

Dėl Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projekto

LR Vyriausybės kanceliarijos teikimu

2006 m. gruodžio 28 d.

Strateginio planavimo komiteto posėdyje

dokumentui iš esmės pritarta (protokolas Nr. 21)

Strategijos projektą parengė konsorciumas, sudarytas iš viešosios įstaigos „Europos namai“, viešosios nuomonės ir rinkos tyrimų centro „Vilmorus“, Didžiosios Britanijos strateginių komunikacijų įmonių grupės „Chime Communications plc“ pagal sutartį su LR Vyriausybės kanceliarija

Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projektas

Pristatymo turinys

- Esama situacija
- Problemos
- Lietuvos įvaizdžio formavimo prielaidos
- Lietuvos pranašumai
- Rizikos
- Laukiami rezultatai
- Strategijos tikslai ir uždaviniai
- Pamatinė idėja
- Įvaizdžio formavimo prioritetai, kryptys ir etapai
- Organizacinė struktūra
- Siūlomi sprendimai

Projekto teisinės prielaidos

- LR Vyriausybės 2006-2008 m. programos įgyvendinimo priemonė nr. 848: parengti įvaizdžio formavimo strategiją (2006 m. IV ketv.).
- 2005 m. birželio 28 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija paskelbė projekto konkursą „Lietuvos įvaizdžio formavimo strategija“.
- 2006 m. gegužės 30 d. pasirašyta projekto įgyvendinimo paslaugų pirkimo sutartis Nr. 2006-1-IKD su konkursą laimėjusiu konsorciumu, kurį pagal jungtinės veiklos sutartį sudarė viešoji įstaiga „Europos namai“, Jungtinės Karalystės Bell Pottinger Corporate & Financial Limited, Chime Communications PLC grupės kompanija ir UAB „Vilmorus“.
- 2006 m. spalio 31 d. pateiktas Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos ir jos įgyvendinimo priemonių plano projektas.

Esama situacija

Kas yra valstybės įvaizdis?

Valstybės įvaizdis – tai stichiškai atsiradusi arba **tikslingai sukurta** racionalių ir emocinių valstybės savybių bei asocijuojamų vertybių visuma, kuri suformuoja valstybės tapatybę žmogaus sąmonėje. Tai - dinamiškas vaizdinys, kintantis priklausomai nuo objekto arba žmonių grupės sąmonės pokyčių.

Esama situacija

Kodėl reikia formuoti valstybės įvaizdį?

Įvaizdžio formavimas – tai nacionalinės politikos dalis, viena iš priemonių įgyvendinti valstybės viziją.

Įvaizdis formuojamas siekiant padėti įgyvendinti konkrečius tikslus:

- stiprinti nacionalinį identitetą,
- spręsti šalies išlikimo klausimą (stabdyti emigraciją),
- kelti tarptautinį valstybės autoritetą,
- pritraukti investicijas,
- skatinti eksportą,
- didinti šalies lankytojų skaičių.

Esama situacija

Atlikta

- Lietuvos įvaizdžio užsienio šalyse ir Lietuvoje reprezentatyvus **tyrimas** (25 ES šalyse, Baltarusijoje ir Kaliningrado srityje apklausta 27 000 respondentų).
- **nustatytas Lietuvos įvaizdžio indeksas**,
- institucijų informavimo ir komunikacijos **SSGG studija**:
 - institucijų visuomenės informavimo bei komunikacijos Lietuvoje bei užsienyje tyrimas (21 institucijoje ir 3 asociacijose);
 - institucijų ir diplomatinių atstovybių užsienyje interneto svetainių tyrimas.
- **valstybės gyvenimo sričių** (verslo aplinkos, turizmo, žmonių, valdymo, kultūros ir istorinio paveldo, sporto) **įvertinimas** komunikacijos požiūriu.

Esama situacija

Kokios prielaidos Lietuvos įvaizdžio formavimui?

Užsienyje

- Bendras apklaustųjų užsienio šalyse Lietuvos vertinimas palankus.
- Neišnaudotos galimybės ir turimi pranašumai didinti Lietuvos žinomumą.

Lietuvoje

- 72 proc. apklaustųjų didžiuojasi būdami Lietuvos piliečiais.

Pagrindinė sąlyga - valstybės politinė valia formuoti Lietuvos įvaizdį.

Esama situacija

Kokie Lietuvos pranašumai aktualūs įvaizdžio formavimui? (1)

- Unikali geografinė padėtis bei istorija suteikia kompetenciją būti rytų ir vakarų bei šiaurės ir pietų sankirta verslo, politikos, turizmo, kultūros ir kitose srityse.
- Demokratinė šalis, pirmoji taikiu, demokratiniais būdais atkūrė nepriklausomybę, pradėjusi SSSR griūtį.
- ES ir NATO narė, valstybė – donorė, aktyvi užsienio politikos veikėja, ES naujosios kaimynystės politikos ekspertė.
- Lietuviai - europietiška tauta, pasižymi energija, iniciatyvumu, veržlumu, darbštumu, išsilavinimu.

Esama situacija

Kokie Lietuvos pranašumai aktualūs įvaizdžio formavimui? (2)

- Patraukli aplinka vystyti verslą: logistikos jungtys, inžinerinis potencialas, verslo organizavimo dinamiškumas, jauna auganti ekonomika, pasižyminti vartojimo alkiu, lankstumas, verslo ir mokslo bendradarbiavimo galimybės, kvalifikuota darbo jėga.
- Labiausiai į rytus nutolusi vakarietiška kultūra, šiauriausias katalikiškos kultūros regionas, lotyniškos ir bizantiškos civilizacijų sankirta, kultūrų įvairovė modernioje kultūroje.
- Sudėtinga sena valstybės istorija, unikali eksperimentavimo ir savęs ieškojimo dvasia.
- Išskirtiniai sugebėjimai krepšinyje, lengvojoje atletikoje, dviračių ir pramoginių šokių sporte.
- Autentiškas kultūrinis gamtovaizdis, natūrali gamta, ramybė.

Esama situacija

Kokios išvados?

- Lietuva ir jos žmonės yra **daug pasiekę** ir pelnytai gali tuo didžiuotis, **tačiau pasaulis per mažai apie tai žino**.
- Šalys yra panašios savo ekonomika, gamta, kultūra, istorija, menu ir **skirtingos savo žmonėmis**.

Problemos (1)

Užsienyje

- Didžiausia problema - **Lietuvos nežinomumas**, jos neatpažinimas (42 % apklaustų užsienio šalių gyventojų nežino Lietuvos).
- Skeptiškai vertinimas Lietuvos politinis stabilumas, korupcijos lygis, modernumas ir patrauklumas investicijoms.

Lietuvoje

- Svarbūs valstybės gyvenimo aspektai **vertinami labai kritiškai**: respondentai nesutinka, kad Lietuva yra moderni šalis (50 proc.), kad ekonomika vystosi sparčiai (45 proc.), kad yra patraukli investicijoms (33 proc.), kad politiškai stabili (75 proc.) ir kad yra mažai korupcijos (90 proc.).

Lietuvos įvaizdžio indeksas

- Lietuvos vidaus ir užsienio įvaizdžio indekso (skalėje nuo -100 iki + 100) reikšmė 2006 m. sudarė +16; Lietuvos vidaus įvaizdžio indeksas +9, Lietuvos užsienio įvaizdžio indeksas +24¹¹

Problemos (2)

Silpna komunikacija

- Nėra vientisos ir koordinuotos informavimo apie valstybę politikos.
- Neužtikrinamas ir nekoordinuojamas lėšų paskirstymas informavimo ir komunikacijos veiklai.
- Pasyvūs ryšiai su užsienio žiniasklaida.
- Neįvertintas informavimo veiklos efektyvumas.

Rizikos

Jei valstybės įvaizdis *nebus* formuojamas *tikslingai*, tai:

- susidarys įspūdis, kad Lietuva nesuvokia strateginės komunikacijos svarbos,
- pakenks šalies reputacijai,
- stiprės gyventojų skeptiškumas valstybės atžvilgiu,
- Lietuva liks nežinoma, neatpažįstama,
- pralaimės konkuruodama dėl investicijų, eksporto, lankytojų pritraukimo,
- silpnės ryšys tarp Lietuvos išeivijos ir Lietuvos,
- tikėtina, kad emigracijos mastas nemažės.

Laukiami rezultatai

Jei valstybės įvaizdis *bus* formuojamas *tikslingai*, tai:

- Bus vykdoma kryptinga ir sisteminga informavimo ir komunikacijos apie valstybę politika.
- Bus sukurta efektyvi šalies įvaizdžio formavimo ir valdymo sistema.
- Bus parengta ir praktikoje taikoma šalies įvaizdžio knyga.
- Didės Lietuvos žinomumas.
- Sustiprės šalies gyventojų lojalumas, sumažės emigracija.
- Augs investicijos.
- Didės šalies lankytojų skaičius.
- Sustiprės ryšiai su Lietuvos išeivija.
- Išaugės teigiamas Lietuvos vertinimas:
 - Lietuvos vidaus įvaizdžio indeksas (nuo -100 iki +100):
2006 m. + 9 → 2010 m. + 24
 - Lietuvos užsienio įvaizdžio indeksas (nuo -100 iki +100):
2006 m. + 24 → 2010 m. + 29

Strategijos tikslai ir uždaviniai

Tikslai:

- Formuoti Lietuvos įvaizdį, kuris padėtų įgyvendinti valstybės ilgalaikės raidos tikslus bei užsienio politikos prioritetus.
- Didinti Lietuvos žinomumą, siekiant lojalumo ir atstovavimo vidaus ir užsienio visuomenėje.
- Stiprinti nacionalinį identitetą.

Uždaviniai:

- Vykdyti kryptingą ir sistemingą informavimo ir komunikacijos apie valstybę politiką.
- Sukurti Lietuvos įvaizdžio formavimo sistemą.
- Užtikrinti, kad Lietuvos raida, pažanga ir pasiekimai būtų žinomi Lietuvos ir tarptautinei visuomenei.
- Kryptingai ir sistemingai teikti informaciją Lietuvos išeivijai.

Įvaizdžio pamatinė idėja

Lietuva – vieta kurti ir įgyvendinti savo idėjas, nes:

- Tai - jauna, energinga, moderni, europietiška šalis, sugebanti įveikti bet kokius iššūkius.
- Lietuviai – veiksmo ir veiklos žmonės. Lietuvis daug padaro, bet mažai apie tai pasako. Geriausiai apie lietuvį kalba jo darbai.

Pamatinės idėjos pateikimas

- Per konkrečius realius pasakojimus apie lietuvių (užsienyje ir Lietuvoje) pasiekimus: verslininkų, mokslininkų, mokytojų, medikų, inžinierių, menininkų ir kitų žmonių.
- Šalies gyvenimo sritys, šalies pažanga, pasiekimai perteikiami pasitelkiant žmonių istorijas.

Pamatinės idėjos komunikacijos privalumai

- Emociškai jėtaigi ir patikima,
- Nepolitizuota,
- Motyvuoianti,
- Stiprinanti lojalumą,
- Veiksminga,
- Unikali.

Įvaizdžio formavimo kryptys ir prioritetai

Šalies įvaizdžio formavimas yra ilgalaikis, trunkantis dešimtmečius, procesas, todėl skirstomas į laikotarpius, o laikotarpiai – į etapus.

2007-2010 m. laikotarpio prioritetai ir kryptys:

- komunikacija šalies gyventojams;
- viešosios diplomatijos plėtotė;
- investicijų pritraukimo skatinimas.

Krypčių ir prioritetų pagrindimas

- **Lietuvos visuomenė** turi suprasti valstybės įvaizdžio svarbą, tapatintis su šalies įvaizdžiu. Tai skatintų pilietiškumą, nacionalinį identitetą, savigarbą. Šiuo metu sparčiai auganti emigracija formuoja neigiamą valstybės įvaizdį.
- **Viešoji diplomatija** turi akivaizdžią patirtį valstybės įvaizdžio formavimo srityje bei aiškiai suformuluotą koncepciją, greičiausiai duoda apčiuopiamų rezultatų.
- **Investicijos** yra būtina stabilaus ir spartaus ūkio augimo sąlyga, užtikrinanti bendrą ūkio konkurencingumą. Šiuo metu Lietuva patenka tarp mažiausiai užsienio investicijų pritraukiančių šalių ES.

Strategijos įgyvendinimas

Siūlomas nuoseklus ir nuosaikus strategijos įgyvendinimo modelis (etapais) leistų :

- tikslingai derinti šalies pasiekimus, turimus išteklius ir siūlomas inovacijas,
- nuosekliai komponuoti iki šiol egzistavusio įvaizdžio kūrimo fragmentiškumą, komunikacijos priemonių įvairiapusiškumą ir tikslinę koordinuotą informacijos sklaidą apie šalį.

Strategijos įgyvendinimo etapai

- I. Koordinuota institucijų informavimo ir komunikacijos veikla (2007 - 2008).
- II. Įvaizdžio formavimas, teikiant išskirtinį prioritetą investicijų pritraukimui (2008 –2009).
- III. Įvaizdžio formavimas šiomis kryptimis: verslas, laisvalaikis, viešoji diplomatija (2009 – 2010).

Strategijos įgyvendinimas

I etapas (2007 – 2008 m.)

- Sukurta valdymo sistema ir institucijų bendradarbiavimo struktūra.
- Parengta šalies įvaizdžio knyga, kuriama šalį reprezentuojanti interneto svetainė.
- Išaiškinta įvaizdžio formavimo strategija bei pamatinė idėja valstybės institucijoms.
- Pradėtos formuoti žmonių pasiekimų, tarptautinių renginių ir įvykių, kanalų ir tikslinių grupių duomenų bazės.
- Kuriama vieninga žiniasklaidos stebėsenos sistema.
- Atnaujintos informavimo ir komunikacijos programos bei veiksmų planai.
- Parengta informavimo apie Lietuvą programa išeivijai.
- Surengti informaciniai renginiai nuomonės formuotojams.
- Įgyvendinamos įvaizdžio formavimo priemonės šalyje.

Strategijos įgyvendinimas

II etapas (2008 – 2009 m.)

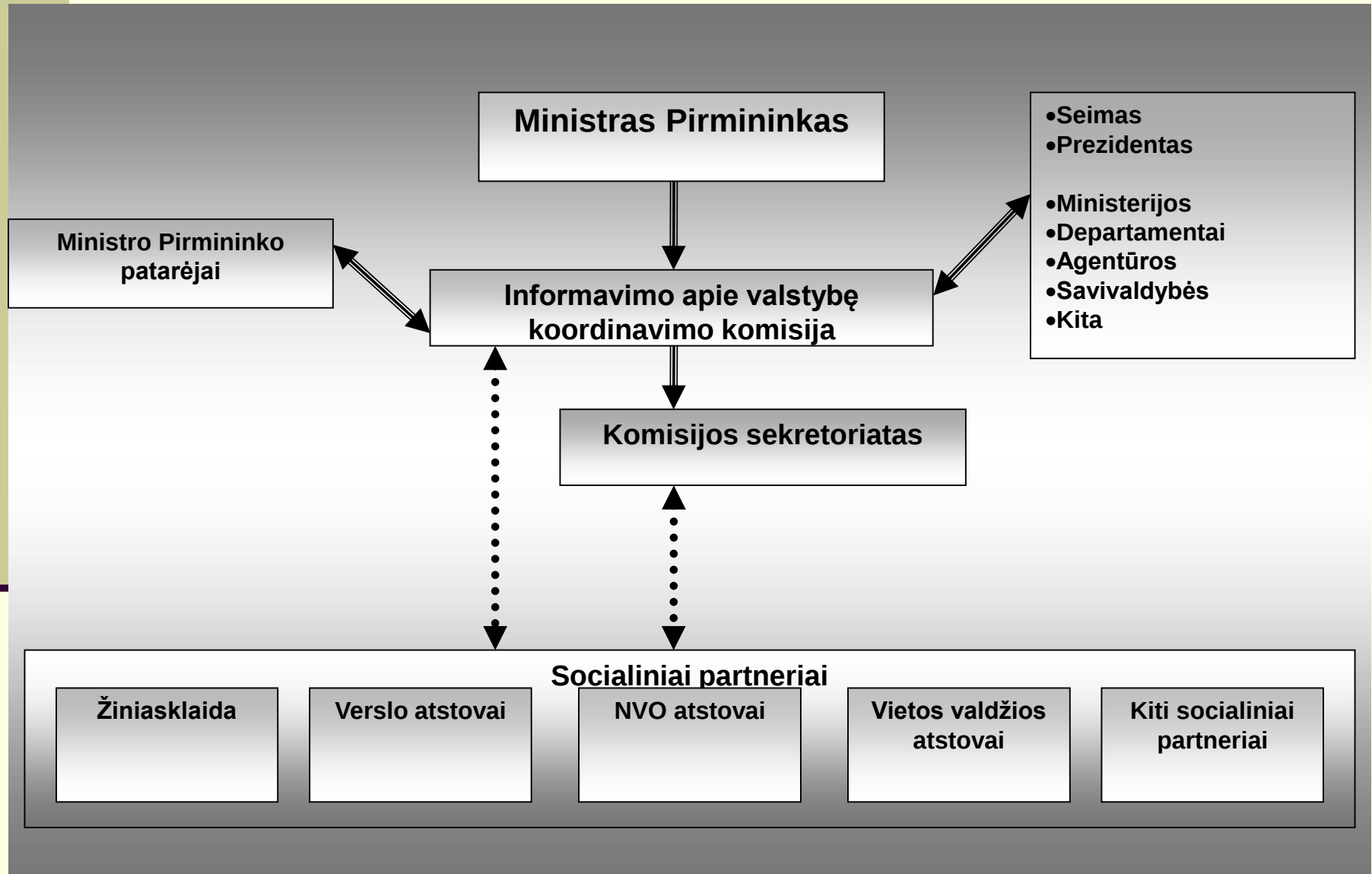
- Pristatomi Lietuvos žmonių pasiekimai Lietuvos ir užsienio visuomenėms, išeivijai.
- Parengiama ir įgyvendinama komunikacijos programa investicijų pritraukimui.
- Plėtojama viešoji diplomatija.
- Įgyvendinamos kitų sričių komunikacijos programos.

Strategijos įgyvendinimas

III etapas (2009 - 2010 m.)

- Vykdoma aktyvi informavimo ir komunikacijos kampanija Lietuvoje ir užsienio šalyse.

Organizacinė struktūra



Lėšų poreikis strategijai įgyvendinti

Strategijos įgyvendinimo priemonės finansuojamos iš:

- ministerijoms ir įstaigoms, dalyvaujančioms įgyvendinant šią strategiją, patvirtintų bendrųjų asignavimų.
- ES struktūrinių fondų.
- papildomų biudžeto asignavimų (nuo 2008 m.).

Siūlomi sprendimai (1)

- Iš esmės pritarti Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projektui (pasiūlytai Lietuvos įvaizdžio pamatinei idėjai, įvaizdžio formavimo tikslams ir uždaviniams, formavimo kryptims ir prioritetams, įvaizdžio tyrimo išvadoms ir rekomendacijoms).
- Pavesti Vyriausybės kanceliarijai kartu su strategijos rengėjais per pirmąjį 2007 m. ketvirtį su Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projektu supažindinti šalies visuomenę, jos tikslines grupes.
- Pritarti nuostatai, kad būtų atnaujinta Informacijos apie valstybę koordinavimo komisijos (sudarytos 2003 m. vasario 3 d. Vyriausybės nutarimu Nr. 180) veikla (Lietuvos įvaizdžio formavimo koordinavimo tikslu) ir įpareigoti Vyriausybės kanceliariją ne vėliau kaip iki 2007 m. vasario 28 d. pateikti pasiūlymus Lietuvos Respublikos Vyriausybei dėl šios komisijos nuostatų ir sudėties atnaujinimo.
- Pavesti Vyriausybės kanceliarijai kartu su Kultūros ministerija, Švietimo ir mokslo ministerija ir Užsienio reikalų ministerija iki 2007 m. gegužės 1 d. įvertinti „Lietuvos instituto“ veiklą ir pateikti siūlymus Vyriausybės Strateginio planavimo komitetui dėl šios viešosios įstaigos veiklos optimizavimo (Lietuvos įvaizdžio formavimo priemonių įgyvendinimo tikslu).

Siūlomi sprendimai (2)

- Pritarti nuostatai, kad Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos pabaigimui ir jos įgyvendinimui reikalinga vizualinė (taip pat ir prekės ženklas) ir verbalinė įvaizdžio išraiška (Lietuvos įvaizdžio knyga), būtų parengta už Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšas, skiriamas projekto „Lietuvos turizmo ir verslo prekės ženklo sukūrimas“ finansavimui, pavedant Vyriausybės kanceliarijai koordinuoti Lietuvos įvaizdžio knygos parengimą, šio projekto įgyvendintojams (Lietuvos turizmo fondui ir Lietuvos ekonominės plėtros agentūrai) suderinus su Vyriausybės kanceliarija tam reikalingus projekto pakeitimus (technines sąlygas, projekto valdymo grupės sudėtį).
- Pritarti nuostatai, kad su Lietuvos įvaizdžio formavimu susijusios paraiškos, kurių finansavimas numatomas iš valstybės biudžeto asignavimų ir (ar) iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų, turi būti įvertintos (suderintos) su Vyriausybės kanceliarija, o, atnaujinus Informacijos apie valstybę koordinavimo komisijos veiklą, su šia komisija.
- Pritarti nuostatai, kad Vyriausybės kanceliarija pradėtų rengti Lietuvos įvaizdžio formavimui reikalingas duomenų bazines (Lietuvos žmonių pasiekimų istorijų; numatomų svarbiausių Lietuvos renginių, įvykių, datų kalendorių; Informavimo ir komunikavimo kanalų (asmenų, institucijų, organizacijų ir kt.).
- Pasiūlyti Lietuvos savivaldybių asociacijai, Vilniaus miesto savivaldybei, „Vilnius – Europos kultūros sostinė 2009“ ir kitų projektų, susijusių su Lietuvos įvaizdžio formavimu, rengėjams bendradarbiauti su Vyriausybės kanceliarija, o, atnaujinus Informacijos apie valstybę koordinavimo komisijos veiklą, su šia komisija.
- Lietuvos įvaizdžio formavimo strategijos projektą Lietuvos Respublikos Vyriausybės tvirtinimui teikti 2007 m. III ketvirtį (po viešo strategijos projekto aptarimo su visuomene, Lietuvos įvaizdžio knygos sukūrimo ir Lietuvos įvaizdžio formavimo įgyvendinimo priemonių plano 2008 - 2010 m. parengimo).