teigia, kad socialinių medijų evoliucijos viešajame sektoriuje modelis priklauso nuo vidinės transformacijos, vidinės santykių su piliečiais, verslu ir kitomis suinteresuotomis šalimis pertvarkos bei visos organizacijos transformacijos. Trumpai tariant, galima daryti išvadą, kad socialinių medijų raida vietos savivaldoje apima keturis etapus:

- skatinimas (buvimas socialinėje medijoje);
- transformacija (socialinė medija daro įtaką pertvarkai);
- įtraukimas (socialinė medija daro įtaką suinteresuotosioms šalims);
- poveikis (socialinė medija turi įtakos politikos formavimui).

E. Bonson ir kt. (2019) tvirtina, kad optimalios socialinės medijos atlieka vietos diskusijų forumų vaidmenį: šios platformos yra kanalai, kuriais vietos valdžios institucijos siunčia su paslaugomis susijusius pranešimus, keičiasi informacija, norėdamos gauti piliečių grįžtamąjį ryšį. Socialinių medijų įtraukimas į vietos savivaldos viešųjų ryšių strategiją gali padidinti valdžios skaidrumą, skatinti bendruomenės ir valdžios bendradarbiavimą. Kitaip sakant, socialinė medija – tai priemonės, kuriomis palengvinama socialinė sąveika (Yavetz, Aharony, 2020). Tyrėjai išskiria tris socialinės sąveikos medijose lygius: vienkryptę sąveiką, dvikryptę sąveiką ir bendrakūrą. Esant vienkryptei sąveikai, socialinė medija visų pirma naudojama kaip savivaldos informacijos ir paslaugų teikimo, nuomonės stebėjimo kanalas (Mergel, 2017). Dvikryptę sąveiką apima aktyvesnį piliečių dalyvavimą, įskaitant vietos valdžios ir visuomenės internetinį dialogą, idėjų ir turinio pateikimą bei konsultacijas su atitinkamomis suinteresuotosiomis šalimis (Bonson et al., 2019). Aukščiausias įsitraukimo lygis yra socialinių medijų palaikomas bendradarbiavimas, t. y., bendras savivaldos paslaugų kūrimas, projektavimas ir teikimas bei sutelktinio tiekimo sprendimai ir naujovės (Çelebi, 2020).

Socialinė medija pabrėžia interaktyvumą ir bendrakūrą, skatinančią abipusį keitimąsi informacija (Çelebi, 2020), o tai suteikia didelį potencialą stiprinti informacijos mainų vietos lygmeniu demokratizavimą (Graham, 2014). Tinkamai naudojama socialinė medija tampa idealia priemone dvikryptei komunikacijai. Viešųjų ryšių mokslininkai ir specialistai pripažįsta, kad didžiausias skaitmeninių medijų privalumas yra galimybė tiesiogiai pasiekti suinteresuotąsias šalis, tikslines grupes, o sąveika internete teigiamai ir reikšmingai siejama su pasitikėjimu, pasitenkinimu, įsitraukimu (Graham 2014; Çelebi, 2020). Pripažįstama, jog viešiesiems ryšiams naudojamos socialinės medijos įgalina piliečius, nes vietos valdžia skatinama įsiklausyti į visuomenės poreikius Taigi, tokių kanalų pasitelkimas kuria vietos valdžios ir piliečių bendradarbiavimą (Reddick et al., 2017).

Apibendrinant galima teigti, kad socialinės medijos – tai virtualios bendruomenės, tinklai, kuriuose kuriama, skleidžiama informacija, dalijamasi idėjomis. Kitaip sakant, socialinė medija apima visas terpes, kuriose dialogui palengvinti naudojamas internetas: tinklaraščius, mikrotinklaraščius, turinio dalinimosi tinklus, susirašinėjimo priemones, redagavimo įrankius, socialinių tinklų svetaines. Pažymėtina, kad šios priemonės suteikia vartotojams galimybę bendrauti, redaguoti ir dalintis turiniu socialinėje aplinkoje. Socialinių medijų suteikiama galimybė kurti santykius su visuomene yra ypač vertinga viešųjų ryšių specialistams, nes santykių kūrimas yra viešųjų ryšių pagrindas. Vietos savivaldos socialinėse medijose išskiriama vienkryptė socialinė sąveika, dvikryptė sąveika ir bendrakūra.

Socialinių medijų poveikis

Kalbėdamas apie socialinės medijos poveikį vietos savivaldos viešiesiems ryšiams D. Bégin (2013) teigia, kad tradicinių komunikacijos modelių šioje naujoje aplinkoje nepakanka, tad viešųjų ryšių specialistai turi prisitaikyti prie dabartinės situacijos, kuriai būdinga dvikryptė komunikacija ir visuomenės įsitraukimas. J. Freeman (2016) nurodo, kad socialinės medijos gali padidinti viešojo sektoriaus skaidrumą, patobulinti politikos formavimą, pagerinti viešąsias paslaugas bei žinių valdymą. Be to, socialinių tinklų naudojimas suteikia tokias galimybes kaip demokratinis dalyvavimas ir įsitraukimas, bendrakūra, inovacijos ir pan. E. Bonson ir kt. (2019) panašiai teigia, kad socialinės medijos prisideda prie viešųjų paslaugų gerinimo, nes didina skaidrumą, visuomenės dalyvavimą, įsitraukimą, gerina komunikaciją.

Socialinių medijų pasitelkimas savivaldos viešųjų ryšių veiklai pasižymi teigiamu poveikiu valdžios ir piliečių bendradarbiavimui, bendravimui, piliečių įgalinimui, sprendimų skaidrumui, atvirumui (Stamati et al., 2015). Keitimasis vartotojų sukurtu turiniu, informacija bei sutelktinės paslaugos yra esminiai socialinių medijų bruožai (Khan, 2017). Diskutuodamas apie dalyvaujamosios demokratijos ateitį Meijer (2012) teigia, kad socialinė medija – tai priemonė, kuria vietos savivaldos viešųjų ryšių specialistai gali pasiekti ir įtraukti piliečius į vyriausybės politikos kūrimą. Stamati ir kt. (2015) mano, kad socialinės medijos funkcijų įtraukimas į viešąjį sektorių turi teigiamą poveikį atvirumui ir atskaitomybei, taip pat naujoms valdymo strategijoms ir sąveikai, formuojant viešąją politiką.

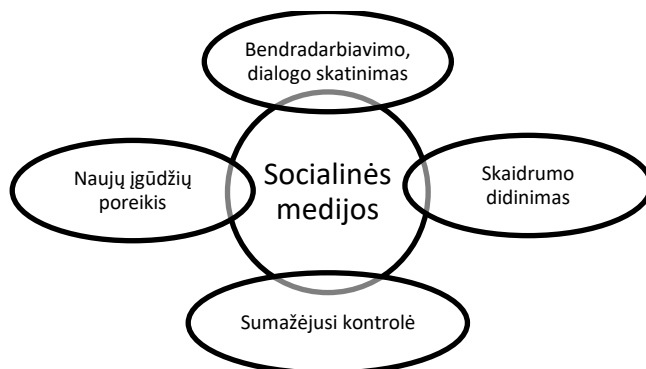
Mokslininkai pripažįsta, kad piliečių įsitraukimo į vietos valdžios skaitmeninę aplinką socialiniuose tinkluose skatinimas yra ypač svarbus ir reikšmingas valdžios organizacijų, siekiančių stiprinti santykius su piliečiais, tikslas (Yavetz, Aharony, 2020). Pavyzdžiui, tyrime nustatyta, kad skaitmeninių kanalų administratoriai įdėjo daug pastangų, kad padidintų socialinį įsitraukimą ir sąveiką Suomijos (Oulu) vietos valdžios organizacijų „Facebook“ paskyroje (Goncalves et al., 2015). P. O. Awofadeju ir kt. (2019) nagrinėjo socialinių medijų poveikį viešųjų ryšių praktikai visuomeniniame transliavimo tinkle. Mokslininkai nustatė, kad socialinė medija pasižymėjo reikšminga įtaka viešųjų ryšių veiklai, suteikdama galimybę pasiekti atokiuose kaimuose esančią tikslinės auditorijos dalį. Panašaus Kanadoje atlikto tyrimo metu, susijusio su vyriausybės imigracijos institucijomis, atskleista, kad šiose organizacijose socialinės medijos dažnai atlieka paslaugų teikimo kanalo vaidmenį (Gintova, 2019). Turkijoje, priešingai, nustatyta, kad socialinės medijos neatitinka piliečių informavimo poreikių ir lūkesčių dėl valdžios ir piliečių koordinavimo stokos (Yavetz, Aharony, 2020). Mokslininkai atskleidė, kad tokie veiksniai kaip amžius, ekonominė padėtis, nuomonė apie valdžią ir socialinių medijų naudojimo intensyvumas turi įtakos piliečių lūkesčiams dėl vietos valdžios buvimo socialiniuose tinkluose (Noh et al., 2019). Nors tarp piliečių ir vietos savivaldos socialinės medijos kaip komunikacijos būdo suvokimo vis dar stebimas atotrūkis, Jordanijoje atliktas tyrimas parodė, kad socialinėmis platformomis besinaudojantys asmenys teigė ir toliau naudosi šiuos kanalus dėl jų prieinamumo (Abu Shanab et al., 2019).

Socialinių medijų svarba pasireiškia ir kasdienėje vietos savivaldos viešųjų ryšių praktikoje. Teigiama, kad socialinės medijos prisideda prie išlaidų mažinimo, viešųjų paslaugų gerinimo, piliečių pasitenkinimo, įsitraukimo, valdžios skaidrumo, atskaitomybės didinimo, bendradarbiavimo skatinimo, įgyvendinimo (Mital, 2020). Anot A. R. Shark (2015), kuriant oficialias socialinių medijų paskyras, vietos savivaldai rekomenduojama atsižvelgti į socialinių tinklų politiką bei tikslus, numatyti darbuotojus, kurie pasirūpintų turinio atnaujinimu, socialinės medijos stebėjimu bei apsauga. Be to, mokslinėje literatūroje akcentuojami viešojo sektoriaus ypatumai, atkreipiant dėmesį į šiuos prieštaravimus (Kool, 2014):

- atviras socialinių medijų pobūdis, lyginant su visuomeninių organizacijų uždarumu,
- socialinių medijų saviorganizacija, lyginant su viešojo administravimo dėmesiu griežtai kontrolei;
- horizontalus socialinių medijų pobūdis, lyginant su hierarchine viešojo administravimo struktūra.

Socialinių medijų sprendimų diegimas – itin sudėtingas procesas. Pasak G. F. Khan (2017), vien buvimo socialinėje medijoje neužtenka – siekiant visapusiškos naudos, reikia dalijimosi, skaidrumo, atvirumo ir bendradarbiavimo kultūros. Kitaip sakant, socialinių medijų diegimas vietos savivaldoje grindžiamas atvirumo dalintis, skaidrumo principais, noru dirbti kartu ir žiniomis, kaip veikia socialinės medijos. Augant socialinių medijų naudojimui, didėja taisyklių, reglamentų ir standartizacijos poreikis (Mergel, 2017). Socialiniai tinklai gali padidinti visuomenės informuotumą apie viešojo administravimo funkcijų vykdymą ir taip padėti piliečiams ir savivaldai priimti socialiai atsakingus sprendimus (Bonson et al., 2019).

Į paveiksle vaizduojamas mokslinėje literatūroje aptariamas socialinių medijų poveikis vietos savivaldos viešiesiems ryšiams



1 pav. Socialinių medijų poveikis vietos savivaldos viešiesiems ryšiams

Šaltinis: sudaryta pagal E. Bonson ir kt. (2019)

Fig. 1. The impact of social media on local government public relations

Source: according to E. Bonson et al. (2019)

Bendradarbiavimo ir dialogo skatinimas. Mokslininkai nustatė, kad socialinės medijos palengvina santykių su visuomene kūrimą. Pavyzdžiui, J. Motion ir kt. (2015) teigia, kad socialinės medijos suteikia galimybę susisiekti ir bendrauti su tiksline auditorija. Dėl interaktyvių savybių visuomenė tampa įtakinga socialinių tinklų komunikacijos dalyve, o ne iš anksto numatytos komunikacijos, kurioje dominuoja organizacija, gavėja. K. E. Sutherland (2016)

socialines medijas vadina komunikacijos kanalu ir įrankiu, kurį viešųjų ryšių specialistai gali panaudoti norėdami skatinti dialogą su visuomene.

Skaidrumo didinimas. Pasak J. H. Kietzmann ir kt. (2011), socialinės medijos pasižymi didele įtaka organizacijų reputacijai. Teigiama, kad socialinių tinklų svetainių ar mikrotinklaraščių įtraukimas į viešųjų ryšių strategiją gali turėti teigiamą poveikį didinant vietos savivaldos skaidrumą. Skaidri komunikacija, sąžiningai atsakant į visuomenės užklausas socialinėse medijose, gerina reputaciją, o asmeninis bendravimas skatina tvarius santykius su visuomene. Dėl šios priežasties manytina, kad socialinė medija gali padėti vietos savivaldos viešųjų ryšių specialistams išlaikyti teigiamą savivaldybės reputaciją, didinti skaidrumą, palaikyti stipresnius ryšius su savo visuomene (Bonson et al., 2019).

Sumažėjusi kontrolė. Mokslinėje literatūroje pripažįstama, kad socialinės medijos mažina vietos savivaldos viešųjų ryšių specialistų galimybes kontroliuoti teikiamus pranešimus. Tradicinės žiniasklaidos perduodama informacija kontroliuojama pranešimais spaudoje ir pan., o socialinėse medijose pokalbiai vyksta už vietos savivaldos įtakos sferos ribų. J. Macnamara ir kt. (2018) tyrime nustatyta, kad Naujosios Zelandijos viešųjų ryšių specialistams didžiausia problema, susijusi su socialinių medijų naudojimu, buvo kontrolės praradimas. Kitame tyrime atskleista, kad tam tikros Ispanijos organizacijos atsisakė socialinių medijų dėl to, kad nenorėjo prarasti turimos kontrolės (Aragon, Domingo, 2014).

Naujų įgūdžių poreikis. Socialinių medijų panaudojimas vietos savivaldos viešiesiems ryšiams siejamas su naujais viešųjų ryšių specialistų įgūdžiais. J. Macnamara ir kt. (2018) savo tyrime nustatė, kad 2017 m. Naujosios Zelandijos viešųjų ryšių specialistai socialinių medijų įgūdžius vis dar laikė vidutinio sunkumo, nors jie buvo tobulinami 2015 m. Kitaip sakant, pripažįstama, kad specialistams sudėtinga prisitaikyti prie nuolat besikeičiančios socialinių medijų aplinkos, tad būtina tobulinti žinias, įgyti naujų įgūdžių.

Taigi, socialinių medijų pasitelkimas savivaldos viešųjų ryšių veiklai pasižymi teigiamu poveikiu valdžios ir piliečių bendradarbiavimui, bendravimui, piliečių įgalinimui, sprendimų skaidrumui, atvirumui. Socialinių medijų svarba pasireiškia ir kasdienėje vietos savivaldos viešųjų ryšių praktikoje, kur jos prisideda prie tokių tikslų kaip išlaidų mažinimas, viešųjų paslaugų gerinimas, piliečių pasitenkinimo, įsitraukimo, valdžios skaidrumo, atskaitomybės didinimas, bendradarbiavimo skatinimas. Socialinės medijos mažina vietos savivaldos viešųjų ryšių specialistų galimybes kontroliuoti teikiamus pranešimus, o nuolat keičiantis aplinkai reikia vis naujų įgūdžių.

Išvados

1. Socialinės medijos – tai grupė internetinių technologijų, pagrįstų ideologiniais ir technologiniais žiniatinklio *web 2.0* principais, leidžiančių naudotojams kurti bei dalytis turiniu, tokiu būdu palengvinant socialinę sąveiką. Socialinei sąveikai skirtos internetinės priemonės apima tinklaraščius, mikrotinklaraščius, turinio dalinimosi tinklus, susirašinėjimo priemones, redagavimo įrankius, socialinių tinklų svetaines. Vietos savivaldos socialinėse medijose išskiriama vienkryptė socialinė sąveika, dvikryptė sąveika ir bendrakūra. Esant vienkryptei sąveikai, socialinė medija atlieka savivaldos informacijos ir paslaugų teikimo, nuomonės stebėjimo kanalo funkciją. Dvikryptė sąveika apima vietos valdžios ir visuomenės internetinį dialogą, idėjų ir turinio pateikimą bei konsultacijas su atitinkamomis suinteresuotosiomis šalimis. Aukščiausias įsitraukimo lygis yra socialinių medijų palaikomas bendradarbiavimas, t. y., bendras savivaldos paslaugų kūrimas, projektavimas ir teikimas bei sutelktinio tiekimo sprendimai ir naujovės.

2. Socialinių medijų įtraukimas į vietos valdžios viešųjų ryšių strategiją pasižymi teigiamu poveikiu atvirumui ir atskaitomybei, valdžios atstovų ir piliečių sąveikai. Socialinių medijų poveikis vietos savivaldos viešiesiems ryšiams: bendravimo skatinimas, skaidrumo didinimas, kontrolės sumažinimas, naujų įgūdžių didinimas. Socialinės medijos gali padidinti viešojo sektoriaus skaidrumą, patobulinti politikos formavimą, pagerinti viešąsias paslaugas, komunikaciją bei žinių valdymą. Skaidri komunikacija, sąžiningai atsakant į visuomenės užklausas socialinėse medijose, gerina vietos valdžios reputaciją, o asmeninis bendravimas skatina tvarius santykius su visuomene. Be to, socialinių tinklų naudojimas suteikia tokias galimybes kaip demokratinis piliečių dalyvavimas ir įsitraukimas, bendrakūra, inovacijos. Socialiniai tinklai didina visuomenės informuotumą apie viešojo administravimo funkcijų vykdymą, padeda piliečiams ir savivaldai priimti socialiai atsakingus sprendimus. Socialinės medijos mažina vietos savivaldos viešųjų ryšių specialistų galimybes kontroliuoti teikiamus pranešimus. Be to, išauga naujų įgūdžių poreikis, nes viešųjų ryšių specialistai turi prisitaikyti prie sparčiai besikeičiančios socialinių medijų aplinkos

Literatūra

1. Abu Shanab, E., Al Jamal, M. and Sawalha, S. 2019. The influence of utilizing Facebook on e-government adoption, *Electronic Government, an International Journal*, Vol. 15 No. 1, p. 1.
2. Aragon, E. P., Domingo, D. 2014. Developing public relations 2.0: Practitioners' perceptions on the implementation of interactive communication strategies. *Public Relations Review*, 40(3), 559–561.
3. Agostino, D. 2013. Using social media to engage citizens: A study of Italian municipalities. *Public Relations Review*, 39, 232–234.
4. Aurylaitė, I. 2017. Vietos valdžios ir piliečių interakcija socialiniame tinkle Facebook: Lietuvos savivaldybių atvejis, *Information & Media*, 780, p. 122–149.
5. Awofadeju, P. O. Ewuola, P. O. 2019. Impact of social media on public relations practice. *Journal of Social Sciences and Humanities Research*, Vol. 4, No. 5, pp. 65–85.
6. Bégin, D. 2013. Rethinking the R.A.C.E. model for a social media world. *Journal of Professional Communication*, Vol. 2.

7. Bivarienė, L., Šiaudkulytė, G. 2007. Teoriniai ir praktiniai ryšiai su visuomene veiklos aspektai. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, Vol. 2(9), p. 18–24
8. Bonson, E., Perea, D., & Bednárová, M. 2019. Twitter as a tool for citizen engagement: An empirical study of the Andalusian municipalities. *Government Information Quarterly*, Vol. 36(3), p. 480–489.
9. Campbell, D. A., Lambright, K. T., Wells, C. J. 2014. Looking for Friends, Fans, and Followers? Social Media Use in Public and Nonprofit Human Services. *Public Administration Review*, Vol. 74(5), p. 655–663.
10. Çelebi, E. 2020. Public relations in public institutions: A research on the effectiveness of communication process. *Journal of Human Sciences*.
11. Freeman, J. 2016. Digital Civic Participation in Australian Local Governments: Everyday Practices and Opportunities for Engagement. *Social Media and Local Governments*, p. 195–218.
12. Gayeta, Dr. M. 2021. The Impact of Social Media on Public Relations Practices among Information Officers in CAMANAVA and Batangas Philippines.
13. Gintova, M. 2019. Understanding government social media users: an analysis of interactions on Immigration, Refugees and Citizenship Canada Twitter and Facebook, *Government Information Quarterly*, Vol. 36 No. 4, p. 101388.
14. Goncalves, J., Liu, Y., Xiao, B., Chaudhry, S., Hosio, S. and Kostakos, V. 2015. Increasing the reach of government social media: a case study in modeling government–citizen interaction on Facebook, *Policy and Internet*, Vol. 7 No. 1, pp. 80–102.
15. Graham, M. W. 2014. Government communication in the digital age: Social media's effect on local government public relations. *Public Relations Inquiry*, Vol. 3 No.3, pp. 361–376.
16. Kaplan, A. M., Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, Vol. 53(1), p. 59–68.
17. Khan, G. F. 2017. *Social Media for Government: A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere*. Singapore: Springer.
18. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., Silvestre, B. S. 2011. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, Vol. 54(3), p. 241–251.
19. Kool, D. 2014. The Use of Social Media in the Public Sector: Some Lessons from the Netherlands. In Manuel Pedro Rodríguez Bolívar (eds). *Measuring E-government Efficiency: The Opinions of Public Administrators and Other Stakeholders*. New York: Springer-Verlag, p. 157–170.
20. Lev-On, A., Steinfeld, N. 2016. Social Media and the City: Analyzing Conversations in Municipal Facebook Pages. *Social Media and Local Governments*, p. 243–261.
21. Macnamara, J., Zeffass, A., Adi, A., & Lwin, M. O. 2018. Capabilities of PR professionals for key activities lag: Asia-Pacific study shows theory and practice gaps. *Public Relations Review*, Vol. 44(5), p. 704–716.
22. Mergel, I. 2017. Building Holistic Evidence for Social Media Impact. *Public Administration Review*, Vol. 77(4), p. 489-495
23. Mickoleit, A. 2014. *Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers*, OECD Working Papers on Public Governance, No. 26, OECD Publishing, Paris.
24. Mita, O. 2020. The Use of Social Media in Public Administration: The Case of Slovak Local Self-Government. *Halduskultuur: The Estonian Journal of Administrative Culture and Digital Governance* Vol. 21(1), p. 56–75.
25. Motion, J., Heath, R. L., Leitch, S. 2015. *Social media and public relations: Fake friends and powerful publics*. Routledge.
26. Noh, J.-I., Chad, D.A. and Seo, J.-W. 2019. Factors influencing social media use in local government, *Informatization Policy*, Vol. 26 No. 3, pp. 36–52,
27. Nurmandi, A., Almarez, D.N., Roengtam, S., Salahudin, S., Jovita, H.D., Dewi, D.S., Efendi, D. 2018. To what extent is social media used in city government policy making? Case studies in three asean cities. *Public Policy and Administration*, Vol. 17, p. 600–618.
28. Reddick, C. G., Chatfield, A. T., Ojo, A. 2017. A social media text analytics framework for double-loop learning for citizen-centric public services: A case study of a local government Facebook use. *Government Information Quarterly*, Vol. 34(1), p. 110–125.
29. Shark, A. R. 2015. *Technology and Public Management*. New York: Routledge
30. Statista Research Department. Prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
31. Sutherland, K. E. 2016. Using propinquity loops to blend social media and offline spaces: a case study of the ALS Ice-Bucket Challenge. *Media International Australia*, Vol. 160(1), p. 78–88.
32. Sweetser, K. D., Lariscy, R. W. 2008. Candidates Make Good Friends: An Analysis of Candidates' Uses of Facebook. *International Journal of Strategic Communication*, Vol. 2(3), p. 175–198.
33. Šuminas, A. 2012. Socialinės medijos rinkiminėje komunikacijoje: lygios galimybės ar skaitmeninė atskirtis? *Agora. Politinių komunikacijų studijos*, Nr. 1, p. 44–52.
34. Yavetz, G., Aharony, N. 2020. Social media in government offices: usage and strategies, *Aslib Journal of Information Management*, Vol. 72 No. 4, pp. 445–462.

THEORETICAL ASPECTS OF THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE LOCAL GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS

Summary

With the growing use of innovative and modern tools, social media plays the role of alternative communication platform in the public sector. The impact of these new platforms, which are characterized by positive influence on citizen participation and engagement, on the local government public relations, has been discussed by both in Lithuanian and foreign researchers. The number of people using social media is projected to grow. Thus, it is important to analyze the insights of research examining the impact of social media on local government public relations practice. The aim of the research is to determine the impact of social media on local government public relations from a theoretical point of view. The research method is the review of scientific literature. Social media are virtual communities, networks where information is generated, ideas are created and shared. Social media includes all media that use the Internet to facilitate dialogue: blogs, microblogs, content sharing networks, correspondence tools, editing tools, social networking sites. It should be noted that these tools allow users to interact, edit and share content in a social environment. The opportunity provided by social media to build relationships with the public is especially valuable for public relations practitioners because building relationships is the foundation of public relations. Social media can increase the transparency of local government, help to improve policy-making, public services, communication and knowledge management. In addition, the use of social networks offers opportunities such as democratic participation and citizen engagement, co-creation, and innovation. Social media reduces the ability of local government public relations professionals to control the shared information. In addition, the need for new skills is growing as public relations professionals have to adapt to a rapidly changing social media environment.

Keywords: social media, local government, public relations.