MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS

VIEŠOJO VALDYMO FAKULTETAS

LYDERYSTĖS IR STRATEGINIO VALDYMO INSTITUTAS

ELVINAS DALALA

SOCIALINĖS MEDIJOS LIETUVOS RESPUBLIKOS NEPAPRASTŲJŲ SITUACIJŲ VALDYME

Magistro baigiamasis darbas

Vadovas doc. dr. Ramūnas Vanagas

VILNIUS 2019

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS

VIEŠOJO VALDYMO FAKULTETAS

LYDERYSTĖS IR STRATEGINIO VALDYMO INSTITUTAS

SOCIALINĖS MEDIJOS LIETUVOS RESPUBLIKOS NEPAPRASTŲJŲ SITUACIJŲ VALDYME

Nepaprastųjų situacijų valdymo magistro baigiamasis darbas

Studijų programa 6211LX069

Vadovas

_____doc. dr. Ramūnas Vanagas

2019- -

Recenzentas

_____

2019- -

Atliko

NSVvmis17-1 gr. stud. E.Dalala

_____

2019- -

VILNIUS

2019

TURINYS

ĮVADAS.....8

ŽODYNĖLIS.....11

1. NEPAPRASTŲJŲ SITUACIJŲ VALDYMAS…….....12

1.1. Nepaprastųjų situacijų ir nepaprastųjų situacijų valdymo apibrėžtys.....….....12

1.2. Nepaprastųjų situacijų valdymo ciklas ir nepaprastųjų situacijų klasifikacija …….....15

2. SOCIALINIŲ MEDIJŲ YPATUMAI …….....…..……..…….....….21

2.1. Socialinių medijų arba „WEB 2.0“ samprata……..….....21

2.2. Socialinių medijų platformos…….….....23

2.3. Socialinių medijų (web 2.0) statistikos apžvalga..... …….….....30

3. SOCIALINĖS MEDIJOS NEPAPRASTŲJŲ SITUACIJŲ VALDYMO KONTEKSTE.....37

3.1. Socialinių medijų pritaikymo būdai…….…….....37

3.2 Socialinių medijų privalumai ir trūkumai nepaprastųjų situacijų valdyme.....…….....40

3.3 „YouTube“, „Facebook“, „Instagram“ ir „Twitter“ kaip nepaprastųjų situacijų valdymo įrankiai.....46

4. TYRIMO METADOLOGIJA.....49

5. TYRIMO REZULTATŲ ANALIZĖ.....55

IŠVADOS.....76

PASIŪLYMAI IR REKOMENDACIJOS.....77

BIBLIOGRAFIJOS ŠALTINIŲ SĄRAŠAS.....78

SANTRAUKA.....84

SUMMARY.....85

PRIEDAI…….....…….....86

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 *paveikslas*. Nepaprastųjų situacijų valdymo ciklas.

2 *paveikslas*. Šiuolaikinis nepaprastųjų situacijų valdymo ciklas.

3 *paveikslas*. Socialinių tinklų kraštovaizdis.

4 *paveikslas*. Labiausiai vartojamos socialinės medijos.

5 *paveikslas*. Socialinių medijų naudojimas pagal amžiaus grupes.

6 *paveikslas*. Kasdienio socialinių medijų lankomumo statistika.

7 *paveikslas*. Ekstremaliosios situacijos ir ekstremalieji įvykiai 2014–2017m.

8 *paveikslas*. Tyrimo proceso ciklas.

9 paveikslas. Tyrimo respondentų grįžtamasis ryšis.

10 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal socialinių medijų naudojimą darbinėje veikloje.

11 paveikslas. Respondentų naudojamos socialinių medijų platformos darbinėje veikloje.

12 paveikslas. Respondentų atsakymai, kiek pateiktos socialinės medijos yra naudingos jų darbe.

13 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal metodus, kuriems taikyti naudoja socialines medijas nepaprastųjų situacijų valdyme.

14 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas, pagal tai, kaip įvertino socialinių medijų naudojimo nepaprastųjų situacijų valdyme motyvacines priežastis.

15 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal veiksnius, kurie jų nuomone, yra labiausiai ribojantys socialinių medijų panaudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme.

16 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kaip įvertino socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme trūkumus, kurie labiausiai prisideda prie neigiamo poveikio nelaimių metu.

17 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kokiose nepaprastųjų situacijų ciklo fazėse naudoja socialines medijas.

18 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal, dažniausus atsakymus, kodėl nenaudoja socialinių medijų darbinėje veikloje.

19 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas, pagal dažniausius atsakymus, kaip jų nuomone, keisis socialinių medijų naudojimas jų darbinėje veikloje.

20 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį

21 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių.

22 paveikslas. Pasiskirstymas pagal darbo stažą.

23 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal užimamas pareigas.

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 *lentelė.* Socialinių medijų platformos.

2 *lentelė*. Socialinių medijų metodai pritaikomi nepaprastųjų situacijų valdyme.

3 *lentelė*. Vyr.specialistų ir vedėjų pasiskirstymas pagal socialinių medijų naudojimą darbinėje veikloje.

PRIEDŲ SĄRAŠAS

1 PRIEDAS. Tyrimo “Socialinės medijos Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme” klausimynas.

2 PRIEDAS. Respondentų atsakymų rezultatai ar jie savo darbinėje veikloje naudoja socialines medijas.

3 PRIEDAS. Respondentų atsakymai kokias socialinių medijų platformas naudoja savo darbe.

4 PRIEDAS. Respondentų atsakymai kiek naudingos yra pateiktos socialinių medijų platformos jų darbe.

5 PRIEDAS. Respondentų atsakymai kokius socialinių medijų panaudojimo metodus nepaprastųjų situacijų valdyme taiko savo darbe.

6 PRIEDAS. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kaip vertina socialinių medijų naudojimo nepaprastųjų situacijų valdyme motyvacines priežastis.

7 PRIEDAS. Respondentų požiūris į veiksnius, kurie riboja socialinių medijų naudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme.

8 PRIEDAS. Respondentų požiūris į socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme trūkumus, kurie labiausiai prisideda prie neigiamo poveikio nelaimių metu.

9 PRIEDAS. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kokiose nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo fazėse naudoja socialines medijas.

10 PRIEDAS. Respondentų atsakymai kodėl Jų organizacijoje nenaudojamos socialinės medijos darbinėje veikloje.

11 PRIEDAS. Respondentų atsakymai kaip ateityje keisis socialinių medijų naudojimas jų organizacijoje.

12 PRIEDAS. Demografinis respondentų pasiskirstymas.

ĮVADAS

Temos aktualumas. Katastrofos, nelaimės, krizės ir kitos įvairios nepaprastosios situacijos yra neišvengiamos mūsų kasdienio gyvenimo dalis, kurios ištinka labai netikėtai ir smarkiausiai smogia stipriai pažeidžiamoms visuomenėms. Šimtaprocentinis nelaimių išvengimas yra neįmanomas ir nerealus, tačiau nepaprastųjų situacijų valdymas šį skaičių gali paversti minimaliu ir priimtinu (Liu ir Ota 2017). Galime drąsiai teigti jog šis amžius yra naujų ir išmanių technologijų amžius, todėl jų panaudojimas yra neatsiejamas ir su nepaprastosiomis situacijomis. Vis dažniau išmaniosios technologijos yra naudojamos monitoringui, perspėjimui, analizavimui ir kitoms nepaprastųjų situacijų valdymo funkcijoms atlikti, jos padeda darbą atlikti kur kas greičiau bei tiksliau (Crowe 2015). Taigi norint sumažinti nepaprastųjų situacijų žalą yra būtina pasitelkti naująsias technologijas ir į sprendimus pažvelgti išmaniai ir inovatyviai. Neabejotina, jog naujosios technologijos šiuo metu yra neatsiejamos nuo socialinių medijų. Kadangi dabartinis žmogus yra nuolatos skubantis ir greitą gyvenimo būdą išpažįstantis, todėl socialinės medijos pagalba jis gali kur kas daugiau laiko „praleisti“ su savo šeima ar draugais bendraujant ne tiesioginiu būdu. Socialinės medijos sukuria neoficialius socialinius santykius, kurie stiprina bendrąjį tarpusavio pasitikėjimą, skatina tolerancija ir abipusiškumą (Stolle ir Hoghe, 2004). Kadangi pasaulyje kasdien milžinišku greičiu auga socialinių medijų vartotojų skaičius, o nepaprastųjų ir įvairių kitokių krizinių situacijų skaičius taip pat labai didelis, panaudoti socialines medijas nepaprastųjų situacijų valdyme yra tiesiog būtina, tai yra vienas inovatyviausių ir naujausių sprendimo būdų. Socialinės medijos pasak mokslininkų (Currie 2009, Latonero ir Shklowski 2011, Al-Akkad ir Zimmerman 2012 ir kitų) turi daugybę panaudojimo būdų, pradedant socialinių medijų turinio informacijos analize ir baigiant lūkesčių valdymu ar ryšio palaikymu po incidento su nukentėjusiais. Lietuvoje ši tema yra labai silpnai išanalizuota ir ištirta, nėra jokių statistikos duomenų ar mokslinių tyrimų, kurie nurodytų kaip Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdymo specialistai išnaudoja socialinių medijų teikiamus privalumus valdant nelaimes. Šis tyrimas dėl minėtųjų priežasčių yra labai svarbus ir aktualus, jo rezultatai bus paversti į pasiūlymus, kurie esant norui bus prieinami nepaprastųjų situacijų valdymo specialistams.

Temos ištirtumas. Lietuvoje plačiai nepaprastųjų situacijų valdymą nagrinėja A.Survila (2015), taip pat daug mokslinių straipsnių šia tema išleido B. Pitrėnaitė-Žilėnienė (2006, 2009, 2014), A.Mačiulis (2015). Tačiau kompleksinių tyrimų apie socialinių medijų bei nepaprastųjų situacijų valdymo sąveiką nėra. Tačiau žvelgiant į užsienio autorių veiklą, matome, jog tiksliai mūsų nagrinėjamai temai tinkamus veikalus bei knygas rašo net keli užsienio autoriai: Reuter, C., Marx, A., & Pipek, V. (2012), Latonero, M., & Shklovski, I. (2011),C.Wukich (2015), D.Currie (2009) ir kiti. Pastarieji autoriai plačiai nagrinėja tiek socialinių medijų vietą pasaulyje, tiek nepaprastųjų situacijų problematikas bei abiejų temų sąsajas bei ateities perspektyvas.

Tyrimo objektas. Socialinių medijų panaudojimas Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme.

Problema. Kaip yra naudojamos socialinės medijos Lietuvos Respublikoes nepaprastųjų situacijų valdyme ?

Tyrimo hipotezės.

1. Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme yra naudojama tik maža dalis socialinių tinklų panaudojimo metodų.
2. Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme naudojamos populiariausios socialinių tinklų platformos (labiausiai naudojama „Facebook“).
3. Dauguma Lietuvos Respublikos civilinės saugos institucijų naudoja socialines medijas savo darbinėje veikloje.

Tikslas. Išnagrinėti socialinių medijų panaudojimą Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme.

Darbo uždaviniai.

1. Aptarti nepaprastųjų situacijų bei nepaprastųjų situacijų valdymo teorinį kontekstą.
2. Apibūdinti socialinių medijų apibrėžti, išanalizuoti statistiką bei aptarti socialinių medijų platformas.
3. Pateikti metodus panaudoti socialinių medijų panaudojimui nepaprastųjų situacijų valdyme, aptarti trūkumus bei privalumus, aprašyti konkrečių platformų galimybes.
4. Aprašyti tyrimo metodus bei atlikimo strategiją.
5. Ištirti socialinių medijų panaudojimą Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme naudojantis kiekybiniu tyrimo metodu.
6. Išsiaiškinti ir išvadomis pateikti socialinių medijų panaudojimą Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme, pateikti pasiūlymus bei rekomendacijas.

Darbo struktūra. Pirmoje, antroje ir trečioje dalyje aptariama teorinė medžiaga, išanalizuojama Lietuvos bei užsienio autorių moksliniai veikalai, straipsniai, knygos. Bet kuris tiriamasis objektas, privalo būti išnagrinėtas geriausiąją pasaulyje naudojama praktika, todėl būtina pateikti teorinę informacija šią tema. Nagrinėjant teorinę medžiagą buvo pasitelkta palyginimo, supriešinimo ir kiti metodai, kad geriau suprasti ir šališkiau vertinti situaciją.

Ketvirtoji tyrimo dalis yra tyrimo metodologinės medžiagos pateikimas. Empiriniui tyrimui atlikt buvo pasirinktas kiekybinis tyrimo metodas, kuris šiam tyrimui yra tinkamiausias dėl savo statistinių duomenų pateikimo ir galimybės tiksliai išnagrinėti didelės grupės žmonių bendrą nuomonę apie esamą problemą.

Penktasis etapas yra gautų rezultatų analizė, kurios metu teorinėje medžiagoje aprašytą informaciją bandysime paneigti arba patvirtinti tyrime gautais rezultatais. Šis metodas puikiai tinkamas, nes parodo koks yra teorijos ir realybės sąlytis. Kiek geriausia teorija yra įgyvendinama realybėje (praktikoje).

Tyrimo metodai.

- 1-3 uždavinys: Lietuvos ir užsienio autorių mokslinės literatūros analizė, palyginimas ir apibendrinimas.
- 4 uždavinys: teorinis tyrimo metodų analizavimus ir pasirinkimas, paaiškinimas tyrimo metodo pasirinkimo, išanalizavimas ir pateikimas kodėl šis tyrimas yra tinkamiausias ir pateikimas kokia strategija jis bus atliekamas.
- 5 uždavinys: Empirinis tyrimo metodas – anketinė apklausa, kurios metu buvo apklausta 70 respondentų (civilinės saugos darbuotojų) iš 60 Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdymo institucijų. Rezultatai ir jų analizė – teorinės dalies bei tyrimo metu gautos informacijos konfrontacija ir analizė, naudojant palyginimo, hipotezių tikrinimo, statistinės informacijos apdorojimo metodus. Grafinis duomenų vaizdavimas.
- 6 uždavinys: Gautų išvadų pateikimas, pasiūlymų bei rekomendacijų sudarymas.

Tyrimo strategija. Išanalizavimus mokslinėje literatūroje pateiktą teorinę bei statistinę medžiagą, buvo pasirinktas empirinio tyrimo modelis – kiekybinis tyrimas. Kiekybiniui tyrimui atlikti buvo naudojama anketinė apklausa, kurią sudarė 13 klausimų: 11 uždarų ir 2 atviri klausimai. Tyrimo tikslas buvo ištirti socialinių medijų panaudojimą Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme. Šiam tikslui įgyvendinti anketa buvo siunčiama Lietuvos Respublikos civilinės saugos darbuotojams, kurie yra tiesiogiai atsakingi už nepaprastųjų situacijų valdymą valstybėje įvairiais nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo momentais (švelninimo, prevencijos ir kitais). Tyrimo rezultatai buvo analizuojami ir pateikiami diagramomis, tikrinami ir aiškinami teorinėje medžiagoje pateiktomis mintimis.

ŽODYNĖLIS

Civilinė sauga – veikla, apimanti valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų, kitų įstaigų, ūkio subjektų ir gyventojų pasirengimą ekstremaliosioms situacijoms, veiksmus joms gresiant ar susidarius, ekstremaliųjų situacijų likvidavimą ir jų padarinių šalinimą.

Ekstremalioji situacija – dėl ekstremaliojo įvykio susidariusi padėtis, kuri gali sukelti staigų didelį pavojų gyventojų gyvybei ar sveikatai, turtui, aplinkai arba gyventojų žūtį, sužalojimą ar padaryti kitą žalą.

Ekstremaliųjų situacijų prevencija – kryptingai vykdoma pasirengimo ekstremaliosioms situacijoms priemonių visuma, kad būtų išvengta ekstremaliųjų situacijų arba mažėtų jų galimybė, o susidarius ekstremaliajai situacijai būtų kuo mažiau pakenkta gyventojams, valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų, kitų įstaigų ir ūkio subjektų veiklai, turtui ir aplinkai.

Ekstremaliųjų situacijų valdymo planas – dokumentas, kuriuo reglamentuojamas materialinių ir žmogiškųjų išteklių sutelkimas ir valdymas gresiant ar susidarius ekstremaliosioms situacijoms.

Ekstremalusis įvykis – nustatytus kriterijus atitinkantis, pasiekęs ar viršijęs gamtinis, techninis, ekologinis ar socialinis įvykis, kuris kelia pavojų gyventojų gyvybei ar sveikatai, jų socialinėms sąlygoms, turtui ir (ar) aplinkai.

Gyventojas – fizinis asmuo, esantis Lietuvos Respublikos teritorijoje.

Mikroblogas – internetinė transliavimo terpė, turinti galimybę teikti specifinių tinklaraščių platinimo funkciją.

Socialinė medija – naujos kartos internetinio komunikavimo forma, leidžianti bendrauti bei keistis turiniu naudojant internetą per kompiuterius, telefonus ar kitus išmanius įrenginius.

1. NEPAPRASTŲJŲ SITUACIJŲ VALDYMAS

1.1 Nepaprastųjų situacijų ir nepaprastųjų situacijų valdymo apibrėžtys

Nepaprastųjų situacijų valdymas yra labai senas reiškinys, nuo žmonijos bei bendruomenių susikūrimo žmogus nuolatos susidurdavo su įvairiomis katastrofomis, pavojais bei rizikomis, tiek individualiai, tiek visuomeniškai (Quarantelli E. L., 1998). Nepaprastųjų situacijų bei jų valdymo suvokimas, reikšmė ir įvairios subtilybės stipriai keitėsi bėgant laikui ir kintant visuomenei. Todėl norint visą tai suprasti yra labai svarbu išsigryninti mokslininkų pateikiamus nepaprastųjų situacijų bei jų valdymo apibrėžimus, vartojamas sąvokas bei istorinę raidą. Kaip visuomet mokslo pasaulyje, nėra vieningo susitarimo ir nuomonės, kuri tiksliai apibrėžtų nepaprastųjų situacijų valdymą, kadangi visų mokslininkų praktikos ir patyrimai yra skirtingi ir tuos pačius procesus jie mato per savo prizmę. Šio skyriaus tikslas yra išnagrinėti pasaulio mokslininkų, Lietuvos teisės aktų ir Lietuvos mokslininkų pateikiamus apibrėžimus ir apibendrinti surinktą informaciją. Išsiaiškinti istorinę nepaprastųjų situacijų raidą, sąvokos supratimą ir atskleisti valdymo samprata.

Norint geriau suprasti kas yra nepaprastųjų situacijų valdymas, svarbus uždavinys yra gerai suprasti kas yra nepaprastoji situacija. Lietuvoje nepaprastoji situacija dažnu atveju yra aprašoma ir vadinama ekstremalia situacija. Todėl šiame tiriamajame darbe dėkime lygybės ženklą tarp ekstremalios situacijos ir nepaprastosios situacijos sąvokų Lietuvos Respublikos suvokimo mastu. Pasak Lietuvos Respublikos Civilinės saugos įstatymo (2015) ekstremali situacija yra „dėl ekstremaliojo įvykio susidariusi padėtis, kuri gali sukelti staigų didelį pavojų gyventojų gyvybei ar sveikatai, turtui, aplinkai arba gyventojų žūtį, sužalojimą ar padaryti kitą žalą.“ Išnagrinėjus apibrėžimą kyla klausimas kas yra ekstremalus įvykis, kuris pasak jau minėto Lietuvos Respublikos Civilinės saugos įstatymo yra toks įvykis, kuris atitinka įstatyme nurodytus kriterijus ir pasižymi viena iš 4 atsiradimo priežasčių: gamtinių, techninių, ekologinių ar socialinių. Taip pat šis įvykis turi sukelti pavojų gyventojų gyvybei, socialinei gerovei ar kitaip sutrikdyti įprastą gyvenimą.

Pasak Nepaprastųjų situacijų valdymo mokslininko G.A. Kreps (2001) nepaprastosios situacijos yra apibrėžiamos kaip nekasdieniai įvykiai visuomenėje ar jos mažesnėse grupėse, kai tai pasireiškia įprastų gyvenimo sąlygų sutrikdymų, turtine ir fizine žala ar pavojumi. Apibrėžimas aiškiai nurodo,jog nepaprastosios situacijos yra ne kasdienio gyvenimo, o tam tikri ypatingi ir retesni įvykiai, kurie turi neigiama poveikį įvairiems visuomenėms sluoksniams. Taip pat, galime suprasti ir išskirti įvairias situacijas, kadangi matome kokios žalos padarymas priskiriamas prie nepaprastųjų situacijų.

Beveik visos pasaulio valstybės priklauso Jungtinių Tautų organizacijai (toliau JTO). Pastaroji yra sukūrusi nelaimių mažinimo strategiją, kurią vadovaujasi šalys narės. Pasak JTO nelaimių mažinimo

strategijos (UN/ISDR, 2004) nepaprastoji situacija yra nekasdienis, nelaimingas, katastrofinis įvykis, kuris labai stipriai pažeidžia visuomenės ar jos dalių normalų veikimą ir sukuria tokią situaciją, kai bendruomenės materialinės lėšos, žmogiškieji ištekliai tampa per maži atsikurti į normalią ir stabilią būseną. Tiek G.A.Kreps (2001), tiek Un/ISDR (2004) vieningai sutinka,kad nepaprastoji situacija yra nekasdienis įvykis, reiškia jo pasireiškimas nėra paprastai nuspėjamas, todėl dažnu atveju sukelia didelius nuostolius.

Norint suprasti kaip kito nepaprastųjų situacijų suvokimas ir kokiu būdu atsirado jų valdymas išnagrinėsime E.L.Quarantelli (1998), D.P.Coppola (2007), G.D.Haddow ir J.A.Bullock (2008) ištirtus ir aprašytus nepaprastųjų situacijų valdymo istorinės raidos elementus.

Nesuklysime sakydami,jog vieni pirmųjų sistemiškai bandymų kovoti su nelaimėmis,tai buvo kova su tuo metu aktualiausiomis bėdomis ,t.y. gaisrais ir potvyniais. Kovoti su gaisrais buvo įkurti pirmieji civilinės saugos subjektai: priešgaisriniai departamentai. Antrajai nelaimei spręsti reikėjo visiškai kitokių žinių nei pirmajai, todėl turėjo būti pasitelkiami inžineriją išmanantys žmonės. Taigi, nors tai ir buvo bandymas sukurti pirmuosius civilinės saugos elementus, dauguma tai suprato kaip tiesiog paprastą kovą su tam tikros rūšies nelaimėmis.

Įvairūs archeologiniai radiniai bei moksliniai tyrimai yra padarę išvadas,kad daugybė senovės civilizacijų turėjo tokių pat nelaimių kokias turime iki šiol. Senovės bendruomenės dažniausiai buvo kankinamos bado, pandemijų, karų, sausrų ar potvynių žala ir pavojumi. Šiems pavojams spręsti jau 2000m. atgal Romėnai įkūrė pirmąjį istorijoje žinomą priešgaisrinės saugos elementą, kuris buvo sudarytas iš tuo metu turėtų vergų. Tačiau kaip istorija rodo, elementas buvo labai neefektyvus, labai lėtai reaguojantis, nes neturėjo didelių intencijų ir noro spręsti ne savo problemas, todėl dar tą patį amžių gaisras sunaikino ketvirtį Romos. Po šio incidento imperatorius Augustas nusprendė iš esmės pakeisti sistemą ir priešgaisrinį elementą sudaryti iš profesionalų, kurie buvo mokomi ir treniruojami, turėjo tam tikrą technikos arsenalą. Šis elementas vadinosi Vigilijaus korpusu ir buvo toks sėkmingas, jog buvo praplėstas po visą Romos imperiją iki Anglijos.

Tačiau, silpnėjant Romos imperijai, silpo ir priešgaisrinė sauga. Todėl netrukus Anglijoje nusilpo iki tol buvusi priešgaisrinė tarnyba, atsirado pirmosios draudimo bendrovės, kurios turėjo užtikrinti žalos atlyginimą esant nelaimei. Pačios draudimo bendrovės turėdamos aiškias intencijas ėmėsi ir gaisrų gesinimo. Tačiau tai privedė prie milžiniškos nelaimės, 1666m. Londono gaisras paliko 200 000 žmonių be gyvenamos vietos. Ši nelaimė privertė valdžios institucijas perorganizuoti gaisrų gesinimo pajėgas. Tai kokį modelį jie sukūrė mes iki šiol matome daugumoje valstybių.

Kaip matome dauguma nepaprastųjų situacijų valdymo organizacijų buvo siejamos tik su gaisro gesinimu. Tačiau yra ir kitokių atvejų. 19a. Situacija dėl bado Indijoje tapo tiesiog nekontroliuojama

ir kasmet mirdavo apie vieną milijoną žmonių. Kadangi tuo metu britai turėjo išskirtinę teisę valdyti dalį moderniosios Indijos, buvo imtasi įvairių tyrimų ir nuspręsta, jog maisto Indijoje yra pakankamai, tačiau yra labai blogas susisiekimas ir paskirstymas. Visai netrukus buvo pastatytą daugybė geležinkelio tinklų, kurie išsprendė bado problemą ir iki šiol funkcionuoja kaip geležinkeliai Indijos teritorijoje.

Modernus ir šiuolaikinis nepaprastųjų situacijų valdymas atsirado ne dėl gamtinių ar technologinių nelaimių skaičiaus didėjimo, o būtent dėl būtinybės mokėti apsisaugoti nuo žmogaus sukurtų ekstremalių situacijų. Kadangi 20a. Pirmojoje pusėje buvo du pasauliniai karai, kurie paliete praktiškai visas pasaulio valstybes, tuo pačiu parodė civilinės saugos svarbą. Kadangi dėl oro antskridžių atakų ir branduolinio karo pavojaus buvo suprastą, jog situacija yra labai rimta ir ją reikia spręsti sisteminiais veiksmais. Dėl šių priežasčių daugelis civilizuotų ir ekonomiškai stiprų vakarų valstybių ėmė kurti valdymo struktūras, teisės aktus ir skirti lėšas, kurios turėjo virsti civilinės saugos aparatu.

Norėdami kalbėti apie nepaprastųjų situacijų valdymą, turime išsiaiškinti kas yra valdymas, šiuo atveju viešojo sektoriaus valdymas. A.Raipa ir kiti (2012) nagrinėdamas viešąjį valdymą jį apibūdina, kaip valdžios ir jos institucijų sąveika, kuri skirta formuoti politiką, priimti sprendimus ir juos įgyvendinti bandant realizuoti viešąsias programas ar viešuosius projektus. Kadangi išsiaiškinome viešojo valdymo bei nepaprastųjų situacijų sąvokas, galime žengti žingsnį toliau ir parodyti kaip mokslininkai suprantą šių procesų sąveiką, t.y. nepaprastųjų situacijų valdymą. Tiek užsienio, tiek Lietuvos mokslininkai turi įvairių apibrėžimu kas yra nepaprastųjų situacijų valdymas, toliau pateiksiu kelis jų bei pamėginsiu paanalizuoti jų panašumus bei skirtumus.

Patį paprasčiausią apibrėžimą pateikia G.D.Haddow ir J.A.Bullock (2008), kuris nepaprastųjų situacijų valdymą vadina discipliną, kuri susiduria su grėsme ir jos išvengimu. Remiantis šiuo apibrėžimu galime teigti, jog grėsmę apima labai didelis skirtingų nelaimių bei problemų ir jose veikiamų dalyvių sąveika. Taip pat iš apibrėžimo matome,jog svarbu ne tik žinoti,kad tokia grėsmė yra, bet svarbu mokėti jos išvengti, t.y. prevencijos naudojimas. G.D.Haddow ir J.A.Bullock (2008) teigimu, šis apibrėžimas nurodo svarbą nepaprastųjų situacijų valdymą integruoti ir suprasti kaip kasdienį reiškinį ir negalvoti, jog jis reikalingas tik nepaprastųjų situacijų metu. Kur kas svarbiau ramybės (kuomet dar nevyksta nepaprastoji situacija) periodu suprasti grėsmes ir žinoti kaip jų išvengti.

Federal Emergency Management Agency (2018) šiuolaikinį nepaprastųjų situacijų valdymą pateikia kaip valdymo funkciją, kuri sukuria sistemą visuomenės pažeidžiamumo mažinimui nuo pavojų bei įveikti nelaimes. Remiantis šiuo apibrėžimu matome, jog dabartinis nepaprastųjų situacijų valdymas siekia apsaugoti visuomenę įsitraukdamas, koordinuodamas ir integruodamasis į visas veiklos sritis

būtinas sukurti pasirengimo, gebėjimo sušvelninti, reagavimo ir greitesnio atsigavimo sistemą. Ši sistema yra nutaikyta prieš vykstančias ar galimas natūralias stichines nelaimes, terorizmo aktus ar kitokias žmogaus sukeltas katastrofas.

Nepaprastųjų situacijų valdymas yra valdymas pagrįstas sprendimų priėmimu grėsmių bei grėsmių išvengimo klausimas, ypač kai jos gali turėti katastrofiškų padarinių bendruomenėms, regionams ar net visoms valstybėms. Tai yra dinaminis procesas, kuris apima pasirengimo,atsako, atkūrimo bei mažinimo nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo fazes (The Urban Assembly School for Emergency Management, 2017). Atsižvelgus į šį apibrėžimą matome, jog jam įtakos padarė G.D.Haddow teorijos. Apibrėžimas yra praplėstas ciklo fazėmis, kas padeda lengviau suprasti kur yra panaudojamas nepaprastųjų situacijų valdymas, kokias valdymo sritis apima.

Pasak R.W.Perry ir E.L.Quarantelli (2005) vienas anksčiausiai naudotų aprušiibrėžimų yra įvykių valdymas, kurie pasireiškia tam tikros grėsmės atsiradimu ar staiga atsiradusia nelaime, kurios kilmė yra gamtinė arba technologinė. Šis apibrėžimas yra netikslus ir labai keitėsi iki šių dienų,kadangi jis neapima visų kitų nelaimių rūšių, tokių kaip: ekologinių ar socialinių, kurios šiuo metu žiūrint į geopolitinę situaciją yra lygiai taip pat svarbios ir aktualios, kad būtų įtraukiamos į nepaprastųjų situacijų valdymo planavimą.

1.2 Nepaprastųjų situacijų valdymo ciklas ir nepaprastųjų situacijų klasifikacija

Lietuvos mokslininkas A.Survila (2015) nepaprastųjų situacijų valdymą apibrėžė kaip kompleksinį valdymą, kuris skirtas mažinti, pasirengti, švelninti ir atkurti neeilinio įvykio,kuris padarė didelę žalą žmogiškiesiems ištekliams ir turtui, ir kurio padariniai viršija bendruomenės galimybę atsikurti, padarytą poveikį. L.I.Saban (2014) aprašė nepaprastųjų situacijų valdymo ciklą (žr.1 pav), kuris yra minimas pastarajame apibrėžime, todėl galime teigti,jog Survilos apibrėžimui labai daug įtakos padarė būtent minėtoji L.I.Saban.. Turime pastebėti,kad nepaprastųjų situacijų valdymas yra tęstinis ir nenutrūkstamas procesas, todėl jis pateikiamas ciklu. Šiuolaikinis požiūris į nepaprastųjų situacijų valdymo ciklą yra truputį pasikeitęs ir prie keturių ciklo pozicijų kartais yra pridedama *prevencija* (žr. 2 pav), kuri yra lygiai tiek pat svarbi nepaprastųjų situacijų valdymo dalis, kuri leidžia mums užtikrinti,jog grėsmės būtų sumažintos, o nelaimės nutkimo metu būtų sumažinti nuostoliai.



1 pav. Nepaprastųjų situacijų valdymo ciklas

Sudarytas autoriaus pagal McEntire ir Mayers, 2014, 142



2 pav. Šiuolaikinis nepaprastųjų situacijų valdymo ciklas

Sudarytas autoriaus pagal St. Louis,City Emergency Managament Agency

Kiek plačiau apie kiekvieną iš nepaprastųjų situacijų valdymo dalių rašo Wisner ir kiti (2002), kurie pateikia tokius aprašymus:

- **Švelninimas** – švelninimo tikslai yra skirti sumažinti ar visiškai panaikinti galimybę atsirasti nelaimei arba sušvelninti bet kokį poveikį nesustabdomoms nelaimėms. Švelninimo priemonės apima tokius būdus kaip statybos taisyklių kūrimas, pažeidžiamumo analizės atlikimą, zonavimą ir žemės naudojimo valdymą, pastatų naudojimo taisyklių kūrimą ir koduotes, prevencinę sveikatos priežiūrą ir visuomenės švietimą. Švelninimas labai stipriai priklauso nuo tinkamų priemonių įtraukimo į nacionalinį ir regioninį vystymąsi. Veiksmingumas taip pat priklausys nuo to koks geras yra prieinamumas prie informacijos apie nelaimės pobūdį, pavojaus riziką ir atsakomųjų priemonių,kurių reikia imtis.
- **Pasiruošimas** – pasiruošimo programų tikslas yra pasiekti patenkinamą pasirengimo reaguoti į bet kokią nelaimę pagal programas, kurios stiprina vyriausybių, organizacijų ir bendruomenių techninius ir valdymo gebėjimus. Šios priemonės gali būti apibūdinamos kaip logistinis pasirengimas kovoti su nelaimėmis ir gali būti sustiprintos reagavimo mechanizmais ir procedūromis, bandymais, ilgalaikių ir trumpalaikių strategijų kūrimu, visuomenės švietimu ir ankstyvo įspėjimo sistemų kūrimu. Pasirengimas taip pat gali būti užtikrinant, kad strateginės maisto, įrangos, vandens, vaistų ir kitų esminių atsargų atsargos būtų išsaugotos nacionalinių ar vietinių katastrofų atvejais. Pasirengimo etape vyriausybė, organizacijos ir asmenys kuria planus, kaip išgelbėti gyvybes, sumažinti nelaimių padarinius ir pagerinti reagavimo į nelaimes operacijas. Pasirengimo priemonės apima pasirengimo planus, evakuacijos pratimus/ mokymus, įspėjimo sistemas, avarinių ryšių sistemas, evakuacijos planus ir mokymus, išteklių inventorių, nepaprastųjų situacijų personalą ir kontaktų sąrašus, tarpusavio pagalbos susitarimus, visuomenės informavimą / švietimą. Kaip ir sušvelninimo etapu, pasirengimo etapo metu veiksmai priklauso nuo tinkamų priemonių įtraukimo į nacionalinius ir regioninius plėtros planus. Be to, jų veiksmingumas priklauso nuo informacijos apie pavojus, skubios rizikos ir atsakomųjų priemonių, kurių reikia imtis, ir nuo to, kokiu mastu vyriausybinės agentūros, nevyriausybinės organizacijos ir plačioji visuomenė gali pasinaudoti šia informaciją.
- **Mažinimas arba reagavimas** – reagavimo ciklo tikslas yra suteikti neatidėliotiną pagalbą gyvybei išlaikyti, sveikatai gerinti ir nukentėjusių gyventojų moralei remti. Tokia pagalba gali būti teikiama nuo konkrečios, bet ribotos pagalbos teikimo, pavyzdžiui, pagalbos pabėgėliams turintiems laikiną prieglobstį ir maisto, iki pusiau nuolatinio pabėgėlių gyvenviečių stovyklose ir kitose vietose. Tai taip pat gali apimti pradinį sugadintos infrastruktūros remontą.

Švelninimo/reagavimo etape pagrindinis dėmesys skiriamas pagrindinių žmonių poreikių tenkinimui, kol bus rasti nuolatiniai ir tvaresni sprendimai. Humanitarinės organizacijos dažnai stipriai dalyvauja šiame nelaimių valdymo ciklo etape.

- **Atkūrimas** – kai nelaimė jau yra kontroliuojama, o paveikti asmenys po truputį vis daugiau gali imtis veiklos, kuri padėtų sugrįžti prie įprastinio visuomenės gyvenimo ir buvusios infrastruktūros, tai vadinama atkūrimo etapu. Dažnu atveju atkūrimo etapu yra labai didelės galimybės pagerinti prevenciją bei didinti pasirengimo lygį ir taip sumažinti pažeidžiamumą. Idealiu atveju turėtų būti užtikrintas sklandus perėjimas nuo atkūrimo prie nuolatinio vystymosi etapo. Atkūrimas vyksta iki tol, kol visos sistemos ir visi rodikliai sugrįžta prie įprastų ir sąlygos yra tokios, kokios buvo iki nelaimės. Trumpalaikės ir ilgalaikės atkūrimo priemonės apima gyvybiškai svarbių gyvybės palaikymo sistemų grąžinimą į minimalius veiklos standartus,t.y. laikinas būstas, visuomenės informavimas, sveikatos ir saugos švietimą; rekonstrukcija, konsultavimo programos, ir ekonominio poveikio tyrimai. Informacijos ištekliai ir paslaugos apima duomenų rinkimą, susijusį su įgytomis pamokomis.

Kadangi L.I.Saban (2014) aprašė nepaprastųjų situacijų valdymo veiksnius cikle, kurie yra nuolatos naudojami nepaprastųjų situacijų valdymo specialistų, norėdami įsitikinti ar jie yra teisingi, tikslingi ir veiksnūs vadybiniame procese, juos palyginsime su Gullick ir Urwick (2004) klasikine vadybine „POSDCORB“ doktrina, kuri teigia,kad bet koks valdymas susideda iš 7 dalių, kurios apibrėžiamos taip:

1. Planavimas
2. Organizavimas
3. Personalo valdymas
4. Vadovavimas
5. Koordinavimas
6. Atskaitomybė
7. Biudžeto planavimas

Taigi remiantis pirmuoju paveikslu ir Gullick „POSDCORB“ teorija matome, jog „*planavimas“* nepaprastųjų situacijų valdyme apsireiškia kaip „*švelninimas“*, kuris yra skirtas planuoti ir ruoštis įvairias būdais,kad užtikrinti kuo mažesnį grėsmės atsiradimo pavojų, o atsiradus jai, kuo mažesnes pasekmes. *„Organizavimas“* nėra išskirtas į atskirą subjektą nepaprastųjų situacijų valdymo cikle, tačiau žiūrint į sudedamųjų dalių apibrėžimus mes matome, jog organizavimas yra stipriai susijęs su kiekviena iš dalių, galbūt todėl jis nebuvo išskirtas. „Personalo valdymas ir Koordinavimas“ nepaprastųjų situacijų valdyme yra vienas svarbiausių procesų, kurio pagalbą yra garantuojamas efektyvus ir tinkamas institucijų darbas, nepaprastųjų situacijų valdymo ciklas apibrėžią personalo

veiklos ciklišKumą ir keitimąsi esant tam tikrai situacijai, veiklos koordinavimą esant situacijai, dėl šių priežasčių galime teigti, kad nepaprastųjų situacijų valdymo ciklas įvykdo Gullick'o suformuota vadybinę idėją,jog personalo valdymas ir koordinavimas yra svarbus elementas. „Vadovavimas" nepaprastųjų situacijų valdymo plano subjektuose atsispindi tik iš jų apibrėžimų ir tiesioginių veiksmų, iš jų suprantame,kad norint įvykdyti bet kurį iš šių veiksmų tam yra tam tikras vadovavimas iš aukštesnių institucijų, tiesioginiai įsakymai ir tam tikra hierarchija,kuri atspindi vadovavimo svarbą ir buvimą šio valdymo procese. *„Atskaitomybė"* nepaprastųjų situacijų valdymo cikle yra tiesiogiai susijusi ir su vadovavimu,kadangi esant hierarchijai kiekvienas procese esantis žmogus turi atskaitomybę „aukštesniam" vadovui. *"Biudžeto planavimas"* kaip ir ankstesni veiksniai atsispindi nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo vykdymo metu, norint įgyvendinti švelninimą, atkūrimą, mažinimą, pasiruošimą, biudžeto planavimas yra vienas svarbiausių procesų, kuris leidžia užtikrinti,jog veiksmų bus imtąsi pagal numatytas lėšas ir tam bus pasiruoštą. Apibendrinant nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo bei Gullick'o „POSCORD" teorijos palyginimą, galime iš dalies sutikti, jog valdymas vyksta pakankamai stipriai atsižvelgiant į senąsias vadybines normas, ko pasekoje jis turėtų būti efektyvus ir kokybiškas. Nepaprastųjų situacijų valdymo cikle išskirti procesai tiesiogiai neatspindi „POSDCORD" teorijos, tačiau panagrinėjus giliau matome,jog visi veiksmai yra vykdomi pagal šią vadybinę teoriją.

J.A.Bullock ir kiti (2011) nagrinėdamas nepaprastųjų situacijų valdymo ciklą jį apibrėžią kaip modernų nepaprastųjų situacijų valdymą. Pasak jo tai yra inovatyvus ir efektyvus valdymas, kurio kiekvienas komponentas yra tiksliai apibrėžiantis, tai ko nepaprastųjų situacijų valdymas reikalauja. Mokslininkas neneigia, jog ciklas nėra pats geriausias būdas apibūdinti tokį valdymą,kadangi ne visada viskas vyksta ratu, nuo proceso prie proceso. Dažnu atveju bevykstant vienam procesui yra tęsiamas ir kitas, ir tai yra būtina, procesai persipina tarpusavyje ir tik tokiu būdu yra užtikrinamas tinkamas sistemos veikimas. Toks valdymas negali būti stagmatiškas, jis privalo nuolatos vykti ,kisti ir tobulėti, kadangi situacijos laikui bėgant kinta, žmonių reagavimas kinta, todėl ir valdymas privalo kisti atitinkamai.

Norint geriau suprasti koks etapas, kuriuo metu yra naudojamas turime paaiškinti kokios yra nepaprastosios situacijos ir kaip jos yra skirstomos.Nepaprastosios situacijos yra labai skirtingos turi įvairių klasifikavimo būdų. Vieni mokslininkai klasifikuoja nelaimes pagal atsiradimo staigumą, kiti pagal padarytos žalos kieki ir tt. Tačiau plačiausiai naudojamas būdas, kuris atskleidžia daugiausiai informacijos ir yra lengviausiai suprantamas yra pagal nelaimės atsiradimo kilmę. Lietuvos mokslininkas A.Survila (2015) nepaprastųjų situacijų klasifikavimą pateikia suskirstytą į 4 tipus, pagal jų atsiradimo kilmę: natūralios (gamtinės), technologinės, biologinės ir dėl žmogaus kaltės (visuomeninės).

Toliau pateiksiu nepaprastųjų situacijų tipų pagal atsiradimo kilmę apibrėžimus, kuriuos pateikia Jungtinių Tautų Tarptautinė Nelaimių Mažinimo Strategija (2014).

Natūralios nelaimės - biosferoje atsirandantys natūralūs procesai ar reiškiniai, kurie gali būti tapti visuomenei pražūtingais ir žalingais įvykiais. Gali būti išskirstomos į geologines, hidrometeorologines ar biologines.

Biologinės nelaimės - organinės kilmės procesai arba biologinių vektorių perduodami procesai, įskaitant patogeninių mikroorganizmų, toksinų ir bioaktyvių medžiagų poveikį, kuris gali sukelti gyvybės praradimą ar sužalojimą, žalą turtui, socialinį ir ekonominį sutrikimą arba aplinkos blogėjimą. Biologinių pavojų pavyzdžiai: epideminių ligų protrūkiai, augalų ar gyvūnų užsikrėtimai, vabzdžių užkrėtimai ir plataus užsikrėtimo atvejai.

Technologinės nelaimės - pavojus, atsirandantis dėl technologinių ar pramoninių nelaimingų atsitikimų, pavojingų procedūrų, infrastruktūros gedimų ar tam tikros žmonių veiklos, kuri gali sukelti gyvybės praradimą ar sužalojimą, žalą turtui, socialinį ir ekonominį sutrikimą ar aplinkos būklės blogėjimą. Pavyzdžiai: pramoninė tarša, branduolinė veikla ir radioaktyvumas, toksiškos atliekos, užtvankų gedimai; transporto, pramonės ar technologinės avarijos (sprogimai, gaisrai, išsiliejimai).

Dėl žmogaus kaltės sukeltos nelaimės - įvykiai, kuriuos sukelia žmonės ir kurie yra arti žmonių gyvenviečių. Įvykiai, gali būti sąmoningo ar neatsargaus žmogaus veiklos rezultatas, tačiau jų poveikis gali būti toks pat naikinantis. Pavyzdžiai: terorizmas, biologinės/cheminės atakos, radiologiniai ar branduoliniai veiksmai, „vieniši vilkai“ šauliai.

2. SOCIALINIŲ MEDIJŲ YPATUMAI

2.1 Socialinių medijų arba „WEB 2.0“ samprata

Prieš išsiaiškinant socialinių medijų sąvoka turime aiškiai atskleisti ir kitas svarbias sąvokas, kurios mums padės suvokti socialinių medijų atsiradimo kilmę, kadangi elektronikos ir interneto pasaulyje technologijos ir apibrėžimai kinta labai greitai šis darbo etapas tampa itin svarbus. „Socialinių tinklų“ samprata nėra labai inovatyvus ir naujas išsireiškimas. Kalbas apie tam tikrus socialinių tinklų ryšius galime aptikti jau ankstyvuosiuose krikščionybės kūrimosi amžiuose, kurie dabar peraugo į pasaulinio masto internetą. Senuoju požiūriu socialinius tinklus galime suvokti kaip individų, organizacijų ar socialinių sluoksnių tarpusavio bendradarbiavimą, laikymą save komunikacijos organo dalimi, darbinės ar draugiškos informacijos keitimąsi. Iki 20a. pradžios socialinio tinklo suvokimas buvo kaip trumpo atstumo bendravimas arba labai ilgas informacijos keitimasis t.y. laiškais. Tačiau atsiradus telefonui, faksui, vaizdo perdavimo technologijoms, staiga ryšys galėjo būti palaikomas realiuoju laiku ir per milžinišką atstumą, kas iš esmės pakeitė socialinio tinklo koncepcijos suvokimą (Schneider, Hanna L. ir Lilli M. Huber 2008). Istoriniu požiūriu žiūrint į socialinių tinklų svarbą, galime teigti, kad visas pasaulis pastatytas ant socialinių tinklų pamatų, tai galime įrodyti tuo, jog mūsų protėviai išgyveno tik todėl,kad kurdavo ryšius bandant išgyventi ir gauti maisto renkant uogas drauge ar medžiojant. Žmonės buvo susieti tokiais stipriais ryšiais, jog nuo vienas kito priklausė jų išlikimas. Šeimos santykiai bei paprasta draugystė yra socialiniai tinklai. Miestai, kaimai ir kitos gyvenviečių struktūros taip pat yra socialiniai tinklai, kur viskas tarpusavyje yra susisaistę ryšiais (Putnam, 2000)

Tikriausiai visi sutiksime, jog dabar išgirdus žodžių junginį „socialinis tinklas“ mums į galvą „šauna“ ne kas kitas, bet kompiuterinė programa ar internetinis puslapis, kuris yra skirtas bendrauti ar skleisti informacija internetu, naudojantis kompiuteriu, telefonu ar planšetiniu kompiuteriu. Bėgant laikui socialinio tinklo samprata mūsų galvose susideliojo pagal dabartinio gyvenimo tendencijas ir gyvenimo būdą. XXI.a. žmogus dažnu atveju negalėtų įsivaizduoti savo gyvenimo be socialinių tinklų, juose praleidžia labai didelę dalį savo laiko, juos naudoja kaip reklamos ar verslo platformas. Oxford Living Dictionaries (2018) pateikia du socialinių tinklų apibrėžimus, vienas jų yra kiek tradicinis, o kitas mums tinkamas inovatyvius socialinius tinklus apibrėžiantis. Pirmasis skamba taip: tinklas jungiantis socialinį ir asmeninį bendravimą. Antrasis apibrėžimas socialinius tinklus aprašo kaip specialią svetainę arba kitą programą, kuri leidžia jos vartotojams tarpusavyje bendrauti skelbiant ir dalinantis informaciją, komentarus, pranešimus ar vaizdo medžiagą (foto ir video). Žvelgiant į šį apibrėžimą mes suprantame, jog dabartinis socialinis tinklas yra suvokiamas kaip tarp internetinis žmonių grupės ar dviejų asmenų bendravimas per tam skirtą specialią programinę įrangą naudojantis techninę įrangą, kurį yra tinkama skleisti foto, video, tekstinę ir kitokią medžiagą interneto tinklu.

W.Kenton (2018) socialinį tinklą apibūdina kaip internetinės socialinės medijos programų naudojimą siekiant komunikacijos su šeima, šeima, draugais, bendramoksliais ir klientais. Socialiniai tinklai yra labai svarbi dabartinių rinkodaros specialistų veiklos sritis, skirta įtraukti klientus. Socialinis tinklas gali veikti socialiniais, verslo tikslais arba per socialinių tinklų svetaines kaip „facebook“, „instagram“, „twitter“ ir kiti.

Taigi, išnagrinėję mokslininkų socialinių tinklų apibūdinimus galime aiškiai matyti, jog socialinis tinklas savo istorijos pradžioje buvo ne kas kitką kaip tam tikras artimo nuotolio žmonių ryšys dėl tam tikro tikslo ar gyvensenos situacijos, kuris šiuo metu peraugo taip pat ir į tolimo nuotolio realaus laiko bendravimą interneto tinkle naudojant įvairias programinės įrangos programas, t.y. socialinę mediją.

Socialinės medijos kitaip vadinamos „Web 2.0“: yra antrosios kartos saitynas, kuris kitaip nei pirmosios kartos saitynas, pasižymi tuo, jog jame vyksta nenutrūkstamai kintanti ir labai sparti komunikacija tarp tame tinkle esančių vartotojų, kuri yra apjungta saityno arba žiniatinklio („web“) technologijų, naujos kartos vizualizacijų bei kitų internetinių technologinių sprendimų. Pirmąjį kartą socialinių medijų definiciją buvo paminėta 2004 metais „Web 2.0 konferencijoje“ (T. O‘Reilly, 2009). Socialinės medijos yra 21a. vienas pagrindinių komunikacijos priemonių, kuri ne retu atveju pakeičia net natūralų verbalinį ir neverbalinį žmonių bendravimą,kadangi tai yra patogu, gali neišėjęs iš namų bendrauti su bet kuo iš bet kurios pasaulio vietos. Skirtingi mokslininkai bei šaltiniai dažniausiai labai panašiai apibrėžia „Web 2.0“ samprata (Pearce, 2019).

C.Wukich (2015) socialines medijas apibrėžia kaip internetines platformas skirtas komunikuoti ir keistis turiniu tarp vartotojų. Dažnu atveju apibrėžiami yra du socialinių medijų tipai: internetiniai socialiniai tinklai ir mikro blogai. Tokie socialiniai tinklai kaip „Facebook“ palengvina tarpusavio bendradarbiavimą ir keitimąsi turiniu ir tokiu būdu atstovauja pirmąjį socialinių medijų tipą. Tuo tarpu „Twitter“ yra mikro blogas ir atstovauja antrąjį tipą, kadangi jame vartotojas gali skelbti trumpas viešas žinutes, kurias gali matyti įvairūs pasaulio žmonės naudojantys šios medijos paslaugas.

Kembridžo žodynas pateikia kur kas trumpesnį ir nelabai tikslų apibrėžimą, kuris galėtų būti tikslinamas, pasak žodyno socialinės medijos yra tinklapiai ir kompiuterinės programos leidžiančios žmonėms komunikuoti ir keistis informacija internete naudojantis kompiuteriu ar telefonu. Šis apibrėžimas palieka labai daug vietos fantazijai kokia informacija gali būti skleidžiama ir kas gali būti socialinių tinklų veikėjai. Nors apibrėžimas ir nėra platus ir tikslus, pagrindiniai dedamieji jame yra ir jis pakankamai stipriai susisieja su C.Wukich minėtu socialinių medijų apibrėžimu. Autoriai sutaria, jog socialinės medijos yra kompiuterinėje erdvėje sukurtos programos skirtos komunikuoti ir keistis turiniu.

Bublitz, W., ir Hoffmann, C. (2017) pateikia vieną tiksliausių socialinių medijų apibrėžimų jas įvardindamas kaip skaitmeniniu ir internetiniu būdu perduodamas platformas, kurias naudoja individualūs asmenys ar kolektyviniai dariniai siekiant apsikeisti, pasidalinti ir redaguoti savo arba kitų pasidalintus audio, video ar tekstinius pranešimus. Šiame apibrėžime galime matyti visus dedamuosius, kurie mums apibūdina „Web 2.0“ sąvoka ir tokiu būdu galime spręsti, jog tai yra puikus apibrėžimas, kuris bus naudojamas kaip darbe nagrinėjamos temos pavadinimo paaiškinimas.

21a. žmogus yra nuolatos skubantis ir greitą gyvenimo būdą išpažįstantis žmogus, todėl socialinės medijos pagalba jis gali kur kas daugiau laiko „praleisti“ su savo šeima ar draugais bendraujant ne tiesioginiu būdu. Būtent dėl šios priežasties negalime teigti,kad socialinės medijos yra skirtos tik išreikšti ir parodyti save išoriniam pasauliui. Tyrimų rezultatai teigia,kad „Web 2.0“ sukuria neoficialius socialinius santykius, kurie stiprina bendrąjį tarpusavio pasitikėjimą, skatina tolerancija ir abipusiškumą (Stolle ir Hoghe, 2004)

2.2 Socialinių medijų platformos

Internete yra labai įvairių ir skirtingų socialinių medijų platformų, kurios turi skirtingas funkcijas. Dauguma mūsų kasdieną susiduriame su įvairiausiomis socialinių medijų platformomis apie tai per daug negalvodami ir jų neišskirdami. A.M.Kaplan ir M. Haenlein (2010) išskyrė „savęs atskleidimą“ ir „socialinę būtį/medijos pasiekiamumą“. Remiantis šiais dviem socialinių medijų objektais mokslininkai kategorizavo socialinių medijų platformas (žr. Lent. Nr.1)

1 lentelė „Socialinių medijų platformos“

	Socialinė būtis/medijos pasiekiamumas			
Savęs Atskleidimas		Aukštas	Vidutinis	Žemas
	Aukštas	Blogai	Socialinių tinklų svetainės (pvz. Facebook)	Virtualūs pasauliai (pvz. Second Life)
	Žemas	Bendradarbiavimo projektai (pvz. Wikipedia)	Turinio bendruomenės (pvz. YouTube)	Virtualūs žaidimų pasauliai (pvz. World of Warcraft)

Sudaryta autoriaus pagal A.M.Kaplan ir M. Haenlein (2010)

Nagrinėdami 1 lentelę matome, jog mikro blogai (blogai) ir įvairios socialinių tinklų svetainės yra skirtos labai stipriai atskleisti save, parodyti išoriniam pasauliui ir tuo pačiu turi labai didelę socialinę

auditoriją (medijos pasiekiamumas), tai reiškia, jog svetainės dažnu atveju pasireiškia kūrybiškais arba masinės auditorijos siekiančiais vartotojais. Kiek nesutikčiau su mokslininkų padarytą išvada,kad turinio bendruomenės yra priskiriamos prie „žemo“ savęs atskleidimo lygio, kadangi būtent turinio kūrimas dažnu atveju yra didžiausia kūryba ir stipriai leidžia atsiskleisti autoriui. Tačiau sutinku,jog virtualūs žaidimų pasauliai neleidžia stipriai atsiskleisti jų vartotojui ir neturi didelės auditorijos. Daugelio mėgiami bendradarbiavimo projektai (tokie kaip Wikipedia) yra priskirti prie „žemo“ savęs atskleidimo lygio, tačiau šio tipo socialinės medijos turi didelį vartotojų ratą, todėl priskirti prie „aukšto“ medijos pasiekiamumo.

Nors A.M.Kaplan ir M. Haenlein (2010) ir išskyrė 6 skirtingus socialinių medijų platformų tipus pagal dvi savybes ir jų stiprumą, jie stipriai neatsižvelgė į platformų paskirtį, kas neabejotinai skirtingai galėtų išskirstyti medijas į tam tikrus tipus. Vienas plačiausiai ir tiksliausiai aprašusių socialinių tinklų platformas yra „Socialinių medijų panoramos“ kūrėjas ir autorius Fred Cavazza, kuris 2018m. sudarė Socialinių tinklų kraštovaizdį (žr. 3 pav.), remdamasis socialinių medijų platformų paskirtimi, t.y. kokiu tikslu vartotojai jas naudoja.



3 pav. „Socialinių tinklų kraštovaizdis“ (Cavazza, 2018)

Žiūrėdami į pastarąjį paveikslą matome, jog F.Cavazza (2018) taip pat pateikė 6 tipų socialinių medijų platformų tipus:

1. Leidyba.
2. Dalinimasis.
3. Žinutės/Pokalbiai.
4. Diskusijos.
5. Bendradarbiavimas.
6. Socialiniai tinklai. (Tiksliau, socialinių tinklų internetinės svetainės)

Nagrinėdami paveikslą nr.3 matome, kad jame kiekvienam tipui yra priskirta daugybė socialinės medijos platformų, o viduje rato yra penki logotipai, kurie atspindi „Facebook“, „Instagram“, „Twitter“, „Youtube“ ir „Linkedin“ socialines medijas. Pastarieji 5 medijų pavyzdžiai yra tie, kurie atspindi beveik visas kitas medijas kartu sudėjus. Tai reiškia, jog kiekviena iš šių medijų(interneto svetainių ir programėlių) apima beveik visus autoriaus išskirtus platformų tipus. Pvz. „facebook“ internetiniame socialiniame tinkle galime ir dalintis, ir bendrauti žinutėmis ar skambinti, ir diskutuoti, ir užsiimti tam tikros srities leidyba. Tiek „Youtube“, tiek „Twitter“ savo nuožiūra labiau yra skirtos dalintis tam tikru turiniu („Youtube“ – vaizdo medžiaga, „Twitter“ – tekstine medžiaga), kuris tuo pat metu gali būti dalinamasis iš vienos medijos į kitą, t.y. „Youtube“ patalpintas turinys gali būti lengvai pasidalintas „Linkedin“, „Twitter“ ar „Facebook“ platformose. Tokios milžiniškos skaitmeninės ir socialinės galimybės kokias turi šios medijos yra neabejotinai vienas pažangiausių ir labiausiai pasaulį keičiančių išradimų 21 amžiuje. Kadangi interneto naudojimas pasaulyje labai greitai kyla, pastarųjų programų taip pat. Neabejotinai kol kas vis dar labiausiai naudojamas yra „Facebook“ internetinis socialinis tinklas, kurį galime matyti visų medijų viduryje (žr. 3 pav.). Pastarasis tinklas yra daugybės žmonių neatsiejama gyvenimo dalis, jis naudojamas ne tik socialiniams ryšiams gerinti, tačiau ir versle ar rinkodaroje. Kitą vertus, pastaruoju metu tinklas yra vadinamas skęstančiu laivu ir tai puikiai parodo jį draskančių skandalų skaičius ir jo vadovo M.Zuckenbergo atsiprašymai arba bandymai išvengti atsakomybės.

Kad geriau suprasti kas yra ir kam naudojamos socialinės medijos, toliau aptarsime labiausiai naudojamas ir stipriausiai pažengusias šioje srityje. C.Brummond (2018) kaip ir daugelik kitų mokslininkų išskiria tas pačias plačiausiai naudojamas ir lengviausiai vartotojams prieinamas socialinių medijų platformas. Pradėsime nuo daugiausiai vartotojų turinčio internetinio socialinio tinklo www.facebook.com. Pradžioje pateiksiu šiek tiek skaičių minimų oficialiame socialinio tinklo „Facebook“ tinklalapyje apie įmonės veiklą: www.newsroom.fb.com. Kaip ir minėjau „Facebook“ yra didžiausias socialinis tinklas, kuriame dirba 33 tūkstančiai darbuotojų, 2018m. rugsėjį „Facebook“ turėjo 2 milijardus 270 tūkstančių aktyvių vartotojų, kas yra visiškai nerealūs skaičiai žinant, jog

pasaulyje gyvena 7.6 milijardų žmonių. Tai reiškia, jog visame pasaulyje „Facebook“ naudoja beveik 30 procentų gyventojų. Galbūt ne veltui „Facebook“ deklaruojamas motto yra „Kartu padarykime pasaulį mažesniu“. Pasak įmonės jie kuria kitokią kompaniją, kuri kurdama įvairias programėles ir paslaugas suteikia milijardams žmonių galimybę dalintis įvairiais jiems svarbiais klausimais ir sumažinti pasaulį, kas padeda komunikuoti. Kompanija teigia,kad nesvarbu ar jie kuria naujus produktus ar bando smulkiajam verslui pasiekti didesnį kiekį žmonių, žmonės yra kompanijos kūrėjai/statytojai. Įmonė yra išsidėsčiusi per visą pasaulį, tačiau skirtingų valstybių ir miestų komandos dažnai susitinka sprendžiant įvairias problemas ir bendradarbiauja, kad vartotojai būtų kuo labiau susieti ir turėtų geresnį būda prisijungti ir būti bendruomenėje. A.Dean (2014) aprašė „Facebook“ kaip nemokamą internetinį socialinį tinklą, kuri leidžia vartotojams užsiregistruoti, turėti savo profilį, keistis nuotraukomis ar video medžiaga, bendrauti su draugais, šeima ar kolegomis. Autorė pateikė ir pagrindines šio viešas tinklo savybes:

Turgelis – žmonės turi prieiga kelti įvairius parduodamus produktus, į juos reaguoti ir klasifikuoti tam tikras reklamas.

Grupės – leidžia žmonėms susirinkti į vieną erdvę turint bendrų užsiėmimų ir dalintis įvairiu turiniu pagal tą temą.

Renginiai – leidžia kurti įvairaus tipo renginius, į juos kviesti vartotojus, o vartotojas turi prieiga pažiūrėti kas vyksta įdomaus jo teritorijoje, taip pat gali pasižiūrėti kas renginyje dalyvaus iš jo draugų rato.

Puslapiai – žmonės gali kurti savo srities puslapius, kuriuose gali skleisti ir reklamuoti informaciją atitinkančia turinį.

Buvimo technologija – vartotojai gali matyti kas yra prisijungę prie tinklo, gali jiems parašyti ar paskambinti, žinodamas,jog jis tikrai tai pamatys.

Be šių minėtų savybių „Facebook“ pasižymi ir įvairiomis kitomis savybėmis, kurios yra naudojamos kasdieniame vartotojų gyvenime: „Facebook“ siena, skambučiai, žinutės, vaizdo pokalbiai, kalendoriaus sudarymai, grupiniai pokalbiai, reklamos kūrimas ir skleidimas pasirinktai auditorijai, įvairių programėlių kūrėjai gali susieti savo darbą su „facebook“ profiliais, sutinkant gali būti naudojama informacija tam tikrų sričių informacijos rinkimui ir tt. (Kadushin, 2012).

Vaizdiniu turiniu pasižyminti socialinės medijos programėlė ir internetinė svetainė yra „Instagram“, kuri vis labiau ima užkariauti interneto vartotojų širdis ir susilaukia vis daugiau dėmesio. Daugelis informacinių technologijų mokslininkų ir analitikų sako,jog ne už ilgo „Instagram“ bus labiausiai pasaulyje vartojama programėlė ir aplenks „Facebook“, kurių savininkams ir priklauso ši programėlė.

Pasak lifewire.com žurnalistės E.Moreau (2018) „Instagram“ yra socialinių tinklų programėlė sukurta dalintis nuotraukomis ir video medžiaga naudojantis išmaniaisiais telefonais. Taip pat kaip „Facebook“ ar „Twitter“ programėlės vartotojai turi savo profilį ir naujienų srautą. Pasidalinus nuotrauką ar video ji atsiranda tavo profilyje ir naujienų sraute žmonėms, kurie tave seka ir atvirkščiai, žmonės,kuriuos tu seki įkėlus jiems nuotrauką tu ją matai naujienų sraute arba jų profilyje. Žurnalistė teigia, jog „Instagram“ yra supaprastinta „Facebook“ versija labiau skirta mobiliųjų telefonų fotografijos fanams. Lygiai kaip ir kituose internetiniuose socialiniuose tinkluose šioje programėlėje galima sekti kitus profilius, rašyti žinutes, mėgti turinį, pažymėti kitus žmones ant įrašų ir saugoti nuotraukas pamatytas programėlėje. Programėlė yra pasiekiama „Android“ ir „Ios“ programinės įrangos vartotojams, tačiau įmanoma ją pasiekti ir kompiuterių vartotojams neturint tam tikrų funkcijų. Taip pat „Instagram“ programėlė turi ir nuotraukų redagavimo funkcijų, galima uždėti filtrus, apkirpti nuotraukas ir tt. Pakankamai retesnė funkcija, kurią turi programėlė yra istorijos. Tai yra tam tikras turinio platinimas, kuris išnyksta po 24 valandų. 2018 metais „Instagram“ istorijos tapo labai plačiai vartojama programėlės savybė pritraukianti vis daugiau vartotojų, ne tik asmeninių, tačiau ir verslas šią savybę naudoja reklamai. „Instagram“ kaip ir „Facebook“ yra nemokamas tinklas, kuris pelnosi iš reklamos pirkimo tinkle. Programėlės vartotojų sėkmę tinkle nurodo jų sekančių žmonių skaičius ir mėgstančių jų nuotraukas ar video skaičius. Jeigu naujieji turinį saugantys įstatymai „nenuskandins“ šios programėlės netolimoje ateityje jai pranašaujama didžiausio ir daugiausiai vartotojų turinčio internetinio socialinio tinklo ateitis.

Kiek kitokią socialinių medijų kryptį atstovauja „Twitter“, kuris yra pagrinde tekstinį turinį propaguojantis internetinis socialinis tinklas. Oficialiame „Twitter“ tinklalapyje šis tinklas apibūdinamas kaip „Twitter“ yra tai kas vyksta pasaulyje ir tai apie ką kalba žmonės šiuo metu. Lifewire.com žurnalistas ir socialinių tinklų analitikas D.Ashley (2014) „Twitter“ apibrėžė kaip interaktyvių naujienų ir socialinio tinklo saitvietė, kur žmonės bendrauja trumpomis viešomis žinutėmis. Panašu kaip „Instagram“ taip ir čia, pasidalinus turinį jį mato žmonės, kurie seka tą vartotoją, tačiau čia labiausiai yra paplitęs tekstinis turinys, o ne foto ar video medžiaga. Lengviausiai apibūdinti „Twitter“ tinklą galime kaip mikro-blogą, kuris pasak A.M.Kaplan ir M. Haenlein (2010) yra geriausia galimybė pasiekti didelį kiekį žmonių ir geras būdas atskleisti save. Daugelis žmonių naudoja šią mediją kaip galimybę sekti populiarius žmones, įmones ir tt. Lygiai tiek pat kiek tinklas leidžia kurti reikšminga ir išliekantį turinį, jame yra dažnu atveju tiesiog eilinių žmonių bandymas išreikši save, užpildyti dėmesio trūkumą ir skleisti kitą nereikšmingą turinį. Kitą vertus, kiekvienas mikro-blogeris tampa mini reporteriu, kuris skleidžia tam tikras trumpas žinutes apie esamus įvykius jų valstybėje. „Twitter“ kaip ir kitos medijos šiuo metu dažnai yra naudojamas kaip rinkodaros priemonė. Kadangi XXIa. Žmogus yra labai stipriai pavargęs nuo televizijos reklamų, užslėpta arba kitokia reklama socialinėse medijose

yra priimama kur kas geriau ir priimtiniau. Šį tinklą labai pamėgo pasaulinio lygio žvaigždės bei garsios multikultūrinės įmonės, kurios gali laisvai susisieti su savo fanais ir gerbėjais. „Twitter“ tinklas yra skirtas vartotojui, kuris mėgsta ir moka rašyti arba yra labai smalsus ir mėgsta skaityti kitų išsakytas mintis.

„Youtube“ yra dar vienas plačiojoje visuomenėje gerai žinomas vardas socialinių medijų srityje. Ši medija garsėja video medžiagos turinio platinimo galimybe joje, daugybe pasaulinio lygio žvaigždžių (pvz. Casey Neistat, Peter McKinnon ar Justin Bieber) atsirado ir išpopuliarėjo būtent „Youtube“ dėka. Pasak oficialaus „Youtube“ internetinio puslapio kompanijos vizija ir tikslas yra visiems žmonėms suteikti galimybę būti kūrybiškais ir visą tai parodyti pasauliui. Įmonės vertybių skalė pateikiama per keturias laisves: saviraiškos laisvę, informacijos laisvę, galimybių laisvę ir laisvę dalyvauti (Kleinberg, 2019). Žurnalistas S. O‘Neill (2018) „Youtube“ apibūdino kaip tinklapį, kuris suprojektuotas video medžiagos dalinimuisi. Milijonai vartotojų susikuria profilius, kuriuose gali kelti video medžiagą, kuri yra matoma visiems kitiems vartotojams (su galimybe vaizdo turinį matyti tik tam tikriems žmonėms arba tik sau pačiam). Kiekvieną minutę į „Youtube“ tinklalapį yra įkeliama 35 valandos video medžiagos.

Dažnai tinklas naudojamas ir tiesiog norint draugui ar klientui parodyti video turinį, kadangi atsiųsti el.paštu dažnu atveju tai yra neįmanoma,kadangi video failai dažnu atveju yra labai didelės apimties ir negali būti siunčiami per socialinius tinklus ar el.paštu. Todėl ne retas vartotojas įkelia video į „Youtube“, o vėliau tiesiog nusiunčia to video nuorodą.

Kai 2005m. buvo sukurtas minėtas tinklapis, pradžioje buvo vizija,jog jame bus tik autentiški ir originalūs vaizdo įrašai. Tačiau visai netrukus, tai tapo tarsi talpykla dėti savo mėgiamus juokingus vaizdelius ar mėgiamus muzikos klipų įrašus, taip pat internetinė svetainė tapo ir marketingo įrankiu įmonėms. Didžiosios televizijos bei filmų kūrėjai labai stipriai kontroliuoja savo turinį,kad jis nebūtų nelegaliai skleidžiamas „Youtube“ platformoje, tačiau dabar galime matyti geros kokybės filmų anonsus bei tam tikrų laidų pakartojimus, kadangi tai didina pardavimus, peržiūras bei populiarina tam tikrą turinį.

Žurnalistas taip pat atskleidžia pagrindinius privalumus bei savybes, kurie atspindi „Youtube“ tinklalapį:

- Profilio sukūrimas ir vaizdo medžiagos iki 15min dalinimasis su šeima bei draugais. Galimybė dalintis ir ilgesniais nei 15min. Video, tačiau turite savo profilį padaryti pripažintu.
- Galimybė naudotis vaizdo įrašo redaktoriumi, kuriame galima sujungti skirtingus video klipus, uždėti foninę muziką ir tt.
- Nustatyk kas matys tavo vaizdo įrašus su „Youtube“ privatumo opcija.

- Atlik paiešką savo pamėgtuose vaizdo įrašuose.
- Pažiūrėk praleistas TV programas, nes kai kurios iš jų yra platinamos ir „Youtube“ platformos kanaluose (pvz.: 4oD, Channel 4 ir kiti).
- Komentuok ir vertink filmus kuriuos peržiūrėjai.
- Žiūrėk pilno metro filmus.
- Naudok „Youtube“ subtitru galimybę, kuri yra labai aukštos kokybės raiška.

Na ir paskutinysis iš plačiausiai vartojamų socialinių medijų platformų yra „Linkedin“. Oficialus platformos tinklapis www. about.linkedin.com skiltyje apie save pateikia tokį savęs apibrėžimą: mes esame didžiausias profesionalus tinklas su daugiau nei 562 milijonais vartotojų iš 200 skirtingų valtybių ir vietovių iš viso pasaulio. Puslapyje pateikiama „Linkedin“ misija yra sujungti pasaulio profesionalus, kad šie taptų produktyvesni ir sėkmingesni.

„Linkedin“ yra internetinis socialinis tinklas su specialiai pritaikytu dizainu būtent karjeros ir verslo profesionalams susivienyti internetinėje erdvėje. Kitaip nei kituose socialiniuose tinkluose, šiame tu tampi ne draugais su bet kuo, o bandai užmegzti verslo ir bendradarbiavimo santykius. To pasekoje suprantama, jog čia kur kas svarbiau yra susijungimų ir bendravimo kokybė, o ne kiekis. „Linkedin“ nerodo kiek turite susijungimų, nebent turite daugiau nei 500, kadangi tinklas orientuojasi į kokybę, o ne kiekybę. Platforma aprėpia beveik visas pasaulio valstybės ir bet kokią įsivaizduojamą industriją. „Linkedin“ tinkle kaip ir daugumoje kitų pradžioje susikuriate savo profilį. Tačiau kiek kitaip nei kituose, šiame tinkle nematysite jūsų draugų pasidalinamų įprasto gyvenimo vaizdo turinio, kadangi platforma skirta profesionalams ir akcentuojasi ties verslu ir karjera. Ką tik pradėjus naudotis „Linkedin“ gaunate tokias funkcijas kaip: galimybė turėti profesionalų savo įgūdžių, patirties ir tt. profilį, galite limituoti jūsų profilio peržiūrėjimą, galimybė matyti iki 100 profilių per vieną paiešką, galimybė išsaugoti trys paieškas. Kaip ir daugumoje tinklų taip ir šiame narystė yra nemokama, tačiau yra tam tikri premium paketai, kurie kainuoja. „Linkedin“ dažnu atveju yra naudojamas darbo paieškoms, tam tikrų komentarų ir nuomonių ieškojimui apie įmonę, kurioje nori dirbti arba su kuria norėtum bendradarbiauti, laisvai samdomi darbuotojai čia pateikia savo gyvenimo aprašymus ir įgūdžius, ko pasekoje susiranda klientus arba partnerius kolaboruotis darbams (Duermyer, 2018).

Kaip matome iš pateiktų duomenų kiek žmonių naudojasi socialinėmis medijomis dabartinis žmogus gyvendamas valstybėje, kurioje nėra bėdų pasiekiant internetą, tikriausiai neįsivaizduoja savo gyvenimo be vieno arba be visų iš minėtų socialinių medijų platformų (Facebook, YouTube, Linkedin, Instagram ir Twitter). Esant tokiai daugybei labai inovatyvių ir patrauklių vartotojams socialinių medijų pasaulis tapo labai mažas, bet kas iš bet kur ir bet kur gali susisiekti per akimirką įvairiais būdais: vaizdo pokalbiais, trumpais mirko blogo pranešimais, nuotraukomis ar vaizdo įrašais. Įvairūs profesionalai gali

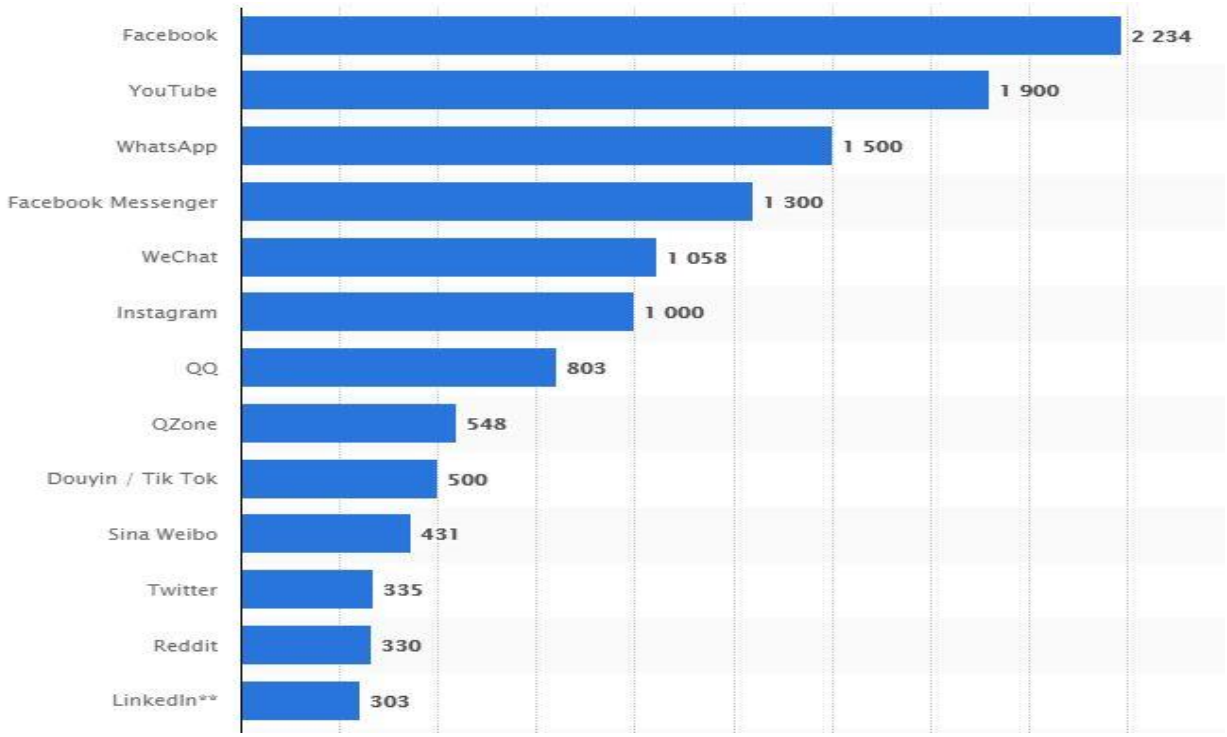
rasti vieni kitus ir sudaryti sandorius, vykdyti bendrą veiklą ar dalintis patarimais būdami vienas nuo kito smarkiai nutolę. Be jokių abejonių galėčiau 21 amžių pavadinti ketvirtosios pramonės revoliucijos amžiumi, kurį ir sukėlė būtent socialinės medijos. Šiuo metu progresas vyksta tiesiog nenutuokiamais skaičiais, viskas keičiasi ir tobulėja labai greitai. Nesuklysime pasakydami, jog įvairios viešosios įstaigos taip pat stipriai progresuoja nors kur kas ir lėčiau už verslo pasaulį, kadangi investicijos labai stipriai skiriasi. Būtent socialinės medijos gali ir turi padėti viso pasaulio sektoriams tobulėti ir keistis pritaikant juos efektyvumo didinimui.

2.3 Socialinių medijų (web 2.0) statistikos apžvalga

Nuolatinis interneto vartotojų skaičiaus augimas priveda prie to, jog programinės įrangos kūrėjai taip pat nesustodami bando kurti įvairias socialines medijas, kurių pagalba siekia pritraukti kuo daugiau vartotojų ir tokiu būdu užsidirbti didelius pinigus. Socialinių medijų skaičius šiuo metu jau yra nesuskaičiuojamai didelis, kasdien yra kuriamos naujos platformos, tačiau kasdien didelė dalis patiria nesėkmę ir tenka užsidaryti. Norint suprasti kokios socialinių medijų platformos yra populiariausios turime panagrinėti statistinius duomenis. Daugybė socialinių medijų platformų savo puslapius pateikia įvairiomis kalbomis, kad galėtų pritraukti didesnį skaičių vartotojų, kurie galėtų skleisti ir keistis informaciją pasaulio mastu be didelių apribojimų. Šiuo metu pasak „Internet World Stats“ (2018) pasaulyje internetu naudojasi 4,2 milijardo žmonių, o išmaniaisiais telefonais pasak „Statista“ (2019) naudojasi 2,71 milijardo žmonių ir šis skaičius nuolatos auga, ko pasekoje galime daryti išvada,kad socialinių medijų vartotojų skaičius taip pat augs. Taigi šiame poskyryje išsiaiškinsime labiausiai vartojamas socialinių medijų platformas, kokio amžiaus žmonės jas naudoja, iš kokių regionų, kokios lyties ir tt.

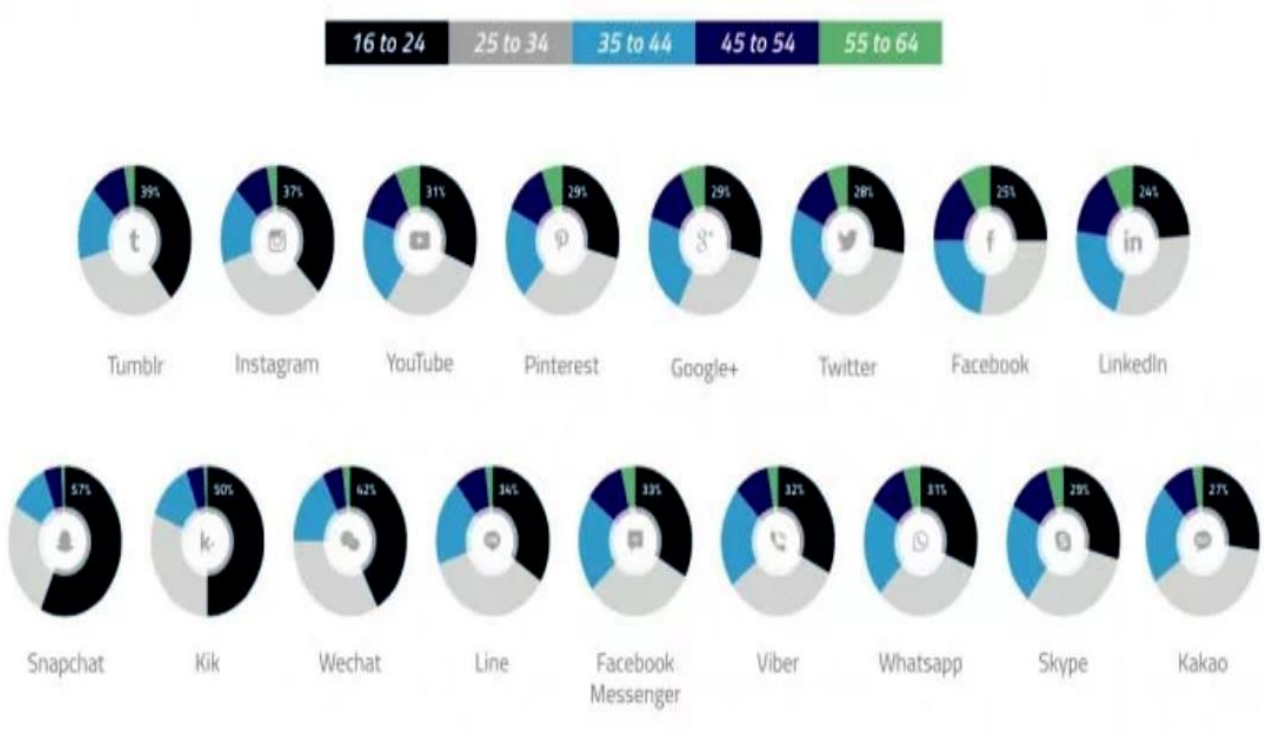
Vienas svarbiausių mus dominančių rodiklių šiame tyrime yra kokias socialines medijas vartotojai renkasi dažniausiai, kadangi tai puikiai atskleis, kurios socialinės medijos yra tinkamiausios mūsų platesnei analizei ir pritaikymui mūsų tyrimo eigoje. Žiūrėdami į paveikslą nr. 3 matome, jog visos penkios anksčiau minėtos socialinių medijų platformos (Facebook, Linkedin, Instagram, Twitter ir Youtube) yra labai plačiai naudojamos ir patenka į tryliktuką pasaulyje labiausiai vartojamų programų sąrašą. Pirmoje vietoje kaip ir tikėjomės yra „Facebook“ socialinis tinklas, kuris jau ne vienerius metus laiko šią poziciją. „Facebook“ turi net 2,2 milijardo vartotojų, ko pasekoje darome išvada,kad daugiau nei pusė interneto vartotojų turi „Facebook“ profilius. Taipogi tai reiškia jog dažniau nei kas ketvirtas pasaulio žmogus naudojasi „Facebook“. Antroje labiausiai vartojamų socialinių medijų platformų sąrašo vietoje rikiuojasi „YouTube“ vaizdo įrašų turinį platinti leidžianti socialinės medijos platforma. Kadangi yra moksliškai įrodyta,kad vaizdinis turinys kur kas labiau patraukia žmogaus akį, nenuostabu,jog „Youtube“ turi net 1,9 milijardo aktyvių vartotojų. Toliau matome, jog iš eilės trys

vietas užima skirtingos žinučių bei pokalbių programėlės,t.y. „WhatsApp“, „Facebook Messenger“ ir „WeChat“. Iš to galime daryti išvada,kad daugybė žmonių socialines medijas naudoja dėl galimybės bendrauti išmaniaisiais įrenginiais internetu su savo draugais, kolegomis ar verslo partneriais. Bendrai visos trys pokalbių programėlės turi 3,9 vartotojų. Tačiau neabejotina,kad dalis vartotojų gali turėti ir tiesiog trys profilius skirtingose programėlėse. Šeštoje vietoje rikiuojasi „Instagram“ programėlė, kuri šiuo metu labai aktyviai ir efektyviai naujinasi ir sukuria vis patogesnių ir daugiau įvairių funkcijų, ko pasekoje šiemet jos augimas buvo milžiniškas. Šiuo metu programėlę naudoja 1 milijardas žmonių, tačiau interneto specialistai prognozuoja,jog ateityje „Instagram“ gali aplenkti net „Facebook“, be to įdomus faktas, jog „Facebook“ yra nusipirkę „Instagram“, todėl ši programėlė gali tapti „išsigelbėjimo šiaudu“ po truputi griūvančiam „Facebook“ fenomenui. Trys toliau einančios socialinės medijos yra Kinijos rinkai skirtos „QQ“, „Qzone“, „Tik Tok“ ir „Sina Weibo“. Žinant, jog Kinijoje gyvena per milijardą žmonių, nenuostabu, jog šie tinklai turi tiek daug vartotojų, nuolatos sparčiai techniškai tobulėjančioje valstybėje ir aplinkinėse teritorijose. Šios socialinės medijos yra kopijos vakarų pasaulyje pamėgtų socialinių tinklų, mikro blogų ar turinio platinimo programėlių. Vienuoliktoje vietoje šiame sąraše rikiuojasi „Twitter“ mikro blogas, kuris turi 335 milijonus vartotojų ir nuolatos augančia auditorija. Dvyliktoje vietoje turime Reddit platformą su 330 milijonų aktyvių vartotojų, kurios pagrindiniai vartotojai yra JAV gyventojai. Na ir tryliktoje vietoje populiariausių socialinių medijų sąraše rikiuojasi jau aptarta „Linkedin“ platforma. Pastarąją socialinę mediją pasaulyje naudoja net 303 milijonai vartotojų.



4 pav. „Labiausiai vartojamos socialinės medijos“ (Statista.com, 2019)

Žiūrint į socialinių medijų platformų populiarumą nereikia pamiršti, jog skirtingas platformas mėgsta skirtingos amžiaus grupės. Norint pasiekti tinkamą auditoriją labai svarbu žinoti, kuriuose tinkluose lankosi tos auditorijos žmonės, pvz. norint pasiekti suaugusius žmones nuo 18m. pranešimas nebus skelbiamas „Musicaly“ platformoje, kurioje lankosi dauguma paaugliai iki 17 metų. Tai gi, formuojant bet kokį pranešimą labai svarbu žinoti, kurioje platformoje jis bus tinkamas ir gaus tinkamą atsaką. Toliau aptarsime socialinių medijų naudojimo statistiką pagal amžiaus grupes (žr. Pav 5).



5 pav. „ Socialinių medijų naudojimas pagal amžiaus grupes“ (Chaffey, 2018)

Nagrinėdami rezultatus aptarsime tik mums svarbias ir plačiausiai naudojamas jau minėtas socialines medijas t.y. Facebook, Linkedin, Instagram, Twitter ir Youtube. Žiūrėdami į „Facebook“ rezultatus matome,jog dauguma vartotojų yra 25-34 metų amžiaus, taip pat labai didelė dalis vartotojų yra 35-44 metų amžiaus, apie 25proc. visų vartotojų užima 45-64 metų amžiaus žmonės. Pastarasis rodiklis yra labai svarbus, kadangi daugumos nuomone, socialinės medijos nėra tinkamos skleisti svarbius pranešimus (pvz. nepaprastųjų situacijų metu),kadangi vyresni žmones nenaudoja socialinių tinklų ir kitų medijų, ko pasekoje jie liktu be informacijos. Tačiau čia puikiai matome,kad labai didelė dalis „Facebook“ vartotojų yra vidurio amžiaus ir vyresni, kas užima lygiai tokią pačią dalį kaip ir jaunimas 16-24 metų amžiaus. Būtent šie rodikliai parodo, kad „Facebook“ yra puiki erdvė skleisti įvairius pranešimus ar rinkti informaciją, kadangi ją naudoja labai įvairaus amžiaus žmonės beveik tolygiu procentu, reiškia bus pasiekta beveik visa galima auditorija.

Kiek kitokia padėtis yra „Instagram“ programėlėje, kurią naudoja 37proc. 16-24 metų amžiaus jaunimas, daugiau nei ketvirtadalis vartotojų yra 25-34 metų amžiaus suaugusieji, o truputi daugiau nei

ketvirtadalis vartotojų yra 3 amžiaus grupės (35-44, 45-54 ir 55-64). „Instagram“ tikrai nėra pats geriausias variantas platinti informaciją norint pasiekti vyresnius žmones nei 35m, tačiau 25proc. nėra tiek ir mažai, todėl nesant galimybei skleisti ar rinkti informaciją per kitus tinklus, galima puikiai naudoti šį ir tikėtis sąlyginai neblogų rezultatų, tačiau visgi norint pasiekti jaunimą ši programėlė yra puiki ir naudojant su „Facebook“ galima pasiekti labai puikių rezultatų.

Žiūrėdami į „YouTube“ statistikos rezultatus matome, jog beveik lygiomis dalimis yra pasiskirsčiusios trys amžiaus grupės 16-24, 25-34 ir 35-44. Tai mums rodo, jog „YouTube“ tinklas yra labai universalus įrankis siekant skleisti informacija šiuose amžiaus grupėse. Deja, bet tinklas nėra puikiai tinkamas ir orientuotas į vyresnio amžiaus nei 45 metų žmonių grupes, kurie šiuo atveju nebūtų pasiekti arba labai menkai.

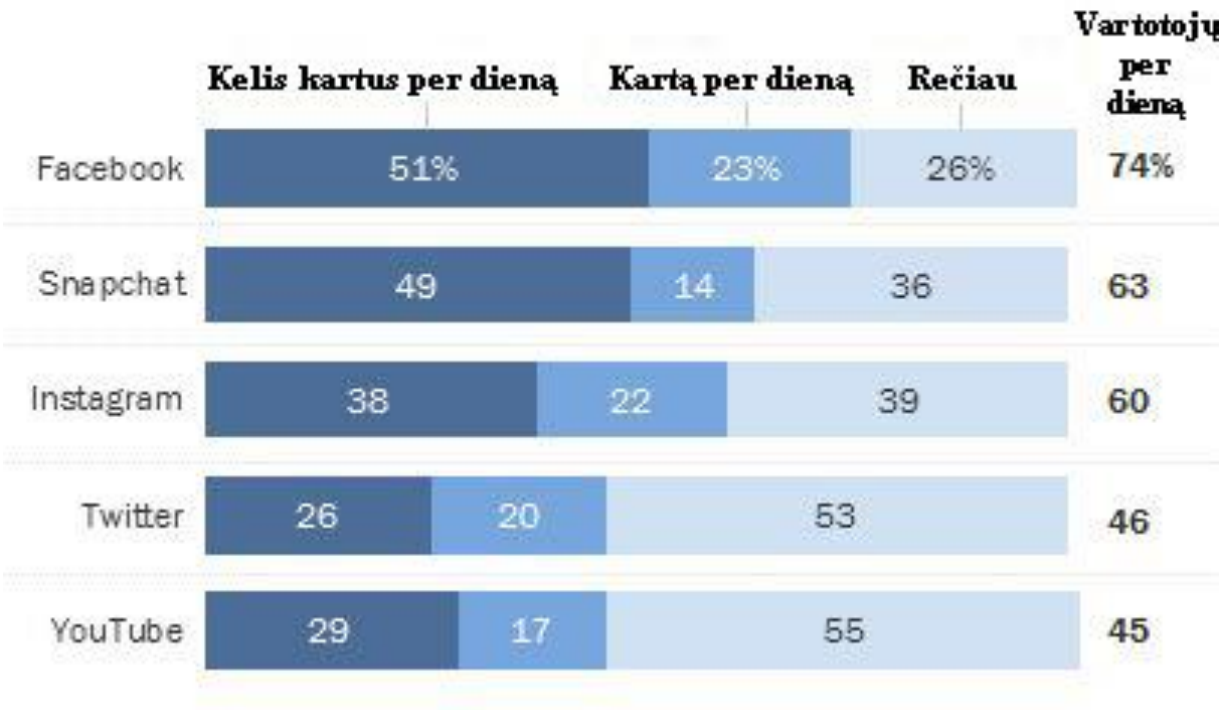
„Twitter“ mikro blogo platformą labiausiai naudoja 25-34 metų amžiaus žmonės (virš 30proc.). Tolygiomis dalimis (apie 25proc.) užima ir jaunimas 16-24 bei 35-44 amžiaus grupės. Tai rodo jog šią platformą naudoja ir jaunimas ir vyresni suaugusieji. Apie 20proc. vartotojų yra 45-65 metų amžiaus. Vėl gi, žiūrėdami į statistikos rezultatus matome, jog tinklas vartojamas įvairaus amžiaus žmonių, tačiau labiausiai vidutinio amžiaus suaugusiųjų, ko pasekoje jie gali tapti tiksline auditorija skleidžiant žinutę, renkant informaciją ir tt.

Nagrinėdami „Linkedin“ platformą, kuri orientuota į verslą ir darbo paieškas matome, kad didžiausia dalis vartotojų yra 25-34 metų amžiaus vidutinio amžiaus suaugusieji, tačiau labai menkai atsilieka ir 35-44 amžiaus žmonės, kas nestebina kadangi šis tinklas neabejotinai yra orientuotas į vyresnius savo karjerą pradėsiančius žmones arba verslininkus ieškančius naujų galimybių ar partnerių ir tt. Šio tinklo panaudojimas siekiant informacijos rinkimo ar žinutės platinimo yra tinkamas tada, kai nesiekiama pasiekti 45-65 metų amžiaus grupes, kadangi jų dalis yra tik 20proc.

Apibendrinant pateikiamą informaciją galime teigti,kad visi tinklai yra puikios platformos norint pasiekti tam tikrą auditoriją, iš paveikslo matome, kad „Facebook“ šiuo metu yra pats universaliausias socialinis tinklas. Ko pasekoje jeigu būtų galimybė pasirinkti tik vieną tinklą pasiekti auditoriją dažnu atveju rekomendacijų susilauktų „Facebook“ tinklas. Tačiau rekomenduojant būtina atsižvelgti ir į reagavimą ir pasiekiamumą esantį tame tinkle, t.y. net jei ir amžiaus grupės yra tinkamos ir vartotojų skaičius yra milžiniškas, tai nereiškia, jog perduodama žinutė ar kitas turinys bus pasiekta reikiamų vartotojų, taip yra dėl socialinių medijų vykdomų logoritmų programų, kurios siekia jog turinys būtų matomas tik tas, kuris turi didelį atgalinį ryšį arba yra nupirkta „rėmimo (angl. Sponsored) reklamos funkcija.

Norint išsiaiškinti, kuri platforma yra pati patraukliausia skleisti informacija apie nepaprastųjų situacijų valdymą ar rinkti informacija toje tematikoje, labai svarbu yra žinoti kurioje socialinių medijų

platformoje vartotojai apsilanko kasdien, kadangi informacija apie mūsų nagrinėjamą problemą turi būti labai aktuali ir gaunama greitai, privalu,kad kuo daugiau žmonių ją pamatytų ir sureaguotų. Todėl toliau pateikiamas paveikslas, kuris mums parodo kiek procentų vartotojų kasdien apsilanko tam tikrose socialinių medijų platformose.



6 pav. „Kasdienio socialinių medijų lankomumo statistika“ (Pew Research Center, 2018)

Taigi žiūrėdami paveikslą nr. 6 matome penkis internetinius socialinius tinklus, programėles ar puslapius, kuriuose vartotojai dažniausiai apsilanko kasdieną. Kaip ir daugumoje socialinių medijų statistikų, pirmaujančios platformos pozicija vėl atitenka „Facebook“. Net 51proc. šios platformos vartotojų ją naudojasi bent kelis kartus per dieną. Šis rodiklis mums parodo, jog „Facebook“ yra labai tinkamas tinklas norint skleisti informaciją jame, kadangi žmonės čia lankosi reguliariai, todėl yra didelė tikimybė, jog svarbus pranešimas pasieks tikslinę auditoriją, ypač žinant, jog „Facebook“ rinkodaroje galima pasirinkti labai tikslias auditorijos gaires t.y. amžių, lytį, lokaciją ir kt. 23 proc. platformos vartotojų aplanko ją kartą per dieną, kas taip pat yra puikus rodiklis. Kita socialinė medija, kuri dar nebuvo paminėta yra „Snapchat“ bendrai kasdien ją aplanko net 63proc. visų vartotojų,tačiau šis tinklas mūsų nagrinėjamoje temoje nėra tinkamas dėl ypatingai jauno amžiaus savo vartotojų. Trečioje pozicijoje rikiuojasi „Instagram“, kurį kasdien aplanko daugiau nei kartą 38proc., o 22proc. vartotojų apsilanko kartą per dieną. Vėl gi, galime prieiti prie išvados,kad „Instagram“ yra neabejotinai patraukli erdvė įvairaus amžiaus žmonėms ir jie čia lankosi pakankamai dažnai, kad tinklas galėtų būti naudojamas mūsų nagrinėjamos problematikos sprendimui. Deja, tačiau tiek „YouTube“, tiek „Twitter“ kasdien savo tinklapiuose susilaukia mažiau vartotojų nei 50proc., ko

pasekoje darome išvadą, kad prireikus staigaus turinio platinimui šie tinklai gali tapti neveiksnūs ir informacija gali būti perduota per vėlai. Tačiau šiu tinklų nuvertinti nereikia, nes jie gali būti ilgalaikės informacijos šaltiniu norint talpyklomis bei patogiomis (pvz. mokomosios informacijos) platinimo platformomis.

Atskleidus socialinių tinklų bei socialinių medijų sąvokas, galime daryti išvadą, kad šie objektai dabartinio žmogaus gyvenime yra labai stipriai darantys įtaką, keičiantys įvairius gyvenimo įpročius tam tikrus sprendimus ir gyvenimo tempą. Dėl šių priežasčių neabejotinai sparčiai keičiasi verslo sektorius, valstybės valdymo subjektai, ekonominiai procesai, politinės erdvės ir tt. Labai svarbu,kad valstybės institucijos sugebėtų tinkamai prisitaikyti prie nuolatos kintančios situacijos, taptų modernios ir sugebėtų išnaudoti visus galimus būdus efektyviau ir geriau atlikti jiems pavestą užduotį. Mūsų nagrinėjamos problematikos atveju, labai svarbu,kad vos populiarėjančios ir labiau vartojamos socialinės medijos būtų išnaudotos nepaprastųjų situacijų valdymo įstaigų bei profesionalų. Šiame skyriuje nagrinėta medžiaga mums leidžia nustatyti labiausiai tinkamas ir pritaikomas socialines medijas kurios galėtų būti panaudojamos nepaprastųjų situacijų valdymui tobulinti. Pasak statistinių rodiklių ir veiklos kurią vykdo socialinės medijos, neabejotinai pagrindine platforma, kuri lengvai gali būti pritaikoma prie nepaprastųjų situacijų valdymo modernizavimo yra „Facebook“ internetinis socialinis tinklas. Šis tinklas turi didžiausią vartotojų skaičių, turi tinkamą programinį dizainą skleisti įvairaus tipo informaciją, turi galimybę rinkti vartotojų duomenys, kurie gali būti panaudojami vietos ar amžiaus nustatymui ir panaudojimui tikslinės auditorijos pasiekimui. „Facebook“ turi puikią reklaminių kompanijų programinę prieigą, ko pasekoje tam tikri pranešimai ar kažkokia mokomoji medžiaga ir informacija gali būti pranešta, nepamirštant auditorijos pasirinkimo galimybių. Taip pat, aktuali informacija, kurią žmonės dalinasi ir platina logoritmų pagalba yra keliama į visų vartotojų ekrano viršų, ko pasekoje pranešimas tampa vis labiau ir labiau pamatomu. „Facebook“ platforma yra puiki ir dėl tinkamo amžiaus vartotojų,kadangi dauguma jų yra suaugę žmonės, kurie tinkamai reaguos į pranešimus. Kita labai plačiai naudojama ir nepaprastųjų situacijų valdyme panaudojama platforma yra „Twitter. Šis tinklas yra mikro blogas, kuriame galima paskleisti trumpą žinutę ar kitokį įrašą. Šio tinklo pagalba gali būti platinami įvairūs skubūs pranešimai, kadangi vartotojų kiekis taip pat yra labai didelis, be to „Twitter“ turi puikų reagavimo rodiklį į pateiktus pranešimus. Taip pat platforma yra patraukli,kad aktuali informacija gali būti laisvai dalinamasi tarp vartotojų, kurių amžiaus rodikliai taip pat labai tinkami mūsų nagrinėjamoje temoje. Trečioji socialinių medijų platforma, kuri bus problematikos nagrinėjimo dalis yra „Instagram“, tai internetinė programėlė, kuri kasdien susilaukia vis daugiau vartotojų, nuolatos auga ir tampa patrauklesnė vis daugiau žmonių. Puikios savybės, kurias pateikia „Instagram“ yra „tiesioginis vaizdo įrašas“, kuris gali būti panaudotas aktualios informacijos skleidimui tiesiogiai, taip pat „Insta istorijos“, tai trumpalaikis pranešimas,

kuris išnyksta, tai gali būti panaudojama ypač svarbios informacijos patalpinimui norint pasiekti jaunesnio amžiaus gyventojus. Paskutinioji mūsų nagrinėjama temą papildanti socialinė medija yra „YouTube“, kuri vis dažniau pristato naujoves savo vartotojams. Ši internetinės svetainė gali būti talpykla vaizdo įrašams ilgalaikiui ar trumpalaikiui efektui pasiekti. Svetainė yra patraukli labai įvairaus amžiaus žmonėms, ko pasekoje yra galimybė pasiekti įvairaus amžiaus tikslinę auditoriją. „YouTube“ vaizdo įrašų turinys yra galimybė pateikti informaciją kur kas aiškiau, nes gali būti panaudojamas vaizdo ir garso faktorius, taip pat yra galimybė transliuoti gyvai, kas paverčia šią internetinę svetainę geru pasirinkimu norint gerinti ir tobulinti nepaprastųjų situacijų valdymo veiklą. Kitame skyriuje pateiksime detalias šių ir kitų socialinių medijų panaudojimo galimybės, pritaikymo būdus ir tikslius veiksnius, kaip veikia socialinės medijos nepaprastųjų situacijų valdymą, statistinius duomenis.

3. SOCIALINĖS MEDIJOS NEPAPRASTŲJŲ SITUACIJŲ VALDYMO KONTEKSTE

Vis dažniau pasaulį krečiančios įvairios nepaprastosios situacijos yra labai stipriai visuomenę veikiantys veiksniai, tačiau tuo pat metu vis greičiau ir greičiau evoliucionuojančios informacinės technologijos neabejotinai turi būti naudojamos ir pritaikomos spręsti ar padėti išspręsti minėtąsias problemas ir kuo greičiau atkurti normalų visuomeninį gyvenimą. Pastaruoju metu populiariausios informacinės technologijos rūšis yra įvairios socialinės medijos, kurios kartu su kitomis naujausiomis technologijomis pasaulį artiną prie ketvirtosios pramonės revoliucijos, kuomet daugybę žmogaus daromų darbų pakeis kompiuterinės sistemos. Nepaprastųjų situacijų valdymas yra būtent ta sritis, kur didelę dalį žmogaus darbo galėtų būti atliekama kur kas efektyviau jei būtų naudojami socialiniai tinklai.

3.1 Socialinių medijų pritaikymo būdai

Pasak įvairių mokslininkų atliktų tyrimų socialinės medijos turi neapskaičiuojama kiekį įvairių panaudojimo metodų siekiant padėti nepaprastųjų situacijų specialistams. Toliau pateiksiu plačiausiai naudojamus ir dažniausiai vartojamus metodus ir trumpus jų apibūdinimus.

2 lentelė „Socialinių medijų metodai pritaikomi nepaprastųjų situacijų valdyme “

Metodas	Apibūdinimas
Strateginio plano tobulinimas	• Tikslinės auditorijos numatymas, tikslų, taktikų bei darbuotojų reikalavimai, rolės ir atsakomybės. • Valstybinės struktūros sukūrimas patvirtinimams. • Socialinių medijų kanalų ir procesų identifikavimas.
Nustatyti ir taikyti veiklos kryptis	• Tobulinti paiešką dokumentų, kurie mokytų ir aiškintų kaip nepaprastųjų situacijų vadybininkams efektyviai panaudoti socialines medijas. • Nustatyti veiklos kryptis, kurios prisideda prie lyderiškos pagalbos ir patikimų strategijų.

Metodas	Apibūdinimas
Taikyti socialinės medijos būtį	• Įkurti socialinių medijų profilius ir tapti patikima ir draugiška virtualia erdve savo idėjoms skleisti. • Kurti profilius įvairiuose skirtinguose platformuose. • Bendrauti ir sietis su visuomenę per socialines medijas ir rekomenduojamas standartines grotažymes.
Valdyti lūkesčius	• Pranešti apie nelaimę greitai ir tiksliai, nustatant realius lūkesčius nelaimės metu. • Atskleisti šaltinius, tipus ir dažnį oficialios komunikacijos per socialines medijas.
Taikyti operacijų valdymo konceptą	• Įsteigti mokymus ir darbuotojų planus, kurių pagalba būtų tinkamai išnaudojami socialinių medijų resursai. • Socialines medijas pridėti prie nepaprastųjų situacijų valdymo strategijų. • Nustatyti kaip socialine medija bus valdoma nelaimiu metu.
Paskirstyti atnaujinimų dažnį bei laiką	• Prieškriziniu laikotarpiu nuolatos atnaujinti bei kelti įvairius pranešimus, kad susikurtų nuolatinė sekėjų bendruomenė.
Koordinuotis su organizacijomis partnerėmis	• Sukurti centrinį virtualų šaltinį, kuriame būtų visa informacija apie nelaimes. • Koordinuoti socialinių medijų naudojimą regioniškai. • Bendradarbiauti su kitomis organizacijomis nuolatinėmis žinutėmis.

Metodas	Apibūdinimas
Aktyviai stebėti socialinės medijos turinį	• Tyrinėti susirašinėjimus populiariose socialinėse medijose. • Bendrauti su visuomene atsakant į žinutes bei komentarus,kad būtų kuo didesnis skaidrumas.
Įvertinti viešą informaciją	• Tirti socialinės medijos kanalus siekiant suprasti, kurios oficialios žinutės buvo geriausiai informavusios visuomenę ir pasiekė savo tikslą. • Staigiai pataisyti susidariusią klaidingą nuomonę dėl nelaimės. • Naudoti socialine medija sekti, analizuoti ir dokumentuoti žinutes.
Įtvirtinti žemėlapius vizualiam kontekstui	• Naudoti lokacijos paslaugas,kad sudaryti krizės žemėlapį, kurio pagalba bus matomas vizualus nelaimės vaizdas. • Įterpti ir sluoksninę informaciją į žemėlapius (pvz. evakuacijos vietos). • Leisti visuomenei dalintis nuotraukomis, vaizdo įrašais iš nelaimės, kurie susidūrė su nelaime. • Naudoti žemėlapius taikant valdymo strategijas
Įsitraukti į bendradarbiavimą su skaitmeninėmis savanorių organizacijomis ir virtualiomis operacijų pagalbos komandomis (VOPK)	• Įsivardinti savanorių bendruomenes, kurios padėtų nelaimės atveju. • Naudoji VOPK internetinių svetainių tyrimui, sekimui bei tendencijų atradimui.
Tobulinti visuomenės sąmoningumą	• Dalyvauti bendruomenės diskusijose ir sekti tinkamas grotažymes norint patobulinti visuomenės sąmoningumą. • Įterpti dialogus apie sunkumus, pasekmes bei saugos problemas.

Metodas	Apibūdinimas
Ruošti planą ryšio nutrūkimo atveju	• Įsitikinti,kad esant milžiniškam aktyvumu nelaimės metu tinklas (serveriai) nenutrūks. • Įsteigti atsarginį variantą, kad dingus ryšiui būtų patirta kuo mažiau nuostolių.
Palaikyti ryši su visuomenės nariais po incidento	• Sekti grįžtamąjį ryšį iš bendruomenės narių bandant suprasti kaip ir kokia informacija teikiama per socialinius tinklus padeda, o kokia ne.

Sudaryta autoriaus pagal Space and Naval Warfare Systems Center Atlantic "Innovative Uses of Social Media in Emergency Management", 2013

3.2 Socialinių medijų privalumai ir trūkumai nepaprastųjų situacijų valdyme

Kadangi vienas pagrindinių metodų, kurie yra panaudojami nepaprastose situacijos pritaikant socialines medijas yra informacijos sklaida, platinimas ir kiti komunikacijos tikslai, plačiau apžvelgsime būtent šią sritį, kuri ir sudaro didžiausią teigiamų poveikių.

Socialinių medijų privalumai nepaprastųjų situacijų valdyme:

Panaudoti socialines medijas kaip sklaidos kanalą yra neabejotinai pats paprasčiausias ir lengviausias žingsnis, kurį gali žengti nepaprastųjų situacijų vadybininkai ir specialistai. Šiuo atžvilgiu socialinė medija tiesiog suteikia papildomų kanalų ir šaltinių skleisti reikiamą informaciją. Būtent dėl šios priežasties daugumoje nelaimių specialistai socialines medijas išnaudoja tik kaip platinimo ir informacijos pateikimo priemonę (Currie, 2009). Yra kelios motyvacinės priežastys, kodėl socialinės medijos tampa vis populiaresniu būdu nepaprastųjų situacijų specialistams naudoti jas nelaimės atveju. Pirmoji priežastis yra ta, kad per socialines medijas gali būti pasiekiama būtent tam tikrų įrenginių vartotojai (pvz. tik mobiliųjų telefonų) (Latonero ir Shklowski, 2011). Antroji priežastis, socialinės medijos dabartinio žmogaus gyvenime užima labai didelę dalį, todėl jis ten praleidžia daug laiko, ko pasekoje socialinės medijos tampa platforma kur lengvai galima pasiekti žmones. Be to, žmonėms nereikia specialių naujų apmokymų, nes jie jau moka naudotis programėlėmis ir tt., ko nebūtų įdiegus naujas informacines technologijas ar pnš. Tačiau kai kurie mokslininkai ginčijasi dėl to, vieni teigia,jog turėtų būti naudojamos socialinės medijos tokios kokios jos yra (pvz youtube, facebook ar instagram), o kiti mano,kad reiktų sukurti naujas aplikacijas skirtas būtent nepaprastųjų situacijų metu naudoti (Al-Akkad ir Zimmerman, 2012). Dažniausias kontrargumentas yra tas, kad tik labai maža

dalis žmonių siųsis programėles, jas naudos ir mokysis kaip tinkamai jomis naudotis, todėl informacija šiais šaltiniais būtų netiksli ir per siauras ją pateikiančių žmonių ratas (Agarwal ir Prasad, 1998).

Daugybė tyrėjų ir mokslininkų sutinka, jog daugelis žmonių esant krizinei situacijai įsijungia socialinius tinklus ieškodami ten informacijos apie nelaimę (Latonero & Shklovski, 2011; Reuter ir kiti, 2012; Sutton ir kiti, 2008). Be abejo, socialinės medijos ir jų naudojamos programėlės rodo labai gerus pasiekiamumo rezultatus todėl, kad jos yra labai lengvai pasiekiamos iš bet kurios pasaulio vietos per mobiliuosius įrenginius. Visgi pagrindinė socialinių medijų paskirtis skleidžiant informaciją būtų tokia, kad ją pasiektų tik būtent toje teritorijoje kur vyksta nelaimė paveikti asmenys ir tie kuriems reikia pagalbos, negaunant papildomos nereikalingos informacijos, kuri gali kelti panika ir pabloginti situaciją (United States National Science and Technology Council Subcommittee on Natural Disaster Reduction, 2000). Tačiau kaip rodo tyrimai ir realūs atvejai, net ir tiesiogiai nepaveikti asmenys gali labai stipriai domėtis ir bandyti gauti informacija apie nelaimę ar joje esančius savo artimuosius (Haataja ir kiti, 2014). Kadangi psichologiniai tyrimai rodo, jog žmonės labiau pasitiki informacija gauta iš savo artimo rato draugų ar šeimos nei valstybinių įstaigų, todėl labai gerai, kad pasiekus per socialines medijas žmones, kurie po to dalinasi informacija su draugais ji tampa savaime patikimesne. Būtent socialinė medija sukūrė galimybę tiek artimam ratui, tiek visiškai nepažįstamiems žmonėms keistis informaciją dideliu atstumu, ko pasekoje žmonės, kurie nėra paveikti gali platinti informaciją žmonėms, kuriems reikia jos ir tokiu būdu prisidėti prie pagalbos nukentėjusiems (Hughes ir Palen, 2009). Pagrindiniai veiksniai, kurie turėtų padėti suprasti ir žinoti kokias socialines medijas turi naudoti organizacija yra laikas, kada tai naudojama:

- **Prieš nelaimę** (pasiruošimo ir prevencijos laikotarpiu) – „YouTube“, „Instagram“ ir „Facebook“.
- **Nelaimės metu** – „Twitter“, „Facebook“ ir „Instagram“ istorijų funkcija.

Tai mums parodo, kad nepaprastųjų situacijų įstaigoms yra labai svarbu komunikuoti su žmonėmis ne tik nelaimės metu, bet ir nuolatos palaikant ryšį ir šviečiant visuomenę. Tyrimai rodo, jog pastaruoju metu vis daugiau organizacijų komunikuoja su visuomene tiek pat ir įprastos būsenos metus, kiek ir per nelaimę, kas yra labai pagirtina ir neabejotinai duoda atitinkamai geresnius rezultatus reaguojant ir sprendžiant nelaimę (pvz. Lietuvos policijos nuolatinis bendravimas per „Facebook“ platformą) (Neely ir Collins,2018).

Kadangi ne retai nepaprastųjų situacijų sprendimo ir likvidavimo ištekliai yra labai riboti, vis daugiau mokslininkų padarė išvadą, kad norint geriau susidoroti su nelaime yra labai svarbi paprastų piliečių pagalba ir ji turėtų būti naudojama kaip įprastas veiksmas tokių situacijų sprendime (Helsloot ir Ruitenberg, 2014). Būtent dėl šios priežasties organizacijos naudodamos socialines medijas turėtų

apšviesti žmones ir įdiegti jiems tokią savybę, kad ištikus nelaimei, piliečiai tarpusavyje sąveikautų per socialines medijas ir vieni kitiems padėtų. Socialinių medijų pagalba labai lengvai gali vykti „crowdsource“ (lt. minios šaltiniai) aktyvavimas. „Crowdsource“ yra didelės žmonių minios aktyvavimas sprendžiant tam tikrą problemą ir ypač iš interneto bendruomenės rezervo, kurie turi bendrą tikslą yra koordinuojami tam tikros organizacijos ar vadovo; dažnu atveju užduotys gali apimti duomenų rinkimą, analizavimą ar kitą pagalbą. Būtent socialiniai tinklai ar mikro blogai gali labai pagelbėti atleikant „crowdsourcing“, kadangi išanalizavus juose gautus duomenis galima tiksliau nusibrėžti kokios pagalbos reikia nukentėjusiems ir tinkamai paskirstyti išteklius nelaimės sprendimui (Haataja, 2016).

Socialinė medija palengvina bet koki dviejų krypčių bendradarbiavimą tarp vartotojų tam tikrose platformose, ko pasekoje informacijos gavėjas turi galimybę tapti informacijos platintoju, kas yra labai svarbu ir gerai nepaprastosios situacijos metu norint pasiekti didelį srautą žmonių. Yra kelios priežastys, kodėl nepaprastųjų situacijų valdymo organizacijos yra linkusios bendradarbiauti su piliečiais nelaimių atveju. Pirmoji priežastis yra ta, kad sudaryti nuomonės ir situacijos tikslingą kursą kaip viskas vyksta ir yra sprendžiama, ko pasekoje yra neleidžiama sklisti dezinformacijai ir tokiu būdu kliudyti spręsti situaciją (Currie, 2009). Antroji priežastis yra ta, jog krizinių situacijų metu piliečiai yra linkę įsitraukti ir pasidalinti savo nuomonę su kitais žmonėmis. Taigi bendradarbiavimas su piliečiais leidžia jiems nusiraminti ir pasijausti saugesniais, suprasti,kad visa įmanoma pagalba bus suteikta. Trečioji, nepaprastųjų situacijų organizacijos turi galimybę paprašyti žmogiškųjų išteklių pagalbos sprendžiant nelaimes, taip pat gali būti prašoma ir materialinės pagalbos (pvz. generatorių, sunkvežimių ir tt.) (Sutton ir kiti, 2008).

Viena sunkiausiai sprendžiamų ir labai opių problemų nepaprastųjų situacijų valdymo metu yra nesugebėjimas tinkamai keistis bei rinkti informaciją skirtingų veiksmų skalėse, ko pasekoje šios informacijos asimetrija gali lemti žmonių gyvybių praradimus arba sukelti didžiulę baimę visuomenėje (Williams, Valero, ir Kim, 2018). Tokios socialinės medijos kaip socialiniai tinklai ir mikroblogai suteikia platformas, kurių pagalbą informacijos trūkumai gali būti užpildyti ir suteikiamas būdas institucijoms bendrauti su kitomis institucijomis arba kitomis dedamosiomis. Tokio tipo komunikacijos tinklai gali palengvinti skubios komunikacijos procesus nepaprastųjų situacijų valdymui. Tinklai gali padėti apskaičiuoti rizikos veiksnius, suformuluoti naujas strategijas imtis veiksmų bei koordinuoti veiksmus su kitomis įstaigomis dėl šių strategijų įgyvendinimo. Kadangi socialinių medijų (kaip ir interneto) vartotojų kiekis nuolatos auga, jų pagalba gali būti pasiekiami privatūs piliečiai, bendruomenių grupės ar kitos įstaigos (Wukich, 2015).

Socialinių tinklų gautos informacijos nepaprastųjų situacijų metu analizavimas ir tinkamas panaudojimas gali padėti ne tik identifikuoti ir sumažinti rizikos veiksnius kolaboruojantis didesnės

informacijos būdu, tačiau yra galimybė, jog tai padės ir ilgalaikėje nelaimių valdymo perspektyvoje. Vis daugiau pasaulinio lygio mokslininkų ima nagrinėti socialinių medijų analizavimo galimybes, ko pasekoje šaltiniuose yra nagrinėjami moksliniai tyrimai, švietimas ir mokymas, įgyvendinimas ir praktika avarijų valdymo specialistams, padedant suprasti duomenų analitiką analizės taikymas humanitariniams poreikiams. Didesnė nelaimių valdymo galimybė ir požiūris metodai laiku priimti sprendimus gali ne tik padėti nustatyti dabartinę riziką, susijusią su tiesiogine padėtimi, bet taip pat gali pagerinti ilgalaikį atsigavimą ir prisidėti prie būsimos nelaimių rizikos mažinimo. Deja, bet kiekviena nelaimė yra visiškai skirtinga ir kintanti, todėl negalime teigti, jog socialinių medijų panaudojimas nepaprastųjų situacijų valdyme kiekvienu atveju labai stipriai prisidės prie geresnio valdymo ir sprendimų priėmimo. Dažniausiai viskas priklausys nuo tiesioginio nepaprastosios situacijos valdytojo bei socialinių medijų duomenų analitiko tarpusavio tinkamo bendradarbiavimo ir vienas kito teisingo supratimo imantis veiksmų. Mokslininkai išskiria dviejų tipų socialinių medijų analizavimo tipus: vienas tipas yra po nelaimių įvertinimo ir tyrimai , kurie apibendrina ir analizuoja statistikos tendencijų ir strateginio planavimo duomenis. Antrasis tipas yra kai atkūrimo ar nelaimės atsako metu yra kuriamos staigios strategijos bandančios kuo greičiau atkurti normalų visuomeninį gyvenimą (Graham ir kiti, 2015)

C. Graham ir kiti (2015) taip pat teigia, jog nors socialinių medijų panaudojimo idėja yra labai patraukli, kad ją įgyvendinti reikia užtikrinti daugybę įvairių skirtingų analizės komponentų. Galimybė analizuoti socialinių medijų duomenis nepaprastosios situacijos metu privalo būti nustatoma greitai ir tiksliai. Taigi tiek reagavimo į nelaimę šaltiniai ir veikėjai turi dirbti drauge ir išvien su duomenų analitikais ir gautais duomenimis, ir tik tokiu būdu bus užtikrinamas darnus nelaimės sprendimas bei duomenų analitikos tobulėjimas. Duomenų valdymas yra vienas svarbiausių veiksmų norint tinkamai analizuoti socialinių medijų duomenis. Jis reikalauja gero tam tikrų problemų supratimo pvz. etikos, teisės, socialinių poveikių ar net logistikos planavimo ir tt. Labai svarbu yra tinkamų socialinių medijų pasirinkimas analizei atlikti. Vienose valstybėse, miestuose ar net savivaldybėse populiariausia socialinė medija yra „Twitter“ ir ji duos daugiausiai tuo metu labai svarbių duomenų, tačiau kitoje vietoje ji neduos jokios naudos, nes toje vietoje žmonės naudoja „Facebook“ ar „Instagram“. Dėl šios priežasties duomenų analizės specialistui yra labai svarbu žinoti statistiką, kokios socialinės medijos yra populiarios ir aktyviai naudojamos jam pavestoje teritorijoje. Antrasis labai svarbus momentas yra staigus reagavimas ir duomenų rinkimas, kadangi praleidus pirmąją stadiją galima nebesurinkti duomenų ir prarasti visą kontrolę, ko pasekoje nelaimės pasekmės bus kur kas didesnės. Kadangi viskas yra susieta su socialinė medija, kas kitais žodžiais yra internetinė komunikacija, labai svarbu žinoti ir suprasti kokia komunikacija yra populiari ir tinkamiausia prieiti prie žmonių ir gauti iš jų duomenys.

Informacija, kuri gali būti gaunama ir analizuojama iš socialinių medijų:

- Geolokacija – dauguma socialinių tinklų turi galimybę rinkti ir platinti vartotojų GPS duomenis gaunamus iš kompiuterių IP arba mobilių prietaisų.
- Prietaiso tipas – net toks smulkus dalykas kaip prietaiso tipas, nepaprastųjų situacijų duomenų analitikui gali duoti daug informacijos, pvz. jeigu dauguma grįžtamo ryšio yra iš kompiuterių atsiranda didelė tikimybė, jog žmonės yra namuose, o ne lauke, kur tikriausiai grįžtamasis ryšys būtų gaunamas iš mobilių įrenginių.
- Dienos ir nakties vartojimo duomenys – pagal šiuos duomenis analitikas nepaprastosios situacijos metu gali nuspėti koks procentas žmonių gali sureaguoti į žinutę, pranešimą ar kt.
- Kalbos – analitikas gali gaut informacija kiek kokios kalbos vartotojų yra karštajame taške, ko pasekoje gali pranešimus daryti tinkama kalba (pvz. turistų grupė pakliuvo į tam tikrą nelaimę)

Tradiciškai krizių ir ekstremalių situacijų organizacijos remiasi savarankiškais informacijos šaltiniais ir kanalais, kurie turi didelį patikimumą, ypatingai nelaimės metu (Gunawan, Fitrianie, Brinkman, & Neerincx, 2012). Patikimumas yra būtinas, kadangi dažnai sprendimai yra gyvybiškai svarbūs, todėl tai negali būti remiamasi informacija, kuri gali būti netikra ir klaidinga. Tiesą sakant, teisingumas, tikslumas ir informacijos teisėtumas yra laikomas svarbiausiais sprendimų priėmimo kriterijais krizių ir ekstremalių situacijų valdymo metu (Tapia, Bajpai, Jansen, Yen, & Giles, 2011). Seniau šie reikalavimai net gi užgoždavo reagavimo į nelaimę greitį ir būdavo svarbiausi visame valdymo cikle. Būtent dėl minėtųjų priežasčių labai dažnai nepaprastųjų situacijų organizacijos bando atskirti savo darbą nuo socialinių medijų duomenų analizavimo darbų, kadangi ne retai pasitaiko, jog socialinių medijų informacija nėra tiksli ir tinkama naudoti spendžiant problemas. Tačiau vis dėl to bėgant laikui buvo suprasta, jog greitas ir direktyvus informacijos gavimas yra būtinas ir privalomas sprendžiant nelaimes, ko pasekoje imta nagrinėta tiesiogines diskusijas socialinių medijų erdvėje (Tapi, Moore ir Johnson, 2013).

Pastaruoju metu daugybė tyrimų koncentravosi ties studijomis, kaip duomenys ir informacija iš socialinių medijų gali būti panaudojama geriau ir tiksliau suvokti esamą nepaprastą situaciją krizės metu. Situacijos supratimas leidžia identifikuoti procesus bei suprasti incidentą ar situaciją (Lindsay, 2011). Situacijos informacija yra svarbi atsakant į kelis įvykiu paremtais klausimais, tokiais kaip: koks yra nelaimės dydis ? Kas yra paveiktieji ? Ir koks yra teritorijos statusas ir reikiama pakalba ? Dažnu atveju, papildomai nepaprastųjų situacijų organizacijoms reikia papildomos foninės informacijos (pvz. kultūros, politikos, geografijos), operacijos informacijos (kas ką daro ?) ir analizės informacijos apie priežastys,trajektorijas ir ateities atsaką (Tapia ir kiti, 2013). Esmė yra ta, jog visa ši informacija yra lengvai komunikuojama ir pasiekiama socialinių medijų pagalba, kas jas daro dar patrauklesnėmis nelaimių atveju. Su šiomis išvadomis sutinka ir kiti mokslininkai (Pohl, D., Bouchachia, A., ir

Hellwagner, H. (2018)) nagrinėdami socialinių medijų turinio analizavimą pritaikant jį nepaprastųjų situacijų valdyme

Socialinių medijų trūkumai nepaprastųjų situacijų valdyme:

Pagrindinės problemos susijusios yra susijusios su netinkamu socialinių medijų išnaudojimu arba per mažu pasiekiamumu. Pagal M.Haataja (2016) labiausiai yra išskiriamos keturios problemos:

1. Individualūs barjerai – dažnai nepaprastųjų situacijų vadybininkai turi per mažai patirties ir žinių socialinių medijų srityje, kadangi dirba nuo seno, kai šios sistemos nebuvo naudojamos. Dažnai specialistai neturi daug laiko tobulintis ir mokytis naujų sistemų.
2. Organizaciniai barjerai – yra trūkumas darbo jėgos, politikos ir kitų gairių organizavimui. Yra didžiulis trūkumas sąmoningumo ir supratimo kaip stipriai gali padėti nepaprastųjų situacijų valdyme. Nelanksti, senovinė organizacinė kultūra.
3. Išoriniai barjerai – didelė dalis potencialios rūpimos auditorijos yra žmonės, kurie nenaudoja socialinių medijų. Didelė tikimybė pateikti per didelį informacijos kiekį, ko pasekoje gali būti iškraipomas situacijos suvokimas. Yra didelis nepatikimumas gaunamo turinio iš paprastų visuomenės žmonių.
4. Technologiniai barjerai – yra didžiulis trūkumas lėšų skiriamų tinkamai įrangai bei programinei įrangai, ko pasekoje neįmanoma tinkamai išnaudoti socialines medijas. Taip pat yra trūkumas specialistų technologinio paruošimo naudoti socialines medijas.

Kiti mokslininkai, tokie kaip C. Reuter ir kiti (2014) teigia, jog viena didžiausių socialinių medijų problemų yra tai, jog labai dažnai duomenys nėra kokybiški. Tyrėjai pabrėžia, jog nekokybiški duomenys yra kur kas didesnė problema nei neteisinga informacija, kadangi jie taip pat apima gamybos problemas ir klaidas, technines problemas, susijusias su saugojimu ir prieiga, bei problemas, kylančias dėl besikeičiančių vartotojų informacijos poreikių. Paskutinis klausimas tampa vis svarbesnis socialinės medijos kontekste, nes dalyvauja vis daugiau ir daugiau skirtingų žmonių. Socialinė medija išplėtė žinių kūrimo ribas per organizacines ribas, todėl, skirtingai nuo tradicinių informacinių sistemų, vadovai neturi jokios kontrolės, kad galėtų paveikti gautos informacijos kokybę. Viena iš galimų duomenų kokybės problemų gali būti ta, kad pateikta informacija nėra skirta bendruomenei, kuri turėtų ją naudoti. Kitaip tariant, kyla problema, nes informacija yra skirta netinkamai auditorijai. Tai gali lemti nereikšmingą, neišsamią ar tiesiog nenaudingą informaciją informacijos vartotojams. Kita duomenų kokybės problemų priežastis gali būti tai, kad informacijos gamintojai sukuria „blogą“ informaciją, kuri yra neteisinga, nenuosekli arba pasenusi. Taigi šios problemos priežastis yra ne tai, kad informacija perduodama neteisingiems naudotojams, bet pirmiausia informacija yra neteisinga arba nepatikima. Kita

galima problema yra tai,kad kai tik bus gauta informacija, naudotojas turi ją tinkamai įvertinti. Jei informacijos vartotojas negali įvertinti, suprasti ar pasitikėti informacija, tai gali būti dėl netikslių ar nenuoseklių pareiškimų arba dėl nesaugios platformos, kurioje buvo rasta informacija. Jei informacijos vartotojas gali įvertinti informacijos šaltinio patikimumą, tačiau jis negali interpretuoti pačios informacijos, tai gali būti aiškumo trūkumo rezultatas arba tiesiog dėl to, kad informacija nėra teisinga arba nėra susijusi su jos šaltiniais. Tai taip pat gali būti dėl to, kad informacija nelaikoma aktuali ir nesilaikoma, todėl vartotojas nebepažįsta, kas tebėra aktuali ir kas yra pasenusi.

Apibendrinant galime teigti, jog norint tinkamai panaudoti socialines medijas vieną svarbiausių veiksmų turi atlikti socialinių medijų duomenų analitikas, kuris bendradarbiaudamas su tiesioginiu problemos sprendimo vykdytoju arba nepaprastųjų situacijų valdymo institucijomis gali labai stipriai prisidėti prie efektyvaus valdymo ar prevencijos idėjų bei tikslų generavimo. Analitikas turi daugybę rodiklių, kuriuos siūlo socialinių medijų duomenys, ko pasekoje tinkamas jų išnaudojimas gali privesti prie efektyvesnio sprendimų priėmimo. Deja bet nepaprastosios situacijos yra labai skirtingos, todėl nėra šimtaprocentinio atsakymo net ir socialinėse medijose, kaip kiekvienu atveju padėti ir tinkamai įvertinti situaciją.

3.3 „YouTube“, „Facebook“, „Instagram“ ir „Twitter“ kaip nepaprastųjų situacijų valdymo įrankiai

Kadangi antrajame skyriuje išsinagrinėjome, kurios socialinės medijos yra plačiausiai naudojamos ir yra patraukliausios nepaprastųjų situacijų valdyme, šiame poskyryje pateiksiu informaciją kaip kiekviena iš populiariausių socialinių tinklų gali būti ir yra naudojamas nepaprastųjų situacijų specialistų.

„Youtube“ – viena iš galimybių kaip ši platforma gali būti išnaudojama yra platinti vaizdo įrašus, kurie aiškintų ką organizacija veikia ir kokie jos tikslai. Keletas JAV organizacijų yra išleidusios vaizdo įrašus, kuriuose pateikia asmeninę informaciją kaip elgtis tam tikromis situacijomis, kaip gelbėtis ir tt., kaip vartotojai gali siųsti pranešimus apie nelaimes, kaip veikia jų įstaigos ir kodėl jos buvo įkurtos. Antrasis būdas yra pasitelkti įvairius nuomonių sudarytojus (angl. Influencers) ar valstybės lygio žinomus žmones, kurie paaiškintu kodėl yra labai svarbu būti pasiruošusiems nepaprastosioms situacijoms. Pasaulyje yra dažna praktika,jog žinomi žmonės yra pasitelkiami vaizdo įrašų kūrimui apie tai kaip pasiruošti nelaimei, kaip susidėti pirmosios pagalbos vaistinėlę, kur slėptis ar kaip evakuotis tam tikromis situacijomis. Žinomi žmonės ar nuomonių sudarytojai dažnu atveju yra labiau patikimi nei nelaimių valdymo specialistai, kadangi jie yra matyti ir arčiau visuomenės. Trečiasis būdas yra kurti vaizdo medžiagą, kuri paryškina tam tikros įstaigos veiką, vykdomas programas ir kaip piliečiai gali būti į tai įtraukiami. Vaizdo įrašai pateikiantys informaciją apie programas ir pateikiantys būdus kaip

visuomenė gali būti į tai įtraukiama dažniausiai yra vertinami labai pozityviai. Dažnu atveju vaizdo įraše yra paaiškinama kodėl yra labai svarbu jog žmonės noriai prisijungtų prie programos. Ketvirtasis būdas išnaudoti „YouTube“ kanalą yra skleisti įrašu, kurie yra skirti vaikams ir mažiau domėjusiems šia tema, šiuose įrašuose galima vaizduoti visiškus pradmenis kaip reikia saugotis ir pasiruošti nelaimei. Tai veikia kaip švietėjiška medžiaga ir dažnai yra naudojama mokyklos programose, todėl tai padeda išugdyti žmones, kurie žinos ką daryti kilus nelaimei. Taip pat, per vaizdo įrašus galima paaiškinti kaip nelaimės atveju reikia naudoti socialines medijas, kad jos atneštų kuo daugiau naudos tiek žmogui, tiek nepaprastųjų situacijų specialistams (Pittman, 2012)

„Facebook“- šiuo metu šiame socialiniame tinkle yra daugiau nei 500 įvairių nepaprastųjų situacijų įstaigų profiliu, kurios vienos dažniau,kitos rečiau naudojasi šią erdve. Dažniausiai „facebook“ nepaprastųjų situacijų specialistų yra naudojamas kaip įrankis skleisti tam tikrą informaciją, darant dažnus įrašus, keliant nuotraukas su įvairia susijusia informacija. Taip pat socialinis tinklas gali būti naudojamas kaip gyvos transliacijos įrankis iš įvykio vietos arba aiškinančios ką daryti jau esant nelaimei. Įrankis geras tuo, kad iš bet kurios pasaulio vietos galima transliuoti į bet kurią, yra galimybė dalintis įrašu ir tt. Ne vienu atveju buvo transliuojamos konferencijos apie nelaimės sprendimo būdus ar kitus politinius sprendimus. Socialinis tinklas yra geras tuo, kad nuolatos galima kelti situacijos atnaujinimus, ko pasekoje galima spręsti klaidinančios informacijos platinimo problemas ir pateikti tikslią bei tinkamą informaciją. „Facebook“ taip pat gali būti naudojamas kaip erdvė tyrinėti įvairius komentarus, nuotraukas ir kitą medžiagą, ko pasekoje yra galimybė susidaryti nuomonę apie situaciją, pakeisti nelaimės valdymo strategiją arba numatyti reikalingus išteklius. Šiame tinkle pateikiama informacija per oficialius puslapius yra šimtu procentu patikima ir negali būti klaidinga, todėl žmonės yra pasitikintys ir dažnai viską darys pagal ten esančius nurodymus. Nelaimių atveju „Facebook“ yra ne kartą panaudotas kaip būdas žmonėms pranešti kur ir kaip reikia evakuotis ar kur rasti prieglobstį ir pagalbą. Pastaruoju metu vis dažniau yra pasiremiama „Facebook“ milžiniškais ir greitais serveriais, kadangi institucijų puslapiai dažnai lūžta nuo lankytojų antplūdžio. Taip pat šis socialinis tinklas dažnu atveju yra naudojamas tam, kad nekiltų sąmyšis ir būtų tobulinamas žmonių sąmoningumas tokioje situacijoje. Taip pat „Facebook“ turi funkciją, kurioje gali pažymėti ar esi saugus jeigu esu nelaimės epicentre, ko pasekoje taip pat gali pamatyti ar tavo „Facebook“ draugai yra saugūs (Rosenbloom, 2017).

„**Twitter“ –** ši platforma kaip minėjome yra mikro blogas, dėl šios priežasties žinutės apribojimas yra 140 ženklų, ko pasekoje savaime tampa aišku,kad šiame tinkle daugžodžiauti neišeis. Tačiau „Twitter“ vis dėl to yra puiki erdvė dalintis informaciją dėl nelaimingų įvykių sprendimo ir būsenos atnaujinimų. Trumpos žinutės yra labai efektyvios, kadangi žmonės iš principo pasąmoningai nėra linkę skaityti didelių tekstų. Trumpoje žinutėje galima sutalpinti visą informaciją kas vyksta ir kur ieškoti tolimesnės

informacijos, pasidalinti nuotrauka iš įvykio vietos (Bennet, 2018). Taip pat „Twitter“ gali būti naudojamas kaip socialinės medijos informacijos analizavimo įrankis, kuriame įvykus nelaimei žmonės deda tam tikrą grotažymę ir rašo apie savo būseną, ko pasekoje analitikai gali susidaryti įspūdį kas yra nutikę žmonėms, preliminarų skaičių sužeistųjų ir tt. Pagrindinis „Twitter“ pranašumas yra tas, kad žmonės ir specialistai gali matyti kiekvieną įrašą ar nuotrauka realiu laiku ir matydami laiką, kurio metu padarytas pranešimas. Reikia nepamiršti, kad norint tinkamai naudoti „Twitter“ prieš būsimą nelaimę reikia susirinkti sekėjų skaičių, kurio pagalba galima būtų kuo plačiau paskleisti norimą pranešimą (Lucia, 2015)

„Instagram“ – ši platforma yra pagrinde skirta nuotraukų platinimui. Tačiau pastarieji tyrimai rodo, jog žmonės vis labiau yra linkę žiūrėti į vaizdą, o ne tekstą. Būtent dėl to ši platforma ateityje turėtų tapti vienu pagrindiniu įrankiu nepaprastųjų situacijų specialistams platinti savo informaciją. „Instagram“ gali būti naudojama kaip švietimo tikslais naudojama platforma, kurioje savo profilyje gali kaupti sekėjus, įvairiais būdais juos šviesti bei mokyti kaip elgtis situacijose, kur ieškoti informacijos ir tt. Labai gera ir svarbi funkcija yra „Instagram“ istorijos, kurios jeigu yra paremiamos tam tikru pinigų skaičiumi gali pasiekti milžiniškus kiekius žmonių, be to galima pasirinkti tikslias vietas, amžių, lytį ir kitas tikslinės auditorijos savybės, kurios nelaimės atveju yra labai svarbios. Grotažymės yra dar vienas būdas, kuris gali padėti specialistams rinkti informaciją apie įvykį ir nukentėjusius. Būtent dėl šių priežasčių „Instagram“ yra vienas patraukliausių tinklų ir turėtų ateityje pasiekti aukštumas nepaprastųjų situacijų valdymo metu (Lucia, 2015).

4. TYRIMO METADOLOGIJA

Tyrimo teorinis pagrindimas. Norėdamas suformuoti teorinį tiriamosios dalies pagrindimą rėmiausi tokiomis teorinėje dalyje aprašytomis mokslininkų mintimis,teorijomis:

- Socialinės medijos turi neapskaičiuojama kiekį įvairių panaudojimo metodų siekiant padėti nepaprastųjų situacijų specialistams. Pvz. nustatyti ir taikyti veiklos kryptis, tobulinti strateginį planą, valdyti lūkesčius, palaikyti ryši su visuomenės nariais po incidento, plėsti ir tobulinti visuomenės sąmoningumą (Space and Naval Warfare Systems Center Atlantic "Innovative Uses of Social Media in Emergency Management", 2013)
- Panaudoti socialines medijas kaip sklaidos kanalą yra neabejotinai pats paprasčiausias ir lengviausias žingsnis, kurį gali žengti nepaprastųjų situacijų vadybininkai ir specialistai. Šiuo atžvilgiu socialinė medija tiesiog suteikia papildomų kanalų ir šaltinių skleisti reikiamą informaciją (Currie, 2009). Tradiciškai krizių ir ekstremalių situacijų organizacijos remiasi savarankiškais informacijos šaltiniais ir kanalais, kurie turi didelį patikimumą, ypatingai nelaimės metu (Gunawan, Fitrianie, Brinkman, & Neerincx, 2012).
- Pagrindinės problemos susijusios yra susijusios su netinkamu socialinių medijų išnaudojimu arba per mažu pasiekiamumu: individualūs barjerai, organizaciniai barjerai, išoriniai barjerai, technologiniai barjerai (Haataja ir kiti, 2016). Kiti mokslininkai, tokie kaip C. Reuter, T.Ludwig, T.Habig ir kiti (2014) teigia, jog viena didžiausių socialinių medijų problemų yra tai, jog labai dažnai duomenys nėra kokybiški.
- „YouTube", „Facebook", „Instagram" ir „Twitter" yra patraukliausi ir labiausiai naudojami nepaprastųjų situacijų valdymo įrankiai (Lucia 2015, Rosenbloom 2017, Pittman 2012).

Tyrimo tikslas. Kadangi Lietuvos mokslo padangėje tema apie socialinių medijų panaudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme plačiai ištyrinėta nėra ir egzistuoja vos keli straipsniai šia tema, šis tyrimas turi kuo plačiau ir tiksliau apžvelgti esamą situaciją Lietuvoje,labai svarbu gautus rezultatus panaudoti pasiūlymų teikimui. Pagrindinis tikslas yra į tyrimą įtraukti civilinės saugos specialistus iš visos Lietuvos savivaldybių, ko pasekoje galime iškelti **tyrimo tikslą –** išanalizuoti socialinių medijų panaudojimą Lietuvos nepaprastųjų situacijų valdyme.

Tyrimo uždaviniai. Norint įvykdyti tyrimo tiksle numatytas sąlygas buvo pasitelkti šie uždaviniai:

1. Atlikti kiekybini tyrimą, kurio metu bus apklausti Lietuvos respublikos savivaldybių civilinės saugos specialistai. Tyrimo metu bus išsiaiškinta kaip yra naudojamos socialinės medijos Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme, teigiami bei neigiami to bruožai bei plačiausiai naudojamos socialinių tinklų platformos.

2. Išanalizuoti tyrime gautus rezultatus, palyginti juos su pasaulio mokslininkų pristatytomis teorijomis. Įžvelgti panašumus, skirtumus bei kitus dėsningumus.

Tyrimo objektas. Lietuvos Respublikos savivaldybių nepaprastųjų situacijų valdymo ypatybės naudojant socialines medijas.

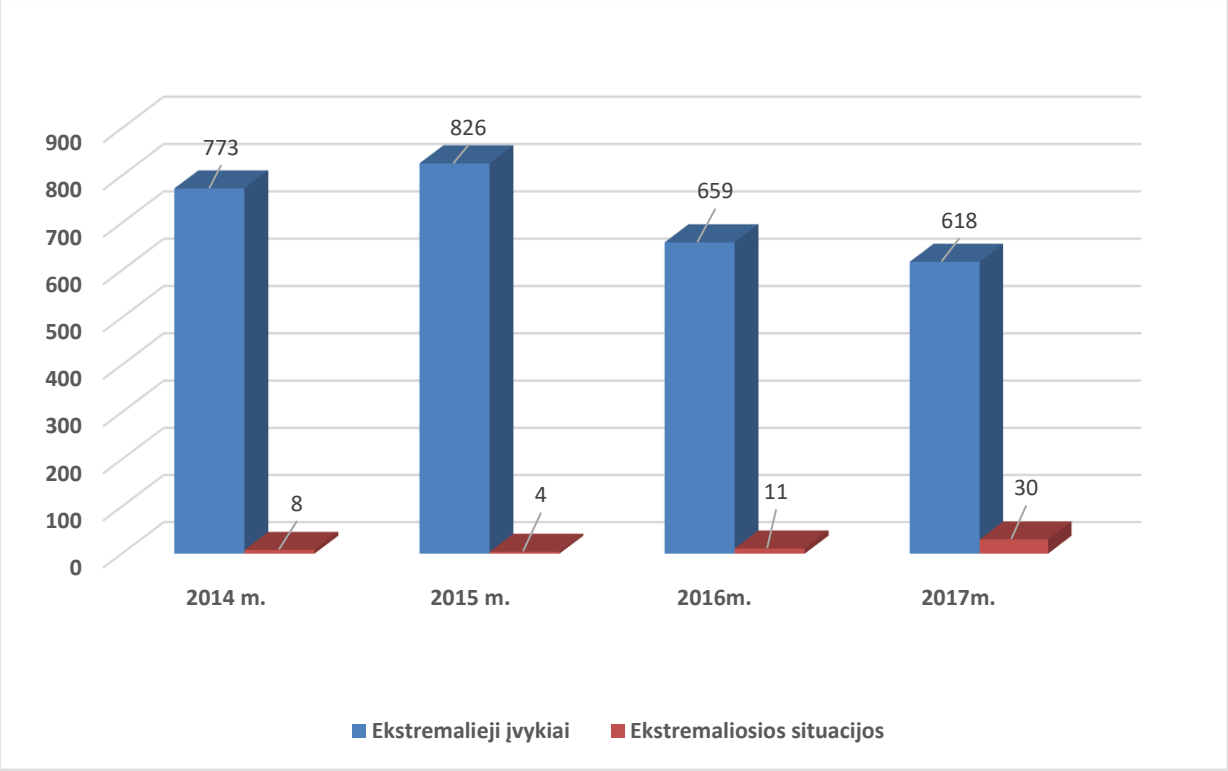
Tyrimo metodai. Norint atskleisti ir ištirti socialinių medijų ypatybes Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme buvo nuspręsta atlikti kiekybinį tyrimą, kuris buvo atliekamas 2019m. kovo mėnesį. Toliau paaiškinsiu kodėl buvo pasirinktas būtent kiekybinis tyrimas ir kodėl jis atskleidė geriausiai šios temos problematika. Vadovaujantis Lietuvos mokslininkės R.Žukauskienės (2008) pagrindinė kiekybinio tyrimo paskirtis yra paaiškinti, aprašyti bei statistiškai pagrįsti esminius objekto požymius, procesus bei apibrėžti požiūrių ir nuomonių įvairovę, reiškinių sąsajų priežastinę vertę, funkcionavimo ypatybes. Kadangi temos problematika buvo aiški iš karto ir nekito viso tyrimo metu, kiekybinis tyrimo modelis buvo pasitelktas be didesnių svarstymų. R. Stake (1995) kiekybinius tyrimus apibūdino kaip statistinius. Šios temos atveju statistiniai duomenys yra labai vertingi ir labai gerai apsprendžia iškeliama problema bei padeda atsakyti į uždavinius bei viso tyrimo tikslą. Kiekybinio tyrimo pasirinkimą lėmė ir tyrimo pasiekiamumo problema, kadangi buvo nuspręsta apklausti įvairių skirtingų ir viena nuo kitos nutolusių Lietuvos Respublikos savivaldybių civilinės saugos skyriaus darbuotojus, nuvažiuoti pas kiekvieną jų, ar jų įstaigas ir atlikti kokybinį tyrimą buvo neįmanoma, todėl tam padėjo pasitelktas kiekybiniuose tyrimuose dažnai naudojamas apklausos metodas. Kiekybino tyrimo pasirinkimą lėmė ir tai, kad „kiekybinis tyrimas leidžia nustatyti ir įvertinti kintamųjų ryšius, remiantis jau suformuotomis, išankstinėmis koncepcijomis ir teorijomis“ (Kardelis, 2002). Taigi kaip ir minėjau tyrimui atlikti buvo pasirinkta struktūrizuota anketinė apklausa. Pasak K.Kardelio (2002) mokslinių apklausų tikslas yra gauti kuo tikslesnę ir informatyvesnę informaciją. Būtent dėl to buvo pasirinkta anketinė apklausa, kurioje buvo 13 uždarų klausimų (žr. 1 priedą). Tyrimo apklausa buvo patalpinta www.apklausa.lt internetiniame puslapyje. Gauti duomenys buvo užkoduoti ir išanalizuoti SPSS programinėje įrangoje ir pateikti diagramomis tyrimo analitinėje dalyje.

Tyrimo pagrindimas. Ištirti buvo pasirinkta būtent Lietuvos Respublikos teritorija, kadangi socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdymo srityje akademinių tyrimų nėra atlikta. Būtent dėl šios priežasties buvo nuspręsta ištirti teritorija, kurioje nėra atlikta tyrimų ir kuri yra geografiškai lengvai pasiekiama. Kadangi Lietuvoje kasmet vis dažniau yra skelbiamos savivaldybės lygio nepaprastosios situacijos dėl įvairių priežasčių pvz. kiaulių gripo, sausrų, potvynių ir tt. ištirti šį sektorių tampa vis svarbiau. Ypatingai svarbu yra tai, jog atlikus tyrimą reikia pateikti pasiūlymus, kurie turėtų padėti naująsias technologijas išnaudoti spręsti įvairias problemines situacijas Lietuvos Respublikos teritorijoje.

Dažniausiai Lietuvoje yra nukenčiama nuo gamtinės kilmės nelaimių:

- Potvynių
- Uraganinio vėjo
- Neįprastai karštų orų
- Šaltų orų periodų
- Liūčių

Pasak „Sveikatos apsaugos ministerijos ekstremalių sveikatai situacijų centro“ pateiktos informacija, pastarąjį dešimtmetį šylant žemės klimatui labai padaugėjo įvairių hidrometeorologinių katastrofų ir kitų gamtos anomalijų, ko pasekoje Lietuvoje nukenčia tūkstančiais žmonių nuo įvairių minėtų nelaimių. Todėl galime teigti, kad Lietuvos nepaprastųjų situacijų valdymo specialistai privalo tinkamai suprasti esamą ir būsimą situaciją (kuri turėtų aštrėti) ir sugebėti naudotis visomis įmanomomis priemonėmis, tarp jų ir socialinėmis medijomis, kad kuo mažiau žmonių nukentėtų nuo nelaimių, kad jie žinotų kaip tinkamai elgtis, kaip reaguoti ir kur ieškoti informacijos iškilus grėsmei. Analizuojama situacija yra svarbi ne tik dabarties atžvilgiu, tačiau ir žvelgiant į ateitį. Tyrimas turėtų padėti susivokti kas yra pilnai neišnaudojama ir kas gali būti keičiama siekiant geresnių rezultatų nepaprastųjų situacijų valdymo srityje. Socialinės medijos pasak įvairių statistinių duomenų yra vis sparčiau naudojamos ir vis lengviau pasiekiamos bet kuriam pasaulio žmogui, todėl būtų apmaudu jų neišnaudoti srityse, kurios gali išgelbėti žmonių gyvybes ir apsaugoti nuo didelių nuostolių.



7 pav. „Ekstremaliosios situacijos ir ekstremalieji įvykiai 2014–2017 m.“ (PAGD, 2018)

Žiūrėdami į statistiką (žr. 7 pav.) matome, jog per metus Lietuvoje vidutiniškai ištinka daugiau nei 600 ekstremalių įvykių ir virš 10 ekstremalių situacijų. Šie skaičiai tokiai mažai teritorijai yra pakankamai dideli, todėl labai svarbu yra žinoti ir bandyti išspręsti kuo daugiau šių situacijų ir sugebėti sumažinti nukentėjusių skaičių iki minimumo.

Tyrimo eiga. Pirmoji tyrimo eigos dalis, buvo nustatyti imtį, kuri reprezentuotų Lietuvos Respublikos savivaldybių Civilinės saugos darbuotojų bendrą nuomonę. Dėl to populiacija yra laikoma Lietuvos Respublikos savivaldybių Civilinės saugos darbuotojų skaičius, kuris pagal mano apskaičiavimus (pagal ĮSAKYMĄ DĖL VALSTYBINĖMS (VALSTYBĖS PERDUOTOMS SAVIVALDYBĖMS) FUNKCIJOMS ATLIKTI LĖŠŲ APSKAIČIAVIMO METODIKOS PATVIRTINIMO)) yra 82 žmonės.

Apskaičiuoti imtį buvo pasirinkta pagal J.Schwarze imties nustatymo formule: $n = \frac{N*1{,}96^2*p*q}{\varepsilon^2(N-1)+1{,}96^2*p*q}$ kur N – populiacijos skaičius, p – teigiama baigties tikimybė (50%), q – neigiama baigties tikimybė (q= 1-p), ε – paklaida (0.05), 1,96 atitinka standartizuoto normaliojo skirstinio 95 % pasikliovimo lygį. Atlikus skaičiavimus gauta, kad imties dydis (n) yra 82. Būtent šis respondentų skaičius gali pilnai reprezentuoti visos populiacijos nuomonę apie pateikiamą problemą. Apklausa buvo sukurta internetinėje platformoje (manoapklausa.lt) (žr. 1 Priedas). Apklausa buvo išsiųsta per elektroninį paštą, pašto adresai buvo rasti oficialiose savivaldybių internetiniuose tinklalapiuose. Laiškai buvo siųsti taip,kad adresatai nematytų vienas kito adresų, taip buvo daroma dėl konfidencialumo. Išsiuntus laiškus paaiškėjo, kad dalis (5 adresai) pašto adresų buvo nurodyti klaidingai, todėl teko skambinti ir bandyti gauti el. Pašto adresus tų savivaldybių darbuotojų.

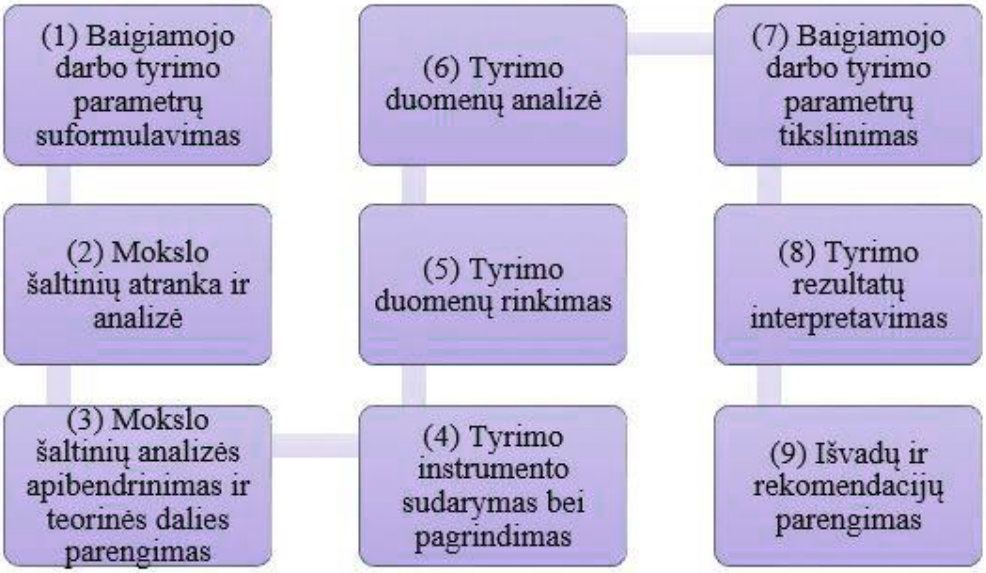
Anketinė apklausa buvo atlikta su Lietuvos Respublikos savivaldybių civilinės saugos darbuotojais. Pasak K.Kardelio (2016) ilgalaikė patirtis rodo, jog respondentams yra svarbu gauti grįžtamąjį ryšį apie tyrimą, todėl siunčiant laiškus buvo nurodyta, jog norint gauti pasiūlymus apie nagrinėjama temą galima bus kreiptis gegužės mėnesį kai darbas bus apgintas ir pristatytas kompentetingai komisijai.

Tyrimo instrumentarijus. Tyrimo metu buvo naudojamas vienas instrumentas – anketine apklausa (žr. 1 priedą). Anketa buvo sudaroma remiantis K.Kardelio (2016) metodologiniais nurodymais ir patarimais. Anketavimas buvo naudojamas ištirti Lietuvos Respublikos savivaldybių Civilinės saugos skyriaus darbuotojų nuomonę ir elgseną apie nepaprastųjų situacijų valdymo savybes naudojant socialines medijas. Anketa susideda iš 13-os klausimų. Klausimai yra suskirstyti į 3 dalis. Pirmoji dalis yra skirta socialinių medijų klausimams užduoti, ko pasekoje išsiaiškinama, kokios socialinės medijos naudojamos ir ar išvis naudojamos, jų patrauklumas ir tt. Klausimams užduoti buvo naudojama ranginė skalė ir kelių variantų pasirinkimo būdas. Pirmasis klausimas yra skirtas sužinoti ar respondentas naudoja socialines medijas savo darbinėje aplinkoje, į klausimą atsakyti buvo duotą du skirtingi

atsakymo variantai. Antrasis klausimas buvo skirtas išsiaiškinti, kokias tiksliai socialines medijas respondentai naudoja savo darbe, todėl buvo panaudota kelių atsakymo variantų pasirinkimo bazė. Trečiasis klausimas prašė reitinguoti pateiktų socialinių medijų naudą nepaprastųjų situacijų valdyme, todėl buvo pasirinkta ranginė skalė nuo 1 iki 5 (labai nenaudinga, nenaudinga, neturiu nuomonės, naudinga ir labai naudinga). Taip pat šiam klausimui buvo skirta vieta respondentui pačiam pateikti atsakymo variantą. Antroji apklausos dalis yra skirta sužinoti socialinių medijų ypatybes nepaprastųjų situacijų valdyme. Klausimai yra paremti teorinėje dalyje pateiktomis mokslininkų mintimis ir hipotezėmis. Klausime apie socialinių medijų panaudojimo metodus buvo naudojama kelių variantų pasirinkimo būdas, kuris tiko labiausiai dėl to, jog panaudojamas metodas gali būti ne vienas. Kitas klausimas buvo skirtas įvertinti socialinių medijų naudojimo nepaprastųjų situacijų valdyme motyvacines priežastis, todėl buvo pasirinkta ranginė skalė (nuo 1 iki 5), ko pasekoje išsiaiškinome, kurios priežastys yra labiau patrauklios, kurios mažiau ir kiek. Kitas klausimas buvo skirtas išsiaiškinti kurie veiksniai yra labiausiai ribojantys socialinių medijų panaudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme, šiam klausimui buvo panaudota 3 variantų ranginė skalė, kadangi reikėjo tikslaus atsakymo, be jokių platesnių išvedžiojimų. Klausimas buvo susijęs su socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme trūkumų, kurie labiausiai prisideda prie neigiamo poveikio nelaimių metu įvertinimo. Anketos 8-asis klausimas kaip ir kiti koreliavo su teorinėje dalyje pateiktomis mintimis ir skambėjo būtent taip: „Kokiose nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo fazėse naudojate socialines medijas ?, todėl klausimui atsakyti buvo sudaryta kelių variantų pasirinkimo bazė. Kuri šiuo atveju leido mums išsiaiškinti, kurie būtent iš pateiktų variantų respondentui yra tinkami. 9-asis ir 10-asis anketos klausimai yra atvirojo tipo, kadangi klausimai buvo sudaryti taip, jog respondentas privalo pateikti savo nuomonę ir savo mintis apie užduodamą klausimą. Trečioji dalis klausimų yra demografiniai klausimai, kurie mums leido daugiau sužinoti apie respondentų lytį, amžių, darbo stažą, kokias pareigas užima. Šie klausimai mums svarbu, nes analizuojant galima lyginti tam tikrų demografinių rodiklių duomenis su teorinėje dalyje pateiktomis mintimis, atrasti tam tikrus dėsningumus ir pastebėti skirtumus pvz. kaip atsako į klausimą vadovas ir kaip specialistas.

Apklausa buvo pateikta tik lietuvių kalba, kadangi pagal Lietuvos Respublikos Valstybės tarnautojų įstatymą viešojo sektoriaus darbuotojai privalo mokėti kalbėti, rašyti ir skaityti lietuviškai.

„Tyrimo organizavimas. Tyrimas buvo atliktas 2019 metų Kovo mėnesį Lietuvos Respublikos teritorijoje, savivaldybių civilinės saugos skyriuose, apklausiant jų darbuotojus. Organizuoti tyrimą buvo pasitelkta internetinė erdvė (kadangi darbo problematika susijusi su informacinėmis technologijomis). Toliau pateiksiu lentelę, kuri paaiškina visą tyrimo organizavimo ciklą.



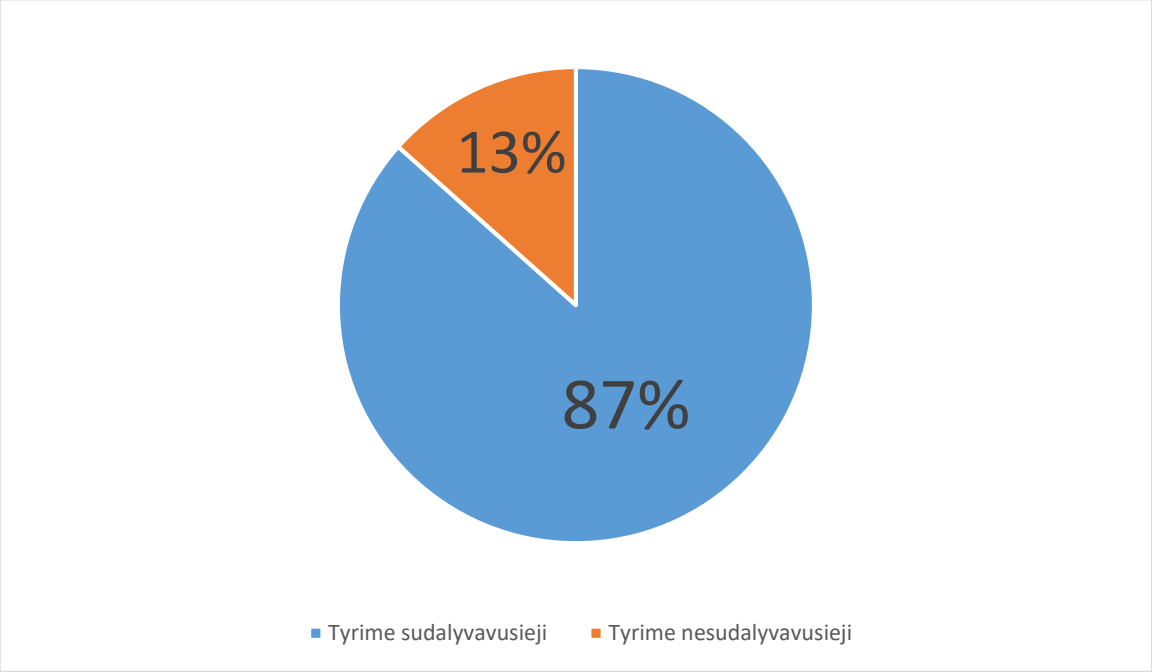
8 pav. „Tyrimo proceso ciklas“ (Žydžiūnaitė, 2012)

Tyrimo etika. Klausimai anketoje buvo pateikti lietuvių kalba, kadangi pagal LR įstatymus darbuotojai dirbantys valstybinėse įmonėse privalo mokėti lietuvių kalbą. Tyrimo metu nuolatos buvo elgiamasi pagal akademinės elgsenos normas. Visi respondentai tyrime dalyvavo savo noru ir nieko neverčiami. Sudarant klausimus nebuvo peršama tam tikra pozicija ar nuomonė. Klausimai nebuvo susiję su asmens politinėmis, religijos ar kitomis vertybinėmis normomis. Klausimai buvo sudaryti taip,kad neįžeistų respondentų, nesugadintų jų orumo. Atsakymai yra griežtai konfidencialūs ir saugūs platinti su akademine veikla susijusiais klausimais. Respondentams nebuvo siūlomas joks atlygis už atsakymus ar kitaip verčiama pildyti apklausą. Informantai galėjo atsakyti į klausimus ne vieną kartą, todėl apklausa nebuvo sunkiai prieinama ar kitaip ribojama.

5. TYRIMO REZULTATŲ ANALIZĖ

Tyrimas vyko 2019m. kovo mėnesį. Tyrimo metu anketinė apklausa buvo išsiųsta 82 savivaldybių civilinės saugos specialistams. Tyrime sudalyvavo 71 respondentas, kuris užpildė anketinę apklausą internetinėje erdvėje. Analizuojant duomenis buvo naudojama IBM SPSS programinė įranga. Tyrimo rezultatų analizė buvo atlikta aprašomuoju metodu, palyginamuoju metodu su teorinėje medžiagoje teigiamomis tezėmis, tikrinamas atsakymų patikimumas.

Pradžioje turime išsiaiškinti **grįžtamąjį ryšį**, kuris yra svarbus, kadangi tyrimo imtis tapo ne reprezentatyvi, nes turėjo atsakyti visi 82 Lietuvos Respublikos savivaldybių civilinės saugos darbuotojai, tačiau atsakė 71 respondentas. Toliau pateiksiu diagramą (žr. 9 pav.), kurioje matysime procentinę dalį atsakiusiųjų į anketinę apklausą ir tokiu būdu pamatysime grįžtamąjį ryšį vaizdinėje medžiagoje pateikiant atsakymus procentine dalimi. Vis dėl to labai didelė dalis 87% respondentų atsakė į anketos užpildymo užklausą. Tačiau 13% į anketą neatsakė, nors anketa buvo siunčiama pagal visas tyrimo metodologijos taisykles, naudojant kelis priminimo etapus ir tt.

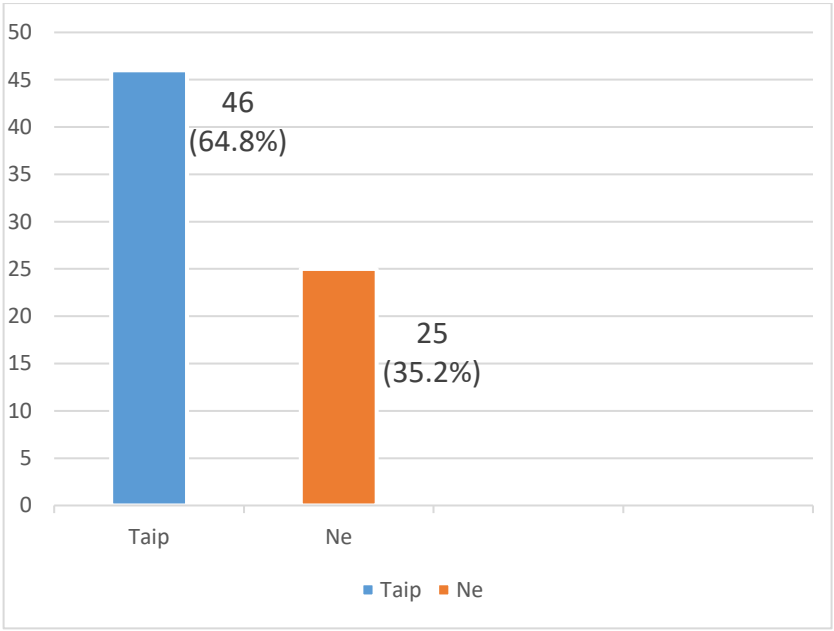


9 pav. „Tyrimo respondentų grįžtamasis ryšis“

Socialinių medijų klausimai. Pirmojoje empirinio tyrimo dalyje buvo užduoti anketiniai klausimai apie socialines medijas, ar jos yra naudojamos Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme, kokios platformos yra naudojamos, buvo prašoma įvertinti kiekvienos iš pateiktų iš platformų naudą darbinėje veikloje. Šioms problemoms sužinoti buvo panaudoti uždari klausimai su variantų pasirinkimais. Klausimai buvo sudaryti taip, kad galima būtų patvirtinti teorinėje dalyje keliamas hipotezes ir mokslininkų padarytų išvadų patvirtinimui.

Socialinių medijų naudojimas Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme. Pirmuoju klausimu buvo siekta išsiaiškinti ar civilinės saugos darbuotojai (n=71) nepaprastųjų situacijų valdyme naudoja socialines medijas (žr. 10 pav.). Tyrimas atskleidė, kad didžioji dauguma respondentų (n=46) savo darbinėje veikloje naudoja socialines medijas, tai reiškia, kad net 64.8% civilinės saugos darbuotojų savo darbui naudoja socialines medijas, kas patvirtina darbo įvade išsikeltą hipotezę, jog dauguma Lietuvos Respublikos civilinės saugos institucijų darbuotojų naudoja socialines medijas savo darbe. Tyrimo metu buvo atskleista, jog 35.2% (n=25) respondentų nenaudoja socialinių medijų savo darbinėje veikloje. Dėl šių galimų atsakymų kiekio buvo sukurtas papildomas klausimas, kuris prašė trumpai atsakyti **kodėl respondentų organizacijoje nėra naudojamos socialinės medijos darbinėje veikloje.** Patys populiariausi atsakymai, kurie leido susidaryti nuomonę, kodėl tam tikri respondentai nenaudoja socialinių medijų yra šie:

- „Dauguma yra vyresni. Todėl, kad personalas nežino kaip naudotis , trūksta žinių, reikalingi apmokymai" (red.aut.)
- „Kol kas neturime gairių kaip tikslingai naudoti soc. Medijas"
- „Naudojame savivaldybės internetinį portalą."
- „Nėra būtinybės."



10 pav. „ Respondentų pasiskirstymas pagal socialinių medijų naudojimą darbinėje veikloje"

Tyrimo rezultatai parodė, kad vyr. specialistai mažiau naudoja socialines medijas nei vedėjai savo darbinėje veikloje (žr. 3 lentelę). Iš 51 vyr.specialisto, tik 32 (59.4%) savo darbinė veikloje naudoja socialines medijas, kai tuo tarpu iš 7 vedėjų, net 5 (71.4%) taiko socialines medijas nepaprastųjų situacijų valdyme. Galime daryti išvadą, kad žmonės, kurie turi daugiau atsakomybių ir karjeroje yra ant aukštesnio laiptelio yra labiau linkę palengvinti ir tobulinti savo darbinę veiklą naudojant naująsias

technologijas. Kitą vertus, apskaičiavus Chi kvadratą gavome, jog p=0,65 , ko pasekoje, galime teigti, kad empirinio ir teorinio skirstinių skirtumas nėra reikšmingas, todėl vienareikšmiškai teigti, kad rezultatai yra priklausomi vienas nuo kito negalime. Taigi, atsakymą galime suprasti tik hipotetiškai.

3 lentelė „Vyr.specialistų ir vedėjų pasiskirstymas pagal socialinių medijų naudojimą darbinėje veikloje“

Pareigos	Ar Jūs vartojate socialines medijas savo darbinėje veikloje ?	
	Taip	Ne
Vyr. Specialistas	32	19
Vedėjas	5	2

Sudaryta autoriaus.

Tyrimo metu buvo nustatyta (žr. 4pav.), kad daugiausiai procentaliai savo darbinėje veikloje socialines medijas naudoja respondentai (80%), kurie turi 11-20 metų stažą, kiek mažiau nepaprastųjų situacijų specialistų (66.6%),kurie turi iki 5 metų stažą naudoja socialines medijas, (65.7%) respondentų naudoja socialines medijas, kurie turi 6-10 metų darbo stažą ir 53.8% respondentų, kurie naudoja socialines medijas turi 20 metų ir daugiau darbo stažą. Iš šių tyrimo rezultatų galime daryti išvadą, žmonės, kurie turi pakankamai dideli darbo stažą yra tikrai linkę naudoti socialines medijas, tačiau vyresni (senesnės karto nepaprastųjų situacijų valdymo specialistai) yra ta karta, kurie yra mažiausiai naudojantis socialines medijas savo darbinėje veikloje. Iš lentelės matome, kad mažiausiai darbinės patirties turintys specialistai yra labai stipriai naudojantis socialines medijas, galime daryti prielaidą, kad tai yra jaunesni žmonės, kurie socialines medijas stipriai naudoja ir kasdienėje veikloje.

4 lentelė „Respondentų pasiskirstymas pagal darbo stažą ir socialinių medijų naudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme“

Amžius	Ar Jūs vartojate socialines medijas savo darbinėje veikloje ?	
	Taip	Ne
Iki 5m.	12	6
6-10m.	23	12
11-20m.	7	6
20m. ir daugiau	4	1

Sudaryta autoriaus.

Socialinės medijos naudojamos Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme. Nuo šio etapo liko ne 71 respondentas, bet 46, kurie atsakė jog naudoja socialines medijas savo darbinėje

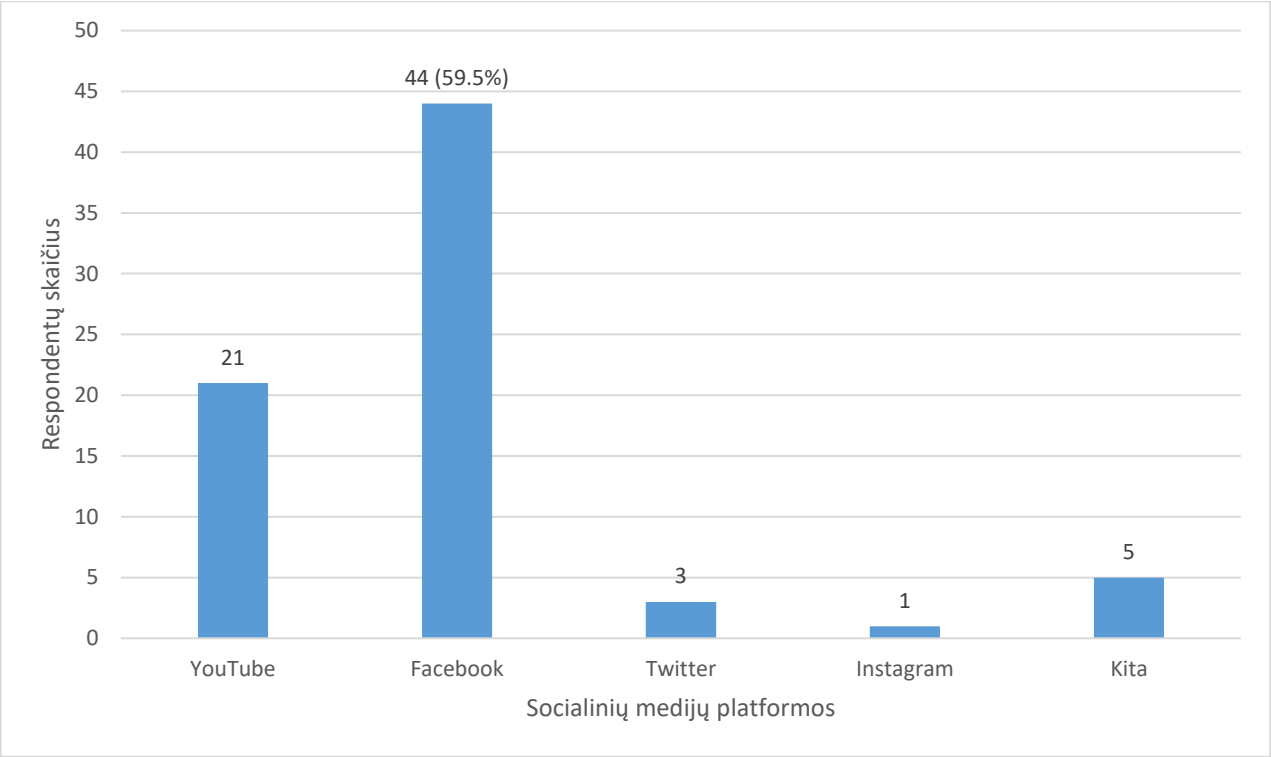
veikloje. Antruoju socialinių medijų klausimu buvo siekiama išsiaiškinti respondentų (n=46) naudojamas socialines medijas jų darbinėje veikloje (žr. 11pav). Tyrimo rezultatai pagrindė išsikeltą hipotezę, kad Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme labiausiai naudojama yra „Facebook“ socialinės medijos platforma, kuri kaip buvo nagrinėta teorinėje medžiagoje yra plačiausiai naudojama socialinė medija pasaulyje (žr. 4 pav. 32psl).

Daugiau nei pusė visų apklaustųjų (n=44), t.y. 59.5% respondentų naudoja populiariausią pasaulyje socialinę mediją „Facebook“. Kuris pasak teorinėje dalyje nagrinėtos medžiagos leidžia kurti profilius, gauti bei dalintis įvairia informacija (nuotraukomis, vaizdo bei garso įrašais ir tt.), yra galimybė rinkti duomenis, sudaryti žemėlapio vaizdinį turinį ir tt. (Dean, 2014).

Kiek mažiau 28.4% (n=21) respondentų teigia, jog savo darbinėje veikloje naudoja „Youtube“ platformą, kuri nepaprastųjų situacijų valdyme patraukli tuo, jog turi didelį sekėjų ratą ir leidžia skleisti vaizdo įrašus, kurie gali būti neribojama laiką tinkle, dažniausias būdas išnaudoti „YouTube“ nepaprastųjų situacijų valdyme yra mokomųjų vaizdo įrašų talpinimas, situacijos paaiškinimas nelaimės metu ir tt.

6.8% respondentų (n=5) pasirinko atsakymo variantą *kita* ir visi nurodė tą patį kitokį pasirinkimą „Savivaldybės internetinis puslapis“. Šiuo atveju galime neužskaityti atsakymų, kadangi savivaldybės internetinis puslapis nėra socialinė medija.

Tyrimas parodė, jog tik 4.1% (n=3) respondentų pasirinko atsakymo variantą, kuriame teigia, kad savo darbinėje veikloje naudoja Instagram socialinį tinklą. Tai pakankamai keista, kadangi „Instagram“ šiuo metu yra nuolatos vis labiau populiarėjanti ir vis daugiau galimybių turinti socialinė medija. Pagal teorine medžiagą visame pasaulyje plačiausiai naudojama socialinė medija nepaprastųjų situacijų valdyme „Twitter“ Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme visiškai nesusilaukia dėmesio ir tik vienas respondentas (1.4%) teigia, jog darbe naudoja „Twitter“ platformą. Vis gi, negalime sakyti, jog tai yra labai keista, kadangi lyginant Lietuvos ir užsienio valstybių „Twitter“ vartojimą, matome,jog šis socialinis tinklas nėra toks populiarus Lietuvoje kaip „Facebook“ ar „Instagram“ (Kantar TNS, 2018). Taigi tyrimo rezultatai parodė, kad Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdymas naudojantis socialinėmis medijomis remiasi beveik vien „Facebook“ socialiniu tinklu, retkarčiais papildant jį „YouTube“ vaizdo įrašų talpinimo platforma.



11 pav. „Respondentų naudojamos socialinių medijų platformos darbinėje veikloje“

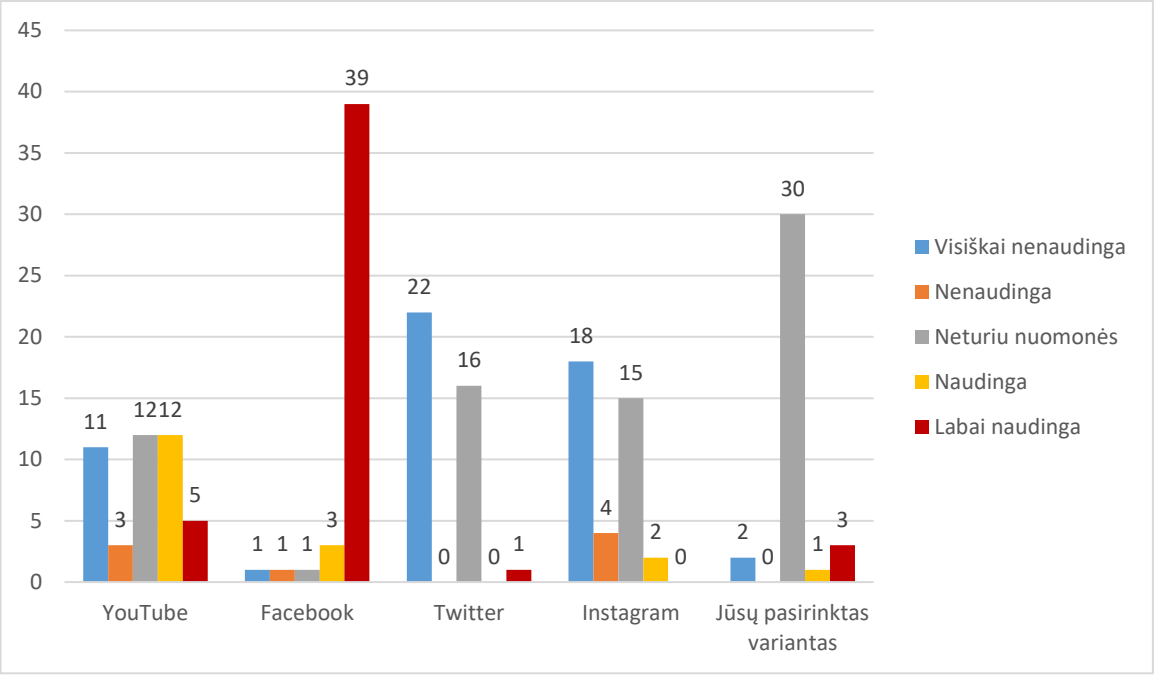
Pateiktų socialinių medijų nauda Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme. Trečiasis socialinių medijų klausimas buvo skirtas išsiaiškinti respondentų (n=46) nuomonę, kiek naudingos yra pateiktos socialinės medijos jų dirbamame darbe (savivaldybės civilinės saugos skyriuje arba atsakingų už tai asmenų) (žr. 12 pav.).

Tyrimas parodė, jog 25.6% (n=11) respondentų mano, kad „YouTube“ socialinė medija yra *visiškai nenaudinga* jų darbe, atitinkamai 7% (n=3) apklaustųjų pateikė atsakymus, kad ši platforma yra *nenaudinga*. Beveik trečdalis (n=12) respondentų *neturėjo nuomonės* apie „YouTube“ nauda nepaprastųjų situacijų valdyme. Tiek pat respondentų (n=12) teigia, jog ši platforma yra *naudinga* jų darbe ir 11.6% (n=5) respondentų pateikė atsakymą, kad ši platforma yra *labai naudinga* jų darbe. Remiantis teorinę medžiagą (Pittman, 2012) matome, jog „YouTube“ platforma turi daugybę būdų kaip galima ją išnaudoti nepaprastųjų situacijų valdyme pvz.mokomųjų vaizdo įrašų talpinimas, tiesioginių transliacijų iš įvykio vietos darymas, įvairių prevencinių priemonių platinimas vaizdo įrašais, „influencer‘ių“ auditorijos išnaudojimas skleidžiant informaciją ir idėjas ir kt. Dėl šios priežasties galime teigti, kad atsakiusių respondentų didžioji dalis (n=24) nėra tinkamai susipažinę su šio tinklo savybėmis bei galimybėmis, kurios leidžia labai išplėsti ir patobulinti nepaprastųjų situacijų valdymą, ypatingai prevencijos nepaprastųjų situacijų ciklo valdymo periodu.Vis dėl to, dalis respondentų (n=17) teigia, kad „YouTube“ jų darbe yra *naudinga* arba *labai naudinga platforma*, kas yra sveikintina, kadangi platforma turinti tiek galimybių privalo būti išnaudojama ir remiantis geriausiomis pasaulio praktikomis ji yra puikiai naudojama JAV ir kitose valstybėse.

Kadangi iš tyrimo tapo aišku, kad „Facebook“ yra populiariausia ir dažniausiai naudojama socialinė medija Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme (žr. 11pav.), nei kiek nestebina ir rezultatai atsispindi respondentų nuomonėje apie platformos naudą jų darbe, net 86.7% (n=39) visų respondentų teigia, kad šis socialinis tinklas yra *labai naudingas,* taipogi 6.7% (n=3) respondentų mano, jog „Facebook“ yra *naudinga* platforma jų darbe. Atitinkamai po vieną respondentą pasiskirstė visi likę atsakymai, t.y. *neturiu nuomonės, nenaudinga* ir *visiškai nenaudinga.* Žvelgiant į rezultatus galime teigti, kad pastarieji respondentai buvo pateikę atsakymą, kad jie savo darbinėje veikloje naudoja savivaldybės internetinį portalą ir su „Facebook“ tikriausiai neturi nieko bendro. Vėl gi, remiantis teorinės medžiagos duomenimis, dažniausiai „facebook“ nepaprastųjų situacijų specialistų yra naudojamas kaip įrankis skleisti tam tikrą informaciją, darant dažnus įrašus, keliant nuotraukas, keliant situacijos atnaujinimus, ko pasekoje galima spręsti klaidinančios informacijos platinimo problemas ir pateikti tikslią bei tinkamą informaciją. „Facebook“ taip pat naudojamas kaip erdvė tyrinėti įvairius komentarus, nuotraukas ir kitą medžiagą, kas suteikia galimybę susidaryti nuomonę apie situaciją, pakeisti nelaimės valdymo strategiją arba numatyti reikalingus išteklius. Pastaruoju metu vis dažniau yra pasiremiama „Facebook“ milžiniškais ir greitais serveriais, kadangi institucijų puslapiai dažnai lūžta nuo lankytojų antpludžio (Rosenbloom, 2017). Kadangi matome, jog „Facebook“ turi vienas didžiausių galimybių socialinių medijų pasaulyje naudojant jas nepaprastųjų situacijų valdyme, nenuostabu, jog ir Lietuvoje šis tinklas yra ypatingai mėgstamas ir nepaprastųjų situacijų specialistai mūsų tyrimo metu įvardija jį kaip *labai naudingą*.

Žvelgdami į tyrimo rezultatus matome, didžiosios daugumos respondentų teigia, kad tiek „Twitter“ tiek „Instagram“ yra *visiškai nenaudingos* arba *nenaudingos* platformos (*visiškai nenaudinga* „Twitter“ (n=22), „Instagram“ (n=18), *nenaudinga* – „Instagram“ (n=4)). Taip pat didelės dalys respondentų *neturėjo nuomonės (*„Twitter“ (n=16), „Instagram“ (n=15)). Vos vienas respondentas t.y. 2.6% visų apklaustųjų teigė, jog „Twitter“ yra *labai naudinga* socialinė medija, atitinkamai „Instagram“ susilaukė 2 respondentų nuomonės, jog platforma yra *naudinga.* Pastarieji rezultatai yra labai stebinantys, kadangi nagrinėdami teorinę dalį (Chaffey 2018, Pew Research Center 2018, Lucia 2015) matome,kad šie tinklai yra vieni populiariausių socialinių medijų horizonte ir atitinkamai „Twitter“ vakarų valstybių praktikoje yra labiausiai naudojamas socialinis tinklas, kuris pasižymį ypatingai greita informacijos sklaida, galimybe dalintis informacija bei rinkti informacija apie nelaimę, ko pasekoje ši socialinė medija yra išnaudota daugybėje didžiulio mąsto tragedijose kitų pasaulio valstybių praktikose. Tyrimas parodė, jog 30 respondentų (83.3%) *neturi nuomonės* apie tai ar pasirinktas variantas yra naudingas jų darbe (taip atsakė žmonės,kurie neparašė kito pasirinkimo). 2 respondentai (5.6%) teigė, jog tai yra *visiškai nenaudinga*, 1 respondentas (2.8%) pasirinko atsakymo variantą *naudinga* ir 3 (5.2%)

respondentai,mano jog savivaldybių puslapiai yra *labai naudinga* socialinė medija (nors ji ir nėra socialinė medija) jų darbinėje veikloje.



12 pav. „Respondentų atsakymai, kiek pateiktos socialinės medijos yra naudingos jų darbe“

Socialinių medijų Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme klausimai. Antroji anketos dalis yra skirta išsiaiškinti respondentų (n=71) pasiskirstymą ir nuomonę pagal tai, kokius socialinių medijų panaudojimo metodus nepaprastųjų situacijų valdyme taiko savo darbe, kaip vertina socialinių medijų naudojimo nepaprastųjų situacijų valdyme motyvacines priežastis, kaip vertina socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme trūkumus, kokiose nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo fazėse naudoja socialines medijas. Šio tyrimo pagrindimui buvo pasitelkta 5 uždari anketiniai klausimai su pateiktais variantais bei 2 atviri klausimai, kurių dėka buvo sužinotą kokios yra priežastys, kodėl nėra naudojamos socialinės medijos organizacijoje ir kokia ateitis, pasak respondentų, laukia socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme.

Socialinių medijų panaudojimo metodai nepaprastųjų situacijų valdyme. Tyrimo metu buvo siekiama išsiaiškinti respondentų (n=46) pasiskirstymą, pagal tai, kokiems metodams taikyti yra naudojamos socialinės medijos nepaprastųjų situacijų valdyme (žr. 13 pav.).

Tyrimas parodė, kad dažniausiai naudojamas socialinių medijų panaudojimo metodas Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme yra *aktyvus socialinių medijų turinyje matomų duomenų stebėjimas*, kurį pasirinko 19.5% respondentų (n=34). Tyrimo atsakymai patvirtina teorinėje dalyje aptartas mokslininkų mintis (Space and Naval Warfare Systems Center Atlantic 2013, Currie 2009, Graham ir kiti 2015, Tapia ir kiti 2013), kuriomis buvo teigiama, kad vienas pagrindinių ir svarbiausių socialinių medijų panaudojimo būdų nepaprastųjų situacijų valdyme yra būtent aktyvus duomenų stebėjimas, jų analizavimas ir vėliau taikymas sprendimams priimti.

17.8% respondentų (n=31) nurodė, kad savo darbinėje veikloje jie *sukuria socialinių medijų profilius, kuriuos naudoja nepaprastųjų situacijų valdyme*. Iš atsakymo matome, kad Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdymo institucijos yra ne tik stebėtojos socialinėse medijos, tačiau bando ir aktyviai dalyvauti ir sukuriant savo profilius siekti pilno socialinių medijų išnaudojimo.

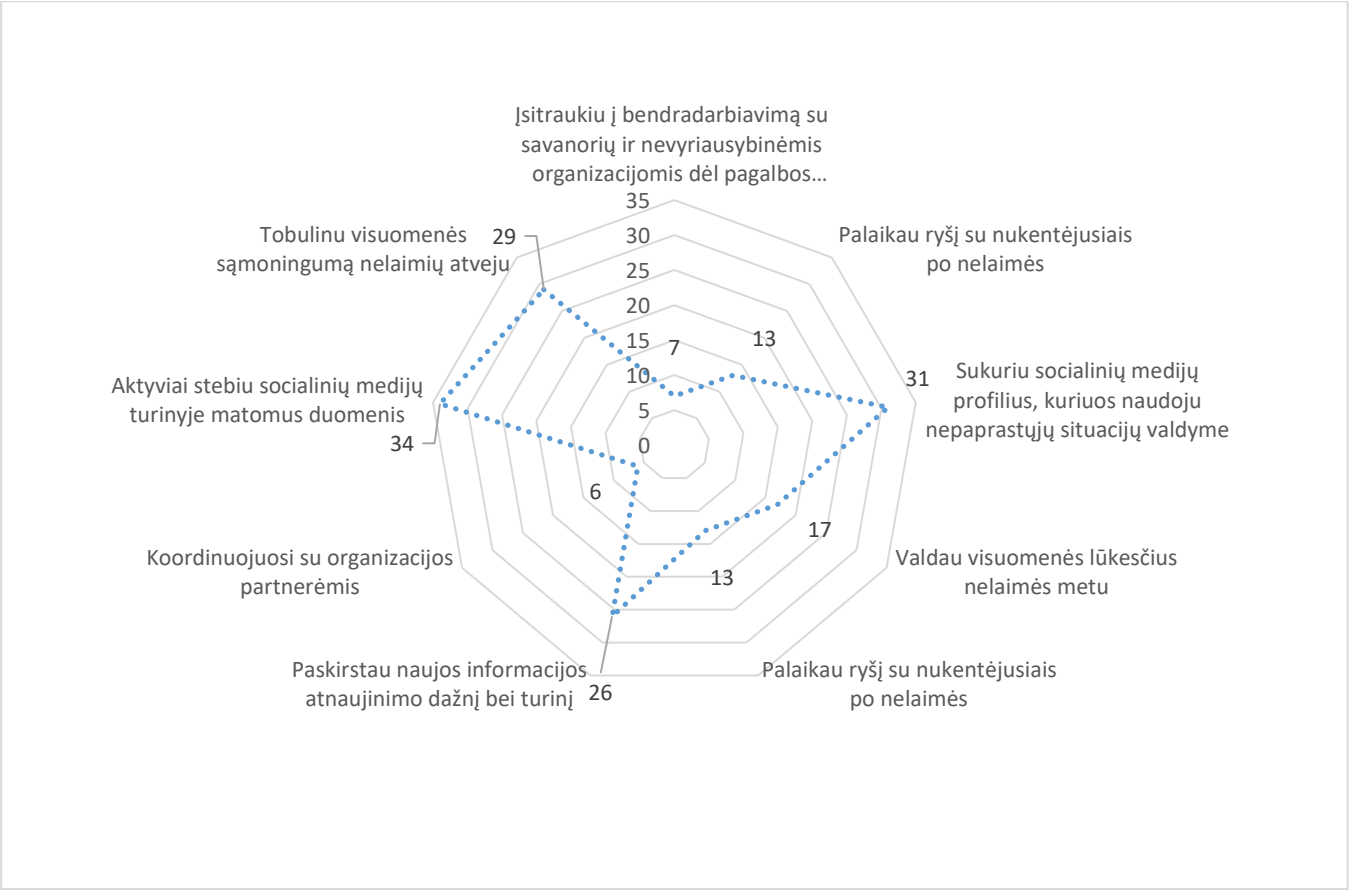
Tyrimo metu buvo nustatyta,kad 16.5% respondentų (n=29) *tobulina visuomenės sąmoningumą nelaimių atveju*, tai atliepia, kad socialinėmis medijomis yra bandoma pateikti teisingą informaciją apie nelaimę ir kaip joje reikia elgtis, ko pasekoje nelaimės atveju turėtų mažėti stresas, nebūti didelės panikos ir prisidėti prie nukentėjusių mažėjimo.

14.9% respondentų (n=26) apklausos metu pasirinko atsakymą, kad savo darbe socialinių medijų pritaikymo metodą naudoja tokį: *paskirstau naujos informacijos atnaujinimo dažnį bei turinį*. Vėl gi, tai mums parodo, kad civilinės saugos institucijos nėra tik stebėtojos, tačiau savo veikloje ir naudoja tam tikrą sistemą informacijos platinimo bei jos turinio.

Beveik dešimt procentų respondentų (n=17) tyrimo metu teigė, kad socialinėmis medijomis *palaiko ryšį su nukentėjusiais po nelaimės*, tai atliepia, kad teorinėje medžiagoje (Space and Naval Warfare Systems Center Atlantic 2013, Haataja ir kiti 2014, Hughes ir Palen 2009) pateiktos mintys yra išpildomos ir nepaprastųjų situacijų valdytojai atkūrimo periodu susiduria su nelaimėje nukentėjusiais ir bando bendrauti bei tikriausiai aiškinti kokios procedūros seka toliau ir kaip lengviau įveikti susidariusią situaciją.

4% respondentų (n=7) tyrimo metu teigia, jog socialines medijas jie naudoja *įsitraukti į bendradarbiavimą su savanorių ir nevyriausybinėmis organizacijomis dėl pagalbos nelaimės metu*. Šis atsakymas patvirtina teorinėje medžiagoje pateikiamas mintis, kad nepaprastųjų situacijų valdymo institucijos turi galimybę paprašyti žmogiškųjų išteklių pagalbos sprendžiant nelaimes, taip pat gali būti prašoma ir materialinės pagalbos (pvz. generatorių, sunkvežimių ir tt.) (Sutton ir kiti, 2008).

Tyrimas parodė, kad 3.4% respondentų (n=6) socialinėmis medijomis *koordinuojasi su organizacijos partnerėmis*, kas taip pat patvirtina, jog labai dažnai socialinės medijos yra naudojamos vienokiai ar kitokia informacijai gauti, skleisti ar bendradarbiaujanti dalintis. 2.9% respondentų (n=5) pasirinko atsakymą *nustato veiklos kryptis,* 2.3% respondentų (n=4) teigia,kad *taiko operacijų valdymo konceptą,* 1.1% respondentų (n=2) tyrime pateikė atsakymą, jog savo darbinėje veikloje naudodami socialines medijas jie *tobulina strateginį planą remiantis socialinių medijų informacija* (žr. 5 priedą).



13 pav. „Respondentų pasiskirstymas pagal metodus, kuriems taikyti naudoja socialines medijas nepaprastųjų situacijų valdyme“

Socialinių medijų naudojimo nepaprastųjų situacijų valdyme motyvacinės priežastys. Tyrimo metu buvo siekiama išsiaiškinti respondentų (n=46) pasiskirstymą, pagal tai, kaip įvertino socialinių medijų naudojimo nepaprastųjų situacijų valdyme motyvacines priežastis (žr. 14 pav.).

Su teiginiu, jog „lengvai galima pasiekti tikslinę auditoriją“ tyrimo metu 56.5% respondentų (n=26) *visiškai sutiko*, 37% respondentų (n=17) *sutiko* su teiginiu, 4.3% respondentų (n=2) *neturėjo nuomonės*, 2.2% respondentų (n=1) *nesutiko* su šiuo teiginiu. Šie tyrimo rezultatai įrodo, teorinėje dalyje aprašytas socialinių tinklų svarbiausias savybes ir įvairius panaudojimo būdus, tokius kaip tikslinės auditorijos pasirinkimas pagal amžių, vietą, lytį ir kitus punktus (A.Dean 2014).

Teiginys „informacijos sklaida yra labai greita“ susilaukė tokių nuomonių: *visiškai sutinku* - 74.5% respondentų (n=35), *sutinku* – 23.4% respondentų (n=11) ir 2.1% respondentų (n=1) *nesutiko* su teiginiu.

Su teiginiu, jog socialinėse medijose „labai didelis kasdienių vartotojų srautas“ 44.7% respondentų (n=22) *visiškai sutiko*, 37% respondentų (n=17) *sutiko,* 13% respondentų (n=6) *neturėjo nuomonės*, 2.2% respondentų (n=1) *nesutiko*. Remiantis teorinėje dalyje aptarta socialinių tinklų statistinę medžiaga rezultatas nenustebino, pvz. net 74% Facebook vartotojų kasdien vartoja šį socialinį tinklą, kas yra

milžiniški skaičiai. Todėl šis teiginys praktikoje neabejotinai yra teisingas, tačiau tikriausiai dėl informacijos trūkumo respondentai neatsakė šimtu procentu, jog teiginys visiškai teisingas.

Su teiginiu, jog naudojant socialines medijas „norint pasiekti žmones per programėles nereikia naujų apmokymų“ 43.5% respondentų (n=20) *visiškai sutiko*, 37% respondentų (n=17) *sutiko,* 15.2% respondentų (n=7) *neturėjo nuomonės*, 4.3% respondentų (n=2) *nesutiko*. Teorinėje medžiagoje (Al-Akkad ir Zimmerman 2012, Agarwal ir Prasad 1998) teigia, jog socialinės medijos yra patrauklios būtent dėl to, kad norint pasiekti per jas įvairius žmones nereikia naujų apmokymų, kadangi žmones programėles naudoja kiekvieną dieną savo įprastame gyvenime. Būtent tai ir įrodo 39 respondentai, kurie pasirinko atsakymo variantus *sutinku* arba *visiškai sutinku*, tai atliepia,kad būtent lengvas priėjimas prie žmonių yra motyvacinė priežastis naudoti socialinių medijų platformas.

Teiginys „informacija gali būti pateikiama įvairia forma“ respondentų (n=71) buvo atsakytas tokiomis proporcijomis: 56.5% respondentų (n=26) *visiškai sutiko,* 37% respondentų (n=14) *sutiko,* 11.1% respondentų (n=5) *neturėjo nuomonės,* nei vienas respondentas (n=0) *nesutiko* arba *visiškai nesutiko.* A.Dean (2014) P.Gil (2018) ir S. O‘Neill (2018) aprašydami socialines medijas pateikia įvairias formas informacijos, kuriomis galima manipuliuoti naudojantis platformomis, dažniausiai yra minimos nuotraukos, vaizdo įrašai, tekstiniai pranešimai ar garso įrašai. Tyrimo rezultatai patvirtina mokslininkų pateikiamą informacija ir įrodo, kad šis socialinių medijų privalumas yra viena iš priežasčių kodėl yra naudojamos socialinės medijos nepaprastųjų situacijų valdyme.

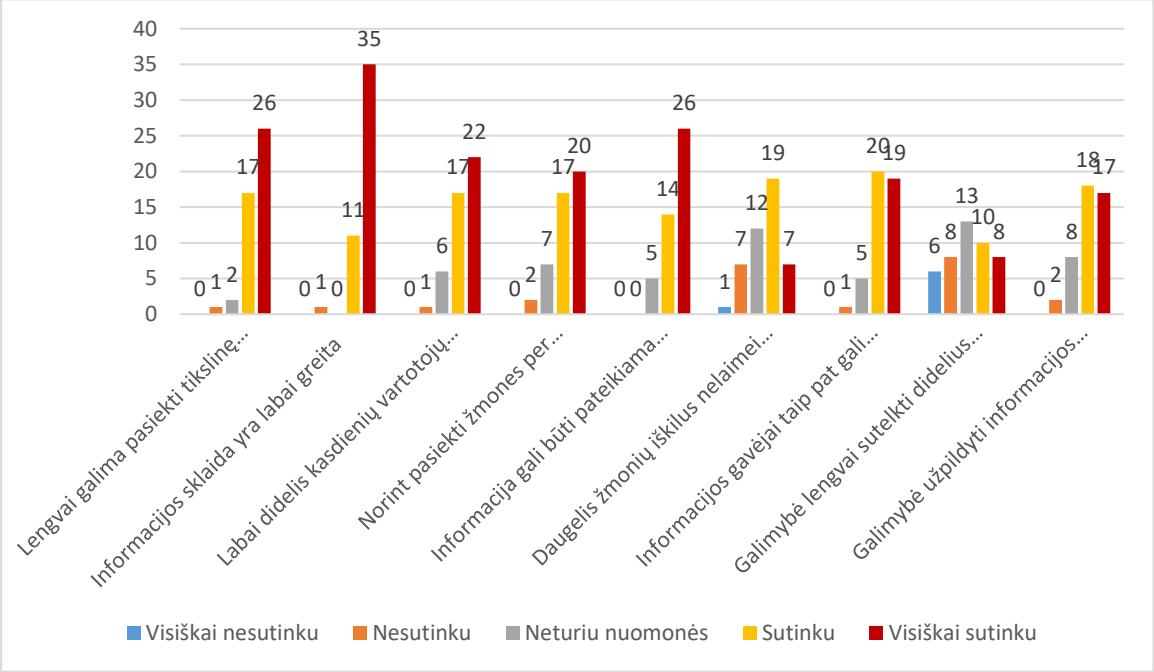
Su teiginiu, jog „daugelis žmonių ištikus nelaimei pirmiausia įsijungia socialines medijas“ 15.2% respondentų (n=7) *visiškai sutiko,* 41.3% respondentų (n=19) *sutiko,* 26.1% respondentų (n=12) *neturėjo nuomonės,* 15.2% respondentų (n=7) *nesutiko,* 2.2% respondentų (n=1) *visiškai nesutiko*. Mokslininkų sutinka, jog daugelis žmonių esant krizinei situacijai įsijungia socialinius tinklus ieškodami ten informacijos apie nelaimę (Latonero & Shklovski, 2011; Reuter ir kiti, 2012; Sutton ir kiti, 2008). Taigi tyrimas iš dalies atliepia teoretikų pateikiamas išvadas.

Teiginys „informacijos gavėjai taip pat gali tapti ir platintojais“ susilaukė tokių atsakymų 42.2% respondentų (n=19) *visiškai sutiko,* 44.4% respondentų (n=20) *sutiko,* 11.1% respondentų (n=5) *neturėjo nuomonės,* 2.2% respondentų (n=1) *nesutiko*. Šie tyrimo rezultatai patvirtina, kad socialinė medija palengvina bet koki dviejų krypčių bendradarbiavimą tarp vartotojų tam tikrose platformose, ko pasekoje informacijos gavėjas turi galimybę tapti informacijos platintoju, kas yra labai svarbu ir gerai nepaprastosios situacijos metu norint pasiekti didelį srautą žmonių (Currie, 2009).

Su teiginiu, jog socialinės medijos suteikia „galimybę sutelkti didelius būrius savanorių“ 17.8% respondentų (n=8) *visiškai sutiko,* 22.2% respondentų (n=10) *sutiko,* 28.9% respondentų (n=13) *neturėjo nuomonės*, 17.8% respondentų (n=8) *nesutiko*, 13.3% respondentų (n=6) *visiškai nesutiko*. Žiūrėdami į

13 paveikslą, matome, kad tik 7% socialines medijas naudoja pasitelkti savanorius, todėl nenuostabu, jog tik mažiau nei pusė respondentų, mano kad šis teiginys yra viena iš motyvacinių priežasčių.

Teiginys „galimybė užpildyti informacijos trūkumus skleidžiant informaciją per kitus šaltinius“ susilaukė tokių respondentų atsakymų: 37.8% respondentų (n=17) *visiškai sutiko*, 40% respondentų (n=18) *sutiko,* 17.8% respondentų (n=8) *neturėjo nuomonės*, 4.4% respondentų (n=2) *nesutiko*. Kaip jau minėjome, teorinėje dalyje visi mokslininkai patvirtina, kad pagrindinis būdas naudoti socialines medijas yra informacijos bei komunikacijos tikslais, todėl tyrimo rezultatai nestebina ir patvirtina mokslininkų teiginius (Currie 2009, United States National Science and Technology Council Subcommittee on Natural Disaster Reduction 2000, Haataja ir kiti, 2014).



14 pav. „Respondentų pasiskirstymas, pagal tai, kaip įvertino socialinių medijų naudojimo nepaprastųjų situacijų valdyme motyvacines priežastis“

Veiksniai labiausiai ribojantis socialinių medijų panaudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme. Tyrimo metu buvo siekiama išsiaiškinti respondentų (n=46) pasiskirstymą, pagal tai, kaip įvertino veiksnius labiausiai ribojančius socialinių medijų panaudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme (žr. 15 pav.).

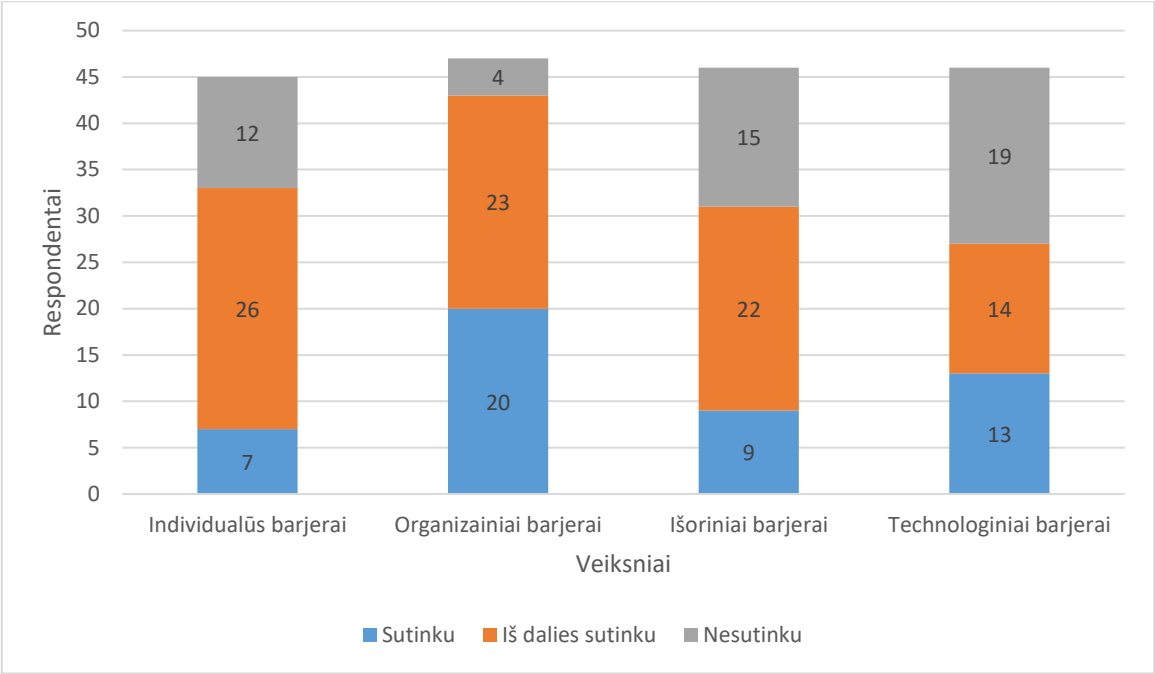
15.6% respondentų (n=7) *sutiko*, 57.8% respondentų (n=26) *iš dalies sutiko,* 26.7% respondentų (n=12) *nesutiko,* jog „individualūs barjerai“ yra veiksnys, kuris riboja socialinių medijų naudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme. Individualūs barjerai – dažnai nepaprastųjų situacijų vadybininkai turi per mažai patirties ir žinių socialinių medijų srityje, kadangi dirba nuo seno, kai šios sistemos nebuvo naudojamos.

Dažnai specialistai neturi daug laiko tobulintis ir mokytis naujų sistemų (M.Haataja ir kiti, 2016). Tyrimas iš dalies įrodė, kad būtent individualūs barjerai riboja socialinių medijų naudojimą.

42.6% respondentų (n=20) *sutiko*, 48.9% respondentų (n=23) *iš dalies sutiko, 8*.5% respondentų (n=4) *nesutiko,* jog „organizaciniai barjerai“ yra veiksnys, kuris riboja nepaprastųjų situacijų specialistus nuo socialinių medijų naudojimo. Organizaciniai barjerai – yra trūkumas darbo jėgos, politikos ir kitų gairių tinkamui organizavimui. Yra didžiulis trūkumas sąmoningumo ir supratimo kaip stipriai gali padėti nepaprastųjų situacijų valdyme socialinės medijos. Nelanksti, senovinė organizacinė kultūra (M.Haataja ir kiti, 2016). Tyrimo rezultatai mums įrodė, kad būtent organizaciniai barjerai yra didžiulė problema norint įgyvendint socialinių medijų konceptą nepaprastųjų situacijų valdyme, dėl to turėtume prieiti išvados, kad reiktų modernizuoti viešojo sektoriaus struktūras bei atlikti darbuotojų apmokymus socialinių medijų srityje.

Jog „išoriniai barjerai“ yra veiksnys, kuris labiausiai riboja socialinių medijų naudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme apklausos rezultatai pasiskirstė taip: 19.6% respondentų (n=9) *sutiko,* 47.8% respondentų (n=22) *iš dalies sutiko, 32.6*% respondentų (n=15) *nesutiko.* Išoriniai barjerai – didelė dalis potencialios rūpimos auditorijos yra žmonės, kurie nenaudoja socialinių medijų. Didelė tikimybė pateikti per didelį informacijos kiekį, ko pasekoje gali būti iškraipomas situacijos suvokimas. Yra didelis nepatikimumas gaunamo turinio iš paprastų žmonių (M.Haataja ir kiti, 2016).

Tyrimo rezultatai parodė, kad daugiausiai respondentų iš dalies sutinka ir net daugiau nei trečdalis respondentų (n=15) nesutinka su šiuo teiginiu, kas atliepia, kad išoriniai barjerai nėra pagrindinis veiksnys, kuris specialistus turėtų riboti nuo socialinių medijų naudojimo. .). 28.3% respondentų (n=13) *sutiko*, 30.4% respondentų (n=14) *iš dalies sutiko,* 41.3% respondentų (n=19) *nesutiko,* jog „technologiniai barjerai“ yra veiksnys, kuris ribotų specialistus naudojant socialines medijas. Taigi tyrimas įrodo, kad didžiausia dalis specialistų nesutinka, jog sistemoje yra didžiulis trūkumas lėšų skiriamų tinkamai įrangai bei programinei įrangai, ko pasekoje neįmanoma tinkamai išnaudoti socialines medijas. Ar kad yra trūkumas specialistų technologinio paruošimo naudoti socialines medijas (M.Haataja ir kiti, 2016).



15 pav. „Respondentų pasiskirstymas pagal veiksnius, kurie jų nuomone, yra labiausiai ribojantys socialinių medijų panaudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme“

Socialinių medijų trūkumai labiausiai prisidedantys prie neigiamo poveikio nelaimių metu. Tyrimo metu buvo siekiama išsiaiškinti respondentų (n=46) pasiskirstymą, pagal tai, kaip įvertino socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme trūkumus, kurie labiausiai prisideda prie neigiamo poveikio nelaimių metu (žr. 16 pav.).

47.8% respondentų (n=22) *sutiko*, 39.1% respondentų (n=18) *iš dalies sutiko,* 13% respondentų (n=6) *nesutiko,* jog „Nepaprastųjų situacijų įstaigų vadovai negali iki galo kontroliuoti informacijos plitimo“. Iš rezultatų ir iš teorinės medžiagos galime matyti, kad teiginys yra teisingas ir realybėje vadovas sunkiai gali kontroliuoti informacija,kuri per socialines medijas pasiekia vartotojus.

10.9% respondentų (n=5) *sutiko*, 54.3% respondentų (n=25) *iš dalies sutiko,* 34.8% respondentų (n=16) *nesutiko,* kad ”nekokybiška ir netiksli informacija“ yra pagrindinis trūkumas, kuris labiausiai prisideda prie neigiamo poveikio nelaimių metu. Tyrimas parodė, kad daugiau nei pusė respondentų iš dalies sutinka su šiuo teiginiu, kas iš dalies patvirtina ir teorinėje dalyje pateikiamas mintis, kad viena didžiausių socialinių medijų problemų yra tai, jog labai dažnai duomenys nėra kokybiški. Tyrėjai pabrėžia, jog nekokybiški duomenys yra kur kas didesnė problema nei neteisinga informacija, kadangi jie taip pat apima gamybos problemas ir klaidas, technines problemas, susijusias su saugojimu ir prieiga, bei problemas, kylančias dėl besikeičiančių vartotojų informacijos poreikių (Reuter, Ludwig, Habig ir kiti, 2014).

13% respondentų (n=6) *sutiko*, 32.6% respondentų (n=15) *iš dalies sutiko,* 54.3% respondentų (n=25) *nesutiko,* kad „nekompetentingi specialistai pateikia klaidinančia informaciją labai plačiai visuomenei,

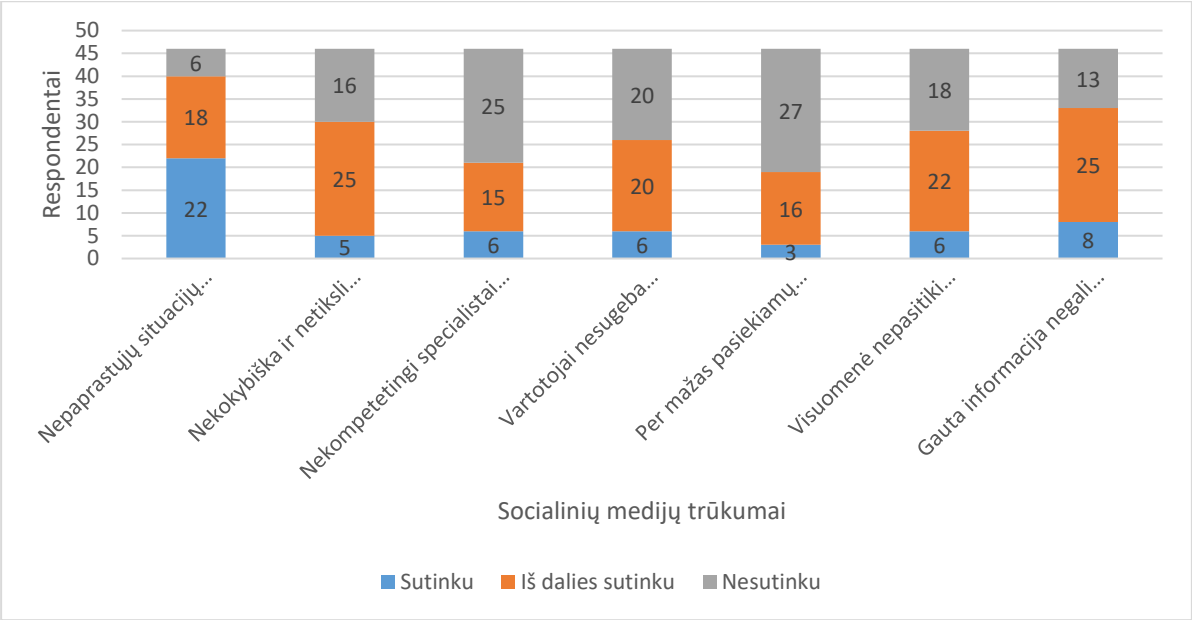
kas prisideda prie netinkamo reagavimo“. Taigi tyrimas mums parodė, kad daugiau nei pusė specialistų mano, kad jie ir jų kolegos nepateikia klaidinančios informacijos ir nemano, kad tai yra didžiausias socialinių medijų trūkumas prisidedantis prie neigiamo poveikio nepaprastųjų situacijų metu.

13% respondentų (n=6) *sutiko*, 43.5% respondentų (n=20) *iš dalies sutiko,* 43.5% respondentų (n=20) *nesutiko,* jog „vartotojai nesugeba įvertinti informacijos gautos per socialines medijas“. Teorinėje dalyje yra teigiama,kad jei informacijos vartotojas gali įvertinti informacijos šaltinio patikimumą, tačiau jis negali interpretuoti pačios informacijos, tai gali būti aiškumo trūkumo rezultatas arba tiesiog dėl to, kad informacija nėra teisinga arba nėra susijusi su jos šaltiniais (Reuter, Ludwig, Habig ir kiti, 2014). Taigi tyrimo rezultatai mums pateikia du vienodus atsakymus, kad respondentai *iš dalies sutinka* ir *nesutinka*, iš to galime daryti išvadą, kad dažnu atveju vartotojai sugeba ir moka įvertinti informaciją gaunama per socialinius tinklus, o žvelgiant į teorinę medžiagą galime spręsti, kad jeigu informacija yra nesuprantama, dažnu atveju dėl to nebus kaltas vartotojas.

6.5% respondentų (n=3), 34.8% respondentų (n=16) *iš dalies sutiko,* 58.7% respondentų (n=27) *nesutiko,* jog socialinėse medijose yra „per mažas pasiekiamų žmonių skaičius“. Vėl gi žvelgdami į teorinėje medžiagoje aprašytą socialinių medijų statistiką matome, kad vien „Facebook“ socialinį tinklą naudoja daugiau nei 2 milijardai pasaulio gyventojai, kas įrodo, jog pasiekiamų žmonių skaičius yra tikrai milžiniškas (Lietuvoje taip pat). Dėl šios priežasties nenuostabu, jog tyrimas parodė, kad dauguma respondentų nesutiko su teiginiu,kad „pasiekiamų žmonių skaičius yra per mažas“.

13% respondentų (n=6) *sutiko*, 47.8% respondentų (n=22) *iš dalies sutiko,* 39.1% respondentų (n=18) *nesutiko* reaguodami į teiginį, kad „visuomenė nepasitiki informacija gauta per socialinius tinklus“. Taigi tyrimas parodė, kad didžioji dalis iš dalies sutinka arba nesutinka su šiuo teiginiu, ko pasekoje galime patvirtinti teorinėje dalyje aptartą teiginį, kad psichologiniai tyrimai rodo, jog žmonės labiau pasitiki informaciją gauta iš savo artimo rato draugų ar šeimos (Hughes ir Palen, 2009).

54.3% respondentų (n=8) *sutiko*, 47.8% respondentų (n=25) *iš dalies sutiko,* 28.3% respondentų (n=13) *nesutiko,* jog „gauta informacija negali būti naudojami nepaprastųjų situacijų sprendimuose dėl jos nepatikimumo“. Iš rezultatų gautų tyrime galime prieiti išvados, kad dauguma respondentų mano, kad informacija gaunama iš socialinių tinklų yra nepanaudojama ir neaktuali nepaprastųjų situacijų valdyme. Tačiau žiūrėdami į prieš tai esančius atsakymus (žr. 13 pav.) matome, kad būtent dėl informacijos analizavimo respondentai dažniausiai ir naudoja socialines medijas, taigi šioje vietoje matome neatitikimą ir logikos klaidos atsiradimą. Nes nėra prasmės analizuoti ir tirti informaciją socialiniuose tinkluose jeigu tavo manymu informacija neturėtų būti naudojama nepaprastųjų situacijų valdymo sprendimuose. Galime daryti išvadą, kad respondentai kažkurio iš klausimų nesuprato arba neatidžiai žymėjo atsakymus.



16 pav. „Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kaip įvertino socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme trūkumus, kurie labiausiai prisideda prie neigiamo poveikio nelaimių metu“

Socialinės medijos nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo fazėse. Tyrimo metu buvo siekiama išsiaiškinti respondentų (n=46) pasiskirstymą, pagal tai, kokiose nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo fazėse naudoja socialines medijas (žr. 17 pav.).

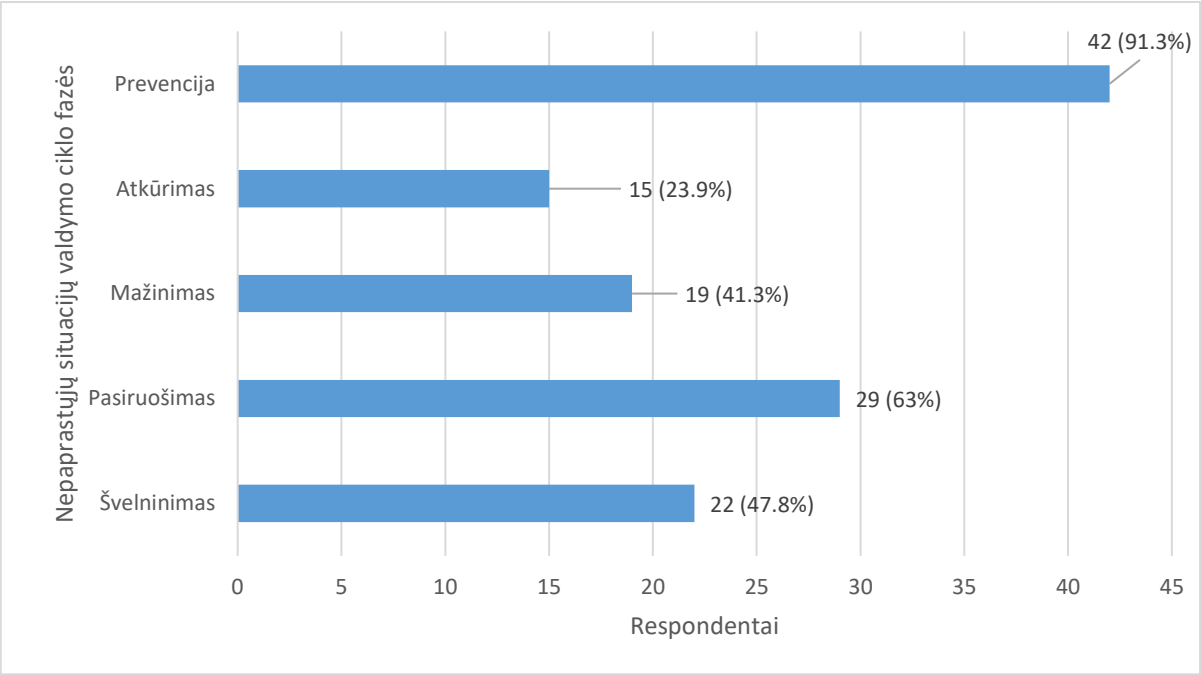
Tyrimas parodė, kad net 91.3% respondentų (n=42) socialines medijas naudoja *prevencijos* etapu. Rezultatai sutampa su teorinėje medžiagoje pateikiamais socialiniu medijų panaudojimo metodais, kurių dauguma prisideda prie nepaprastųjų situacijų prevencijos pvz. Koordinuoti socialinių medijų naudojimą regioniškai, bendrauti su visuomene atsakant į žinutes bei komentarus,kad būtų kuo didesnis skaidrumas, naudoti socialine medija sekti, analizuoti ir dokumentuoti žinutes, sekti grįžtamąjį ryšį iš bendruomenės narių bandant suprasti kaip ir kokia informacija teikiama per socialinius tinklus padeda, o kokia ne (Space and Naval Warfare Systems Center Atlantic, 2013).

23.9% respondentų (n=15) naudoja socialines medijas *atkūrimo* ciklo fazės metu, t.y. kai nelaimė jau yra kontroliuojama, o paveikti asmenys po truputį vis daugiau gali imtis veiklos, kuri padėtų sugrįžti prie įprastinio visuomenės gyvenimo ir buvusios infrastruktūros.

41.3% respondentų (n=19) socialines medijos taiko *mažinimo* nepaprastųjų situacijų ciklo fazėje, kurios tikslas yra suteikti neatidėliotiną pagalbą gyvybei išlaikyti, sveikatai gerinti ir nukentėjusių gyventojų moralei remti. Taigi kaip jau minėjome ir tyrime matome (žr. 13 pav.) specialistai socialinėmis medijomis palaiko ryšį ir įvairiapusiškai remia juos nelaimės metu arba ką tik po jos.

63% respondentų (n=29) socialines medijas panaudoja *pasiruošimo* metu, kuomet bandoma pasiekti patenkinamą pasirengimo reaguoti į bet kokią nelaimę pagal programas, kurios stiprina vyriausybių, organizacijų ir bendruomenių techninius ir valdymo gebėjimus.

47.8% respondentų (n=22) socialines medijas savo darbinėje veikloje pritaiko *švelninimo* nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo periodu, kurio tikslai yra skirti sumažinti ar visiškai panaikinti galimybę atsirasti nelaimei arba sušvelninti, bet kokį poveikį nesustabdomoms nelaimėms. Taigi tyrimas rodo, kad beveik pusė respondentų (n=22) bando išvengti nelaimės arba kuo labiau sušvelninti jos poveikį.



17 pav. „Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kokiose nepaprastųjų situacijų ciklo fazėse naudoja socialines medijas"

Priežastys, kodėl organizacijos nenaudoja socialinių medijų darbinėje veikloje. Tyrimo metu buvo pateiktas atviro tipo klausimas respondentams (n=25), kurie į pirmąjį klausimą atsakė *ne* t.y. jie nenaudoja socialinių medijų savo darbinėje veikloje. Klausimas buvo skirtas sužinoti, kokios yra priežastys socialinių medijų nenaudojimo.

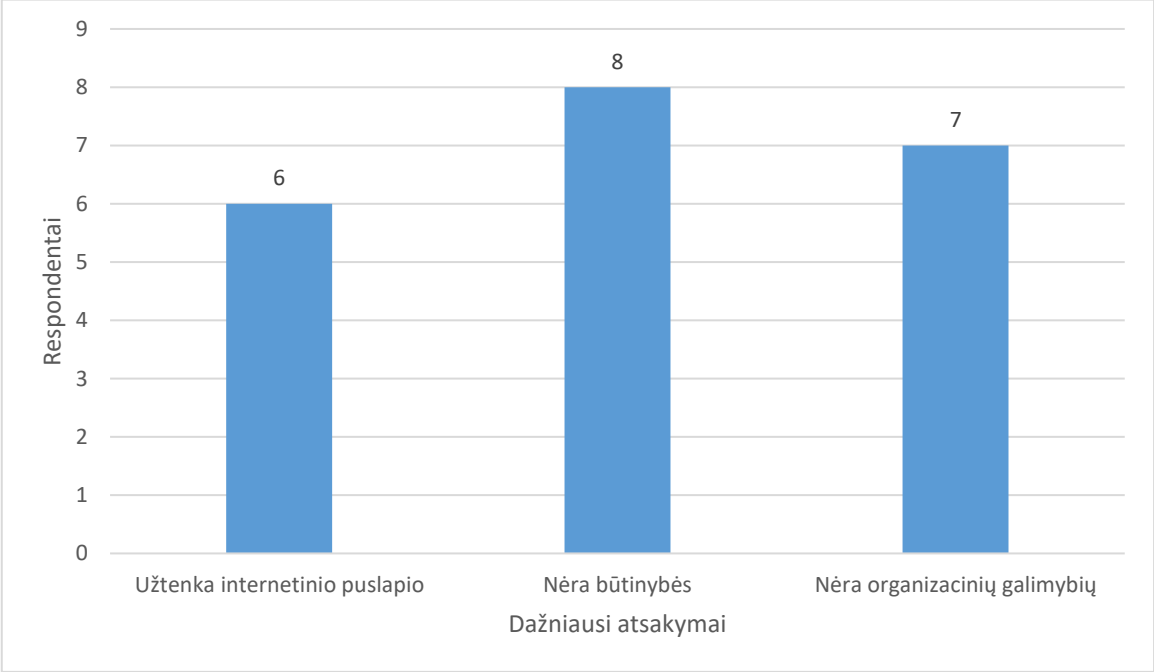
Populiariausi atsakymo variantai buvo šie:

- Užtenka internetinio puslapio (n=6)
- Nėra būtinybės (n=8)
- Nėra organizacinių galimybių (n=7)

Kiti pateikti atsakymo variantai buvo tokie: „Nereikalauja pareigybė, turime įvairių kitų informavimo bei info rinkimo būdų.", „valdymas puikiai vyksta ir be soc. medijų, būtų bereikalingas darbų užsikrovimas", „turime kitus sprendimo būdus", „nenaudoja ir tiek", „tikriausiai, kad tai daugiau pramoga".

Iš tyrime gautų atsakymų (žr. 18pav.) galime susidaryti vaizdą, kad daugiau nei trečdalis (32%) respondentų (n=8) mano, kad socialinėms medijoms taikyti nepaprastųjų situacijų *valdyme nėra būtinybės*. Pasak teorijos, šis atsakymo variantas yra būdingas vyresniems žmonėms, kurie nenori pokyčių ir mokytis kažką naujo. (24%) respondentų (n=6) teigia, kad nepaprastųjų situacijų valdymui pilnai *užtenka internetinio puslapio*. Deja, bet žvelgiant realybei į akis matome, kad internetiniai puslapiai neturi nei kiek panašaus pasiekiamumo, kokį turi socialinės medijos. (28%) respondentų (n=7) teigia, kad jų *organizacijoje nėra galimybių* (trūksta mokymų, nėra nustatytą kaip naudoti ir tt.) naudoji socialines medijas.

Taigi tyrimo rezultatai mums įrodo, kad teorinėje medžiagoje pateiktos mintys yra teisingos, jog dažniausios priežastys dėl ko nėra naudojamos socialinės medijos nepaprastųjų situacijų valdyme yra kelios: specialistai/vadovai nesupranta socialinių medijų naudos ir nežino panaudojimo būdų, todėl mano, kad internetinio portalo yra užtektinai internetinės erdvės. Kita priežastis yra specialistų senovinis požiūris ir nenoras tobulėti bei įsileisti į savo darbinę aplinką naujų technologijų. Na ir trečioji priežastis yra sistemos trūkumai, kurie sudaro tokias sąlygas, kad specialistai norėtų naudoti socialines medijas, tačiau negali nes nėra nustatytos gairės bei veiklos kryptys dirbti su socialinėmis medijomis (Haataja ir kiti, 2016).



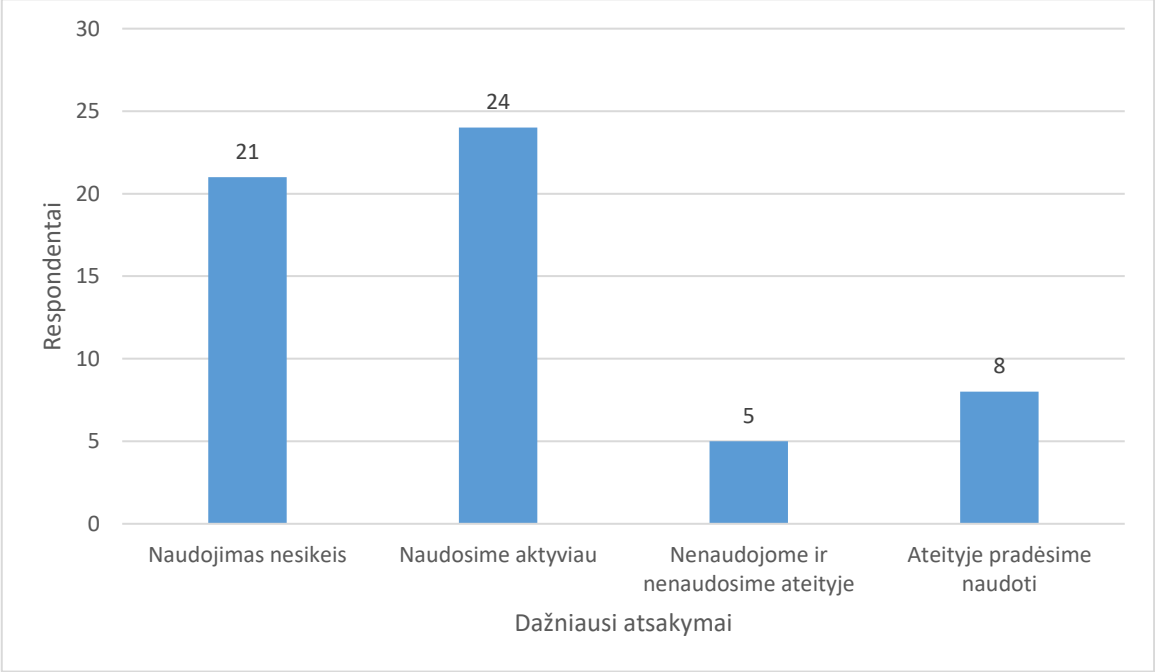
18 pav. „Respondentų pasiskirstymas pagal, dažniausus atsakymus, kodėl nenaudoja socialinių medijų darbinėje veikloje"

Ateities perspektyvos Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme. Tyrimo metu buvo užduotas atviras klausimas visiems respondentams (n=71) pateikti jų nuomonę kaip ateityje keistis socialinių medijų naudojimas Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdymas. Žiūrėdami į 19 paveikslą, matome, kad daugiau nei trečdalis (n=24) visų respondentų pateikė atsakymą, kad *naudos aktyviau* socialines medijas savo darbinėje veikloje. Šis atsakymas suteikia vilčių, jog po truputį Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdymas modernizuosis ir vis stipriau naudos visas valdymo galimybes ir ypač tas, kurios yra lengvai prieinamos.

(29.6%) respondentų (n=21) teigia, kad socialinių medijų *naudojimas nesikeis* jų darbinėje veikloje, iš rezultatų galime daryti prielaidą, kad iki šiol jie yra patenkinti savo valdymo rezultatais ir socialinių tinklų naudojimas atlieka savo funkciją tinkamai. Tačiau nereiktų pamiršti tobulėti, nes kintant visuomenei bei technologijoms galima pasiekti ir kur kas geresnių rezultatų.

(11.3%) respondentų (n=8) mano, kad *ateityje pradės naudoti* socialines medijas. Atsakymo rezultatai taip pat veda Lietuvos nepaprastųjų situacijų valdymą į gerąją pusę, kadangi yra specialistų, kurie yra pasiryžę naudoti socialines medijas ir išmokti kaip jas pritaikyti savo darbui.

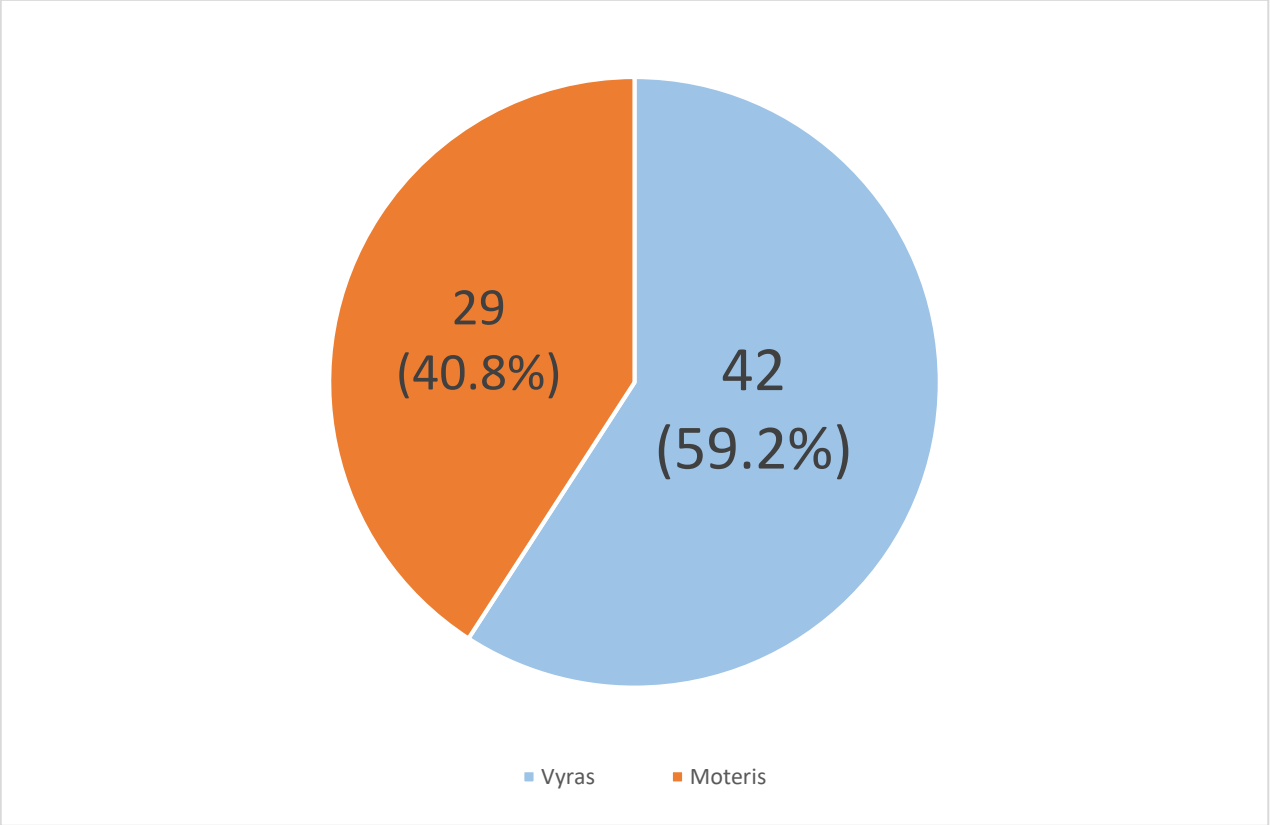
(7%) respondentų (n=5) pateikė atsakymo variantą, kad socialinių medijų *nenaudoja ir nenaudos ateityje*. Ko pasekoje galime matyti, kad tik mažiau nei dešimtadalis žmonių yra stagnacijos būsenoje ir nėra linkę savo organizacijos perkelti į kitą lygį bei efektyviau vykdyti savo užduotis.



19 pav. „Respondentų pasiskirstymas, pagal dažniausius atsakymus, kaip jų nuomone, keisis socialinių medijų naudojimas jų darbinėje veikloje“

Respondentų demografinė charakteristika. Tyrimo metu buvo siekiama išsiaiškinti ir respondentų (n=71) demografinį pasiskirstymą,respondentų charakteristiką (žr. Priedas nr.1). Ko pasekoje buvo sudaryti 4 uždaro tipo klausimai skirti išsiaiškinti pasiskirstymą pagal lytį, amžių, darbo stažą bei pareigas.

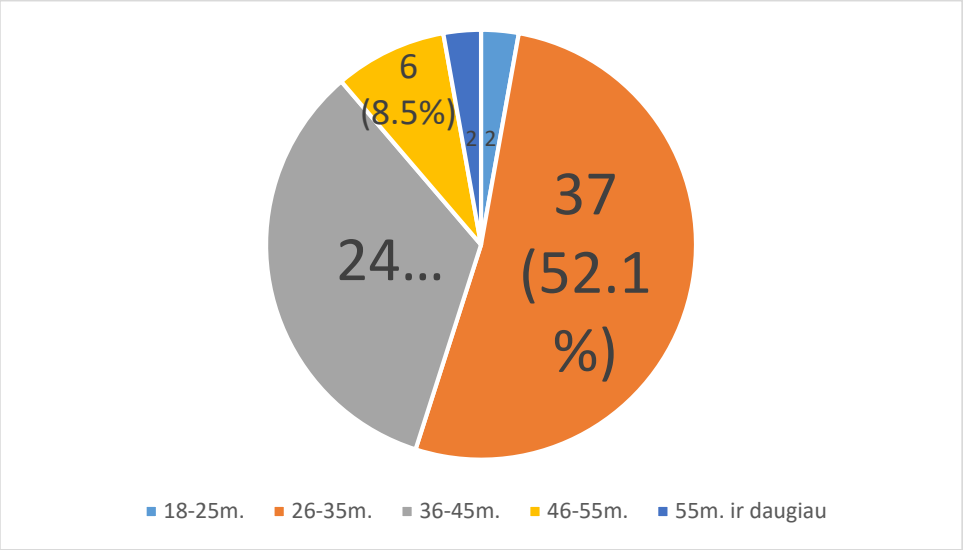
Pasiskirstymas pagal lytį. Pirmuoju demografinių tyrimo klausimu buvo siekiama išsiaiškinti respondentų (n=71) pasiskirstymą pagal lytį (žr. 20 pav). Tyrimo metu nustatyta, kad didesnė dalis (n=42) respondentų yra vyrai, o mažesnioji respondentų dalis (n=29) – yra moterys. Tyrimo rezultatai nenustebino ir patvirtino iki šiol vyraujanti stereotipą, jog civilinės saugos srityje dirba daugiau vyrų nei moterų.



20 pav. „Respondentų pasiskirstymas pagal lytį“

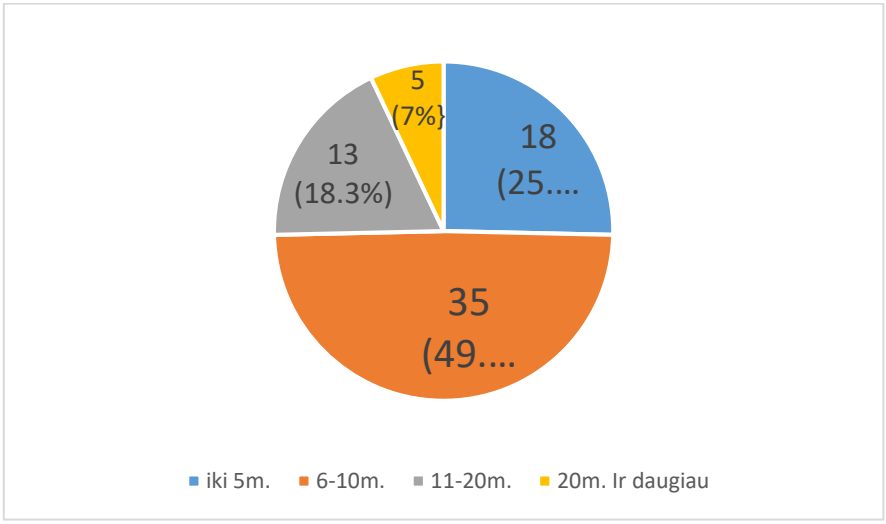
Pasiskirstymas pagal amžių. Antrasis demografinių rodiklių klausimas buvo skirtas ištirti, koks yra respondentų (n=71) pasiskirstymas pagal amžių (žr. 21 pav). Tyrimo metu nustatyta,kad daugiau nei pusė (n=37) respondentų yra 26-35m. amžiaus. Šis tyrimo rezultatas kiek nustebino, tačiau tuo pačiu ir tapo aišku, kodėl dauguma įstaigų vis dėl to naudoja socialines medijas nepaprastųjų situacijų valdyme (žr. 9 pav.) (jaunas žmogus yra labiau linkęs naudoti naująsias technologijas savo darbinėje veikloje.) Šiek tiek mažiau, trečdalis (n=24) respondentų buvo 36-45m. amžiaus. 8.5% (n=6) visų respondentų buvo 46-55 metų amžiaus. Vienodos dalys (n=2) teko dvejoms grupėms, t.y. respondentams, kuriems yra 18-25m. ir respondentams, kuriems 55m. ir daugiau. Apibendrinus

rezultatus galime teigti, jog amžius pasiskirstęs yra labai teisingai, yra keli jauni, keli beveik pensinio amžiaus žmonės, bet visišką daugumą sudaro labai darbingi ir veiklaus amžiaus žmonės (remtasi datausa.io 2017 metais pateiktomis išvadomis apie daugiausiai darbo efektyvumo sugeneruojančių darbuotojų amžių).



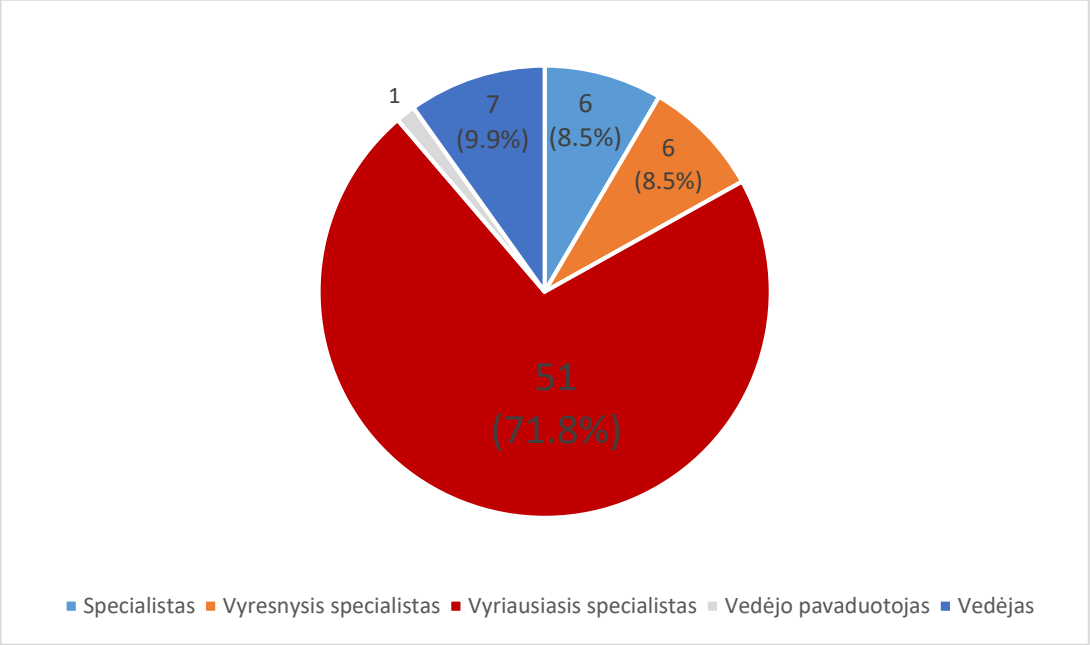
21 pav. „Respondentų pasiskirstymas pagal amžių"

Pasiskirstymas pagal darbo stažą. Trečiuoju demografinių rodiklių klausimu buvo siekta išsiaiškinti respondentų (n=71) pasiskirstymą pagal darbo stažą (žr. 22pav). Tyrimas atskleidė, jog net beveik pusė (n=35) apklaustųjų dirba nuo 6 iki 10 metų, kas mums parodo, jog didžiąją dalį rezultatų pateikė žmones su pakankama patirtimi suprasti kaip vyksta darbas sistemoje, todėl rezultatai yra patikimi ir tyrimą daro tik vertingesniu. Kiek mažiau (n=18) respondentų turi iki 5metų darbo stažą. Kiek mažiau, tačiau pakankamai nustebino, jog net 18.3% (n=12) turi 11-20m. darbo stažą. Mažiausioji dalis (n=5) t.y. 7% respondentų turi net 20 metų ir daugiau darbo stažą.



22 pav. „Pasiskirstymas pagal darbo stažą"

Pasiskirstymas pagal užimamas pareigas. Paskutiniuoju demografinių rodiklių klausimu buvo siekta išsiaiškinti respondentų (n=71) pasiskirstymą pagal užimamas pareigas (žr. 23 pav.). Didžioji dalis respondentų (n=51), t.y. 71.8% užima vyriausiojo specialisto pareigas, ko ir buvo tikėtasi išnagrinėjus civilinės saugos darbuotojų pareigybes savivaldybėse, kur dauguma civilinės saugos darbuotojų pagal pareigybę yra vyriausieji specialistai. Kur kas mažesnę dalį (n=7) respondentų arba išreiškus procentine dalimi 9.9% respondentų sudarė savo įstaigų vedėjai, kas yra pakankamai geras rezultatas, nes vadovų atsakymai gali būti vertingesni siekiant sužinoti ateities perspektyvas naudojant socialines medijas nepaprastųjų situacijų valdyme. Dvi vienodas dalis (n=6) respondentų sudarė vyresnieji specialistai bei specialistai, kurie pasidalino po 8.5% visų respondentų. Ir tik vienas respondentas buvo vedėjo pavaduotojas, kuris tuo tarpu užėmė 1.4 procentinę dalį visų apklaustųjų.



23 pav. „Respondentų pasiskirstymas pagal užimamas pareigas“

IŠVADOS

1. Šiuolaikinis nepaprastųjų situacijų apibrėžimas turi būti nuolat kintantis pagal pasaulines tendencijas. Nepaprastąsias situacijas galime suprasti, kaip nekasdienį natūralų, biologinį. technologinį ar dėl žmogaus kaltės atsiradusį nelaimingą įvykį, kuris gali sukelti staigų didelį pavojų gyventojų gyvybei ar sveikatai, turtui, aplinkai arba gyventojų žūtį, sužalojimą ar padaryti kitą žalą.
2. Socialinės medijos bei socialiniai tinklai neturėtų būti suprantami kaip vienas ir tas pats, kadangi socialiniai tinklai yra tik viena sudedamoji socialinių medijų dalis. Taigi turime suprasti, kad socialinė medija yra platesnė sąvoka.
3. Teorinės analizės prielaidos buvo patikrintos empiriniu tyrimu, kurio metodologijai sudaryti buvo remtasi geriausia praktika, tokio tipo tyrimams atlikti.
4. Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme daugiausiai naudojamos socialinių medijų platformos yra „Facebook“ ir „YouTube“. Labai mažai arba visiškai nenaudojamos yra kitos sparčiai populiarėjančios, didelį kiekį vartotojų pritraukiančios ir turinčios daugybę metodų panaudoti nepaprastųjų situacijų valdyme.
5. Empirinis tyrimas parodė,kad dauguma Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdymo specialistų savo darbinėje veikloje naudoja socialines medijas. O specialistai, kurie nenaudoja socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme mano, kad tam nėra būtinybės (individualūs barjerai) arba susiduriama su organizaciniais barjerais.
6. Dažniausiai Lietuvos Respublikoje taikomi socialinių tinklų panaudojimo metodai yra šie: aktyvus socialinių medijų turinyje matomų duomenų stebėjimas, socialinių medijų profilių sukūrimas, kurie vėliau naudojami nepaprastųjų situacijų valdymui, naujos informacijos atnaujinimo dažnio bei turinio paskirstymas bei visuomenės lūkesčių valdymas nelaimės metu.
7. Atlikus tyrimą paaiškėjo,kad pagrindinės motyvacinės priežastys socialines medijas taikyti nepaprastųjų situacijų valdyme yra labai greita informacijos sklaida, įvairūs informacijos pateikimo būdai (nuotraukos, vaizdo įrašai ir tt.) ir galimybė lengvai pasiekit tikslinę auditoriją.
8. Teorinėje medžiagoje pateiktos mokslininkų mintys buvo patvirtintos tyrimu ir padaryta išvada, kad pagrindiniai socialinių medijų taikymo nepaprastųjų situacijų valdyme trūkumai yra netiksli informacija ir nebuvimas galimybės vadovui kontroliuoti informacijos iki situacijos pabaigos.

PASIŪLYMAI IR REKOMENDACIJOS

Nepaprastųjų situacijų valdymo specialistams

- Į darbinę veiklą įtraukti platesnį ratą socialinių medijų (ypatingai atkreipti dėmesį į sparčiai populiarėjančias platformas: Instagram ir YouTube).
- Vykdyti mokymus, kurių metu būtų apmokomi darbuotojai kaip tinkamai išnaudoti socialinių medijų teikiamas paslaugas nepaprastųjų situacijų valdyme.
- Taikyti įvairesnius metodus (operacijos resursų paskirstymo, gelbėjimo vykdymo, visuomenės informavimo, lūkesčių valdymo ir kt.) pritaikant gautą informaciją iš socialinių tinklų.
- Keisti organizacijos darbo veiklos gaires, įtraukiant socialines medijas.

Tyrėjams

- Atlikti kokybinius tyrimus, kurių metu eksperimento arba stebėjimo būdu giliau ištirti socialinių medijų naudą bei trūkumus, darbuotojų veiksmus naudojant socialines medijas bei organizacijos pritaikomumą tinkamui socialinių medijų įdiegimui organizacijoje.
- Atlikti reprezentatyvius kiekybinius tyrimus, kurių metu būtų apklausti visi nepaprastųjų situacijų valdymo komisijų nariai, taip siekiant išsiaiškinti jų supratimą bei kvalifikuotumą naudojant socialines medijas nepaprastųjų situacijų valdyme.

BIBLIOGRAFIJOS ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

Knygos

1) A. Raipa ir kiti. *Modernus viešasis valdymas“ : kolektyvinė monografija*. Kaunas : Vitae Litera, 2012.
2) Bublitz, Wolfram ir Christian Hoffmann. *Pragmatics of Social Media*. Berlin: De Gruyter Mouton. 2017
3) Bullock ir kiti. *Introduction to Homeland Security 4th Edition.* Butterworth-Heinnemann. 2011.
4) Coppola, Damon P. *Introduction to international disaster management*. Boston: Butterworth-Heinemann. 2011
5) Coppola, Damon. *Introduction to international disaster management.* USA,Chicago. 2007
6) Crowe,Adam S. 2015. *A Futurist‘s Guide to Emergency Management.* Niu Jorkas, JAV, CRC PRESS.
7) Haddow, George D. ir Jane A. Bullock. *Introduction to emergency management 3rd edition.* Butterworth-Heinemann. 2008.
8) Kadushin, Charles. *Understanding Social Networks : Theories, Concepts, and Findings.* Oxford University Press, 2012.
9) Kardelis, Kęstutis. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. 2-asis pataisytas papildytas leidimas.* Kaunas. 2002.
10) McEntire, David A. ir Martin Mayer. *Emergency management and disaster response utilizing public and private partnerships.* USA. 2014.
11) Perry, Ronald W. ir Enrico L. Quarantelli. *What is a disaster?: ne answers to old questions.* Xlibris. 2005.
12) Putnam, Robert D. *Bowling alone: The collapse and revival of American community* . New York: Simon and Schuster. 2000.
13) Reuter, Christian ir kiti. *Usage Patterns of Social Media in Emergencies.* Siegen: University of Siegen. 2014.
14) Survila, Arvydas. *Nepaprastųjų situacijų valdymas.* Vilnius. VĮ Registrų centras. 2015.
15) Zhi, Liu ir Kaoru Ota. 2017. *Smart Technologies for Emergency Response and Disaster Management.* Hershey, JAV.,IGI GLOBAL.

16) Kreps, Gary A. *Disasters, sociology of. In N.Smelser and P.Bates.* Internetional encyclopedia of the social and bejavioral sciences (6 leidimas). Oxford, UK: Elsevier. 2001.

17) Lindsay, Bruce R. *Social media and disasters: Current uses, future options, and policy considerations.* Washington, DC, USA: Congressional Research Service. 2011.

18) Agarwal, Ritu ir Jayesh Prasad. *Conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology.* Information Systems Research, 9 (2), (1998) 204 –215.

19) Al-Akkad, Amro, ir Andreas Zimmermann. *Survey: ICT -supported public participation in disasters.9th International Information Systems for Crisis Response and Management Conference*. Vancouver, Canada: ISCRAM. 2012.

20) Bennett, DeeDee. "Emergency Preparedness Collaboration on Twitter." *Journal Of Emergency Management (Weston, Mass.)* 16 (3): (2018) 191–202.

21) Brummond, Scott. *Seven social media wins for 2019.* Acuity. (2018) 63-65

22) Cavazza, Fred. „Panorama des medias sociaux 2018". Fredcavazza.com. 2018. https://fredcavazza.net/2018/05/05/panorama-des-medias-sociaux-2018/

23) Chaffey, David. „New global social media research". SmartInsights. 2018 https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/

24) Currie, Donya. *Expert round table on social media and risk communication during times of crisis: Strategic challenges and opportunities [Special report]*. 2009. http://www.boozallen.com/media/file/Risk_Communications_Times_of_Crisis.pdf

25) „Dėl Valstybinėms (valstybės perduotoms savivaldybėms) funkcijoms atlikti lėšų apskaičiavimo metodikos patvirtinimo" pakeitimo. https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/bc3e71520e7911e7b6c9f69dc4ecf19f

26) Derweesh, Zayd. „The hardest-working people in America". Datausa.io. 2012 birželio 12. https://datausa.io/story/06-12-2017_hardest-working/

27) Federal Emergency Management Asociation. *2018 – 2022 Strategic plan.* USA, Washington DC. 2018.

28) Graham,Cat ir kiti „A guide to social media emergency management analytics: Understanding its place through Typhoon Haiyan tweets" Statistical Journal of the IAOS 31 (2015) 227–236

29) Gulick, Luther; Urwick, L. I. Notes on The Theory of Organization. In Papers on the Science of Administration, 11–60. Abingdon, Oxon: Routledge. 2004

30) Gunawan, Lucy T., Willem-Paul Brinkman, Siska Fitrianie ir Mark Neerincx. *Utilizing the potential of the affected population and prevalent mobile technology during disaster response: propositions from the literature.* Delf University of Technology. 2012.
31) Haataja, Matti,, Jenni Hyvärinen ir Anne Laajalahti. *Citizens' communication habits and use of ICTs during crises and emergencies.* Human Technology: An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments, 10 (2), (2014), 138 –152.
32) Haataja, Matti. *Expert views on current and future use of social media among crisis and emergency management organizations: incetives and barriers.* Human Technology, 2016.
33) Helsloot, Ira ir Annemieke Ruitenberg. *Citizen response to disasters: A survey of literature and some practical implications.* Journal of Contingencies and Crisis Management, 12 (3), (2004) 98– 111.
34) Hughes, Amanda L., ir Leysia Palen. *Twitter adoption and use in mass convergence and emergency events.* International Journal of Emergency Management, 6 (3/4), (2009) 248-260.
35) Kantar TNS. „Žiniasklaidos tyrimų apžvalga 2017". TNS.LT. 2018.
36) Kaplan, Andreas, M. ir Michael Haenlein. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media.* Business Horizons, 53, (2010) 59-68.
37) Kleinberg, Scott. *5 ways to make most of social media in 2019.* Investment news, (2019) (20).
38) Latonero, Mark ir Irina Shklovski, *Emergency management, Twitter, and SM evangelism.* International Journal of Information Systems for Crisis Response and Management, 3 (4), (2011) 1 –16.
39) Lucia, Bill. „How Twitter and Instagram Could Help Inform Local Disaster Response Efforts." Routefifty. 2015 https://www.routefifty.com/2015/06/virtual-operations-support-team-oneida-county/116566/
40) National Science and Technology Council. *2000 Anual Report.* USA. 2000.
41) Neely, Stephen R., and Matthew Collins."Social Media and Crisis Communications: A Survey of Local Governments in Florida." *Journal of Homeland Security & Emergency Management* 15 (1): (2018) 1–13
42) O'Reilly,Tim ir John Battelle *"What's next for Web 2.0?"* Web Squared: Web 2.0 Five Years On. 2009.
43) Pearce, Sarah. *Rethinking social media marketing in 2019.* NZ Business + Marketing. 2019.
44) Pittman, Elaine. „5 ways emergency managers should use YouTube". Govtech. 2012 liepos 12 d. http://www.govtech.com/em/disaster/5-Ways-Emergency-Managers-Should-Use-YouTube.html

45) Pohl, Daniela, Abdelhamid Bouchachia, Hermann Hellwagner. *Batch-based active learning: Application to social media data for crisis management.* Expert Systems with Applications. 2018.

46) Priešgaisrinės apsaugos ir gelbėjimo departamentas. *Civilinės saugos sistemos būklės Lietuvoje 2017 metais apžvalga.* 2018.

47) Quarantelli, Elen Lilis. „Disaster planning, emergency management, and civil protection: the historical development and current characteristics of organized efforts to prevent and to respond to disasters.“ *Disaster research centre*, 1998. http://dspace.udel.edu:8080/dspace/bitstream/handle/19716/635/pp227.pdf?sequence=1

48) Reuter, Christian, Alexandra Marx, ir Volkmar Pipek. *Crisis management 2.0: Towards a systematization of social software use in crisis situations.* International Journal of Information Systems for Crisis Response and Management, 4 (1), (2012) 1–16

49) Rosenbloom, Stephanie *How to Use Twitter and Facebook for Emergency Travel Information*. 2017. https://www.nytimes.com/2017/09/21/travel/social-media-emergencies.html

50) Saban, Liza I., *Disaster emergency management: the emergence of professional help services of victims of natural disasters.* Albany: Suny University. 2014.

51) Schneider, Hanna L. ir Lilli M. Huber. *Social networks : development, evaluation and influence*. Nova Science Publishers, New York. 2008.

52) Space and Naval Warfare Systems Center Atlantic “Innovative Uses of Social Media in Emergency Management“ 2013 https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/Social-Media-EM_0913-508_0.pdf

53) Stake, Robert. *The art of case study research by Robert Stake.* University of Illinois at Urbana –Champaign. 1995.

54) Stolle, Dietlind. ir Marc Hooghe. *The Roots of Social Capital: Attitudinal and Network Mechanisms in the Relation between Youth and Adult Indicators of Social Capital*. Acta Politica, 39, (2014) 422-441.

55) Sutton, Jaennette, Leysia Palen, ir Irina Shklovski. (2008). *Backchannels on the front lines: Emergent uses of social media in the 2007 Southern California wildfires*. 5th International Information Systems for Crisis Response and Management Conference. Washington, DC, USA: ISCRAM (2008), 624-631

56) Tapia, Aandrea H.,Kartkeya Bajpai., Jim Jansen, John Yen, ir Lee Giles. *Seeking the trustworthy tweet: Can microblogged data fit the information needs of disaster response and humanitarian relief organizations.* 8th International Information Systems for Crisis Response and Management Conference. Lisbon, Portugal: ISCRAM, (2011), 1-10.

57) Tapia, Andrea H., Kathleen Moore., ir Nicholas J. Johnson. *Beyond the trustworthy tweet: A deeper understanding of microblogged data use by disaster response and humanitarian relief organizations*. 10th International Information Systems for Crisis Response and Management Conference. Baden- Baden, Germany: ISCRAM, (2013), 770-779)
58) United Nations Office for Disaster Risk Reduction. *Living the risk: a global review of disaster reduction initiatives' launched at united nations headquarters.* Šveicarija, Ženeva. 2004.
59) United States National Science and Technology Council Subcommittee on Natural Disaster Reduction. *Effective disaster warnings: Report by the working group on natural disaster information systems*. Washington, DC, USA: UNT Digital Library. 2000.
60) Williams, Brian D., Jesus N. Valero, and Kyungwoo Kim. "Social Media, Trust, and Disaster: Does Trust in Public and Nonprofit Organizations Explain Social Media Use during a Disaster?" *Quality & Quantity* 52 (2) (2018) 537–50.
61) Wisner, Ben ir kiti. *Environmental health in emergencies and disasters: a practical guide.* Swiss: Geneva; World Health Organization. 2002.
62) Wukich, Clayton. (2015). Social media use in emergency management. *Journal of emergency management (Weston, Mass.).* 13. (2015) 281-94.
63) Žydžiūnaitė, Vilma. *Baigiamojo darbo rengimo metodologija.* Vdu socialinių mokslų fakultetas. 2012.
64) Žukauskienė, Rita. *Kokybiniai ir kiekybiniai tyrimai.* Vytauto Dydžiojo universitetas. 2008.

INTERNETINIAI PORTALAI

65) Dean, Ashley. „Facebook". TechTarget. 2014. https://whatis.techtarget.com/definition/Facebook
66) Duermyer, Randy. „Introduction to Linkedin". TheBalancesMB. 2018. https://www.thebalancesmb.com/introduction-to-linkedin-1794572
67) „Global social networks ranked by number of users". Statista: the statistics portal. Žiūrėta 2019 sausio 16 d. https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/
68) „Internet usage statistics: the internet big picture". Internet worlds stats: usage and population statistics. Žiūrėta sausio 22 d. https://www.internetworldstats.com/stats.htm
69) Kenton, Will. „What is social networking ?" Investopedia. Kovo 28d. https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp

70) „Modern emergency management cycle“. St.Louis, City Emergency Management Agency. Žiūrėta 2018 lapkričio 5d. https://www.stlouis-mo.gov/government/departments/public-safety/emergency-management/
71) Moreau, Elise. „What is Instagram“ LifeWire. 2018. https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316
72) „Number of smartphones users worldwide“. Statista: the statistics portal. Žiūrėta 2019 sausio 16 d. https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/
73) O‘Neill, Siobhan. „What is YouTube“. DigitalUnite. 2018. https://www.digitalunite.com/technology-guides/tv-video/youtube/what-youtube
74) „Social media use in 2018“. Pew Research Center. Žiūrėta 2019 vasario 14 d. http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/pi_2018-03-01_social-media_0-03/
75) „Social media“. English Oxford Living Dictionaries. Žiūrėta 2019 vasario 23d. https://en.oxforddictionaries.com/definition/social_network
76) „Social media”. Cambridge advanced learner’s dictionary and thesaurus. Žiūrėta 2019 sausio 14. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media
77) „What is emergency management“. The Urgan Assembly School for Emergency Management. Žiūrėta 2018 lapkričio 3 d. http://uasem.org/what-is-emergency-management

SANTRAUKA

Socialinės medijos Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme

Tyrimo objektas yra socialinių medijų panaudojimas Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme. **Tikslas** buvo išsikeltas išnagrinėti socialinių medijų panaudojimą Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme. Įgyvendinti tikslą išsikelti **darbo uždaviniai.**

1. Aptarti nepaprastųjų situacijų bei nepaprastųjų situacijų valdymo teorinį kontekstą.
2. Apibūdinti socialinių medijų apibrėžti, išanalizuoti statistiką bei aptarti socialinių medijų platformas.
3. Pateikti metodus panaudoti socialinių medijų panaudojimui nepaprastųjų situacijų valdyme, aptarti trūkumus bei privalumus, aprašyti konkrečių platformų galimybes.
4. Aprašyti tyrimo metodus bei atlikimo strategiją.
5. Ištirti socialinių medijų panaudojimą Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme naudojantis kiekybiniu tyrimo metodu.
6. Išsiaiškinti ir išvadomis pateikti socialinių medijų panaudojimą Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme, pateikti pasiūlymus bei rekomendacijas.

Tyrimo metodai: *Teoriniai:* mokslinės literatūros ir mokslinių tyrimų analizė; *Empiriniai:* naudotas kiekybinio tyrimo taikant anketinę apklausą metodas; *Statistiniai:* pritaikytas kiekybinio tyrimo duomenų apdorojimas ir statistinė analizė.

Raktažodžiai: socialinės medijos, nepaprastųjų situacijų valdymas, Lietuvos Respublika.

Katastrofos, nelaimės, krizės ir kitos įvairios nepaprastosios situacijos yra neišvengiamos mūsų kasdienio gyvenimo dalis, kurios ištinka labai netikėtai ir smarkiausiai smogia stipriai pažeidžiamoms visuomenėms. Galime drąsiai teigti jog šis amžius yra naujų ir išmanių technologijų amžius, todėl jų panaudojimas yra neatsiejamas ir su nepaprastosiomis situacijomis. Taigi norint sumažinti nepaprastųjų situacijų žalą yra būtina pasitelkti naująsias technologijas ir į sprendimus pažvelgti išmaniai ir inovatyviai. Kadangi pasaulyje kasdien milžinišku greičiu auga socialinių medijų vartotojų skaičius, o nepaprastųjų ir įvairių kitokių krizinių situacijų skaičius taip pat labai didelis, panaudoti socialines medijas nepaprastųjų situacijų valdyme yra tiesiog būtina, tai yra vienas inovatyviausių ir naujausių sprendimo būdų.

SUMMARY

Social media in emergency management of Lithuania

The object: social media usage in emergency management of Lithuania. **The aim:** do a research how social media is used in emergency management of Lithuania. **The tasks** to reach the aim:

1. Discuss the theoretical context of emergency situations and emergency management.
2. Describe social media to define, analyze, and discuss social media platforms.
3. Provide methods for using social media for emergency management, discussing shortcomings and advantages, describing the capabilities of specific platforms.
4. Describe the research methods and strategy.
5. To investigate the use of social media in the Republic of Lithuania in emergency management using quantitative research method.
6. To find out and to present the conclusions of use of social media in emergency management of the Republic of Lithuania, to make suggestions and recommendations.

Research methods: review of scientific literature and scientific researches analysis and synthesis, statistical analysis, comparative analysis, graphical modeling techniques.

Keywords: social media, emergency management, Republic of Lithuania.

Disasters, crises and other diverse emergencies are an inevitable part of our daily lives, which happen very unexpectedly and hit the most severely vulnerable societies. We can safely say that this age is the age of new and smart technologies, so their use is inextricably linked to emergency situations. Thus, in order to reduce the damage to emergency situations, it is necessary to use the new technologies and look smart and innovative in the decisions. As the number of social media users is growing at an enormous rate in the world, and the number of emergency and various other crisis situations is also very high, it is imperative to use social media in emergency management, which is one of the most innovative and innovative solutions.

PRIEDAI

1 PRIEDAS

TYRIMO „SOCIALINĖS MEDIJOS LIETUVOS RESPUBLIKOS NEPAPRASTŲJŲ SITUACIJŲ VALDYME" KLAUSIMYNAS

Gerbiami apklausos dalyviai, esu Mykolo Romerio Universiteto, Viešojo valdymo fakulteto II kurso Nepaprastųjų situacijų valdymo magistro studentas atliekantis tyrimą, kuriuo siekiu išanalizuoti socialinių medijų panaudojimą Lietuvos Respublikos nepaprastųjų situacijų valdyme. Jūsų atsakymai ir surinkti tyrimo duomenys bus naudojami rengiant magistro baigiamąjį darbą. Atsakant į klausimus, prašome Jums tinkamą atsakymo variantą pažymėti šalia esančiuose langeliuose **X** ženklu. Apklausa yra anonimiška.

Jei kiltų klausimų galite kreiptis elektroniniu paštu elvinasdalala@gmail.com. Tikimės pagalbos ir bendradarbiavimo.

1. SOCIALINĖS MEDIJOS KLAUSIMAI

1. Ar Jūs savo darbinėje veikloje naudojate socialines medijos ? *(Pažymėkite vieną Jums tinkantį variantą. Jei atsakėte - ne, pereikite prie klausimo Nr. 9)*

1.Taip ☐ 2.Ne ☐

2. Kokias socialinių medijų platformas naudojate savo darbe ? *(Pažymėkite Jums labiausiai tinkančius atsakymų variantus)*

Teiginys	***Pasirinktas variantas***
1. YouTube	☐
2. Facebook	☐
3. Twitter	☐
4. Instagram	☐
5. Kita (Įrašykite savo variantą)	☐

3. Įvertinkite, kiek naudingos yra pateiktos socialinių medijų platformos jūsų darbe: *(Įvertinkite kiekvieną teiginį, pažymėdami labiausiai tinkantį variantą: 1-labai nenaudingos; 2-nenaudingos; 3-neturiu nuomonės; 4- naudingos; 5-labai naudingos)*

Teiginys	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
1. YouTube	☐	☐	☐	☐	☐
2. Facebook	☐	☐	☐	☐	☐
3.Twitter	☐	☐	☐	☐	☐
4. Instagram	☐	☐	☐	☐	☐
5. Jūsų variantas (Įrašykite čia.....)	☐	☐	☐	☐	☐

2. SOCIALINĖS MEDIJOS NEPAPRASTŲJŲ SITUACIJŲ VALDYME LIETUVOS RESPUBLIKOJE KLAUSIMAI

4. Kokius socialinių medijų panaudojimo metodus nepaprastųjų situacijų valdyme jūs taikote savo darbe? *(Pažymėkite Jums labiausiai tinkančius atsakymo variantus)*

Teiginys	*Pasirinktas variantas*
1.Tobulinu strateginį planą remiantis socialinių medijų informacija	☐
2.Nustatau veiklos kryptis	☐
3.Sukuriu socialinių medijų profilius, kuriuos naudoju nepaprastųjų situacijų valdyme	☐
4.Valdau visuomenės lūkesčius nelaimės metu	☐
5.Taikau operacijų valdymo konceptą	☐
6.Paskirstau naujos informacijos atnaujinimo dažnį bei turinį	☐
7.Koordinuojuosi su organizacijos partnerėmis	☐
8.Aktyviai stebiu socialinių medijų turinyje matomus duomenis	☐
10.Tobulinu visuomenės sąmoningumą nelaimių atveju	☐
11.Palaikau ryšį su nukentėjusiais po nelaimės	☐
12.Įtvirtinu žemėlapio informaciją vizualiam kontekstui pateikti	☐
13.Įsitraukiu į bendradarbiavimą su savanorių ir nevyriausybinėmis organizacijomis dėl pagalbos nelaimės metu	☐

5. Įvertinkite socialinių medijų naudojimo nepaprastųjų situacijų valdyme motyvacines priežastis: *(Įvertinkite kiekvieną teiginį, pažymėdami labiausiai tinkantį variantą: 1-visiškai nesutinku; 2-nesutinku; 3-neturiu nuomonės; 4-sutinku; 5-labai sutinku.)*

Teiginys	***1***	***2***	***3***	***4***	***5***
1.Lengvai galima pasiekti tikslinę auditoriją (Vieta, amžius, lytis ir tt.)	☐	☐	☐	☐	☐
2.Informacijos sklaida yra labai greita	☐	☐	☐	☐	☐
3.Labai didelis kasdienių vartotojų ratas	☐	☐	☐	☐	☐
4.Norint pasiekti žmones per programėles nereikia naujų apmokymų	☐	☐	☐	☐	☐
5.Informacija gali būti pateikiama įvairia forma (nuotraukos, vaizdo įrašai, garso įrašai ir tt)	☐	☐	☐	☐	☐
6.Daugelis žmonių iškilus nelaimei pirmiausia įsijungia socialines medijas	☐	☐	☐	☐	☐
7.Informacijos gavėjai taip pat gali tapti ir platintojais	☐	☐	☐	☐	☐
8.Galimybė lengvai sutelkti didelius būrius savanorių	☐	☐	☐	☐	☐
9. Galimybė užpildyti informacijos trūkumus skleidžiant informaciją per kitus šaltinius	☐	☐	☐	☐	☐
10. Kita (Įrašykite savo variantą)	☐	☐	☐	☐	☐

6. Įvertinkite veiksnius,kurie Jūsų nuomone, yra labiausiai ribojantis socialinių medijų panaudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme ? *(Įvertinkite kiekvieną teiginį, pažymėdami vieną Jums labiausiai tinkantį variantą.)*

Teiginys	***Sutinku***	***Iš dalies sutinku***	***Nesutinku***
1.Individualūs barjerai	☐	☐	☐
2.Organizaciniai barjerai	☐	☐	☐
3.Išoriniai barjerai	☐	☐	☐
4.Technologiniai barjerai	☐	☐	☐

7. Įvertinkite socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme trūkumus, kurie Jūsų nuomone, labiausiai prisideda prie neigiamo poveikio nelaimių metu? *(Įvertinkite kiekvieną teiginį, pažymėdami vieną Jums labiausiai tinkantį variantą.)*

Teiginys	***Sutinku***	***Iš dalies sutinku***	***Nesutinku***
1. Nepaprastųjų situacijų įstaigų vadovai negali iki galo kontroliuoti informacijos plitimo.	☐	☐	☐

2. Nekokybiška ir netiksli informacija	☐	☐	☐
3. Nekompetentingi specialistai pateikia klaidinančia informaciją labai plačiai visuomenei, kas prisideda prie netinkamo reagavimo	☐	☐	☐
4. Vartotojai nesugeba įvertinti informacijos pateikiamos per socialines medijas	☐	☐	☐
5. Per mažas pasiekiamų žmonių kiekis	☐	☐	☐
6. Visuomenė nepasitiki informacija gauta per socialinius tinklus	☐	☐	☐
7. Gauta informacija negali būti naudojami nepaprastųjų situacijų sprendimuose dėl jos nepatikimumo.	☐	☐	☐

8. Kokiose nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo fazėse naudojate socialines medijas ? *(Pažymėkite Jums labiausiai tinkančius atsakymo variantus)*

Teiginys	***Pasirinktas variantas***
1.Švelninimas	☐
2.Pasiruošimas	☐
3.Mažinimas	☐
4.Atkūrimas	☐
5.Prevencija	☐

9. Trumpai aprašykite kodėl jūsų organizacija nenaudoja socialinių medijų? *(Atsakymą įrašykite. Jeigu į pirmą klausimą atsakėte TAIP į šį klausimą atsakyti nereikia.)*

……..
……

10. Trumpai aprašykite kaip manote ateityje keisis socialinių medijų naudojimas jūsų organizacijoje ? *(Atsakymą įrašykite.)*

……..
……

3.DEMOGRAFINIAI KLAUSIMAI

11. Jūsų lytis: *(Pažymėkite vieną atsakymo variantą)*

Teiginys	***Pasirinktas variantas***

1. Vyras	☐
2. Moteris	☐

12. Jūsų amžius: *(Pažymėkite vieną atsakymo variantą)*

Teiginys	***Pasirinktas variantas***
1. 18-25m.	☐
2. 26-35m.	☐
3. 36-45m.	☐
4. 46-55m.	☐
5. 55m. ir daugiau	☐

13. Jūsų darbo stažas: *(Pažymėkite vieną atsakymo variantą)*

Teiginys	***Pasirinktas variantas***
1. Iki 5m.	☐
2. 6-10m.	☐
3. 11-20m.	☐
4. 21m. ir daugiau	☐

14. Jūsų užimamos pareigos: *(Pažymėkite vieną atsakymo variantą)*

Teiginys	***Pasirinktas variantas***
1. Specialistas	☐
2. Vyriausiasis specialistas	☐
3. Vedėjo pavaduotojas	☐
4. Vedėjas	☐
5. Patarėjas	☐

Dėkojame už nuoširdų dalyvavimą!

2 Priedas

Respondentų atsakymų rezultatai ar jie savo darbinėje veikloje naudoja socialines medijas (n=71)

Teiginys	Respondentų skaičius
Taip	46
Ne	25

3 priedas

Respondentų atsakymai kokias socialinių medijų platformas naudoja savo darbe (n=46)

Platformos	Respondentų skaičius
YouTube	21
Facebook	44
Twitter	1
Instagram	3
Kita	5

Pateikti atsakymų variantai pasirinkus opciją (kita):

1. Savivaldybės portalą
2. Internetinį portalą
3. Internetiniu puslapiu
4. nenaudoju
5. įstaigos internetinis tinklalapis

4 priedas

Respondentų atsakymai kiek naudingos yra pateiktos socialinių medijų platformos jų darbe (n=46)

Teiginys	Visiškai nenaudinga	Nenaudinga	neturiu nuomonės	Naudinga	Labai naudinga
YouTube	11	3	12	12	5
Facebook	1	1	1	3	39
Twitter	22	0	16	0	1
Instagram	18	4	15	2	0
Jūsų pateiktas variantas	2	0	30	1	3

5 priedas

Respondentų atsakymai kokius socialinių medijų panaudojimo metodus nepaprastųjų situacijų valdyme taiko savo darbe (n=46)

Teiginys	Respondentai
Tobulinu strateginį planą remiantis socialinių medijų informacija	2
Nustatau veiklos kryptis	5
Įtvirtinu žemėlapio informaciją vizualiam kontekstui pateikti	0
Sukuriu socialinių medijų profilius, kuriuos naudoju nepaprastųjų situacijų valdyme	31
Valdau visuomenės lūkesčius nelaimės metu	17
Taikau operacijų valdymo konceptą	4
Paskirstau naujos informacijos atnaujinimo dažnį bei turinį	26
Koordinuojuosi su organizacijos partnerėmis	6
Aktyviai stebiu socialinių medijų turinyje matomus duomenis	34
Tobulinu visuomenės sąmoningumą nelaimių atveju	29
Palaikau ryšį su nukentėjusiais po nelaimės	13
Įsitraukiu į bendradarbiavimą su savanorių ir nevyriausybinėmis organizacijomis dėl pagalbos nelaimės metu	7

6 priedas

Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kaip vertina socialinių medijų naudojimo nepaprastųjų situacijų valdyme motyvacines priežastis (n=46)

Teiginys	Visiškai nesutinku	Nesutinku	neturiu nuomonės	Sutinku	Visiškai sutinku
Lengvai galima pasiekti tikslinę auditoriją (Vieta, amžius, lytis ir tt.)	0	1	2	17	26
Informacijos sklaida yra labai greita	0	1	0	11	35
Labai didelis kasdienių vartotojų ratas	0	1	6	17	22
Norint pasiekti žmones per programėles nereikia naujų apmokymų	0	2	7	17	20
Informacija gali būti pateikiama įvairia forma (nuotraukos, vaizdo įrašai, garso įrašai ir tt)	0	0	5	14	26
Daugelis žmonių iškilus nelaimei pirmiausia įsijungia socialines medijas	1	7	12	19	7
Informacijos gavėjai taip pat gali tapti ir platintojais	0	1	5	20	19
Galimybė lengvai sutelkti didelius būrius savanorių	6	8	13	10	8
Galimybė užpildyti informacijos trūkumus skleidžiant informaciją per kitus šaltinius	0	2	8	18	17

7 Priedas

Respondentų požiūris į veiksnius, kurie riboja socialinių medijų naudojimą nepaprastųjų situacijų valdyme (n=46)

Teiginys	Sutinku	Iš dalies sutinku	Nesutinku
Individualūs barjerai	8	26	12
Organizaciniai barjerai	20	23	3
Išoriniai barjerai	9	22	15
Technologiniai barjerai	13	14	19

8 Priedas

Respondentų požiūris į socialinių medijų nepaprastųjų situacijų valdyme trūkumus , kurie labiausiai prisideda prie neigiamo poveikio nelaimių metu (n=46)

Teiginys	Sutinku	Iš dalies sutinku	Nesutinku
Nepaprastųjų situacijų įstaigų vadovai negali iki galo kontroliuoti informacijos plitimo.	22	18	6
Nekokybiška ir netiksli informacija	5	25	16
Nekompetentingi specialistai pateikia klaidinančia informaciją labai plačiai visuomenei, kas prisideda prie netinkamo reagavimo	6	15	25
Vartotojai nesugeba įvertinti informacijos pateikiamos per socialines medijas	6	20	20
Per mažas pasiekiamų žmonių kiekis	3	16	27
Visuomenė nepasitiki informacija gauta per socialinius tinklus	6	2	18
Gauta informacija negali būti naudojami nepaprastųjų situacijų sprendimuose dėl jos nepatikimumo.	8	25	13

9 Priedas

Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kokiose nepaprastųjų situacijų valdymo ciklo fazėse naudoja socialines medijas (n=46)

Teiginys	***Respondentai***
Švelninimas	22
Pasiruošimas	29
Mažinimas	19
Atkūrimas	15
Prevencija	42

10 Priedas

Respondentų atsakymai kodėl Jų organizacijoje nenaudojamos socialinės medijos darbinėje veikloje (n=25)

1. nėra galimybių šiuo metu įstaigai apmokyti darbuotojus dirbti
2. nėra reikalo
3. Nėra tiek dirbančių žmonių, kad spėtume dar ir socialines medijas tvarkytis.
4. Nereikalauja pareigybė, turime įvairių kitų informavimo bei info rinkimo būdų.
5. Pilnai užtenka kitų priemonių, laikrasčių, savivaldybės portalo ir tt.
6. Nėra nustatytų gairių, kaip reiktų naudoti ir kodėl
7. Užtenka internetinio tinklapio
8. Naudojame internetinį puslapį ir to užtenka
9. Valdymas puikiai vyksta ir be soc. medijų, būtų bereikalingas darbų užsikrovimas
10. Šiuo metu naudojame savivaldybės internetinį puslapį, kuris mums suteikia tas pačias galimybes.
11. Nereikia
12. Naudojame savivaldybės internetinį puslapį
13. šiuo metu nėra poreikio
14. Kol kas nereikalinga
15. Nėra butinybės
16. Naudojame internetinį portal
17. Kol kas neturime gairių kaip tikslingai naudoti soc. Medijas
18. Nėra butinybės
19. Turime kitus sprendimo būdus
20. Nes nereikalinga
21. Dauguma yra vyresni.Todel, kad personalas nezino kaip naudotis , truksta ziniu, reikalingi apmokymai
22. Nenaudoja ir tiek
23. Tikriausiai, kad tai daugiau pramoga
24. Organizacija naudoja, bet aš savo darbinėje aplinkoje nenaudojame socialinių medinų. Tam poreikio nėra.
25. Nereikalinga

(Kalba neredaguota autoriaus, atsakymai yra cituoti jų nekeičiant)

11 Priedas

Respondentų atsakymai kaip ateityje keisis socialinių medijų naudojimas jų organizacijoje (n=25)

1. bandysime naudoti aktyviau
2. -
3. Nepasikeis
4. Norėtume daugiau naudoti youtube, kad galima būtų įdėti įvairius mokomuosius įrašus
5. Naudosime tik daugiau, kadangi tai yra labai patogios sistemos
6. Netolimoje ateityje pradėsime naudoti Facebook
7. .
8. Labai neturėtų keistis.
9. Nenaudosime
10. Turėtume naudoti vis daugiau, kadangi labai daug žmonių naudojasi medijomis.
11. Nesikeis netolimoje ateityje tikrai
12. Itariu, jog bus naudojama vis dazniau ir daugiau, galbut atsiras nauju panaudijimo budu
13. Kol kas nesikeis
14. Aktyviai naudosime kaip iki šiolei
15. Manau ateityje naudosime informavimui.
16. Gal kažkada ir naudosime jei reikės, šiuo metu tikrai neplanuojame
17. Nenaudosime ir ateityje.
18. Ir toliau bandysime informuoti žmones per soc.medijas.
19. Gal ateityje ir pradėsime naudoti
20. Nesikeis
21. Naudosime kaip iki šiol
22. Neturėtų keistis
23. Naudosime taip pat
24. Manau ateityje naudosime daugiau skirtingų socialinių medijų.
25. Neturėtų keistis, nes rezultatai yra geri.
26. Ir toliau bandysime naudoti vis daugiau
27. Nesikeis
28. Kol kas naudoti neplanuojame, nebent būtų būtinybė
29. Kai bus poreikis naudosime
30. naudosime vis daugiau
31. Nesikeis
32. .
33. Kol kas nenaudosime
34. Ir toliau nenaudosime
35. naudosime daugiau, kadangi rezultatai yra teigiami
36. Nesikeis
37. Naudosime daugiau
38. Nesikeis.
39. Manau, jog pradėsime naudoti
40. Keistis neturėtų, nebent pradėsime naudoti populiarinimo tikslais
41. Neabejoju, jog naudosime vis dažniau
42. Manau, jog socialinių medijų naudojimas turėtų plėstis.
43. Manau niekas nepasikeis
44. Naudosime daugiau
45. Ir toliau bus naudojama
46. Taip pat naudosime

47. Niekas nesikeis
48. Naudosime daugiau
49. Manau, kad ateityje bus naudojamos
50. Manau, jog naudojimas nesikeis.
51. Gal būt
52. Nesikeis, bus naudojama taip pat
53. Taip
54. Manau, jog specialistai bus labiau ruošiami kaip naudoti šias technologijas
55. Turėtų būti naudojama daugiau
56. Neįsivaizduoju
57. Tobulėsime
58. Manau, jog plėsis naudojimo ratas
59. Manau, kad ateityje bus naudojama visuomenes valdymui ir inf. Skleidimui nelaimes atveju
60. Plėsis
61. Ir toliau bus naudojama
62. Kuo toliau tuo labiau reikės prisitaikyti prie auditorijos, kuri užaugo su socialinėmis medijomis ir jose nuolatos gyvena
63. Manau, plėsis.
64. Turetu dideti naudojimas.
65. taip .
66. Tikiuosi socialinė medija darbe bus labiau prieinama visiems.
67. Bus naudojama dar daugiau ir dažniau
68. Socialinės medijos labiau išpopuliarės, bus įgytas didesnis pasitikėjimas
69. Organizacijoje tikrai tas tobulės, bet ar mano (skyriaus) darbinėje aplinkoje - nemanau
70. Manau, kad jos bus naudojamos platesne apimtimi.
71. Tik didės, kadangi tai puiki ir dar tikrai neišnaudota pilnai platforma.

(Kalba neredaguota autoriaus, atsakymai yra cituoti jų nekeičiant)

12 Priedas

Demografinis respondentų pasiskirstymas

Respondentų pasiskirstymas pagal lytį (n=71)

Teiginys	***Respondentai***
Vyras	42
Moteris	29

Respondentų pasiskirstymas pagal amžių (n=71)

Teiginys	***Respondentai***
18-25m.	2
26-35m.	37
36-45m.	24
46-55m.	6
55 ir daugiau	2

Respondentų pasiskirstymas darbo stažą (n=71)

Teiginys	***Respondentai***
Iki 5m.	18
6-10m.	35
11-20m.	13
21m. ir daugiau	5

Respondentų pasiskirstymas užimamas pareigas (n=71)

Teiginys	***Respondentai***
Specialistas	6
Vyresnysis specialistas	6
Vyriausiasis specialistas	51
Vedėjo pavaduotojas	1
Vedėjas	7
Patarėjas	0

elvinasdalala@gmail.com