




LIETUVOS RESPUBLIKOS
KULTŪROS MINISTERIJA

ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NAUDOJIMO RAŠTINGUMO LYGIO NUSTATYMO TYRIMAS

Vykdytojai:
 spinter tyrimai



2017 m. lapkričio mėn.

Vilnius

TURINYS

I. ĮVADAS.....	3
II. TYRIMO REZULTATAI	7
2.1. SUGEBĖJIMAS NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS	7
2.2. KRITIŠKAS VERTINIMAS	18
2.3. KOMUNIKACINIAI GEBĖJIMAI	23
2.4. LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMAS	40
2.5. ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NAUDOJIMO RAŠTINGUMO RODIKLIAI	44
III. LYGINAMOJI ANALIZĖ: LIETUVA, ŠVEDIJA IR JUNG TINĖ KARALYSTĖ	55
IV. PROGNOZĖS	62
4.1. PROGNOZAVIMO METODIKA	62
4.2. DEMOGRAFINIŲ PROGNOZIŲ PRIELAIDOS.....	62
4.3. VERTINIMO KRITERIJŲ PROGNOZIŲ PRIELAIDOS	64
4.4. PROGNOZIŲ SKAIČIAVIMAS.....	67
V. IŠVADOS	71
PRIEDAI. Tyrimo klausimynas	73

I. ĮVADAS

Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo lygio nustatymo tyrimas (toliau – Tyrimas) parengtas Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos užsakymu, siekiant įgyvendinti Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. lapkričio 28 d. nutarimu Nr. 1482 patvirtintos „2014–2020 metų nacionalinės pažangos programos“ prioriteto „Visuomenės ugdymas, mokslas ir kultūra“, 1.2 tikslo „Stiprinti tapatybę, pilietiškumą, atsakomybę ir bendradarbiavimą“, 1.2.3 uždavinio „Skatinti pilietiškumą per teisinį ir ekonominį sąmoningumą ir demokratinį aktyvumą“, 1.2.3.1 įgyvendinimo kryptį „Skatinti analitinę teisės, ekonomikos ir demokratinų procesų informaciją kuriančias ir skleidžiančias žiniasklaidos priemones, mokymo programas ir iniciatyvas; remti iniciatyvas, skatinančias žiniasklaidos savireguliaciją, socialinę atsakomybę ir informacijos prieinamumo plėtrą“.

Šio tyrimo tikslas – atlikti reprezentatyvų Lietuvos gyventojų tyrimą, siekiant nustatyti ir įvertinti gyventojų gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis, jų gebėjimą kritiškai vertinti žiniasklaidos priemonėse pateiktą informaciją, jų komunikacijos gebėjimus bei ištirti kaip gyventojai patys vertina žiniasklaidos priemones.

Tyrimo indeksas sudarytas iš trijų pagrindinių rodiklių – **sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis, kritiškas vertinimas, komunikaciniai gebėjimai ir papildomo – Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimas**. Remiantis jais bei juos sudarančiais komponentais apskaičiuotos jų reikšmės ir atlikta rodiklių pokyčių prognozė 2020 m. ir 2023 m. Taip pat pagal galimybes atlikta palyginamoji analizė su Švedijoje ir Jungtinėje Karalystėje atliktų tyrimų analogiškais duomenimis.

Tyrimas atliktas remiantis 2016m. Kultūros ministerijos patvirtinta „Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimo metodika“ ir joje apibrėžtų metodinių tyrimo imties konstravimo, techninio atlikimo bei rodiklių skaičiavimo reikalavimų. Vienas pagrindinių tyrimo elementų – klausimynas, naudotas tyrimo atlikimui, remiasi atnaujintu klausimynu pateiktu 2016 m. „Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustato tyrimo metodikoje“. Pats klausimynas yra adaptuotas iš Europos Komisijos 2011 m. galutinėje tyrimo ataskaitoje „Žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymas ir tikslinimas“ pateikto klausimyno papildant jį Lietuvos specifika atitinkančiais klausimais.

Tyrimo išskiriamos dvi tikslinės grupės:

(1) reprezentatyvi nuolatinė Lietuvos gyventojų grupė;

(2) pagrindinių Lietuvoje gyvenančių tautinių mažumų – rusų ir lenkų grupė. Tikslinių Lietuvos tautinių mažumų grupių – rusų ir lenkų – pasirinkimas buvo apspręstas šalies tautinės sudėties: paskutinio Lietuvos respublikos gyventojų ir būsto surašymo duomenimis, 2011 m. Lietuvoje gyveno 84,2 proc. lietuvių, 6,6 proc. lenkų, 5,8 proc. rusų, 1,2 proc. baltarusių, 0,5 proc. ukrainiečių ir 0,6 proc. kitų tautybių gyventojų, t.y. rusai ir lenkai yra dvi didžiausios Lietuvos tautinės mažumos.

Abi šios tikslinės grupės buvo apklaustos dviejuose atskiruose tyrimuose – pagrindiniame tyrimo ir papildomame Lietuvos tautinių mažumų tyrimo.

Tyrimo apskaičiuotų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodiklių reikšmės apskaičiuotos remiantis pagrindinio (1) tyrimo – reprezentatyvaus šalies gyventojų tyrimo rezultatais. Svarbu pastebėti, kad į reprezentatyvaus nuolatinio Lietuvos gyventojų tyrimo imtį reprezentatyviai patenka ir visų Lietuvoje gyvenančių tautinių mažumų atstovai, o (2) tikslinės grupės išskyrimas buvo reikalingas norint objektyviai palyginti bendrą šalies gyventojų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą ir žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą tarp Lietuvos tautinių mažumų atstovų ir,

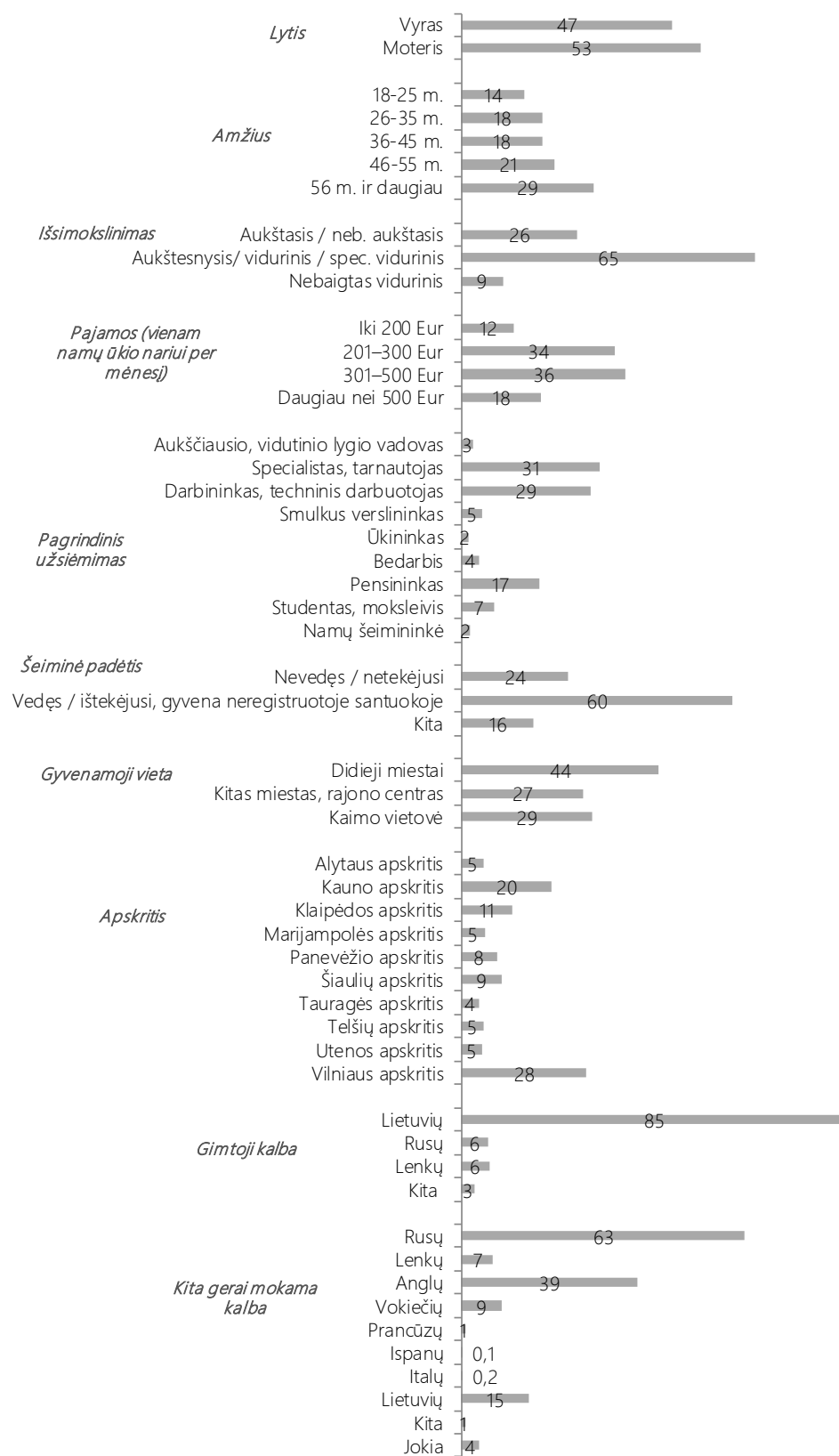
įvertinus gautus rezultatus, išskirti galimai papildomas grėsmes ar identifikuoti galimai esančius specialius poreikius Lietuvos tautinių mažumų grupėse.

Tyrimo rezultatai suteikia galimybę šį „žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio nustatymo tyrimą“ naudoti kaip atskaitos tašką tolimesniems Kultūros ministerijos tyrimams, siekiant sekti ir matuoti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį Lietuvoje.

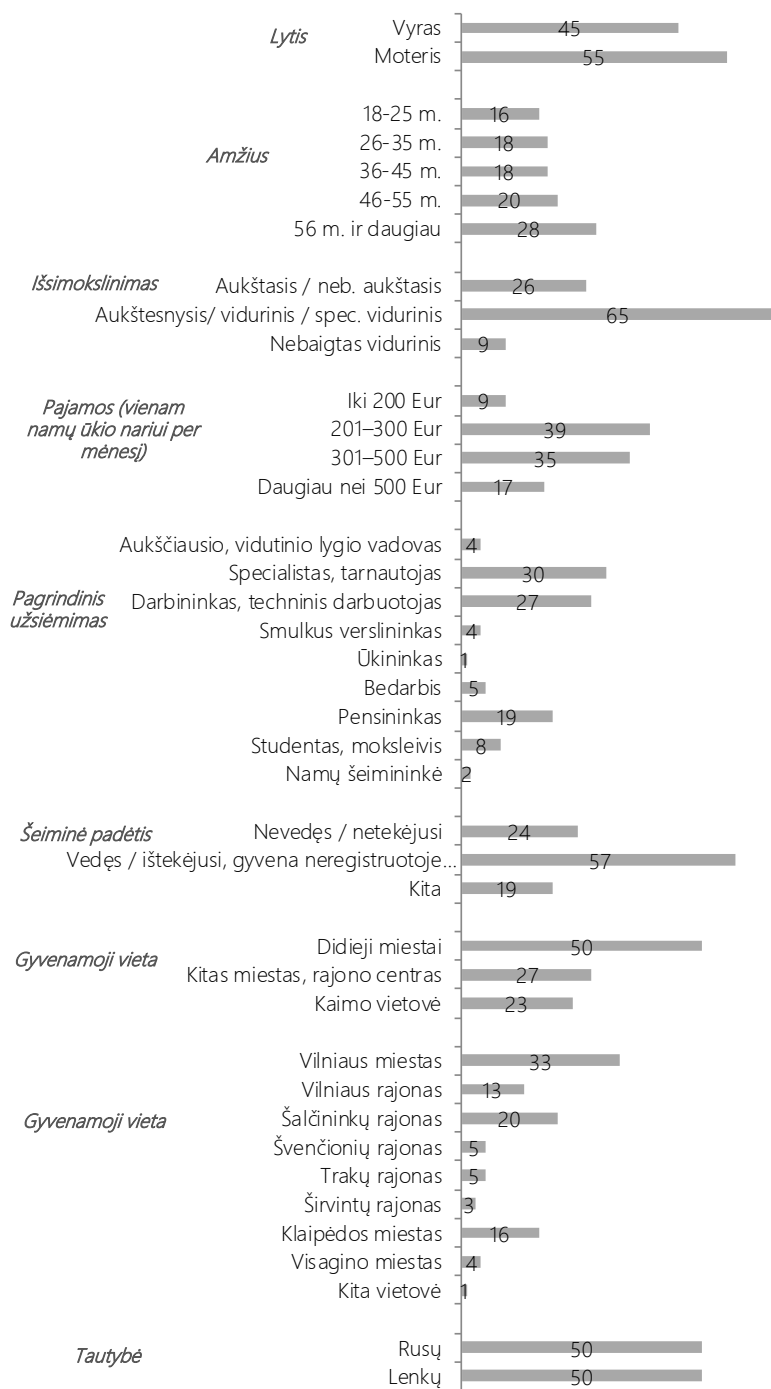
1.1 Techninė tyrimo informacija

Tyrimo imtis								
Pagrindiniame (1) tyrime buvo apklausti 1008 respondentai nuo 18 iki 75 m. amžiaus.	Papildomame Lietuvos tautinių mažumų (2) tyrime apklausti 504 respondentai nuo 18 iki 75m. amžiaus (251 rusų tautybės ir 253 lenkų tautybės nuolatiniai Lietuvos respublikos gyventojai).							
Tyrimo laikas								
2017 m. rugsėjo 17 – spalio 25 d.								
Tyrimo atranka								
Pagrindiniame (1) tyrime naudota daugiapakopė stratifikuota tikimybinė atranka.	Papildomame Lietuvos tautinių mažumų (2) tyrime naudota kvotinė atranka.							
Tyrimo metodas								
Respondentai apklausti taikant kombinuotą CAPI metodą. CAPI (angl. Computer Assisted Personal Interview) atlieka profesionalus apklausėjas. Jis veda pokalbį su respondentu pagal parengtus klausimus respondento namuose, atsakymus fiksuodamas klausimyne.								
Duomenų analizė								
Tyrimo duomenų skaičiavimai ir analizė atliekama, naudojant SPSS programinę įrangą. Ataskaitoje naudojamas aprašomosios statistikos principas. Taikant aprašomosios statistikos metodą naudojami statistiniai dydžiai: dažniai, procentai, vidurkiai. Reikšmingi rezultatų skirtumai skirtingose respondentų grupėse analizuojami, naudojant krostabuliacinę (angl. crosstabulation) analizę.								
Statistinė duomenų paklaida								
Atrankiniuose kiekybiniuose tyrimuose visada išlieka statistinės paklaidos tikimybė, į kurią būtina atsižvelgti interpretuojant duomenis. Pvz.: Jeigu apklausus 1008 respondentus gavome, kad 50,2 proc. apklaustųjų per paskutinius tris mėnesius bent kartą per savaitę skaitė spausdintą laikraštį ar žurnalą, tai yra 95 proc. tikimybė, kad tikroji reikšmė yra tarp 47,1 proc. ir 53,3 proc. Įverčio tikslumas mažėja, mažėjant analizuojamų atsakymų skaičiui. Toliau pateikiama lentelė, padedanti įvertinti statistinę paklaidą.								
Statistinė duomenų paklaida:								
	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.
PASISKIRSTYMAS	5	10	15	20	25	30	40	50
N	95	90	85	80	75	70	60	50
100	4.4	6.0	7.1	8.0	8.7	9.2	9.8	10
200	3.1	4.2	5.0	5.7	6.1	6.5	6.9	7.1
300	2.5	3.5	4.1	4.6	5.0	5.3	5.7	5.8
400	2.2	3.0	3.6	4.1	4.3	4.6	4.9	5.0
500	1.9	2.7	3.2	3.6	3.9	4.1	4.4	4.5
600	1.7	2.4	2.9	3.2	3.5	3.7	3.9	4.0
800	1.5	2.1	2.5	2.8	3.0	3.2	3.4	3.5
1000	1.4	1.9	2.3	2.5	2.7	2.9	3.1	3.1
1500	1.1	1.5	1.8	2.1	2.2	2.4	2.5	2.6

1.2. Pagrindinio (1) Lietuvos gyventojų tyrimo respondentų charakteristikos (%)



1.3. Papildomo (2) Lietuvos tautinių mažumų tyrimo respondentų charakteristikos (%)



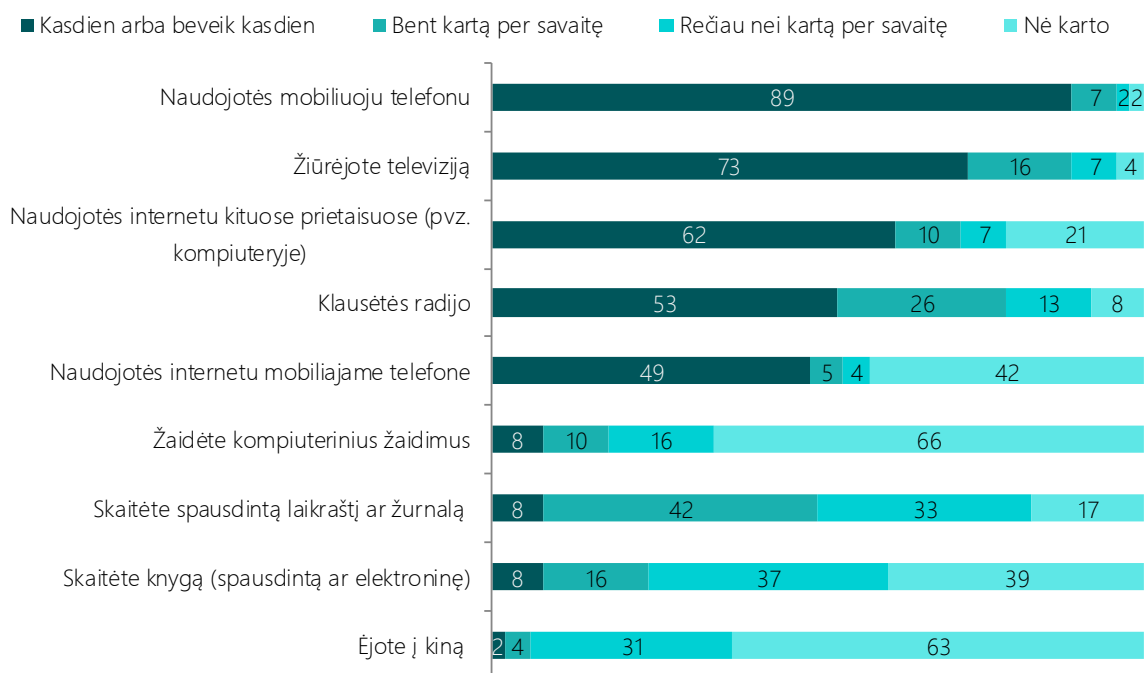
II. TYRIMO REZULTATAI

2.1. SUGEBĖJIMAS NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS

ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VARTOJIMO DAŽNUMAS

9 iš 10 (89 proc.) tyrimo dalyvių teigė kasdien ar beveik kasdien besinaudojantys mobiliuoju telefonu. Taip pat dauguma apklaustųjų kasdien ar beveik kasdien žiūri televiziją (73 proc.) bei naudojami internetu ne mobiliajame telefone (62 proc.). Maždaug kas antras apklaustasis nurodė tokiu dažnumu besiklausantis radijo (53 proc.) ir besinaudojantis internetu mobiliajame telefone (49 proc.). Kita tyrime analizuota elgsena ženkliai retesnė – po 8 proc. nurodė kasdien ar beveik kasdien žaidžiantys kompiuterinius žaidimus, skaitantys spausdintą laikraštį ar žurnalą bei skaitantys knygą. (Pav. 2.1.1) Mobilioju telefonu dažniau (kasdien arba beveik kasdien) naudojami didžiausių pajamų grupės atstovai ir miestų gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr.1). Televiziją dažniau žiūri vyriausi (56 m. ir daugiau) respondentai, žemiausio išsimokslinimo, vidutinių pajamų grupės atstovai ir mažesnių miestų gyventojai. Internetu (tiek telefone, tiek kituose prietaisuose) dažniau naudojami vyrai, 18-45 m. apklaustieji, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir miestiečiai. Radijo dažniau klausosi 56 m. ir vyresni tyrimo dalyviai, žemiausio išsimokslinimo atstovai, mažesnių miestų ir kaimo vietovių gyventojai. Kompiuterinius žaidimus dažniau (bent kartą per savaitę) žaidžia vyrai, 18-25 m. respondentai. Spausdintus laikraščius ar žurnalus dažniau skaito moterys, 46 m. ir vyresni apklaustieji, mažesnių miestų ir kaimo vietovių gyventojai. Knygas – taip pat moterys, 18-25 m. tyrimo dalyviai, didžiausių pajamų grupės atstovai ir didmiesčių gyventojai. Į kiną dažniau eina 18-25 m. respondentai ir didžiųjų miestų gyventojai.

N=1008



2.1.1 pav. Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius Jūs...? (proc.)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai (ypač rusai) dažniau nurodė kasdien ar beveik kasdien skaitantys spausdintą laikraštį ar žurnalą bei knygą. Rusai taip pat dažniau klausosi radijo. Lenkai – naudojami internetu mobiliajame telefone ar kituose prietaisuose (Lentelė 2.1.1).

				Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto
Naudojotės mobiliuoju telefonu	Pagrindinis tyrimas		N=1008	89	7	2	2
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	85	14	1	0,4
		Rusai	N=251	84	15	0,4	0,4
		Lenkai	N=253	86	13	1	0,4
Žiūrėjote televiziją	Pagrindinis tyrimas		N=1008	73	16	7	4
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	72	17	3	8
		Rusai	N=251	69	17	4	10
		Lenkai	N=253	74	16	4	6
Naudojotės internetu kituose prietaisuose	Pagrindinis tyrimas		N=1008	62	10	7	21
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	60	7	10	23
		Rusai	N=251	56	7	11	26
		Lenkai	N=253	64	7	8	21
Klausėtės radijo	Pagrindinis tyrimas		N=1008	53	26	13	8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	51	23	11	15
		Rusai	N=251	58	20	8	14
		Lenkai	N=253	45	27	13	15
Naudojotės internetu mobiliajame telefone	Pagrindinis tyrimas		N=1008	49	5	4	42
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	44	6	5	45
		Rusai	N=251	41	5	6	48
		Lenkai	N=253	47	7	4	42
Žaidėte kompiuterinius žaidimus	Pagrindinis tyrimas		N=1008	8	10	16	66
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	9	11	18	62
		Rusai	N=251	7	9	22	62
		Lenkai	N=253	11	12	15	62
Skaitėte spausdintą laikraštį ar žurnalą	Pagrindinis tyrimas		N=1008	8	42	33	17
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	22	25	19	34
		Rusai	N=251	27	29	24	20
		Lenkai	N=253	17	22	13	48
Skaitėte knygą	Pagrindinis tyrimas		N=1008	8	16	37	39
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	13	18	15	54
		Rusai	N=251	16	21	15	48
		Lenkai	N=253	10	15	15	60
Ėjote į kiną	Pagrindinis tyrimas		N=1008	2	4	31	63
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	1	3	25	71
		Rusai	N=251	2	4	30	64
		Lenkai	N=253		1	20	79

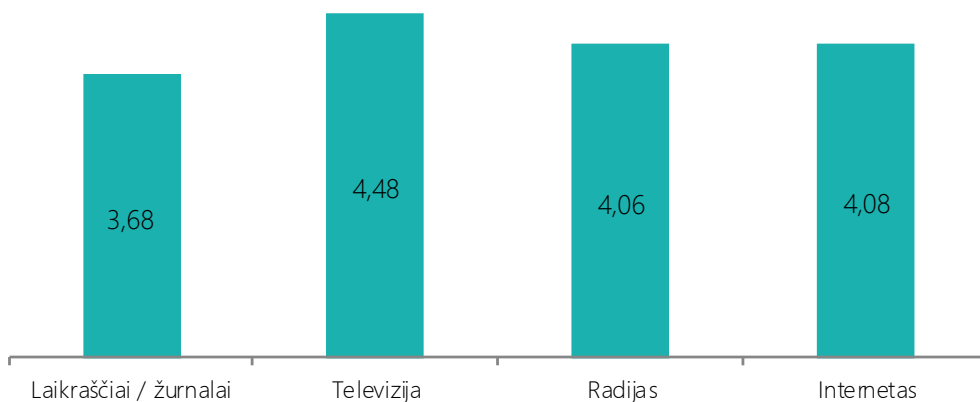
Lentelė 2.1.1. Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius Jūs...? (proc.)

INFORMACIJOS ŠALTINIŲ SVARBA

Svarbiausiu informacijos šaltiniu laikoma televizija – šio šaltinio svarba vidutiniškai vertinama 4,5 balo 5 balų skalėje. Toliau rikiuojasi internetas (4,1) ir radijas (4,1). Mažesnė svarba teikiama laikraščiams / žurnalams – 3,7. (Pav. 2.1.1a)

Televizijai, radijui bei laikraščiams / žurnalams didesnę svarbą teikia 36 m. ir vyresni respondentai (žr. Priedai: lentelės Nr.1a). Internetui – vyrai, 18-45 m. apklaustieji, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir didžiųjų miestų gyventojai.

N=976



2.1.1a pav. Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesvarbu“, 5 – „labai svarbu“; atsakinėja besinaudojantys žiniasklaidos priemonėmis (laikraščiai / žurnalai, televizija, radijas, internetas) kasdien arba beveik kasdien)

Lyginant su visos šalies gyventojų nuostatomis, Lietuvos tautinių mažumų atstovams (skirtumus iš esmės lemia lenkų atsakymai) mažiau svarbūs tokie informacijos šaltiniai, kaip laikraščiai / žurnalai bei radijas (Lentelė 2.1.1a).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=493	N=243	N=250
Laikraščiai, žurnalai	3,68	3,18	3,54	2,84
Televizija	4,48	4,46	4,46	4,47
Radijas	4,06	3,45	3,73	3,18
Internetas	4,08	4,05	3,95	4,15

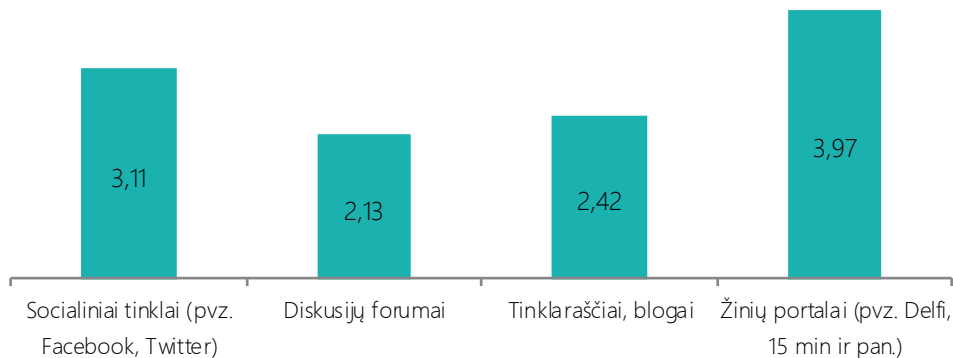
Lentelė 2.1.1a. Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesvarbu“, 5 – „labai svarbu“; atsakinėja besinaudojantys žiniasklaidos priemonėmis (laikraščiai / žurnalai, televizija, radijas, internetas) kasdien arba beveik kasdien)

Iš informacijos šaltinių internete svarbiausiais laikomi žinių portalai (4,0 balo 5 balų skalėje). Vidutiniškai svarbus šaltinis – socialiniai tinklai (3,1). Santykinai mažai svarbiais šaltiniais laikomi tinklaraščiai, blogai (2,4) ir diskusijų forumai (2,1). (Pav. 2.1.1b)

Apskritai visi šie informaciniai šaltiniai svarbesni vyrams, aukščiausio išsimokslinimo, didžiausių pajamų grupės atstovams ir didmiesčių gyventojams (žr. Priedai: lentelės Nr.1b). Žinių portalai ir

diskusijų forumai svarbesni 18-45 m. apklaustiesiems. Socialiniai tinklai ir tinklaraščiai – santykinai jaunesnei amžiaus grupei (18-35 m.).

N=976



2.1.1b pav. Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai internete? (vidurkiaai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesvarbu“, 5 – „labai svarbu“; atsakinėja besinaudojantys žiniasklaidos priemonėmis (laikraščiai / žurnalai, televizija, radijas, internetas) kasdien arba beveik kasdien)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai (tiek rusai, tiek lenkai) mažesnę svarbą teikia tinklaraščiams, blogams (Lentelė 2.1.1b).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=976	N=480	N=236	N=244
Socialiniai tinklai	3,11	3,03	2,99	3,07
Diskusijų forumai	2,13	1,92	1,93	1,91
Tinklaraščiai, blogai	2,42	1,96	2,02	1,89
Žinių portalai	3,97	3,58	3,44	3,72

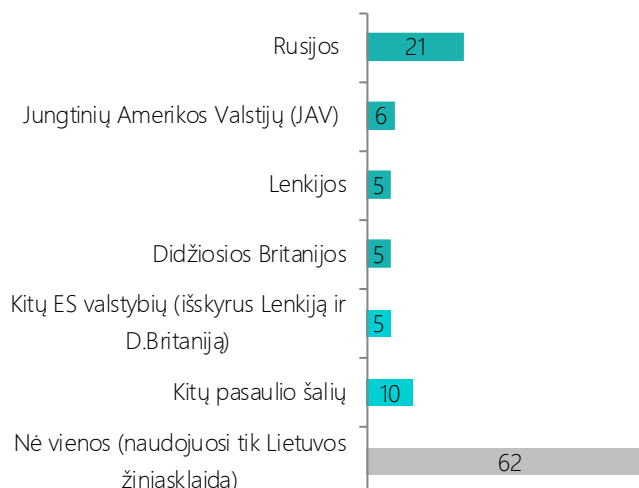
Lentelė 2.1.1b. Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai internete? (vidurkiaai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesvarbu“, 5 – „labai svarbu“; atsakinėja besinaudojantys žiniasklaidos priemonėmis (laikraščiai / žurnalai, televizija, radijas, internetas) kasdien arba beveik kasdien)

UŽSIENIO ŠALIŲ ŽINIASKLAIDOS VARTOJIMAS

38 proc. respondentų per paskutinį mėnesį žiūrėjo, skaitė ar klausėsi užsienio šalių žiniasklaidos. Dažniausiai vartojama Rusijos žiniasklaida (21 proc.). Ženkliai mažiau apklaustųjų vartojo JAV (6 proc.), Lenkijos (5 proc.) ar Didžiosios Britanijos (5 proc.) žiniasklaidą. (Pav. 2.1.2)

Apskritai užsienio šalių žiniasklaidą dažniau žiūrėjo vyrai, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir didmiesčių gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr.2). Rusijos žiniasklaidą dažniau žiūrėjo vyresni apklaustieji (žiūrimumas didėja nuosekliai pagal amžiaus grupes). JAV ir Didžiosios Britanijos žiniasklaidą – 26-35 m. amžiaus respondentai. Kitų ES valstybių žiniasklaidą – 18-45 m. tyrimo dalyviai.

N=1008



*Galimi keli atsakymai; suma viršija 100 proc.

2.1.2 pav. Kokių užsienio šalių žiniasklaidą žiūrėjote, skaitėte ar klausėtės per pastarąjį mėnesį? (žiūrėjote tos šalies televiziją ar klausėtės radijo, skaitėte tos šalies spaudą, naršėte tos šalies internetiniuose puslapiuose ir pan.?) (proc.)

Tarp Lietuvos tautinių mažumų atstovų populiariausia (tarp užsienio šalių žiniasklaidos) žiniasklaida rusų kalba. Pažymėtina, kad žiniasklaidą lenkų kalba dažniau renkasi lenkai, tuo tarpu žiniasklaidą rusų kalba renkasi tiek rusai, tiek lenkai. (Lentelė 2.1.2).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Rusijos	21	79	82	77
JAV	6	2	3	2
Lenkijos	5	27	4	51
Didžiosios Britanijos	5	6	11	1
Kitų ES valstybių	5	15	18	12
Kitų pasaulio šalių	10	18	22	14
Nė vienos	62	15	14	15

Lentelė 2.1.2. Kokių užsienio šalių žiniasklaidą žiūrėjote, skaitėte ar klausėtės per pastarąjį mėnesį? (žiūrėjote tos šalies televiziją ar klausėtės radijo, skaitėte tos šalies spaudą, naršėte tos šalies internetiniuose puslapiuose ir pan.?) (proc.)

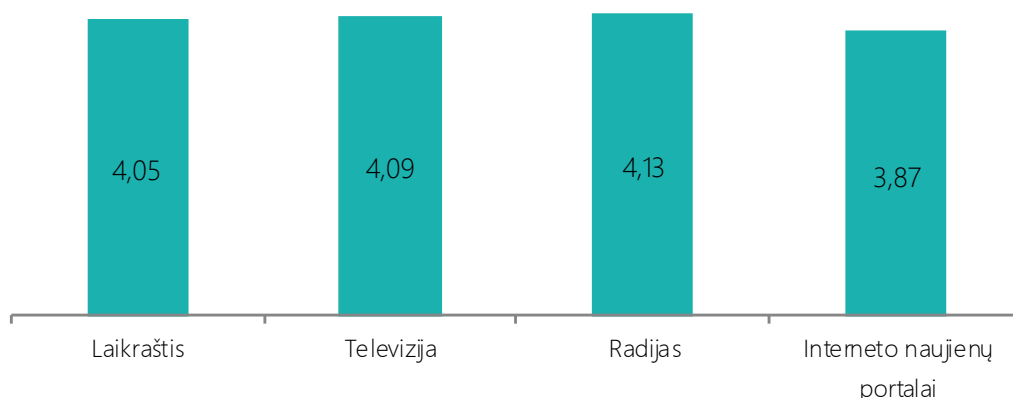
PASITIKĖJIMAS ŽINIASKLAIDOS KANALAIS

Tyrimo dalyviai išreiškė vienodą pasitikėjimą skirtinguose informacijos kanaluose pateikiama informacija: radiju, televizija ir laikraščiu – vidutinis pasitikėjimas siekia 4,1 balo 5 balų skalėje. Kiek mažiau pasitikima interneto naujienų portalų pateikiama informacija (3,9). (Pav. 2.1.3)

Laikraščiuose pateiktą informaciją patikimesne laiko 46 m. ir vyresni apklaustieji (žr. Priedai: lentelės Nr.3). Interneto naujienų portaluose – didesnių pajamų grupės atstovai ir miestiečiai.

Taip pat krostabuliacinė analizė rodo esančią tiesioginę priklausomybę nuo informacijos šaltinio svarbos ir pasitikėjimo juo, pvz., laikraščiuose pateikta informacija labiau pasitiki vartotojai, kuriems šis informacijos šaltinis yra svarbesnis. Tokia pati priklausomybė būdinga ir vertinant pasitikėjimą televizija, radijui bei interneto naujienų portalais (visais atvejais Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

N=1008



2.1.3 pav. Kiek patikima laikytumėte informaciją, pateiktą šiuo informacijos kanalu? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nepatikima“, 5 – „visiškai patikima“)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai apskritai kiek skeptiškiau vertina (mažiau pasitiki) visus šiuos informacijos kanalus (Lentelė 2.1.3).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Laikraštis	4,05	3,80	3,76	3,84
Televizija	4,09	3,73	3,73	3,74
Radijas	4,13	4,01	3,97	4,04
Interneto naujienų portalai	3,87	3,83	3,78	3,88

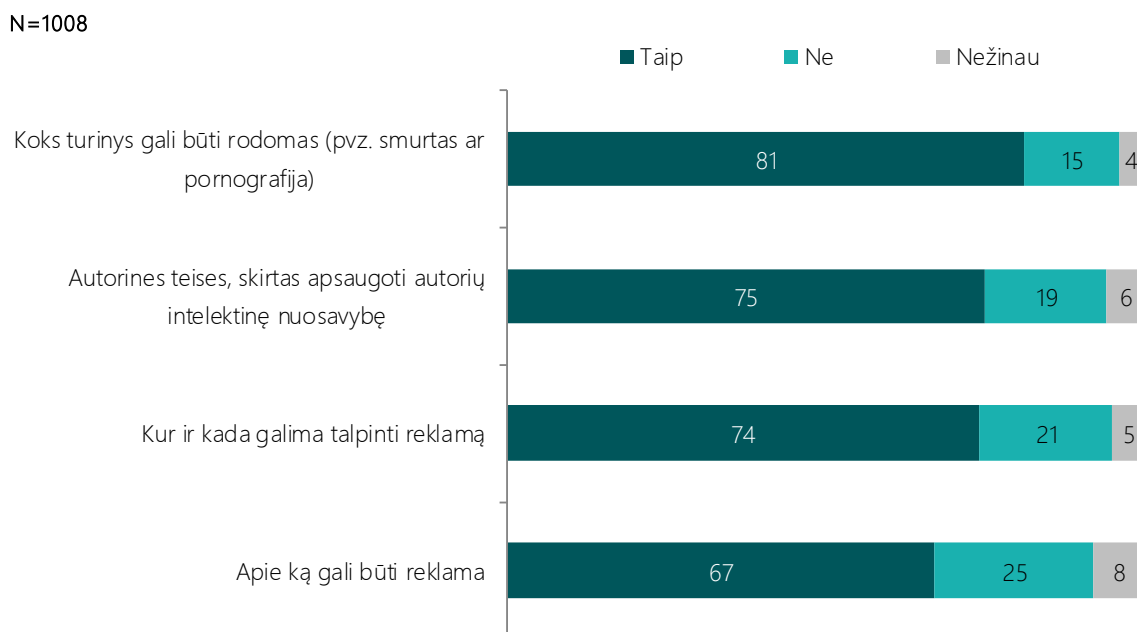
Lentelė 2.1.3. Kiek patikima laikytumėte informaciją, pateiktą šiuo informacijos kanalu? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nepatikima“, 5 – „visiškai patikima“)

ŽINIASKLAIDOS REGULIAVIMO TAISYKLIŲ ŽINOMUMAS

Dažniausiai manoma, kad egzistuoja taisyklės, reguliuojančios, koks turinys gali būti rodomas (81 proc.). Trys ketvirtadaliai teigė manantys, kad yra taisyklės, reguliuojančios autorines teises, skirtas apsaugoti autorių intelektualinę nuosavybę (75 proc.), bei kur ir kada galima talpinti reklamą (74 proc.). Du trečdaliai mano, kad yra reguliuojama, apie ką gali būti reklama (67 proc.). (Pav. 2.1.4)

Apskirtai teigiamai visais paminėtais atvejais dažniau atsakė moterys ir didesnių pajamų grupės atstovai (žr. Priedai: lentelės Nr.4). 36-55 m. respondentai dažniau mano, kad yra taisyklės, reguliuojančios, koks turinys gali būti rodomas. Kaimo vietovių gyventojai dažniau mano, kad

reguliuojama, kur ir kada galima talpinti reklamą. Nuomonės, kad yra reguliuojama, apie ką gali būti reklama, taip pat dažniau laikosi mažesnių miestų ir kaimo vietovių gyventojai.



2.1.4. pav. Ar, Jūsų manymu, egzistuoja taisyklės (įstatymai), reguliuojantys žemiau išvardintus dalykus? (proc.)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai dažniau mano, kad egzistuoja taisyklės, koks turinys gali būti rodomas (Lentelė 2.1.4).

			Taip	Ne	Nežinau	
Koks turinys gali būti rodomas	Pagrindinis tyrimas		N=1008	81	15	4
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	88	6	6
		Rusai	N=251	88	7	5
		Lenkai	N=253	89	5	6
Autorines teises, skirtas apsaugoti autorių intelektualinę nuosavybę	Pagrindinis tyrimas		N=1008	75	19	6
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	75	17	8
		Rusai	N=251	74	20	6
		Lenkai	N=253	77	14	9
Kur ir kada galima talpinti reklamą	Pagrindinis tyrimas		N=1008	74	21	5
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	76	12	12
		Rusai	N=251	75	14	11
		Lenkai	N=253	77	10	13
Apie ką gali būti reklama	Pagrindinis tyrimas		N=1008	67	25	8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	70	22	8
		Rusai	N=251	70	23	7
		Lenkai	N=253	71	19	10

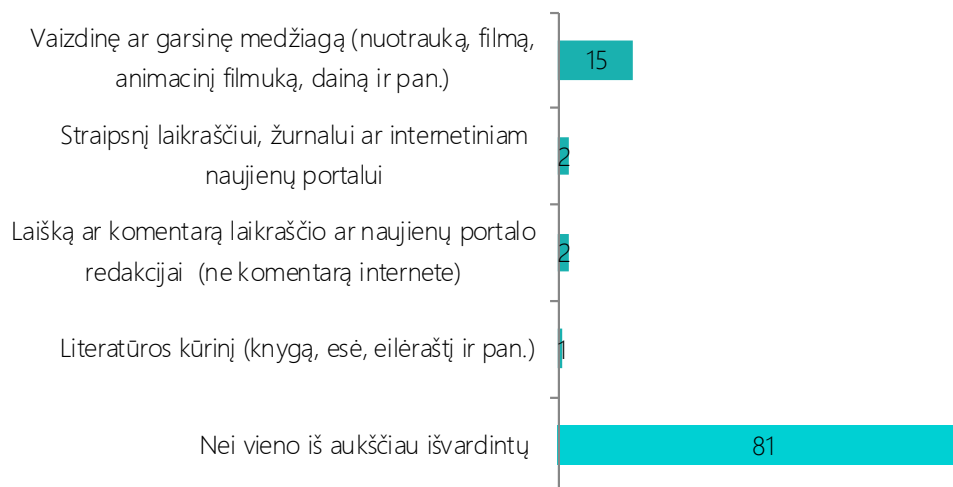
Lentelė 2.1.4 Ar, Jūsų manymu, egzistuoja taisyklės (įstatymai), reguliuojantys žemiau išvardintus dalykus? (proc.)

TURINIO KŪRIMAS

Penktadalis (19 proc.) respondentų teigė per pastaruosius metus sukūrę vienokio ar kitokio turinio. Dažniausiai sukurta vaizdinės ar garsinės medžiagos (15 proc.). Kitokio pobūdžio turinys sukuriamas ženkliai rečiau: straipsniai laikraščiu, žurnalui ar internetiniam naujienų portalui (2 proc.), laiškai ar komentarai laikraščio ar naujienų portalo redakcijai (2 proc.) ir literatūros kuriniai (1 proc.). (Pav. 2.1.5)

Vaizdinės ar garsinės medžiagos dažniau teko sukurti vyrams, 18-45 m. respondentams, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovams ir miestų gyventojams (žr. Priedai: lentelės Nr.8).

N=1008



*Galimi keli atsakymai; suma viršija 100 proc.

2.1.5 pav. Ar per pastaruosius metus pats sukūrėte kurį nors iš žemiau išvardintų dalykų? (proc.)

Lyginant bendrai šalies gyventojų atsakymus ir Lietuvos tautinių mažumų atsakymus, statistiškai reikšmingų skirtumų nepastebėta (Lentelė 2.1.5).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Vaizdinę ar garsinę medžiagą	15	12	9	15
Straipsnį laikraščiu, žurnalui ar internetiniam naujienų portalui	2	1	1	0,4
Laišką ar komentarą laikraščio ar naujienų portalo redakcijai	2	4	8	0,4
Literatūros kūrinių	1	0,2	0,4	
Nei vieno iš aukščiau išvardintų	81	84	83	85

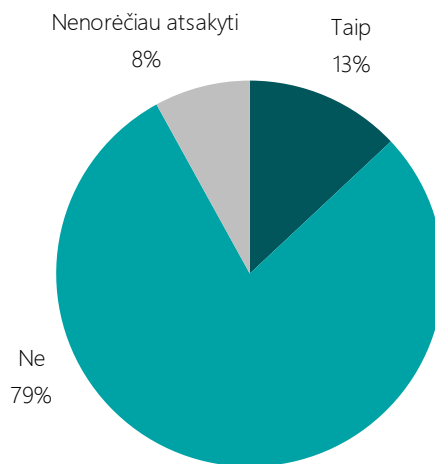
Lentelė 2.1.5. Ar per pastaruosius metus pats sukūrėte kurį nors iš žemiau išvardintų dalykų? (proc.)

ŽINIASKLAIDOS TURINIO FORMŲ NAUDOJIMAS PASISAKYMAMS ASMENIŠKAI SVARBIAIS KLAUSIMAIS

13 proc. sukūrusiu kokį nors turinį žiniasklaidos priemonėmis naudojosi pasisakyti jiems asmeniškai svarbiu politiniu ar pilietiniu klausimu. (Pav. 2.1.6)

Statistiškai reikšmingų skirtumų pagal respondentų socialines-demografines charakteristikas nepastebėta (žr. Priedai: lentelės Nr.9).

N=195



2.1.6. pav. Ar kurią nors iš nurodytų žiniasklaidos turinio formų naudojote pasisakyti Jums asmeniškai svarbiu politiniu ar pilietiniu klausimu per pastaruosius 12 mėnesių? (proc.; atsakinėja per pastaruosius metus sukūrę literatūros kūrinių / straipsnį / laišką ar komentarą / vaizdinę ar garsinę medžiagą)

Rusams dažniau nei lenkams nurodytomis žiniasklaidos turinio formomis teko pasinaudoti, siekiant pasisakyti jiems asmeniškai svarbiais politiniais ar pilietiniais klausimais (Lentelė 2.1.6).

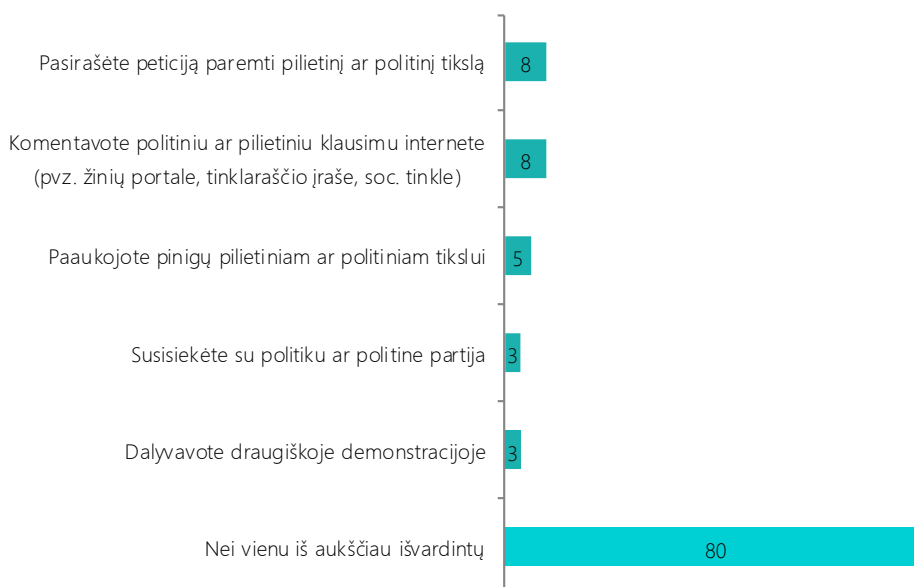
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=195	N=79	N=42	N=37
Taip	13	19	24	13
Ne	79	76	69	84
Nenorėčiau atsakyti	8	5	7	3

Lentelė 2.1.6. Ar kurią nors iš nurodytų žiniasklaidos turinio formų naudojote pasisakyti Jums asmeniškai svarbiu politiniu ar pilietiniu klausimu per pastaruosius 12 mėnesių? (proc.; atsakinėja per pastaruosius metus sukūrę literatūros kūrinių / straipsnį / laišką ar komentarą / vaizdinę ar garsinę medžiagą)

Kas penktas (20 proc.) tyrimo dalyvis nurodė išreiškęs savo nuomonę vienu iš nurodytų būdų: pasirašė peticiją paremti pilietinį ar politinį tikslą (8 proc.), komentavo politiniu ar pilietiniu klausimu internete (8 proc.), paaukojo pinigų politiniam ar pilietiniam tikslui (5 proc.), susisiekė su politiku ar politine partija (3 proc.), dalyvavo draugiškoje demonstracijoje (3 proc.). (Pav. 2.1.7)

Apskritai bent vienu iš šių būdų nuomonę dažniau išreiškė vyrai, 18-45 m. respondentai, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir didžiųjų miestų gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr.10).

N=1008



*Galimi keli atsakymai; suma viršija 100 proc.

2.1.7. pav. Ar per pastaruosius metus išreiškėte savo nuomonę vienu iš pateiktų būdų? (proc.)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai (dažniau lenkai) dažniau išreiškė nuomonę pasirašydami peticiją paremti pilietinį ar politinį tikslą (Lentelė 2.1.7).

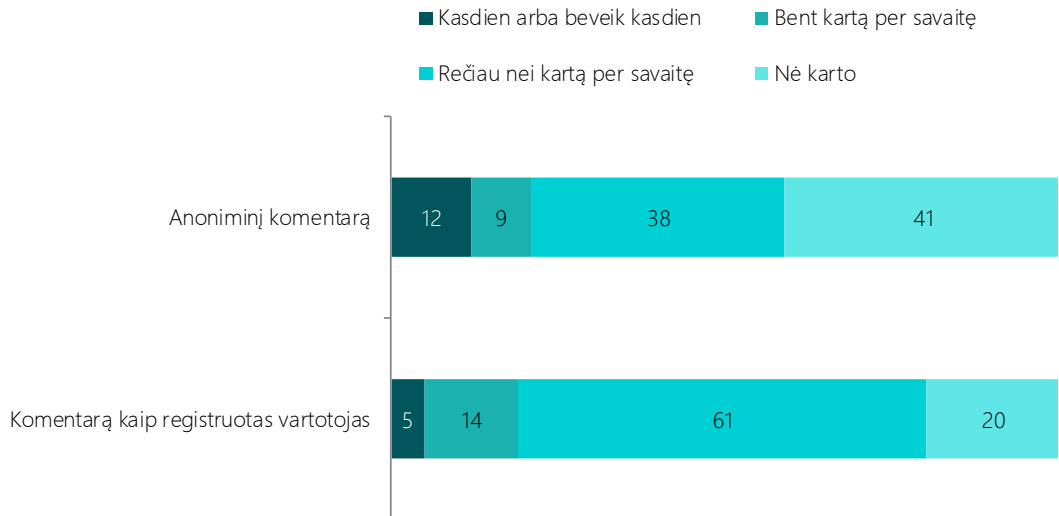
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Pasirašėte peticiją paremti pilietinį ar politinį tikslą	8	18	8	27
Komentavote politiniu ar pilietiniu klausimu internete	8	9	12	6
Paaukojote pinigų pilietiniam ar politiniam tikslui	5	6	6	6
Susisiekėte su politiku ar politine partija	3	1	2	0,4
Dalyvavote draugiškoje demonstracijoje	3			
Nei vienu iš aukščiau išvardintų	80	73	81	65

Lentelė 2.1.7. Ar per pastaruosius metus pats sukūrėte kurį nors iš žemiau išvardintų dalykų? (proc.)

Maždaug penktadalis komentavusiųjų politiniu ar pilietiniu klausimu internete pasižymi dažnu (bent kartą per savaitę ar dažniau) komentarų rašymu: 21 proc. tai darė anonimiškai, 19 proc. – kaip registruotas vartotojas. (Pav. 2.1.8)

Statistiškai reikšmingų skirtumų pagal respondentų socialines-demografines charakteristikas nepastebėta (žr. Priedai: lentelės Nr.10a ir Nr.10b).

N=85



2.1.8. pav. Kaip dažnai per pastarąjį mėnesį rašėte...? (proc.; atsakinėja komentavę politiniu ar pilietiniu klausimu internete)

Vertinant Lietuvos tautinių mažumų atsakymus, statistiškai reikšmingų skirtumų nepastebėta (Lentelė 2.1.8).

				Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto	
Anoniminį komentarą	Pagrindinis tyrimas		N=85	12	9	38	41	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=45		18	31	51	
		Rusai	N=31			16	26	58
		Lenkai	N=14			21	43	36
Komentarą kaip registruotas vartotojas	Pagrindinis tyrimas		N=85	5	14	61	20	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=45		7	49	44	
		Rusai	N=31			3	55	42
		Lenkai	N=14			14	36	50

Lentelė 2.1.8. Kaip dažnai per pastarąjį mėnesį rašėte...? (proc.; atsakinėja komentavę politiniu ar pilietiniu klausimu internete)

Dalies išvados

Mobilusis telefonas, televizija, interneto naudojimas stacionariuose prietaisuose bei radijo klausimasis vertintini kaip universaliai paplitę žiniasklaidos ir komunikavimo įrankiai Lietuvoje (daugiau nei pusė gyventojų naudojami kasdien arba beveik kasdien.) Svarbu pastebėti, kad internetas mobilijame telefone jau tampa įprastu kasdieniniu dalyku Lietuvos visuomenėje (49 proc. naudojami kasdien arba beveik kasdien). Iš informacijos šaltinių didžiausią svarbą vis dar išlaiko televizija (4,5 balo iš 5), interneto ir radijo svarba panaši (4,1), tuo tarpu spausdintos žiniasklaidos svarba ženkliai mažesnė (3,7).

Vertinant informacijos kanalus internete, didžiausią svarbą išlaiko žinių portalai (4 balai iš 5), socialinių tinklų svarba ženkliai mažesnė (3,1), tačiau pastarasis kanalas itin svarbus jaunesniems respondentams, vadinas turi didelį potencialą auginti savo įtaką.

Kalbant apie pasitikėjimą žiniasklaidos kanalais, internetu pasitikima šiek tiek mažiau nei kitais klasikiniiais kanalais (pasitikėjimo reikšmė 5 balų skalėje 3,9 internetu ir 4,1 kitais kanalais).

Nors dabartinės techninės galimybės leidžia gyventojams ne tik „vartoti“ žiniasklaidos turinį, bet ir patiems jį kurti, absoliuti dauguma visuomenės vis dar išlieka pasyvūs vartotojai: tik 15 proc. respondentų yra patys sukūrę vaizdinę ar garsinę medžiagą, 8 proc. pasirašė peticiją ar komentavo politinį ar pilietinį klausimą internete.

Lietuvos gyventojai neišnaudoja užsienio žiniasklaidos vartojimo potencialo: 62 proc. šalies gyventojų naudojami tik Lietuvos žiniasklaida, dar 21 proc. – Rusijos žiniasklaida. Didžiųjų pasaulio demokratijų bei kitų ES šalių žiniasklaida naudojama mažiau nei 20 proc. gyventojų. Šie skaičiai yra gerokai mažesni nei gyventojų deklaruojamas užsienio kalbos mokėjimas (pvz. 2011 m. surašymo duomenimis anglų kalbą mokėjo 30 proc. šalies gyventojų. Šiuo metu šis procentas tikėtina dar didesnis). Tai rodo neišnaudotas galimybes gerinti užsienio kalbos įgūdžius bei plėsti kritiško mąstymo kompetencijas.

2.2. KRITIŠKAS VERTINMAS

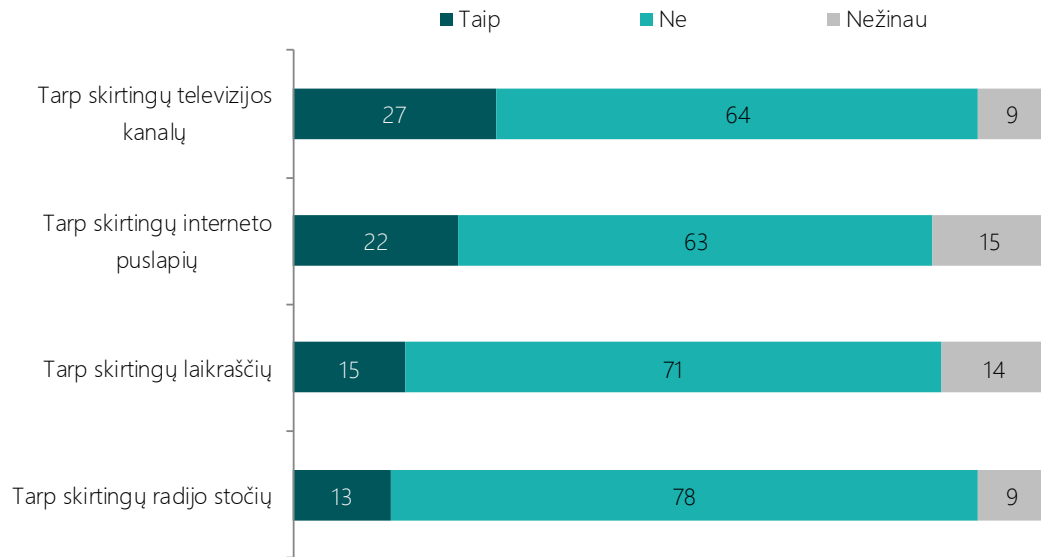
SKIRTINGAI PATEIKIAMOS INFORMACIJOS TARP ŽINIASKLAIDOS PASTEBĖJIMAS IR REAKCIJA

Dažniausiai skirtingas tos pačios informacijos faktų pateikimas pastebimas tarp skirtingų televizijos kanalų (27 proc.). 22 proc. nurodė tai pastebintys tarp skirtingų interneto portalų. 15 proc. – tarp skirtingų laikraščių. 13 proc. – tarp skirtingų radijo stočių. (Pav. 2.2.1)

Skirtinguose televizijos kanaluose skirtingai pateikiamas tos pačios informacijos faktus dažniau pastebėjo vidutinių ir mažesnių pajamų grupės atstovai bei mažesnių miestų gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr.4). Skirtinguose interneto puslapiuose – vyrai, 18-35 m. apklaustieji, aukščiausio išsimokslinimo, vidutinių ir didesnių pajamų grupės atstovai ir miestiečiai. Skirtinguose laikraščiuose – mažesnių miestų gyventojai.

Papildoma krostabuliacinė analizė parodė, kad priklausomybės tarp savo gebėjimų kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose, vertinimo ir skirtingo tos pačios informacijos faktų pateikimo pastebėjimo nėra (visais atvejais Pearsono χ^2 testo $p>0,05$). Vadinasi, vartotojai, manantys, jog geba kritiškai vertinti įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose pateikiamą informaciją, skirtinguose kanaluose skirtingai pateikiamus faktus pastebi taip pat dažnai kaip ir tie, kurie nemano gebantys kritiškai vertinti tokią informaciją.

N=1008



2.2.1 pav. Ar esate pastebėję skirtingai pateikiamus tos pačios informacijos faktus skirtinguose informacijos šaltiniuose? (proc.)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai (ypač rusai) reikšmingai dažniau pastebi skirtingai pateikiamus tos pačios informacijos faktus tarp skirtingų televizijos kanalų, interneto puslapių ir laikraščių (Lentelė 2.2.1).

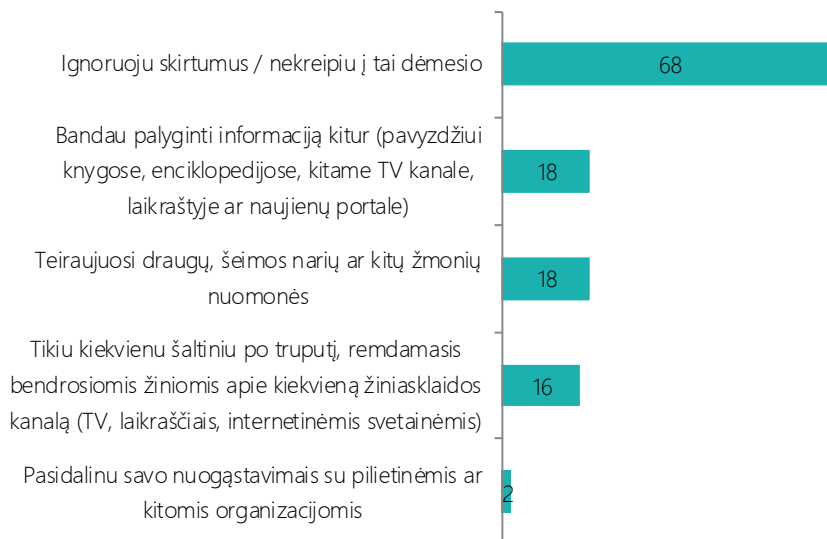
			Taip	Ne	Nežinau	
Tarp skirtingų televizijos kanalų	Pagrindinis tyrimas		N=1008	27	64	9
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	41	53	6
		Rusai	N=251	53	41	6
		Lenkai	N=253	28	64	8
Tarp skirtingų interneto puslapių	Pagrindinis tyrimas		N=1008	22	63	15
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	33	49	18
		Rusai	N=251	39	36	25
		Lenkai	N=253	26	62	12
Tarp skirtingų laikraščių	Pagrindinis tyrimas		N=1008	15	71	14
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	25	60	15
		Rusai	N=251	38	49	13
		Lenkai	N=253	11	72	17
Tarp skirtingų radijo stočių	Pagrindinis tyrimas		N=1008	13	78	9
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	13	73	14
		Rusai	N=251	19	66	15
		Lenkai	N=253	7	79	14

Lentelė 2.2.1. Ar esate pastebėję skirtingai pateikiamus tos pačios informacijos faktus skirtinguose informacijos šaltiniuose? (proc.)

Dauguma (68 proc.) pastebėjusių skirtingai pateikiamus tos pačios informacijos faktus skirtinguose informacijos šaltiniuose skirtumu ignoruoja / nekreipia į tai dėmesio. Po 18 proc. teigė bandantys palyginti informaciją kitur ir pasiteiraujantys kitų žmonių nuomonės. 16 proc. teigė tikintys kiekvienu šaltiniu po truputį, remdamiesi bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos kanalą. (Pav. 2.2.2)

Ignoruoti pastebėtus skirtumus dažniau linkę vyriausi (56 m. ir daugiau) respondentai ir mažesnių miestų bei kaimo vietovių gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr.5). Palyginti informaciją kitur dažniau bando vyrai, 26-55 m. apklaustieji ir didmiesčių gyventojai. Kitų žmonių nuomonės dažniau teiraujasi moterys. Tikėti kiekvienu šaltiniu po truputį dažniau linkę 36 m. ir vyresni tyrimo dalyviai bei didesnių pajamų grupės atstovai.

N=403



*Galimi keli atsakymai; suma viršija 100 proc.

2.2.2. pav. Kokių veiksmų imatės, kai pastebite faktinės informacijos pateikimo skirtumus skirtinguose informacijos šaltiniuose? (proc.; atsakinėja pastebėję skirtingai pateikiamus tos pačios informacijos faktus skirtinguose informacijos šaltiniuose)

Lyginant su visa šalies visuomene, Lietuvos tautinių mažumų atstovai mažiau linkę ignoruoti faktinės informacijos pateikimo skirtumus skirtinguose informacijos šaltiniuose (Lentelė 2.2.2).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=403	N=321	N=185	N=136
Ignoruojau skirtumus / nekreipiu į tai dėmesio	68	48	50	46
Bاندau palyginti informaciją kitur	18	18	18	19
Teiraujuosi draugų, šeimos narių ar kitų žmonių nuomonės	18	17	16	19
Tikiu kiekvienu šaltiniu po truputį, remdamasis bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos kanalą	16	22	21	25
Pasidalinu savo nuogastavimais su pilietinėmis ar kitomis organizacijomis	2	1	1	1

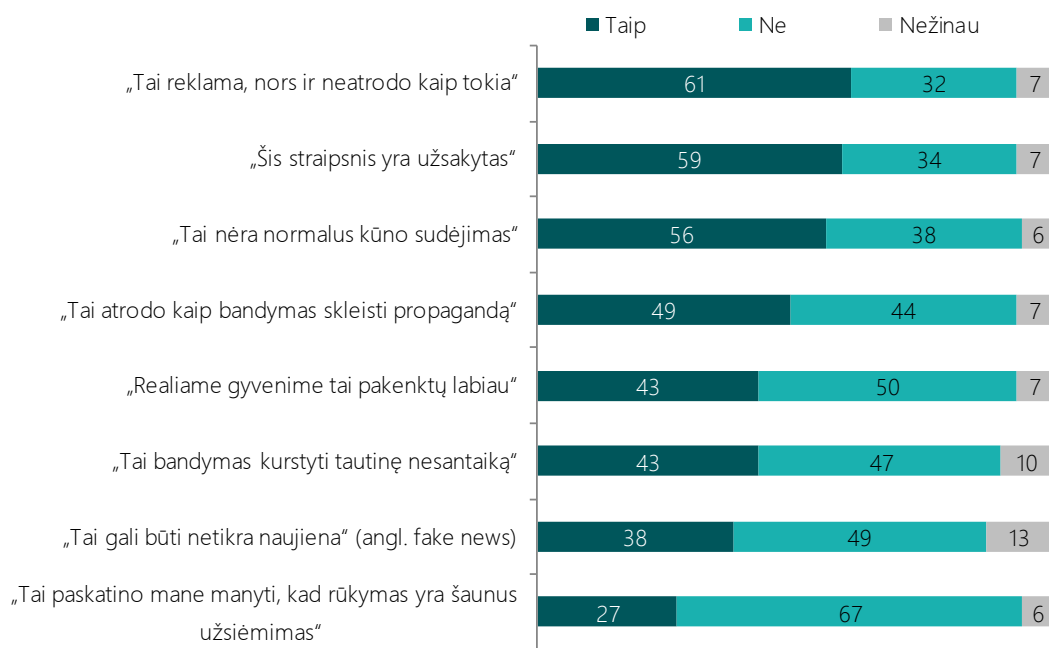
Lentelė 2.2.2. Kokių veiksmų imatės, kai pastebite faktinės informacijos pateikimo skirtumus skirtinguose informacijos šaltiniuose? (proc.; atsakinėja pastebėję skirtingai pateikiamus tos pačios informacijos faktus skirtinguose informacijos šaltiniuose)

KRITIŠKAS INFORMACIJOS ŽINIASKLAIDOJE VERTINIMAS

Dauguma respondentų vartodami žiniasklaidą teigė pastebintys užslėptą reklamą („Tai reklama, nors ir neatrodo kaip tokia“, 61 proc.), užsakytus straipsnius („Šis straipsnis yra užsakytas“, 59 proc.) ar realybės neatitinkančius įvaizdžius („Tai nėra normalus kūno sudėjimas“, 56 proc.). Kas antras (49

proc.) nurodė pastebintis propagandos apraiškas („Tai atrodo kaip bandymas sleisti propagandą“). Mažiau nei pusė teigė vartodami žiniasklaidą pagalvojęs, „realiame gyvenime tai pakenktų labiau“ (43 proc.), „tai bandymas kurstyti tautinę nesantaiką“ (43 proc.), „tai gali būti netikra naujiena“ (38 proc.) ir „tai paskatino mane manyti, kad rūkymas gali būti šaunus užsiėmimas“ (27 proc.). (Pav. 2.2.3) Pagalvoti, kad „tai reklama, nors ir neatrodo kaip tokia“, dažniau tenka 18-35 m. respondentams (žr. Priedai: lentelės Nr.6). Įtarti užsakytus straipsnius – vyrams, 18-25 m. apklaustiesiems ir didžiausių pajamų grupės atstovams. Pagalvoti, kad „tai nėra normalus kūno sudėjimas“ – didesnių pajamų grupės tyrimo dalyviams. Įtarti bandymus sleisti propagandą – didžiausių pajamų grupės atstovams. Pagalvoti, kad „realiame gyvenime tai pakenktų labiau“ – taip pat didžiausių pajamų grupės respondentams. Įtarti bandymus kurstyti tautinę nesantaiką – 18-25 m. apklaustiesiems ir mažesnių miestų bei kaimo vietovių gyventojams. Įtarti netikras naujienas – 18-25 m. respondentams, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovams.

N=1008



2.2.3. pav. Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus? (proc.)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai dažniau nei apskritai šalies gyventojai įtaria pastebėję užsakytus straipsnius, bandymus sleisti propagandą ir kurstyti tautinę nesantaiką bei „netikras naujienas“ (Lentelė 2.2.3).

			Taip	Ne	Nežinau	
„Tai reklama, nors ir neatrodo kaip tokia“	Pagrindinis tyrimas	N=1008	61	32	7	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	61	34	5
		Rusai	N=251	58	37	5
		Lenkai	N=253	65	31	4
„Šis straipsnis yra užsakytas“	Pagrindinis tyrimas	N=1008	59	34	7	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	66	27	7
		Rusai	N=251	69	24	7
		Lenkai	N=253	63	31	6
„Tai nėra normalus kūno sudėjimas“	Pagrindinis tyrimas	N=1008	56	38	6	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	50	42	8
		Rusai	N=251	54	37	9
		Lenkai	N=253	46	47	7
„Tai atrodo kaip bandymas skleisti propagandą“	Pagrindinis tyrimas	N=1008	49	44	7	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	57	35	8
		Rusai	N=251	60	30	10
		Lenkai	N=253	54	40	6
„Realiame gyvenime tai pakenktų labiau“	Pagrindinis tyrimas	N=1008	43	50	7	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	41	49	10
		Rusai	N=251	42	46	12
		Lenkai	N=253	40	52	8
„Tai bandymas kurstyti tautinę nesantaiką“	Pagrindinis tyrimas	N=1008	43	47	10	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	61	34	5
		Rusai	N=251	62	31	7
		Lenkai	N=253	60	36	4
„Tai gali būti netikra naujiena“	Pagrindinis tyrimas	N=1008	38	49	13	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	54	35	11
		Rusai	N=251	54	34	12
		Lenkai	N=253	53	37	10
„Tai paskatino mane manyti, kad rūkymas yra šaunus užsiėmimas“	Pagrindinis tyrimas	N=1008	27	67	6	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	15	82	3
		Rusai	N=251	12	83	5
		Lenkai	N=253	17	81	2

Lentelė 2.2.3. Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus? (proc.)

Dalies išvados

Faktų pateikimo skirtumai skirtinguose informacijos šaltiniuose pastebimi gana retai: per televiziją tokius atvejus pastebi 27 proc., internete - 22 proc. respondentų (kituose kanaluose gerokai rečiau). Net ir pastebėti skirtumai dažniausiai yra ignoruojami (68 proc.).

Vartotojai kritiškiau vertina galimai paslėptą reklamą nei galimas politines manipuliacijas – mintys apie galimai paslėptą reklamą, užsąkytą straipsnį ar nenormalų kūno sudėjimą aplanko daugiau nei pusę (56-61 proc.) Lietuvos žiniasklaidos vartotojų, tuo tarpu rečiau įžvelgiama propaganda (49 proc.), bandymas kurstyti nesantaiką (43 proc.).

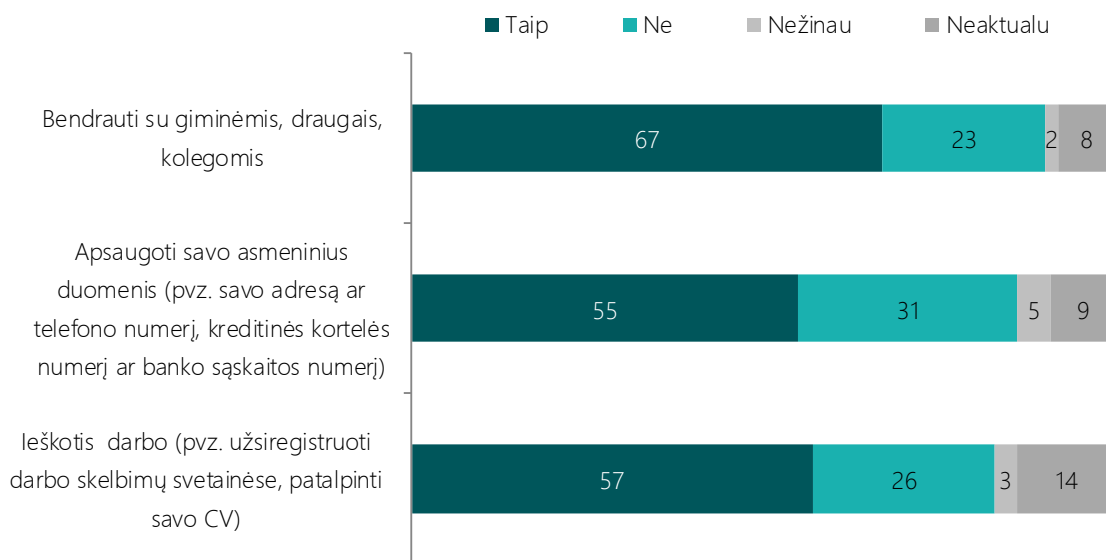
2.3. KOMUNIKACINIAI GEBĖJIMAI

SAVO KOMPIUTERINIO RAŠTINGUMO VERTINIMAS

Du trečdaliai (67 proc.) apklaustųjų mano, kad jų kompiuterinio raštingumo ir interneto sugebėjimų pakanka bendrauti su giminėmis, draugais, kolegomis. 57 proc. savo gebėjimus laiko pakankamais ieškotis darbo. 55 proc. – apsaugoti savo asmeninius duomenis. (Pav. 2.3.1)

Apskritai savo kompiuterinio raštingumo ir interneto sugebėjimus geriau vertina vyrai, 18-45 m. respondentai, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir miestų gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr.11).

N=1008



2.3.1 pav. Kaip manote, ar Jūsų kompiuterio raštingumo ir interneto sugebėjimai pakankami...? (proc.)

Lyginant Lietuvos tautinių mažumų atsakymus su bendrai visos šalies gyventojų atsakymais, statistiškai reikšmingų skirtumų nepastebėta (Lentelė 2.3.1).

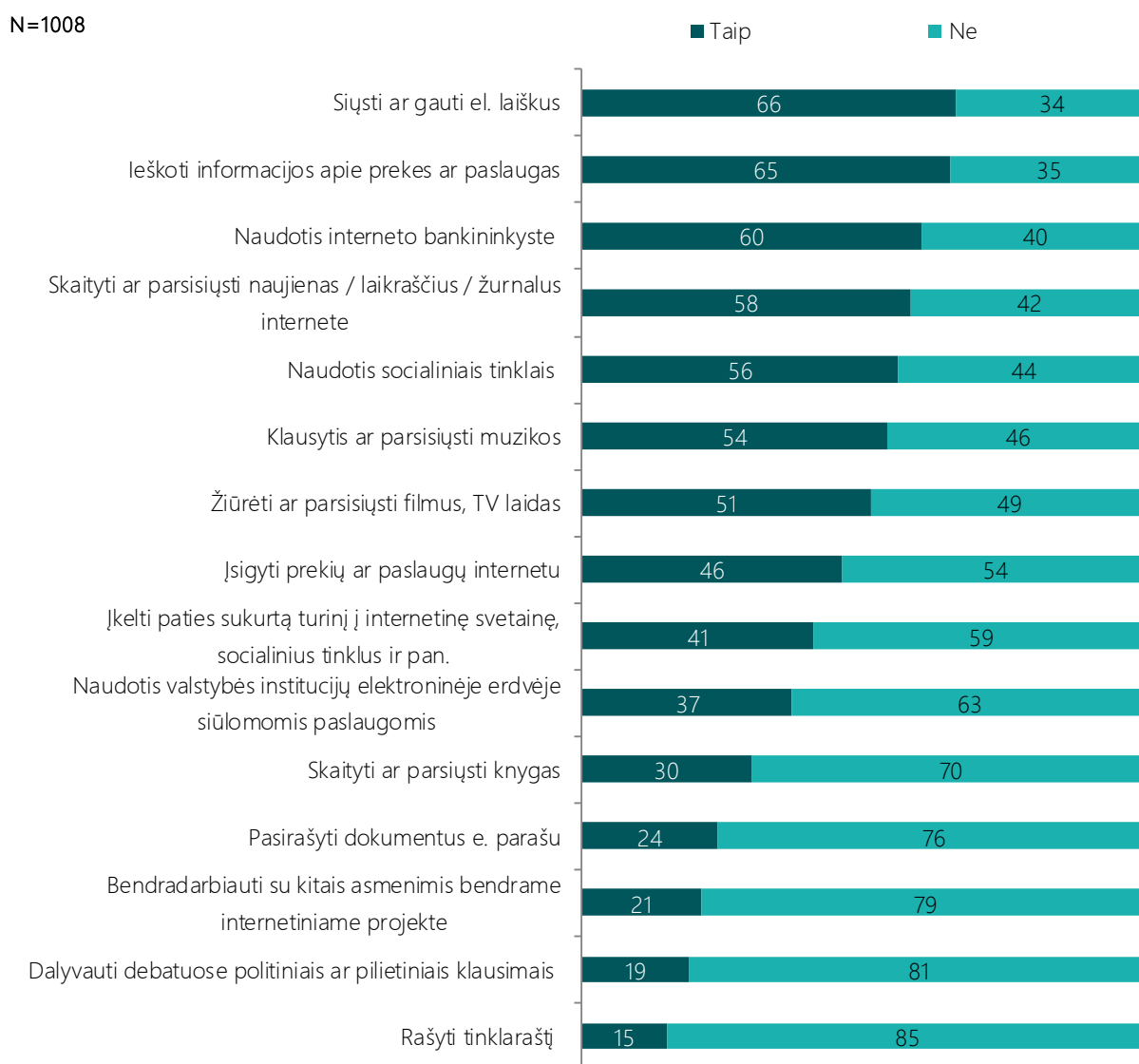
			Taip	Ne	Nežinau	Neaktualu	
Bendrauti su giminėmis, draugais, kolegomis	Pagrindinis tyrimas		N=1008	67	23	2	8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	70	19	4	7
		Rusai	N=251	71	14	6	9
		Lenkai	N=253	70	23	3	4
Apsaugoti savo asmeninius duomenis	Pagrindinis tyrimas		N=1008	55	31	5	9
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	55	28	10	7
		Rusai	N=251	54	24	13	9
		Lenkai	N=253	56	31	7	6
Ieškotis darbo	Pagrindinis tyrimas		N=1008	57	26	3	14
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	60	21	6	13
		Rusai	N=251	59	20	5	16
		Lenkai	N=253	61	23	6	10

Lentelė 2.3.1. Kaip manote, ar Jūsų kompiuterio raštingumo ir interneto sugebėjimai pakankami...? (proc.)

NAUDOJIMASIS INTERNETU

Dažniausiai internetu naudojamasi siųsti ar gauti el. laiškus (66 proc.) bei ieškoti informacijos apie prekes ar paslaugas (65 proc.). Taip pat dauguma internetą naudoja pasinaudoti internetine bankininkyste (60 proc.), skaityti ar parsisiųsti naujienas / laikraščius / žurnalus (58 proc.), naudotis socialiniais tinklais (56 proc.), klausytis ar parsisiųsti muzikos (54 proc.). 51 proc. internetu naudojami tam, kad žiūrėtų ar parsisiųstų filmus, TV laidas. 46 proc. – įsigyti prekių ar paslaugų internete. 41 proc. – įkelti savo paties sukurtą turinį į internetinę svetainę, socialinius tinklus ir pan. 37 proc. – naudotis valstybinių institucijų elektroninėje erdvėje siūlomomis paslaugomis. 24 proc. – pasirašyti dokumentus el. parašu. 21 proc. – bendradarbiauti su kitais asmenimis bendrame internetiniame projekte. 19 proc. – dalyvauti debatuose politiniais ar pilietiniais klausimais. 15 proc. – rašyti tinklaraštį. (Pav. 2.3.2)

Apskritai internetą šiais tikslais dažniau naudoja vyrai, jaunesni respondentai (naudojimo intensyvumas tolygiai mažėja su kiekviena vyresne amžiaus grupe), aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir miestų gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr.12).



2.3.2. pav. Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? (proc.)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai internetą dažniau naudojo ieškoti informacijos apie prekes ir paslaugas bei skaityti ar parsisiųsti naujienas / laikraščius / žurnalus. Apskritai daugiau veiksmų internetu atliko lenkai. (Lentelė 2.3.2).

			Taip			Taip			
Siųsti ar gauti el. laiškus	Pagrindinis tyrimas	N=1008	66	Įkelti paties sukurtą turinį į internetinę svetainę, socialinius tinklus ir pan. Tautinių mažumų tyrimas	Pagrindinis tyrimas	N=1008	41		
	Tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504		70	Iš viso	Iš viso	N=504	43
		Rusai	N=251		69		Rusai	N=251	38
		Lenkai	N=253		71		Lenkai	N=253	49
Ieškoti informacijos apie prekes ar paslaugas	Pagrindinis tyrimas	N=1008	65	Naudotis valstybės institucijų elektroninėje erdvėje siūlomomis paslaugomis Tautinių mažumų tyrimas	Pagrindinis tyrimas	N=1008	37		
	Tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504		72	Iš viso	Iš viso	N=504	39
		Rusai	N=251		68		Rusai	N=251	37
		Lenkai	N=253		75		Lenkai	N=253	41
Naudotis interneto bankininkyste	Pagrindinis tyrimas	N=1008	60	Skaityti ar parsisiųsti knygas Tautinių mažumų tyrimas	Pagrindinis tyrimas	N=1008	30		
	Tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504		62	Iš viso	Iš viso	N=504	33
		Rusai	N=251		58		Rusai	N=251	36
		Lenkai	N=253		65		Lenkai	N=253	30
Skaityti ar parsisiųsti naujienas / laikraščius / žurnalus internete	Pagrindinis tyrimas	N=1008	58	Pasirašyti dokumentus e. Parašu Tautinių mažumų tyrimas	Pagrindinis tyrimas	N=1008	24		
	Tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504		69	Iš viso	Iš viso	N=504	20
		Rusai	N=251		66		Rusai	N=251	19
		Lenkai	N=253		72		Lenkai	N=253	22
Naudotis socialiniais tinklais	Pagrindinis tyrimas	N=1008	56	Bendradarbiauti su kitais asmenimis bendrame internetiniame projekte Tautinių mažumų tyrimas	Pagrindinis tyrimas	N=1008	21		
	Tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504		57	Iš viso	Iš viso	N=504	12
		Rusai	N=251		53		Rusai	N=251	11
		Lenkai	N=253		61		Lenkai	N=253	12
Klaudyti ar parsisiųsti muzikos	Pagrindinis tyrimas	N=1008	54	Dalyvauti debatuose politiniais ar pilietiniais klausimais Tautinių mažumų tyrimas	Pagrindinis tyrimas	N=1008	19		
	Tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504		55	Iš viso	Iš viso	N=504	14
		Rusai	N=251		49		Rusai	N=251	15
		Lenkai	N=253		61		Lenkai	N=253	13
Žiūrėti ar parsisiųsti filmus, TV laidas	Pagrindinis tyrimas	N=1008	51	Rašyti tinklaraštį Tautinių mažumų tyrimas	Pagrindinis tyrimas	N=1008	15		
	Tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504		53	Iš viso	Iš viso	N=504	14
		Rusai	N=251		51		Rusai	N=251	12
		Lenkai	N=253		55		Lenkai	N=253	16
Įsigyti prekių ar paslaugų internete	Pagrindinis tyrimas	N=1008	46						
	Tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	46					
		Rusai	N=251	45					
		Lenkai	N=253	48					

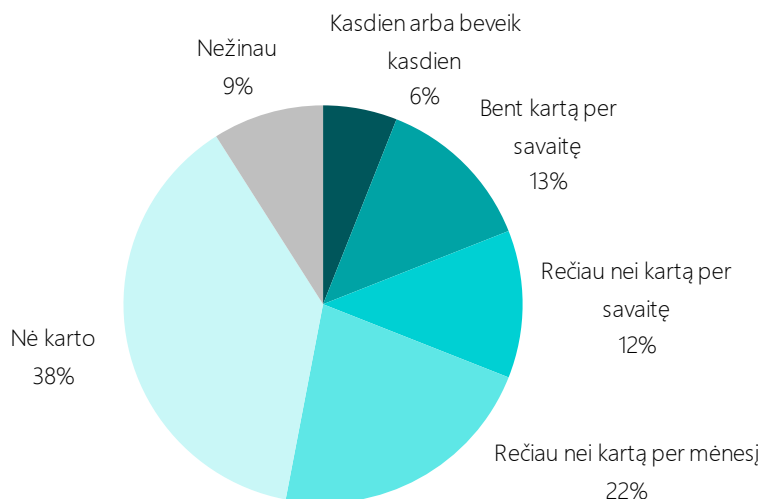
Lentelė 2.3.2. Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? (proc.)

REKLAMOS PASPAUDIMAS INTERNETE

19 proc. interneto vartotojų teigė bent kartą per savaitę ir dažniau sąmoningai paspaudžiantys ant internetinėje svetainėje pamatytos ar el. laišku gautos reklamos. 34 proc. tai daro rečiau. (Pav. 2.3.3)

Sąmoningai paspausti ant reklamos dažniau (bent kartą per savaitę) teko 18-45 m. respondentams, vidutinių ir didesnių pajamų grupės atstovams bei didmiesčių gyventojams (žr. Priedai: lentelės Nr.13).

N=802



2.3.3. pav. Per pastaruosius tris mėnesius, kaip dažnai sąmoningai paspaudėte ant reklamos, kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laiškų? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

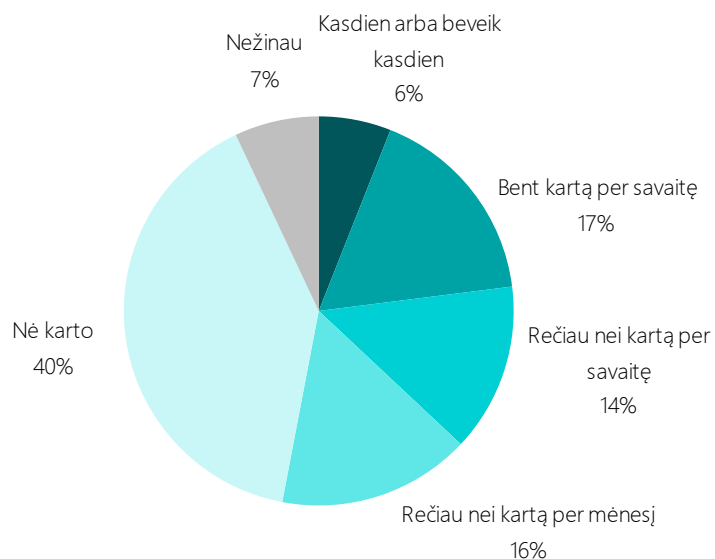
Dažniau sąmoningai ant reklamos internete ar el. laiške linkę spausti lenkai (Lentelė 2.3.3).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=802	N=407	N=196	N=211
Kasdiena arba beveik kasdien	6	3	1	6
Bent kartą per savaitę	13	10	5	14
Rečiau nei kartą per savaitę	12	11	10	12
Rečiau nei kartą per mėnesį	22	23	25	21
Nė karto	38	45	49	41
Nežinau	9	9	10	7

Lentelė 2.3.3. Per pastaruosius tris mėnesius, kaip dažnai sąmoningai paspaudėte ant reklamos, kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laiškų? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

23 proc. interneto vartotojų teigė bent kartą per savaitę ir dažniau netyčia paspaudžiantys ant internetinėje svetainėje pamatytos ar el. laiškų gautos reklamos. 30 proc. tai daro rečiau. (Pav. 2.3.4) Netyčia paspausti ant reklamos dažniau (bent kartą per savaitę) teko 18-45 m. tyrimo dalyviams, didesnių pajamų grupės atstovams ir miestiečiams (žr. Priedai: lentelės Nr.14).

N=802



2.3.4 pav. Per pastaruosius tris mėnesius, kaip dažnai netyčia paspaudėte ant reklamos, kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laišku? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

Nesąmoningai spausiti ant reklamos internete ar el. laiške taip pat dažniau linkę lenkai (Lentelė 2.3.4).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=802	N=407	N=196	N=211
Kasdiena arba beveik kasdien	6	2	1	19
Bent kartą per savaitę	17	16	11	22
Rečiau nei kartą per savaitę	14	20	19	22
Rečiau nei kartą per mėnesį	16	28	34	21
Nė karto	40	23	28	2
Nežinau	7	11	8	14

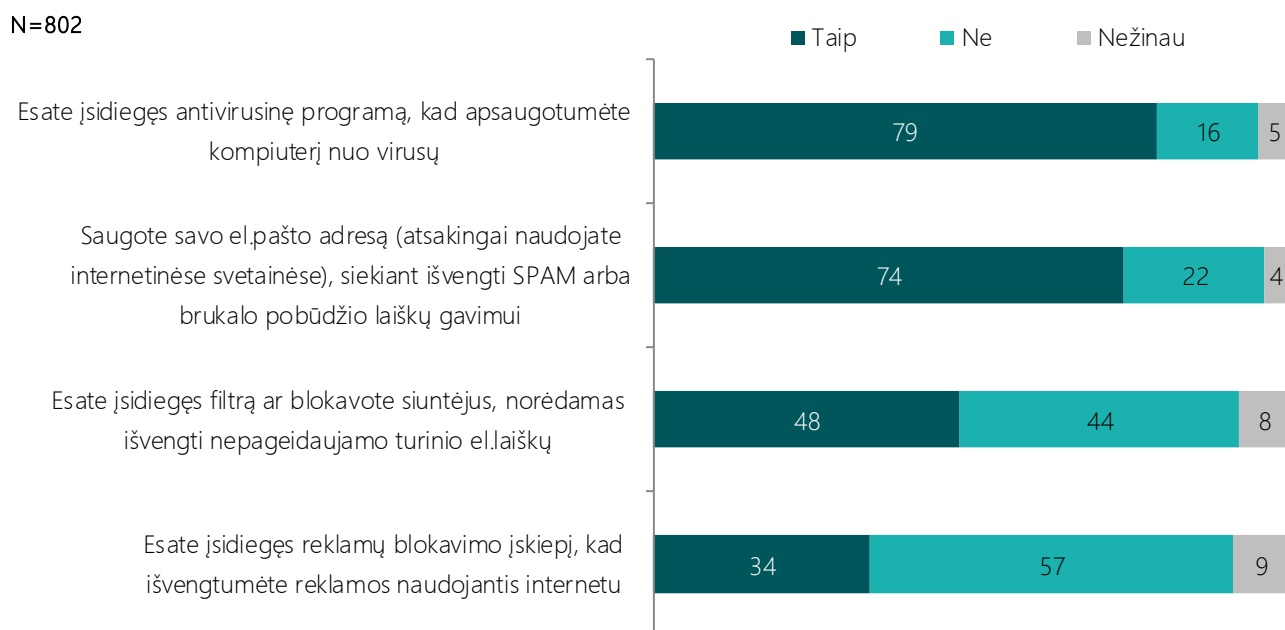
Lentelė 2.3.4. Per pastaruosius tris mėnesius, kaip dažnai netyčia paspaudėte ant reklamos, kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laišku? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

NAUDOJAMOS SAUGUMO PRIEMONĖS INTERNETE

Dauguma interneto vartotojų teigė esantys įsidiegę antivirusinę programą, kad apsaugotų kompiuterį nuo virusų (79 proc.) ir saugo savo el. pašto adresą, siekdami išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų (74 proc.). 48 proc. nurodė esantys įsidiegę filtrą ar blokavę siuntėjus, norėdami išvengti nepageidaujamo turinio laiškų. 34 proc. yra įsidiegę reklamų blokavimo įskiepi, kad išvengtų reklamos, naudodamiesi internetu. (Pav. 2.3.5)

Antivirusinę programą dažniau yra įsidiegę 18-35 m. respondentai, didesnių pajamų grupės atstovai ir mažesniuose miestuose bei kaimo vietovėse gyvenantys interneto vartotojai (žr. Priedai: lentelės Nr.15). Savo el. pašto adresą dažniau saugo 18-45 m. apklaustieji, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir mažesnių miestų gyventojai. Įsidiegę filtrą ar blokavę siuntėjus dažniau yra vyrai, 18-35 m. tyrimo dalyviai, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai. Reklamų

blokavimo įskiepi dažniau įdiegę yra taip pat vyrai, 18-45 m. respondentai ir aukščiausio išsimokslinimo atstovai.



2.3.5 pav. Ar Jūs...? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai dažniau saugo savo el. pašto adresą, siekiant išvengti SPAM arba brukalo laiškų gavimui (Lentelė 2.3.5).

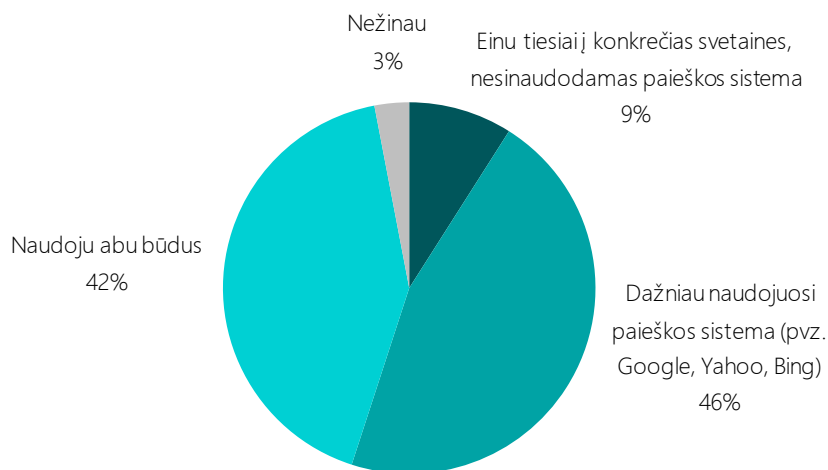
			Taip	Ne	Nežinau	
Esate įdiegę virusinę programą, kad apsaugotumėte kompiuterį nuo virusų	Pagrindinis tyrimas		N=802	79	16	5
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=407	82	15	3
		Rusai	N=196	79	18	3
		Lenkai	N=211	85	12	3
Saugote savo el. pašto adresą, siekiant išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų gavimui	Pagrindinis tyrimas		N=802	74	22	4
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=407	81	19	0,2
		Rusai	N=196	83	17	
		Lenkai	N=211	79	21	0,5
Esate įsidiegę filtrą ar blokavote siuntėjus, norėdamas išvengti nepageidaujamo turinio el. laiškų	Pagrindinis tyrimas		N=802	48	44	8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=407	46	45	9
		Rusai	N=196	46	45	9
		Lenkai	N=211	46	45	9
Esate įsidiegę reklamų blokavimo įskiepi, kad išvengtumėte reklamos naudojantis internetu	Pagrindinis tyrimas		N=802	34	57	9
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=407	32	60	8
		Rusai	N=196	30	60	10
		Lenkai	N=211	34	59	7

Lentelė 2.3.5. Ar Jūs...? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

INFORMACIJOS PAIEŠKA INTERNETE

Dažniausiai informacija internetu ieškoma naudojantis paieškos sistemą (46 proc.). 9 proc. nurodė dažniausiai einantys tiesiai į konkrečias svetaines. 42 proc. taiko abu paieškos būdus. (Pav. 2.3.6) Paieškos sistema dažniau naudojasi vyriausi (56 m. ir daugiau) interneto vartotojai, vidutinių ir mažesnių pajamų grupės atstovai (žr. Priedai: lentelės Nr.16). Abu būdus dažniau taiko 18-35 m. respondentai, didesnių pajamų grupės atstovai ir miestiečiai.

N=802



2.3.6 pav. Įprastai ieškodamas informacijos internete Jūs...? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai (dažniau lenkai) dažniau teigė naudojantys abu paieškos būdus (Lentelė 2.3.6).

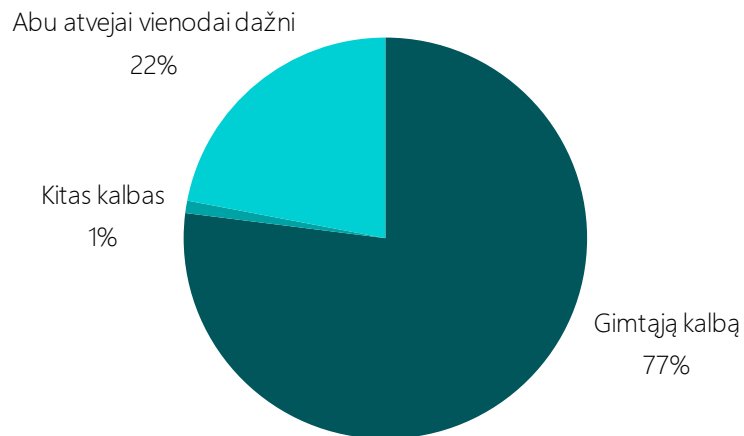
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=802	N=407	N=196	N=211
Einu tiesiai į konkrečias svetaines, nesinaudodamas paieškos sistema	9	13	15	10
Dažniau naudojuosi paieškos sistema	46	30	31	29
Nauduju abu būdus	42	55	51	59
Nežinau	3	2	3	2

Lentelė 2.3.6. Įprastai ieškodamas informacijos internete Jūs...? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

Dauguma apklaustųjų informacijos internete ieško gimtąja kalba (77 proc.). 1 proc. dažniausiai renkasi paieška užsienio kalba. 22 proc. ieško abiem būdais. (Pav. 2.3.7)

Gimtąją kalbą dažniau naudoja moterys, 46 m. ir vyresni respondentai (žr. Priedai: lentelės Nr.17). Vyrai ir 18-45 m. apklaustieji dažniau nurodė, kad abu atvejai vienodai dažni.

N=802



2.3.7 pav. Ieškodamas informacijos internete Jūs dažniausiai naudojate...?(proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai (ypač lenkai) dažniau teigė informacijos ieškantys ne gimtąją kalbą (Lentelė 2.3.7).

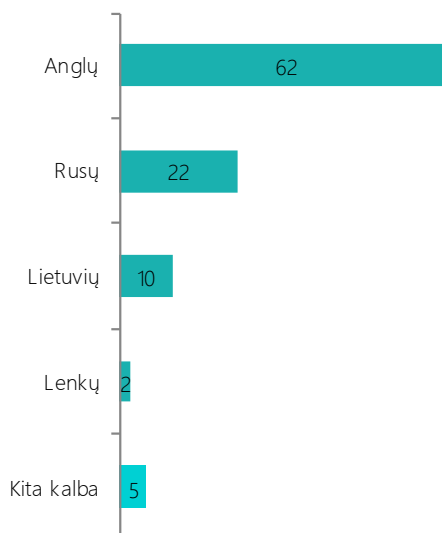
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=802	N=407	N=196	N=211
Gimtąją kalbą	77	29	41	18
Kitas kalbas	1	29	15	41
Abu atvejai vienodai dažni	22	42	44	41

Lentelė 2.3.7. Ieškodamas informacijos internete Jūs dažniausiai naudojate...?(proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

Paieškas atliekantieji užsienio kalba dažniausiai tai daro anglų kalba (62 proc.). 22 proc. ieško rusų kalba. (Pav. 2.3.7a)

Anglų kalba informacijos dažniau ieško jaunesni (18-35 m.) respondentai. Rusų kalba – vyresni (46 m. ir daugiau) tyrimo dalyviai (žr. Priedai: lentelės Nr.17a).

N=181



*Galimi keli atsakymai; suma viršija 100 proc.

2.3.7a pav. Kokiomis užsienio kalbomis dažniausiai ieškote informacijos internete? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie informacijos internete ieško ne vien tik gimtąją kalbą)

Ne gimtąja kalba informacijos internete ieškantys rusai dažniau tai daro lietuvių kalba. Tuo tarpu lenkams labiau įprasta informacijos ieškoti rusų kalba. (Lentelė 2.3.7a).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=181	N=289	N=116	N=173
Anglų	62	6	5	7
Rusų	22	25	1	42
Lietuvių	10	66	89	51
Lenkų	2	0,3	1	
Kita kalba	5	2	4	

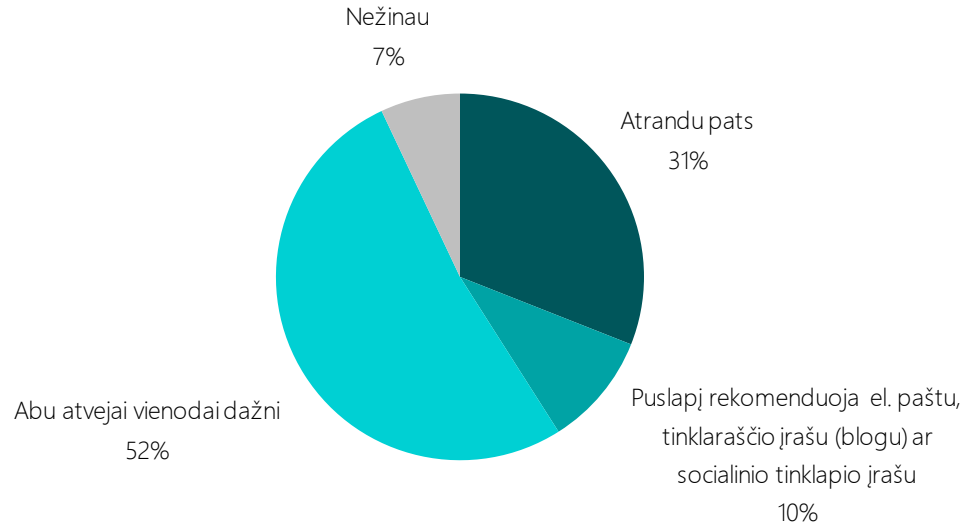
Lentelė 2.3.7a. Kokiomis užsienio kalbomis dažniausiai ieškote informacijos internete? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie informacijos internete ieško ne vien tik gimtąją kalbą)

NAUJŲ INTERNETINIŲ SVETAINIŲ RADIMAS

Nauji puslapiai dažniausiai atrandami savomis jėgomis (31 proc.). 10 proc. vartotojų teigimu, juos rekomenduoja el. paštu, tinklaraščio įrašu ar socialinio tinklapio įrašu. 52 proc. nurodė, kad abu atvejai yra vienodai dažni. (Pav. 2.3.8)

Patys naujas interneto svetaines dažniau atranda 46 m. ir vyresni respondentai (žr. Priedai: lentelės Nr.18). 18-45 m. apklaustieji, didžiausių pajamų grupės atstovai ir miestiečiai dažniau nurodė, kad abu atvejai vienodai dažni.

N=802



2.3.8 pav. Kaip dažniausiai atrandate naujas internetines svetaines? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

Rusai dažniau nurodė naujas internetines svetaines atrandantys patys (Lentelė 2.3.8).

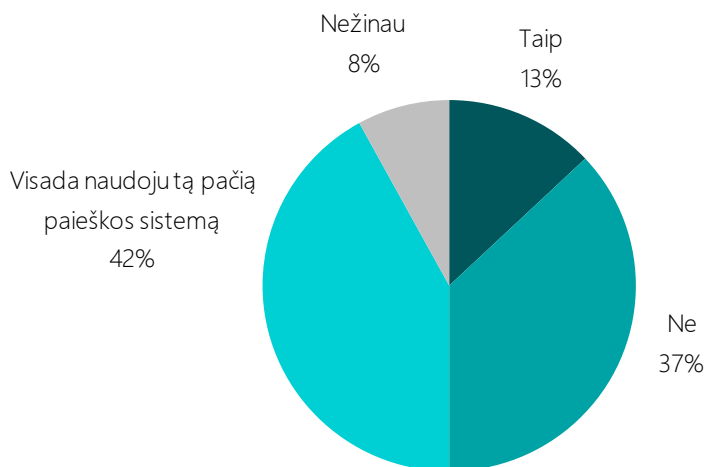
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=802	N=407	N=196	N=211
Atrandu pats	31	39	44	34
Puslapį rekomenduoja el. paštu, tinklaraščio ar socialinio tinklapio įrašu	10	8	9	8
Abu atvejai vienodai dažni	52	48	41	55
Nežinau	7	5	6	4

Lentelė 2.3.8. Kaip dažniausiai atrandate naujas internetines svetaines? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

SKIRTINGOS INFORMACIJOS SKIRTINGOSE PAIEŠKOS SISTEMOSE PASTEBĖJIMAS

Skirtingą informaciją skirtingose paieškos sistemose pastebi 13 proc. interneto vartotojų. 37 proc. skirtumą nepastebi, o 42 proc. nurodė visada naudojantys tą pačią paieškos sistemą. (Pav. 2.3.9) Skirtingą informaciją skirtingose paieškos sistemose dažniau pastebi jauniausi (18-25 m.) interneto vartotojai (žr. Priedai: lentelės Nr.19).

N=802



2.3.9 pav. Ar skirtingose paieškos sistemose pastebite skirtingą informaciją? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

Rusai dažniau teigė pastebintys skirtingą informaciją skirtingose paieškos sistemose (Lentelė 2.3.9).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=802	N=407	N=196	N=211
Taip	13	22	32	12
Ne	37	36	24	48
Visada naudoju tą pačią paieškos sistemą	42	33	33	33
Nežinau	8	9	11	7

Lentelė 2.3.9. Ar skirtingose paieškos sistemose pastebite skirtingą informaciją? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

VEIKSMAI NAUJOSE SVETAINĖSE

Lankydami naujoje interneto svetainėje vartotojai dažniausiai apžvelgia bendrą svetainės vaizdą (44 proc.). 20 proc. apsvaisto, ar gauta informacija atitinka su tuo, ką žinoję iki šiol. 17 proc. patikrina informaciją kitose internetinėse svetainėse. Taip pat 17 proc. patikrina, ar ryšys su svetaine saugus, arba svetainės IP adresą. 12 proc. paklausia kitų svetainėje apsilankiusių žmonių nuomonės. 10 proc. tikrina, ar svetainėje pateiktos nuorodos į pateikiamos informacijos šaltinius. 9 proc. įvertina autoriaus kompetencijas ir turinio publikavimo ketinimus. 7 proc. patikrina, ar svetainę turi savo nustatytas elgesio taisykles. (Pav. 2.3.10)

Apskritai daugiau veiksmų lankydami naujose internetinėse svetainėse atlieka jauniausi (18-25 m.) interneto vartotojai, aukščiausio išsimokslinimo atstovai (žr. Priedai: lentelės Nr.20). Vyrai dažniau apsvaisto, ar gauta informacija atitinka su tuo, ką žinoję iki tol. Ar ryšys su svetaine saugus, dažniau patikrina didžiausių pajamų grupės apklaustieji.

N=802



*Galimi keli atsakymai; suma viršija 100 proc.

2.3.10 pav. Kuriuos iš žemiau nurodytų veiksmų atliekate lankydamiesi naujose internetinėse svetainėse? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai dažniau lankydamiesi naujose internetinėse svetainėse apžvelgia bendrą svetainės vaizdą, apsvaisto, ar gauta informacija atitinka su tuo, ką žinoję iš anksčiau, patikrina informaciją kitose internetinėse svetainėse (dažniau rusai), paklausia kitų žmonių, ar jie yra lankęsi toje svetainėje (dažniau lenkai), įvertina autoriaus kompetencijas ir turinio publikavimo ketinimus (dažniau rusai) (Lentelė 2.3.10).

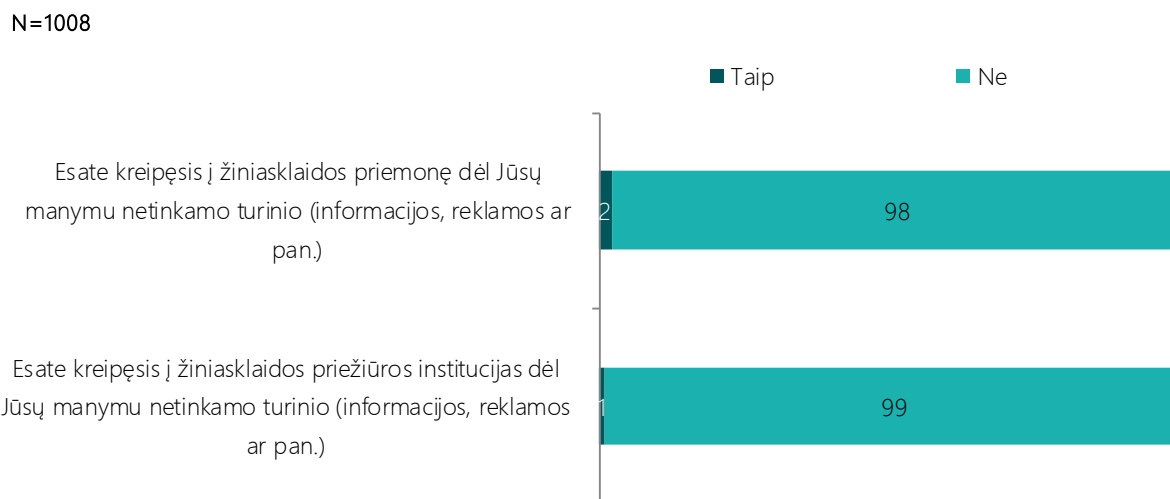
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=802	N=407	N=196	N=211
Apžvelgiu bendrą svetainės vaizdą	44	52	52	53
Apsvarstau, ar gauta informacija atitinka su tuo, ką žinojau iki šiol	20	32	34	31
Patikrinu informaciją kitose internetinėse svetainėse	17	23	27	20
Patikrinu, ar ryšys su svetaine saugus	17	12	17	8
Paklausiu kitų žmonių, ar jie yra lankęsi toje svetainėje	12	24	20	28
Tikrinu, ar svetainėje pateiktos nuorodos į pateikiamos informacijos šaltinius	10	11	12	10
Įvertinu autoriaus kompetencijas ir turinio publikavimo ketinimus	9	18	26	11
Patikrinu, ar svetainė turi savo nustatytas elgesio taisykles	7	2	2	3
Neatlieju nei vieno iš aukščiau nurodytų veiksmų	37	32	29	36

Lentelė 2.3.10. Kuriuos iš žemiau nurodytų veiksmų atliekate lankydamiesi naujose internetinėse svetainėse? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų)

KREIPIMASIS DĖL NETINKAMO TURINIO

2 proc. tyrimo dalyvių nurodė per paskutinius tris mėnesius kreipęsi į žiniasklaidos priemonę dėl jų manymu netinkamo turinio. 1 proc. dėl šios priežasties yra kreipęsi į žiniasklaidos priežiūros institucijas. (Pav. 2.3.11)

Statistiškai reikšmingų skirtumų pagal respondentų socialines-demografines charakteristikas nepastebėta (žr. Priedai: lentelės Nr.21).



2.3.11 pav. Ar per pastaruosius tris mėnesius Jūs..? (proc.)

Lyginant Lietuvos tautinių mažumų atsakymus statistiškai reikšmingų skirtumų nepastebėta (Lentelė 2.3.11).

			Taip	Ne	
Esate kreipęsi į žiniasklaidos priemonę dėl Jūsų manymu netinkamo turinio	Pagrindinis tyrimas		N=1008	2	98
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	3	97
		Rusai	N=251	3	97
		Lenkai	N=253	2	98
Esate kreipęsi į žiniasklaidos priežiūros institucijas dėl Jūsų manymu netinkamo turinio	Pagrindinis tyrimas		N=1008	1	99
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=504	1	99
		Rusai	N=251	1	99
		Lenkai	N=253	1	99

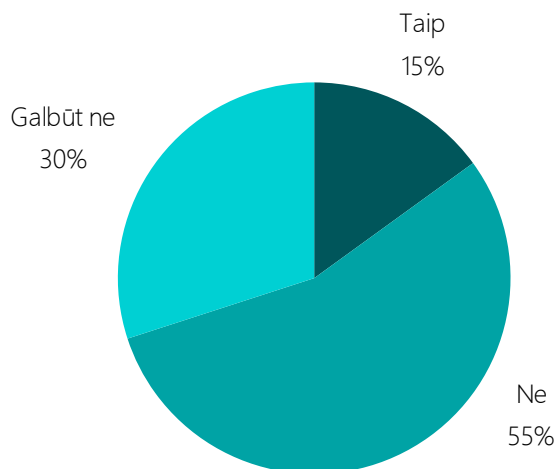
Lentelė 2.3.11. Ar per pastaruosius tris mėnesius Jūs..? (proc.)

SUSIDŪRIMAS SU „NETIKROMIS NAUJIENOMIS“

15 proc. respondentų teigė žiniasklaidos priemonėse susidūrę su „netikromis naujienomis“ (angl. fake news). 55 proc. mano su jomis nesusidūrę. 30 proc. nėra tikri („galbūt ne“). (Pav. 2.3.12)

Su „netikromis naujienomis“ dažniau teko susidurti 18-45 m. respondentams ir aukščiausio išsimokslinimo atstovams (žr. Priedai: lentelės Nr.1FN).

N=1008



2.3.12 pav. Ar žiniasklaidos priemonėse Jums yra tekę susidurti su „netikromis naujienomis“ (angl. fake news)? (proc.)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai dažniau nurodė žiniasklaidos priemonėse susidūrę su „netikromis naujienomis“ (Lentelė 2.3.12).

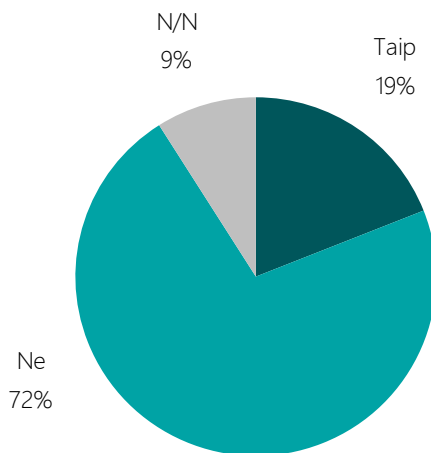
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Taip	15	27	29	24
Ne	55	52	47	58
Galbūt ne	30	21	24	18

Lentelė 2.3.12. Ar žiniasklaidos priemonėse Jums yra tekę susidurti su „netikromis naujienomis“ (angl. fake news)? (proc.)

Internete „netikrų naujienų“ pastebėjo kas penktas (19 proc.) tyrimo dalyvis. (Pav. 2.3.13)

Internete „netikrų naujienų“ dažniau pastebėjo vyrai, 18-45 m. tyrimo dalyviai, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir miestų gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr.2FN).

N=1008



2.3.13 pav. Ar Jums teko internete pastebėti „netikrų naujienų“ (angl. fake news)? (proc.)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai dažniau teigė internete pastebėję „netikrų naujienų“ (Lentelė 2.3.13).

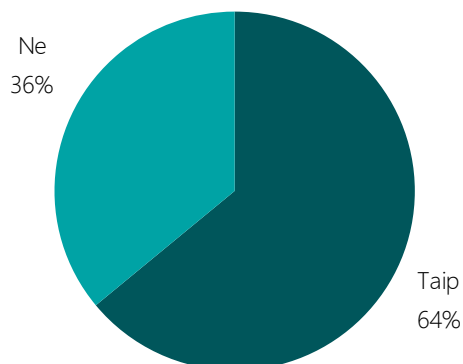
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Taip	19	25	26	23
Ne	72	71	69	73
N/N	9	4	5	4

Lentelė 2.3.13. Ar Jums teko internete pastebėti „netikrų naujienų“ (angl. fake news)? (proc.)

Daugumai (64 proc.) apklaustųjų per paskutinius metus teko susidurti su situacija, kuomet jie patikėjo naujiena, kuri paskui paaiškėjo esanti netikra. (Pav. 2.3.14)

Statistiškai reikšmingų skirtumų pagal respondentų socialines-demografines charakteristikas nepastebėta (žr. Priedai: lentelės Nr.3FN).

N=213



2.3.14 pav. Ar per pastaruosius 12 mėnesių susidūrėte su situacija, kuomet patikėjote naujiena, kuri paskui paaiškėjo esanti netikra (išskyrus balandžio 1-osios žiniasklaidos pokštus)? (proc.; atsakinėja žiniasklaidoje ar internete susidūrusieji su „netikromis naujienomis“)

Lietuvos tautinių mažumų atstovų atsakymai statistiškai reikšmingai nesiskiria nuo bendro Lietuvos gyventojų tyrimo rezultato (Lentelė 2.3.14).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=213	N=159	N=87	N=72
Taip	64	62	66	58
Ne	36	38	34	42

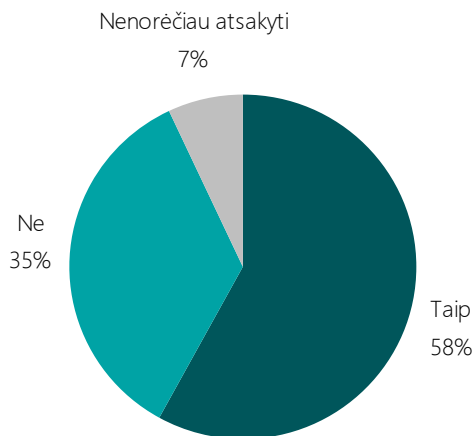
Lentelė 2.3.14. Ar per pastaruosius 12 mėnesių susidūrėte su situacija, kuomet patikėjote naujiena, kuri paskui paaiškėjo esanti netikra (išskyrus balandžio 1-osios žiniasklaidos pokštus)? (proc.; atsakinėja žiniasklaidoje ar internete susidūrusieji su „netikromis naujienomis“)

TEISINĖS ATSAKOMYBĖS UŽ SUKURTĄ TURINĮ INTERNETE ŽINOMUMAS

58 proc. tyrimo dalyvių teigė žinantys, kad už sukurtą turinį interese gali kilti teisinė atsakomybė. (Pav. 2.3.15)

Žinantys, kad už sukurtą turinį internete gali kilti teisinė atsakomybė, dažniau nurodė vyrai, 18-45 m. respondentai, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir miestiečiai (žr. Priedai: lentelės Nr.22).

N=1008



2.3.15 pav. Ar žinote, kad už Jūsų sukurtą turinį internete (komentarai, nuomonė ir pan.) gali kilti teisinė atsakomybė? (proc.)

Vertinant Lietuvos tautinių mažumų atstovų atsakymus, statistiškai reikšmingų skirtumų nepastebėta (Lentelė 2.3.15).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Taip	58	56	55	57
Ne	35	34	35	34
Nenorėčiau atsakyti	7	10	10	9

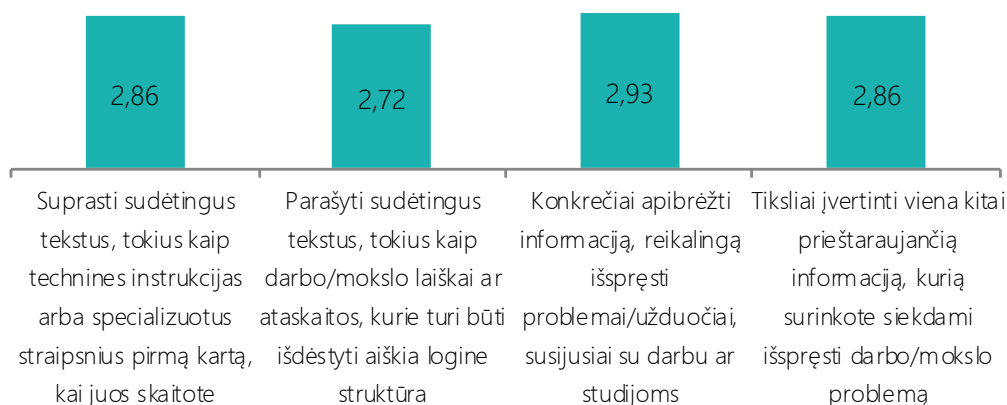
Lentelė 2.3.15. Ar žinote, kad už Jūsų sukurtą turinį internete (komentarai, nuomonės ir pan.) gali kilti teisinė atsakomybė? (proc.)

SAVO GEBĖJIMŲ SUPRASTI INFORMACIJĄ VERTINIMAS

Savo gebėjimus suprasti ir apdoroti informaciją tyrimo dalyviai vertina gana nuosaikiai – vidutiniai vertinimai svyruoja tarp 2,7 ir 2,9 balo 5 balų skalėje, kur 1 reiškia „labai sudėtinga“, o 5 reiškia „labai lengva“. Vidutiniškai 2,9 balo vertinamas gebėjimas konkrečiai apibrėžti informaciją, reikalingą išspręsti problemai / užduočiai, susijusiai su darbu ar studijomis, gebėjimas suprasti sudėtingus tekstus ir gebėjimas tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, surinkamą siekiant išspręsti darbo / mokslo problemą. 2,7 balo vertinamas gebėjimas parašyti sudėtingus tekstus, kurie turi būti išdėstyti aiškia logine struktūra. (Pav. 2.3.16)

Apskritai šiuos veiksmus atlikti lengvesniais laiko 18-45 m. respondentai, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir didmiesčių gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr.23).

N=1008



2.3.16 pav. Kiek sudėtinga ar lengva Jums paprastai yra...? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „labai sudėtinga“, 5 reiškia „labai lengva“)

Vertinant Lietuvos tautinių mažumų atstovų atsakymus, statistiškai reikšmingų skirtumų nepastebėta (Lentelė 2.3.16).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Suprasti sudėtingus tekstus, tokius kaip technines instrukcijas arba specializuotus straipsnius pirmą kartą, kai juos skaitote	2,86	2,82	2,71	2,92
Parašyti sudėtingus tekstus, tokius kaip darbo/mokslo laiški ar ataskaitos, kurie turi būti išdėstyti aiškia logine struktūra	2,72	2,45	2,44	2,45
Konkrečiai apibrėžti informaciją, reikalingą išspręsti problemai/užduočiai, susijusiai su darbu ar studijoms	2,93	3,03	3,11	2,94
Tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, kurią surinkote siekdami išspręsti darbo/mokslo problemą	2,86	2,82	2,92	2,93

Lentelė 2.3.16. Kiek sudėtinga ar lengva Jums paprastai yra...? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „labai sudėtinga“, 5 reiškia „labai lengva“)

Dalies išvados

Dauguma šalies gyventojų savo kompiuterinio raštingumo gebėjimus vertina kaip pakankamus (reikšmės svyruoja nuo 57 iki 67 proc.) ne tik komunikacijai, bet praktiniams poreikiams tenkinti (pvz. ieškoti darbo).

Kasdieniniame gyvenime internetas dažniausiai naudojamas komunikacijai, pramogai ir informacijai (daugiau kaip 50 proc. įvardijo el. laiškų siuntimą, informacijos paiešką, naudojimąsi socialiniais tinklais, filmų žiūrėjimą, muzikos klausymąsi). **Greta laisvalaikio-pramoginių funkcijų itin tvirtas pozicijas užima internetinė bankininkystė (60 proc.).** Svarbu pastebėti, kad link 50 proc. ribos artėja ir prekių bei paslaugų įsigijimas internetu (46 proc.) t.y. **jau artimiausiu metu kritinė dauguma šalies gyventojų gana universaliai įvaldys praktines interneto panaudojimo galimybes kasdieniame gyvenime.**

Lietuvos gyventojai gana gerai suvokia bazinius techninius saugaus elgesio internete principus – 79 proc. interneto vartotojų turi įsidiegtą antivirusinę programą, 74 proc. atsakingai naudoja savo el. pašto adresą, 63 proc. atlieka kokius nors papildomus saugumo užtikrinimo veiksmus lankydamiesi naujose svetainėse. Tuo pačiu metu teisiniai atsakomybės aspektai suvokiami nepakankamai gerai (42 proc. nesuvokia, kad už turinį internete gali kilti teisinė atsakomybė).

Sudėtingos informacijos suvokimo ir padorojimo gebėjimai gana silpni: gebėjimai suvokti sudėtingus tekstus, susisteminti ar apibrėžti sudėtingą informaciją vertintini 2,8- 2,9 balo iš 5.

2.4. LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMAS

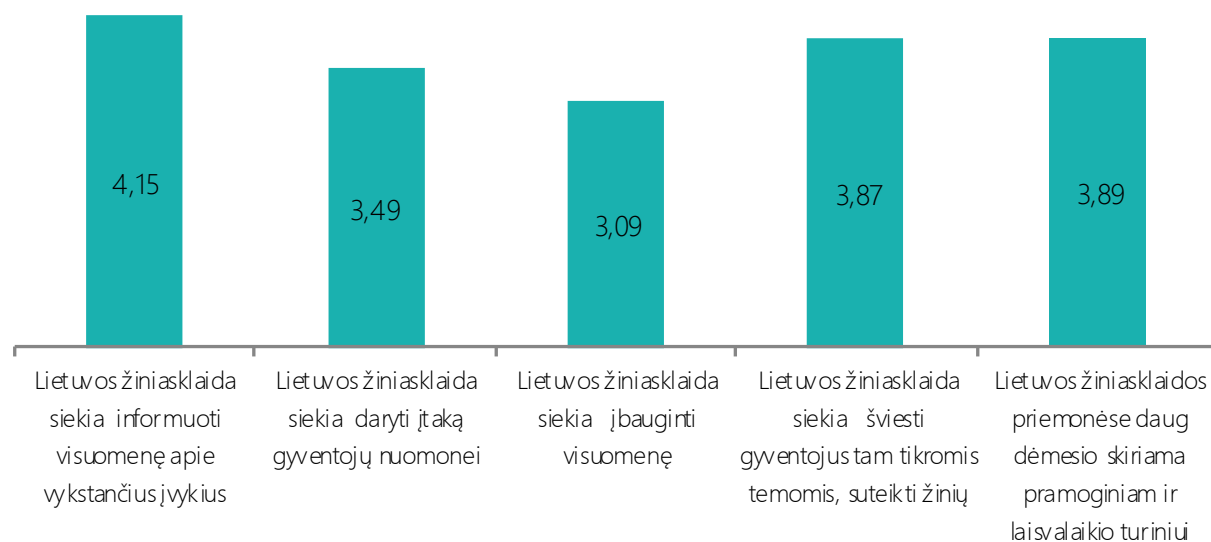
LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS POVEIKIO SUVOKIMAS

Vertindami Lietuvos žiniasklaidos poveikį, labiausiai tyrimo dalyviai linkę sutikti, kad ji siekia informuoti visuomenę apie vykstančius įvykius – vidutinis vertinimas siekia 4,2 balo 5 balų skalėje. Kiek mažiau pritariama teiginiams, kad Lietuvos žiniasklaidos priemonėse daug dėmesio skiriama pramoginiam ir laisvalaikio turiniui (3,9), ir kad Lietuvos žiniasklaida siekia šviesti gyventojus tam tikromis temomis, suteikti žinių (3,9). Dar mažiau pritariama, kad Lietuvos žiniasklaida siekia daryti

įtaką gyventojų nuomonei (3,5). Mažiausiai respondentai linkę sutikti, kad Lietuvos žiniasklaida siekia įbauginti visuomenę (3,1). (Pav. 2.4.1)

Stipresnį pritarimą teiginiui, kad Lietuvos žiniasklaidos priemonėse daug dėmesio skiriama pramoginiam ir laisvalaikio turiniui, dažniau išreiškė didesnių pajamų grupės atstovai (žr. Priedai: lentelės Nr.24).

N=1008



2.4.1. pav. Kiek Jūs sutinkate su žemiau pateiktais teiginiais apie Lietuvos žiniasklaidą? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“)

Lenkai labiau linkę nesutikti su teiginiu, kad Lietuvos žiniasklaida siekia įbauginti visuomenę. Priešingai – jie labiau pritaria, kad Lietuvos žiniasklaida siekia informuoti visuomenę apie vykstančius įvykius. Rusai labiau linkę manyti, kad Lietuvos žiniasklaida siekia daryti įtaką gyventojų nuomonei (Lentelė 2.4.1).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Lietuvos žiniasklaida siekia informuoti visuomenę apie vykstančius įvykius	4,15	4,02	3,83	4,21
Lietuvos žiniasklaida siekia daryti įtaką gyventojų nuomonei	3,49	3,60	3,79	3,42
Lietuvos žiniasklaida siekia įbauginti visuomenę	3,09	2,87	3,13	2,60
Lietuvos žiniasklaida siekia šviesti gyventojus tam tikromis temomis, suteikti žinių	3,87	3,84	3,75	3,93
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse daug dėmesio skiriama pramoginiam ir laisvalaikio turiniui	3,89	3,93	3,95	3,91

Lentelė 2.4.1. Kiek Jūs sutinkate su žemiau pateiktais teiginiais apie Lietuvos žiniasklaidą? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“)

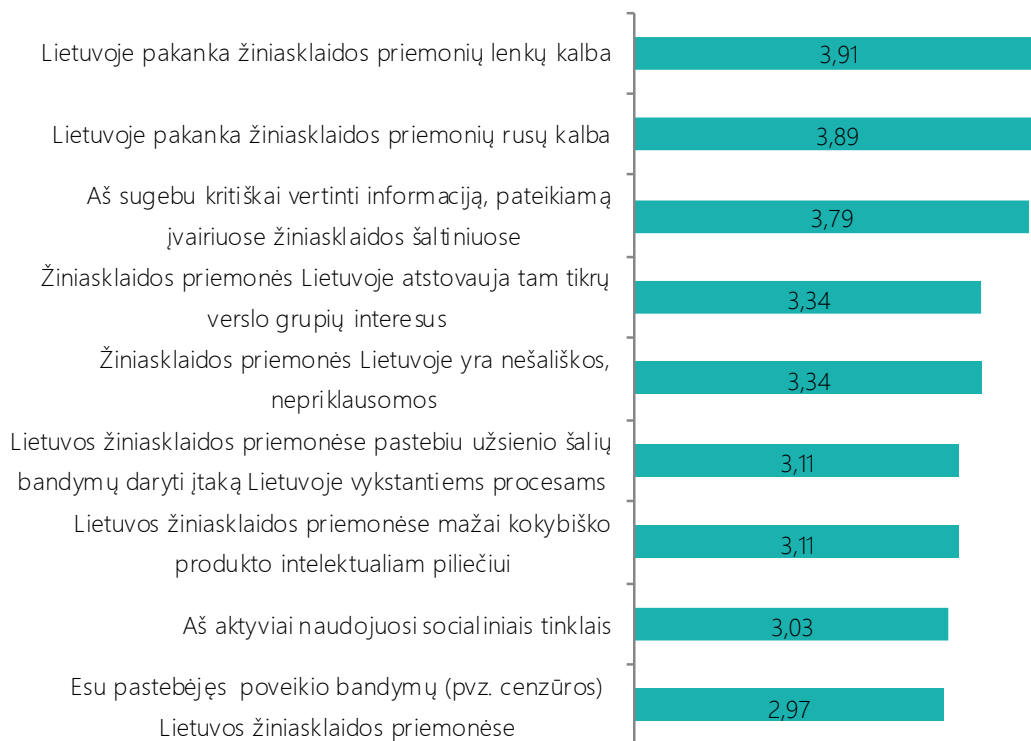
NUOSTATOS DĖL LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS

Tyrimo dalyviai išreiškė nuosaikų pritarimą (3,9 balo 5 balų skalėje), kad Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių lenkų ir rusų kalbomis. Panašiai (3,8) respondentai pritaria nuostatai, jog jie patys sugeba kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose. Mažiau pritariama, kad žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus (3,3). Kita vertus, tiek pat pritariama teiginiui, kad žiniasklaida Lietuvoje nešališka, nepriklausoma (3,3). Mažiausiai pritariama, kad Lietuvos žiniasklaidos priemonės pastebimi užsienio šalių bandymai daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams (3,1), kad jose mažai kokybiško turinio intelektualiam piliečiui (3,1). Panašus pritarimas ir teiginiams, kad respondentas yra aktyvus socialinių tinklų vartotojas (3,0), o Lietuvos žiniasklaidoje pastebimi cenzūros bandymai (3,0). (Pav. 2.4.2.)

Stipresnį pritarimą teiginiui, kad žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus, dažniau išreiškė didesnių pajamų grupės atstovai (žr. Priedai: lentelės Nr.25). Teiginiui, kad žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos, nepriklausomos – didmiesčių gyventojai. Aktyvų naudojamasi socialiniais tinklais labiau akcentavo vyrai, 18-35 m. apklaustieji, aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir miestiečiai.

Papildoma koreliacijos analizė parodė, kad yra teigiama vidutinio lygio priklausomybė tarp užsienio šalių bandymų daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams pastebėjimo ir poveikio bandymų Lietuvos žiniasklaidos priemonėse (koreliacijos koeficientas artimas +0,500). Vadinasi, pastebintieji užsienio šalių bandymus daryti įtaką Lietuvoje veikiantiems procesams dažniau pastebi poveikio bandymus Lietuvos žiniasklaidos priemonėse.

N=1008



2.4.2 pav. Kiek Jūs sutinkate su žemiau pateiktais teiginiais? (vidurkia; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“)

Lietuvos tautinių mažumų atstovai mažiau linkę sutikti su teiginiais, kad Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių lenkų ir rusų kalbomis, kad žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos, nepriklausomos. Kita vertus, jie labiau pasitiki savo gebėjimais kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose (Lentelė 2.4.2).

	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1008	N=504	N=251	N=253
Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių lenkų kalba	3,91	3,47	3,55	3,38
Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų kalba	3,89	3,45	3,35	3,55
Aš sugebu kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose	3,79	4,19	4,12	4,25
Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus	3,34	3,52	3,63	3,42
Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos, nepriklausomos	3,34	2,80	2,71	2,89
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse pastebiu užsienio šalių bandymų daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams	3,11	2,41	2,38	2,43
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse mažai kokybiško produkto intelektualiam piliečiui	3,11	3,31	3,33	3,29
Aš aktyviai naudojuosi socialiniais tinklais	3,03	3,02	2,98	3,06
Esu pastebėjęs poveikio bandymų (pvz. cenzūros) Lietuvos žiniasklaidos priemonėse	2,97	2,73	2,81	2,65

Lentelė 2.4.2. Kiek Jūs sutinkate su žemiau pateiktais teiginiais? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“)

Dalies išvados

Lietuvos visuomenė savo žiniasklaidai nėra kritiška: šalies žiniasklaidoje gyventojai visų pirma akcentuoja informacinę, pramoginę ir švietėjišką funkciją (vertinimai 3,9 -4,2 5 balų skalėje). Santūriau vertinamas įtakos darymas (3,5), dar mažiau – siekis įbauginti visuomenę (3,1). Iš pirmo žvilgsnio toks matymas turėtų būti vertintinas kaip labai geras, tačiau įtakos nepripažinimas rodo nekritinį auditorijos mąstymą ir nepakankamą vartotojų sąmoningumą, todėl santykinai geras Lietuvos žiniasklaidos vertinimas sietinas ne su gera žiniasklaidos kokybe, o visų pirma su silpnais pačios auditorijos gebėjimais ją vertinti.

2.5. ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NAUDOJIMO RAŠTINGUMO RODIKLIAI

Sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis rodiklis

Sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis rodiklis sudaromas iš (1) kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimų, (2) subalansuoto ir aktyvaus žiniasklaidos priemonių naudojimo bei (3) pažengusiojo lygmens interneto vartojimo rodiklių vidurkio.

Kompiuterio raštingumo ir interneto gebėjimo komponentas gaunamas iš 11 klausime pateiktų teiginių atsakymų TAIP vidurkio:

$$\text{Kompiuterinis raštingumas ir interneto gebėjimai (P}_1) = \frac{\sum_{j=1}^3 x_j}{3}$$

$j=1, 2, 3$ – 11-ojo klausimo teiginio numeris

x_j – respondentų, atsakiusių TAIP į 11-ojo klausimo j teiginį, procentas

*Rezultatas. Tyrimo metu gautos TAIP procentinės reikšmės 11 klausime yra 67,1; 54,7 bei 57,2. Jų aritmetinis vidurkis 59,7. **Vadinasi kompiuterio raštingumo ir interneto gebėjimų komponento reikšmė 59,7.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Tyrimo metu gautos TAIP procentinės reikšmės 11 klausime yra 70,4; 55,0 bei 59,7. Jų aritmetinis vidurkis 61,7. **Vadinasi kompiuterio raštingumo ir interneto gebėjimų komponento reikšmė 61,7.***

Subalansuoto ir aktyvaus medijų naudojimo komponentas skaičiuojamas iš tyrimo klausimyno 1; 12.1; 12.2; 12.5; 12.6 ir 12.7 klausimų.

1 klausimo rodiklio dedamosios reikšmė gaunama susumavus procentus visų veiklų, kurias respondentai atliko kasdien arba beveik kasdien (klausimyne atsakymo reikšmė 4) ir išvedant jų vidurkį. Analogiškai, sumuojant atsakymų TAIP reikšmes iš 12.1; 12.2; 12.5; 12.6 ir 12.7 bei išvedant jų vidurkį gaunamas ir klausimo (12) rodiklio dedamoji. Subalansuoto ir aktyvaus medijos naudojimo rodiklio reikšmė gaunama kaip 1 ir 12 klausimo atitinkamų teiginių vidurkis:

$$\text{Subalansuotas ir aktyvus medijų naudojimas (P}_2) = \frac{\frac{\sum_{j=1}^9 x_j}{9} + \frac{\sum_{i=1}^7 y_i}{5}}{2}$$

$j=1, \dots, 9$ – 1-ojo klausimo teiginio numeris

x_j – respondentų, atsakiusių KASDIEN ARBA BEVEIK KASDIEN į 1-ojo klausimo j teiginį, procentas

$i=1, 2, 5, 6, 7$ – 12-ojo klausimo teiginio numeris

y_i – respondentų, atsakiusių TAIP į 12-ojo klausimo i teiginį, procentas

*Rezultatas. Remiantis tyrimo rezultatais, 1-ojo klausimo aktualios reikšmės būtų 8,1; 7,9; 52,9; 8,2; 1,7; 72,7; 88,7; 49,2 ir 62,1. Šių reikšmių vidurkis yra 39,1. 12-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 65,7; 64,5; 51,2; 53,7; 30,0. Šių reikšmių vidurkis yra 53,0. Šių abiejų reikšmių vidurkis yra 46,1. **Vadinasi, mūsų gauta subalansuoto ir aktyvaus medijos naudojimo komponento reikšmė yra 46,1.***

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Remiantis tyrimo rezultatais, 1-ojo klausimo aktualios reikšmės būtų 12,7; 22,2; 51,4; 9,3; 1,0; 71,6; 85,1; 43,8; 60,1. Šių reikšmių vidurkis yra 39,7. 12-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 70,0; 71,6; 53,0; 55,4; 32,7. Šių reikšmių vidurkis yra 56,5. Šių abiejų reikšmių vidurkis yra 48,1. **Vadinasi, mūsų gauta subalansuoto ir aktyvaus medijos naudojimo komponento reikšmė yra 48,1.**

Pažengusio lygmens interneto vartojimo komponentas gaunamas, sumuojant (12) klausimo teiginių 12.8; 12.9; 12.10; 12.15 atsakymų TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį:

$$\text{Pažengusio lygmens interneto vartojimas } (P_3) = \frac{\sum_{j=8}^{15} x_j}{4}$$

j=8, 9, 10, 15 – 12-ojo klausimo teiginio numeris

x_j – respondentų, atsakiusių TAIP į 12-ojo klausimo j teiginį, procentas

Rezultatas. Mūsų nagrinėjamu atveju reikšmės yra 60,2; 36,8; 46,1; 24,0. Šių reikšmių vidurkis yra 41,8. **Vadinasi pažengusio lygmens interneto vartojimo komponento reikšmė yra 41,8.**

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Mūsų nagrinėjamu atveju reikšmės yra 61,7; 38,9; 46,4; 20,4. Šių reikšmių vidurkis yra 41,9. **Vadinasi pažengusio lygmens interneto vartojimo komponento reikšmė yra 41,9.**

Sugebėjimo naudotis rodiklis gaunamas kaip trijų apskaičiuotų komponentų – kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimų, subalansuoto ir aktyvaus medijų naudojimo bei pažengusio lygmens interneto vartojimo – vidurkis:

$$P = \frac{P_1 + P_2 + P_3}{3}$$

Mūsų atveju tai 59,7; 46,1; 41,8. Jų vidurkis – 49,2. Tarp Lietuvos tautinių mažumų šios reikšmės atitinkamai lygios 61,7; 48,1; 41,9, o jų vidurkis – 50,6.

VADINASI SUGEBĖJIMO NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS RODIKLIS YRA 49,2. TARP LIETUVOS TAUTINIŲ MAŽUMŲ JIS LYGUS 50,6.

Kritiško vertinimo rodiklis

Kritiško vertinimo rodiklis sudaromas iš (1) žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimo, (2) supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą bei (3) pačių vartotojų elgsenos rodiklių vidurkio.

Žiniasklaidos priemonių turinio ir jų veikimo supratimo komponentas gaunamas iš 3, 4, 6, 19, 23 ir 25.1 klausimo rodiklio dedamųjų.

3 klausimo rodiklio dedamoji gaunama 3.1; 3.2; 3.3 bei 3.4 reikšmių vidurkių vidurkinės reikšmės, padauginant gautą rezultatą iš 10. 4 klausimo rodiklio dedamoji gaunama sumuojant visų šio klausimo teiginių TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. 6 klausimo rodiklio dedamoji gaunama sumuojant visų šio klausimo teiginių TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. 19 klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymų TAIP reikšmę. 23 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš teiginių 23.1; 23.2; 23.3 ir 23.4 reikšmių vidurkių vidurkinės reikšmės padauginant gautą rezultatą iš 10. 25.1 klausimo rodiklio dedamoji gaunama šio rodiklio vidurkinę reikšmę padauginus iš 10:

$$\text{Medijų turinio ir jų veikimo supratimas } (R_1) = \frac{\sum_{j=1}^4 x_j \times 10 + \sum_{i=1}^4 y_i + \sum_{e=1}^7 z_e + u + \sum_{g=1}^4 v_g \times 10 + w \times 10}{6}$$

$j=1, \dots, 4$ – 3-ojo klausimo teiginio numeris

x_j – atsakymų į 3-iojo klausimo j teiginį vidurkis 5 balų skalėje

$i=1, \dots, 4$ – 4-ojo klausimo teiginio numeris

y_i – respondentų, atsakiusių TAIP į 4-ojo klausimo i teiginį, procentas

$e=1, \dots, 7$ – 6-ojo klausimo teiginio numeris

z_e – respondentų, atsakiusių TAIP į 6-ojo klausimo e teiginį, procentas

u – respondentų, atsakiusių TAIP į 19 klausimą, procentas

$g=1, \dots, 4$ – 23-iojo klausimo teiginio numeris

v_g – atsakymų į 23-iojo klausimo g teiginį vidurkis 5 balų skalėje

w – atsakymų į 25.1 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

*Rezultatas. Mūsų atveju 3-iojo klausimo aktualiosios vidurkinės reikšmės yra 4,05; 4,09; 4,13 bei 3,87. Jų reikšmių vidurkis yra 4,04. Padauginus šią reikšmę iš 10 gauname 40,4. 4-ojo klausimo aktualiosios reikšmės yra 15,1; 27,3; 12,8 ir 22,2. Šių reikšmių vidurkis yra 19,4. 6-ojo klausimo aktualiosios reikšmės yra 42,9; 26,6; 61,4; 55,5; 49,2; 59,3; 43,3. Jų reikšmių vidurkis yra 48,3. 19-ojo klausimo reikšmė yra 12,7. 23-iojo klausimo aktualiosios vidurkinės reikšmės yra 2,86; 2,72; 2,93; 2,86. Jų reikšmių vidurkis yra 2,84. Padauginus šią reikšmę iš 10 gauname 28,4. 25.1 klausimo reikšmė yra 3,79. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamąją 37,9. Žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo rodiklis gaunamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę. Mūsų atveju apskaičiuotosios dedamosios yra 40,4; 19,4; 48,3; 12,7; 28,4 ir 37,9. Jų vidurkis yra 31,2. **Vadinasi žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo komponento reikšmė 31,2.***

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju 3-iojo klausimo aktualiosios vidurkinės reikšmės yra 3,80; 3,73; 4,01; 3,83. Jų reikšmių vidurkis yra 3,84. Padauginus šią reikšmę iš 10 gauname 38,4. 4-ojo klausimo aktualiosios reikšmės yra 24,6; 40,7; 12,9; 32,5. Šių reikšmių vidurkis yra 27,7. 6-ojo klausimo aktualiosios reikšmės yra 40,9; 14,5; 61,3; 49,8; 56,9; 65,9; 60,9. Jų reikšmių vidurkis yra 50,0. 19-ojo klausimo reikšmė yra 21,6. 23-iojo klausimo aktualiosios vidurkinės reikšmės yra 2,82; 2,45;

3,03; 2,92. Jų reikšmių vidurkis yra 2,81. Padauginus šią reikšmę iš 10 gauname 28,1. 25.1 klausimo reikšmė yra 4,19. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamąją 41,9. Žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo rodiklis gaunamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę. Mūsų atveju apskaičiuotosios dedamosios yra 38,4; 27,7; 50,0; 21,6; 28,1 ir 41,9. Jų vidurkis yra 34,6. **Vadinasi žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo komponento reikšmė 34,6.**

Supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą komponentas gaunamas iš klausimų 7; 22; 25.7 rodiklių dedamųjų.

7 klausimo rodiklio dedamoji gaunama, sumuojant visų šio klausimo teiginių TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. 22 klausimo rodiklio dedamoji gaunama, imant atsakymų TAIP reikšmę. 25.7 klausimo rodiklio dedamoji gaunama, šio rodiklio vidurkinę reikšmę padauginus iš 10. Supratimo apie medijas ir jų reguliavimą komponentas gaunamas, išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę:

$$\text{Supratimas apie medijas ir jų reguliavimą (R}_2\text{)} = \frac{\sum_{j=1}^4 x_j + y + z \times 10}{3}$$

$j=1, \dots, 4$ – 7-ojo klausimo teiginio numeris

x_j – respondentų, atsakiusių TAIP į 7-ojo klausimo j teiginį, procentas

y – respondentų, atsakiusių TAIP į 22 klausimą, procentas

z – atsakymų į 25.7 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

*Rezultatas. Nagrinėjamu atveju 7-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 66,6; 74,2; 74,6 bei 81,1. Šių reikšmių vidurkis yra 74,1. 22-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 58,2. 25.7 klausimo aktualios reikšmės yra 3,11. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamąją 31,1. Šių dedamųjų vidurkis yra 54,5. **Vadinasi, supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą komponento reikšmė 54,5.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Mūsų atveju 7-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 70,4; 76,2; 75,4; 88,1. Šių reikšmių vidurkis yra 77,5. 22-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 56,3. 25.7 klausimo aktualios reikšmės yra 3,31. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamąją 33,1. Šių dedamųjų vidurkis yra 55,6. **Vadinasi, supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą komponento reikšmė 55,6.***

Pačių vartotojų elgsenos komponentas gaunamas iš klausimų 5; 13; 14; 15; 16 ir 20 rodiklių dedamųjų. 5 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš 5.2; 5.3; 5.4 ir 5.5 teiginių reikšmių vidurkio atimant 5.1 reikšmę. 13 klausimo rodiklio dedamoji gaunama, imant atsakymo „Kasdien arba beveik kasdien“ reikšmę. 14 klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo „Nei karto“ reikšmę. 15 klausimo rodiklio dedamoji gaunama sumuojant visų šio klausimo teiginių TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. 16 klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo „Naudoju abu būdus“ reikšmę. 20 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš 20.1; 20.2; 20.3; 20.4; 20.5; 20.6; 20.7 ir 20.8 teiginių reikšmių vidurkio atimant 20.9 reikšmę. Pačių vartotojų elgsenos komponentas gaunamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę:

$$\text{Pačių vartotojų elgsena (R}_3\text{)} = \frac{\frac{\sum_{j=2}^5 x_j}{4} + \frac{x_1 + x_6}{2} + y + u + \frac{\sum_{i=1}^4 v_i}{4} + \frac{\sum_{e=1}^8 z_e}{8} - x_9}{5}$$

$j=1, \dots, 6$ – 5-ojo klausimo atsakymo varianto numeris

x_j – respondentų, pasirinkusių 5-ojo klausimo j atsakymo variantą, procentas

y – respondentų, atsakiusių KASDIEN ARBA BEVEIK KASDIEN į 13-ąjį klausimą, procentas

u – respondentų, atsakiusių NEI KARTO į 14-ąjį klausimą, procentas

$i=1, \dots, 4$ – 15-ojo klausimo teiginio numeris

v_i – respondentų, atsakiusių TAIP į 15-ojo klausimo i teiginį, procentas

$e=1, \dots, 9$ – 20-ojo klausimo atsakymo varianto numeris

z_e – respondentų, pasirinkusių 20-ojo klausimo e atsakymo variantą, procentas

*Rezultatas. Tyrimo rezultatuose 5.2; 5.3; 5.4 ir 5.5 reikšmės yra atitinkamai 15,6; 18,1; 17,9 ir 1,5. Jų vidurkis 13,3. 5.1 reikšmė yra 68,0 iš 13,3 atėmus 68,0 gauname -54,7. Vadinasi 5 klausimo rodiklio dedamoji yra -54,7. 13 klausimo aktuali reikšmė yra 6,1. 14 klausimo reikšmė yra 40,1. 15 klausimo aktualios reikšmės yra 73,7; 78,7; 48,1; 33,7. Šių reikšmių vidurkis yra 58,6. 16 klausimo reikšmė yra 42,5. Tyrimo rezultatuose 20.1-20.8 reikšmės yra atitinkamai 43,5; 16,8; 17,1; 19,7; 9,9; 8,7; 11,5; 6,7. Jų vidurkis 16,7. 20.9 reikšmė yra 37,0. Iš 16,7 atėmus 37,0 gauname -20,3. Vadinasi 20 klausimo rodiklio dedamoji yra -20,3. Šių dedamųjų vidurkis yra 12,1. **Vadinasi, vartotojų elgsenos komponento reikšmė 12,1.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Tyrimo rezultatuose 5.2; 5.3; 5.4 ir 5.5 reikšmės yra atitinkamai 22,4; 18,4; 17,1 ir 1,2. Jų vidurkis 14,8. 5.1 reikšmė yra 48,3. Iš 14,8 atėmus 48,3 gauname -33,5. Vadinasi 5 klausimo rodiklio dedamoji yra -33,5. 13 klausimo aktuali reikšmė yra 3,2. 14 klausimo reikšmė yra 22,9. 15 klausimo aktualios reikšmės yra 80,8; 81,6; 45,9; 32,4. Šių reikšmių vidurkis yra 60,2. 16 klausimo reikšmė yra 55,0. Tyrimo rezultatuose 20.1-20.8 reikšmės yra atitinkamai 52,1; 23,3; 12,3; 32,4; 10,8; 18,4; 24,1; 2,2. Jų vidurkis 22,0. 20.9 reikšmė yra 32,4. Iš 22,0 atėmus 32,4 gauname -10,4. Vadinasi 20 klausimo rodiklio dedamoji yra -10,4. Šių dedamųjų vidurkis yra 16,2. **Vadinasi, vartotojų elgsenos komponento reikšmė 16,2.***

Kritiško vertinimo rodiklis gaunamas kaip trijų apskaičiuotų komponentų – žiniasklaidos priemonių turinio ir jo veikimo supratimo, supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimo bei pačių vartotojų elgsenos – vidurkis:

$$R = \frac{R_1 + R_2 + R_3}{3}$$

Mūsų atveju tai 31,2; 54,5; 12,1. Jų vidurkis 32,6. Tarp Lietuvos tautinių mažumų atitinkamos dedamosios yra 34,6; 55,6; 16,2, o jų vidurkis – 35,5.

VADINASI KRITIŠKO VERTINIMO BENDRAS RODIKLIS YRA 32,6. TARP LIETUVOS TAUTINIŲ MAŽUMŲ JIS LYGUS 35,5.

Komunikacinių gebėjimų rodiklis

Komunikacinių gebėjimų vertinimo rodiklis sudaromas iš (1) socialinių santykių, (2) pilietiško dalyvavimo (3) turinio kūrimo rodiklių vidurkio.

Socialinių santykių komponentas gaunamas sumuojant 12.11 ir 12.13 teiginių TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį:

$$\text{Pačių vartotojų elgsena (S}_1) = \frac{x+y}{2}$$

x – respondentų, atsakiusių TAIP į 12.11 klausimą, procentas

y – respondentų, atsakiusių TAIP į 12.13 klausimą, procentas

*Rezultatas. Nagrinėjamų atveju šios reikšmės yra 56,2 ir 20,9. Šių reikšmių vidurkis yra 38,9. **Vadinasi, socialinių santykių komponento reikšmė 38,9.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju reikšmės yra 56,5 ir 11,7. Šių reikšmių vidurkis yra 34,1. **Vadinasi, socialinių santykių komponento reikšmė 34,1.***

Pilietiško dalyvavimo komponentas gaunamas iš klausimų 9; 10; 10a; 12.12 bei 21 rodiklių dedamųjų. 9 klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo TAIP reikšmę. 10 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš 10.1; 10.2; 10.3; 10.4 ir 10.5 teiginių reikšmių vidurkio atimant 10.6 reikšmę. 10a klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant 10a.1 ir 10a.2 klausimų atsakymų „Kasdien arba beveik kasdien“ reikšmių vidurkį. 12.12 klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo TAIP reikšmę. 21 klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant 21.1 ir 21.2 klausimų atsakymų TAIP reikšmių vidurkį. Piliečių dalyvavimo rodiklis – apskaičiuotų dedamųjų vidurkinė reikšmė:

$$\text{Piliečių dalyvavimas (S}_3) = \frac{x + \frac{\sum_{j=1}^6 y_j}{5} - y_6 + \frac{z+u}{2} + v + \frac{w+q}{2}}{5}$$

x – respondentų, atsakiusių TAIP į 9-ąjį klausimą, procentas

j=1, ..., 6 – 10-ojo klausimo teiginio numeris

y_j – respondentų, pasirinkusių 10-ojo klausimo i atsakymo variantą, procentas

z – respondentų, atsakiusių KASDIEN ARBA BEVEIK KASDIEN į 10a.1 klausimą, procentas

u – respondentų, atsakiusių KASDIEN ARBA BEVEIK KASDIEN į 10a.2 klausimą, procentas

v – respondentų, atsakiusių TAIP į 12-ąjį klausimą, procentas

w – respondentų, atsakiusių TAIP į 21.1 klausimą, procentas

q – respondentų, atsakiusių TAIP į 21.2 klausimą, procentas

*Rezultatas. Mūsų tyrimo rezultatuose 9-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 12,8. 10.1–10.5 aktualios reikšmės yra atitinkamai 2,9; 5,2; 7,7; 2,5; 8,4. Jų vidurkis 5,3. 10.6 reikšmė yra 80,0. Iš 5,3 atėmus 80,0 gauname -74,7. Vadinasi, 10-ojo klausimo rodiklio dedamoji yra -74,7. 10a klausimo aktualios reikšmės yra 11,8 ir 4,7. Jų vidurkis 8,3. Vadinasi, 10a klausimo rodiklio dedamoji yra 8,3. 12.12 klausimo dedamoji yra 19,4. 21-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 2,0 ir 1,4. Jų vidurkis 1,7. Vadinasi, 21-ojo klausimo rodiklio dedamoji yra 1,7. Visų dedamųjų vidurkis yra -6,5. **Vadinasi, piliečių dalyvavimo komponento reikšmė -6,5.***

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Tyrimo rezultatuose 9-ojo klausimo aktuali reikšmė yra 19,0. 10.1–10.5 aktualios reikšmės yra atitinkamai 1,0; 6,2; 17,5; 0; 8,9. Jų vidurkis 6,7. 10.6 reikšmė yra 73,0. Iš 6,7 atėmus 73,0 gauname -66,3. Vadinasi, 10-ojo klausimo rodiklio dedamoji yra -66,3. 10a klausimo aktualios reikšmės yra 0 ir 0. Jų vidurkis taip pat 0. Vadinasi, 10a klausimo rodiklio dedamoji yra 0. 12.12 klausimo dedamoji yra 14,1. 21-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 2,6 ir 1,2. Jų vidurkis 1,9. Vadinasi, 21-ojo klausimo rodiklio dedamoji yra 1,9. Visų dedamųjų vidurkis yra -6,3. **Vadinasi, piliečių dalyvavimo komponento reikšmė -6,3.**

Turinio kūrimo komponentas gaunamas iš klausimų 8; 12.3 ir 12.4 rodiklių dedamųjų.

8 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš 8.1; 8.2; 8.3 ir 8.4 teiginių reikšmių vidurkio atimant 8.5 reikšmę. 12 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš sumuojant 12.3 ir 12.4 teiginių TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. Turinio kūrimo komponentas gaunamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę:

$$\text{Turinio kūrimo komponentas } (S_2) = \frac{\sum_{j=1}^4 x_j - x_5 + y + z}{2}$$

$j=1, \dots, 5$ – 8-ojo klausimo atsakymo varianto numeris

x_j – respondentų, pasirinkusių 8-ojo klausimo j atsakymo variantą, procentas

y – respondentų, atsakiusių TAIP į 12.3 klausimą, procentas

z – respondentų, atsakiusių TAIP į 12.4 klausimą, procentas

Rezultatas. Nagrinėjamu atveju 8.1-8.4 reikšmės yra atitinkamai 1,4; 1,6; 2,3; 15,4. Jų vidurkis – 5,2. 8.5 reikšmė yra 80,7. Iš 5,2 atėmus 80,7 gauname -75,5. Vadinasi 8-ojo klausimo rodiklio dedamoji yra -75,5. 12.3 ir 12.4 klausimų reikšmės yra atitinkamai 41,4 ir 15,1. Šių reikšmių vidurkis yra 28,3. Vadinasi 12-ojo klausimo rodiklio dedamoji yra 28,3. Mūsų atveju apskaičiuotosios dedamosios yra -75,5 ir 28,3. Jų vidurkis yra -23,6. **Vadinasi turinio kūrimo komponentas yra -23,6.**

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju 8.1-8.4 reikšmės yra atitinkamai 0,2; 0,8; 4,0; 11,9. Jų vidurkis – 4,2. 8.5 reikšmė yra 84,3. Iš 4,2 atėmus 84,3 gauname -80,1. Vadinasi 8-ojo klausimo rodiklio dedamoji yra -80,1. 12.3 ir 12.4 klausimų reikšmės yra atitinkamai 43,3; 14,3. Šių reikšmių vidurkis yra 28,8. Vadinasi 12-ojo klausimo rodiklio dedamoji yra 28,8. Mūsų atveju apskaičiuotosios dedamosios yra -80,1 ir 28,8. Jų vidurkis yra -25,7. **Vadinasi turinio kūrimo komponentas yra -25,7.**

Komunikacinių gebėjimų bendras rodiklis gaunamas kaip trijų apskaičiuotų komponentų – socialinių santykių, turinio kūrimo bei piliečių dalyvavimo – vidurkis:

$$S = \frac{S_1 + S_2 + S_3}{3}$$

Mūsų atveju tai 38,9; -6,5; -23,6. Jų vidurkis 2,9. Tarp Lietuvos tautinių mažumų šios dedamosios yra 34,1; -6,3; -25,7, o jų vidurkis lygus 0,7.

VADINASI KOMUNIKACINIŲ GEBĖJIMŲ BENDRAS RODIKLIS YRA 2,9. TARP LIETUVOS TAUTINIŲ MAŽUMŲ ŠIS RODIKLIS LYGUS 0,7.

Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklis

Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklis sudaromas iš (1) Lietuvos tautinių mažumų vaidmens įvertinimo (2) informacinių grėsmių (3) žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės rodiklių.

Lietuvos tautinių mažumų situacijos vertinimo komponentas gaunamas iš klausimų 25.3 ir 25.4 reikšmių vidurkio, padauginto iš 10:

$$\text{Lietuvos tautinių mažumų situacijos vertinimas } (T_1) = \frac{x+y}{2} \times 10$$

x – atsakymų i 25.3 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

y – atsakymų i 25.4 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

Rezultatas. Nagrinėjamų atveju vidurkinės reikšmės yra 3,89 ir 3,91, jų vidurkis 3,9. Padauginus iš 10 gaunamas Lietuvos tautinių mažumų situacijos vertinimo komponentas 39,0.

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju vidurkinės reikšmės yra 3,45 ir 3,47, jų vidurkis 3,5. Padauginus iš 10 gaunamas Lietuvos tautinių mažumų situacijos vertinimo komponentas 35,0.

Informacinių grėsmių komponentas gaunamas iš klausimų 24 ir 25.2 dedamųjų dalių.

24 klausimo rodiklio dedamoji gaunama 24.1; 24.2; 24.3 ir 24.4 reikšmių vidurkių vidurkinę reikšmę padauginus iš 10 (teiginiams 24.2 ir 24.3 taikoma papildoma atvirkštinės skalės perversimo formulė). 25.2 klausimo rodiklio dedamoji skaičiuojama iš šešių atėmus 25.2 vidurkinę reikšmę ir padauginus iš 10.

Informacinių grėsmių komponentas apskaičiuojamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę:

$$\text{Informacinės grėsmės } (T_2) = \frac{\sum_{j=1}^4 x_j + (6-y) \times 10}{2}$$

j=1, ..., 4 – 24-ojo klausimo teiginio numeris

x_j – atsakymų j 24-ojo klausimo j teiginį vidurkis 5 balų skalėje (pastaba: teiginiams 24.2 ir 24.3 taikoma atvirkštinės skalės perversimo formulė x=(6-x₀), kai x₀ yra tiesioginis vertinimų vidurkis)

y – atsakymų i 25.2 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

*Rezultatas. Mūsų atveju 24-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 4,15; 2,51; 2,91; 3,87. Jų vidurkis yra 3,36. Vadinasi (24) klausimo rodiklio dedamoji yra 33,6. 25.2 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,11, tuomet 6-3,11 = 2,89. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamosios reikšmę 28,9. Šių dedamųjų vidurkis yra 31,3. **Vadinasi, informacinių grėsmių komponento reikšmė yra 31,3.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju 24-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 4,02; 2,40; 3,13; 3,84. Jų vidurkis yra 3,35. Vadinasi (24) klausimo rodiklio dedamoji yra 33,5. 25.2 klausimo vidurkinė reikšmė yra 2,41, tuomet 6-2,41 = 3,59. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamosios reikšmę 35,9. Šių dedamųjų vidurkis yra 34,7. **Vadinasi, informacinių grėsmių komponento reikšmė yra 34,7.***

Žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės komponentas gaunamas iš klausimų 25.5; 25.6 ir 25,8 rodiklių dedamųjų.

25.5 klausimo dedamoji gaunama iš šešių atėmus 25.5 vidurkinę reikšmę ir padauginus iš 10. 25.6 klausimo rodiklio dedamoji gaunama klausimo vidurkinę reikšmę padauginus iš 10. 25.8 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš šešių atėmus 25.8 vidurkinę reikšmę ir padauginus iš 10. Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo rodiklis apskaičiuojamas išvedant dedamųjų vidurkinę reikšmę:

$$\text{Žiniasklaidos priemonių nepriklausomybė } (T_3) = \frac{(6-x) \times 10 + y \times 10 + (6-z) \times 10}{3}$$

x – atsakymų į 25.5 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

y – atsakymų į 25.6 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

z – atsakymų į 25.8 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

*Rezultatas. Mūsų atveju 25.5 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,34, tuomet $6-3,34 = 2,66$. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamosios reikšmę 26,6. 25.6 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,34. Padauginus iš dešimties gauname rodiklio dedamosios reikšmę 33,4. 25.8 klausimo vidurkinė reikšmė yra 2,97 tuomet $6-2,97 = 3,03$. Padauginus iš dešimties gauname rodiklio dedamosios reikšmę 30,3. Šių dedamųjų vidurkis yra 30,1. **Vadinasi, žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės komponento reikšmė yra 30,1.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju 25.5 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,52, tuomet $6-3,52 = 2,48$. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamosios reikšmę 24,8. 25.6 klausimo vidurkinė reikšmė yra 2,80. Padauginus iš dešimties gauname rodiklio dedamosios reikšmę 28,0. 25.8 klausimo vidurkinė reikšmė yra 2,73 tuomet $6-2,73 = 3,27$. Padauginus iš dešimties gauname rodiklio dedamosios reikšmę 32,7. Šių dedamųjų vidurkis yra 28,5. **Vadinasi, žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės komponento reikšmė yra 28,5.***

Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo bendras rodiklis gaunamas kaip trijų apskaičiuotų komponentų – Lietuvos tautinių mažumų situacijos įvertinimo, informacinių grėsmių bei žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės – vidurkis:

$$T = \frac{T_1 + T_2 + T_3}{3}$$

Mūsų atveju tai 39,0; 31,3; 30,1. Jų vidurkis 33,5. Tarp Lietuvos tautinių mažumų šie komponentai atitinkamai yra 35,0; 34,7 ir 28,5, o jų vidurkis lygus 32,7.

VADINASI LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMO RODIKLIS YRA 33,5. TARP LIETUVOS TAUTINIŲ MAŽUMŲ JIS LYGUS 32,7.

Suvestinė

Apibendrinus gautus rezultatus, buvo apskaičiuoti žiniasklaidos raštingumo vertinimo kriterijai. Rodiklių reikšmės pateiktos 2.4.1. lentelėje.

RODIKLIS	REIŠMĖ		Maksimali vertė
	Lietuvos gyventojai	Lietuvos tautinės mažumos	
SUGEBĖJIMO NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS RODIKLIS	49,2	50,6	100
Kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimų komponentas	59,7	61,7	
Subalansuoto ir aktyvaus žiniasklaidos priemonių naudojimo komponentas	46,1	48,1	
Pažengusiojo lygmens interneto vartojimo komponentas	41,8	41,9	
KRITIŠKO VERTINIMO RODIKLIS	32,6	35,5	86
Žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimo komponentas	31,2	34,6	
Supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą komponentas	54,5	55,6	
Vartotojų elgsenos komponentas	12,1	16,2	
KOMUNIKACINIŲ GEBĖJIMŲ RODIKLIS	2,9	0,7	100
Socialinių santykių komponentas	38,9	34,1	
Pilietiško dalyvavimo komponentas	-6,5	-6,3	
Turinio kūrimo komponentas	-23,6	-25,7	
LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMO RODIKLIS	33,5	32,7	50
Lietuvos tautinių mažumų vaidmens įvertinimo komponentas	39,0	35,0	
Informacinių grėsmių komponentas	31,3	34,7	
Žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės komponentas	30,1	28,5	

Lentelė 2.5.1. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodikliai

Dalies išvados

Analizuojant galutinius vertinimo balus, matyti, jog aukščiausiai įvertintas Lietuvos žiniasklaidos priemonių rodiklis - 33.5 balais iš 50. Tai reiškia, jog Lietuvos žiniasklaida rengia pakankamai priemonių Lietuvos tautinių mažumų kalbomis (39 balai), informacinės grėsmės bei žiniasklaidos priemonių nepriklausomumas yra atitinkamai įvertinti 31.3 ir 30.1 balais. Tai parodo, kad dauguma respondentų sutinka su teiginiu, jog Lietuvos žiniasklaidos priemonės yra nepriklausomos, jų kuriamas turinys yra skirtas informuoti visuomenę bei šviesti gyventojus.

Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis – 49.2 balai iš 100. Šis rodiklis nusako, jog Lietuvos gyventojai turi gerus kompiuterinio raštingumo bei interneto gebėjimus bendraujant su giminėmis, draugais ar kolegomis, apsaugant savo asmeninius duomenis bei ieškant darbo (59.7 balai). Žiniasklaidos priemonių naudojimo balanso ir aktyvumo dedamoji įvertinta 46.1 balo, o pažengusiojo lygmens interneto vartojimo dedamoji – 41.8 balais.

Žemiausiai įvertintas kriterijus – komunikaciniai gebėjimai (2.9 balai iš 100). Pilietiško dalyvavimo ir turinio kūrimo komponentų neigiami įvertinimai (atitinkamai -6.5 ir -23.6 balai) rodo, jog Lietuvos gyventojai nėra linkę savo nuomonės politiniais ar pilietiniais klausimais reikšti viešai. Taip pat maža

dalį respondentų per pastaruosius metus yra sukūrę literatūros kūrinį, straipsnį, vaizdinę ar garsinę medžiagą. Socialinių santykių dedamoji, įvertinta 38.9 balais, nurodo, jog nemaža dalis Lietuvos gyventojų naudojami socialiniais tinklais, bendradarbiauja su kitais asmenimis internetiniuose projektuose.

Kritiško vertinimo rodiklis įvertintas 32.6 balais iš 86. Kriterijus dedamoji žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimas yra įvertinta 31.2 balais, supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą – 54.5 balais. Vartotojų elgsenos komponentės reikšmė 12.1 nusako, jog vartotojų elgsenys dažnai nėra racionalus, apgalvotas.

Lyginant pagrindinio ir papildomo – Lietuvos tautinių mažumų tyrimo – rezultatus, galime teigti, kad **didelių skirtumų tarp bendro Lietuvos gyventojų žiniasklaidos priemonių vartojimo raštingumo ir vartojimo raštingumo tarp pagrindinių Lietuvos tautinių mažumų nėra**, o kritiško vertinimo rodiklis tarp Lietuvos tautinių mažumų atstovų netgi reikšmingai didesnis nei bendrosios šalies populiacijos. Šį reiškinį galima būtų paaiškinti tuo, kad daugelis Lietuvos tautinių mažumų atstovų vartoja „ideologiškai įvairesnę“ žiniasklaidą – greta lietuviškų žiniasklaidos priemonių tiek lenkų, tiek rusų Lietuvos tautinės mažumos dažniausiai vartoja Rusijos žiniasklaidą, kur daugelis aktualijų (ypatingai politinių) nušviečiamos visiškai kitoje šviesoje. Turinio skirtumai dažnai itin akivaizdūs, o jų pastebėjimais teigiamai įtakoja kritiško vertinimo rodiklio reikšmę.

III. LYGINAMOJI ANALIZĖ: LIETUVA, ŠVEDIJA IR JUNG TINĖ KARALYSTĖ

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo skatinimui pritaria visos Europos Sąjungos valstybės¹, bet tarp šalių egzistuojantys žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo skirtumai ir tinkamos skaitmenizavimo infrastruktūros sukūrimas lems dalį šalių ekonominio ir kultūrinio konkurencingumo globaliu mastu².

Lygiai taip pat žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas ateityje bus susijęs su konkrečių valstybių pilietinio ir politinio gyvenimo kokybe. Kritiško informacijos vertinimo ir žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo trūkumas ateityje didins problemų lauką tam neatspariose visuomenėse.

Siekiant palyginti Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo duomenis Europos Sąjungos valstybių narių kontekste, buvo atlikta lyginamoji analizė. Lietuvoje atlikto tyrimo rezultatai buvo lyginami su tyrimų Švedijoje ir Jungtinėje Karalystėje (JK) rezultatais. JK ir Švedija patenka į penketuką pasaulio šalių, kurios geba gauti daugiausiai ekonominės, politinės ir socialinės naudos, būdamos žiniatinklyje bei savo piliečiams kuria lygiateisę skaitmeninę aplinką³. Jungtinė Karalystė šį pavasarį pavišino savo skaitmeninę strategiją, kurioje daugiau dėmesio skiriama skaitmenizavimui palankios valstybės infrastruktūros kūrybai⁴. Tuo tarpu Švedijoje buvo pavišinta strategija, kuria siekiama sukurti tvarią skaitmenizuotą Švediją, vienu iš tikslų pabrėžiant gyventojų kompetencijas dirbti su įvairiais (tarp jų ir skaitmeniniais) informacijos šaltiniais, ugdymą⁵.

Nors Lietuva nėra pasiekusi JK ir Švedijos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio, šios dvi šalys rodo potencialią kryptį Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vystymuisi, numatyti galimas ateities grėsmes ir uždavinius. Pastarųjų šalių duomenys buvo paimti iš jose vykusių tyrimų ataskaitų, kurios buvo viešai prieinamos.

Užsienio tyrimus atliko:

- JK ryšių reguliavimo tarnyba (toliau – oficialus trumpinys „Ofcom“), 2016 m. ir 2017 m.
- Švedijos interneto fondas (toliau – IIS), 2015–2017m.
- Reuters institutas Oksfordo universitete, 2017 m.
- Šiaurės šalių informacijos centras, „Žiniasklaidos priemonių ir komunikacijos tyrimas“ (trumpinys – NORDICOM), 2016 m.
- Duomenų tyrimų ir vadybos grupės „Kantar“, Jungtinės Karalystės padalinys, 2017 m.

¹ M. Reid, A. Burn, I. Wall, „Screening Literacy“. London: bfi, 2013

² R. Hobbs, A. Jensen, „The Past, Present, and Future of Media Literacy Education“. The National Association for Media Literacy Education’s Journal of Media Literacy Education nr. 1 (2009)

³ „The Web Index: Overview of Rankings“ <http://thewebindex.org/report/#2._overview_of_rankings> [žiūrėta: 2017–11–24]

⁴ „Digital Strategy to make Britain the best place in the world to start and grow a digital business“ <<https://www.gov.uk/government/news/digital-strategy-to-make-britain-the-best-place-in-the-world-to-start-and-grow-a-digital-business>> [žiūrėta: 2017–11–24]

⁵ „För ett hållbart digitaliserat Sverige - en digitaliseringsstrategi“ <<http://www.regeringen.se/informationsmaterial/2017/05/for-ett-hallbart-digitaliserat-sverige---en-digitaliseringsstrategi/>> [žiūrėta: 2017–11–23]

- Pasaulinės rinkos tyrimų kompanijos „Ipsos“ Švedijos padalinio, švedų žiniasklaidos leidėjų asociacijos „TU – Medier i Sverige“ užsakymu, 2017 m.
- Britų labdaros fondas raštingumui skatinti „BookTrust“, 2014 m.
- „World Wide Web Foundation“ tyrimas žiniatinklio indeksavimui, 2017 m.
- JK apklausų bendrovės „Broadband Genie“ apklausa apie kibernetinį saugumą, 2017 m.

Duomenų atrankoje buvo atsižvelgiama į tyrimų turinį, ieškant panašiausio tipo klausimynų ar atskirų klausimų.

Lyginamosios analizės tikslas – tarp kitų labiau pažengusių ES valstybių pamatyti Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo situaciją, kas potencialiai galėtų tapti valstybės žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo gerinimo strateginių gairių ar ilgalaikių šio lauko projektų atspirties tašku.

Žiniasklaidos priemonių naudojimo dažnumas

Pirmiausia, Lietuvoje atlikto tyrimo metu buvo siekta išsiaiškinti apie skirtingų žiniasklaidos priemonių naudojimo dažnį. Lygindami Lietuvą su JK ir Švedija, gavome tokius rezultatus:

Mobilieji telefonai. 89 proc. tyrimo dalyvių Lietuvoje teigė kasdien ar beveik kasdien besinaudojantys mobiliuoju telefonu. Dar 7 proc. Lietuvos gyventojų teigia naudojantys mobiliąjį telefoną kartą per savaitę, o dar 2 proc. – rečiau; bendra naudojimo suma siekia 98 proc. 2016 m. Švedijos interneto fondo (IIS) duomenimis, 98 proc. Švedijos gyventojų turi mobiliuosius telefonus⁶. Jungtinėje karalystėje šis rodiklis panašus: Ofcom tyrimo duomenimis 94 proc. gyventojų turi, o 90 proc. reguliariai naudojami mobiliuoju telefonu.

Televizija. Remiantis apklausos duomenimis, kasdien ar beveik kasdien televiziją žiūri 73 proc. (16 proc. – kartą per savaitę, 7 proc. – rečiau; iš viso – 96 proc.) Lietuvos gyventojų. Pernai Švedijoje atliktame tyrime nurodoma, kad kasdien televiziją žiūri 80 proc. Švedijos gyventojų, kartą per savaitę – 95 proc., kartą per mėnesį – 98 proc. apklaustųjų⁷. Remiantis Ofcom tyrimu, Jungtinėje Karalystėje savo namuose televizorių turi 97 proc. apklaustųjų, iš kurių 93 proc. teigia žiūrintys televiziją⁸.

Internetas. Atliekant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimą Lietuvoje paaiškėjo, kad 49 proc. Lietuvos gyventojų kasdien naršo internete naudodamiesi mobiliuoju telefonu (5 proc. – kartą per savaitę, 4 proc. – rečiau; iš viso – 58 proc.), o 62 proc. kasdieniniam naršymui internete naudoja (ir) kitus prietaisus (10 proc. – kartą per savaitę, 7 proc. – rečiau; iš viso – 79 proc.). Lyginamosiose šalyse JK ir Švedijoje internetu mobiliajame telefone naudojama dažniau: Švedijoje 65 proc. apklaustųjų internetu mobiliajame telefone naudojasi kasdien, o 78 proc. – kasdien arba kiek rečiau⁹.

⁶ „Svenskarna och Internet“ <https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf> [žiūrėta: 2017–11–23]

⁷ „Mediebarometern 2016 (in English)“ <http://nordicom.gu.se/system/tdf/medieforskning-statistik/10605_english_mbar_2016.pdf?file=1&type=node&id=38386%20> paraleliai su platesne duomenų išsklote švedų kalba: „Forsta resultaten mediebarometern 2016“ <<https://www.iis.se/docs/forsta-resultaten-mediebarometern-2016.pdf>> [žiūrėta: 2017–11–23]

⁸ „Adults’ media use and attitudes 2017“ <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/102755/adults-media-use-attitudes-2017.pdf>

⁹ „Svenskarna och Internet“ <https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf>

JK internete mobiliuosiuose telefonuose naršo 66 proc. respondentų, 62 proc. tam naudoja kompiuterius, o 49 proc. – planšetes¹⁰.

Radijas. Lietuvoje atlikto tyrimo metu 53 proc. respondentų nurodė kiekvieną dieną besiklausantys radijo (bent kartą per savaitę – dar 26 proc., rečiau – papildomi 13 proc.; iš viso – 92 proc.). Švedijoje kasdien radijo klauso 68 proc. respondentų, kartą per savaitę – 18 proc., o rečiau – 6 proc.; iš viso – 92 proc.¹¹ Jungtinėje Karalystėje 60 proc. respondentų Ofcom apklausoje pažymėjo, kad turi radijo imtuvą, nors naudoja jį tik 51 proc.¹²

Kompiuteriniai žaidimai. 8 proc. Lietuvos gyventojų nurodė kasdien ar beveik kasdien žaidžiantys kompiuterinius žaidimus (10 proc. – kartą per savaitę, 16 proc. – rečiau). 46 proc. Švedijos gyventojų žaidžia mobiliaisiais telefonais, 36 proc. – planšetėmis, 34 proc. – kompiuteriais¹³. Jungtinėje Karalystėje 39 proc. apklaustųjų namuose turi žaidimų konsolę, o 24 proc. ją naudoja¹⁴.

Spausdinti laikraščiai ar žurnalai. 8 proc. Lietuvos gyventojų nurodo kasdien skaitantys laikraščius arba žurnalus. Bent sykį per savaitę tai daro 42 proc., o rečiau – 33 proc. Bendra suma – 83 proc. Švedijos žiniasklaidos priemonių naudojimo barometras išskiria tris leidinių tipus: rytinius laikraščius, savaitraščius / mėnraščius ir vakarinius laikraščius. Rytinius laikraščius kasdien skaito 51 proc., kas savaitę – dar 16 proc., rečiau – papildomi 10 proc.; iš viso – 77 proc. Savaitraščius ir / ar mėnraščius atitinkamai: 21, 18 ir 23; iš viso – 62 proc. Vakarinius laikraščius: 26, 20, 16; iš viso – taip pat 62 proc.¹⁵ JK duomenys kuklesni: Remiantis Ofcom apklausos rezultatais, spausdintus laikraščius 2016 m. kasdienėms naujienoms skaitė 29 proc. apklaustųjų, o žurnalus – 4 proc.¹⁶

Knygos. Lietuvoje kasdien knygas skaito 8 proc. apklaustųjų. Kartą per savaitę 16 proc., rečiau - 37 proc.; iš viso – 61 proc. Švedijoje kasdien knygas skaito gerokai didesnis kiekis respondentų – 35 proc. Kas savaitę skaito dar 19 proc., o rečiau – 13 proc. Bendra skaitančiųjų šioje Skandinavijos valstybėje suma siekia 67 proc.¹⁷ 28 proc. „BookTrust“ apklaustų JK gyventojų teigė skaitą kasdien, o 22 proc. – bent kas savaitę¹⁸.

Iš rezultatų matyti, kad Lietuvos gyventojai aktyviai naudoja mobiliuosius telefonus, nors naršymui internete juos naudoja rečiau nei Švedijos ar JK gyventojai. Vienas iš nedaugelio rodiklių, kur lenkiami JK gyventojai – radijo populiarumas. Ir nors daugelyje sričių Lietuva truputį atsilieka nuo dviejų turtingesnių šalių, labiausiai neramina itin mažas kasdien skaitančiųjų knygas procentas.

¹⁰ „Adults’ media use and attitudes 2017“ <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/102755/adults-media-use-attitudes-2017.pdf>

¹¹ „Forsta resultaten mediebarometern 2016“ <<https://www.iis.se/docs/forsta-resultaten-mediebarometern-2016.pdf>>

¹² „Adults’ media use and attitudes 2017“ <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/102755/adults-media-use-attitudes-2017.pdf>

¹³ „Svenskarna och Internet“ <https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf>

¹⁴ „Adults’ media use and attitudes 2017“ <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/102755/adults-media-use-attitudes-2017.pdf>

¹⁵ „Forsta resultaten mediebarometern 2016“ <<https://www.iis.se/docs/forsta-resultaten-mediebarometern-2016.pdf>>

¹⁶ „News Consumption UK: 2016“ <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0017/103625/news-consumption-uk-2016.pdf> [žiūrėta: 2017–11–23]

¹⁷ „Forsta resultaten mediebarometern 2016“ <<https://www.iis.se/docs/forsta-resultaten-mediebarometern-2016.pdf>>

¹⁸ „Booktrust Reading Habits Survey: Executive Summary“ <<https://www.euread.com/wp-content/uploads/2017/04/Booktrust-reading-habits-exec-summary-2014.pdf>> [žiūrėta: 2017–11–23]

Informacijos šaltinių svarba

Svarbiausiu informacijos šaltiniu Lietuvos gyventojai laiko televiziją (4,5 balo skalėje iš 5 galimų). Antrąją ir trečiąją vietas dalijasi internetas ir radijas (po 4,1 balo), o laikraščiai ir žurnalai įvertinti ketvirtais pagal svarbą (3,7 balo). Ofcom apklausos duomenimis, 69 proc. apklaustų JK gyventojų naujienas sužino per televiziją, o 48 proc. tam naudoja internetą. Nuo šių rodiklių atsilieka radijas (33 proc.) ir laikraščiai / žurnalai (29 proc.)¹⁹. Švedijos gyventojams svarbiausias informacijos šaltinis – internetas (3,7 balo iš 5), kuris per pastaruosius metus aplenkė televiziją (3,5 balo), trečioje vietoje dienraščiai (3,2 balo), ketvirtoje - radijas (3,1 balo)²⁰.

Naujausiuose JK ir Švedijoje atliktuose tyrimuose informacijos šaltiniai internete nebuvo vertinti pagal panašią metodologiją. Nepaisant to, galima reziumuoti, kad Švedijoje pastaraisiais metais smarkiai augo interneto svarba²¹ – šis naujienų šaltinis įgauna lemtingą vaidmenį visuomenėje. Atsižvelgiant į rezultatus, Lietuvoje ir JK toks lūžis kol kas nevyko – internetas iki šiol nėra svarbesnis už televiziją.

Pasitikėjimas žiniasklaidos priemonėmis ir kritiškas vertinimas

Tyrimo dalyviai Lietuvoje išreiškė beveik vienodą pasitikėjimą skirtinguose informacijos kanaluose pateikiama informacija: radiju, televizija ir laikraščiu (visi trys – po beveik 4,1 balo), kiek mažiau pasitikima interneto naujienų portalų pateikiama informacija (3,9 balo).

Dauguma respondentų, vartodami informaciją žiniasklaidoje, teigė pastebintys užslėptą reklamą (61 proc.). Kas antras (49 proc.) nurodė pastebintis propagandos apraiškas.

68 proc. Lietuvos gyventojų, pastebėjusių skirtingai pateikiamus tos pačios informacijos faktus skirtinguose informacijos šaltiniuose, skirtumus ignoroja ar / ir nekreipia į tai dėmesio. 18 proc. teigė bandantys palyginti informaciją kitais šaltiniais ar pasiteiraujantys aplinkinių žmonių nuomonės. 16 proc. teigė tikintys kiekvienu šaltiniu po truputį, remdamiesi bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos kanalą.

15 proc. respondentų teigė žiniasklaidos priemonėse susidūrę su „netikromis naujienomis“ (angl. fake news). 55 proc. mano su jomis nesusidūrę. 30 proc. nėra tikri. Internete „netikras naujienas“ pastebėjo kas penktas (19 proc.) tyrimo dalyvis. Daugumai (64 proc.) apklaustųjų per paskutinius metus teko susidurti su situacija, kai jie patikėjo naujiena, kuri paskui paaiškėjo esanti netikra.

Savo gebėjimus suprasti ir apdoroti informaciją tyrimo dalyviai vertina gana nuosaikiai – vidutiniai vertinimai svyruoja tarp 2,7 ir 2,9 balo 5 balų skalėje, kur 1 reiškia „labai sudėtinga“, o 5 reiškia „labai lengva“.

Įtarti „netikras naujienas“ labiausiai linkę 18–25 m. respondentai, aukščiausią išsilavinimą turintys, didesnes pajamas gaunantys grupės atstovai.

Remiantis „Reuters Institute“ ataskaita „Digital News Report 2017“, galima fiksuoti ženklų bendrojo pasitikėjimo naujienomis ir žiniomis internete smukimą tiek JK, tiek ir Švedijoje. Analitikai tai sieja su didėjančia „netikrų naujienų“ baime ir radikaliomis politinėmis dešinios šaliniųjų įpročių pasikeitimu – didesniu dėmesiu alternatyviems žiniasklaidos kanalams, motyvuojant tuo, kad pagrindiniai žiniasklaidos priemonių naudojimo kanalai skleidžia *status quo* palaikymui reikalingą propagandą.

¹⁹ „News Consumption in the UK: 2016“ <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/103570/news-consumption-uk-2016.pdf>

²⁰ „Svenskarna och Internet 2016“ <https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf> [žiūrėta: 2017–11–23]

²¹ Ibid.

Verta pažymėti ir tai, kad Švedijoje ir JK, kaip ir Lietuvoje egzistuoja pasitikėjimo skirtumai tarp žiniasklaidos kanalų apskritai ir pačių respondentų vartojamų žiniasklaidos kanalų: Švedijoje žiniomis, bendrąja prasme, pasitiki 42 proc. respondentų, bet jų pasitikėjimas savais žinių kanalais siekia 49 proc. JK situacija yra panaši – 43 ir 51 proc.²².

Švedijoje atliktas tyrimas parodė, kad aštuoni iš dešimties asmenų tiki didele „netikrų naujienų“ reikšme formuojant visuomenės nuomonę²³. 12 proc. nurodo, kad neteisinga informacija – labiausiai nepatinkanti interneto problema²⁴. 39 proc. Švedijos gyventojų mano gali aiškiai atskirti netikras naujienas, o dar 45 proc. savo gebėjimus vertina su vos didesne abejone²⁵. Tyrimai rodo, kad skeptiškesni virtualios informacijos atžvilgiu yra jaunosios kartos švedai, o naudingų žinių apie informacijos internete atsirinkimą yra gavę tik trečdalis suaugusiųjų²⁶.

Daugiau nei keturi iš penkių JK respondentų jautėsi labai arba pakankamai užtikrinti dėl savo gebėjimo aptikti ir suvokti reklamą internete. 67 proc. apklaustųjų teigia bent minimaliai bandantys palyginti informaciją tarp skirtingų žiniasklaidos kanalų²⁷. „Kantar“ vykdytoje apklausoje pastebėta tendencija, kad dėl „netikrų naujienų“ besijaudinanti auditorija ima vis plėsti savo informacinį akiratį ir kanalų, kuriais pasiekia skirtingas naujienas, kiekį²⁸.

Priešingai nei pastarosiose šalyse, Lietuvoje netikrų naujienų santykis su politika dar netapo svarbia tema. Žvelgiant į JK ir Švedijos visuomenių reakcijas bei vidaus pokyčius, galima numanyti, kokią įtaką „netikros naujienos“ galėtų daryti visuomenės mąstymui, jei dėl vienokių ar kitokių priežasčių taptų plačiau naudojamos. Kadangi Lietuvos gyventojai savo gebėjimus apdoroti informaciją vertina nuosaikiai, galima kelti pagrįstus klausimus dėl visuomenės pažeidžiamumo.

Pozityvi tendencija: jauni žmonės yra skeptiškesni naujai informacijai ir linkę kvestionuoti bei įtarti „netikras naujienas“.

Kompiuterinio raštingumo vertinimas

Du trečdaliai (67 proc.) apklaustųjų Lietuvoje mano, kad jų kompiuterinio raštingumo ir interneto sugebėjimų pakanka bendrauti su giminėmis, draugais, kolegomis. 57 proc. savo gebėjimus laiko pakankamais ieškotis darbo.

62 proc. internete dalijasi sau įdomiu turiniu su artimaisiais. Kiek daugiau nei pusė JK respondentų internetu ieškojo naujo darbo.²⁹

²² „Digital News Report 2017“

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf> [Žiūrėta: 2017–11–24]

²³ „Svenska folket om „fejk-nyheter““ <http://tu.se/wp-content/uploads/2017/02/Ipsos_analys_TU_Fejk-nyheter-24-feb-2017.pdf> [Žiūrėta: 2017–11–24]

²⁴ „Svenskarna och Internet 2016“ <https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf>

²⁵ „Svenska folket om „fejk-nyheter““ <http://tu.se/wp-content/uploads/2017/02/Ipsos_analys_TU_Fejk-nyheter-24-feb-2017.pdf> [Žiūrėta: 2017–11–24]

²⁶ „Svenskarna och Internet 2017“ <https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2017.pdf> [Žiūrėta: 2017–11–24]

²⁷ „Adults’ media use and attitudes 2017“ <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/102755/adults-media-use-attitudes-2017.pdf>

²⁸ „Fake News reinforces trust in mainstream news brands“ <<https://uk.kantar.com/business/brands/2017/trust-in-news/>> [Žiūrėta: 2017–11–24]

²⁹ „Adults’ media use and attitudes 2017“ <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/102755/adults-media-use-attitudes-2017.pdf>

Nors atitinkamų duomenų apie Švediją rasti nepavyko, lygindami Lietuvą su JK, galime matyti panašius skaičius, nors Lietuvos atveju klausiama apie potencialiai suvokiamus kompiuterinio raštingumo gebėjimus, o JK – apie jau įvykusį faktą (dalijimąsi virtualiu turiniu su artimaisiais ar darbo paiešką).

Naudojimasis internetu

Dažniausiai internetu naudojamasi siųsti ar gauti el. laiškus (66 proc.) bei ieškoti informacijos apie prekes ar paslaugas (65 proc.). Taip pat dauguma internetą naudoja pasinaudoti el. bankininkyste (60 proc.), skaityti ar parsisiųsti naujienas / laikraščius / žurnalus (58 proc.), naudotis socialiniais tinklais (56 proc.), klausytis ar parsisiųsti muzikos (54 proc.). 51 proc. internetu naudojasi žiūrėti ar parsisiųsti filmus, TV laidas. 46 proc. – įsigyti prekių ar paslaugų internete. 41 proc. – įkelti savo paties sukurtą turinį į internetinę svetainę, socialinius tinklus ir pan. 37 proc. – naudotis valstybinių institucijų elektroninėje erdvėje siūlomomis paslaugomis. 24 proc. – pasirašyti dokumentus el. parašu. 62 proc. Švedijos gyventojų internete lankosi socialinės medijos puslapiuose. 9 iš 10 interneto vartotojų naudojami el. bankininkystės paslaugomis, 70 proc. dalinasi savo sukurtu turiniu socialiniuose tinkluose³⁰. 79 proc. apsipirkinėja internetu. Vos 18 proc. teigia besidalinantys failais (dažniausiai – nelegaliai)³¹.

JK atliktame tyrime 76 proc. respondentų nurodė besinaudojantys el. paštu. 53 proc. naudojami el. bankininkystės paslaugomis, 52 proc. gyventojų naudoja internetą komunikacijai (49 proc. naudojami socialiniais tinklais). Kiek daugiau nei 1 iš 3 (36 proc.) tikrina naujienas bei žinias. Kas penktas (21 proc.) JK apklaustasis prisijungė prie valstybinės įstaigos svetainės. 17 proc. kuria, talpina ir dalinasi virtualiu turiniu; tiek pat asmenų nurodė žaidžiantys kompiuterinius žaidimus (nors šis rodmuo pastaraisiais metais ėmė kristi)³². 77 proc. apklaustų JK gyventojų per praėjusius metus kažką pirko internetu³³.

Nors Švedija užtikrintai pirmauja e-bankininkystės paslaugas naudojančių vartotojų skaičiumi, Lietuvoje atlikto tyrimo rezultatas yra geresnis nei JK atveju. Respondentai Lietuvoje turi savitą elgsenos modelį, kuris skiriasi nuo respondentų Švedijoje ir JK: mažesnis procentas apklaustųjų Lietuvoje perka prekes ar paslaugas internetu, bet nuo Švedijos ir JK apklaustųjų per daug neišsiskiria dalis besinaudojančių socialiniais tinklais, rašančių el. laiškus.

Lyginant savo turinio dalinimąsi socialiniuose tinkluose, Lietuvoje šis rodiklis aukštesnis nei JK ir mažesnis nei Švedijoje.

Naudojamos saugumo priemonės internete

Dauguma interneto vartotojų teigė esantys įsidieę antivirusinę programą, kad apsaugotų kompiuterį nuo virusų (79 proc.) ir saugo savo el. pašto adresą, siekdami išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio

³⁰ „Svenskarna och Internet 2016“ <https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf>

³¹ „The Swedes and the Internet: Summary 2015“ <<http://www soi2015.se/the-swedes-and-the-internet-2015-summary/>> [Žiūrėta: 2017-11-24]

³² „Adults' media use and attitudes 2017“ <https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0020/102755/adults-media-use-attitudes-2017.pdf>

³³ „Internet access – households and individuals: 2017“ <<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/householdcharacteristics/homeinternetandsocialmediausage/bulletins/internetaccesshouseholdsandindividuals/2017>> [Žiūrėta: 2017-11-24]

laiškų (74 proc.). 48 proc. nurodė esantys įsidiegę filtrą ar blokavę siuntėjus, norėdami išvengti nepageidaujamo turinio laiškų. 34 proc. yra įsidiegę reklamų blokavimo įskiepi, kad išvengtų reklamos, naudodamiesi internetu. 26 proc. Švedijos gyventojų yra aktyvavę reklamų blokavimo įskiepi³⁴.

Keturi iš penkių JK gyventojų naudoja antivirusinę programą. 23 proc. naudoja filtrus nuo nepageidaujamų ir žalingų elektroninių laiškų³⁵. 22 proc. apklaustų asmenų blokuoja reklamas su atitinkamu įskiepiu³⁶.

Remdamiesi šiais duomenimis galime konstatuoti, kad respondentams Lietuvoje saugumas internete yra gana svarbus, o reklamų blokavimas yra net labiau paplitusi praktika nei lyginamosiose šalyse. Pagal pastarąjį kriterijų, Lietuva nesmarkiai atsilieka nuo „Digital News Report 2017“ duomenimis, daugiausia reklamą įskiepiais blokuojančių graikų (36 proc.)³⁷.

Dalies išvados

Nors tiesioginis Lietuvos tyrimo rezultatų palyginimas su kitomis ES šalimis nėra galimas (pastaruoju metu tyrimai pagal analogišką metodologiją nebuvo atlikti), gauti tyrimo rezultatai buvo palyginti su panašius rodiklius matuojančių Švedijos bei JK tyrimų duomenimis. Nors pagal daugelį lyginamųjų rodiklių Lietuva šiek tiek atsilieka, skirtumai nėra dideli, o pagal daugelį parametrų netgi analogiški. Tai leidžia teigti, kad **ryškesnio Lietuvos atsilikimo lyginant su pažangiausiomis ES šalimis žiniasklaidos priemonių vartojimo srityje nėra**. Atkreiptinas dėmesys į gerokai mažesnę dažnai knygas skaitančių gyventojų procentą Lietuvoje (kasdien arba beveik kasdien tai daro tik 8 proc., tuo tarpu Švedijoje 35 proc., JK – 28 proc.); tačiau mūsų šalyje ši problema žinoma, yra inicijuojamos įvairios iniciatyvos (tarp jų nacionalinės, globojamos šalies prezidentės). Visa tai leidžia tikėtis, kad ateityje ir šis skirtumas sumažės.

³⁴ „Digital News Report 2017“

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf>

³⁵ „Cyber survey: Most Brits say companies still aren't doing enough to secure their personal data“

<<https://www.broadbandgenie.co.uk/blog/20151009-online-safety-survey>> [žiūrėta: 2017-11-24]

³⁶ „Digital News Report 2017“

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf>

³⁷ Ibid.

IV. PROGNOZĖS

4.1. PROGNOZAVIMO METODIKA

Kadangi žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio nustatymo tyrimas pirmasis tokio pobūdžio tyrimas Lietuvoje, nėra jokių istorinių duomenų, kuriais remiantis būtų galima remtis prognozuojant 2023 m. rodiklių reikšmes. Atsižvelgiant į tai, kad žiniasklaidos (ypač naujų technologijų) vartojimo gebėjimai tiesiogiai susiję su vartotojo amžiumi, prognozės bus skaičiuojamos atsižvelgiant į kiekvienos amžiaus grupės populiacijos pokyčius 2017-2023m. periodu bei ekspertų nuomonę.

Prognozavimo metodika:

- Apskaičiuojamos rodiklių reikšmės kiekvienai kriterijaus dedamajai pagal amžiaus grupes **(1)**.
- Apskaičiuojami kiekvienos amžiaus grupės svoriai **(2)**.
- Remiantis 2017-2023 m. demografinė prognoze, apskaičiuojama Lietuvos gyventojų procentinė sudėtis pagal amžiaus grupes. Apskaičiuojami gyventojų sudėties pokyčiai **(3)**.
- Nauji svoriai gaunami prie senųjų pridėjus gyventojų sudėties pokyčius **(4)**.
- Remiantis skirtumais tarp amžiaus grupių bei ekspertų įžvalgomis, preliminariai nustatoma, kaip gali keistis vartotojų įgūdžiai, nuomonės ar požiūriai kiekvienoje amžiaus grupėje skirtinguose rodiklių komponentuose **(5)**. Svarbu paminėti, jog ne visų dedamųjų rodikliai reikšmingai skiriasi tarp amžiaus grupių. Tokiais atvejais rodiklių pokyčiai nustatomi bendrai visam komponentui.
- Gavus naujus svorius bei įverčius, jie tarpusavyje sudauginami – taip gaunamos naujos dedamųjų prognozuojamos reikšmės amžiaus grupėse **(6)**.
- Norint apskaičiuoti bendras dedamųjų reikšmes, yra vedamas visų amžiaus grupių vidurkis. Galutinis kriterijaus balas sudaromas iš komponentų balų vidurkio.

Iš viso respondentų	Amžiaus grupės	2017 m. įverčiai (1)	Respondentų skaičius ¹	2017 m. Svoriai ² (2)	Gyventojų sudėties pokytis (3)	2023 m. svoriai (4)	2023 m. įverčiai (5)	Prognozė (6)
1008	18-25	y_1	141	0.14	Δx_1	$0.14 + \Delta x_1$	z_1	$z_1(0.14 + \Delta x_1)$
	26-35	y_2	183	0.18	Δx_2	$0.18 + \Delta x_2$	z_2	$z_2(0.18 + \Delta x_2)$
	36-45	y_3	180	0.18	Δx_3	$0.18 + \Delta x_3$	z_3	$z_3(0.18 + \Delta x_3)$
	46-55	y_4	209	0.21	Δx_4	$0.21 + \Delta x_4$	z_4	$z_4(0.21 + \Delta x_4)$
	56+	y_5	295	0.29	Δx_5	$0.29 + \Delta x_5$	z_5	$z_5(0.29 + \Delta x_5)$

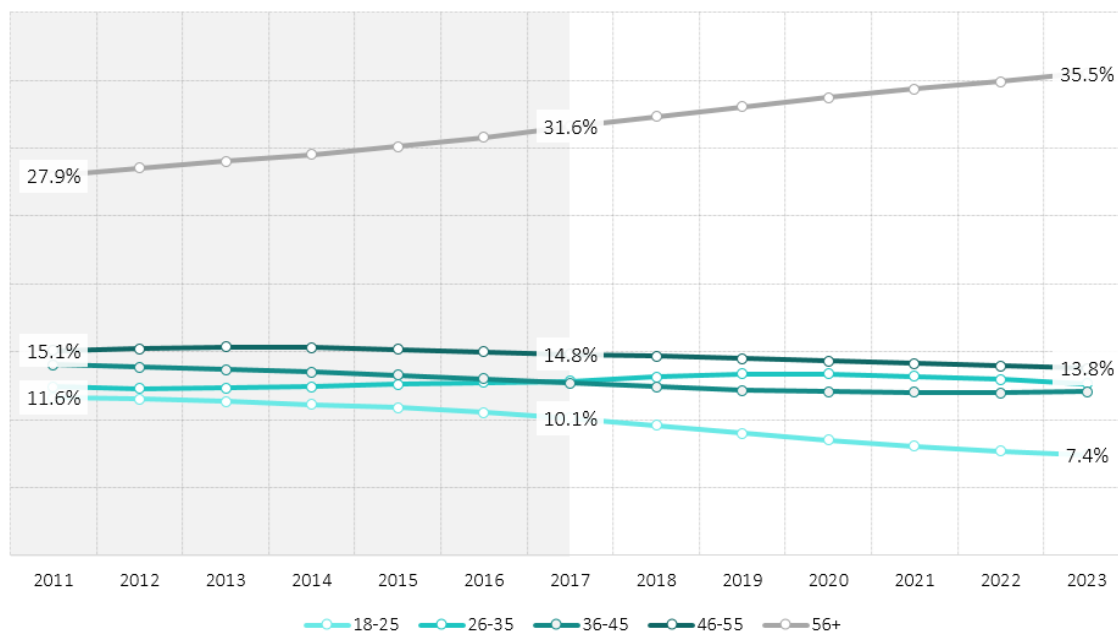
Lentelė 4.1.1. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodikliai

^{1,2} Pastaba – apklausa apima klausimus, į kuriuos galėjo atsakyti tik dalis respondentų, todėl amžiaus grupių svoriai gali skirtis.

4.2. DEMOGRAFINIŲ PROGNOZIŲ PRIELAIDOS

Siekiant nustatyti gyventojų skaičiaus pokyčius Lietuvoje 2017-2023 m., buvo pasinaudota oficialiu „Eurostat“ populiacijos 2015-2080 m. prognozės tyrimu. Kadangi tyrimas buvo pradėtas 2015 m., tarp

2017 m. prognozės ir faktinio gyventojų skaičiaus tais pačiais metais buvo nedidelis atotrūkis. Atsižvelgiant į tai, 2017 m. prognozė buvo pakeista realiais duomenimis iš Lietuvos statistikos departamento. Taip pat, svarbu paminėti, jog originaliame tyrime duomenys buvo suskirstyti pagal amžių kas vienerius metus. Turint omenyje tai, kad apklausoje respondentai buvo analizuojami penkiose amžiaus grupėse, siekiant suderinamumo, prognostiniai duomenys taip pat sugrupuojami į analogiškas amžiaus grupes.



4.2.1. pav. Lietuvos demografinės sudėties pokyčiai 2011-2023 m.

Nagrinėjant Lietuvos gyventojų sudėtį pagal amžių grupes, labiausiai išsiskiria vyriausia amžiaus grupė. Remiantis 2011-2017 m. istoriniais duomenimis, matyti, jog ši gyventojų dalis išaugo 3.7%, o per ateinančius šešerius metus išaugs dar **3.9%** ir 2023 m. sudarys daugiau nei trečdalį visos Lietuvos gyventojų. Dideli neigiami pokyčiai fiksuojami jauniausioje 18-25 m. amžiaus grupėje – per analizuojamą praėjusį laikotarpį, ši gyventojų dalis sumažėjo 1.5%. Numatoma, jog per artimiausius šešerius metus ji sumažės dar **2.72%** ir 2023 m. sudarys tik 7.4% visos Lietuvos populiacijos. Likusiose trijose amžiaus grupėse dideli pokyčiai nenumatomi: 26-35 m. amžiaus grupės dalis sumažės **0,19%**, 36-45 m. – **0.66%**, 46-55 m. – **1.04%**.

Šie gyventojų sudėties pokyčiai buvo pridėti prie standartinių (taikomi 1, 3 ir 4 rodikliams) ir pakoreguotų (taikomi 2 rodikliui) amžių grupių svorių ir taip gauti 2023 m. svoriai.

Svoriai	Standartiniai ¹					Pakoreguoti ²				
	18-25	26-35	36-45	46-55	56+	18-25	26-35	36-45	46-55	56+
Amžiaus gr.										
2017 m. svoriai	0.140	0.182	0.179	0.207	0.293	0.156	0.200	0.192	0.207	0.245
Gyv. sudėties pokytis	-0.027	-0.002	-0.007	-0.010	0.039	-0.027	-0.002	-0.007	-0.010	0.039
2023 m. svoriai	0.113	0.180	0.172	0.197	0.332	0.128	0.198	0.186	0.197	0.284

Lentelė 4.2.1. Amžiaus grupių svoriai

¹ – Apskaičiuoti svoriai, kai anketos klausimų atsakiusių respondentų skaičius maksimalus.

² – Apskaičiuoti svorių vidurkiai, kai anketos klausimų atsakiusių respondentų skaičius buvo skirtingas.

4.3. VERTINIMO KRITERIJŲ PROGNOZIŲ PRIELAIIDOS

SUGEBĖJIMAS NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS

Sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis kriterijus apima kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimus, subalansuotą ir aktyvų žiniasklaidos priemonių naudojimą bei pažengusio lygmens interneto naudojimą. Šis kriterijus yra labiausiai orientuotas į virtualų pasaulį ir vertina gyventojų įgūdžius naudotis internetu kaip žiniasklaidos priemone. Taip yra todėl, kad modernioje visuomenėje tradicinės žiniasklaidos priemonės, tokios kaip televizija, radijas ar spauda, palaipsniui praranda savo pozicijas ir užleidžia vietą lengviau prieinamiems bei patrauklesniems internetiniams naujienų portalams.

Pastarųjų 5 metų istoriniai duomenys rodo interneto kanalų naudojimo kasdieniniame gyvenime įvairovės augimą bei didelį interneto skvarbos augimą – namų ūkių, turinčių interneto prieigą, dalis išaugo 10.3 p.p. (nuo 64.7% iki 75%), o asmenų, kurie per paskutinius 3 mėnesius naudojami internetu, dalis padidėjo 9.1 p.p. (nuo 68.5% iki 77.6%). Reikėtų atkreipti dėmesį, jog jaunesni gyventojai internetu naudojami gerokai intensyviau nei vyresnio, tačiau šio rodiklio sparčiausias augimas fiksuojamas 55-64 ir 65-74m. amžiaus grupėse, atitinkamai 18 p.p. ir 19.2 p.p. Ekspertų nuomone, šie rodikliai ir toliau augs, tad galima daryti prielaidą, jog vartotojams dažniau bei intensyviau naudojantis kompiuteriais ir internetu, jų gebėjimai šioje srityje taip pat gerės. Taigi, galima teigti, jog sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis rodiklis iki 2023 m. didės.

Apžvelgus rodiklio dedamųjų reikšmes, matyti žymūs skirtumai tarp visų amžiaus grupių, tad yra numatoma, jog ir rodiklių pokyčiai iki 2023 m. bus nevienodi. Remiantis istoriniais duomenimis, galima daryti prielaidą, jog jaunesnėse amžiaus grupėse rodiklį sudarančiųjų komponentų reikšmės augs lėčiau nei vyresnėse amžiaus grupėse.

Rodikliai	Rodiklį sudarantieji komponentai	Amžiaus gr.	Balas 2017 m.	Pokytis	Balas 2023 m.
Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis	Kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimai	18-25	91.49	2	93.49
		26-35	81.97	4	85.97
		36-45	74.81	6	80.81
		46-55	54.55	8	62.55
		56+	24.97	10	34.97
	Subalansuotas ir aktyvus žiniasklaidos priemonių naudojimas	18-25	67.16	2	69.16
		26-35	56.63	3	59.63
		36-45	52.54	4	56.54
		46-55	42.12	5	47.12
		56+	28.15	6	34.15
	Pažengusio lygmens interneto vartojimas	18-25	67.38	2	69.38
		26-35	57.65	3	60.65
		36-45	51.81	4	55.81
		46-55	36.48	5	41.48
		56+	17.37	6	23.37

Lentelė 4.3.1. Rodiklio „Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis“ reikšmių amžiaus grupėse prognozė

KRITIŠKAS VERTINIMAS

Kritiško vertinimo rodiklis yra sudarytas iš žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo, supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimo bei vartotojų elgsenos. Norint nustatyti, kaip gali keistis gyventojų kritiškas požiūris į žiniasklaidos priemones bei jų teikiamą turinį, visų pirma derėtų paminėti, jog dabartinėje visuomenėje, kuomet yra begalės žiniasklaidos kanalų, kiekvienas iš jų tarpusavyje konkuruoja įvairiomis priemonėmis, siekdamas pritraukti kuo didesnę auditoriją. Viena šio reiškinio pasekmių – tai netikrų žinių (angl. „fake news“) sklaida. Ekspertų teigimu, melagingos naujienos ir kiti panašios tematikos žiniasklaidos vartojimo raštingumo klausimai yra aktyviai analizuojami valstybinėse institucijose bei įvairiose nevyriausybinėse organizacijose. Taigi, tikėtinas vis didesnis šios problemos aktualizavimas visuomenėje, dėl ko daugės informacijos apie atsakingą ir kritišką žiniasklaidos vartojimą bei žiniasklaidos ir kitų medijų veikimo principus. Darant prielaidą, jog vartotojo sąmoningumas augs, galima teigti, jog ir kritiško vertinimo rodiklio reikšmė didės.

Kritiško vertinimo rodiklio komponentų „Žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimas“ ir „Supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą“ įverčiai tarp skirtingų amžiaus grupių reikšmingai nesiskiria, tad galima teigti, jog iki 2023 m. šių dedamųjų reikšmės augs vienodai. Vartotojų elgsenos komponento reikšmės tarp amžiaus grupių svyruoja nuo 3.6 iki 17.8 balų, taigi galima daryti prielaidą, jog jaunesnėse amžiaus grupėse, kur šios dedamosios reikšmės yra aukščiausios, jos augs lėčiau nei vyresnėse amžiaus grupėse.

Rodikliai	Rodiklį sudarantieji komponentai	Amžiaus gr.	Balas 2017 m.	Pokytis	Balas 2023 m.
Kritiškas vertinimas	Žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimas	18-25	34.89	3	37.89
		26-35	31.13	3	34.13
		36-45	31.53	3	34.53
		46-55	31.09	3	34.09
		56+	28.98	3	31.98
	Supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą	18-25	58.98	2	60.98
		26-35	57.20	2	59.20
		36-45	57.29	2	59.29
		46-55	54.55	2	56.55
		56+	48.84	2	50.84
	Vartotojų elgsena	18-25	17.80	3	20.80
		26-35	15.37	3.5	18.87
		36-45	14.31	4	18.31
		46-55	9.16	4.5	13.66
		56+	3.60	5	8.60

Lentelė 4.3.2. Rodiklio „Kritiškas vertinimas“ reikšmių amžiaus grupėse prognozė

KOMUNIKACINIAI GEBĖJIMAI

Komunikacinių gebėjimų vertinimo kriterijus apima socialinius santykius, pilietišką dalyvavimą ir turinio kūrimą. Galima pastebėti, jog rodiklį sudarantys komponentai „Pilietišką dalyvavimą“ ir „Turinio kūrimas“ yra ganėtinai inertiški. Tai reiškia, jog jie yra pasyvūs, neveiklūs, silpnai reaguoja į aplinkos pokyčius. Pasak ekspertų, jei per ateinančius 5 m. šalyje ar pasaulyje nebus itin didelių sukrėtimų, šie komponentai turėtų išlikti nuosaikus ir iki 2023 m. žymiai nepasikeisti.

Kalbant apie socialinius santykius, svarbu paminėti, jog šiomis dienomis socialiniai tinklai – viena pagrindinių netiesioginio bendravimo priemonių, tačiau socialinių tinklų naudojimas labai nevienodai paplitęs skirtingose amžiaus grupėse, tad galima daryti prielaidą, jog socialinių tinklų populiarumas toliau augs pagal istorinę interneto vartotojų skaičiaus augimo paralelę: augimą užtikrins socialinių tinklų populiarumo augimas tarp vyresnio amžiaus vartotojų dėl natūralaus gyventojų, turinčių socialinių tinklų naudojimo įgūdžių, senėjimo bei naujų vyresnio amžiaus vartotojų įsitraukimo.

Pilietiško dalyvavimo dedamosios rodiklių reikšmės amžiaus grupėse skiriasi nežymiai, tad galima sakyti, jog jos ir toliau išliks panašios.

Tikėtina, jog turinio kūrimo dedamojoje iki 2023 m. ryškių pokyčių nebus. Vis dėlto, tarp jaunimo populiarėjantis tinklaraščių rašymas bei asmeniškai sukurto turinio (pavyzdžiui: teksto, atvaizdų, nuotraukų, vaizdo įrašų ar muzikos) viešinimas internetinėse svetainėse, gali lemti šiek tiek padidėjusias reikšmes jaunesnėse amžiaus grupėse.

Rodikliai	Rodiklį sudarantieji komponentai	Amžiaus gr.	Balas 2017 m.	Pokytis	Balas 2023 m.
Komunikaciniai gebėjimai	Socialiniai santykiai	18-25	68.09	2	70.09
		26-35	62.30	4	66.30
		36-45	48.33	6	54.33
		46-55	31.58	8	39.58
		56+	8.64	10	18.64
	Pilietiškas dalyvavimas	18-25	-3.40	0	-3.40
		26-35	-5.57	0	-5.57
		36-45	-2.33	0	-2.33
		46-55	-7.17	0	-7.17
		56+	-9.14	0	-9.14
	Turinio kūrimas	18-25	0.18	2.5	2.68
		26-35	-7.31	2	-5.31
		36-45	-17.99	1.5	-16.49
		46-55	-32.36	1	-31.36
		56+	-42.42	0.5	-41.92

Lentelė 4.3.4. Rodiklio „Komunikaciniai gebėjimai“ reikšmių amžiaus grupėse prognozė

LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMAS

Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimas susideda iš Lietuvos tautinių mažumų įvertinimo, informacinių grėsmių bei žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo. Kalbant apie pirmąją dedamąją, galima paminėti, jog buvo matuojamas žiniasklaidos priemonių rusų ir lenkų kalbomis pakankamumas. Remiantis apklausos rezultatais, matyti, jog respondentai vieningai pritarė, jog tokių priemonių pakanka (3.9 iš 5 balų). Taip pat, remiantis Lietuvos Statistikos Departamento duomenimis, matyti, kad lenkų ir rusų tautybės atstovų dalis nuo bendro gyventojų skaičiaus Lietuvoje per paskutinius 6 m. kito nežymiai. Taigi galima teigti, kad Lietuvos tautinių mažumų dalis iki 2023 m. išliks tokia pati arba nežymiai sumažės, o žiniasklaidos atstovai, nejausdami poreikio kurti daugiau turinio rusų ir lenkų kalbomis, išlaikys tokį patį ar panašų kiekį minėtosios produkcijos. Taigi ir gyventojų nuomonė neturėtų smarkiai svyruoti.

Kalbant apie informacinių grėsmių bei žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo vertinimą, situacija yra kiek kitokia. Ekspertų nuomone, šios Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo dedamosios per

artimiausius penkerius metus turėtų išlikti nepakitusios arba mažėti dėl kelių priežasčių. Pirmoji – augantis gyventojų sąmoningumas. Kaip jau buvo minėta, visuomenė yra ir bus šviečiama apie žiniasklaidos vartojimo raštingumą, tad tikėtina, jog gyventojai, tapę sąmoningesni, į žiniasklaidos teikiamą turinį žvelgs kritiškiau. Taip pat, yra išskiriamas gyventojų dalies, galinčios vartoti anglų kalba pateikiamą žiniasklaidos turinį, augimas. Manoma, jog galimybė sekti užsienio žiniasklaidą, plečia vartotojų akiratį, didina sąmoningumą, dėl ko vietinė žiniasklaida gali būti labiau kritikuojama. Galiausiai, yra išskiriama įtaka žiniasklaidai. Ekspertų teigimu, tradicinės žiniasklaidos problemos užsidirbti lėšų iš klasikinės veiklos tik didės, tad žiniasklaida taps vis labiau priklausoma nuo aplinkos įtakos, skatinamų turinio projektų ir kt. Tai dar viena priežastis, versianti vartotojus kritiškai vertinti pačią žiniasklaidą.

Apibendrinant išdėstytas mintis, galima daryti prielaidą, jog šis rodiklis yra atvirkščiai proporcingas kritiško vertinimo rodikliui. Tad pastarajam didėjant, Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo kriterijus turėtų mažėti.

Rodikliai	Rodiklį sudarantieji komponentai	Amžiaus gr.	Balas 2017 m.	Pokytis	Balas 2023 m.
Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimas	Lietuvos tautinių mažumų įvertinimas	18-25	39.96	0	39.96
		26-35	39.34	0	39.34
		36-45	38.50	0	38.50
		46-55	39.47	0	39.47
		56+	38.24	0	38.24
	Informacinės grėsmės	18-25	30.45	-1	29.45
		26-35	31.46	-1	30.46
		36-45	31.72	-1	30.72
		46-55	31.30	-1	30.30
		56+	31.28	-1	30.28
	Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumas	18-25	29.36	-1	28.36
		26-35	29.91	-1	28.91
		36-45	30.59	-1	29.59
		46-55	30.67	-1	29.67
		56+	29.84	-1	28.84

Lentelė 4.3.5. Rodiklio „Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimas“ reikšmių amžiaus grupėse prognozė

4.4. PROGNOZIŲ SKAIČIAVIMAS

Rodiklių komponentų reikšmės yra skaičiuojamos vedant vidurkį iš visų naujų amžiaus grupių reikšmių ir atitinkamų svorių sandaugų. Rodiklis yra lygus trijų sudarančių komponentų reikšmių vidurkiui.

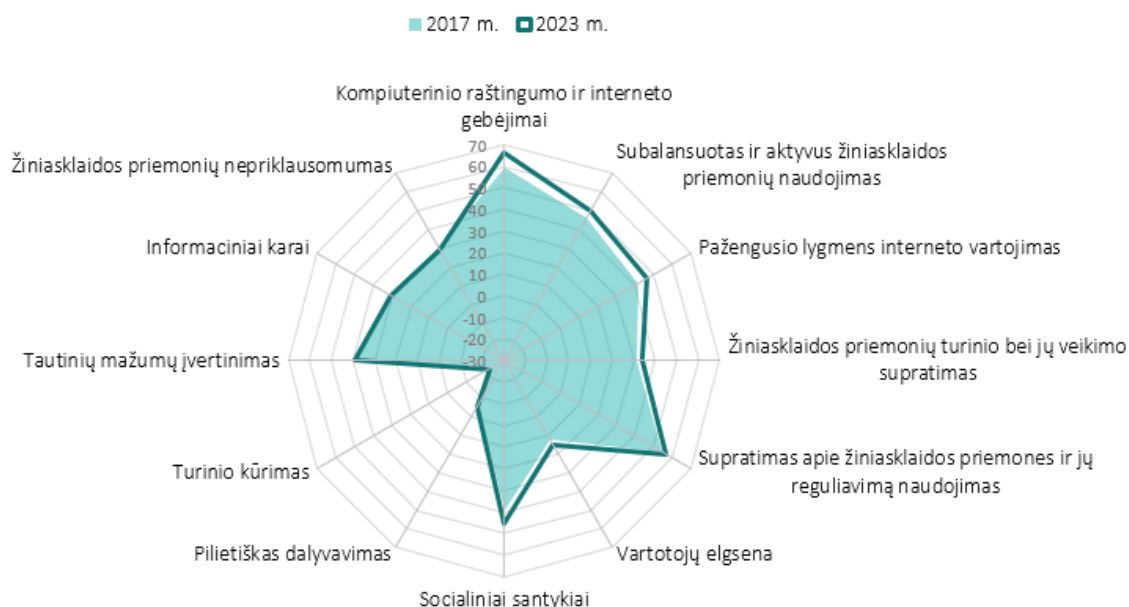
$$\text{Komponentas } (K_n) = \frac{\sum_{i=1}^5 z_i (s_i + \Delta x_i)}{5}$$

n – komponento numeris
 i=1, ..., 5 – amžiaus grupės
 z_i – prognozuojama komponento reikšmė amžiaus grupėje
 s_i – amžiaus grupės svoris
 Δx_i – gyventojų sudėties pokytis 2017-2023 m.

$$\text{Rodiklis } (R_N) = \frac{K_1 + K_2 + K_3}{3}$$

N – rodiklio numeris
 K₁ – pirmasis komponentas
 K₂ – antrasis komponentas
 K₃ – trečiasis komponentas

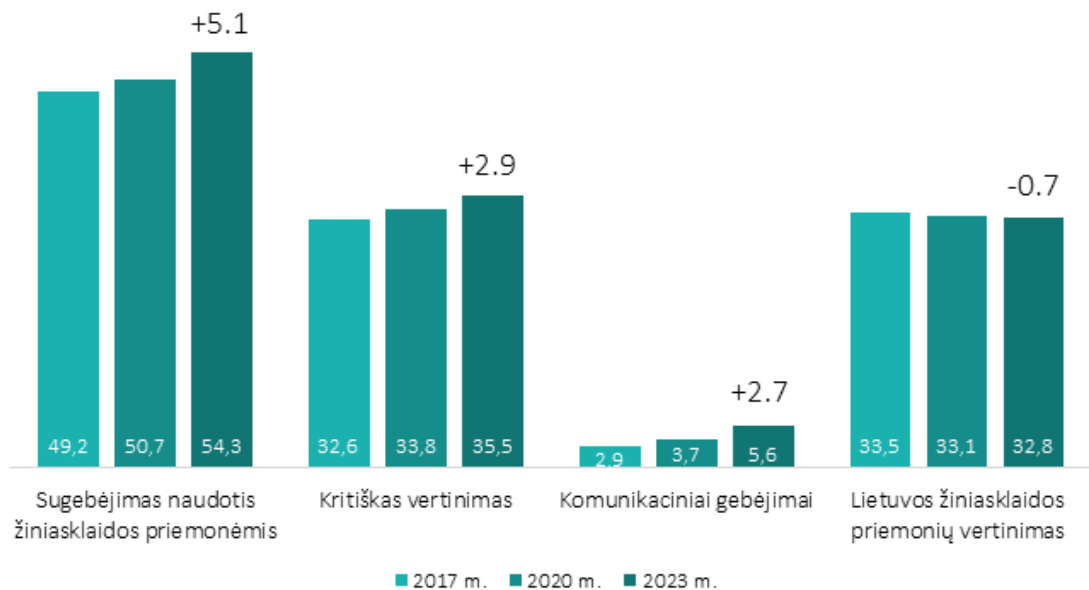
Apskaičiavus komponentų reikšmių prognozes, išryškėja, jog didžiausi pokyčiai yra numatomi kompiuterinio raštingumo ir internetinių gebėjimų srityje. Tikėtina, jog per šešerius metus šios dedamosios reikšmė išaugs **6.6 balais** ir 2023 m. sieks **66.3 balus** iš 100. Subalansuoto ir aktyvaus žiniasklaidos priemonių naudojimo ir pažengusio lygmens interneto vartojimo komponentai išaugs **4.3 balais**. Atkreiptinas dėmesys, jog nors komunikacinių gebėjimų rodiklio dedamosios „Pilietiškas dalyvavimas“ ir „Turinio kūrimas“ iki 2023 m. pakis nežymiai, tačiau trečia dedamoji „Socialiniai santykiai“ išaugs net **6.3 balais** ir 2023 m. sieks **45.2 balus**. Prognozuojama, jog Lietuvos tautinių mažumų įvertinimo balas liks nepakitęs, o dedamųjų „Informacinės grėsmės“ ir „Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumas“ įvertinimai nukris **vienu balu**.



4.4.1. pav. Rodiklių komponentų reikšmių prognozė

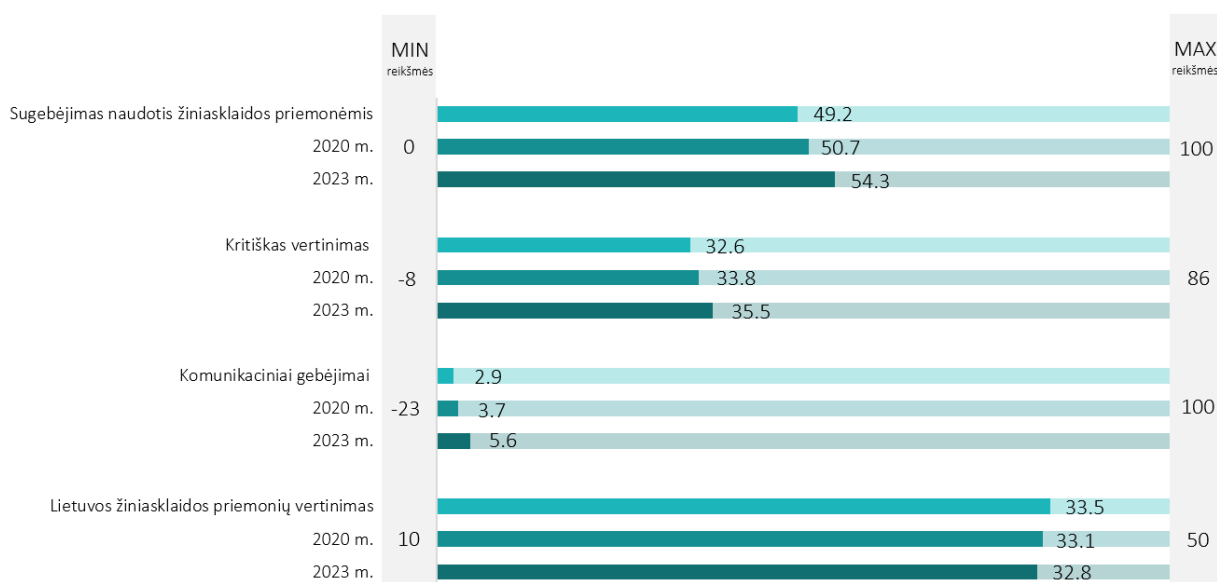
Gautos pagrindinių rodiklių reikšmės rodo gerėjančias tendencijas. Numatoma, jog dėl didėjančios interneto skvarbos bei augančių vartotojų gabumų, patobulės Lietuvos gyventojų gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis. Tai iliustruoja prognozuojamas rodiklio reikšmės išaugimas **5.1 balu** (nuo 49.2 iki 54.3). Taip pat galima tikėtis, jog kritiško vertinimo rodiklio reikšmė per artimiausius šešerius metus išaugs **2.9 balais** ir 2023 m. pralenks Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimą. Prognozuojama, jog pastarojo rodiklio reikšmė sumažės **0.7 balo**. Ekspertų manymu, taip nutiks dėl

augančio vartotojų sąmoningumo, kritiško mąstymo, griežtesnio žiniasklaidos ir medijų vertinimo. Komunikacinių gebėjimų rodiklio dedamosios „Pilietiškas dalyvavimas“ bei „Turinio kūrimas“ yra inertiškos, tad numatoma, jog per ateinančius šešerius metus jų reikšmė žymiai nesikeis. Vis dėlto, augantis gyventojų aktyvumas socialiniuose tinkluose lems tai, jog rodiklio reikšmė iki 2023 m. pakils **2.7 balais**.



4.4.2. pav. Rodiklių reikšmių prognozė

Turint omenyje, jog intervalai, kuriuose gali kisti rodiklių reikšmės nėra vienodi, sudaryta vizualizacija, iliustruojanti rodiklių santykį vienas su kitu. Atskaitos taškuose „MIN reikšmės“ ir „MAX reikšmės“ atitinkamai yra pateiktos minimalios ir maksimalios reikšmės, kurias gali įgyti kiekvienas iš rodiklių. Remiantis šia vizualizacija, išryškėja itin gera „Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo“ rodiklio pozicija. Kitų rodiklių pozicijos žymiai nepasikeitė.



4.4.3. pav. Suvienodintos rodiklių reikšmės

Dalies išvados

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodiklių prognozės buvo skaičiuojamos trimis pagrindiniais etapais: demografinių prognozių prielaidos, vertinimo kriterijų prognozių prielaidos ir galutinių reikšmių prognozės. Pirmoji dalis buvo orientuota į Lietuvos gyventojų sudėties pagal amžiaus grupes analizę 2011-2023 m. laikotarpiu. Atsižvelgiant į istorinius duomenis bei remiantis oficialia „Eurostat“ prognoze buvo apskaičiuoti Lietuvos demografinės sudėties pokyčiai nuo 2017 iki 2023 m. Apskaičiuoti pokyčiai buvo pridėti prie amžiaus grupių svorių (tam tikrą amžiaus grupę reprezentuojančių respondentų dalis nuo visų respondentų) ir taip gauti naujieji 2023 m. rodiklių dedamųjų svoriai. Antrosios dalies esmė – rodiklių komponentų reikšmių pokyčio nustatymas pagal amžiaus grupes. Pirmiausia, buvo apskaičiuotos visų rodiklių dedamųjų reikšmės amžiaus grupėse. Remiantis esminiais skirtumais tarp amžiaus grupių, ekspertų įžvalgomis bei globaliomis tendencijomis, buvo nustatyti preliminarūs rodiklių reikšmių pokyčiai kiekvienoje amžiaus grupėje. Susumavus pokyčius su dabartiniais balais, buvo gautos 2023 m. reikšmės. Paskutinio etapo metu buvo skaičiuojamos rodiklių komponentų reikšmės, vedant vidurkį iš visų naujų amžiaus grupių reikšmių ir atitinkamų svorių sandaugų. Rodiklis apskaičiuotas vedant vidurkį iš trijų sudarančių komponentų reikšmių.

Apskaičiuotos pagrindinių rodiklių reikšmės rodo gerėjančias tendencijas. Numatoma, jog rodiklio **„Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis“ pokytis iki 2023 m. bus didžiausias** – jis turėtų išaugti 5.1 balo ir 2023 m. siekti 54.3 balus. Galima teigti, jog didžiausią įtaką šiems pokyčiams turi interneto kanalų naudojimo kasdieniniame gyvenime įvairovės augimas, didelis interneto vartojimo augimas bei nuolat besiplečiantis vartotojų galimybių ratas.

Komunikacinių gebėjimų rodiklio reikšmė per artimiausius šešerius metus taip pat turėtų išaugti nuo 2.9 iki 5.9 balo. Rodiklio dedamosios „Pilietiškas dalyvavimas“ ir „Turinio kūrimas“ yra pakankamai inertiškos, tad tikimasi, jog iki 2023 m. jos stipriai nesikeis. Vis dėlto, trečiasis komponentas „Socialiniai santykiai“ yra orientuotas į socialinius tinklus, kurie šiomis dienomis yra viena pagrindinių netiesioginio bendravimo priemonių. Atsižvelgiant į tikimybę, jog socialinių tinklų populiarumas ir toliau augs, buvo padaryta prielaida, jog dedamosios „Socialiniai santykiai“ reikšmė per ateinančius šešerius metus taip pat turėtų išaugti, o tai paveiks ir patį komunikacinių gebėjimų rodiklį.

Prognozuojama, jog iki 2023 m. augs ne tik žmonių kompiuterinio raštingumo gebėjimai, bet ir kritiškas vertinimas. Šiuolaikinėje visuomenėje populiarėjanti melagingų žinių sklaida išprovokuoja tiek valstybines tiek nevyriausybinės organizacijas ieškoti efektyvių sprendimų šiai problemai spręsti. Atsižvelgus į tai, buvo padaryta prielaida, jog laikui bėgant daugės informacijos apie atsakingą ir kritišką žiniasklaidos vartojimą bei medijų veikimo principus. Taigi, tikėtina, jog išaugs ir vartotojų kritiškas mąstymas. Numatoma rodiklio reikšmė 2023 m. – 35.5 balai (+2.9).

Numatoma, jog **Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklio reikšmė iki 2023 m. sumažės 0.4 balo.** Neigiamų pokyčių yra tikimasi dėl to, jog augant vartotojų sąmoningumui, pačios žiniasklaidos priemonės bei jų teikiamas turinys bus vertinamas griežčiau, kritiškiau.

V. IŠVADOS

- Mobilusis telefonas, televizija, interneto naudojimas stacionariuose prietaisuose bei radijo klausymasis vertintini kaip universaliai paplitę žiniasklaidos ir komunikavimo įrankiai. Jau artimiausiu metu tokiu įrankiu taps ir internetas mobiliajame telefone.
- Lietuvos gyventojai neišnaudoja užsienio žiniasklaidos vartojimo potencialo – žiniasklaidą užsienio kalba vartoja ženkliai mažesnis procentas gyventojų nei deklaruoja mokantys užsienio kalbas. Platesnis užsienio, ypač senųjų Vakarų demokratijų, žiniasklaidos priemonių vartojimas prisidėtų prie užsienio kalbos įgūdžių gerinimo bei kritiško mąstymo kompetencijų ugdymo.
- Vartodami žiniasklaidą gyventojai nėra kritiški - faktų pateikimo skirtumai skirtinguose informacijos šaltiniuose pastebimi gana retai, o ir pastebėti skirtumai dažniausiai ignoruojami; „netikros žinios“ pastebimos retai, o žiniasklaidos priemonė retai vertinama kaip įtakos darymo priemonė. Visa tai rodo gana žemą auditorijos kritinį mąstymą, todėl ir santykinai geras Lietuvos žiniasklaidos vertinimas sietinas ne su gera žiniasklaidos kokybe, o visų pirma su silpnais vartotojų gebėjimais ją vertinti.
- Gyventojai dažniau linkę pastebėti ir kritiškiau vertinti galimai paslėptą reklamą nei galimas politines manipuliacijas, propagandą.
- Savo kompiuterinio raštingumo gebėjimus dauguma interneto vartotojų vertina kaip pakankamus.
- Greta laisvalaikio-pramoginių funkcijų kasdieniniame interneto vartojime itin tvirtas pozicijas užima internetinė bankininkystė, be to jau artimiausiu metu kritinė dauguma šalies gyventojų bus įvaldę prekių ir paslaugų pirkimą internetu.
- Lietuvos gyventojai gana gerai suvokia bazinius techninius saugaus elgesio internete principus, tačiau dar trūksta teisinės atsakomybės už veiklą internete suvokimo.
- Sudėtingos informacijos suvokimo ir padorojimo gebėjimai tarp žiniasklaidos priemonių naudotojų gana silpni; taip pat kvestionuoti pačių gyventojų deklaruojami gebėjimai kritiškai vertinti skirtinguose šaltiniuose pateikiamą informaciją: tyrimo metu nepavyko nustatyti patikimo ryšio tarp tokių nuostatų ir realių skirtumų žiniasklaidos priemonėse pastebėjimo.
- Reikšmingų skirtumų tarp bendros Lietuvos populiacijos ir Lietuvos tautinių mažumų nėra.
- Vertinant pagal metodiką apskaičiuotų rodiklių reikšmes, geriausiai vertintinas Lietuvos žiniasklaidos priemonių rodiklis, prasčiausiai – komunikaciniai vartotojų gebėjimai.
- Lyginamoji Lietuvos, Švedijos bei JK analizė rodo, kad nepaisant nedidelių skirtumų, bendrai Lietuvos gyventojų žiniasklaidos naudojimo raštingumas nėra blogas, vienintelis neraminantis kriterijus – itin mažas dažnai knygas skaitančių gyventojų procentas.

- Prognozuotina, kad ateityje daugumos žiniasklaidos priemonių naudojimo rodiklių reikšmės nuosaikiai kils dėl augančios pačių vartotojų edukacijos ir padidėjusio dėmesio „netikrų žinių“ fenomenui. Išimtis bus Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklis – dėl didėjančio vartotojų sąmoningumo jo reikšmė turėtų šiek tiek kristi.

PRIEDAI. Tyrimo klausimynas

**1. TEMA: Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis
Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius Jūs:**

Nr.		Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto
1.1.	Skaitėte knygą (spausdintą ar elektroninę)	4	3	2	1
1.2.	Skaitėte spausdintą laikraštį ar žurnalą	4	3	2	1
1.3.	Klausėtės radijo	4	3	2	1
1.4.	Žaidėte kompiuterinius žaidimus	4	3	2	1
1.5.	Ėjote į kiną	4	3	2	1
1.6.	Žiūrėjote televiziją	4	3	2	1
1.7.	Naudojotės mobiliuoju telefonu	4	3	2	1
1.8.	Naudojotės internetu mobiliajame telefone	4	3	2	1
1.9.	Naudojotės internetu kituose prietaisuose (pavyzdžiui, kompiuteryje)	4	3	2	1

Jei 1.2., 1.3., 1.6., 1.8., 1.9 atsakymas "kasdien arba beveik kasdien", klausti 1a ir 1b, kiti pereina prie kl.2

1a. Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai? Pažymėkite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia visiškai nesvarbu, 5 - labai svarbu.

Nr.		Visiškai nesvarbu		Labai svarbu			Nežinau
1a.1.	Laikraščiai/ žurnalai	1	2	3	4	5	99
1a.2.	Televizija	1	2	3	4	5	99
1a.3.	Radijas	1	2	3	4	5	99
1a.4.	Internetas	1	2	3	4	5	99

1b. Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai internete? Pažymėkite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia visiškai nesvarbu, 5 - labai svarbu.

Nr.		Visiškai nesvarbu			Labai		Nežinau
1b.1.	Socialiniai tinklai (pavyzdžiui, Facebook, Twitter)	1	2	3	4	5	99
1b.2.	Diskusijų forumai	1	2	3	4	5	99
1b.3.	Tinklaraščiai, <i>blogai</i>	1	2	3	4	5	99
1b.4.	Žinių portalai (pavyzdžiui, Delfi, 15 min ir pan.)	1	2	3	4	5	99

Kokių užsienio šalių žiniasklaidą žiūrėjote, skaitėte ar klausėtės per pastarąjį mėnesį? (žiūrėjote tos šalies televiziją ar klausėtės radijo, skaitėte tos šalies spaudą, naršėte tos šalies internetiniuose puslapiuose ir pan.) Pažymėkite visus tinkamus atsakymus

Nr.	
2.1.	Lenkijos
2.2.	Didžiosios Britanijos
2.3.	Kitų ES valstybių (išskyrus Lenkiją ir D. Britaniją)
2.4.	Rusijos
2.5.	Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV)
2.6.	Kitų pasaulio šalių
2.7.	Nė vienos (naudojosi tik Lietuvos žiniasklaida)

Kiek patikima laikytumėte informaciją, pateiktą šiuo informacijos kanalu? Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nepatikima“, 5 – „visiškai patikima“. Įvertinkite, net jeigu nesinaudojate šiais informacijos kanalais.

Nr.		Visiškai nepatikima				Visiškai	Nežinau
		patikima					
3.1.	Laikraštis	1	2	3	4	5	99
3.2.	Televizija	1	2	3	4	5	99
3.3.	Radijas	1	2	3	4	5	99
3.4.	Interneto naujienų portalai	1	2	3	4	5	99

Ar esate pastebėję skirtingai pateikiamus tos pačios informacijos faktus skirtinguose informacijos šaltiniuose? Įvertinkite, net jeigu nesinaudojate šiais informacijos šaltiniais.

Nr.		Taip	Ne	Nežinau
4.1.	Tarp skirtingų laikraščių	1	2	99
4.2.	Tarp skirtingų televizijos kanalų	1	2	99
4.3.	Tarp skirtingų radijo stočių	1	2	99
4.4.	Tarp skirtingų interneto puslapių	1	2	99

Jei kl.4 visi atsakymai 2, pereiti prie kl. 6

Kokių veiksmų imatės, kai pastebite faktinės informacijos pateikimo skirtumus skirtinguose informacijos šaltiniuose? Pažymėkite visus tinkamus atsakymus

Nr.	
5.1.	Ignoruoju skirtumus / nekreipiu į tai dėmesio
5.2.	Tikiu kiekvienu šaltiniu po truputį, remdamasis bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos kanalą (televizijos kanalais, laikraščiais, internetinėmis svetainėmis)
5.3.	Bandau palyginti informaciją kitur (pavyzdžiui knygoje, enciklopedijose, kitame TV kanale, laikraštyje ar naujienų portale)
5.4.	Teiraujuosi draugų, šeimos narių ar kitų žmonių nuomonės
5.5.	Pasidalinu savo-nuogastavimais su pilietinėmis ar kitomis organizacijomis

Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus?

Nr.		Taip	Ne	Nežinau
6.1.	„Realiame gyvenime tai pakenktų labiau“	1	2	99
6.2.	„Tai paskatino mane manyti, kad rūkymas yra šaunus užsiėmimas“	1	2	99
6.3.	„Tai reklama, nors ir neatrodo kaip tokia“	1	2	99
6.4.	„Tai nėra normalus kūno sudėjimas“	1	2	99
6.5.	„Tai atrodo kaip bandymas skleisti propagandą“	1	2	99
6.6.	„Šis straipsnis yra užsakytas“	1	2	99
6.7.	„Tai bandymas kurstyti tautinę nesantaiką“	1	2	99
6.8.	„Tai gali būti netikra naujiena“ (angl. fake news)	1	2	99

Ar, Jūsų manymu, egzistuoja taisyklės (įstatymai), reguliuojantys žemiau išvardintus dalykus?

Nr.		Taip	Ne	Nežinau
7.1.	Apie ką gali būti reklama	1	2	99
7.2.	Kur ir kada galima talpinti reklamą	1	2	99
7.3.	Autorines teises, skirtas apsaugoti autorių intelektualinę nuosavybę	1	2	99
7.4.	Koks turinys gali būti rodomas (pvz., smurtas ar pornografija)	1	2	99

Ar per pastaruosius metus pats sukūrėte kurį nors iš žemiau išvardintų dalykų? (pažymėkite visus tinkamus atsakymus)

Nr.		Atsakymas
8.1.	Literatūros kūrinį (knygą, esė, eilėraštį ir pan.)	1
8.2.	Straipsnį laikraščiui, žurnalui ar internetiniam naujienų portalui	2
8.3.	Laišką ar komentarą laikraščio ar naujienų portalo redakcijai (ne komentarą internete)	3
8.4.	Vaidzinę ar garsinę medžiagą (nuotrauką, filmą, animacinį filmuką, dainą ir pan.)	4

8.5	Nei vieno iš aukščiau išvardintų	5
-----	----------------------------------	---

PROGRAMAVIMAS: Jei kl8=8.5, pereiti prie kl. 10

Ar, kurią nors praeitame klausime (Klausimas Nr. 8) nurodytų žiniasklaidos turinio formų naudojote pasisakyti Jums asmeniškai svarbiu politiniu ar pilietiniu klausimu per pastaruosius 12 mėnesių?

Taip	Ne	Nenorėčiau atsakyti
1	2	98

Ar per pastaruosius metus išreiškėte savo nuomonę vienu iš pateiktų būdų? Pažymėkite visus tinkamus atsakymus

Nr.		Atsakymas
10.1.	Susisiekiate su politiku ar politine partija	1
10.2.	Paaukojote pinigų pilietiniam ar politiniam tikslui	2
10.3.	Pasirašėte peticiją paremti pilietinį ar politinį tikslą	3
10.4.	Dalyvavote draugiškoje demonstracijoje	4
10.5.	Komentavote politiniu ar pilietiniu klausimu internete (pavyzdžiui, žinių portale, tinklaraščio įrašė ar socialiniame tinkle)	5
10.6	Nei vienu iš aukščiau išvardintų	6

PROGRAMAVIMAS: Jei kl10=10.5, pereiti prie kl. 10a, kiti prie kl. 1

10a. Kaip dažnai per pastarąjį mėnesį rašėte...

Nr.		Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto
10a.1.	... anoniminių komentarų	4	3	2	1
10b.2.	... komentarų kaip registruotas vartotojas	4	3	2	1

3. TEMA: Komunikaciniai gebėjimai

Kaip manote, ar Jūsų kompiuterio raštingumo ir interneto sugebėjimai pakankami...?

Nr.		Taip	Ne	Nežinau	Neaktualu
11.1.	... bendrauti su giminėmis, draugais, kolegomis	1	2	99	98
11.2.	...apsaugoti savo asmeninius duomenis (pavyzdžiui, savo adresą ar telefono numerį, kreditinės kortelės numerį ar banko sąskaitos numerį)	1	2	99	98
11.3.	... ieškoti darbo (pvz., užsiregistruoti darbo skelbimų svetainėse, patalpinti savo cv)	1	2	99	98

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų?

Nr.		Taip	Ne
12.1.	Siųsti ar gauti el. laiškus	1	2
12.2.	Ieškoti informacijos apie prekes ar paslaugas	1	2
12.3.	Įkelti paties sukurtą turinį (pvz., tekstą, atvaizdus, nuotraukas, video ar muziką) į internetinę svetainę, socialinius tinklus ir pan.	1	2
12.4.	Rašyti tinklaraštį	1	2
12.5.	Žiūrėti ar parsisiųsti filmus, TV laidas	1	2
12.6.	Klausytis ar parsisiųsti muzikos	1	2
12.7.	Skaityti ar parsisiųsti knygas	1	2
12.8.	Naudotis interneto bankininkyste (pvz., mokėti sąskaitas arba pervesti pinigus į kitą sąskaitą)	1	2
12.9.	Naudotis valstybės institucijų elektroninėje erdvėje siūlomomis paslaugomis (pvz., gauti informaciją iš viešo puslapio arba užpildyti mokesčių deklaraciją, užsiregistruoti į sveikatos priežiūros įstaigą)	1	2
12.10.	Įsigyti prekių ar paslaugų internetu	1	2
12.11.	Naudotis socialiniais tinklais (pvz., Facebook, LinkedIn, Twitter ar kt.)	1	2

12.12.	Dalyvauti debatuose politiniais ar pilietiniais klausimais (pvz., skaityti ar pateikti savo nuomonę)	1	2
12.13.	Bendradarbiauti su kitais asmenimis bendrame internetiniame projekte (pvz., pildėte Wikipedijos enciklopediją, parėmėte minios finansavimu paremtą projektą, ar pan.)	1	2
12.14.	Skaityti ar parsisiųsti naujienas/laikraščius/žurnalus internete	1	2
12.15.	Pasirašyti dokumentus e. parašu	1	2

PROGRAMAVIMAS Jei kl.12 visi atsakymai 2, pereiti prie 21 klausimo

Per pastaruosius tris mėnesius, kaip dažnai sąmoningai paspaudėte ant reklamos, kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laiškų?

	Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per mėnesį	Nė karto	Nežinau
	5	4	3	2	1	99

Per pastaruosius tris mėnesius, kaip dažnai netyčia paspaudėte ant reklamos, kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laiškų?

	Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per mėnesį	Nė karto	Nežinau
	5	4	3	2	1	99

Ar Jūs:

Nr.		Taip	Ne	Nežinau
15.1.	...saugote savo el.pašto adresą (atsakingai naudojate internetinėse svetainėse), siekiant išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų gavimui	1	2	99
15.2.	...esate įsidiegę antivirusinę programą, kad apsaugotumėte kompiuterį nuo virusų	1	2	99
15.3.	... esate įsidiegę filtrą ar blokavote siuntėjus, norėdamas išvengti nepageidaujamo turinio el.laiškų	1	2	99
15.4.	... esate įsidiegę reklamų blokavimo įskiepi, kad išvengtumėte reklamos naudojantis internetu	1	2	99

Įprastai ieškodamas informacijos internete Jūs (pasirinkite tik vieną atsakymą):

Nr.		Atsakymas
16.1.	Einu tiesiai į konkrečias svetaines, nesinaudodamas paieškos sistema	1
16.2.	Dažniau naudojuosi paieškos sistema (pvz., Google, Yahoo, Bing)	2
16.3.	Naudoju abu būdus	3
16.4.	Nežinau	99

Ieškodamas informacijos internete Jūs dažniausiai naudojate (pasirinkite tik vieną atsakymą):

Nr.		Atsakymas
17.1.	Gimtąją kalbą	1
17.2.	Kitas kalbas →eiti prie 17a klausimo	2
17.3.	Abu atvejai vienodai dažni →eiti prie 17a klausimo	3

17a. Kokiomis užsienio kalbomis dažniausiai ieškote informacijos internete (galimi keli atsakymai):

Nr.		Atsakymas
17a.1.	Lietuvių	1
17a.2.	Anglų	2
17a.3.	Rusų	3
17a.4.	Lenkų	4
17a.5.	Kita kalba	5

Kaip dažniausiai atrandate naujas internetines svetaines?

Nr.		Atsakymas
18.1.	Atrandu pats	1
18.2.	Puslapį rekomenduoja el. paštu, tinklaraščio įrašų (blogu) ar socialinio tinklapio įrašų	2
18.4.	Abu atvejai vienodai dažni	3
18.5.	Nežinau	99

Ar skirtinguose paieškos sistemose pastebite skirtingą informaciją?

Taip	Ne	Visada naudoju tą pačią paieškos sistemą	Nežinau
1	2	3	99

Kuriuos iš žemiau nurodytų veiksmų atliekate lankydamiesi naujose internetinėse svetainėse? Pažymėkite visus tinkamus atsakymus

Nr.		Atsakymas
20.1.	Apžvelgiu bendrą svetainės vaizdą	1
20.2.	Patikrinu informaciją kitose internetinėse svetainėse	2
20.3.	Patikrinu, ar ryšys su svetaine saugus (adreso laukelyje yra spynelė (https), arba svetainės IP adresas)	3
20.4.	Apsvarstau, ar gauta informacija atitinka su tuo, ką žinojau iki šiol	4
20.5.	Tikrinu, ar svetainėje pateiktos nuorodos į pateikiamos informacijos šaltinius	5
20.6.	Įvertinu autoriaus kompetencijas ir turinio publikavimo ketinimus	6
20.7.	Paklausiu kitų žmonių, ar jie yra lankęsi toje svetainėje	7
20.8.	Patikrinu, ar svetainė turi savo nustatytas elgesio (komentavimo) taisykles	8
20.9.	Neatlieku nei vieno iš aukščiau nurodytų veiksmų	9

Ar per pastaruosius tris mėnesius Jūs:

Nr.		Taip	Ne
21.1.	Esate kreipęsis į žiniasklaidos priemonę dėl Jūsų manymu netinkamo turinio (informacijos, reklamos ar pan.)	1	2
22.2.	Esate kreipęsis į žiniasklaidos priežiūros institucijas dėl Jūsų manymu netinkamo turinio (informacijos, reklamos ar pan.)	1	2

21a. Ar žiniasklaidos priemonėse Jums yra tekę susidurti su „netikromis naujienomis“ (angl. fake news)?

1. Taip
2. Galbūt
3. Ne

21b. Ar Jums teko internete pastebėti „netikrų naujienų“ (angl. fake news)?

1. Taip
2. Ne

Jei taip bent vienas

21c. Ar per pastaruosius 12 mėnesių susidūrėte su situacija, kuomet patikėjote naujiena, kuri paskui paaiškėjo esanti netikra (išskyrus balandžio – 1 osios žiniasklaidos pokštus)?

1. Taip
2. Ne

Ar žinote, kad už Jūsų sukurtą turinį internete (komentarai, nuomonės ir pan.) gali kilti teisinė atsakomybė?

Taip	Ne	Nenorėčiau atsakyti
1	2	98

Kiek sudėtinga ar lengva Jums paprastai yra... (įvertinkite Skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „labai sudėtinga“, 5 reiškia „labai lengva“)

Nr.		1 – Labai sudėtinga	2	3	4	5 – Labai lengva
23.1.	Suprasti sudėtingus tekstus, tokius kaip technines instrukcijas arba specializuotus straipsnius pirmą kartą, kai juos skaitote	1	2	3	4	5
23.2.	Parašyti sudėtingus tekstus, tokius kaip darbo/mokslo laiški ar ataskaitos, kurie turi būti išdėstyti aiškia logine struktūra	1	2	3	4	5
23.3.	Konkrečiai apibrėžti informaciją, reikalingą išspręsti problemai/užduočiai, susijusiai su darbu ar studijoms	1	2	3	4	5
23.4.	Tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, kurią surinkote siekdami išspręsti darbo/mokslo problemą	1	2	3	4	5

4 Tema. Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimas

Kiek Jūs sutinkate su žemiau pateiktais teiginiais apie Lietuvos žiniasklaidą? Vertinkite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“.

Nr.		1 – Visiškai nesutinku 5 – Visiškai sutinku				
		1	2	3	4	5
24.1.	Lietuvos žiniasklaida siekia informuoti visuomenę apie vykstančius įvykius	1	2	3	4	5
24.2.	Lietuvos žiniasklaida siekia daryti įtaką gyventojų nuomonei	1	2	3	4	5
24.3.	Lietuvos žiniasklaida siekia įbauginti visuomenę	1	2	3	4	5
24.4.	Lietuvos žiniasklaida siekia šviesti gyventojus tam tikromis temomis, suteikti žinių	1	2	3	4	5
24.5.	Lietuvos žiniasklaidos priemonėse daug dėmesio skiriama pramoginiam ir laisvalaikio turiniui	1	2	3	4	5

Kiek Jūs sutinkate su žemiau pateiktais teiginiais? Vertinkite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“

Nr.		1 – Visiškai nesutinku 5 – Visiškai sutinku				
		1	2	3	4	5
25.1.	Aš sugebu kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose	1	2	3	4	5
25.2.	Lietuvos žiniasklaidos priemonėse pastebiu užsienio šalių bandymų daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams	1	2	3	4	5
25.3.	Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų kalba	1	2	3	4	5
25.4.	Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių lenkų kalba					
25.5.	Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus					
25.6.	Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos, nepriklausomos	1	2	3	4	5
25.7.	Lietuvos žiniasklaidos priemonėse mažai kokybiško produkto intelektualiam piliečiui	1	2	3	4	5
25.8.	Esu pastebėjęs poveikio bandymų (pvz. cenzūros) Lietuvos žiniasklaidos priemonėse	1	2	3	4	5
25.9.	Aš aktyviai naudojuosi socialiniais tinklais	1	2	3	4	5

Demografiniai klausimai

D1. Lytis:

1. Vyras
2. Moteris

D2. Amžius: _____

D3. Išsimokslinimas:

1. Aukštasis / neb. aukštasis
2. Aukštesnysis / vidurinis / spec. vidurinis
3. Nebaigtas vidurinis

D4. Pajamos, tenkančios vienam namų ūkio nariui per mėnesį:

1. Iki 200 Eur
2. 201–300 Eur
3. 301–500 Eur
4. 501–700 Eur
5. 701–1000 Eur
6. Daugiau nei 1000 Eur

D5. Pagrindinis užsiėmimas:

1. Aukščiausio, vidutinio lygio vadovas
2. Specialistas, tarnautojas
3. Darbininkas, techninis darbuotojas
4. Smulkus verslininkas
5. Ūkininkas
6. Bedarbis
7. Pensininkas
8. Studentas, moksleivis
9. Namų šeimininkė

D6. Šeiminė padėtis:

1. Nevedęs / netekėjusi
2. Vedęs / ištekėjusi, gyvena neregistruotoje santuokoje
3. Kita

D7. Gyvenamoji vieta:

1. Vilnius
2. Kaunas
3. Klaipėda
4. Šiauliai
5. Panevėžys
6. Kitas miestas (rajono centras)
7. Miestelis arba kaimo tipo vietovė

D8. Apskritis

1. Vilniaus
2. Kauno
3. Klaipėdos
4. Šiaulių
5. Panevėžio
6. Alytaus
7. Marijampolės
8. Telšių
9. Utenos

10. Tauragės

D8. Kokia kalba yra Jūsų gimtoji?

1. Lietuvių
2. Rusų
3. Lenktų
4. Kita (įrašykite) _____

D9. Kokias kitas kalbas jūs gerai mokate (be didesnių pastangų galite skaityti žiniasklaidą, žiūrėti filmus ir pan.)?

1. Rusų
2. Lenkų
3. Anglų
4. Vokiečių
5. Prancūzų
6. Ispanų
7. Italų
8. Kita (įrašykite) _____