



Strategija. Efektyvumas. Vertė

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimo metodika

Vykdytojas

UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“

2016, Vilnius

Užsakovas: Lietuvos Respublikos kultūros ministerija
Vykdytojas: UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“

Kontaktai pasiteiravimui:

Darius Dulskis,
UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“
(darius@ekt.lt)

Turinys

Turinys.....	3
Įvadas	4
1 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo samprata ir politika.....	5
1.1 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo samprata	5
1.2 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo politika Europos Sąjungoje.....	6
2 Žiniasklaidos naudojimo raštingumo tyrimai: Europos Sąjungos ir Lietuvos patirtis.....	9
2.1 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimai Europos Sąjungoje	9
2.2 Lietuvos patirtis žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimų srityje	15
3 Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo metodika	17
3.1 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo koncepcija Lietuvoje	17
3.2 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimo metodas	21
3.3 Tyrimo imtis ir atranka.....	23
3.4 Klausimynas žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimui.....	25
3.5 Duomenų analizė ir rezultatų panaudojimas: pilotinio tyrimo pavyzdys	26
3.6 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo organizavimas ir tęstinumas	28
4 Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vertinimo kriterijų stebėjimas	31
Naudota literatūra.....	34
P R I E D A I	35

Priedas Nr. 1. Išsamusis klausimynas

Priedas Nr. 2. Bazinis klausimynas

Priedas Nr. 3. Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimo rodiklių skaičiavimas

Priedas Nr. 4. Pilotinio Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimo rezultatai

Įvadas

Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo metodika (toliau – Metodika) parengta 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“.

Žiniasklaidos priemonėse pateikiami vaizdai, garsai ir pranešimai yra itin galingas tikrovės pakaitalas, todėl vis plačiau pripažįstama, kad greta tradicinio raštingumo būtina ugdyti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas apima gebėjimą efektyviai ieškoti ir rasti, kritiškai vertinti ir atsakingai naudoti spaudoje, radijo ir televizijos laidose, kino filmuose, internete ir kitokiais būdais pateikiamą informaciją. Šis raštingumo procesas suprantamas kaip pasirengimas bei gebėjimas kritiškai mąstyti ir vertinti viešojoje erdvėje esančią informaciją, puoselėjant sąmoningumą, pilietinę ir kultūrinę brandą bei socialinius įgūdžius.

Šios Metodikos tikslas – pateikti metodines gaires, kuriomis vadovaudamasi Lietuvos Respublikos kultūros ministerija gebėtų reguliariai organizuoti žiniasklaidos naudojimo raštingumo matavimo tyrimus Lietuvoje ir įvertinti Lietuvos gyventojų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo kaitą. Ši metodika parengta remiantis Europos Komisijos 2011 m. galutine tyrimo ataskaita „Žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymas ir tikslinimas“, Europos Komisijos inicijuotų tyrimų apie žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą rezultatais ir rekomendacijomis, kitose Europos Sąjungos valstybėse įgyvendintų tyrimų apžvalga, Lietuvoje 2013 m. vykdyto tyrimo rezultatais.

Metodiką sudaro keturi skyriai ir priedai. Pirmajame Metodikos skyriuje pristatoma žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo samprata ir politika. Antrasis Metodikos skyrius skirtas žiniasklaidos naudojimo raštingumo tyrimams aptarti. Šiame skyriuje apžvelgiami Europos Sąjungoje ir Lietuvoje atlikti tyrimai ir svarbiausi rezultatai. Trečiame Metodikos skyriuje pristatoma Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo metodika: pateikiama žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo koncepcija ir Lietuvos specifikai pritaikytas modelis, aptariami tyrimo tikslai ir uždaviniai, tyrimo metodas, tyrimo imties bei atrankos principai. Be to, šiame skyriuje įvertinamas žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimo klausimynas bei aptariami tyrimo organizavimo ir tęstinumo aspektai. Ketvirtas skyrius skirtas Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vertinimo kriterijų stebėjimui pristatyti. Metodikos prieduose pateikiami išsamaus ir sutrumpinto Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimo klausimynai.

1 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo samprata ir politika

1.1 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo samprata

Išsamus žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo (angl. media literacy) apibrėžimas pirmą kartą sukurtas Aspeno žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo konferencijoje¹, kuomet raštingas žiniasklaidos priemonių naudotojas apibrėžtas kaip gebantis „pasiiekti, analizuoti, vertinti ir kurti tiek spausdintinę, tiek elektroninę žiniasklaidą“. Šiandieniniame globaliame pasaulyje, kur žiniasklaidos galia ir įtaka visuomenei vis didėja, žmogus privalo būti išprusęs, gebantis kritiškai vertinti ir interpretuoti visuomenėje vykstančius procesus bei gaunamą informaciją. Žiniasklaida tampa pagrindiniu informacijos apie politinius, ekonominius, kultūrinius bei ugdymo procesus šaltiniu. Žiniasklaidos tekstuose dažnai dera keletas „kalbų“ arba komunikacijos formų – vaizdai (nejudantys arba judantys), garsai (įvairūs garsai, muzika ir kalba), rašytinė kalba, todėl žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo ugdymas siekia išugdyti plačią kompetenciją, susijusią ne tik su spauda, bet ir su kitomis minėtomis simbolinėmis vaizdu ir garsų sistemomis.

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tikslas – gilinti žmonių žinias apie daugybę žiniasklaidos pranešimų ir formų, su kuriais jie susiduria kasdiniame gyvenime. Šis raštingumas turėtų padėti piliečiams atpažinti, kaip žiniasklaida filtruoja jų suvokimą ir įsitikinimus, keičia populiariąją kultūrą bei daro įtaką asmeniniams pasirinkimams. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas – tai gebėjimas kritiškai vertinti gaunamą informaciją ir savarankiškai ją kurti bei kūrybiškai spręsti problemas, kurias inspiruoja žiniasklaidos priemonėmis gaunama įvairaus pobūdžio informacija.

Žiniasklaidos pranešimai – tai įvairiomis ryšių formomis perduodamos (pristatomos) programos, filmai, vaizdai, tekstai, garsai ir interneto svetainės. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas atlieka svarbų vaidmenį plačiau informuojant ir skatinant susidomėjimą audiovizualiniu paveldu ir kultūrine tapatybe bei gilinant žinias apie naujausius kultūros kūrinius. Šiandienos informacinėje visuomenėje žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas yra susijęs su įtrauktimi ir pilietiškumu. Demokratija grindžiama aktyviu piliečių dalyvavimu bendruomenės gyvenime. Tapę raštingi žiniasklaidos priemonių naudojimo srityje piliečiai įgytų įgūdžius, reikalingus kasdienio informacijos srauto, platinamo įvairiose žiniasklaidos priemonėse, suvokimui. Šie įgūdžiai svarbūs įvairaus amžiaus, išsilavinimo asmenims bei skirtingų profesijų atstovams.

Lietuviškos žiniasklaidos priemonės – plačiai auditorijai lietuvių kalba informaciją perteikiantys žiniasklaidos kanalai, apimantys tradicines žiniasklaidos priemones, tokias kaip televizija, radijas, internetas ir spauda.

¹ 1992 m., gruodžio 7-9 dienomis vykusio konferencija išskėlė žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą į JAV švietimo ugdymo darbotvarkę. Tai pirmoji konferencija JAV, sukviesti svarbiausius šioje srityje dirbančius asmenis su tikslu sukurti bendrą žiniasklaidos raštingumo naudojimo apibrėžimą ir strateginius planus jam ugdyti.

Remiantis Griunvaldo² deklaracija, **žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas apibrėžiamas šiais aspektais:**

- ▶ žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas yra susijęs su visomis žiniasklaidos sritimis, įskaitant vaizdinę žiniasklaidą (filmus, televiziją, video įrašus), radiją ir muzikos įrašus, spausdintą žiniasklaidą (ypač laikraščius ir žurnalus) ir skaitmeninės komunikacijos technologijas;
- ▶ žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas yra susijęs su mokymu ir mokymusi apie žiniasklaidą;
- ▶ žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tikslai apima kritinio mąstymo ir aktyvaus dalyvavimo vystymą.

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas apima visas žiniasklaidos priemones.

Ši metodika remiasi galiojančiu Europos Komisijos apibrėžimu dėl žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo:

Žiniasklaidos raštingumas apima gebėjimą efektyviai ieškoti ir rasti, kritiškai vertinti ir atsakingai naudoti spaudoje, radijo ir televizijos laidose, kino filmuose, internete ir kitokiais būdais pateikiamą informaciją. Šis raštingumo procesas suprantamas, kaip pasirengimas bei gebėjimas kritiškai mąstyti ir vertinti viešojoje erdvėje esančią informaciją puoselėjant sąmoningumą, pilietinę ir kultūrinę brandą ir socialinius įgūdžius.

1.2 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo politika Europos Sąjungoje

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo politikos plėtra Europoje jau senokai domisi Europos Komisija (toliau – EK), o 2007 m. pradėjo ją plėtoti nuosekliai. Tais pačiais metais EK, siekdama sukurti bendrąją audiovizualinio sektoriaus rinką, paskelbė Komunikatą dėl žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo³. Be to, buvo priimta Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva⁴, kurioje nustatytos tarpvalstybinės reklamos taisyklės ir pateikta paramos Europos kinui programa MEDIA 2007⁵.

2012 m. EK Europos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo konsorciumui (toliau – EMEDUS) iškėlė užduotį parengti rekomendacijas⁶, kaip žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo ugdymą įtraukti į privalomą mokymo programą Europos mokyklose. Keletą metų vyko įvairi parengiamoji veikla ir 2014 m. gegužės mėn. Paryžiuje įsikūrusioje UNESCO (angl. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)⁷ būstinėje įvyko pirmasis Europos žiniasklaidos ir informacijos raštingumo forumas.

² Griunvaldo deklaracija (Grunwald Declaration) buvo pasirašyta Vokietijos Federalinėje Respublikoje, 1982m. sausio 22d., tarptautiniame UNESCO pasitarime. UNESCO paskelbė deklaraciją, kuri pateikė loginį pagrindą žiniasklaidos raštingumo ugdymo poreikio ir aktualumo svarbai pagrįsti, pabrėžiant žiniasklaidos galingumą ir reikšmingumą šiuolaikinėse visuomenėse.

³ IP/07/1970

⁴ <http://www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/08/803&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

⁵ <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/169&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

⁶ http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/About_EAVI/eavi%202014%20media%20literacy%20eu%20policy%20recommendations.pdf

⁷ Jungtinių Tautų švietimo, mokslo ir kultūros organizacija, įkurta Jungtinėse Tautose 1945 m., siekianti skatinti bendradarbiavimą tarp skirtingų tautų švietimo, mokslo, kultūros ir komunikacijų srityse

Ekspertai iš Europos ir kitų žemynų aptarė informaciją, surinktą iš 27 šalių, dalijosi patirtimi ir parengė rekomendacijų projektą. Jame pateikti bendrieji pasiūlymai, kaip gerinti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo ugdymą Europos šalyse. UNESCO apibrėžė **tikslus, kokias kompetencijas siekiama vystyti ugdant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą:**

- ▶ Gebėti pasiekti, įvertinti, sukurti ir išplatinti turinį naudojantis technologijomis;
- ▶ Suprasti, žinoti savo teises ir atsakomybes žiniasklaidos priemonėms pažeidžiant piliečių laisvę ir nepriklausomybę;
- ▶ Suprasti informacijos teikėjų ir žiniasklaidos priemonių vaidmenį bei funkcijas ir sąlygas, kaip tos funkcijos yra vykdomos;
- ▶ Gebėti sukurti žinias ir jas išplatinti žinant, kaip pasinaudoti ir pritraukti informacijos teikėjus saviraiškos ir pilietinio dalyvavimo skatinimui.

Žemiau pateikiama lentelė, kurioje aprašyti EK išleisti dokumentai žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vystymo srityje.

Lentelė 1. Oficialūs EK dokumentai žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vystymo srityje

Metai	Data	Autorius	Pavadinimas
2008	Vasaris	Europos parlamentas	Europos Tarybos parlamentinės asamblėjos Rekomendacija 1799 (2007) dėl moterų reklamos įvaizdžio.
	Gegužė	Europos taryba	Tarybos gegužės 22-tosios išvados dėl europietiško požiūrio į žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą skaitmeninėje erdvėje.
	Spalis	Europos Sąjunga	Regionų komiteto nuomonė dėl žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo ir kūrybiško turinio internete
	Lapkritis-Gruodis	Europos Komisija	Darbinis dokumentas ir rekomendacijos iš skaitmeninio raštingumo aukšto lygio ekspertų grupės e-Įtrauktis.
2009	Liepa	Europos taryba	Ministrų komiteto rekomendacija valstybėms narėms dėl priemonių, siekiant apsaugoti vaikus nuo žalingo turinio ir elgesio bei skatinti juos aktyviai dalyvauti naujos informacijos ir komunikacijų aplinkoje.
	Rugpjūtis	Europos Komisija	EK rekomendacija dėl žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo skaitmeninėje aplinkoje tam, kad audiovizualinis ir turinio sektorius taptų konkurencingesnis ir būtų sukurta atvira žinių visuomenė.
	Lapkritis	Europos Taryba	Tarybos išvados dėl žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo skaitmeninėje erdvėje.
2010	Kovas	Europos Taryba	Tarybos rezoliucija dėl intelektualinių autorių teisių vidinėje rinkoje.
	Gegužė	Europos Sąjunga	Regionų komiteto nuomonė apie regionines perspektyvas vystant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą ir žiniasklaidos išsilavinimo politiką Europos Sąjungos edukacinėje politikoje.
	Gegužė	Europos Komisija	Komunikatas Europos parlamentui, Europos ekonominių ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui dėl Skaitmeninės Europos darbotvarkės.
2011	Liepa	Europos Komisija	Filmų raštingumas Europoje, studija apie esamas praktikas Europoje žiniasklaidos raštingumo srityje.
2012	Vasaris	Europos institucijų tinklas	EMEDUS, Europos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo studija (European Media Literacy Education Study). Projektas apie žiniasklaidos išsilavinimą Europoje.

Metai	Data	Autorius	Pavadinimas
2013	Balandis	Europos Komisija	EK išleido Žaliąją knygą: „Pasirengimas visiškam audiovizualinės aplinkos integravimui: augimas, kūrimas ir vertybės.“
2015	Vasaris	Europos Komisija	EK bandomoji iniciatyva vertinant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygius (EC Pilot Initiative).
2016	Gegužė	Europos Komisija	Atnaujintos Europos Sąjungos audiovizualinio sektoriaus taisyklės, kuriomis siekiama sukurti visiems dalyviams tinkamesnę aplinką, remti Europos filmus, apsaugoti vaikus ir griežčiau kovoti su neapykantos kurstymu.

Kiti svarbiausi ne Europos Sąjungos dokumentai, susiję su žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumu pateikti lentelėje žemiau.

Lentelė 2. Svarbiausi ne ES išleisti dokumentai

Dokumentas	Tikslas
Griunvaldo deklaracija (1982) ⁸	Pripažįstama būtinybė skatinti piliečių kritinį požiūrį į komunikacijos reiškinių.
Aleksandrijos deklaracija (2005) ⁹	Informacinis raštingumas ir mokymasis visą gyvenimą įvardijami kaip esminiai informacinės visuomenės komponentai, lemiantys jos vystymąsi, klestėjimą ir laisvę, skatina socialinę įtrauktį visose tautose.
UNESCO Paryžiaus darbotvarkė (2007) ¹⁰	Pateikiama dvylika rekomendacijų, kaip skatinti žiniasklaidos ir informacinį raštingumą (mokymą).
Pasaulinio partnerystės aljanso žiniasklaidos ir informacinio raštingumo srityje programa bei veiksmų planas (2013) ¹¹	Patvirtinta Aljanso programa bei veiksmų planas. Taip pat buvo įsteigtas vienuolikos žmonių (po du iš kiekvieno regiono) iniciatyvinis komitetas.

EK rekomendacijoje (2009) dėl „Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo skaitmeninėje aplinkoje tam, kad audiovizualinis ir turinio sektorius taptų konkurencingesnis ir būtų sukurta atvira žinių visuomenė“, **žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas laikomas viena iš būtinų aktyvaus ir visaverčio pilietiškumo sąlygų, kad būtų užkirstas kelias socialinei atskirčiai ir sumažintas tokios atskirties pavojus.**

⁸ http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF

⁹ http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=20891&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

¹⁰ http://unesco.lt/images/stories/articles_files/Paris_Agenda_2007.pdf

¹¹ http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/gapmil_framework_and_plan_of_action.pdf

2 Žiniasklaidos naudojimo raštingumo tyrimai: Europos Sąjungos ir Lietuvos patirtis

2.1 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimai Europos Sąjungoje

2007 m. EK paskelbus Komunikatą dėl žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo, buvo siekiama, kad šalys narės imtų vykdyti daugiau ir platesnius tyrimus šioje srityje. Vieni išsamiausių tyrimų ES mastu, kurie EK iniciatyva buvo įgyvendinti 2010 m. ir 2011 m.:

- ▶ **Tyrimas dėl vertinimo kriterijų, skirtų nustatyti žiniasklaidos raštingumo naudojimo lygį** (angl. Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels in Europe, EAVI. Final Report. 2010);
- ▶ **Žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymas ir tikslinimas** (angl. Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy in Europe. Final Report. April 2011).

Tyrimas dėl vertinimo kriterijų, skirtų nustatyti žiniasklaidos raštingumo naudojimo lygį

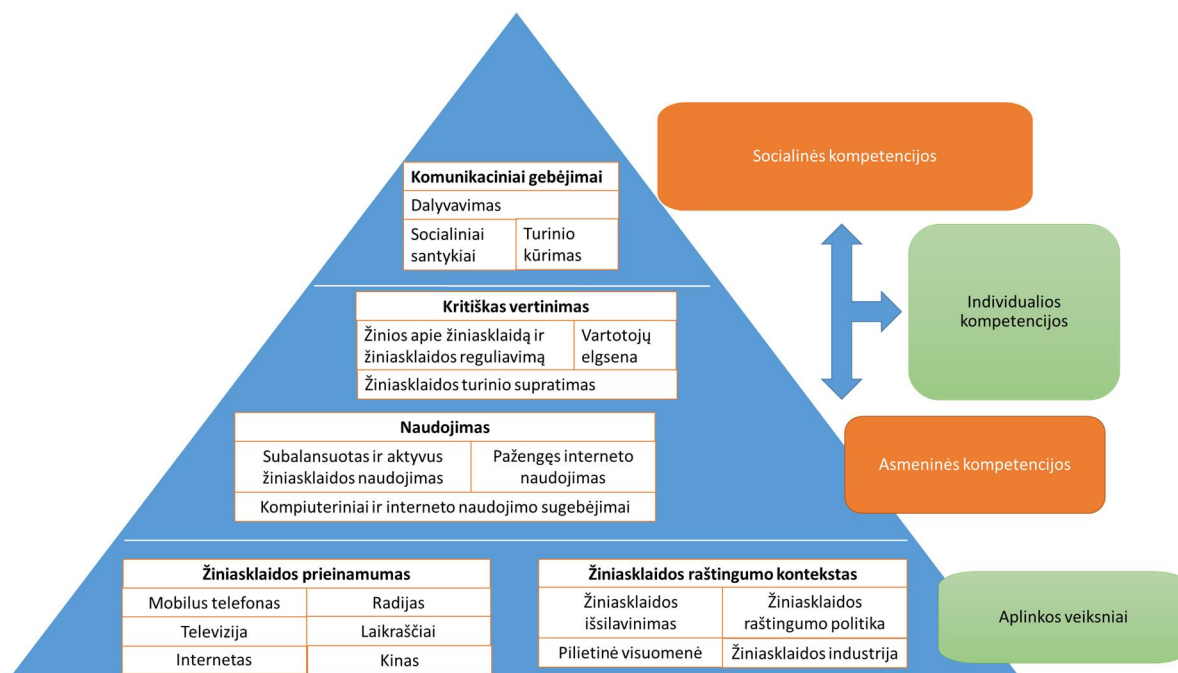
Tyrimas dėl vertinimo kriterijų, skirtų nustatyti žiniasklaidos raštingumo naudojimo lygį (2010 m.) yra svarbiausias Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo metodikai, kadangi tai pirmasis tyrimas Europos Sąjungos mastu, kuris detalizavo žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo koncepciją ir nustatė kriterijus, skirtus žiniasklaidos raštingumui matuoti.

Šio tyrimo uždaviniai:

- ▶ Suteikti supratimą, kaip žiniasklaidos raštingumo lygiai turėtų būti vertinami Europos Sąjungos šalyse narėse;
- ▶ Padėti EK įgyvendinti įsipareigojimą suteikti informaciją apie žiniasklaidos priemonių raštingumo naudojimo situaciją valstybėse narėse;
- ▶ Pateikti rekomendacijas, kaip galima realizuoti konkrečias žiniasklaidos priemonių raštingumo politikas Europos lygiu.

Šiuo tyrimu buvo siekiama išanalizuoti, suskaičiuoti bei išmatuoti žiniasklaidos raštingumo lygius Europos Sąjungoje. Tyrime dalyvavo 27 Europos Sąjungos šalys narės. Tyrimo metu buvo pasiūlytas modelis, kuriuo remiantis galima apibūdinti ir analizuoti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas išskaidytas į tris sudėtines dalis, kurioms įtakos turi skirtingos kompetencijų grupės. Žemiau pateikiamas tyrime pristatytas modelis.

Paveikslas 1. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo kriterijai



Šaltinis: Vertinimo kriterijų žiniasklaidos raštingumo naudojimo lygiui nustatyti tyrimas (EAVI, 2010)

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vertinimo modelyje (Paveikslas 1) matyti, kad raštingumui įtakos turi asmeninės ir socialinės kompetencijos.

Asmenines kompetencijas sudaro:

- ▶ **Naudojimas** – tai individualūs techniniai gebėjimai naudotis žiniasklaidos priemonėmis, tokie kaip kompiuteriniai ir interneto naudojimo sugebėjimai, subalansuotas ir aktyvus žiniasklaidos priemonių naudojimas bei pažengęs interneto naudojimas.
- ▶ **Kritiškas vertinimas** – supratimo ir interpretacijos gebėjimai, tokie kaip žinios apie žiniasklaidą ir jos reguliavimą, vartotojų elgsena sąveikaujant su žiniasklaidos priemonėmis bei paties žiniasklaidos turinio suvokimas.

Socialines kompetencijas sudaro:

- ▶ **Komunikaciniai gebėjimai** – gebėjimai užmegzti ir palaikyti ryšius naudojantis žiniasklaidos priemone. Šie gebėjimai gali būti plačiau išskirstomi į tokias sudedamąsias dalis, kaip socialinių santykių palaikymas, gebėjimas kurti turinį ir dalyvavimas socialinėje erdvėje.

Kita sudedamoji modelio dalis – **aplinkos veiksniai**. Aplinkos veiksniai tai išorinė, nuo asmeninių savybių nepriklausanti, sudedamoji žiniasklaidos priemonių raštingumo dalis, kuri skatina arba apsunkina individualių žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo kompetencijų vystymąsi. Aplinkos veiksnius sudaro:

- ▶ **Žiniasklaidos prieinamumas** – šis prieinamumas skirstomas į tokius kanalus kaip mobilusis telefonas, televizija, internetas, laikraštis ir kinas.

- ▶ **Žiniasklaidos raštingumo kontekstas** – šis kontekstas skirstomas į tokias sritis kaip žiniasklaidos raštingumo politika, žiniasklaidos industrija, pilietinė visuomenė ir žiniasklaidos išsilavinimas.

Įgyvendintas tyrimas atskleidė, kad Europoje žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygiai skiriasi. Šiaurinės šalys, ypač Skandinavija, kuriose vyrauja aukštas išsilavinimo lygis ir sąlyginai maža populiacija, demonstruoja aukštus žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygius. Centrinės Europos šalys, sudarančios daugumą Europos Sąjungos populiacijos, patenka į vidutinį raštingumo lygį, o pietų ir rytų Europos šalys siekia gana ribotą žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį.

Šis tyrimas svarbus tuo, kad jo metu buvo sukurti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vertinimo pagrindai – tai yra, nustatyti kriterijai, kuriais remiantis galima vertinti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį. Remiantis pasiūlytu modeliu bei požiūriu į žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo sudėtines dalis ir vadovaujantis 2011 m. EK iniciatyva buvo įgyvendintas išsamesnis ir gilesnis tyrimas, skirtas žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymui ir tikslinimui.

Žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymo ir tikslinimo tyrimas

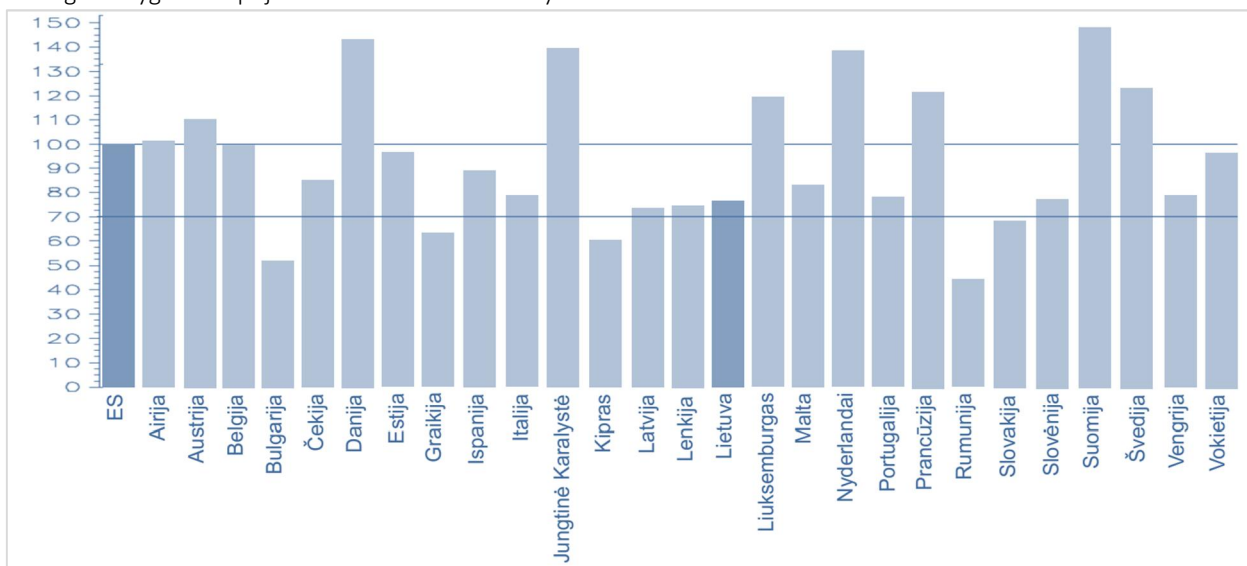
Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymo ir tikslinimo tyrimas (2011) siekė patikrinti ir patikslinti ankstesnio tyrimo modelyje pateikiamus kriterijus bei statistinių jų validumą. Šio tyrimo tikslas – įvertinti teorinį ir praktinį žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo modelio, pasiūlyto 2010 m. validumą ir suteikti EK patobulintą įrankį, skirtą įvertinti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį skirtingose šalyse ir jas tarpusavyje palyginti. Tyrime dalyvavo ES-27 šalys bei trys Europos ekonominei erdvei priklausančios valstybės (Islandija, Lichtenšteinas ir Norvegija).

Naudojant vieningą tyrimo klausimyną, buvo atlikta 16-74 metų amžiaus gyventojų apklausa tiriamose šalyse. Buvo tiriamos trys žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo sritys:

- ▶ Žiniasklaidos priemonių naudojimo įgūdžiai (priemonių įvairovė ir dažnumas),
- ▶ Kritiškas vertinimas, apimantis klausimus apie pasitikėjimą skirtingomis žiniasklaidos priemonėmis, sąmoningumą dėl skirtinguose informacijos šaltiniuose pateikiamos informacijos, žiniasklaidos priemonėse pateikiamų žinučių įtakos, asmeninį žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vertinimą bei žinias apie žiniasklaidos priemonių reguliavimą,
- ▶ Komunikaciniai gebėjimai (turinio kūrimas).

Tyrimo metu buvo apskaičiuoti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodikliai. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad Lietuvoje, lyginant su kitomis tyrime dalyvavusiomis šalimis, žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygis - vidutinis – Lietuva užima 15-tą vietą tarp 29 tyrime dalyvavusių valstybių.

Paveikslas 2. Procentine išraiška išskaidytos valstybės narės dalyvavusios žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio Europoje matavimo ir tikslinimo tyrime

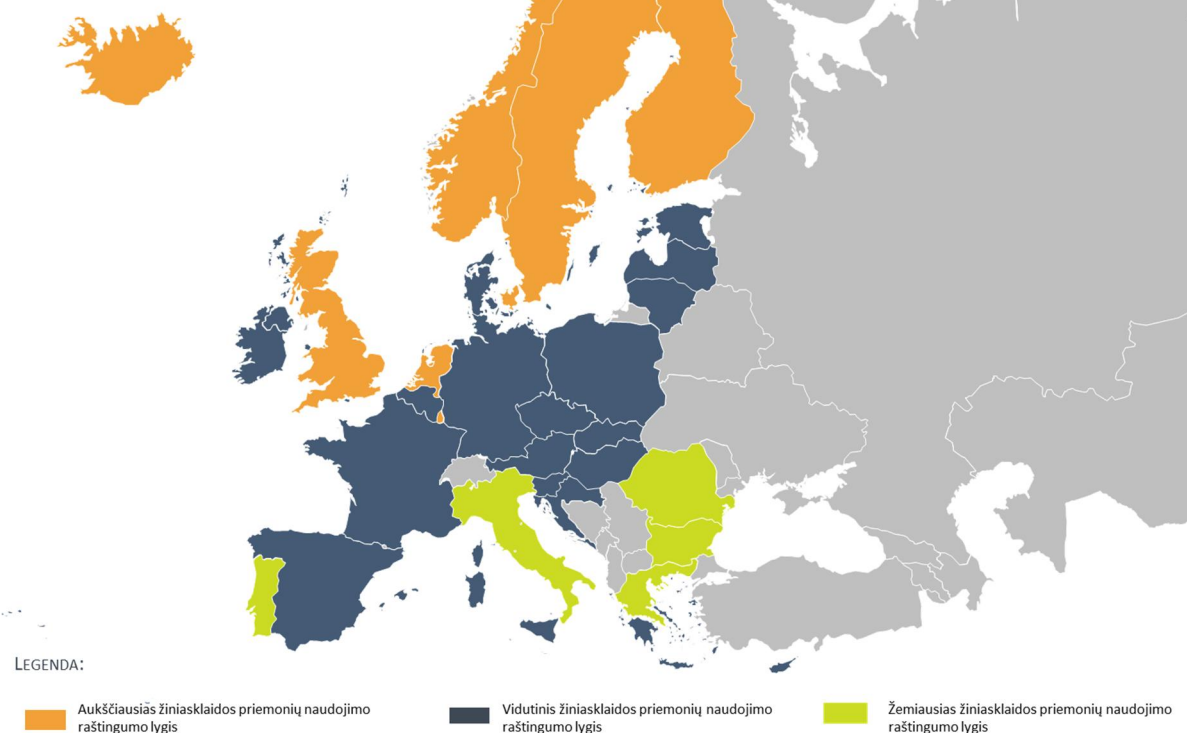


Šaltinis: Žiniasklaidos priemonių naudojimo ir informacinis raštingumas Lietuvoje: Laikas keisti požiūrį (2014)

Šiame tyrime dalyvavusios valstybės narės buvo padalintos į grupes skirstant jas į aukštą, vidutinį ir žemą žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį (Paveikslas 3).

Paveikslas 3. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymo ir tikslinimo tyrimo rezultatai pagal Europos Sąjungos valstybes-nares

ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NAUDOJIMO RAŠTINGUMO LYGIO
EUROPOJE
MATAVIMO KRITERIJŲ NUSTATYMO IR TIKSLINIMO
TYRIMAS (2011)



Šie du, skyriuje aptarti EK inicijuoti tyrimai – pagrindinės ir pirmosios centralizuotos iniciatyvos Europos Sąjungos mastu pasiūlyti metodiką žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumui tirti ir jį įvertinti skirtingose šalyse. Po šių EK iniciatyvų šioje srityje tiek nacionaliniu, tiek Europos Sąjungos lygiu buvo įgyvendinta ir daugiau tyrimų.

Europos Pilotinės iniciatyvos projektų apžvalga: Austrija, Danija, Rumunija

2014 m. EK drauge su žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo ekspertų grupe (angl. Media Literacy Experts Group)¹² paskatino pilotinę iniciatyvą, kurią sudarė Europos Sąjungos valstybių-narių savarankiški pilotiniai projektai.¹³ Valstybių dalyvavimas buvo grindžiamas tik savanoriška iniciatyva. Pradinį susidomėjimą šia iniciatyva išreiškė devynios valstybės. Negaudamos jokios finansinės paramos iš EK pusės į projektą įsitraukė Austrija, Belgija, Olandija, Norvegija, Rumunija, Slovakija, Ispanija ir Lietuva (tyrimą atliko Lietuvos Žurnalistų Sąjunga). EK Briuselyje organizavo grupės susitikimus, kurių metu dalyviai turėjo palankią progą pasikeisti idėjomis ir įvertinti savo veiklos procesus bei eigą. Tuo pačiu projekto dalyviai individualiai konsultavosi veiklos koordinavimo bei reikiamos paramos klausimais.

Projekto dalyvės atliko bandomąsias užduotis. Kitos šalys – Danija, Vokietija ir Portugalija, tokias susijusias problemas, kaip žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo kompetencijų pakartotinas įvertinimas ar

¹² <http://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetail&groupID=2541>

¹³ Paolo Celot, Assessing Media Literacy Levels in Europe and the EC Pilot Initiative (2015), http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/About_EAVI/assessing.pdf

kokybinis tyrimas siekiant apskaičiuoti žiniasklaidos priemonių naudojimą apskritai, sprendė savarankiškai. Parengta metodinė medžiaga yra pakankamai išsami ir plati, todėl kitos, čia nepaminėtos šalys, jau savarankiškai įsitraukė į tolesnius darbus vertindamos visuomenės raštingumą naudojantis žiniasklaidos priemonėmis.

EK pilotinė iniciatyva įgalino išbandyti teorinius modelius ir egzistuojančius įrankius. Tačiau metodologijos, kuri buvo sukurta ankstesnių studijų metu, įrankiai turėjo būti patobulinti atsižvelgiant į nacionalinius skirtumus ir besikeičiantį žiniasklaidos pobūdį. Nors pagrindiniai sugebėjimai ir kriterijai išliko tie patys (techniniai ir kognityviniai sugebėjimai), tačiau specifiniai pakeitimai buvo neišvengiami kuriant naujus matavimo įrankius, pvz.: klausimynus apklausoms. Tyrimus įgyvendinusios šalys rėmėsi EK pasiūlytomis bendromis metodinėmis gairėmis, kuriose pateiktos tik bendros rekomendacijos ir palikta laisvė šalims pačioms apsispręsti dėl tyrimo metodų pasirinkimo ar tyrimo organizavimo specifikos. Kadangi tyrimų pobūdis kiekvienoje valstybėje buvo skirtingas, todėl ne visų šalių tyrimų rezultatai gali būti lyginami tarpusavyje.

Šalys matavo arba individualias kompetencijas (žiniasklaidos priemonių naudojimo sugebėjimus, kritišką vertinimą ir komunikacinius gebėjimus), arba aplinkos veiksnius (žiniasklaidos išsilavinimą, politiką, žiniasklaidos industriją bei pilietinę visuomenę). Toliau pateikiama apibendrinta 3 Europos Sąjungos šalių, įgyvendinusių tyrimus žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo srityje, apžvalga. Tyrimai ir šalys pasirinktos įvertinus jų išsamumą, apimtį ir ataskaitų kokybę.

Austrija

Šioje šalyje vykdytas pilotinis žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo savęs įsivertinimo projektas įtraukė mokinius ir mokytojus. Klausimai tyrimui buvo parinkti remiantis 25 rekomenduotais klausimais iš jau vykdyto tyrimo „Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymas ir tikslinimas“ (2011).

Papildomai buvo sukurtas žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumui skirtas vadovėlis. Mokytojai ir mokiniai buvo pakviesti išbandyti prototipines užduotis, paremtas 21 individualia kompetencija, ir pranešti apie rezultatus. Užduotys holistiškai sujungtos su minėta 21 kompetencija, mokymo programa bei išsilavinimu žiniasklaidos priemonių naudojimo srityje. Centriniai minėto vadovėlio aspektai - kritiškas mąstymas, kūrybiškas mąstymas, žiniasklaidos gamyba ir dalyvavimas.

Danija

Danijos pilotinio projekto tikslas – identifikuoti ir prioretizuoti elementus, kurie tiesiogiai susiję ir gali būti įtraukti į pilną, išsamų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo įvertinimo tyrimą šalyje bei pasiūlyti metodus, kurie būtų naudojami tokia tyrimo. Preliminarus tyrimas paremtas egzistuojančia literatūra, žiniomis, statistika bei papildomais tyrimais ir kokybinėmis studijomis. Tyrimas Danijoje apjungia egzistuojančią statistiką apie prieigą prie žiniasklaidos priemonių turint naujus kokybinius duomenis. Kokybinis tyrimas buvo atliktas apilankant 20 šeimų, gyvenančių 5-iuose skirtinguose šalies regionuose. Tyrimo rezultatai leido daryti prielaidą, kad skirtingos asmeninio ir šeimyninio gyvenimo, išsilavinimo,

kultūrinių charakteristikų ir su žiniasklaida susijusių patirčių sąsajos turi įtaką žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo gebėjimams.

Rumunija

Remdamasi EK pilotinės iniciatyvos metodika ar gairėmis Rumunija sukūrė išsamų klausimyną, vertinantį kritinius sugebėjimus bei informacijos patikimumą. Rumunijos Švietimo ministerija išplatino klausimyną 209-ioms mokykloms, kurios savarankiškai įgyvendino tyrimą. Iš viso buvo apklausta – daugiau nei 31 tūkst. 15-19 metų amžiaus mokinių. Klausimyne daugiausia dėmesio buvo skiriama informacijos šaltiniams, jų naudojimo įvertinimui bei žiniasklaidos reguliavimui. Be to, papildomai buvo tirtas vartotojų elgesys susidūrus su žiniasklaidos turiniu. Tyrimo rezultatai atskleidžia, kad jaunimas teikia pirmenybę internetui lyginant su televizija, o muzika pirmauja renkantis žiniasklaidos turinį. Vertinant jaunimo pasitikėjimo žiniasklaida lygį matyti, kad Rumunijos studentai ja pasitiki tik iš dalies.

Apibendrinant atliktą apžvalgą ryškėja, kad Europos Sąjungos šalyse atliekami įvairaus pobūdžio žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimai. Paprastai didesnis dėmesys yra skiriamas ankstesnių EK tyrimuose pasiūlytų modelių patikrinimui, tačiau ne visada buvo tiriama visa šalies populiacija – keliuose tyrimuose dėmesys buvo skiriamas tik moksleivių žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo įvertinimui.

2.2 Lietuvos patirtis žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimų srityje

EK pilotinės iniciatyvos tyrimai sutampa su iki šiol Lietuvoje vykdytais tyrimais, konkrečiau, su 2006 m. Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministro įsakymu patvirtintu projektu „Informacinis raštingumas mokykloje 9 – 11 klasėse“, kurio esmė – plėtoti bendrojo lavinimo mokyklos mokinių informacinį raštingumą per įvairių dalykų pamokas. Projekto tikslas – parengti ir išbandyti mokymo apie visuomenės informavimo procesus integruojamą programą, kuri plėtotų mokinių informacinį raštingumą, skatintų mokinių kritinį mąstymą ir gebėjimą racionaliai vertinti ir naudotis žiniasklaida, internetu ir kitais informacijos, reklamos bei pramogų šaltiniais. 2007 m. projektas pradėtas praktiškai įgyvendinti penkiolikoje Lietuvos mokyklų. Šio projekto rezultatai: sukurtos ir išbandytos 34 informacinio raštingumo pamokos, skirtos reklamai, žiniasklaidai, internetui, televizijai ir kinui. Projekto pamokos 2007–2008 mokslo metais išbandytos 9–10 klasėse (753 mokiniai), o 2008–2009 mokslo metais – 9–11 klasėse (783 mokiniai). Iš viso projekte dalyvavo 1536 mokiniai.

Kaip jau buvo minėta, Lietuva dalyvavo EK organizuotoje pilotinėje iniciatyvoje. Lietuvos žurnalistų sąjunga Kultūros ministerijos užsakymu 2013 m. atliko tyrimą apie žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą. Tai vienas pirmųjų tyrimų, siekusių stiprinti piliečių sąmoningumą vertinant strateginę žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo svarbą Lietuvoje. Iki tol reikšmingesnių reprezentatyvių apklausų šiuo klausimu atlikta nebuvo. Minėto tyrimo tikslai – išanalizuoti skirtingų visuomenės informavimo priemonių (televizijos, radijo, interneto, spaudos) funkcijas, jų pokyčius 2010–2013 m., įvertinti atitinkamų visuomenės informavimo priemonių poveikį visuomenės nuomonės formavimuisi ir viešumui. Be to, buvo siekta aptarti ir išanalizuoti Lietuvos gyventojų gebėjimus naudotis skirtingomis visuomenės informavimo priemonėmis, suprasti ir kritiškai vertinti įvairius žiniasklaidos ir žiniasklaidos turinio aspektus bei

gebėjimus užmegzti ryšius įvairiuose kontekstuose ir kurti žiniasklaidos turinį. Pasirenkant tyrimo metodą buvo pasinaudota ankstesnėmis EK studijomis, susijusiomis su žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumu adaptuojant EK parengtą klausimyną. Naudojantis šiuo klausimynu buvo apklausti 1002 respondentai nuo 18 iki 75 metų amžiaus. Remiantis atlikto tyrimo rezultatais, buvo parengtos rekomendacijos dėl žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo ugdymo priemonių:

- ▶ Būtinai aiškesnis teisinis reglamentavimas, apibrėžiantis visuomenės dalyvavimą, teises ir pareigas kuriant naujų formų žiniasklaidos turinį.
- ▶ Lietuvos žiniasklaidos veiklą reglamentuojančiuose įstatymuose būtina konkrečiai apibrėžti socialinės žiniasklaidos vaidmenį ir funkcijas viešosios komunikacijos lauke, jos santykį su tradicine žiniasklaida.
- ▶ Didėjant viešosios komunikacijos svarbai būtina inicijuoti įstatymų pataisas, susijusias su visuomenės informaciniu raštingumo ugdymu.
- ▶ Sukurti ir įdiegti bendrus žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vertinimo kriterijus ir rodiklius, leidžiančius išmatuoti ir stebėti informacinio raštingumo plėtros ypatumus.
- ▶ Įtraukti į žiniasklaidos raštingumo proceso plėtrą visų lygių žiniasklaidos atstovus kaip partnerius ir subjektą, kuris turi keistis ir atitikti laikmečio reikalavimus.
- ▶ Užtikrinti pastovią žiniasklaidos stebėseną, tyrimus, kuriant žiniasklaidos naudojimo duomenų bazę, padėsiančią stebėti žiniasklaidos raštingumo plėtrą ir teikti rekomendacijas žiniasklaidos raštingumo ugdymo programų tobulinimui.
- ▶ Kartu su ŠMM sukurti ir įdiegti trijų lygių žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo ugdymo sistemą, kuri sudarytų sąlygas žinių ir gebėjimų lygio unifikavimui.
- ▶ Įtraukti į mokymo įstaigų programas žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo ugdymo dalyką.
- ▶ Pradėti aktyvią informacinio raštingumo kampaniją vienu metu visais lygiais: švietimo-studijų-kompetencijų kėlimo, kadangi visur susiduriama su panašiomis problemomis.
- ▶ Atkreipti dėmesį į jautrias visuomenės grupes, kurių raštingumas turi būti plėtojamas sudarant atskiras programas (nepilnamečiai, neįgalieji ir kt.).
- ▶ Būtina sukurti šalies žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo portalą, kuris suteiktų pagrindinę informaciją ir grįžtamąjį ryšį.
- ▶ Įtraukti visuomenines ir kitas organizacijas, vykdančias panašias iniciatyvas, ir sukurti bendrą žiniasklaidos raštingumo tinklą virtualioje erdvėje ir ne tik.
- ▶ Remti informacinio raštingumo plėtrą projektine veikla ir taip įgyvendinti pagrindinius europinius prioritetus.
- ▶ Organizuoti viešųjų renginių ciklą (seminarai, konferencijos) pristatant visuomenei žiniasklaidos raštingumo svarbą ir jo būtinumą modernios visuomenės raidoje.
- ▶ Valstybė turi inicijuoti institucinę žiniasklaidos raštingumo ugdymo priežiūrą, siekdama, kad įgyvendinant meta-raštingumo tikslą, visuose lygiuose būtų užtikrinta reikiama proceso kokybė.

3 Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo metodika

3.1 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo koncepcija Lietuvoje

Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo metodika parengta remiantis EK 2011 m. galutine tyrimo ataskaita „Žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymas ir tikslinimas“¹⁴, EK inicijuotų tyrimų apie žiniasklaidos naudojimo raštingumą rezultatais ir rekomendacijomis, kitose Europos Sąjungos valstybėse įgyvendintų tyrimų apžvalga ir 2013 m. Lietuvoje vykdyto tyrimo rezultatais.

Šios Metodikos tikslas – pateikti metodines gaires, kuriomis vadovaudamasi Lietuvos Respublikos kultūros ministerija gebėtų reguliariai organizuoti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimus Lietuvoje ir įvertinti Lietuvos gyventojų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo kaitą.

Lietuvos išskirtinumas žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo kontekste

Sudarant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo metodiką Lietuvai, ekspertų grupėje¹⁵ buvo aptartas Lietuvos išskirtinumas žiniasklaidos priemonių naudojimo srityje ir apibrėžti du svarbiausi specifiniai aspektai, į kuriuos rekomenduojama atsižvelgti įgyvendinant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimą:

- ▶ Tautinės mažumos.
- ▶ Informaciniai karai (propaganda).

Tautinės mažumos

Paskutinio Lietuvos Respublikos gyventojų ir būsto surašymo¹⁶ duomenimis, 2011 m. Lietuvoje gyveno 154 tautybių gyventojai. Šalyje buvo 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. Palyginti su 2001 m. surašymu, tautinė sudėtis pakito nežymiai.

Nors lietuviai sudaro didžiąją daugumą Lietuvos gyventojų, tautinės mažumos sudaro beveik 16 procentų, iš kurių didžiausios tautinių mažumų grupės – lenkai ir rusai. Tiriant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą Lietuvoje svarbu būtų atsižvelgti į šių gyventojų grupių žiniasklaidos priemonių naudojimo specifiką: informacijos kalbą, priemones. Be to, svarbu įvertinti ir šios gyventojų grupės nuomonę apie tai, kiek jiems reikalinga ir svarbi jų gimtąja kalba Lietuvos žiniasklaidos priemonėse pateikiama informacija. Remiantis 2016-ųjų metų sausio-vasario mėnesiais Šiaurės ministrų tarybos biuro Lietuvoje atliktu kokybiniu tyrimu „Lietuvių ir nelietuvių medijų vartojimo įpročiai“¹⁷, kurio tikslas - pažinti tautinių bendrijų jaunimo žiniasklaidos vartojimo įpročius ir ypatumus Lietuvoje, tautinių bendrijų atstovai naujienų (žinių)

¹⁴ http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/Publications/study_testing_and_refining_ml_levels_in_europe.pdf

¹⁵ Ruošiant metodiką buvo atliktos konsultacijos su ekspertais iš kultūros, reklamos ir žiniasklaidos planavimo sričių.

¹⁶ http://osp.stat.gov.lt/documents/10180/217110/Lietuvos_gyventojai_2011.pdf/8321a3c1-c8b9-4468-825c-52a7b753f281

¹⁷ http://www.norden.lt/uploads/files/dir26/dir1/5_0.php

vartojimui dažniau renkasi lietuvių kalbą. Vis dėl to tautinių mažumų tarpe pramoginio turinio žiniasklaidos rusų kalba vartojimas yra ypač populiarus. Žiniasklaida rusų, lietuvių kalbomis dominuoja ir lenkakalbėse bendruomenėse – Šalčininkuose lenkų jaunimo atstovai teigė beveik nevartojantys lenkiškos žiniasklaidos. Lenkų kalbos jie neišskyrė ir kaip svarbaus etniškumo aspekto: šeimose dažnai yra bendraujama rusiškai, o ne lenkiškai. Remiantis tyrimo įžvalgomis galima daryti prielaidą, kad rusiškos žiniasklaidos priemonės ir/arba informacija rusų kalba yra svarbi daliai Lietuvos visuomenės, o informacijos šia kalba naudojimas gali turėti įtakos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumui. Neskyrus pakankamai dėmesio tautinių bendrijų integracijai į Lietuvos politinę, informacinę bei kultūrinę erdvę, nesustiprinus pilietinio ugdymo mokyklose tautinės mažumos mokomąją kalbą bei neformaliojo švietimo įstaigose, suteikiama galimybė kai kurioms šalims aktyviai veikti prieš Lietuvos valstybę, silpninti tautinių bendrijų pasitikėjimą Lietuva manipuliuojant Lietuvos istorijos faktais. Todėl, vykdant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimus Lietuvoje, būtina įtraukti ne tik klausimus, susijusius su žiniasklaidos priemonėmis rusų ir lenkų kalbomis, bet ir apklausti Lietuvoje gyvenančias tautines mažumas sudarant galimybę į tyrimo klausimus atsakyti jų gimtąja kalba.

Informaciniai karai (propaganda)

Remiantis Žurnalistų Etikos Inspektoriatas 2014 m. veiklos ataskaita, artimose šalyse vykstant kariniams veiksams, Lietuvos žiniasklaida ir visuomenė jau 2013 m. patyrė informacinio karo poveikį. Informaciniuose karuose dažnai susiduriama su sunkumais – informacinių atakų paveiktos mažiausiai reglamentuotos ir sudėtingiausios prižiūrimos visuomenės informavimo sritys: retransliuojama produkcija, socialinė žiniasklaida (internetas), knygos. Ta proga prisiminta, kas yra propaganda, dezinformacija ir, koks jų poveikis visuomenei.

Informacinis karas yra suprantamas kaip visuma informacinio pobūdžio priemonių, kurių pagalba siekiama padaryti įtaką didelės grupės žmonių sąmonei, pakeisti žmonių individualų ir kolektyvinį tikrovės suvokimą. Iš vienos pusės stengiamasi primesti žmonėms tokius suvokimo stereotipus ir galimus elgesio modelius, kurie naudingi agresoriui ir, atitinkamai, žalingi agresoriaus priešininkui. O iš kitos pusės besiginančioji pusė, imasi adekvačių informacinio poveikio priemonių, neutralizuojančių žalingą priešininko įtaką ir apsaugančių piliečius nuo žalingo poveikio. Informacinis karas vyksta visose visuomenės ir valstybės gyvenimo sferose – politikoje, ekonomikoje, kultūroje, religijoje, moksle ir t.t. Informaciniame kare naudojamos visos informacijos perdavimo priemonės – televizija, radijas, laikraščiai, internetas, paštas, gandai ir visos kitos masinės informacijos priemonės. Lietuvos Respublikos Konstitucijos 25 straipsnyje skelbiama, kad dezinformacija yra nusikalstama saviraiškos forma, tačiau Lietuvos Respublikos baudžiamajame kodekse nėra numatyta baudžiamoji atsakomybė už tyčinį melagingos informacijos skleidimą. Propagandos ir dezinformacijos nepriskyrimas prie nusikalstamos saviraiškos, Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos taikymo išlygos bei Visuomenės informavimo įstatymo nuostatos iki šiol lemia tai, jog Lietuvos informacinė erdvė gali būti nesunkiai pažeidžiama trečiųjų šalių retransliuojamo turinio. Taigi, informaciniai karai valstybės lygmeniu yra itin svarbus reiškinys. Valstybės saugumo departamentas ir Antrasis operatyvinių tarnybų departamentas prie Krašto apsaugos ministerijos savo 2015 m. veiklos ataskaitose pabrėžia užsienio šalių siekį paveikti Lietuvoje vykstančius procesus skleidžiant dezinformaciją ir propagandą. Reaguodama į šias grėsmes Kultūros Ministerija 2016-2018 metų Strateginiame veiklos plane informacinį karą vertina kaip egzistuojančią grėsmę. Todėl vykdant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimus

Lietuvoje rekomenduotina tirti gyventojų nuomonę ne tiek šiuo klausimu, kiek atsižvelgti į gyventojų gebėjimus kritiškai vertinti žiniasklaidos priemonėse pateikiamą informaciją. Kitaip tariant, šis tyrimas gali atskleisti esamą žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį, o tyrimo rezultatų pagrindu turėtų būti įgyvendinami atitinkami politiniai veiksmai ir sprendimai.

Įgyvendinant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimus Lietuvoje, remiantis ekspertų grupės rekomendacijomis būtina atsižvelgti į šiuos aspektus:

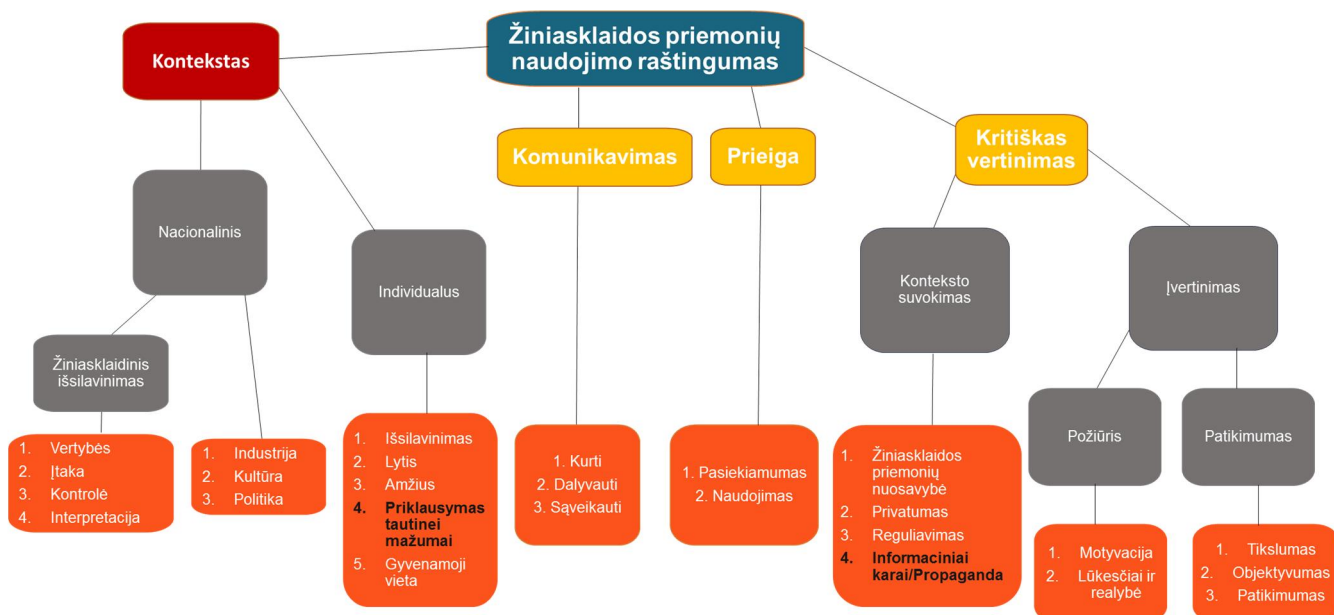
- ▶ Žiniasklaidos priemonių pasiūla,
- ▶ Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumas,
- ▶ Žiniasklaidos priemonėse pateikiamos informacijos turinys ir jo kokybė.

Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo modelis

Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo modelis adaptuotas remiantis Europos Komisijos 2011 m. „Žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymo ir tikslinimo“ tyrimo ataskaitoje pateiktu modeliu bei papildytas lietuviškai specifikai būdingais aspektais – priklausymas tautinei mažumai ir Informaciniai karai/propaganda.

Atsižvelgiant į žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo koncepcijos sudėtingumą, buvo pasirinkti potencialūs socialiniai komponentai, aprašantys dvi pagrindines sudėtines dalis, apibrėžtas kaip individualūs sugebėjimai (kritiškas vertinimas, prieiga ir komunikavimas) ir aplinkos veiksniai. Paveiksle 4 pavaizduoti kontekstai ir kompetencijos, susijusios su žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumu.

Paveikslas 4. Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo išsamusis gebėjimų modelis



Pastaba: Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas (mėlyna spalva) paveiksle pristatomas kaip individualių (geltona spalva) ir nacionalinių kontekstų (raudona spalva) rezultatas

Individualūs gebėjimai (galėti pasiekti, naudoti, suprasti ir kurti turinį) buvo įtraukti į platesnį gebėjimų, didinančių sąmoningumą, gebėjimą kritiškai mąstyti, kūrybiškai spręsti problemas, kurti, bendrauti ir dalyvauti visuomenės gyvenime naudojantis žiniasklaidos turiniu, rinkinį.

Nuo konteksto priklausančių veiksnių rinkinys buvo apibrėžtas kaip veiksnys, darantis įtaką individui tokiais aspektais kaip žiniasklaidinis išsilavinimas, žiniasklaidos politika, kultūra bei vaidmenys, kuriuos atlieka žiniasklaidos industrija, visuomenė ir pan. Šie poveikio aspektais vėliau buvo išvystyti į rodiklius ir juos sudarančius komponentus, kurių tarpusavio ryšiai pavaizduoti Paveiksle 4. Apibendrinant, kontekstas (tiek nacionalinis, tiek individualus) yra asmens žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumui įtaką darantis išorinis veiksnys (Lentelė 3).

Lentelė 3. Nacionalinio ir individualaus kontekstų apžvalga

Nacionalinis kontekstas	Individualus kontekstas
<p><i>Nacionalinis kontekstas</i>, kuris potencialiai gali paveikti asmens žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį apima kultūrą, politiką bei žiniasklaidos industriją.</p> <p>Prie nacionalinio konteksto taip pat priskiriamas <i>žiniasklaidinis išsilavinimas</i> leidžia suprasti žiniasklaidos organizacijų įtaką, įvertinti perduodamų žinučių kontrolės svarbą bei naudotis įrankiais, skirtais šių žinučių interpretacijai ir sugebėti atspėti žiniasklaidos pagalba skleidžiamos informacijos paslėptus motyvus.</p>	<p>Individualus kontekstas, kuris turi įtakos žiniasklaidos priemonių raštingumui, apima vartotojo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ amžių, ▶ išsilavinimą, ▶ lytį, ▶ gyvenamąją vietą, ▶ lietuviškame kontekste – priklausymą tautinei mažumai.

Lentelė 4. Individualūs veiksniai, kurie daro įtaką asmens žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumui

Kritiškas vertinimas	Prieiga	Komunikaciniai gebėjimai
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kognityviniai sugebėjimai, susiję su santykiu tarp individo ir žiniasklaidos turinio ar žinutės. ▶ Tai yra žiniasklaidos priemonių turinio, poveikio, žiniasklaidos priemonių reguliavimo supratimas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Techniniai sugebėjimai susiję su santykiu tarp individo ir žiniasklaidos kaip platformos. ▶ Tai yra sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis, techninis raštingumas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Komunikaciniai ir dalyvavimo įgūdžiai, susiję su santykiu tarp individo ir kitų individų, sukurti per asmeninį žiniasklaidos priemonių naudojimą. ▶ Tai yra, kiek prisidedama prie turinio kūrimo žiniasklaidos priemonėse.

Apibendrinant išskiriami trys pagrindiniai kriterijai – tiriamosios sritys, atspindinčios žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį Lietuvoje nacionaliniu ir regioniniu požiūriu:

- ▶ **Sugebėjimas naudotis** žiniasklaidos priemonėmis, tai yra, techninis raštingumas;
- ▶ **Kritiškas vertinimas**, tai yra, žiniasklaidos priemonių turinio, jo daromo poveikio ir žiniasklaidos priemonių reguliavimo supratimas;
- ▶ **Komunikaciniai gebėjimai**, tai yra, kiek prisidedama prie turinio kūrimo žiniasklaidos priemonėse.

Atsižvelgiant į nacionalinius ir regioninius skirtumus bei tautinę gyventojų sudėtį, įtraukiamas papildomas Lietuvos specifiką atspindintis kriterijus – tiriamoji sritis:

- ▶ **Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimas**, tai yra, gyventojų nuomonė apie Lietuvos žiniasklaidos priemones ir jose pateikiamą turinį.

Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimo tikslai ir uždaviniai

Tyrimo tikslas – nustatyti Lietuvos Respublikos gyventojų žiniasklaidos naudojimo raštingumą.

Tyrimo uždaviniai:

- ▶ Įvertinti, kaip Lietuvos gyventojai sugeba naudotis žiniasklaidos priemonėmis;
- ▶ Įvertinti, ar Lietuvos gyventojai geba kritiškai vertinti žiniasklaidos priemonėse pateiktą informaciją;
- ▶ Atskleisti, kokius komunikacinius gebėjimus turi Lietuvos gyventojai;
- ▶ Iširti, kaip Lietuvos gyventojai vertina lietuviškose žiniasklaidos priemonėse pateikiamą informaciją ir pačias priemones.

Tyrimo tikslinė grupė – 18 – 75 metų amžiaus Lietuvos Respublikos gyventojai. Tyrimo rezultatai turi reprezentatyviai atspindėti skirtingų lyčių, įvairaus amžiaus gyventojų nuomonę. Be to, turi būti įvertintas ir gyvenamosios vietos (miestas ar kaimas) aspektas. Atsižvelgiant į Lietuvos gyventojų tautinę sudėtį, organizuojant žiniasklaidos naudojimo raštingumo matavimo tyrimus rekomenduojama papildomai atsižvelgti į Lietuvoje gyvenančių tautinių mažumų grupę. Tai reiškia, į tyrimo imtį turi patekti Lietuvos gyventojų tautinę sudėtį reprezentatyviai atspindinti tautinių mažumų gyventojų dalis.

3.2 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimo metodas

Atsižvelgiant į žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo Lietuvoje tyrimo tikslą ir uždavinius bei keliamą reikalavimą reprezentatyviai atspindėti Lietuvos gyventojų nuomonę, žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimui pasirenkamas kiekybinis tyrimo metodas – apklausa. Galimi apklausos būdai:

- ▶ Tiesioginė apklausa (interviu);
- ▶ Apklausa telefonu;
- ▶ Internetinė apklausa.

Toliau pateikiama trumpa kiekvieno apklausos būdo tinkamumo žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimui analizė (privalumai ir trūkumai).

Tiesioginė apklausa (interviu)



Tiesioginis interviuotojo kontaktas su respondentu padidina tikimybę, kad klausimynas bus pilnai užpildytas

Išsami apklausa, užduodant daug klausimų

Galimybė platesniu mastu organizuoti atranką į tyrimą, didesnė tikimybė kiekvienam Lietuvos gyventojui galimai dalyvauti tyrime

Palyginti dideli tyrimo kaštai

Ilgesnis tyrimo organizavimo ir vykdymo laikas

Apklausa telefonu



Palyginti nedideli tyrimo kaštai

Tinkama trumpoms apklausoms, kuomet klausimyną sudaro 4-5 klausimai

Tinkamas metodas, kuomet būtų daromas trumpasis tyrimas

Dėl didelio ir išsamaus klausimų kiekio, didelė nebaigtos apklausos (interviu) dalis

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimui naudojama anketa per ilgą telefoninę apklausą.

Naudojant siūlomą klausimyną, apklausos telefonu trukmė būtų 20-22 min.

Į tyrimo imtį gali pakliūti tik mobilaus ryšio vartotojai

Apklausa internetu



Palyginti žemi tyrimo kaštai

Galimybė greitai gauti rezultatus

Tinkamas apklausos būdas, kuomet šalyje plačiai paplitęs interneto vartojimas (daug gyventojų turi prieigą)

Tyrimo dalyvauti gali tik tie, kurie naudojami internetu. Vadinasi, žemesnį žiniasklaidos priemonių naudojimo lygį turintys Lietuvos gyventojai neturi galimybės dalyvauti tyrime, o tyrimo dalyviai - aukštesnio lygio žiniasklaidos priemonių naudotojai. Rezultatai tokiu atveju būtų nereprezentatyvūs

Apibendrinant galimus apklausos būdus, matyti, kad, vykdant išplėstinį Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio nustatymo tyrimą, apklausa telefonu negalima dėl ilgos apklausos trukmės, apklausa internetu neįtrauktų žemesnį žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą turinčių gyventojų, tai yra, būtų apklausti aukštesnį žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą turintys asmenys. Atsižvelgiant į iškeltą tyrimo tikslą ir uždavinius bei klausimyno ilgį manoma, kad tiesioginė apklausa (interviu) žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimui Lietuvoje tinka labiausiai.

3.3 Tyrimo imtis ir atranka

Imtis – tai iš generalinės visumos tyrimui atrinktų asmenų grupė. Generalinė visuma – tai tiriamoji populiacija. Pavyzdžiui, generalinė visuma – visi Lietuvos Respublikos gyventojai, o imtis – tam tikra šalies gyventojų dalis, atrinkta žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimui.

Imties dydis tyrimui gali būti nustatomas naudojant tiek statistinius, tiek ir nestatistinius metodus, tačiau tyrimo imtis turi būti tokia, kad reprezentuotų tikslinę grupę. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimo tikslinė grupė – Lietuvos Respublikos gyventojai.

- ▶ Taikant **nestatistinius** imties nustatymo metodus (tai yra, taikant patogumo, kvotinę, ekspertinę, sniego gniūžtės atranką), imtis laikoma pakankama, jei ją suklasifikavus pagal tam tikras požymių grupes (pavyzdžiui, lytį, amžių, gyvenamąją vietą), kiekvienoje grupėje bus po 100 respondentų ir tai proporcingai atitiks gyventojų visumą. Praktikoje tai reiškia, kad kuo daugiau požymių norima išskirti (ir vėliau pagal juos analizuoti gautus tyrimo duomenis), tuo didesnė turi būti imtis. Didesnė imtis turi įtakos ir didesnei tyrimo kainai.
- ▶ Taikant **statistinius** imties dydžio nustatymo metodus (tai yra, taikant paprastą, sisteminę, stratifikuotą, klasterinę, vietovės, daugiapakopę atrankos būdą), reikia įvertinti atrankos paklaidos dydį (tradiciskai paklaidos ribos laikomos ± 3 proc.) ir patikimumo laipsnį (tradiciskai naudojamas 95 proc. patikimumo laipsnis). Imties dydis taikant šiuos du kriterijus apskaičiuojamas taikant matematinės formules arba pasinaudojus internete esančiomis imties nustatymo skaičiuoklėmis pavyzdžiui, <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>).

Svarbiausias reikalavimas duomenų imčiai – jos reprezentatyvumas, tai yra, imtis turi teisingai atspindėti galimų tiriamojo požymio reikšmių proporcijas populiacijoje. Todėl nustatant imties dydį, reikia atsižvelgti į šiuos aspektus:

- ▶ Generalinės visumos dydį, tai reiškia, kad esant kuo didesnei populiacijai, tuo didesnė turi būti imtis;
- ▶ Analizės vienetų skaičių, tai reiškia, kuo daugiau analizės vienetų („pjūvių“, kuriais norima bus analizuoti duomenis), tuo didesnė turi būti imtis;
- ▶ Siekiamo tikslumo lygmenį (paklaidos dydį). Kuo mažesnės paklaidos norima, tuo didesnės imties reikia;
- ▶ Siekiamo patikimumo laipsnį (lygmenį), kuris parodo, kad tikroji reikšmė bus pasirinkto intervalo ribose. Praktikoje tai reiškia, kad kuo didesnis pageidautinas patikimumo laipsnis, tuo didesnė turi būti imtis.

Pavyzdžiui, žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrime, į klausimą „kaip dažnai per pastaruosius mėnesius žiūrėjote televizorių?“, 45 proc. respondentų atsakė „kasdien“. Tai reiškia, kad jei šį klausimą užduotumėte visiems Lietuvos gyventojams, „kasdien“ atsakytų tarp 42 proc. ir 48 proc. gyventojų.

Patikimumo laipsnis reiškia, kokia dalis visos populiacijos iš tikrųjų pasirinktų šį atsakymą. Esant 95 proc. Patikimumo laipsniui, galime būti tikri, kad 95 proc. visos populiacijos pasirinktų šią atsakymo alternatyvą.

Kaip jau minėta, daroma prielaida, kad Lietuvoje gyvenančios tautinės mažumos gali turėti skirtingus žiniasklaidos priemonių naudojimo įpročius, be to, gali skirtis lietuvių tautybės asmenų ir tautinių mažumų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumas. Todėl, siekiant patikrinti šią hipotezę, atranką reikia organizuoti taip, kad į imtį patektų proporcinga Lietuvoje gyvenančių tautinių mažumų dalis. Tai galima daryti dviem būdais:

- ▶ Atsižvelgiant į esamus Lietuvos statistikos departamento duomenis apie gyventojų tautinę sudėtį, tyrimo imtį proporcingai turi sudaryti visų Lietuvoje gyvenančių tautybių atstovai. Pavyzdžiui, 2011 m. Lietuvos Respublikos gyventojų ir būsto surašymo duomenimis, šalyje 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. Šių proporcijų reikėtų laikytis ir sudarant tyrimo imtį. Tikėtina, kad praktikoje tai įgyvendinti gali būti sudėtinga, todėl tautinių mažumų grupė galėtų būti neskaidoma pagal atskiras tautybes, o laikomasi tokios tyrimo imties proporcijos: bendrą tyrimo imtį turėtų sudaryti 84 proc. lietuvių tautybės ir 16 proc. tautinėms mažumoms priklausantys asmenys. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad šiuo atveju duomenys galėtų būti analizuojami ir interpretuojami tik kaip bendrą Lietuvos gyventojų nuomonę atspindintys rezultatai, o smulkesni analizės pūrviai būtų riboti dėl galimai didelės paklaidos.
- ▶ Siekiant atskirai ištirti Lietuvoje gyvenančių tautinių mažumų atstovų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį rekomenduojama organizuoti atskirą tyrimą, kurio metu būtų apklausiami tik tautinių mažumų atstovai. Tokiu atveju, tyrimo imtis būtų sudaroma remiantis šalyje esamu tautinių mažumų skaičiumi ir atsižvelgiant į šių grupių gyvenamosios vietos geografiją. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad tokiu atveju rekomenduotina parengti klausimyną papildomai rusų ir lenkų kalbomis. Tyrimo rezultatams atskleidus esminius žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo skirtumus, tokį tyrimą rekomenduojama pakartotinai atlikti po 3 metų. Tautinių mažumų specifikai neišryškėjus, žiniasklaidos priemonių naudojimo lygio raštingumui pakaktų bendro Lietuvos gyventojų tyrimo.

Apibendrinant būtina pabrėžti, kad, atliekant Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimą, rekomenduojama bendra tyrimo imtis – ne mažiau 1500 respondentų:

- ne mažiau nei 1000 respondentų reprezentatyvi imtis bei
- papildoma, ne mažiau nei 500 pagrindinių tautinių mažumų atstovų (rusų ir lenkų tautybės nuolatinių Lietuvos Respublikos gyventojų) imtis.

Atliekant Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimą, tyrimo atranka turėtų būti tokia: pagrindiniame reprezentatyviame tyrime turėtų būti naudojama daugiapakopė stratifikuota tikimybinė atranka, kuri turi būti parengta taip, kad kiekvienas Lietuvos gyventojas turėtų vienodą tikimybę būti apklaustas.

Papildoma imtis turėtų būti konstruojama naudojant kvotinę atranką (tautybės kvotą). Papildoma apklausa gali būti atliekama ne visoje Lietuvoje, o kompaktiškai tautinių mažumų atstovų gyvenamosiose teritorijose,

pavyzdžiui, rusų tautybės asmenų Vilniaus, Klaipėdos bei Visagino miestuose; lenkų tautybės asmenų – Vilniaus miestuose bei Vilniaus, Šalčininkų, Švenčionių ir Trakų savivaldybėse.

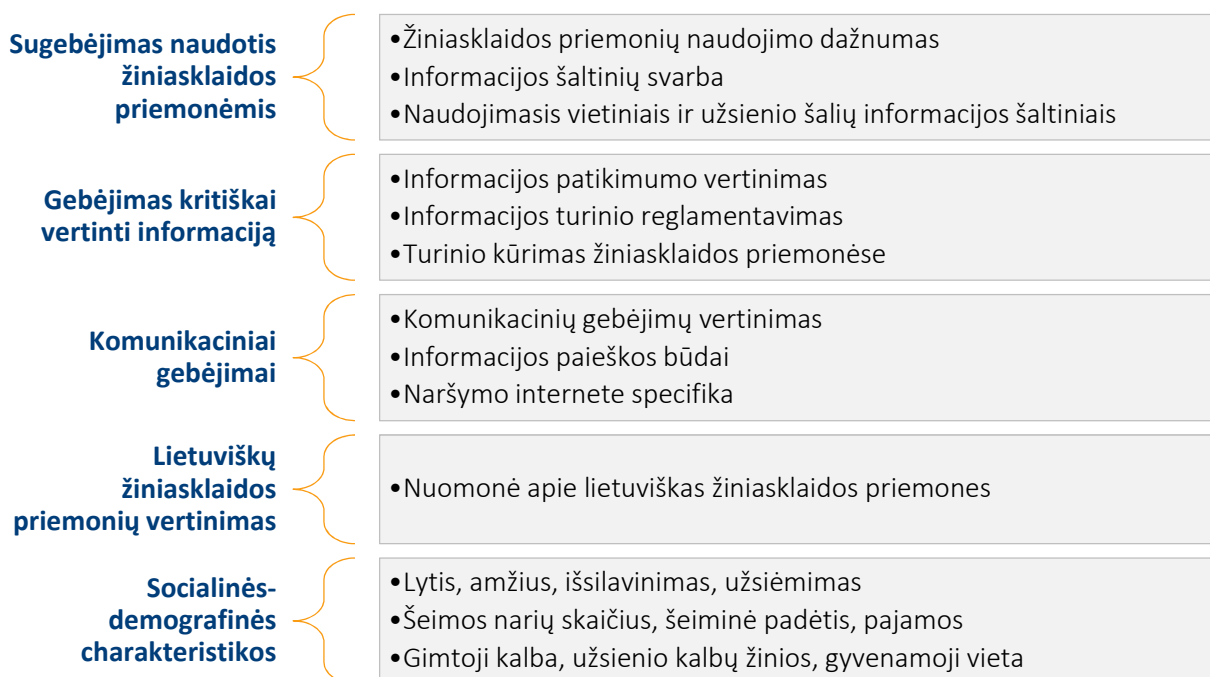
3.4 Klausimynas žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimui

Sudarant klausimyną žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimui Lietuvoje remtasi EK ataskaitoje „Žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymas ir tikslinimas“ pateikta klausimyno metodologija. Klausimynas Lietuvai papildytas šalies specifikai būdingais klausimais. Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo klausimyną sudaro tokios dalys:

- ▶ Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis;
- ▶ Gebėjimas kritiškai vertinti informaciją;
- ▶ Komunikaciniai gebėjimai;
- ▶ Lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimas;
- ▶ Socialinės-demografinės charakteristikos.

Žemiau esančiame paveiksle pateiktos sudedamosios klausimyno dalys ir pagrindinės tiriamos sritys.

Paveikslas 5. Klausimyno sudedamosios dalys ir pagrindinės tiriamosios sritys



Atsižvelgiant į žiniasklaidos priemonių naudojimo tyrimo klausimyno ilgį ir sudėtingumą bei Europos Komisijos 2011 m. tyrimo „Žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymas ir tikslinimas“ ataskaitoje pateiktas rekomendacijas, sudarytas supaprastintas žiniasklaidos priemonių naudojimo tyrimo klausimynas. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimą rekomenduojama vykdyti tokiu reguliarumu:

- ▶ Kas 5 metus atlikti išsamų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimą, naudojant pilną klausimyną (Priedas 1);

- ▶ Kas metus atlikti bazinį tyrimą (trumpasis klausimyno variantas) (Priedas 2).

Siekiant, kad būtų galima palyginti skirtingu metu atliktų tyrimų rezultatus, kaskart turi būti laikomasi vienodų principų:

- ▶ Naudojamas tas pats klausimynas, tai yra, naudojamos tos pačios klausimų formuluotės, atsakymų alternatyvos ir vertinimo skalės;
- ▶ Laikomasi vienodų imties ir atrankos nustatymo principų;
- ▶ Taikomas tas pats apklausos metodas;
- ▶ Tyrimai turi būti atliekami panašiu laikotarpiu.

3.5 Duomenų analizė ir rezultatų panaudojimas: pilotinio tyrimo pavyzdys

Rengiant Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo metodiką, buvo atliktas pilotinis tyrimas¹⁸. Šio tyrimo tikslas – patikrinti Lietuvos specifikai pritaikytą išplėstinį klausimyną, tai yra, lietuviškas klausimų formuluotes, Lietuvos specifikai būdingus klausimus, įvertinti klausimų supratimą, apklausos trukmę. Tyrimo imtis – 54 respondentai, todėl šio pilotinio tyrimo duomenys naudojami tik žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodiklių skaičiavimui iliustruoti ir negali būti vertinami kaip reprezentatyvūs realią žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo situaciją Lietuvoje atspindintys skaičiai.

Pagrindiniai reikalavimai Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimo duomenų analizei:

- ▶ Atliekant duomenų analizę, turi būti taikomi daugiamatės statistikos metodai (naudojant SPSS ar kitą statistinių duomenų analizės programą);
- ▶ Tyrimo rezultatų analizėje turi būti pateikti statistiškai reikšmingų skirtumų aprašymai, tyrimo apibendrinimai bei išvados;
- ▶ Statistinėse lentelėse ir grafikuose tarp analizuojamų respondentų grupių ir požymių turi atsispindėti statistiškai reikšmingi skirtumai bei nurodyti statistinio patikimumo testai. Aprašomi kintamųjų ryšiai turi būti pagrįsti koreliacijos koeficientu arba neparametrinio kriterijaus (χ^2) testu.

Kartu su duomenų analize tyrimo rezultatų ataskaitoje turėtų būti pateikta techninė tyrimo įgyvendinimo ataskaita, tai yra:

- ▶ pateikti lauko darbų atlikimo techniniai aprašymai, detalizuojant visos imties skaičių (angl. total gross sample size), įskaitinį imties skaičių (angl. valid gross sample size), faktišką apklaustųjų (angl. net response) skaičių, atsisakiusiųjų dalyvauti apklausoje skaičių, atsisakymo priežastis;
- ▶ aptartos apklausėjams iškilusios problemos ir jų sprendimai;
- ▶ detalizuotas dalyvavusių ir nedalyvavusių respondentų tyrime pasiskirstymas faktiniais skaičiais ir procentais;
- ▶ aprašyta, kokių priemonių (žingsnių) imtasi siekiant sumažinti neatrankines (angl. non-sampling error) klaidas.

¹⁸ Pilotinis tyrimas atliktas 2016 m. gruodžio mėn. Tyrimą atliko UAB „Spinter tyrimai“.

Apibendrinant, Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimo duomenys gali būti analizuojami dviem aspektais:

- ▶ Atliekama bendra tyrimo duomenų analizė ir rezultatų analizė pagal socialines-demografines charakteristikas (atsižvelgiant į statistiškai reikšmingus skirtumus). Apibendrintos pilotinio tyrimo rezultatų lentelės pateikiamos Priede 4.
- ▶ Apskaičiuojami žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą Lietuvoje atspindintys rodikliai. Išsamus rodiklių skaičiavimo aprašymas remiantis pilotinio tyrimo pavyzdžiu pateiktas Priede 3. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad Lietuvos kontekstui pritaikytame klausimyne ne visi klausimai traukiami į žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodiklių skaičiavimą. Kiti, į rodiklių skaičiavimą netraukiami klausimai, yra skirti žiniasklaidos priemonių naudojimo Lietuvoje tendencijoms ir pokyčiams tirti bei Lietuvos gyventojų žiniasklaidos priemonių naudojimo elgsenai atskleisti.

Lentelė 5. Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodikliai: 2016 m. pilotinio tyrimo rezultatai

Rodikliai	Rodiklių vidurkiai*	Rodiklį sudarantieji komponentai	Rodiklį sudarančių komponentų vidurkiai	Rodiklį pagrindžiantys klausimai (klausimo numeris klausimyne)
Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis	74,3	1. Kompiuterinio raštingumo gebėjimai	81,5	11
		2. Subalansuotas ir aktyvus žiniasklaidos priemonių naudojimas	64,6	1, 12.1, 12.2, 12.5, 12.6, 12.7
		3. Pažengusio lygmens interneto vartojimas	76,9	12.8, 12.9, 12.10, 12.15
Kritiškas vertinimas	51,7	1. Žiniasklaidos turinio ir jo veikimo supratimas	48,7	3, 4, 6, 19, 23, 25.1
		2. Supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą	73,7	7, 22, 25.7
		3. Vartotojų elgsena	32,6	5, 13, 14, 15, 16, 20
Komunikaciniai gebėjimai	24,4	1. Socialiniai santykiai	56,5	12.11, 12.13
		2. Pilietiškas dalyvavimas	16,1	9, 10, 10a, 12.12, 21
		3. Turinio kūrimas	0,7	8, 12.3, 12.4
Lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimas	41,3	1. Tautinių mažumų įvertinimas	38,0	25.3, 25.4
		2. Informacinės grėsmės	29,0	24, 25.2
		3. Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumas	25,9	25.5, 25.6, 25.8

*Rodikliai apskaičiuoti remiantis 2016 m. pilotinio tyrimo rezultatais. Pabrėžtina, kad šio pilotinio tyrimo rezultatai nėra reprezentatyvūs, jie naudojami tik rodiklių skaičiavimui iliustruoti ir neatspinti Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo.

Reguliariai atliekant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimą, galima stebėti šių rodiklių dinaminę kaitą – kaip kinta sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis, ar keičiasi kritiškas

vertinimas ir komunikaciniai gebėjimai šalyje. Šiuos Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodiklius galima būtų palyginti su analogiškais kitų Europos Sąjungos šalių žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodikliais (jei yra taikoma EK rekomendacijomis paremta tyrimo metodika).

3.6 Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo organizavimas ir tęstinumas

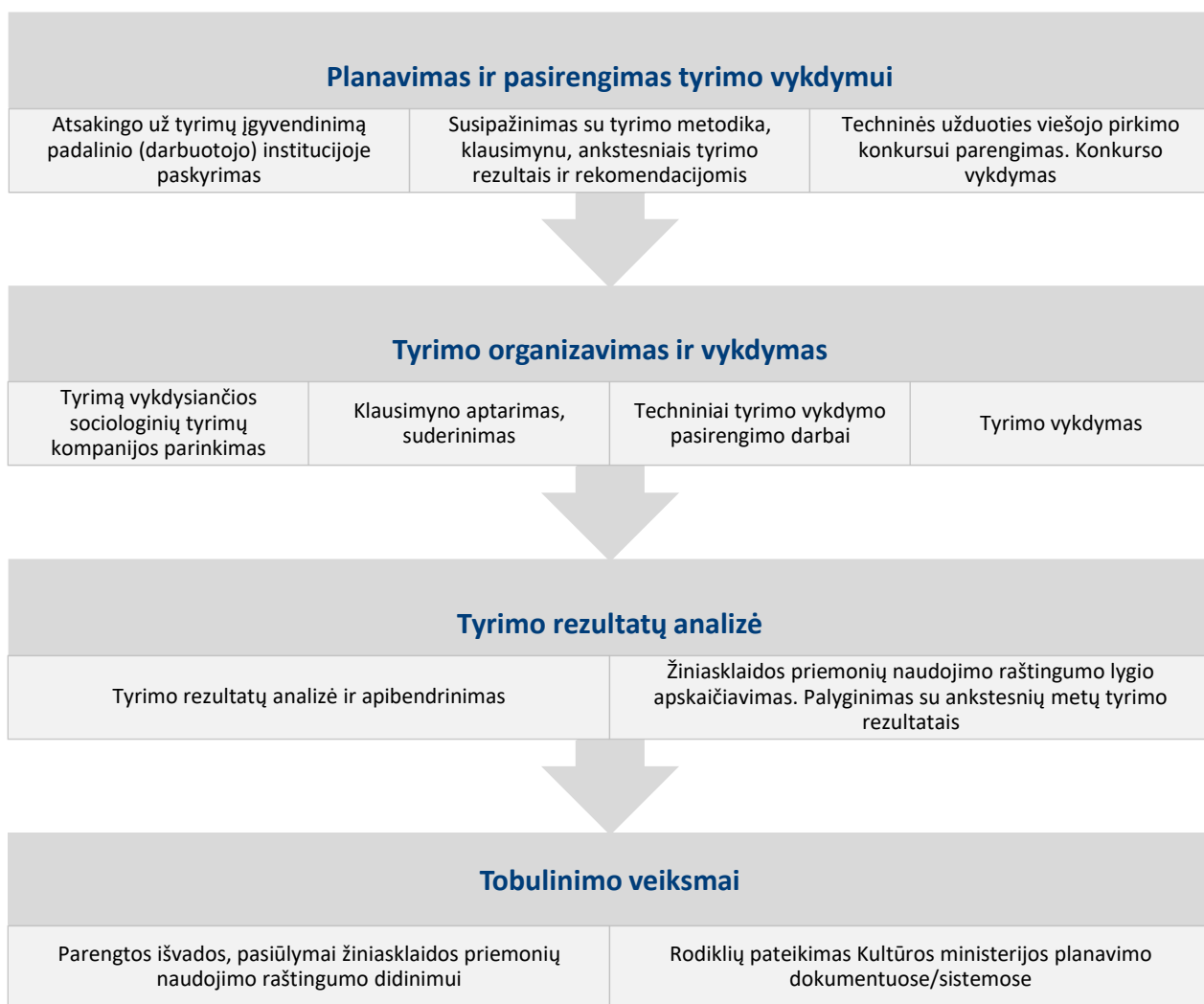
Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimo organizavimo etapai

Galima išskirti keturis pagrindinius žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo etapus:

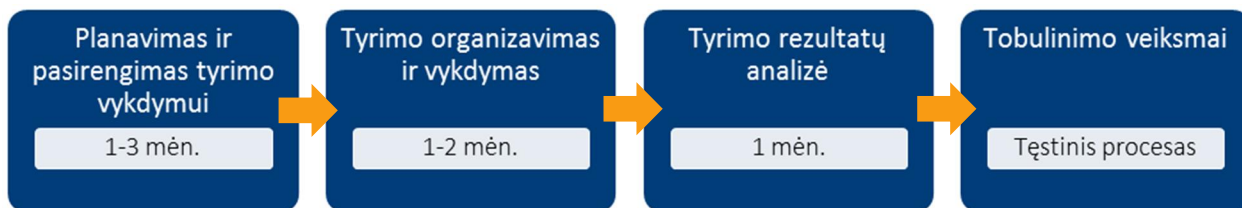
- ▶ Planavimas ir pasirengimas tyrimo vykdymui;
- ▶ Tyrimo organizavimas ir vykdymas;
- ▶ Tyrimo rezultatų analizė;
- ▶ Tobulinimo veiksmai.

Žemiau pateiktoje schemoje aptariami pagrindiniai kiekvieno etapo darbai.

Paveikslas 6. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo etapai



Paveikslas 7. Preliminarus Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimo įgyvendinimo planas



Bendra tyrimo organizavimo ir vykdymo trukmė gali trukti iki 4-5 mėn. Rekomenduojama žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio nustatymo tyrimo neatlikti vasaros mėnesiais ir šventiniu laikotarpiu (pavyzdžiui, prieš Šv. Kalėdas ar per jas).

Sociologinių tyrimų įmonės pasirinkimo kriterijai

Nežiūrint į tai, kad dažnai tyrimo apimtį nulemia turimas biudžetas, tačiau siekiant kokybiško rezultato, yra svarbu atsižvelgti į tam tikrus aspektus, kurie, viena vertus, padeda planuoti kitų metų biudžetą tyrimams, antra vertus, padeda nustatyti kokybinius žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimą vykdysiančios sociologinį tyrimų įmonės atrankos kriterijus. Sociologinių tyrimų įmonė neturėtų būti renkama tik pagal mažiausios kainos konkursą. Išsamus ir kokybiškai atliekamas tyrimas bei pagal statistinius duomenų analizės metodus atliekama duomenų analizė nėra pigi paslauga. Svarbu, kad būtų atsižvelgta į šiuos kokybinius kriterijus:

- ▶ Sociologinių tyrimų įmonė turi gebėti įvykdyti tyrimą remdamasi Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo tyrimo metodika ir kartu atsižvelgti į EK inicijuoto žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymo ir tikslinimo tyrimo (2011) ataskaitoje pateiktus duomenų analizės būdus ir rekomendacijas;
- ▶ Atsižvelgiant į Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo tyrimo klausimyno sudėtingumą, sociologinių tyrimų kompanija turi turėti ilgametę darbo patirtį sociologinių tyrimų vykdymo srityje;
- ▶ Tyrimą atliksianti įmonė turi gebėti užtikrinti kokybiškus tyrimo imties ir atrankos nustatymo kriterijus tam, kad tyrimo rezultatai būtų reprezentatyvūs. Tai yra, tyrimo tikslinė grupė turi būti Lietuvos Respublikoje gyvenantys 18-75 metų asmenys. Apklausa turi būti reprezentatyvi nacionaliniu mastu visų apibrėžtos grupės gyventojų atžvilgiu. Tyrimo imtis – ne mažiau 1000 respondentų. Tyrimo atranka – daugiapakopė stratifikuota tikimybinė atranka, parengta taip, kad kiekvienas Lietuvos gyventojas turėtų vienodą tikimybę būti apklaustas. Sudarant imtį, privaloma remtis Lietuvos statistikos departamento Gyventojų ir būstų surašymo duomenimis, įvertinant 18-75 metų Lietuvos gyventojų pasiskirstymą pagal apskritis, gyvenamąją vietą, amžių bei lytį;
- ▶ Duomenų analizė turi būti atlikta išsamiai ir kokybiškai, naudojant daugiamatės statistikos metodus;
- ▶ Sociologinių tyrimų įmonė turi gebėti palyginti kelių metų žiniasklaidos priemonių naudojimo tyrimų rezultatus ir pateikti išvadas. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad rezultatų palyginimas galimas tik tada, jei tyrimai atliekami laikantis tų pačių principų (vienodas imties dydis, tas pats atrankos metodas, panašus tyrimo atlikimo laikas, tas pats klausimynas);

- ▶ Sociologinių tyrimų įmonė turi laikytis tyrimo etikos, tai yra, įmonė turi būti atstovaujama ESOMAR arba kitoje jai prilygstančioje organizacijoje, turinčioje savo tyrėjo etikos kodeksą;
- ▶ Įmonė, kaip duomenų valdytoja, turi būti registruota Valstybinėje duomenų apsaugos inspekcijoje.

4 Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo vertinimo kriterijų stebėjimas

Siekiant užtikrinti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio stebėseną Lietuvoje, svarbiausias žingsnis – pradėti sistemingai įgyvendinti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimus. Šiame dokumente pateikiamos metodinės gairės, kuriomis vadovaudamasi Kultūros ministerija gali organizuoti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo matavimo tyrimus Lietuvoje ir reguliariai vertinti Lietuvos gyventojų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo pokyčius.

Kultūros ministerijos strateginiame 2017 – 2019 m. veiklos plane 4 veiklos prioritete numatomos priemonės, kurių pagalba siekiama didinti visuomenės informacinį raštingumą, kritišką požiūrį į visuomenės informavimo procesus populiarinant kultūros ir moralės vertybėmis paremtą viešosios informacijos sklaidą internete. Be to, ketinama steigti patariamąją tarybą visuomenės informavimo klausimams koordinuoti. Kultūros ministerija 2017 m. numato priemones, ugdančias visuomenės informacinį raštingumą bei prisidedančias prie skaidrios ir išorinėms grėsmėms atsparios visuomenės informavimo aplinkos kūrimo.

Kultūros ministerijos strateginio plano „Visuomenės informacinio aprūpinimo ir viešosios informacijos sklaidos“ programoje numatoma, kad, atsiradus naujoms žiniasklaidos paslaugų rūšims, technologijoms bei žiniasklaidą pradėjus naudoti kaip galingą priemonę politiniams tikslams pasiekti, netolerancijai, propagandai skleisti ir manipuluoti viešąja nuomone, 2017 m. rengiamasi atlikti Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio nustatymo tyrimą.

Atsižvelgiant į žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo problematiką, analizuojamą šioje ataskaitoje, rekomenduojama į ministerijos strateginį planą įtraukti reguliariai įgyvendinamus žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimus ir užtikrinti šios srities rodiklių stebėjimą. Rekomendacijos dėl žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimų įgyvendinimo periodiškumo pateikiamos lentelėje žemiau.

Lentelė 6. Rekomenduojami žiniasklaidos naudojimo raštingumo tyrimai ir jų įgyvendinimo dažnis

Veiksmas/priemonė	Rekomenduojamas periodiškumas
1. Išsamus žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimas (taikant išsamų klausimyną – priedas Nr. 1)	Ne rečiau kaip kas 5 metus
2. Bazinis žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo nustatymo tyrimas (taikant bazinį klausimyną – priedas Nr. 2)	Kasmet / ne rečiau kaip kas 3 metus

*Paaiškinimas dėl 1-2 variantų lentelėje: pasirinkimas tarp 1 ir 2 variantų bei jų planuojamo įgyvendinimo dažnio priklauso nuo ministerijos disponuojamų lėšų žiniasklaidos raštingumo tyrimams ir kitų veiklų (projektų, iniciatyvų), susijusių su piliečių žiniasklaidos raštingumo didinimu, apimčių bei įgyvendinimo intensyvumo. Kuo daugiau visuomenės raštingumo didinimo veiklų planuojama įgyvendinti, tuo dažniau galima stebėti žiniasklaidos naudojimo raštingumo rodiklius ir jų pokyčius.

Reguliariai įgyvendinant žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimus, būtų galima stebėti svarbiausius žiniasklaidos naudojimo raštingumo rodiklius. Remiantis EK galutinėje ataskaitoje „Žiniasklaidos raštingumo lygio Europoje matavimo kriterijų nustatymas ir tikslinimas“ (2011) pateiktomis rekomendacijomis, siūloma stebėti tris pagrindinius rodiklius, atspindinčius žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygį Lietuvoje nacionaliniu ir regioniniu požiūriu, bei ketvirtą rodiklių susijusį su Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimu (iš viso – 4 rodikliai):

- ▶ **Sugebėjimas naudotis** žiniasklaidos priemonėmis, tai yra, techninis raštingumas;
- ▶ **Kritiškas vertinimas**, tai yra, žiniasklaidos priemonių turinio, poveikio, žiniasklaidos priemonių reguliavimo supratimas;
- ▶ **Komunikaciniai gebėjimai**, tai yra, kiek prisidedama prie turinio kūrimo žiniasklaidos priemonėse.

Atsižvelgiant į nacionalinius ir regioninius skirtumus bei tautinę gyventojų sudėtį, papildomai įtraukiamas Lietuvos specifiką atspindintis rodiklis:

- ▶ **Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimas**, tai yra, gyventojų nuomonė apie Lietuvos žiniasklaidos priemones ir jose pateikiamą turinį.

Šių rodiklių skaičiavimo gairės pateikiamos ataskaitos 3.5. skyriuje ir priede Nr. 3. Reguliariai įgyvendinant žiniasklaidos naudojimo raštingumo tyrimus svarbu, kad būtų naudojami tie patys tyrimų instrumentai (klausimynai), taikoma vieninga rodiklių skaičiavimo metodika. Nes tik tokiu atveju bus galima stebėti šių rodiklių dinamiką ir vertinti pokyčius lyginant su praėjusiu laikotarpiu tyrimais. Įgyvendinant tyrimus ir keičiant tyrimo instrumentus ateityje (pvz. atsižvelgiant į žiniasklaidos naudojimo ar žiniasklaidos priemonių reikšmingumo pokyčius) svarbu koreguoti rodiklių skaičiavimo metodiką (priedas Nr. 3) taip, kad būtų galima lyginti atliekamų tyrimų ir ankščiau įgyvendintų tyrimų rezultatus, t.y., papildžius instrumentus naujais klausimais, svarbu numatyti, kaip įtraukti apklausų rezultatus į keturių svarbiausių rodiklių skaičiavimą.

Svarbu paminėti, jog reguliarus šių rodiklių monitoringas (pavyzdžiui, metinis) yra neatsiejama Lietuvos gyventojų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo didinimo dalis, kurios pagalba būtų galima matuoti į visuomenės žiniasklaidos naudojimo raštingumo didinimą nukreiptų priemonių įgyvendinimo efektyvumą. Apibendrinant įvairius informacijos šaltinius, naudotus rengiant šį tyrimą, turimos omenyje tokios priemonės, kaip:

- ▶ Visuomenės švietimo priemonės (įvairaus amžiaus grupėms);
- ▶ Raštingumo ugdymas mokymo įstaigose;
- ▶ Informacinės kampanijos ir viešinimo veikla;
- ▶ Bendradarbiavimas tarp įvairių institucijų ir organizacijų;
- ▶ Renginiai, konferencijos, seminarai;
- ▶ Kt. priemonės.

Atliekant aukščiau paminėtų veiklų įgyvendinimo stebėseną, tikslinga prie aukščiau paminėtų svarbiausių trijų žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio vertinimo rodiklių numatyti papildomus – įgyvendintų renginių skaičiai, dalyvių skaičiai, viešinimo veiklos efektyvumas (auditorijos pasiekiamumo rodikliai), komunikacijos žinučių skaičius, bendradarbiaujančių institucijų skaičius, mokymo programų

skaičius ugdymo įstaigose ir pan. Tačiau šie rodikliai ir jų stebėseną yra labiau nacionalinės žiniasklaidos naudojimo raštingumo didinimo strategijos ar veiksmų plano dalis, o ne šios metodikos objektas ir turėtų būti analizuojami bei vertinami platesniame kontekste, jei Lietuvoje būtų rengiama tokia strategija ar veiksmų planas. Tad šie sprendimai ir papildomi žiniasklaidos naudojimo raštingumo rodikliai gali būti įtraukiami atsižvelgiant į planuojamus susijusius veiksmus. Tačiau tai turėtų numatyti žiniasklaidos naudojimo raštingumo politiką formuojanti bei koordinuojanti institucija, derindama su visomis institucijomis, kurios dalyvautų formuojant bei įgyvendinant žiniasklaidos naudojimo raštingumo didinimo politiką ir konkrečius veiksmus.

Naudota literatūra

1. Assessing Media Literacy Levels and the European Commission Pilot Initiative (2015). Prieiga internete: <http://www.eavi.eu/portfolio-items/assessing-media-literacy-levels-and-the-european-commission-pilot-initiative/>
2. Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva. (2007). Prieiga internete: <http://www.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/08/803&format=HTML&aged=0&language=EN&guilanguage=en>
3. Cymermonienė, Nerija. Moksleivių žiniasklaidos raštingumo ugdymo prielaidos, patirtis ir perspektyvos (2008). Prieiga internete: http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2008~D_20080619_092932-15815/DS.005.0.01.ETD
4. Duoblienė, Lilija. Medijų raštingumo ugdymas: globaliosios tendencijos ir lietuviškojo kelio paieškos. Santalka. Filologija. Edukologija, No. 18(2), 2010, p. 16-28. ISSN 1822-430X. Prieiga internete: www.cpe.vgtu.lt/index.php/cpe/article/download/coactivity.2010.10/33
5. Europos Komisijos komunikatas Europos parlamentui, Tarybai, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui - Europinis požiūris į žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą skaitmeninėje aplinkoje (2007). Prieiga internete: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/?uri=CELEX%3A52007DC0833>
6. Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Country Readiness and Competencies (2013). Prieiga internete: <http://www.uis.unesco.org/Communication/Documents/media-and-information-literacy-assessment-framework.pdf>
7. Lietuvos informacinės visuomenės plėtros tendencijų ir prioritetų 2014-2020 metais vertinimas (2012). Prieiga internete: <http://ivpk.lrv.lt/lt/ivpk-leidiniai/lietuvas-informacines-visuomenes-pletros-tendenciju-ir-prioritetu-2014-2020-metais-vertinimas>
8. Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos (2016—2018) metų strateginis veiklos planas. Prieiga internete: https://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/2016-2018%20m_%20KM%20strateginis%20veiklos%20planas.pdf
9. Media literacy from the EU perspective: how to empower citizens with critical thinking towards the media (2016). Prieiga internete: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/media-literacy-background-documents>
10. Medijų ir informacinis raštingumas Lietuvoje: Laikas keisti požiūrį (2014). Prieiga internete: <http://www.nmva.smm.lt/wp-content/uploads/2012/12/Medij%C5%B3-ir-informacinis-ra%C5%A1tingumas-Lietuvoje-laikas-keisti-po%C5%BEi%C5%ABr%C4%AF.pdf>
11. Propaganda ir žiniasklaidos laisvė. ESBO atstovės žiniasklaidos laisvei biuro neoficialus dokumentas (2015). Prieiga internete: <http://www.osce.org/lt/fom/244036?download=true>
12. Silverstone, Roger. Why Study Media? (1999). Prieiga internete: https://books.google.co.uk/books/about/Why_Study_the_Media.html?id=UK0sottJI4MC
13. Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels (2010). Prieiga internete: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf
14. Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe (2011). Prieiga internete: http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/Publications/study_testing_and_refining_ml_levels_in_europe.pdf
15. Tyrimas: Lietuvių ir nelietuvių jaunimo medijų vartojimo įpročiai (2016). Prieiga internete: http://www.norden.lt/uploads/files/dir26/dir1/5_0.php
16. UNESCO Media and information literacy: strategy and policy guidelines (2013). Prieiga internete: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002256/225606e.pdf>
17. Valstybės saugumo departamento 2015 metų veiklos ataskaita. Prieiga internete: <http://www.vsd.lt/Files/Documents/635948636434075000.pdf>
18. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimas. Lietuvos žurnalistų sąjunga (2013). Prieiga internete: <http://bit.ly/2hO4YkG>
19. Žurnalistų etikos inspektoriaus 2014 metų veiklos ataskaita. Prieiga internete: http://www.lrs.lt/intl/zeit.getFile?p_guid=dfb036c8-347a-43bb-b419-03a6049fdde8
20. Media pluralism and democracy (2016). Prieiga internete: [Media pluralism and democracy – Special Eurobarometer 452 | Digital Single Market](http://ec.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/16/100&format=HTML&aged=0&language=en&guilanguage=en)

PRIEDAI



Strategija. Efektyvumas. Vertė

Užsakovas:

Lietuvos Respublikos kultūros ministerija

ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NAUDOJIMO RAŠTINGUMO LYGIO NUSTATYMO TYRIMO METODIKOS PARENGIMO PASLAUGOS

Išsamusis klausimynas

Parengė:

UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“

2016 m.

Turinys

Ižanga	3
1. TEMA: Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis.....	4
2. TEMA: Gebėjimas kritiškai vertinti informaciją	5
3. TEMA: Komunikaciniai gebėjimai.....	7
4 TEMA. Lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimas	10
Demografiniai klausimai.....	11

Ižanga

Gerbiami gyventojai,

Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos užsakymu atliekamas tyrimas, kuriuo siekiama išsiaiškinti, kaip Lietuvos gyventojai naudojami įvairiomis žiniasklaidos priemonėmis - spauda, radiju, televizija ir internetu, ir tai, kaip jie vertina šiuose šaltiniuose pateikiamą informaciją.

Jūsų atsakymai - anonimiški.

Dėkojame už dalyvavimą tyrime!

Lietuvos Respublikos kultūros ministerija

1. TEMA: Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis

1. Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų?

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

PROGRAMAVIMAS: 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					Nežinau
		1	2	3	4	5	
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					Nežinau
		1	2	3	4	5	
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	1	2	3	4	5	99
1b.4.	Žinių portalai (pavyzdžiui: Delfi, 15min.lt ir pan.)	1	2	3	4	5	99

2. Kokių 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.		Atsakymas
2.1.	Lenkija	1
2.2.	Didžioji Britanija	2
2.3.	Kitos ES valstybės (išskyrus Lenkiją ir D. Britaniją)	3

2.4.	Rusija	4
2.5.	Jungtinės Amerikos Valstijos (JAV)	5
2.6.	Kitos pasaulio šalys	6

2. TEMA: Gebėjimas kritiškai vertinti informaciją

3. 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 patikima			Visiškai			Nežinau
		1	2	3	4	5		
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.	Internetas	1	2	3	4	5	99	

4. Ar, Jūsų nuomone, yra skirtumų pateikiant tą pačią informaciją 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

5. Kokių veiksmų imatės, kai pastebite informacijos pateikimo skirtumus skirtinguose informacijos šaltiniuose?

Pažymėkite visus tinkamus atsakymus.

Nr.		Atsakymas
5.1.	Ignoruoju skirtumus / nekreipiu į tai dėmesio	1
5.2.	Tikiu kiekvienu šaltiniu po truputį, remdamasis(-asi) bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos kanalą (televizijos kanalus, laikraščius, internetines svetaines)	2
5.3.	Bandau palyginti informaciją kitur (pavyzdžiui: knygoje, enciklopedijose, kitame TV kanale, ar kitame laikraštyje)	3
5.4.	Teiraujuosi draugų, šeimos narių ar kitų žmonių nuomonės	4
5.5.	Pasidalinu savo nerimu su pilietinėmis ar kitomis organizacijomis	5
5.6.	Paprastai remiuosi tik vienu šaltiniu (vienu TV kanalu, vienu laikraščiu ar vienu internetiniu puslapiu)	6

6. Ar, žiūrėdamas(-a) televiziją, skaitydamas(-a) laikraščius, naršydamas(-a) internete, žaisdamas(-a) kompiuterinius žaidimus, kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus?

Nr.		Taip	Ne	Nežinau
6.1.	„Realiame gyvenime tai labiau pakenktų“	1	2	99
6.2.	„Tai paskatino mane manyti, kad rūkymas yra šaunus užsiėmimas“	1	2	99
6.3.	„Tai reklama, nors taip neatrodo“	1	2	99
6.4.	„Tai nėra normalus kūno sudėjimas“	1	2	99
6.5.	„Tai atrodo, kaip bandymas sleisti propagandą“	1	2	99
6.6.	„Šis straipsnis yra užsakytas“	1	2	99

6.7.	„Tai bandymas kurstyti tautinę nesantaiką“	1	2	99
------	--	---	---	----

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

Nr.		Taip	Ne	Nežinau
7.1.	Tai, kas 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

8. Ar per pastaruosius metus pats(-i) sukūrėte ką nors iš žemiau išvardintų dalykų?

Pažymėkite visus tinkamus atsakymus)

Nr.		Atsakymas
8.1.	Literatūros kūrinį (knygą, esė, eilėraštį ir pan.)	1
8.2.	Straipsnį laikraščiu, žurnalui ar internetiniam naujienų portalui	2
8.3.	Laišką ar komentarą laikraščiu, žurnalui	3
8.4.	Vaizdinę ar garsinę medžiagą (nuotrauką, filmą, animacinį filmuką, dainą ir pan.)	4
8.5.	Nė vieno iš aukščiau išvardintų dalykų	5

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

9. Ar kurią nors iš ankstesniame klausime (Nr. 8) nurodytų žiniasklaidos turinio formų per pastaruosius metus naudojote tam, kad pasisakytumėte Jums asmeniškai svarbiu politiniu ar pilietiniu klausimu?

Taip	Ne	Nenorėčiau atsakyti
1	2	98

10. Ar per pastaruosius metus išreiškėte savo nuomonę vienu iš pateiktų būdų?

Pažymėkite visus tinkamus atsakymus.

Nr.		Atsakymas
10.1.	Susisiekėte su politiku ar politine partija	1
10.2.	Paaukojote pinigų pilietiniam ar politiniam tikslui	2
10.3.	Pasirašėte peticiją, remiančią pilietinį ar politinį tikslą	3
10.4.	Dalyvavote draugiškoje demonstracijoje	4
10.5.	Pasisakėte 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. 11

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

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

3. TEMA: Komunikaciniai gebėjimai

11. Kaip manote, ar pakankami Jūsų kompiuterinio raštingumo ir interneto naudojimo gebėjimai...?

Nr.		Taip	Ne	Nežinau	Neaktualu
11.1.	... bendraujant su giminėmis, draugais, kolegomis	1	2	99	98
11.2.	... apsaugant savo asmeninius duomenis (pavyzdžiui: savo adresą ar telefono numerį, kreditinės kortelės ar banko sąskaitos numerį)	1	2	99	98
11.3.	... ieškant darbo (pavyzdžiui: užsiregistruojant darbo skelbimų svetainėse, talpinant savo CV)	1	2	99	98

12. 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 (pavyzdžiui: tekstą, atvaizdus, nuotraukas, video ar muziką) į internetinę svetainę	1	2
12.4.	Rašyti tinklaraštį		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 (pavyzdžiui: apmokėti sąskaitas arba pervesti pinigus į kitą sąskaitą)	1	2
12.9.	Naudotis valstybės institucijų elektroninėje erdvėje siūlomomis paslaugomis (pavyzdžiui: gauti informaciją iš viešos interneto svetainės 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 (pavyzdžiui: Facebook, LinkedIn, Twitter ar kt.)	1	2
12.12.	Dalyvauti debatuose politiniais ar pilietiniais klausimais (pavyzdžiui: skaityti ar pateikti savo nuomonę)	1	2
12.13.	Bendradarbiauti su kitais asmenimis bendrame internetiniame projekte (pavyzdžiui: pildėte Wikipedijos enciklopediją, parėmėte minios finansavimu paremtą projektą ar pan.)	1	2
12.14.	Skaityti ar parsisiųsti interneto naujienas/laikraščius/žurnalus	1	2
12.15.	Pasirašyti dokumentus e. parašu	1	2

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

13. Kaip dažnai per pastaruosius tris mėnesius sąmoningai pasirinkote peržiūrėti reklamą (paspaudėte aktyvią nuorodą), kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laišku?

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

14. Kaip dažnai per pastaruosius tris mėnesius netyčia paspaudėte aktyvią reklamos nuorodą, kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laišką?

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

15. Ar Jūs:

Nr.		Taip	Ne	Nežinau
15.1.	...saugote savo el. pašto adresą (jo netalpinatė internetinėse svetainėse) siekdami išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų	1	2	99
15.2.	...esate įsidiegę(-usi) antivirusinę programą tam, kad apsaugotumėte kompiuterį nuo virusų	1	2	99
15.3.	... esate įsidiegę(-usi) filtrą ar blokavote siuntėjus, norėdamas išvengti nepadoraus turinio el. laiškų	1	2	99
15.4.	... esate įsidiegę(-usi) reklamų blokavimo įskiepį tam, kad išvengtumėte reklamos naudojantis internetu	1	2	99

16. Įprastai ieškodamas(-a) informacijos internete Jūs (pasirinkite tik vieną atsakymą):

Nr.		Atsakymas
16.1.	Renkuosi tik konkrečias svetaines, nesinaudodamas paieškos varikliu	1
16.2.	Dažniau naudojuosi paieškos varikliais (pvz., Google, Yahoo, Bing)	2
16.3.	Naudoju abu būdus	3
16.4.	Nežinau	99

17. Ieškodamas(-a) informacijos internete 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 kalba	
17a.2.	Anglų kalba	1
17a.3.	Rusų kalba	2
17a.4.	Lenkų kalba	3
17a.5.	Kita	4

18. Kaip dažniausiai atrandate naujas internetines svetaines?

Nr.		Atsakymas
18.1.	Atrandu pats/pati	1
18.2.	Puslapį rekomenduoja el. paštu, tinklaraščio įrašu (blog'ų) ar socialinio tinklapio įrašu	2
18.3.	Abu atvejai vienodai dažni	3
18.4.	Nežinau	99

19. Ar skirtinguose paieškos varikliuose pastebite skirtingą / skirtingai pateiktą informaciją?

Taip	Ne	Visada naudoju tą patį paieškos variklį	Nežinau
1	2	3	99

20. Kuriuos iš žemiau nurodytų veiksmų atliekate lankydamasis(-asi) 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 tai, ką žinojau iki šiol	4
20.5.	Tikrinu, ar svetainėje pateiktos nuorodos į patikimus informacijos šaltinius	5
20.6.	Įvertinu autoriaus kompetenciją ir turinio publikavimo ketinimus	6
20.7.	Pasiteirauju kitų žmonių, ar jie yra lankęsi toje svetainėje	7
20.8.	Patikrinu, ar svetainė turi savo nustatytas elgesio (komentavimo) taisykles	8
20.9.	Neatlieku nė vieno iš aukščiau nurodytų veiksmų	9

21. Ar per pastaruosius tris mėnesius:

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

22. Ar žinote, kad už jūsų sukurtą turinį internete (komentarai, nuomonė ir pan.) gali kilti teisinė atsakomybė:

Taip	Ne	Nenorėčiau atsakyti
1	2	98

23. Kiek Jums sudėtinga ar paprasta ...

Įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „labai sudėtinga“, 5 reiškia „labai paprasta“)

Nr.		1 – Labai sudėtinga			5 – Labai paprasta	
		1	2	3	4	5
23.1.	Suprasti sudėtingus tekstus, tokius kaip techninės instrukcijos arba specializuoti straipsniai pirmą kartą juos skaitant	1	2	3	4	5
23.2.	Parašyti sudėtingus tekstus, tokius kaip darbo/mokslo laiškas ar ataskaitas, kurios turi būti parašytos remiantis aiškia logine struktūra	1	2	3	4	5
23.3.	Konkrečiai apibrėžti informaciją, kuri reikalinga tam, kad būtų išspręsta problema/užduotis, susijusi su darbu ar studijoms	1	2	3	4	5
23.4.	Tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, kurią surinkote siekdamas(-a) išspręsti darbo/mokslo problemą	1	2	3	4	5

4 TEMA. Lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimas

24. Kokio pobūdžio informaciją, Jūsų nuomone, labiausiai siekiama perduoti lietuviškoje žiniasklaidoje (televizijoje, per radiją ar internetinėse svetainėse lietuvių kalba?)

Vertinkite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“.

Nr.		1 – Visiškai nesutinku			5 – Visiškai sutinku	
24.1.	Siekiama informuoti visuomenę apie įvykius	1	2	3	4	5
24.2.	Siekiama daryti įtaką gyventojų nuomonei	1	2	3	4	5
24.3.	Siekiama įbauginti visuomenę	1	2	3	4	5
24.4.	Siekiama šviesti gyventojus tam tikromis temomis, suteikti jiems žinių	1	2	3	4	5
24.5.	Dėmesys skiriamas pramogoms ir laisvalaikiui	1	2	3	4	5

25. Prašome įvertinti šiuos teiginius.

Vertinkite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“

Nr.		1 – Visiškai nesutinku			5 – Visiškai sutinku	
25.1.	Aš sugebu kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose	1	2	3	4	5
25.2.	Lietuvos žiniasklaidos priemonėse pastebiu užsienio šalių bandymus 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(-usi) bandymus daryti poveikį (pvz., cenzūros) Lietuvos žiniasklaidos priemonių pagalba	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 / nebaigtas aukštasis
2. Aukštesnysis / vidurinis / spec. Vidurinis
3. Nebaigtas vidurinis

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

1. Iki 200 Eur (iki 690 litų)
2. 201–300 Eur (691–1036 litų)
3. 301–500 Eur (1037–1726 litų)
4. 501–700 Eur (1727–2417 litų)
5. Daugiau nei 700 Eur (daugiau nei 2417 litų)

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 (raiono centras)
7. Miestelis arba kaimo tipo vietovė

D8. Kokia kalba yra Jūsų gimtoji?

1. Lietuvių
2. Rusų
3. Lenkų
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)_____

Dėkojame už dalyvavimą tyrime



Strategija. Efektyvumas. Vertė

Užsakovas:

Lietuvos Respublikos kultūros ministerija

**ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NAUDOJIMO
RAŠTINGUMO LYGIO NUSTATYMO TYRIMO METODIKOS
PARENGIMO PASLAUGOS**

Bazinis klausimynas

Parengė:

UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“

2016 m.

Turinys

Ižanga	3
1. TEMA: Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis.....	4
2. TEMA: Gebėjimas kritiškai vertinti informaciją	4
3. TEMA: Komunikaciniai gebėjimai.....	6
4 Tema. Lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimas.....	7
Demografiniai klausimai.....	9

Ižanga

Gerbiami gyventojai,

Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos užsakymu atliekamas tyrimas, kuriuo siekiama išsiaiškinti, kaip Lietuvos gyventojai naudojami įvairiomis žiniasklaidos priemonėmis – spauda, radiju, televizija ir internetu, ir tai, kaip jie vertina šiuose šaltiniuose pateikiamą informaciją.

Jūsų atsakymai – anonimiški.

Dėkojame už dalyvavimą tyrime!

Lietuvos Respublikos kultūros ministerija

1. TEMA: Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis

1. Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų?

Nr.		Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nei 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

2. Kurią iš šių veiklų esate išbandę?

Nr.		Taip	Ne
2.1.	Siųsti el. laišką su prisegtais failais	1	0
2.2.	Naudotis internetu skambučiams atlikti	1	0
2.3.	Sukurti internetinę svetainę	1	0

2. TEMA: Gebėjimas kritiškai vertinti informaciją

3. 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.		1- visiškai nepatikima			5 - visiškai	
		1	2	3	4	5
3.1.	Laikraštis	1	2	3	4	5
3.2.	Televizija	1	2	3	4	5
3.3.	Radijas	1	2	3	4	5
3.4.	Internetas	1	2	3	4	5

4. Ar, Jūsų nuomone, yra skirtumų pateikiant tą pačią informaciją skirtinguose informacijos šaltiniuose?

Įvertinkite, net jeigu nesinaudojate šiais informacijos šaltiniais.

Nr.		Taip	Ne
4.1.	Tarp skirtingų laikraščių	1	0
4.2.	Tarp skirtingų televizijos kanalų	1	0
4.3.	Tarp skirtingų radijo stočių	1	0
4.4.	Tarp skirtingų interneto puslapių	1	0

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

Nr.		Taip	Ne
5.1.	Ignoruoju skirtumus / nekreipiu į tai dėmesio	1	0
5.2.	Bandau palyginti informaciją kitur (pavyzdžiui: knygoje, enciklopedijose, kitame TV kanale, ar kitame laikraštyje)	1	0
5.3.	Pasidalinu savo nerimu su pilietinėmis ar kitomis organizacijomis	1	0
5.4.	Paprastai remiuosi tik vienu šaltiniu (vienu TV kanalu, vienu laikraščiu ar vienu internetiniu puslapiu)	1	0

6. Ar, žiūrėdamas(-a) televiziją, skaitydamas(-a) laikraščius, naršydamas(-a) internete, žaisdamas(-a) kompiuterinius žaidimus, kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus?

Nr.		Taip	Ne	Nežinau
6.1.	„Tai paskatino mane manyti, kad rūkymas yra šaunus užsiėmimas“	1	0	99
6.2.	„Tai reklama, nors taip neatrodo“	1	0	99
6.3.	„Tai nėra normalus kūno sudėjimas“	1	0	99
6.4.	„Tai atrodo, kaip bandymas skleisti propagandą“	1	0	99
6.5.	„Šis straipsnis yra užsakytas“	1	0	99
6.6.	„Tai bandymas kurstyti tautinę nesantaiką“	1	0	99

7. Ar, jūsų manymu, egzistuoja taisyklės (įstatymai), reguliuojantys žemiau išvardintus dalykus?

Nr.		Taip	Ne	Nežinau
7.1.	Tai, kas gali būti reklama	1	0	99
7.2.	Kur ir kada galima talpinti reklamą	1	0	99
7.3.	Autorines teises, skirtas apsaugoti autorių intelektualinę nuosavybę	1	0	99
7.4.	Koks turinys gali būti rodomas (pvz., smurtas ar pornografija)	1	0	99

8. Ar per pastaruosius metus pats(-i) sukūrėte ką nors iš žemiau išvardintų dalykų? Pažymėkite visus tinkamus atsakymus)

Nr.		Taip	Ne
8.1.	Literatūros kūrinį (knygą, esė, eilėraštį ir pan.)	1	0
8.2.	Straipsnį laikraščiui, žurnalui ar internetiniam naujienų portalui	1	0
8.3.	Laišką ar komentarą laikraščiui, žurnalui	1	0
8.4.	Vaizdinę ar garsinę medžiagą (nuotrauką, filmą, animacinį filmuką, dainą ir pan.)	1	0
8.5.	Nė vieno iš aukščiau išvardintų dalykų	1	0

8a. Kaip dažnai per pastarąjį mėnesį rašėte ...:

Nr.		Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nei karto
8a.1.	... anoniminių komentarų	4	3	2	1
8a.2.	... komentarų kaip registruotas vartotojas	4	3	2	1

3. TEMA: Komunikaciniai gebėjimai

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

Nr.		Taip	Ne
9.1.	Siųsti ar gauti el. laiškus	1	0
9.2.	Įkelti paties sukurtą turinį (pavyzdžiui: tekstą, atvaizdus, nuotraukas, video ar muziką) į internetinę svetainę	1	0
9.3.	Naudotis socialiniais tinklais (pavyzdžiui: Facebook, LinkedIn, Twitter ar kt.)	1	0
9.4.	Dalyvauti debatuose politiniais ar pilietiniais klausimais (pavyzdžiui: skaityti ar pateikti savo nuomonę)	1	0
9.5.	Bendradarbiauti su kitais asmenimis bendrame internetiniame projekte (pavyzdžiui: pildėte Wikipedijos enciklopediją, parėmėte minios finansavimu paremtą projektą ar pan.)	1	0

10. Ar Jūs:

Nr.		Taip	Ne
10.1.	...saugote savo el. pašto adresą (jo netalpinatė internetinėse svetainėse) siekdami išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų	1	0
10.2.	...esate įsidiegę(-usi) antivirusinę programą tam, kad apsaugotumėte kompiuterį nuo virusų	1	0
10.3.	... esate įsidiegę(-usi) filtrą ar blokavote siuntėjus, norėdamas išvengti nepadoraus turinio el. laiškų	1	0
10.4.	... esate įsidiegę(-usi) reklamų blokavimo įskiepį tam, kad išvengtumėte reklamos naudojantis internetu	1	0

11. Ieškodami informacijos internete dažniausiai naudojate (pasirinkite tik vieną atsakymą):

11.1.	Gimtąją kalbą	1
11.2.	Kitas kalbas → eiti prie 17a klausimo	2
11.3.	Abu atvejais vienodai dažni → eiti prie 17a klausimo	3

11a. Kokiomis užsienio kalbomis dažniausiai ieškote informacijos internete (galimi keli atsakymai):

11a.1.	Lietuvių	1
11a.2.	Anglų	2
11a.3.	Rusų	3
11a.4.	Lenkų	4
11a.5.	Kita	5

12. Kuriuos iš žemiau nurodytų veiksmų atliekate lankydamasis(-asi) naujose internetinėse svetainėse?

Pažymėkite visus tinkamus atsakymus

Nr.		Taip	Ne
12.3.	Patikrinu, ar ryšys su svetaine saugus (adreso laukelyje yra spynelė (https)) arba svetainės IP adresą	1	0
12.4.	Apsvarstau, ar gauta informacija atitinka tai, ką žinojau iki šiol	1	0
12.5.	Tikrinu, ar svetainėje pateiktos nuorodos į patikimus informacijos šaltinius	1	0
12.6.	Įvertinu autoriaus kompetenciją ir turinio publikavimo ketinimus	1	0
12.7.	Pasiteirauju kitų žmonių, ar jie yra lankęsi toje svetainėje	1	0
12.8.	Patikrinu, ar svetainė turi savo nustatytas elgesio (komentavimo) taisykles	1	0
12.9.	Neatlieku nė vieno iš aukščiau nurodytų veiksmų	1	0

13. Ar per pastaruosius tris mėnesius:

		Taip	Ne
13.1.	Esate kreipęsis(-usis) į žiniasklaidos priemonę dėl Jūsų manymu netinkamo turinio (informacijos, reklamos ar pan.)	1	0
13.2.	Esate kreipęsis(-usis) į žiniasklaidos priežiūros institucijas dėl Jūsų manymu netinkamo turinio (informacijos, reklamos ar pan.)	1	0

14. Ar žinote, kad už jūsų sukurtą turinį internete (komentarai, nuomonė ir pan.) gali kilti teisinė atsakomybė:

Taip	Ne
1	0

15. Kiek Jums sudėtinga ar paprasta ...

įvertinkite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „labai sudėtinga“, 5 reiškia „labai paprasta“)(J)

Nr.		1 – Labai sudėtinga 5 – Labai paprasta				
		1	2	3	4	5
15.1.	Suprasti sudėtingus tekstus, tokius kaip techninės instrukcijos arba specializuoti straipsniai pirmą kartą juos skaitant	1	2	3	4	5
15.2.	Parašyti sudėtingus tekstus, tokius kaip darbo/mokslo laiškas ar ataskaitas, kurios turi būti parašytos remiantis aiškia logine struktūra	1	2	3	4	5
15.3.	Konkrečiai apibrėžti informaciją, kuri reikalinga tam, kad būtų išspręsta problema/užduotis, susijusi su darbu ar studijoms	1	2	3	4	5
15.4.	Tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, kurią surinkote siekdamas(-a) išspręsti darbo/mokslo problemą	1	2	3	4	5

4 Tema. Lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimas**16. Kokio pobūdžio informaciją, Jūsų nuomone, labiausiai siekiama perduoti lietuviškoje žiniasklaidoje (televizijoje, per radiją ar internetinėse svetainėse lietuvių kalba?)**

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
16.1.	Siekiama informuoti visuomenę apie įvykius	1	2	3	4	5
16.2.	Siekiama daryti įtaką gyventojų nuomonei	1	2	3	4	5
16.3.	Siekiama įbauginti visuomenę	1	2	3	4	5
16.4.	Siekiama šviesti gyventojus tam tikromis temomis, suteikti jiems žinių	1	2	3	4	5
16.5.	Dėmesys skiriamas pramogoms ir laisvalaikiui	1	2	3	4	5

17. Prašome įvertinti šiuos teiginius.

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
17.1.	Aš sugebu kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose	1	2	3	4	5
17.2.	Lietuvos žiniasklaidos priemonėse pastebiu užsienio šalių bandymus daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams	1	2	3	4	5
17.3.	Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų kalba	1	2	3	4	5
17.4.	Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių lenkų kalba	1	2	3	4	5
17.5.	Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus	1	2	3	4	5
17.6.	Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos, nepriklausomos	1	2	3	4	5
17.7.	Lietuvos žiniasklaidos priemonėse mažai kokybiško produkto intelektualiam piliečiui	1	2	3	4	5
17.8.	Esu pastebėjęs(-usi) bandymus daryti poveikį (pvz., cenzūros) Lietuvos žiniasklaidos priemonių pagalba	1	2	3	4	5
17.9.	Aš aktyviai naudojuosi socialiniais tinklais	1	2	3	4	5

Demografiniai klausimai

D1. Lytis:

1. Vyras
2. Moteris

D2. Amžius: _____

D3. Išsimokslinimas:

1. Aukštasis / nebaigtas aukštasis
2. Aukštesnysis / vidurinis / spec. Vidurinis
3. Nebaigtas vidurinis

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

1. Iki 200 Eur (iki 690 litų)
2. 201–300 Eur (691–1036 litų)
3. 301–500 Eur (1037–1726 litų)
4. 501–700 Eur (1727–2417 litų)
5. Daugiau nei 700 Eur (daugiau nei 2417 litų)

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. 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)_____

Dėkojame už dalyvavimą tyrime

Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimo rodiklių skaičiavimas

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygis nustatomas matuojant 4 raštingumo rodiklius:

Sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis rodiklis (P)	Komunikacinių gebėjimų rodiklis (S)
Kritiško vertinimo rodiklis (R)	Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklis (T)

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodikliai sudaryti iš komponentų, apimančių tokius klausimyno klausimus:

Rodikliai	Santrumpa	Rodiklį sudarantieji komponentai	Rodiklį pagrindžiantys klausimai (klausimo numeris klausimyne)
Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis (P)	P1	1. Kompiuterinis raštingumas	11
	P2	2. Subalansuotas ir aktyvus žiniasklaidos priemonių naudojimas	1, 12.1, 12.2, 12.5, 12.6, 12.7
	P3	3. Pažengusio lygmens interneto vartojimas	12.8, 12.9, 12.10, 12.15,
Kritiškas vertinimas (R)	R1	1. Žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimas	3 4 6 19 23 25.1
	R2	2. Supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą	7 22 25.7
	R3	3. Vartotojų elgsena	5 13 14 15 16 20
Komunikaciniai gebėjimai (S)	S1	1. Socialiniai santykiai	12.11, 12.13
	S2	2. Pilietiškas dalyvavimas	9 10, 10a 12.12 21
	S3	3. Turinio kūrimas	8, 12.3, 12.4
Lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimas (T)	T1	1. Tautinių mažumų vaidmens vertinimas	25.3, 25.4
		2. Informacinių grėsmės	24 25.2

Atkreiptinas dėmesys į tai, kad ne visi išplėstiniame klausimyne esantys klausimai yra įtraukti į žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio rodiklių skaičiavimą. Į rodiklių skaičiavimą neįtraukiami klausimai yra skirti tam, kad būtų ištirtos žiniasklaidos priemonių naudojimo Lietuvoje tendencijos ir pokyčiai, vartotojų nuomonė bei Lietuvos gyventojų žiniasklaidos priemonių naudojimo elgsena. Šių klausimų analizė atliekama naudojant daugiamatės statistikos metodus (pasitelkiant SPSS ar kitą statistinių duomenų analizės programą) (žr. 3.5 skyrių).

Sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis rodiklis (P)

Sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis rodiklį sudaro trijų komponentų:

1. Kompiuterinio raštingumo,
2. Subalansuoto ir aktyvaus žiniasklaidos priemonių naudojimo ir
3. Pažengusio lygmens interneto vartojimo rodiklių vidurkis.

Kompiuterio raštingumo (P₁) komponentas gaunamas išvedus į 11 klausime pateiktus teiginius gautų atsakymų TAIP vidurkį:

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

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

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

*Pavyzdys. Toliau iliustracijai naudosime pilotinio tyrimo metu gautus duomenis. Tyrimo metu gautos TAIP procentinės reikšmės 11 klausime yra 98,1; 68,5 bei 77,8. Jų aritmetinis vidurkis - 81,5. **Vadinasi, mūsų gauta kompiuterio raštingumo gebėjimo rodiklio reikšmė - 81,5.***

Subalansuoto ir aktyvaus žiniasklaidos priemonių naudojimo (P₂) komponentas skaičiuojamas remiantis tyrimo klausimyno klausimais - 1; 12.1; 12.2; 12.5; 12.6 ir 12.7.

1-ojo 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 12-ojo klausimo rodiklio dedamoji. Subalansuoto ir aktyvaus medijos naudojimo rodiklio reikšmė gaunama kaip 1 ir 12-ojo klausimų atitinkamų teiginių vidurkis:

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

$j=1, \dots, 9$ – 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.

*Pavyzdys. Remiantis pilotinio tyrimo rezultatais, 1-ojo klausimo aktualios reikšmės būtų 20,4; 18,5; 72,2; 20,4; 1,9; 64,8; 94,4; 66,7 ir 92,6. Šių reikšmių vidurkis yra 50,2. 12-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 100; 100; 74,1; 77,8, 42,6. Šių reikšmių vidurkis yra 78,9. Šių abiejų reikšmių vidurkis yra 64,6. **Vadinasi, mūsų gauta subalansuoto ir aktyvaus žiniasklaidos priemonių naudojimo rodiklio reikšmė yra 64,6.***

Pažengusio lygmens interneto vartojimo (P₃) 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.

*Pavyzdys. Mūsų nagrinėjamu atveju reikšmės yra 96,3; 90,7; 85,2 ir 35,2. Šių reikšmių vidurkis - 76,9. **Vadinasi, pažengusio lygmens interneto vartojimo rodiklio reikšmė - 76,9.***

Sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis rodiklis (P) gaunamas kaip trijų apskaičiuotų komponentų – kompiuterinio raštingumo, subalansuoto ir aktyvaus žiniasklaidos priemonių naudojimo bei pažengusio lygmens interneto vartojimo – vidurkis:

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

Mūsų atveju, tai 81,5; 64,6 bei 76,9. Jų vidurkis 74,3.

VADINASI, SUGEBĖJIMO NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS RODIKLIS (P) YRA 74,3.

Kritiško vertinimo rodiklis (R)

Kritiško vertinimo rodiklį sudaro komponentų:

1. Žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimo,
2. Supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą bei
3. Vartotojų elgsenos vidurkis.

Žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimo (R1) komponentas sudaromas iš 3, 4, 6, 19, 23 ir 25.1 klausimo rodiklio dedamųjų.

3-ojo klausimo rodiklio dedamoji apskaičiuojama pagal 3.1; 3.2; 3.3 bei 3.4 reikšmių vidurkių vidurkinę reikšmę, padauginus gautą rezultatą iš 10. 4-ojo klausimo rodiklio dedamoji apskaičiuojama sumuojant į visus šio klausimo teiginius pateiktų atsakymų TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. 6-ojo klausimo rodiklio dedamoji apskaičiuojama sumuojant į visus šio klausimo teiginius pateiktų atsakymų TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. 19-ojo klausimo rodiklio dedamoji apskaičiuojama imant atsakymų TAIP reikšmę. 23-ojo klausimo rodiklio dedamoji apskaičiuojama pagal teiginių 23.1; 23.2; 23.3 ir 23.4 vidurkių vidurkinę reikšmę padauginus gautą rezultatą iš 10. 25.1 klausimo rodiklio dedamoji gaunama šio rodiklio vidurkinę reikšmę padauginus iš 10:

$$\text{Žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimo (R}_1\text{)} = \frac{\sum_{j=1}^4 x_j \times 10 + \frac{\sum_{i=1}^4 y_i}{4} + \frac{\sum_{e=1}^7 z_e}{7} + u + \frac{\sum_{g=1}^4 v_g}{4} \times 10 + w \times 10}{6}$$

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

x_j – atsakymų į 3-ojo 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.

Pavyzdys. Mūsų nagrinėjamo pavyzdžio atveju 3-iojo klausimo aktualiosios vidurkinės reikšmės yra 3,28; 3,12; 3,53 bei 3,35. Šių reikšmių vidurkis - 3,32. Padauginę šią reikšmę iš 10 gauname 33,2. 4-ojo klausimo aktualiosios reikšmės yra 75,9; 79,6; 74,1 bei 83,3. Šių reikšmių vidurkis - 78,2. 6-ojo klausimo aktualiosios reikšmės yra 38,9; 7,4; 70,4; 64,8; 85,2; 92,6; 72,2. Šių reikšmių vidurkis - 61,6. 19-ojo klausimo reikšmė yra 42,6. 23-iojo klausimo aktualiosios vidurkinės reikšmės yra 3,54; 3,00; 3,56; 3,54. Šių reikšmių vidurkis - 3,41. Padauginę šią reikšmę iš 10 gauname 34,1. 25.1 klausimo reikšmė yra 4,22. Padauginę iš 10 gauname rodiklio dedamąjį 42,2. Žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo rodiklis gaunamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę. Mūsų atveju apskaičiuotosios dedamosios yra 33,2; 78,2; 61,6; 42,6; 34,1 ir 42,2. Jų vidurkis - 48,7.

Vadinasi, Žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimo rodiklio (R1) reikšmė 48,7.

Supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą (R2) komponentas sudaromas iš klausimų 7; 22; 25.7 rodiklių dedamųjų.

7-ojo klausimo rodiklio dedamoji apskaičiuojama sumuojant į visus šio klausimo teiginius gautų atsakymų TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. 22-ojo klausimo rodiklio dedamoji apskaičiuojama imant atsakymų TAIP reikšmę. 25.7 klausimo rodiklio dedamoji apskaičiuojama šio rodiklio vidurkinę reikšmę padauginus iš 10. Supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą komponentas apskaičiuojamas išvedant dedamųjų vidurkinę reikšmę:

$$\text{Supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą } (R_2) = \frac{\frac{\sum_{j=1}^4 x_j}{4} + y + z \times 10}{3}$$

$j=1, \dots, 4$ – 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.

*Pavyzdys. Nagrinėjamu atveju 7-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 75,9; 77,8; 94,4 bei 90,7. Šių reikšmių vidurkis - 84,7. 22-ojo klausimo aktualė reikšmė yra 98,1. 25.7 klausimo aktualė reikšmė yra 3,83. Padauginę iš 10 gauname rodiklio dedamąją 38,3. Šių dedamųjų vidurkis yra 73,7. **Vadinasi, supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą (R2) rodiklio reikšmė 73,7.***

Vartotojų elgsenos (R3) komponentas sudaromas iš klausimų 5; 13; 14; 15; 16 ir 20 rodiklių dedamųjų.

5-ojo klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš 5.2; 5.3; 5.4 ir 5.5 teiginių reikšmių vidurkio atimant 5.1 ir 5.6 reikšmių vidurkį. 13-ojo klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo “Kasdien arba beveik kasdien” reikšmę. 14-ojo klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo “Nė karto” reikšmę. 15-ojo klausimo rodiklio dedamoji gaunama sumuojant į visų šio klausimo teiginius pasirinkto atsakymo TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. 16-ojo klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo “Naudoju abu būdus” reikšmę. 20-ojo 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:

$$\text{Vartotojų elgsena (R}_3\text{)} = \frac{\sum_{j=2}^5 x_j \cdot \frac{x_1+x_6}{2} + y + u + \frac{\sum_{i=1}^4 v_i}{4} + \frac{\sum_{e=1}^8 z_e}{8} - z_9}{5}$$

$j=1, \dots, 6$ – 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.

Pavyzdys. Mūsų pilotinio tyrimo rezultatuose 5.2; 5.3; 5.4 ir 5.5 reikšmės yra atitinkamai 50,0; 61,1; 20,4 ir 7,4. Jų vidurkis 34,7. 5.1 ir 5.6 reikšmės yra atitinkamai - 7,4 ir 3,7. Jų vidurkis - 5,6. Iš 34,7 atėmus 5,6 gauname 29,1. Vadinasi, 5 klausimo rodiklio dedamoji - 29,1. 13-ojo klausimo aktualios reikšmės - 3,7. 14-ojo klausimo reikšmė - 13,0. 15-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 64,8; 79,6; 50,0; 42,6. Šių reikšmių vidurkis - 59,3. 16-ojo klausimo reikšmė - 64,8. Pilotinio tyrimo rezultatuose 20.1-20.8 reikšmės atitinkamai yra 81,5; 29,6; 25,9; 51,9; 25,9; 22,2; 11,1 ir 16,7. Jų vidurkis - 33,1. 20.9 klausimo reikšmė - 7,4. Iš 33,1 atėmus 7,4 gauname - 25,7. Vadinasi, 20 klausimo rodiklio dedamoji - 25,7. Taigi, apskaičiuotosios dedamosios yra 29,1; 3,7; 13,0; 59,3; 64,8; 25,7. Jų vidurkis yra 32,6. Vadinasi, vartotojų elgsenos (R3) komponento reikšmė - 32,6.

Kritiško vertinimo rodiklis (R) vertinamas kaip trijų apskaičiuotų komponentų – žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimo, supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą bei vartotojų elgsenos – vidurkis:

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

Mūsų atveju tai - 48,7; 73,7 bei 32,6. Jų vidurkis - 51,7.

VADINASI, KRITIŠKO VERTINIMO (R) RODIKLIS YRA 51,7.

Komunikacinių gebėjimų rodiklis (S)

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

Socialinių santykių (S₁) komponentas gaunamas sumuojant 12.11 ir 12.13 teiginių TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį:

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

x – respondentų, atsakusių TAIP į 12.11 klausimą, procentas

y – respondentų, atsakusių TAIP į 12.13 klausimą, procentas

*Pavyzdys. Nagrinėjamų atveju šios reikšmės yra 87,0 ir 25,9. Šių reikšmių vidurkis yra 56,5. **Vadinasi, socialinių santykių rodiklio reikšmė 56,5.***

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

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

$$\text{Turinio kūrimo komponentas (S}_2) = \frac{\frac{\sum_{j=1}^4 x_j}{4} - x_5 + \frac{y+z}{2}}{2}$$

j=1, ..., 5 – 8-ojo klausimo atsakymo varianto numeris;

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

y – respondentų, atsakusių TAIP į 12.3 klausimą, procentas;

z – respondentų, atsakusių TAIP į 12.4 klausimą, procentas.

*Pavyzdys. Nagrinėjamu atveju 8.1-8.4 reikšmės yra atitinkamai 7,4; 13,0 29,6, 18,5. Jų vidurkis – 17,1. 8.5 reikšmė yra 51,9. Iš 17,1 atėmus 51,9 gauname -34,8. Vadinasi 8-ojo klausimo rodiklio dedamoji - 34,8. 12.3 ir 12.4 klausimų reikšmės yra atitinkamai 53,7 ir 18,5. Šių reikšmių vidurkis - 36,1. Vadinasi, 12-ojo klausimo rodiklio dedamoji - 36,1. Mūsų atveju apskaičiuotosios dedamosios yra 34,8 ir 36,1. Jų vidurkis- yra 0,7. **Vadinasi, turinio kūrimo komponentas yra 0,7.***

Pilietiško dalyvavimo (S3) komponentas gaunamas iš klausimų 8; 9; 10; 10a; 12.12 bei 21 rodiklių dedamųjų.

8-ojo klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš 8.1; 8.2; 8.3 ir 8.4 teiginių reikšmių vidurkio atimant 8.5 reikšmę. 9-ojo klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo TAIP reikšmę. 10-ojo 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 vidurkj. 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 vidurkj. Piliečių dalyvavimo rodiklis – apskaičiuotų dedamųjų vidurkinė reikšmė:

$$\text{Pilietiškas dalyvavimas } (S_3) = \frac{\sum_{j=1}^4 x_j}{4} x_5 + \frac{\sum_{i=1}^5 y_i}{5} y_6 + \frac{z+u}{2} + v + \frac{w+q}{2}$$

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

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

$i=1, \dots, 6$ – 10-ojo klausimo teiginio numeris;

y_i – 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.

Pavyzdys. Mūsų pilotinio tyrimo rezultatuose 8.1-8.4 reikšmės yra atitinkamai - 7,4; 13,0 29,6, 18,5. Jų vidurkis 17,1. 8.5 reikšmė yra 51,9. Iš 17,1 atėmus 51,9 gauname -34,8. Vadinasi, 8-ojo klausimo rodiklio dedamoji - 34,8. 9-ojo klausimo aktualioji reikšmė yra 50,0. 10.1–10.5 aktualios reikšmės yra atitinkamai - 11,1; 25,9; 35,2; 3,7; 42,6. Jų vidurkis 23,7. 10.6 reikšmė yra 40,7. Iš 23,7 atėmus 40,7 gauname 17,0. Vadinasi, 10-ojo klausimo rodiklio dedamoji - 17,0. 10a klausimo aktualios reikšmės yra 6,3 ir 3,1. Jų vidurkis - 4,7. Vadinasi, 10a klausimo rodiklio dedamoji yra 4,7. 12.12 klausimo dedamoji yra 37,0. 21-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 9,3 ir 1,9. Jų vidurkis 5,6. Vadinasi, 21-ojo klausimo rodiklio dedamoji yra 5,6. Visų dedamųjų vidurkis yra 7,6. **Vadinasi, pilietiško dalyvavimo rodiklio reikšmė 7,6.**

Komunikacinių gebėjimų (S) rodiklis apskaičiuojamas kaip trijų komponentų – socialinių santykių, turinio kūrimo bei piliečių dalyvavimo – vidurkis:

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

Mūsų atveju tai 56,5; 77,8 ir 7,6. Jų vidurkis 47,3.

VADINASI, KOMUNIKACINIŲ GEBĖJIMŲ (S) RODIKLIS YRA 47,3.

Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklis (T)

Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklis sudaromas iš (1) tautinių mažumų situacijos įvertinimo (2) informacinių grėsmių (3) žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo komponentų.

Tautinių mažumų situacijos vertinimo (T₁) komponentas gaunamas iš klausimų 25.3 ir 25.4 reikšmių vidurkio, padauginto iš 10:

$$\text{Tautinių mažumų situacijos vertinimas (T}_1) = \frac{x+y}{2} \times 10$$

x – atsakymų į 25.3 klausimą vidurkis 5 balų skalėje;

y – atsakymų į 25.4 klausimą vidurkis 5 balų skalėje.

Pavyzdys. Nagrinėjamu atveju vidurkinės reikšmės yra 3,93 ir 3,67, jų vidurkis 3,8. Padauginus iš 10 gaunamas tautinių mažumų situacijos vertinimo rodiklis - 38,0 proc.

Informacinių grėsmių (T₂) komponentas gaunamas iš klausimų 24 ir 25.2 dedamųjų dalių.

24-ojo 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:

$$\text{Informacinės grėsmės (T}_2) = \frac{\frac{\sum_{j=1}^4 x_j}{4} + (6-y) \times 10}{2}$$

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

x_j – atsakymų į 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 į 25.2 klausimą vidurkis 5 balų skalėje.

Pavyzdys. Mūsų atveju 24-ojo klausimo aktualios reikšmės yra 4,04; 2,20; 3,15 ir 3,72. Jų vidurkis yra 3,28. Vadinasi (24) klausimo rodiklio dedamoji yra 32,8 25.2 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,48, tuomet 6-3,48 = 2,52. Padauginę iš 10 gauname rodiklio dedamosios reikšmę 25,2. Šių dedamųjų vidurkis yra 29,0. Vadinasi, informacinių grėsmių rodiklio reikšmė yra 29,0.

Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo (T3) 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:

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

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.

Pavyzdys. Mūsų atveju 25.5 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,76, tuomet $6 - 3,76 = 2,24$. Padauginę iš 10 gauname rodiklio dedamosios reikšmę - 22,4. 25.6 klausimo vidurkinė reikšmė yra 2,59. Padauginus iš dešimties gauname rodiklio dedamosios reikšmę - 25,9. 25.8 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,06, tuomet $6 - 3,06 = 2,94$. Padauginę iš dešimties gauname rodiklio dedamosios reikšmę - 29,4. Šių dedamųjų vidurkis yra 25,9. **Vadinasi, žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo (T3) rodiklio reikšmė yra 25,9.**

Lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklis (T) gaunamas kaip trijų komponentų – tautinių mažumų situacijos įvertinimo, informacinių grėsmių bei žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo – vidurkis:

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

Mūsų atveju - tai 38,0; 29,0 bei 56,8. Jų vidurkis yra 41,3.

VADINASI, LIETUVIŠKŲ ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ (T) RODIKLIS YRA 41,3.

Tyrimo rezultatų santrauka pateikiama šioje lentelėje:

Rodikliai	Rodiklių vidurkiai	Rodiklį sudarantieji komponentai	Rodiklį sudarančių komponentų vidurkiai	Rodiklį pagrindžiantys klausimai (klausimo numeris klausimyne)
Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis	74,3	1. Kompiuterinis raštingumas	81,5	11
		2. Subalansuotas ir aktyvus žiniasklaidos priemonių naudojimas	64,6	1, 12.1, 12.2, 12.5, 12.6, 12.7
		3. Pažengusio lygmens interneto vartojimas	76,9	12.8, 12.9, 12.10, 12.15,

Rodikliai	Rodiklių vidurkiai	Rodiklių sudarantieji komponentai	Rodiklių sudarančių komponentų vidurkiai	Rodiklių pagrindžiantys klausimai (klausimo numeris klausimyne)
Kritiškas vertinimas	51,7	1. Žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimas	48,7	3 4 6 19 23 25.1
		2. Supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą	73,7	7 22 25.7
		3. Vartotojų elgsena	32,6	5 13 14 15 16 20
Komunikaciniai gebėjimai	24,4	1. Socialiniai santykiai	56,5	12.11, 12.13
		2. Pilietiškasis dalyvavimas	16,1	9 10, 10a 12.12 21
		3. Turinio kūrimas	0,7	8, 12.3, 12.4
Lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimas	41,3	1. Tautinių mažumų vaidmens vertinimas	38,0	25.3, 25.4
		2. Informacinių grėsmės	29,0	24 25.2
		3. Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumas	25,9	25.5., 25.6., 25.8

Priedas 4. Pilotinio Lietuvos žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo tyrimo rezultatai

Lentelė Nr. 1.1

Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų? / Skaitėte knygą (spausdintą ar elektroninę)		
	Skaičius	%
Nei karto	10	18,5
Rečiau nei kartą per savaitę	19	35,2
Bent kartą per savaitę	14	25,9
Kasdien arba beveik kasdien	11	20,4
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 1.2

Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų? / Skaitėte spausdintą laikraštį ar žurnalą		
	Skaičius	%
Nei karto	5	9,3
Rečiau nei kartą per savaitę	19	35,2
Bent kartą per savaitę	20	37,0
Kasdien arba beveik kasdien	10	18,5
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 1.3

Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų? / Klausėtės radijo		
	Skaičius	%
Nei karto	3	5,6
Rečiau nei kartą per savaitę	6	11,1
Bent kartą per savaitę	6	11,1
Kasdien arba beveik kasdien	39	72,2
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 1.4

Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų? / Žaidėte kompiuterinius žaidimus		
	Skaičius	%
Nei karto	21	38,9
Rečiau nei kartą per savaitę	9	16,7
Bent kartą per savaitę	13	24,1
Kasdien arba beveik kasdien	11	20,4
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 1.5

Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų? / Ėjote į kiną		
	Skaičius	%
Nei karto	33	61,1
Rečiau nei kartą per savaitę	19	35,2
Bent kartą per savaitę	1	1,9
Kasdien arba beveik kasdien	1	1,9
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 1.6

Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų? / Žiūrėjote televiziją		
	Skaičius	%
Nei karto	3	5,6
Rečiau nei kartą per savaitę	8	14,8
Bent kartą per savaitę	8	14,8
Kasdien arba beveik kasdien	35	64,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 1.7

Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų? / Naudojotės mobiliuoju telefonu		
	Skaičius	%
Bent kartą per savaitę	3	5,6
Kasdien arba beveik kasdien	51	94,4
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 1.8

Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų? / Naudojotės internetu mobiliajame telefone		
	Skaičius	%
Nei karto	10	18,5
Rečiau nei kartą per savaitę	4	7,4
Bent kartą per savaitę	4	7,4
Kasdien arba beveik kasdien	36	66,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 1.9

Kaip dažnai per paskutinius tris mėnesius atlikote vieną iš šių veiklų? / Naudojotės internetu kituose prietaisuose (pavyzdžiui, kompiuteryje)		
	Skaičius	%
Nei karto	1	1,9
Bent kartą per savaitę	3	5,6
Kasdien arba beveik kasdien	50	92,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 1a.1

Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai? / Laikraščiai / žurnalai

	Skaičius	%
1 Visiškai nesvarbu	6	11,3
2	12	22,6
3	13	24,5
4	10	18,9
5 Labai svarbu	12	22,6
Iš viso	53	100,0

Lentelė Nr. 1a.2

Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai? / Televizija		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesvarbu	8	15,1
2	5	9,4
3	15	28,3
4	5	9,4
5 Labai svarbu	20	37,7
Iš viso	53	100,0

Lentelė Nr. 1a.3

Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai? / Radijas		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesvarbu	2	3,8
2	8	15,1
3	10	18,9
4	12	22,6
5 Labai svarbu	21	39,6
Iš viso	53	100,0

Lentelė Nr. 1a.4

Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai? / Internetas		
	Skaičius	%
4	7	13,2
5 Labai svarbu	46	86,8
Iš viso	53	100,0

Lentelė Nr. 1b.1

Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai internete? / Socialiniai tinklai (pavyzdžiui, Facebook, Twitter)		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesvarbu	8	15,1
2	8	15,1
3	15	28,3
4	13	24,5

5 Labai svarbu	9	17,0
Iš viso	53	100,0

Lentelė Nr. 1b.2

Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai internete? / Diskusijų forumai		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesvarbu	19	35,8
2	10	18,9
3	14	26,4
4	9	17,0
5 Labai svarbu	1	1,9
Iš viso	53	100,0

Lentelė Nr. 1b.3

Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai internete? / Tinklaraščiai		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesvarbu	13	24,5
2	11	20,8
3	11	20,8
4	14	26,4
5 Labai svarbu	4	7,5
Iš viso	53	100,0

Lentelė Nr. 1b.4

Kiek Jums asmeniškai svarbūs šie informacijos šaltiniai internete? / Žinių portalai (pavyzdžiui, Delfi, 15 min ir pan.)		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesvarbu	2	3,8
2	1	1,9
3	9	17,0
4	18	34,0
5 Labai svarbu	22	41,5
Nežinau	1	1,9
Iš viso	53	100,0

Lentelė Nr. 2

Kokių 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.)		
	Skaičius	%
Lenkijos	6	11,1
Didžiosios Britanijos	20	37,0
Kitų ES valstybių (išskyrus Lenkiją ir D.Britaniją)	14	25,9
Rusijos	18	33,3

Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV)	20	37,0
Kitų pasaulio šalių	19	35,2

Lentelė Nr. 3

Kiek patikima laikytumėte informaciją, pateiktą šiuo informacijos kanalu? / Laikraštis	
Laikraštis	3,28
Televizija	3,12
Radijas	3,53
Internetas	3,35

Lentelė Nr. 3.1

Kiek patikima laikytumėte informaciją, pateiktą šiuo informacijos kanalu? / Laikraštis		
	Skaičius	%
1 Visiškai nepatikima	1	2,0
2	4	8,0
3	27	54,0
4	16	32,0
5 Visiškai patikima	2	4,0
Iš viso	50	100,0

Lentelė Nr. 3.2

Kiek patikima laikytumėte informaciją, pateiktą šiuo informacijos kanalu? / Televizija		
	Skaičius	%
1 Visiškai nepatikima	4	7,8
2	9	17,6
3	20	39,2
4	13	25,5
5 Visiškai patikima	5	9,8
Iš viso	51	100,0

Lentelė Nr. 3.3

Kiek patikima laikytumėte informaciją, pateiktą šiuo informacijos kanalu? / Radijas		
	Skaičius	%
1 Visiškai nepatikima	1	2,0
2	4	8,2
3	20	40,8
4	16	32,7
5 Visiškai patikima	8	16,3
Iš viso	49	100,0

Lentelė Nr. 3.4

Kiek patikima laikytumėte informaciją, pateiktą šiuo informacijos kanalu? / Internetas		
---	--	--

	Skaičius	%
1 Visiškai nepatikima	2	3,8
2	5	9,6
3	22	42,3
4	19	36,5
5 Visiškai patikima	4	7,7
Iš viso	52	100,0

Lentelė Nr. 4.1

Jūsų nuomone, ar yra skirtumų pateikiant tą pačią informaciją skirtinguose informacijos šaltiniuose? / Tarp skirtingų laikraščių		
	Skaičius	%
Taip	41	75,9
Ne	8	14,8
Nežinau	5	9,3
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 4.2

Jūsų nuomone, ar yra skirtumų pateikiant tą pačią informaciją skirtinguose informacijos šaltiniuose? / Tarp skirtingų televizijos kanalų		
	Skaičius	%
Taip	43	79,6
Ne	8	14,8
Nežinau	3	5,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 4.3

Jūsų nuomone, ar yra skirtumų pateikiant tą pačią informaciją skirtinguose informacijos šaltiniuose? / Tarp skirtingų radijo stočių		
	Skaičius	%
Taip	40	74,1
Ne	9	16,7
Nežinau	5	9,3
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 4.4

Jūsų nuomone, ar yra skirtumų pateikiant tą pačią informaciją skirtinguose informacijos šaltiniuose? / Tarp skirtingų interneto puslapių		
	Skaičius	%
Taip	45	83,3
Ne	6	11,1
Nežinau	3	5,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 5

Kokių veiksmų imatės, kai pastebite informacijos pateikimo skirtumus skirtinguose informacijos šaltiniuose?		
	Skaičius	%
Ignoruojų skirtumus / nekreipiu į tai dėmesio	4	7,4
Tikiu kiekvienu šaltiniu po truputį, remdamasis bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną medijų kanalą (televizijos kanalais, laikraščiais, internetinėmis svetainėmis)	27	50,0
Bandau palyginti informaciją kitur (pavyzdžiui knygoje, enciklopedijose, kitame TV kanale, ar kitame laikraštyje)	33	61,1
Teiraujosi draugų, šeimos narių ar kitų žmonių nuomonės	11	20,4
Pasidalinu savo nerimu su pilietinėmis ar kitomis organizacijomis	4	7,4
Paprastai remiuosi tik vienu šaltiniu (vienu TV kanalu, vienu laikraščiu ar vienu internetiniu puslapiu)	2	3,7

Lentelė Nr. 6.1

Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus? / „Realiam gyvenime tai pakenktų labiau“		
	Skaičius	%
Taip	21	38,9
Ne	18	33,3
Nežinau	15	27,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 6.2

Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus? / „Tai paskatino mane manyti, kad rūkymas yra šaunus užsiėmimas“		
	Skaičius	%
Taip	4	7,4
Ne	48	88,9
Nežinau	2	3,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 6.3

Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus? / „Tai reklama, nors ir neatrodo kaip tokia“		
	Skaičius	%
Taip	38	70,4
Ne	8	14,8
Nežinau	8	14,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 6.4

Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus? / „Tai nėra normalus kūno sudėjimas“		
	Skaičius	%
Taip	35	64,8

Ne	13	24,1
Nežinau	6	11,1
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 6.5

Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus? / „Tai atrodo kaip bandymas skleisti propagandą“		
	Skaičius	%
Taip	46	85,2
Ne	6	11,1
Nežinau	2	3,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 6.6

Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus? / „Šis straipsnis yra užsakytas“		
	Skaičius	%
Taip	50	92,6
Ne	1	1,9
Nežinau	3	5,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 6.7

Ar žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete, žaisdami kompiuterinius žaidimus kada nors pagalvojote apie žemiau išvardintus dalykus? / „Tai bandymas kurstyti tautinę nesantaiką“		
	Skaičius	%
Taip	39	72,2
Ne	6	11,1
Nežinau	9	16,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 7.1

Ar, jūsų manymu, egzistuoja taisyklės (įstatymai), reguliuojantys žemiau išvardintus dalykus? / Apie ką gali būti reklama		
	Skaičius	%
Taip	41	75,9
Ne	7	13,0
Nežinau	6	11,1
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 7.2

Ar, jūsų manymu, egzistuoja taisyklės (įstatymai), reguliuojantys žemiau išvardintus dalykus? / Kur ir kada galima tarpinti reklamą		
	Skaičius	%
Taip	42	77,8

Ne	8	14,8
Nežinau	4	7,4
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 7.3

Ar, jūsų manymu, egzistuoja taisyklės (įstatymai), reguliuojantys žemiau išvardintus dalykus? / Autorines teises, skirtas apsaugoti autorių intelektualinę nuosavybę		
	Skaičius	%
Taip	51	94,4
Nežinau	3	5,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 7.4

Ar, jūsų manymu, egzistuoja taisyklės (įstatymai), reguliuojantys žemiau išvardintus dalykus? / Koks turinys gali būti rodomas (pvz., smurtas ar pornografija)		
	Skaičius	%
Taip	49	90,7
Ne	2	3,7
Nežinau	3	5,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 8

Ar per pastaruosius metus pats sukūrėte kurią nors iš žemiau išvardintų dalykų?		
	Skaičius	%
Literatūros kūrinį (knygą, esė, eilėraštį ir pan.)	4	7,4
Straipsnį laikraščiu, žurnalui ar internetiniam naujienų portalui	7	13,0
Laišką ar komentarą laikraščiu, žurnalui	16	29,6
Vaizdinę ar garsinę medžiagą (nuotrauką, filmą, animacinį filmuką, dainą ir pan.)	10	18,5
Nei vieno iš aukščiau išvardintų	28	51,9

Lentelė Nr. 9

Ar, kurią nors praeitame klausime (Klausimas Nr. 8) nurodytų medijos turinio formų naudojote pasisakyti Jums asmeniškai svarbiu politiniu ar pilietiniu klausimu per pastaruosius 12 mėnesių?		
	Skaičius	%
Taip	13	50,0
Ne	12	46,2
Nenorėčiau atsakyti	1	3,8
Iš viso	26	100,0

Lentelė Nr. 10

Ar per pastaruosius metus išreiškėte savo nuomonę vienu iš pateiktų būdų?		
	Skaičius	%
Susisiekėte su politiku ar politine partija	6	11,1
Paaukojote pinigų pilietiniam ar politiniam tikslui	14	25,9

Pasirašėte peticiją paremti pilietinį ar politinį tikslą	19	35,2
Dalyvavote draugiškoje demonstracijoje	2	3,7
Komentavote politiniu ar pilietiniu klausimu internete (pavyzdžiui, žinių portale, tinklaraščio įrašė ar socialiniame tinkle)	23	42,6
Nei vienu iš aukščiau išvardintų	22	40,7

Lentelė Nr. 10a.1

Kaip dažnai per pastarąjį mėnesį rašėte / ...anoniminį komentarą		
	Skaičius	%
Nei karto	14	43,8
Rečiau nei kartą per savaitę	15	46,9
Bent kartą per savaitę	1	3,1
Kasdien arba beveik kasdien	2	6,3
Iš viso	32	100,0

Lentelė Nr. 10b.2

Kaip dažnai per pastarąjį mėnesį rašėte / ...komentarą kaip registruotas vartotojas		
	Skaičius	%
Nei karto	19	59,4
Rečiau nei kartą per savaitę	10	31,3
Bent kartą per savaitę	2	6,3
Kasdien arba beveik kasdien	1	3,1
Iš viso	32	100,0

Lentelė Nr. 11.1

Kaip manote, ar jūsų kompiuterio raštingumo ir interneto sugebėjimai pakankami... /... bendrauti su giminėmis, draugais, kolegomis		
	Skaičius	%
Taip	53	98,1
Nežinau	1	1,9
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 11.2

Kaip manote, ar jūsų kompiuterio raštingumo ir interneto sugebėjimai pakankami... /...apsaugoti savo asmeninius duomenis (pavyzdžiui, savo adresą ar telefono numerį, kreditinės kortelės numerį ar banko sąskaitos numerį)		
	Skaičius	%
Taip	37	68,5
Ne	9	16,7
Nežinau	8	14,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 11.3

Kaip manote, ar jūsų kompiuterio raštingumo ir interneto sugebėjimai pakankami... /... ieškoti darbo (pvz., užsiregistruoti darbo skelbimų svetainėse, patalpinti savo cv)		
--	--	--

	Skaičius	%
Taip	42	77,8
Ne	3	5,6
Neaktualu	6	11,1
Nežinau	3	5,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.1

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Siųsti ar gauti el. laiškus		
	Skaičius	%
Taip	54	100,0
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.2

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Ieškoti informacijos apie prekes ar paslaugas		
	Skaičius	%
Taip	54	100,0
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.3

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Įkelti paties sukurtą turinį (pvz., tekstą, atvaizdus, nuotraukas, video ar muziką) į internetinę svetainę		
	Skaičius	%
Taip	29	53,7
Ne	25	46,3
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.4

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Rašyti tinklaraštį		
	Skaičius	%
Taip	10	18,5
Ne	44	81,5
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.5

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Žiūrėti ar parsisiųsti filmus, TV laidas		
	Skaičius	%
Taip	40	74,1
Ne	14	25,9
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.6

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Klausytis ar parsisiųsti muzikos		
	Skaičius	%

Taip	42	77,8
Ne	12	22,2
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.7

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Skaityti ar parsisiųsti knygas		
	Skaičius	%
Taip	23	42,6
Ne	31	57,4
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.8

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Naudotis interneto bankininkyste (pvz., mokėti sąskaitas arba pervesti pinigus į kitą sąskaitą)		
	Skaičius	%
Taip	52	96,3
Ne	2	3,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.9

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Naudotis valstybės institucijų elektroninėje erdvėje siūlomomis paslaugomis (pvz., gauti informaciją iš viešo puslapio arba užpildyti mokesčių deklaraciją, užsiregistruoti į sveikatos priežiūros įstaigą)		
	Skaičius	%
Taip	49	90,7
Ne	5	9,3
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.10

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Įsigyti prekių ar paslaugų internetu		
	Skaičius	%
Taip	46	85,2
Ne	8	14,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.11

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Naudotis socialiniais tinklais (pvz., Facebook, LinkedIn, Twitter ar kt.)		
	Skaičius	%
Taip	47	87,0
Ne	7	13,0
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.12

Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Dalyvauti debatuose politiniais ar pilietiniais klausimais (pvz., skaityti ar pateikti savo nuomonę)

	Skaičius	%
Taip	20	37,0
Ne	34	63,0
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.13

Ar per paskutinius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Bendradarbiauti su kitais asmenimis bendrame internetiniame projekte (pvz., pildėte Wikipedijos enciklopediją, parėmėte minios finansavimu paremtą projektą, ar pan.)		
	Skaičius	%
Taip	14	25,9
Ne	40	74,1
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.14

Ar per paskutinius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Skaityti ar parsisiųsti naujienas / laikraščius / žurnalus internete		
	Skaičius	%
Taip	44	81,5
Ne	10	18,5
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 12.15

Ar per paskutinius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? / Pasirašyti dokumentus e. parašu		
	Skaičius	%
Taip	19	35,2
Ne	35	64,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 13

Per pastaruosius tris mėnesius, kaip dažnai sąmoningai paspaudėte ant reklamos, kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laišku?		
	Skaičius	%
Nei karto	17	31,5
Rečiau nei kartą per mėnesį	19	35,2
Rečiau nei kartą per savaitę	12	22,2
Bent kartą per savaitę	3	5,6
Kasdien arba beveik kasdien	2	3,7
Nežinau	1	1,9
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 14

Per pastaruosius tris mėnesius, kaip dažnai netyčia paspaudėte ant reklamos, kurią pamatėte internetinėje svetainėje ar gavote el. laišką?		
	Skaičius	%
Nei karto	7	13,0
Rečiau nei kartą per mėnesį	15	27,8
Rečiau nei kartą per savaitę	9	16,7
Bent kartą per savaitę	11	20,4
Kasdien arba beveik kasdien	11	20,4
Nežinau	1	1,9
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 15.1

Ar Jūs: /...saugote savo el.pašto adresą (jo netalpinate internetinėse svetainėse), siekiant išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų gavimui?		
	Skaičius	%
Taip	35	64,8
Ne	17	31,5
Nežinau	2	3,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 15.2

Ar Jūs: /...esate įsidiegę antivirusinę programą, kad apsaugotumėte kompiuterį nuo virusų?		
	Skaičius	%
Taip	43	79,6
Ne	10	18,5
Nežinau	1	1,9
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 15.3

Ar Jūs: /...esate įsidiegę filtrą ar blokovote siuntėjus, norėdamas išvengti nepadoraus turinio el.laiškų?		
	Skaičius	%
Taip	27	50,0
Ne	25	46,3
Nežinau	2	3,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 15.4

Ar Jūs: /...esate įsidiegę reklamų blokavimo įskiepi, kad išvengtumėte reklamos naudojantis internetu?		
	Skaičius	%
Taip	23	42,6
Ne	30	55,6
Nežinau	1	1,9
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 16

Įprastai ieškodamas informacijos internete Jūs:		
	Skaičius	%
Einu tiesiai į konkrečias svetaines, nesinaudodamas paieškos varikliu	2	3,7
Dažniau naudojuosi paieškos varikliais (pvz., Google, Yahoo, Bing)	17	31,5
Naudoju abu būdus	35	64,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 17

Ieškodami informacijos internete dažniausiai naudojate:		
	Skaičius	%
Gimtąją kalbą	20	37,0
Kitas kalbas	6	11,1
Abu atvejai vienodai dažni	28	51,9
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 17a

Kokiomis užsienio kalbomis dažniausiai ieškote informacijos internete?		
	Skaičius	%
Lietuvių	32	94,1
Anglų	32	94,1
Rusų	16	47,1
Lenkų	4	11,8
Kita	5	14,7

Lentelė Nr. 18

Kaip dažniausiai atrandate naujas internetines svetaines?		
	Skaičius	%
Atrandu pats / pati	17	31,5
Puslapį rekomenduoja el. paštu, tinklaraščio įrašu (blogu) ar socialinio tinklapio įrašu	6	11,1
Abu atvejai vienodai dažni	26	48,1
Nežinau	5	9,3
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 19

Ar skirtinguose paieškos varikliuose pastebite skirtingą / skirtingai pateiktą informaciją?		
	Skaičius	%
Taip	23	42,6
Ne	5	9,3
Visada naudoju tą patį paieškos variklį	24	44,4
Nežinau	2	3,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 20

Kuriuos iš žemiau nurodytų veiksmų atliekate lankydamiesi naujose internetinėse svetainėse?		
	Skaičius	%
Apžvelgiu bendrą svetainės vaizdą	44	81,5
Patikrinu informaciją kitose internetinėse svetainėse	16	29,6
Patikrinu, ar ryšys su svetaine saugus (adreso laukelyje yra spynelė (https), arba svetainės IP adresą)	14	25,9
Apsvarstau, ar gauta informacija atitinka su tuo, ką žinojau iki šiol	28	51,9
Tikrinu, ar svetainėje pateiktos nuorodos į pateikiamos informacijos šaltinius	14	25,9
Įvertinu autoriaus kompetencijas ir turinio publikavimo ketinimus	12	22,2
Paklausiu kitų žmonių, ar jie yra lankęsi toje svetainėje	6	11,1
Patikrinu, ar svetainė turi savo nustatytas elgesio (komentavimo) taisykles	9	16,7
Neatlieku nei vieno iš aukščiau nurodytų veiksmų	4	7,4

Lentelė Nr. 21.1

Ar per pastaruosius tris mėnesius? / Esate kreipęsis į žiniasklaidos priemonę dėl Jūsų manymu netinkamo turinio (informacijos, reklamos ar pan.)		
	Skaičius	%
Taip	5	9,3
Ne	49	90,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 21.2

Ar per pastaruosius tris mėnesius? / Esate kreipęsis į žiniasklaidos priežiūros institucijas dėl Jūsų manymu netinkamo turinio (informacijos, reklamos ar pan.)		
	Skaičius	%

Taip	1	1,9
Ne	53	98,1
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 22

Ar žinote, kad už jūsų sukurtą turinį internete (komentarai, nuomonės ir pan.) gali kilti teisinė atsakomybė?		
	Skaičius	%
Taip	53	98,1
Ne	1	1,9
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 23

Kiek sudėtinga ar lengva Jums paprastai yra...	
Suprasti sudėtingus tekstus, tokius kaip technines instrukcijas arba specializuotus straipsnius pirmą kartą, kai juos skaitote	3,54
Parašyti sudėtingus tekstus, tokius kaip darbo / mokslo laiškai ar ataskaitos, kurie turi būti išdėstyti aiškia logine struktūra	3,00
Konkrečiai apibrėžti informaciją, reikalingą išspręsti problemai / užduočiai, susijusiai su darbu ar studijoms	3,56
Tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, kurią surinkote siekdami išspręsti darbo / mokslo problemą	3,54

Lentelė Nr. 23.1

Kiek sudėtinga ar lengva Jums paprastai yra... / Suprasti sudėtingus tekstus, tokius kaip technines instrukcijas arba specializuotus straipsnius pirmą kartą, kai juos skaitote		
	Skaičius	%
1 – Labai sudėtinga	3	5,6
2	4	7,4
3	16	29,6
4	23	42,6
5 – Labai lengva	8	14,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 23.2

Kiek sudėtinga ar lengva Jums paprastai yra... / Parašyti sudėtingus tekstus, tokius kaip darbo / mokslo laiškai ar ataskaitos, kurie turi būti išdėstyti aiškia logine struktūra		
	Skaičius	%
1 – Labai sudėtinga	5	9,3
2	12	22,2
3	18	33,3
4	16	29,6
5 – Labai lengva	3	5,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 23.3

Kiek sudėtinga ar lengva Jums paprastai yra... / Konkrečiai apibrėžti informaciją, reikalingą išspręsti problemai / užduočiai, susijusiai su darbu ar studijoms		
	Skaičius	%
2	6	11,1
3	22	40,7
4	16	29,6
5 – Labai lengva	10	18,5
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 23.4

Kiek sudėtinga ar lengva Jums paprastai yra... / Tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, kurią surinkote siekdami išspręsti darbo / mokslo problemą		
	Skaičius	%
1 – Labai sudėtinga	1	1,9
2	7	13,0
3	19	35,2
4	16	29,6
5 – Labai lengva	11	20,4
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 24

Galvojant apie lietuvišką žiniasklaidą (televiziją, radiją, internetinius puslapius), kokio pobūdžio informaciją labiausiai ja siekiama perduoti?	
Siekiami informuoti visuomenę apie vykstančius įvykius	4,04
Siekiami daryti įtaką gyventojų nuomonei	3,80
Siekiami įbauginti visuomenę	2,85
Siekiami šviesti gyventojus tam tikromis temomis, suteikti žinių	3,72
Dėmesys skiriamas pramogoms ir laisvalaikiui	4,20

Lentelė Nr. 24.1

Galvojant apie lietuvišką žiniasklaidą (televiziją, radiją, internetinius puslapius), kokio pobūdžio informaciją labiausiai ja siekiama perduoti? / Siekiama informuoti visuomenę apie vykstančius įvykius		
	Skaičius	%
2	2	3,7
3	14	25,9
4	18	33,3
5 Visiškai sutinku	20	37,0
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 24.2

Galvojant apie lietuvišką žiniasklaidą (televiziją, radiją, internetinius puslapius), kokio pobūdžio informaciją labiausiai ja siekiama perduoti? / Siekiama daryti įtaką gyventojų nuomonei		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	1	1,9

2	3	5,6
3	17	31,5
4	18	33,3
5 Visiškai sutinku	15	27,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 24.3

Galvojant apie lietuvišką žiniasklaidą (televiziją, radiją, internetinius puslapius), kokio pobūdžio informaciją labiausiai ja siekiama perduoti? / Siekiama įbauginti visuomenę		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	10	18,5
2	11	20,4
3	18	33,3
4	7	13,0
5 Visiškai sutinku	8	14,8
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 24.4

Galvojant apie lietuvišką žiniasklaidą (televiziją, radiją, internetinius puslapius), kokio pobūdžio informaciją labiausiai ja siekiama perduoti? / Siekiama šviesti gyventojus tam tikromis temomis, suteikti žinių		
	Skaičius	%
2	3	5,6
3	19	35,2
4	22	40,7
5 Visiškai sutinku	10	18,5
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 24.5

Galvojant apie lietuvišką žiniasklaidą (televiziją, radiją, internetinius puslapius), kokio pobūdžio informaciją labiausiai ja siekiama perduoti? / Dėmesys skiriamas pramogoms ir laisvalaikiui		
	Skaičius	%
2	1	1,9
3	9	16,7
4	22	40,7
5 Visiškai sutinku	22	40,7
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 25

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius	
Aš sugebu kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose	4,22
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse pastebiu užsienio šalių bandymų daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams	3,48
Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų kalba	3,93

Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių lenkų kalba	3,67
Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus	3,76
Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos, nepriklausomos	2,59
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse mažai kokybiško produkto intelektualiam piliečiui	3,83
Esu pastebėjęs / usi poveikio bandymų (pvz. cenzūros) Lietuvos žiniasklaidos priemonėse	3,06
Aš aktyviai naudojuosi socialiniais tinklais	3,50

Lentelė Nr. 25.1

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius / Aš sugebu kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	1	1,9
3	8	14,8
4	22	40,7
5 Visiškai sutinku	23	42,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 25.2

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius / Lietuvos žiniasklaidos priemonėse pastebiu užsienio šalių bandymų daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	3	5,6
2	6	11,1
3	19	35,2
4	14	25,9
5 Visiškai sutinku	12	22,2
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 25.3

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius / Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų kalba		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	1	1,9
2	4	7,4
3	16	29,6
4	10	18,5
5 Visiškai sutinku	23	42,6
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 25.4

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius / Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių lenkų kalba		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	1	1,9
2	4	7,4
3	24	44,4
4	8	14,8
5 Visiškai sutinku	17	31,5
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 25.5

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius / Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	1	1,9
2	4	7,4
3	15	27,8
4	21	38,9
5 Visiškai sutinku	13	24,1
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 25.6

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius / Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos, nepriklausomos		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	10	18,5
2	13	24,1
3	24	44,4
4	3	5,6
5 Visiškai sutinku	4	7,4
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 25.7

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius / Lietuvos žiniasklaidos priemonėse mažai kokybiško produkto intelektualiam piliečiui		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	1	1,9
2	6	11,1
3	13	24,1
4	15	27,8
5 Visiškai sutinku	19	35,2
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 25.8

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius / Esu pastebėjęs / usi poveikio bandymų (pvz. cenzūros) Lietuvos žiniasklaidos priemonėse		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	6	11,1
2	7	13,0
3	25	46,3
4	10	18,5
5 Visiškai sutinku	6	11,1
Iš viso	54	100,0

Lentelė Nr. 25.9

Prašome pateikti savo nuomonę apie šiuos teiginius / Aš aktyviai naudojuosi socialiniais tinklais		
	Skaičius	%
1 Visiškai nesutinku	5	9,3
2	7	13,0
3	15	27,8
4	10	18,5
5 Visiškai sutinku	17	31,5
Iš viso	54	100,0