

LIETUVOS RESPUBLIKOS
KULTŪROS MINISTERIJA

ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NAUDOJIMO RAŠTINGUMO LYGIO NUSTATYMO TYRIMAS

Vykdytojas:

BALTIJOS TYRIMAI
The Gallup Organization

2026 m. sausio mėn.

Vilnius

TURINYS

I. ĮVADAS.....	3
II. TYRIMO REZULTATAI	10
2.1. SUGEBĖJIMAS NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS.....	10
2.2. KRITIŠKAS VERTINIMAS.....	34
2.3. KOMUNIKACINIAI GEBĖJIMAI	43
2.4. LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMAS	75
2.5. ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NAUDOJIMO RAŠTINGUMO RODIKLIAI	83
III. PROGNOZĖS	96
3.1. PROGNOZAVIMO METODIKA.....	96
3.2. DEMOGRAFINIŲ PROGNOZIŲ PRIELAIDOS.....	98
3.3. VERTINIMO KRITERIJŲ PROGNOZIŲ PRIELAIDOS	99
3.4. PROGNOZIŲ SKAIČIAVIMAS.....	106
IV. IŠVADOS.....	109
V. REKOMENDACIJOS	112

I. ĮVADAS

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio nustatymo tyrimas (toliau – Tyrimas) UAB „Baltijos tyrimai“ atliktas Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos užsakymu, atsižvelgiant į Kultūros ministerijos 2025–2027 m. strateginio veiklos plano pažangos priemonę 08-001-04-01-10 „Įgyvendinti visuomenės informavimo politikos strategines kryptis, visuomenės kritinio mąstymo, medijų ir informacinio raštingumo ugdymo iniciatyvas“ bei rezultatą E-08-001-04-01-06 „Visuomenės informavimo priemonių naudojimo raštingumo lygis“.

Šio **tyrimo tikslas** – atlikti reprezentatyvų Lietuvos gyventojų tyrimą, siekiant nustatyti ir įvertinti gyventojų gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis, jų gebėjimą kritiškai vertinti žiniasklaidos priemonėse pateiktą informaciją, jų komunikacijos gebėjimus bei ištirti, kaip gyventojai patys vertina žiniasklaidos priemones, taip pat nustatyti nuo 2017 m. įvykusius pokyčius.

Tyrimo indeksas sudarytas iš trijų pagrindinių rodiklių – **sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis, kritiško vertinimo, komunikacinių gebėjimų ir papildomo – Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo**. Remiantis jais bei juos sudarančiais komponentais apskaičiuotos jų reikšmės ir atlikta rodiklių pokyčių prognozė 2027 m. ir 2030 m. Tokio pobūdžio tyrimas Kultūros ministerijos užsakymu atliekamas trečią kartą. Pirmą kartą tyrimas buvo atliktas 2017 m., o antrą – 2021 m.

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

Tyrimė išskiriamos dvi tikslinės grupės:

(1) reprezentatyvi nuolatinė Lietuvos gyventojų grupė;

(2) pagrindinių Lietuvoje gyvenančių tautinių mažumų – rusų ir lenkų – grupė.

Šios tikslinės grupės buvo apklaustos dviejuose atskiruose tyrimuose – pagrindiniame (nacionaliniame reprezentatyviame) tyrimė ir papildomame Lietuvos tautinių mažumų tyrimė.

Apklausa buvo atliekama tiesioginio interviu metodu.

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

raštingumą ir žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumą tarp Lietuvos tautinių mažumų atstovų.

Tyrimo rezultatai suteikia galimybę šį „Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio nustatymo tyrimą“ naudoti kaip atskaitos tašką tolimesniems Kultūros ministerijos tyrimams, siekiant sekti ir matuoti žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio pokytį Lietuvoje, o taip pat politikos formavimui medijų ir informacinio raštingumo srityje.

1.1. Respondentų atrankos dizainas

1.1.1. Tyrimo generalinė visuma

Tyrimo imtis Lietuvoje reprezentuoja 2 146 498 18–75 m. gyventojus¹.

Lietuvos namų ūkių 18–75 m. gyventojai atrinkti nepriklausomai nuo pilietybės, kalbos ar teisinio statuso šalyje. Į imtį nepatenka benamiai asmenys, asmenys išvykę iš Lietuvos ar hospitalizuoti ilgiau nei 6 mėn. ir institucijose (senelių namuose, internatuose, prieglaudose ir pan.) gyvenantys asmenys.

Tyrimo metu yra naudojama daugiapakopė tikimybinė atranka. Pirmoje pakopoje yra apibrėžti dešimt administracinių regionų – apskričių. Apklauskos taškai suskirstomi pagal gyvenamosios vietos dydį (pagal gyventojų skaičių). Visos gyvenamosios vietos yra sugrupuotos į didmiesčius, mažus ir vidutinio dydžio miestus bei kaimo gyvenvietes. Apklauskos taškų skaičius kiekvieno dydžio gyvenvietėse priklauso nuo to, koks procentas Lietuvos gyventojų gyvena tokio tipo gyvenvietėse ar miestuose. Vienas apklauskos taškas atspindi maždaug 1% apklausiamų gyventojų (viename apklauskos taške atliekama apie 10 interviu).

Apklausa paprastai vyksta ne mažiau nei 100 atrankos taškų. Apklausa visuomet vyksta 7 didžiausiuose Lietuvos miestuose (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose, Panevėžyje, Alytuje, Marijampolėje), o mažesni Lietuvos miestai bei kaimai atsitiktiniu būdu pasirinkami apskrityse iš skirtingo dydžio miestų bei gyvenviečių sąrašų.

1.1.2. Respondentų atranka.

Tiesioginės apklauskos metu namų ūkyje apklausiamas tik vienas žmogus. Apklaustas vienas vyras arba viena moteris, jeigu atitiko šias sąlygas:

- Buvo 18–75 metų;
- Sutiko dalyvauti apklausoje;

¹ Remiantis oficialiais Valstybės duomenų agentūros duomenimis apie Lietuvos respublikos gyventojų skaičių 2026 m. pradžioje (žr.: <https://osp.stat.gov.lt/gyventojai1>)

- apklausiamo asmens gimtadienis buvo artimiausias apklausos datai iš visų nurodyto amžiaus namų ūkio narių („paskutinio gimtadienio“ taisyklė).

1.2. Kokybės kontrolė

Regioniniai lauko tyrimo koordinatoriai atlieka kontrolinius interviu telefonu su 10 proc. imties dalyvių. Atliekant kontrolinius interviu buvo tikrinami kontaktų lapai ir pildomi kontroliniai klausimynai. Iškilus abejonėms dėl respondento atrinkimo procedūros pažeidimo bei deramo apklausos atlikimo regioniniai koordinatoriai tikrino visus interviuotojo darbo aspektus. Patikrinus atliktus tiesioginius interviu (100 respondentų) pažeidimų ar nukrypimų nuo taisyklių neužfiksuota. Programiniu būdu buvo patikrinta, ar nėra loginių anketos užpildymo neatitikimų.

1.3. Duomenų suvedimas ir tvarkymas

Visi duomenys buvo suvesti į SPSS programą. Duomenys užsakovui pateikiami SPSS formate su rodiklių aprašu lietuvių kalba. Standartinės loginės patikros procedūros buvo vykdomos suvedant ir tvarkant tyrimo duomenis.

Reprezentatyvios apklausos duomenys buvo pasverti taip, kad atitiktų tyrimo visumos pasiskirstymą pagal lytį, amžiaus grupes bei gyvenamosios vietos dydį (pagal gyventojų skaičių)². Kadangi tautinių mažumų atrankai buvo naudojamos lyties, amžiaus ir regiono kvotos, šie duomenys nebuvo sveriami. Tautinių mažumų atrankos pasiskirstymas pagal lytį, amžiaus grupes ir regionus atitinka tyrimo visumos pasiskirstymą.

1.4. Pagrindiniai apklausos rezultatai

Apklausa buvo atliekama 2026 m. sausio 8 d. – sausio 31 d.

Tikslinių Lietuvos tautinių mažumų grupių – rusų ir lenkų – pasirinkimą lemia tautinė visuomenės sudėtis: paskutinio gyventojų ir būsto surašymo duomenimis, 2021 m. Lietuvoje gyveno 84,6 proc. lietuvių, 6,5 proc. lenkų, 5,0 proc. rusų, 1,0 proc. baltarusių, 0,5 proc. ukrainiečių ir 0,6 proc. kitų tautybių gyventojų, t.y. rusai ir lenkai yra dvi didžiausios Lietuvos tautinės mažumos.

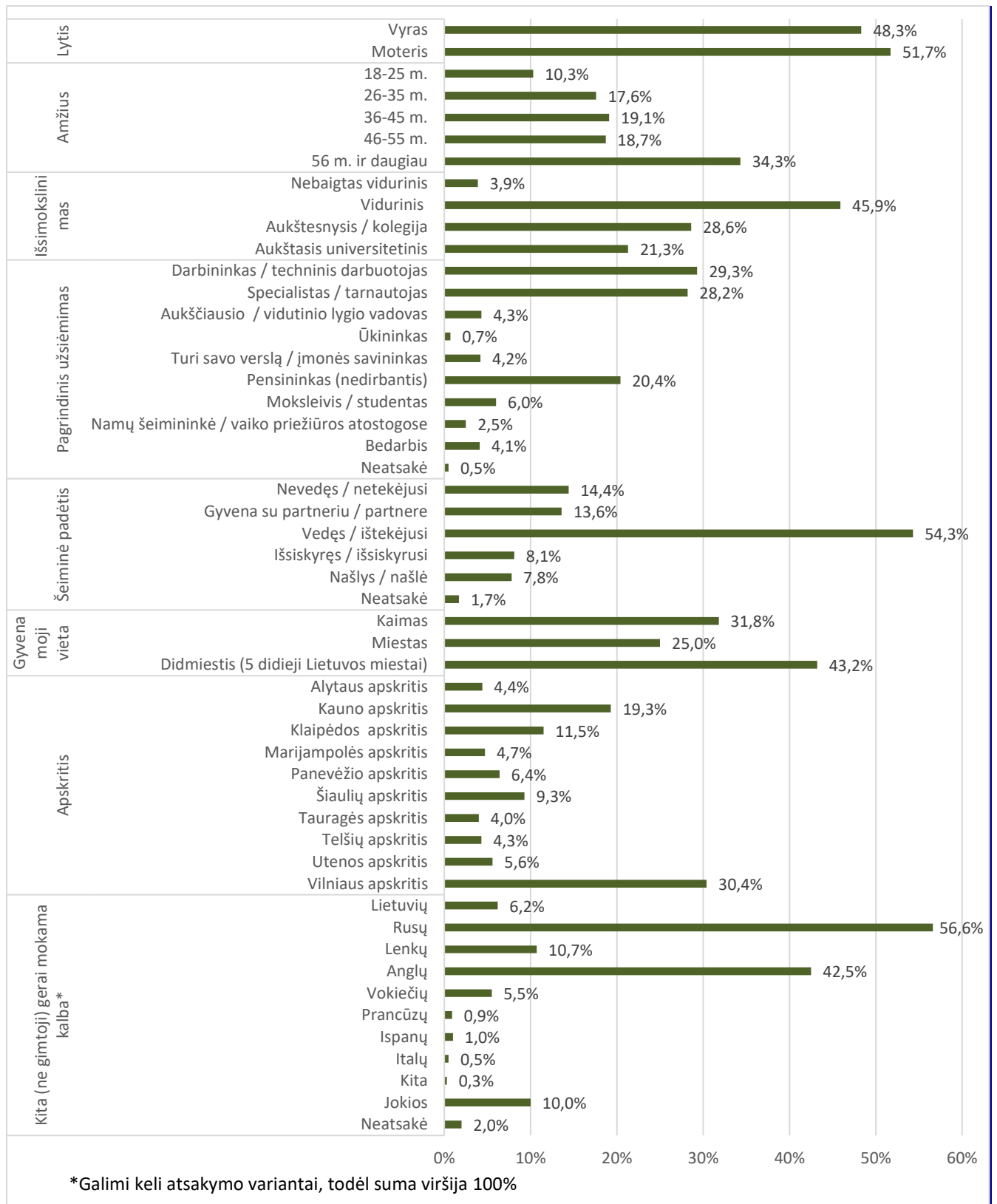
Abi šios tikslinės grupės buvo apklaustos dviejuose atskiruose tyrimuose – pagrindiniame tyrime proporcingai jų daliai visuomenėje ir papildomame – Lietuvos tautinių mažumų – tyrime, kuriame buvo apklausiamos tik šios tautinės grupės.

² Naudoti naujausi Statistikos departamento pateikiami duomenys.

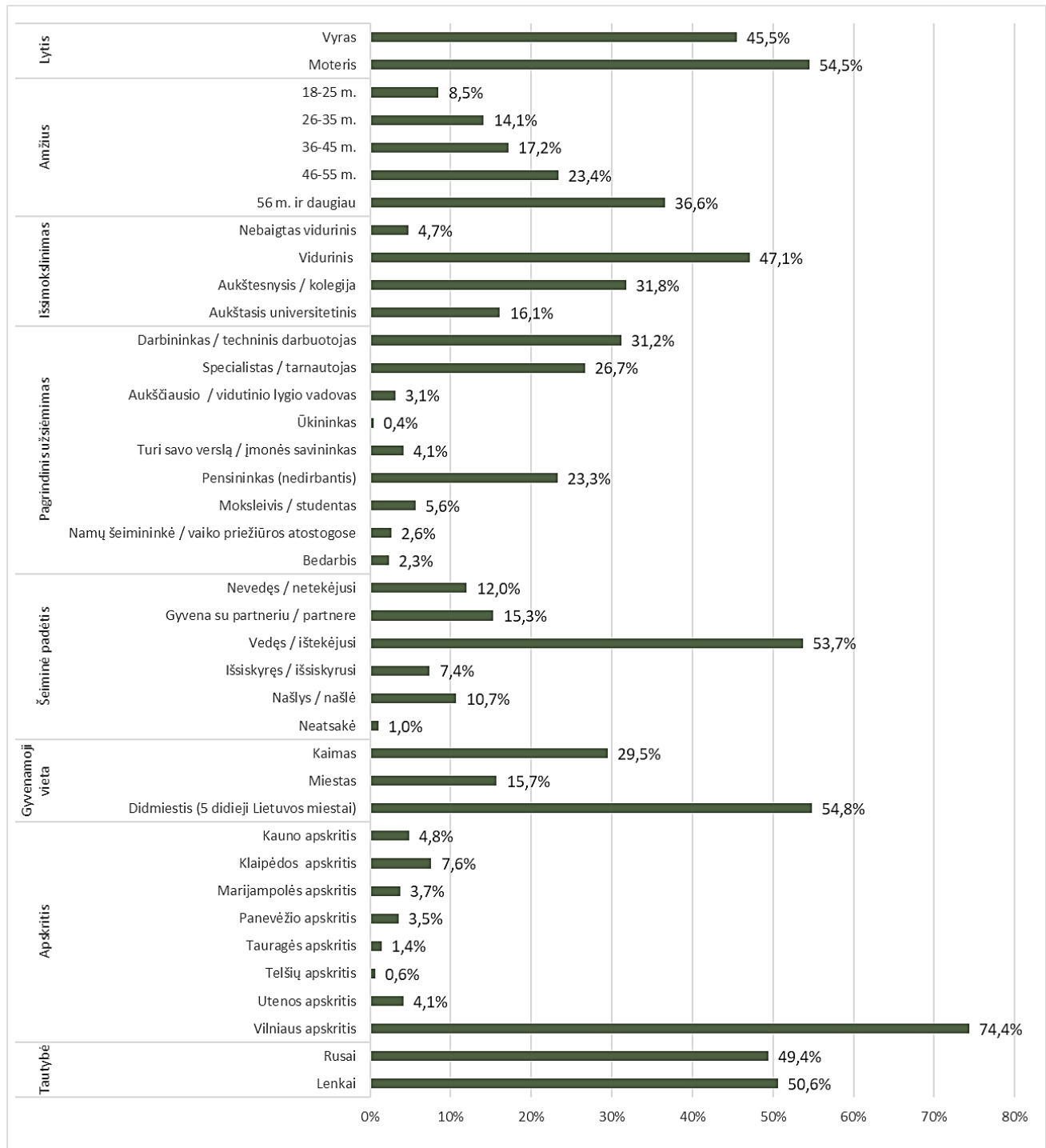
1.4.1 lentelė. Atrankos vykdymo ataskaitos duomenys

Aplankyta namų ūkių:		
Apsilankymų rezultatai	Užbaigtos anketos	1011
	Atsisakė dalyvauti apklausoje	1124
	Neįvykęs kontaktas (neatidarė durų)	897
	Netinkamas kontaktas (gyvena neatitinkantys atrankos kriterijų asmenys, atrinktas asmuo turi psichinę negalią, ir pan.)	188
Atsisakymo dalyvauti apklausoje priežastys	Neturi laiko dalyvauti apklausoje	652
	Niekada nedalyvauja apklausose	177
	Nepatinka tyrimo tema	59
	Nebendrauja su nepažįstamais, neįsileidžia į namus	184
	Kiti respondento šeimos nariai neleidžia dalyvauti apklausoje	52

1.4.1 pav. Pagrindinio (1) Lietuvos gyventojų tyrimo respondentų charakteristikos (proc.)



1.4.2 pav. Papildomo (2) Lietuvos tautinių mažumų tyrimo respondentų charakteristikos (proc.)



1.5. Duomenų analizė

Tyrimo duomenų skaičiavimai ir analizė atliekama naudojant SPSS programinę įrangą. Ataskaitoje naudojamas aprašomosios statistikos principas. Taikant aprašomosios statistikos metodą naudojami statistiniai dydžiai: dažniai, procentai, vidurkiai. Reikšmingi rezultatų skirtumai skirtingose respondentų grupėse analizuojami, naudojant kryžminių lentelių (angl. crosstabulation) analizę bei taikant statistinio skirtumų reikšmingumo nustatymo testus.

1.6. Statistinė duomenų paklaida

Atrankiniuose kiekybiniuose tyrimuose visada išlieka statistinės paklaidos tikimybė, į kurią būtina atsižvelgti interpretuojant duomenis. Pvz.: Jeigu apklausus 1011 respondentus gavome, kad 50,2 proc. apklaustųjų per paskutinius tris mėnesius bent kartą per savaitę skaitė spausdintą laikraštį ar žurnalą, tai yra 95 proc. tikimybė, kad tikroji reikšmė yra tarp 47,1 proc. ir 53,3 proc. Įverčio tikslumas mažėja, mažėjant analizuojamų atsakymų skaičiui. Toliau pateikiama lentelė, padedanti įvertinti statistinę paklaidą (1.6.1 lentelė).

1.6.1 lentelė. Galima paklaida

PASISKIRSTYMAS	5	10	15	20	25	30	40	50
N	95	90	85	80	75	70	60	50
100	4.4	6.0	7.1	8.0	8.7	9.2	9.8	10
200	3.1	4.2	5.0	5.7	6.1	6.5	6.9	7.1
300	2.5	3.5	4.1	4.6	5.0	5.3	5.7	5.8
400	2.2	3.0	3.6	4.1	4.3	4.6	4.9	5.0
500	1.9	2.7	3.2	3.6	3.9	4.1	4.4	4.5
600	1.7	2.4	2.9	3.2	3.5	3.7	3.9	4.0
800	1.5	2.1	2.5	2.8	3.0	3.2	3.4	3.5
1000	1.4	1.9	2.3	2.5	2.7	2.9	3.1	3.1
1500	1.1	1.5	1.8	2.1	2.2	2.4	2.5	2.6

1.7. Rezultatų pateikimas

Apklausa buvo vykdoma 2026 m. sausio mėnesį. Joje buvo vertinama respondentų elgsena 2025 metais. Todėl ataskaitoje kalbant apie patį tyrimą rašoma „2026 m. tyrimas / 2026 m. apklausa“, o kai kalbama apie elgsenos rodiklius – rašoma „2025 m.“.

II.TYRIMO REZULTATAI

2.1. SUGEBĖJIMAS NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS

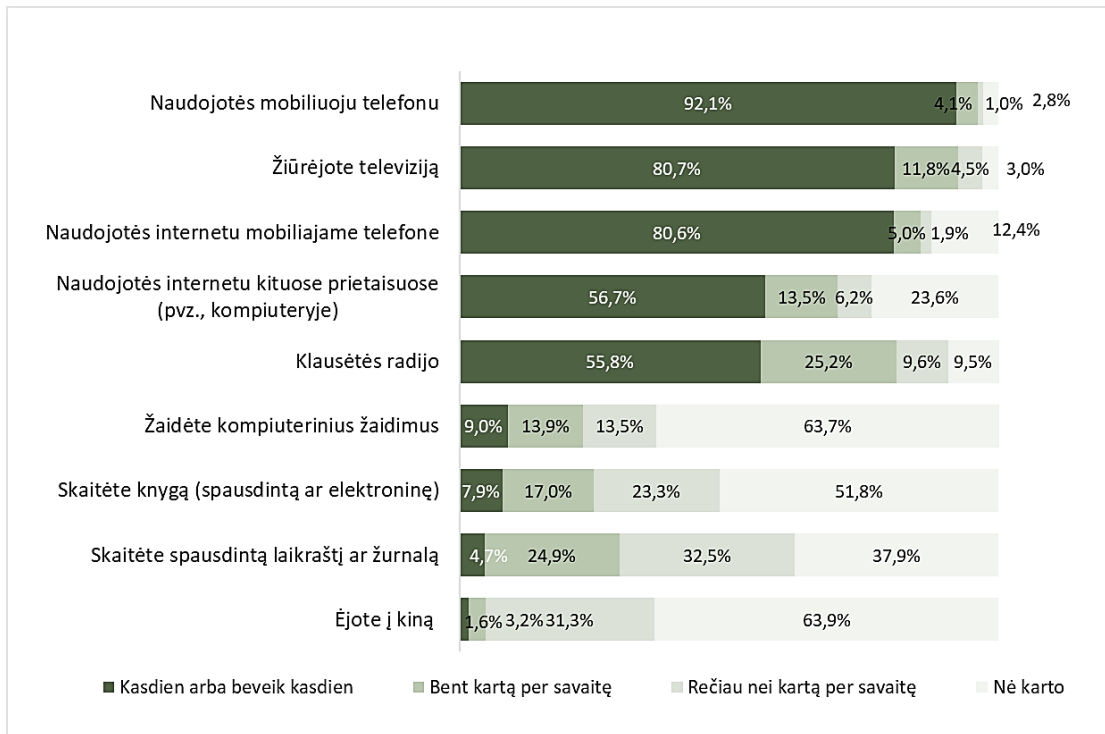
ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VARTOJIMO DAŽNUMAS

Devyni iš dešimties (92,1 proc.) tyrimo dalyvių teigė kasdien ar beveik kasdien besinaudojantys mobiliuoju telefonu. Taip pat dauguma apklaustųjų kasdien ar beveik kasdien naudojami internetu mobiliajame telefone (80,6 proc.) bei žiūri televiziją (80,7 proc.). 56,7 proc. apklaustųjų teigė, kad kasdien ar beveik kasdien naudojami internetu kituose prietaisuose bei 55,8 proc. – kad klausosi radijo. Kitos veiklos rūšys yra ženkliai retesnės – 9,0 proc. nurodė kasdien ar beveik kasdien žaidžiantys kompiuterinius žaidimus, 7,9 proc. – skaitantys knygas (spausdintas ar elektronines), 4,7 proc. – skaitantys spausdintą laikraštį ar žurnalą (žr. 2.1.1 pav.).

Mobiliojo telefono naudojimas būdingas visų socialinių bei demografinių grupių respondentams, tačiau daugiausia respondentų nurodžiusių, jog nei karto per 3 mėnesius nesinaudojo mobiliuoju telefonu, yra vyriausioje respondentų grupėje (vyresni nei 55 m.), tarp kaimo gyventojų bei tarp asmenų su nebaigtu viduriniu išsimokslinimu (žr. Priedai: lentelė Nr. 1). Internetu mobiliajame telefone kasdien arba beveik kasdien dažniau naudojami jaunesni tyrimo dalyviai.

Beveik trečdalis respondentų su nebaigtu viduriniu išsilavinimu bei vyresnių nei 55 m. respondentų internetu per pastaruosius 3 mėnesius visai nesinaudojo. Reguliariai (kasdien arba beveik kasdien) televiziją žiūrinti respondentų dalis didėja vyresnėse amžiaus grupėse. Moterys dažniau nei vyrai žiūri televiziją kasdien arba beveik kasdien. Didžiausia dalis televizijos per pastaruosius 3 mėnesius visai nežiūrėjusių asmenų yra 26–35 m. amžiaus grupėje. Televizijos žiūrėjimas taip pat susijęs ir su gyvenamąja vieta – mažesnėse gyvenvietėse didesnė dalis tyrimo dalyvių žiūri televiziją bei daro tai dažniau, nei didesnėse. Radiją kasdien arba beveik kasdien dažniau klauso vyrai bei vyresni nei 25 m. respondentai. Kompiuterinius žaidimus dažniau žaidžia vyrai ir jaunesni respondentai. Knygas bei spausdintus laikraščius ir žurnalus dažniau skaito moterys nei vyrai. Didesnė dalis aukštąjį išsimokslinimą turinčių tyrimo dalyvių skaito knygas, jie taip pat tai daro dažniau nei žemesnio išsimokslinimo respondentai. Kine per 3 mėnesius iki tyrimo lankėsi maždaug kas trečias apklaustasis, tačiau ši veikla nėra kasdieninė, tad didžiausia dalis apsilankiusių tai darė rečiau nei kartą per savaitę.

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



Lietuvos tautinių mažumų atstovai 2026 m. tyrimo duomenimis mobiliojo telefono naudojimu nesiskiria nuo pagrindinio tyrimo respondentų (žr. 2.1.1 lentelę). Palyginus televizijos žiūrėjimą galima teigti, kad lenkų tautybės respondentai rečiau nei visos Lietuvos gyventojai ir rusų tautybės respondentai tai daro kasdien ar beveik kasdien. Internetu mobiliajame telefone lenkų tautybės respondentai kasdien naudojami rečiau nei kiti. Ir rusų, ir lenkų tautinių mažumų atstovai rečiau nei pagrindinio tyrimo respondentai teigė, jog internetu kituose prietaisuose naudojami kasdien arba beveik kasdien. Palyginus Lietuvos gyventojų radijo klausymo, kompiuterinių žaidimų žaidimo, knygų (spausdintų ar elektroninių), spausdintų laikraščių ar žurnalų skaitymo, kino lankymo įpročius matyti, kad tautinių mažumų atstovai nesiskiria nuo visų šalies gyventojų.

Lyginant visus tris tyrimus (2017 m., 2021 m. ir 2026 m.) matyti, kad 2021 m. tyrimo rezultatai kai kuriais aspektais gana smarkiai išsiskiria. 2021 m. tyrime ženkliai didesnė dalis respondentų nei 2017 m. ir 2026 m. tyrimuose nurodė, jog jie naudojami internetu kituose prietaisuose, žaidė kompiuterinius žaidimus, skaitė knygą (spausdintą ar elektroninę) bei skaitė spausdintą laikraštį ar žurnalą. Galimos tokių skirtumų priežastys: kitoks tyrimo metodas (pagrindiniame tyrime pusė respondentų, o tautinių mažumų tyrime – trečdalis respondentų buvo apklausti internetu, o tai reiškia, kad jie visi buvo interneto vartotojai) bei tuo metu buvusi COVID pandemija, kuri turėjo didelės įtakos šalies gyventojų elgsenai ir įpročiams. Galima tyrimo metodo įtaka apklausos rezultatams buvo aptarta 2021 metų apklausos ataskaitoje. Kalbant apie COVID pandemijos įtaką gyventojų elgsenai ir įpročiams, reikėtų paminėti tuo metu išaugusį nuotoliu dirbančių žmonių skaičių (šaltinis – „Baltijos

tyrimų“ kompanijos 2021 m. sausio mėn. atliktos „Ekspres apklausos“ rezultatai), išaugusį naudojimąsi internetinėmis paslaugomis bei internetine prekyba.

Lyginant su 2017 m. apklausa galima teigti, kad 2026 m. tyrime fiksuojamas išaugęs naudojimas mobiliaisiais telefonais, išaugęs naudojimas internetu mobiliajame telefone, padidėjusi televizijos žiūrovų dalis (tiek tarp visų šalies gyventojų, tiek tarp tautinių mažumų atstovų). Radijo klausymas, kompiuterinių žaidimų žaidimas bei kino teatrų lankymas Lietuvoje iš esmės nepakito. Sumažėjo naudojimas internetu kituose prietaisuose (ne mobiliajame telefone) bei spausdintų laikraščių ar žurnalų skaitymas. Tai pat padidėjo šalies gyventojų dalis, per tris mėnesius nė karto neskaičiusi knygų (spausdintos ar elektroninės). Apie audioknygas šiame tyrime nebuvo klausama.

Palyginus 2026 m. apklausos duomenis su 2021 m. apklausos duomenimis matyti, kad nepakito dalis respondentų, kasdien besinaudojančių internetu kituose prietaisuose (ne mobiliajame telefone) bei kasdien einančių į kiną. Visose kitose išvardytose srityse pastebimas mažėjimas.

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

			2026 m.				
				Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto
Naudojotės mobiliuoju telefonu	Pagrindinis tyrimas		N=1011	92,1	4,1	1,0	2,8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	92,6	5,6	0,8	1,0
		Rusai	N=255	94,1	5,5	0,0	0,4
		Lenkai	N=261	91,2	5,7	1,5	1,5
Žiūrėjote televiziją	Pagrindinis tyrimas		N=1011	80,7	11,8	4,5	3,0
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	75,4	16,3	6,2	2,1
		Rusai	N=255	80,8	13,3	3,9	2,0
		Lenkai	N=261	70,1	19,2	8,4	2,3
Naudojotės internetu mobiliajame telefone	Pagrindinis tyrimas		N=1011	80,6	5,0	1,9	12,4
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	77,5	7,0	4,3	11,2
		Rusai	N=255	79,2	7,5	4,3	9,0
		Lenkai	N=261	75,9	6,5	4,2	13,4
Naudojotės internetu kituose prietaisuose	Pagrindinis tyrimas		N=1011	56,7	13,5	6,2	23,6
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	45,3	18,8	10,9	25,0
		Rusai	N=255	45,9	18,4	10,6	25,1
		Lenkai	N=261	44,8	19,2	11,1	24,9
Klausėtės radijo	Pagrindinis tyrimas		N=1011	55,8	25,2	9,6	9,5
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	53,3	25,2	12,2	9,3
		Rusai	N=255	55,7	27,5	8,6	8,2
		Lenkai	N=261	51,0	23,0	15,7	10,3
Žaidėte kompiuterinius žaidimus	Pagrindinis tyrimas		N=1011	9,0	13,9	13,5	63,7
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	8,7	12,6	14,3	64,3
		Rusai	N=255	8,2	10,6	14,1	67,1
		Lenkai	N=261	9,2	14,6	14,6	61,7
Skaitėte knygą (spausdintą ar elektroninę)	Pagrindinis tyrimas		N=1011	7,9	17,0	23,3	51,8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	9,7	20,0	25,6	44,8
		Rusai	N=255	9,8	15,3	27,5	47,5
		Lenkai	N=261	9,6	24,5	23,8	42,1
Skaitėte spausdintą laikraštį ar žurnalą	Pagrindinis tyrimas		N=1011	4,7	24,9	32,5	37,9
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	4,7	30,4	34,9	30,0
		Rusai	N=255	5,9	29,4	34,1	30,6
		Lenkai	N=261	3,4	31,4	35,6	29,5
Ėjote į kiną	Pagrindinis tyrimas		N=1011	1,6	3,2	31,3	63,9
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	0,8	4,7	32,2	62,4
		Rusai	N=255	0,8	4,3	27,1	67,8
		Lenkai	N=261	0,8	5,0	37,2	57,1

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

		2021 m.					2017 m.					
			Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto		Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto	
Naudojotės mobilioju telefonu	Pagrindinis tyrimas	N = 1000	95,6	1,9	0,9	1,6	N = 1008	89	7	2	2	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N = 501	96,2	3,1	0,2	0,6	N = 504	85	14	1	0,4
		Rusai	N = 246	95,8	3,6	0,3	0,3	N = 251	84	15	0,4	0,4
		Lenkai	N = 255	96,6	2,6		0,9	N = 253	86	13	1	0,4
Naudojotės internetu mobiliajame telefone	Pagrindinis tyrimas	N = 1000	81,8	4,5	3,7	10,1	N = 1008	49	5	4	42	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N = 501	80,0	6,1	3,3	10,6	N = 504	44	6	5	45
		Rusai	N = 246	82,9	5,5	2,9	8,7	N = 251	41	5	6	48
		Lenkai	N = 255	77,2	6,7	3,7	12,4	N = 253	47	7	4	42
Žiūrėjote televiziją	Pagrindinis tyrimas	N = 1000	78,3	11,6	5,5	4,5	N = 1008	73	16	7	4	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N = 501	77,5	13,4	5,0	4,1	N = 504	72	17	3	8
		Rusai	N = 246	76,7	12,0	5,7	5,5	N = 251	69	17	4	10
		Lenkai	N = 255	78,3	14,7	4,2	2,8	N = 253	74	16	4	6
Naudojotės internetu kituose priedaisuose	Pagrindinis tyrimas	N = 1000	72,6	11,8	5,9	9,7	N = 1008	62	10	7	21	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N = 501	66,4	10,5	5,8	17,4	N = 504	60	7	10	23
		Rusai	N = 246	72,7	8,8	6,3	12,3	N = 251	56	7	11	26
		Lenkai	N = 255	60,3	12,0	5,3	22,3	N = 253	64	7	8	21
Klausėtės radijo	Pagrindinis tyrimas	N = 1000	59,3	19,9	10,4	10,3	N = 1008	53	26	13	8	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N = 501	58,7	23,0	9,6	8,6	N = 504	51	23	11	15
		Rusai	N = 246	51,2	26,1	11,2	11,4	N = 251	58	20	8	14
		Lenkai	N = 255	65,9	20,0	8,1	6,0	N = 253	45	27	13	15
Skaitėte knygą (spausdintą ar elektroninę)	Pagrindinis tyrimas	N = 1000	19,2	20,4	27,6	32,8	N = 1008	8	16	37	39	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N = 501	13,2	19,4	32,0	35,5	N = 504	13	18	15	54
		Rusai	N = 246	14,7	21,7	34,5	29,1	N = 251	16	21	15	48
		Lenkai	N = 255	11,7	17,1	29,5	41,6	N = 253	10	15	15	60
Žaidėte kompiuterinius žaidimus	Pagrindinis tyrimas	N = 1000	18,2	12,3	15,5	54,0	N = 1008	8	10	16	66	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N = 501	22,2	10,8	15,4	51,5	N = 504	9	11	18	62
		Rusai	N = 246	23,0	11,4	16,6	49,1	N = 251	7	9	22	62
		Lenkai	N = 255	21,5	10,3	14,3	53,9	N = 253	11	12	15	62
Skaitėte spausdintą laikraštį ar žurnalą	Pagrindinis tyrimas	N = 1000	15,9	32,0	27,4	24,7	N = 1008	8	42	33	17	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N = 501	10,6	24,7	32,0	32,8	N = 504	22	25	19	34
		Rusai	N = 246	11,3	24,2	33,5	30,9	N = 251	27	29	24	20
		Lenkai	N = 255	9,9	25,1	30,5	34,5	N = 253	17	22	13	48
Ėjote į kiną	Pagrindinis tyrimas	N = 1000	0,9	2,2	17,6	79,3	N = 1008	2	4	31	63	
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N = 501	0,6	1,4	16,9	81,1	N = 504	1	3	25	71
		Rusai	N = 246	1,1	2,6	12,9	83,4	N = 251	2	4	30	64
		Lenkai	N = 255		0,3	20,8	78,9	N = 253		1	20	79

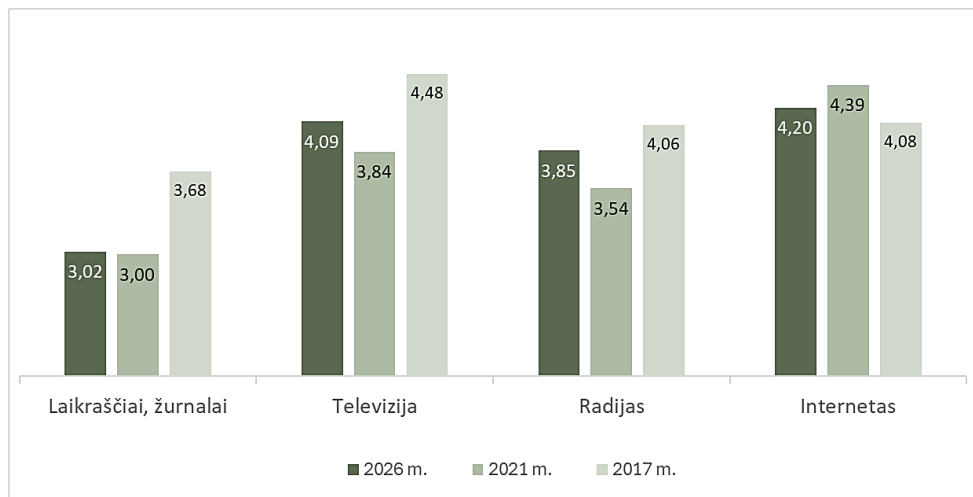
INFORMACIJOS ŠALTINIŲ SVARBA

Pagrindiniame tyrime svarbiausiais informacijos šaltiniais Lietuvos gyventojai laiko internetą (šio šaltinio svarba vidutiniškai vertinama 4,20 balo 5 balų skalėje) bei televiziją (vertinimų vidurkis – 4,09 balo). Kitų informacijos šaltinių vertinimas nesiekia 4 balų: radijo svarba vertinama 3,85 balo, o laikraščių/ žurnalų svarba vidutiniškai vertinama tik 3,02 balo iš 5 (žr. 2.1.1a pav.).

Lyginant visų trijų tyrimų rezultatus matyti, kad nors 2021 m. apklausoje televizijos ir radijo svarbos vertinimas buvo sumažėjęs, 2026 m. apklausoje šių žiniasklaidos priemonių svarbos vertinimas vėl šiek tiek pakilo. Laikraščių ir žurnalų svarbos vertinimas liko toks pat kaip 2021 m., o interneto svarba lyginant su 2021 m. sumažėjo, o lyginant su 2017 m. – šiek tiek padidėjo.

Laikraščiams bei žurnalams statistiškai didesnę reikšmę teikia moterys ir vyriausios amžiaus grupės (vyresni nei 55 m.) respondentai (žr. Priedai: lentelė Nr. 1a). 18–25 m. amžiaus respondentai statistiškai reikšmingai rečiau minėjo televiziją kaip svarbų naujienų šaltinį, o vyresni nei 55 m. tyrimo dalyvių televiziją minėjo reikšmingai dažniau. Televizijos svarbos vertinimo vidurkis taip pat yra statistiškai reikšmingai mažesnis tarp miestų gyventojų. Radijo kaip svarbaus informacijos šaltinio vertinimas yra aukščiausias vyriausioje amžiaus grupėje ir žemiausias tarp 18–25 m. tyrimo dalyvių. Radijo vertinimas taip pat statistiškai reikšmingai skiriasi tarp miestų ir kaimo vietovių gyventojų: kaimo vietovėse gyvenantiems tyrimo dalyviams radijas yra svarbesnė informavimo priemonė nei gyvenantiems mieste. Interneto kaip svarbaus informacijos šaltinio vertinimas įdomus tuo, kad tarp įvairaus amžiaus grupių, išskyrus vyriausios amžiaus grupės atstovus (vyresni nei 55 m.), statistiškai reikšmingų skirtumų nėra. Taip pat interneto reikšmės vertinimas statistiškai reikšmingai skiriasi tarp skirtingo išsimokslinimo respondentų: kuo aukštesnis išsimokslinimas, tuo aukštesnis interneto svarbos vertinimo vidurkis.

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



Lyginant su pagrindinio tyrimo respondentų nuostatomis, Lietuvos tautinių mažumų atstovai informacijos šaltinius vertina panašiai: svarbiausiu informacijos šaltiniu laiko internetą, o mažiausiai svarbos teikia laikraščiams ir žurnalams (žr. 2.1.1a lentelę). Lyginant pagrindinio tyrimo respondentų ir tautinių mažumų atstovų atsakymus matyti, kad rusų ir lenkų tautybės respondentai aukščiau vertino interneto bei laikraščių ir žurnalų svarbą. Palyginti su 2021 m. tyrimu tautinių mažumų tyrimo duomenys rodo išaugusį visų anketoje minimų žiniasklaidos priemonių svarbos vertinimą.

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Laikraščiai, žurnalai	3,02	3,08	3,08	3,09
Televizija	4,09	4,11	4,11	4,12
Radijas	3,85	3,88	3,84	3,92
Internetas	4,20	4,39	4,47	4,30

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N = 1000	N = 501	N = 246	N = 255	N = 1008	N = 493	N = 243	N = 250
Laikraščiai, žurnalai	3,00	2,95	2,83	3,05	3,68	3,18	3,54	2,84
Televizija	3,84	3,87	3,73	4,00	4,48	4,46	4,46	4,47
Radijas	3,54	3,55	3,44	3,65	4,06	3,45	3,73	3,18
Internetas	4,39	4,23	4,18	4,28	4,08	4,05	3,95	4,15

Iš informacijos šaltinių internete svarbiausiais laikomi žinių portalai (3,68 balo 5 balų skalėje) ir socialiniai tinklai (3,44 balo). Ne itin svarbiais šaltiniais laikomi diskusijų forumai (2,50 balo) bei tinklaraščiai, blogai (2,40 balo) (Žr. 2.1.1b pav.). Į anketą naujai įtrauktos dirbtinio intelekto pokalbių svetainės Lietuvos gyventojų taip pat vertinamos kaip nelabai svarbios (2,70 balo). Lyginant trijų tyrimų duomenis matyti, kad nuo 2021 m. situacija iš esmės nepasikeitė, tik šiek tiek sumažėjo socialinių tinklų bei diskusijų forumų svarba.

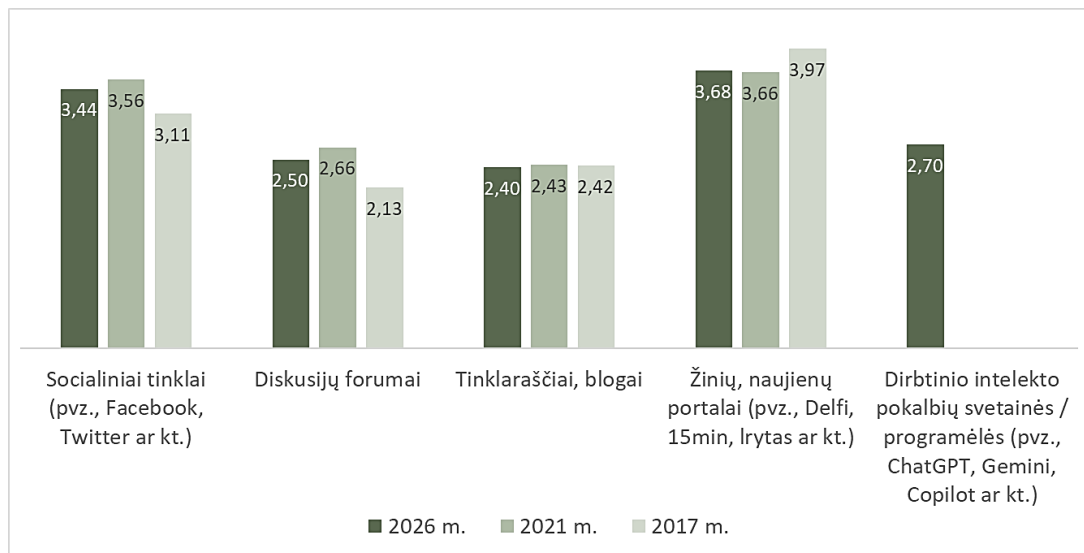
Galima daryti prielaidą, kad dalis vartotojų, anksčiau užduodavusių klausimus forumuose, dabar kreipiasi į dirbtinio intelekto pokalbius ir dėl to mažėja tam tikrų forumų svarba. Šią hipotezę iš dalies patvirtina tarptautinės akademinės studijos ir apklausos, rodančios reikšmingą naujų klausimų forumuose sumažėjimą nuo ~2023 m., sutapusį su dirbtinio intelekto plitimu. Ši tendencija labiausiai matoma programavimo ir techninėse srityse, tuo tarpu analizuojant socialines, kultūros ar kitas sritis reikalingi papildomi tyrimai³.

Moterims socialiniai tinklai bei diskusijų forumai svarbesni nei vyrams (žr. Priedai: lentelė Nr. 1b). Kuo jaunesni respondentai, tuo svarbesni jiems socialiniai tinklai, tinklaraščiai, blogai, diskusijų forumai bei dirbtinio intelekto pokalbių svetainės / programėlės. Žinių portalus dažniau svarbiais laikė 26–46 m. respondentai. Kuo aukštesnis respondentų išsimokslinimas, tuo svarbesnis informacijos šaltinis yra žinių, naujienų portalai.

³ Šaltiniai:

- Del Rio-Chanona, R. M., Laurentsyeve, N., & Wachs, J. (2023, liepos 14 d.). *Are large language models a threat to digital public goods? Evidence from activity on Stack Overflow* [Išankstinis spausdinys]. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2307.07367>
- Del Rio-Chanona, R. M., Laurentsyeve, N., & Wachs, J. (2024). Large language models reduce public knowledge sharing on online Q&A platforms. *PNAS Nexus*, 3(9), pgae400. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae400>
- Asay, M. (2025, gegužės 19 d.). What comes after Stack Overflow? *InfoWorld*. <https://www.infoworld.com/article/3988468/what-comes-after-stack-overflow.html>

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



Lyginant pagrindinį tyrimą su Lietuvos tautinių mažumų tyrimu bendrai, galima teigti, jog tautinių mažumų atstovams minėti informacijos šaltiniai internete yra svarbesni nei visiems šalies gyventojams (žr. 2.1.1b lentelę). Vis dėl to, rusų ir lenkų tautybių tyrimo dalyvių vertinimai tarpusavyje skiriasi. Jei socialinių tinklų ir diskusijų forumų svarbą rusų ir lenkų tautybės respondentai vertina panašiai, tai lenkų tautybės respondentai aukščiau vertina tinklaraščius, blogus, žinių bei naujienų portalus bei dirbtinio intelekto pokalbių svetaines / programėles.

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Socialiniai tinklai (pavyzdžiui Facebook, Twitter ar kt.)	3,44	3,64	3,63	3,65
Diskusijų forumai	2,50	2,55	2,53	2,56
Tinklaraščiai, blogai	2,40	2,62	2,59	2,66
Žinių, naujienų portalai (pavyzdžiui, Delfi, 15min, Lrytas ar kt.)	3,68	3,99	3,94	4,04
Dirbtinio intelekto pokalbių svetainės / programėlės (pvz, ChatGPT, Gemini, Copilot ar kt.)	2,70	2,94	2,89	3,00

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 1000	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 976	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255		Iš viso N = 480	Rusai N = 236	Lenkai N = 244
Socialiniai tinklai (pavyzdžiui, Facebook, Twitter ar kt.)	3,56	3,58	3,66	3,51	3,11	3,03	2,99	3,07
Diskusijų forumai	2,66	2,65	2,49	2,79	2,13	1,92	1,93	1,91
Tinklaraščiai, blogai	2,43	2,67	2,45	2,87	2,42	1,96	2,02	1,89
Žinių, naujienų portalai (pavyzdžiui, Delfi, 15min, Lrytas ar kt.)	3,66	3,60	3,55	3,65	3,97	3,58	3,44	3,72

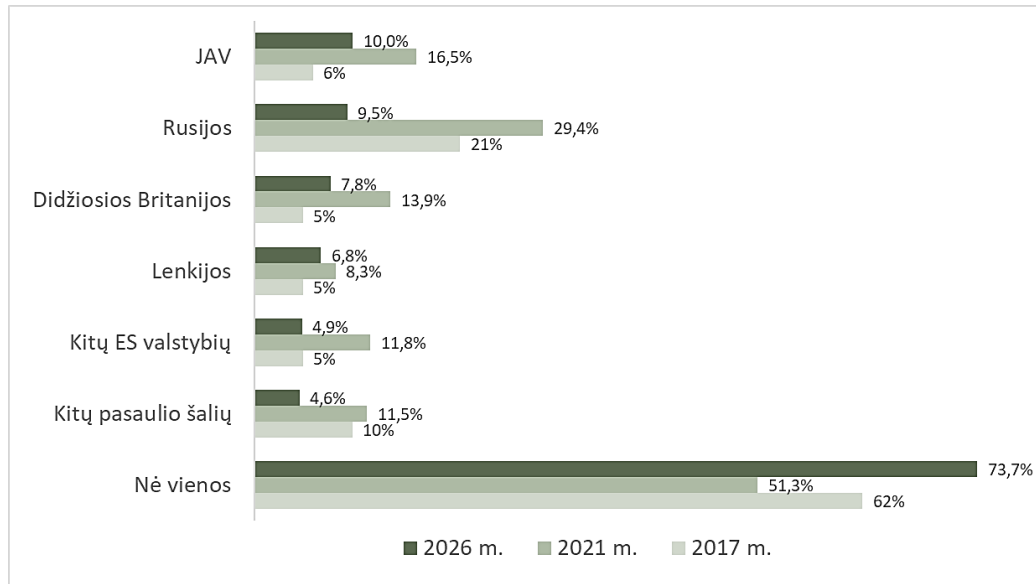
UŽSIENIO ŠALIŲ ŽINIASKLAIDOS VARTOJIMAS

Kas ketvirtas (26,3 proc.) respondentas per paskutinį mėnesį žiūrėjo, skaitė ar klausėsi užsienio šalių žiniasklaidos. Palyginus su ankstesnių metų tyrimais, užsienio žiniasklaidos vartojimo procentas ženkliai sumažėjo (48,7 proc. 2021 m. ir 38 proc. 2017 m.). Kadangi anksčiau dažniausiai buvo vartojama Rusijos žiniasklaida (29,4 proc. 2021 m. ir 21 proc. 2017 m.), o prasidėjus Rusijos plataus masto karui prieš Ukrainą Lietuvoje buvo apribota galimybė pasiekti Rusijos žiniasklaidos priemones, tad sumažėjo ir bendra dalis gyventojų, vartojančių žiniasklaidą užsienio kalbomis. 2026 m. apklausoje dažniausiai buvo paminėta JAV (10 proc.) ir Rusijos žiniasklaida (9,5 proc.). Kitų valstybių žiniasklaida vartojama rečiau: Didžiosios Britanijos žiniasklaidos priemonėmis naudojasi 7,8 proc., Lenkijos – 6,8 proc., kitų ES šalių – 4,9 proc. apklaustųjų, o kitų valstybių žiniasklaidą per paskutinį mėnesį iki tyrimo nurodė skaitę 4,6 proc. (žr. 2.1.2 pav.).

Tik Lietuvos žiniasklaida naudojasi 73,7 proc. apklaustų šalies gyventojų. Tai dažniau moterys, vyresni nei 55 m. žmonės, kaimo gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 2). JAV ir Didžiosios Britanijos

žiniasklaidą dažniau vartoja 18–25 m. ir 26–35 m. amžiaus grupių atstovai. Rusijos žiniasklaidą dažniau vartoja vyrai, vyresni nei 55 m. šalies gyventojai, įgiję vidurinį išsilavinimą žmonės, didmiesčių ir kaimo gyventojai.

2.1.2 pav. Kokių užsienio šalių žiniasklaidą žiūrėjote, skaitėte ar klausėtės per pastarąjį mėnesį? (žiūrėjote tos šalies televiziją ar klausėtės radijo, skaitėte tos šalies spaudą, naršėte tos šalies internetiniuose puslapiuose ir pan.?) (proc.) (galimi keli atsakymo variantai, todėl suma viršija 100 proc.)



Lietuvos tautinių mažumų atstovai dažniausiai vartoja Rusijos žiniasklaidą, nors nuo 2017 m. vartojančių Rusijos žiniasklaidą dalis ženkliai sumažėjo (2026 m. – 45,3 proc., 2021 m. – 73,3 proc., 2017 m. – 79 proc.) (žr. 2.1.2 lentelę). Rusijos žiniasklaidos priemones per pastarąjį mėnesį skaitė, klausė ar žiūrėjo 56,1 proc. rusų tautybės ir 34,9 proc. lenkų tautybės atstovų. Daugiau nei pusė lenkų tautybės respondentų taip pat nurodė, jog naudojami žiniasklaidos priemonėmis lenkų kalba. Tautinių mažumų tyrimo dalyviai nuo pagrindinio Lietuvos gyventojų tyrimo skiriasi tuo, kad tik trečdalis jų per praėjusį mėnesį nesinaudojo kitų valstybių žiniasklaida.

2.1.2 lentelė. Kokių užsienio šalių žiniasklaidą žiūrėjote, skaitėte ar klausėtės per pastarąjį mėnesį? (žiūrėjote tos šalies televiziją ar klausėtės radijo, skaitėte tos šalies spaudą, naršėte tos šalies internetiniuose puslapiuose ir pan.?) (proc.) (galimi keli atsakymo variantai, todėl suma viršija 100 proc.)

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=1011	N=516	N=255	N=261
JAV	10,0	13,0	14,5	11,5
Rusijos	9,5	45,3	56,1	34,9
Didžiosios Britanijos	7,8	8,5	7,5	9,6
Lenkijos	6,8	32,4	10,6	53,6
Kitų ES valstybių	4,9	12,6	16,1	9,2
Kitų pasaulio šalių	4,6	11,2	14,1	8,4
Nė vienos	73,7	33,9	34,1	33,7

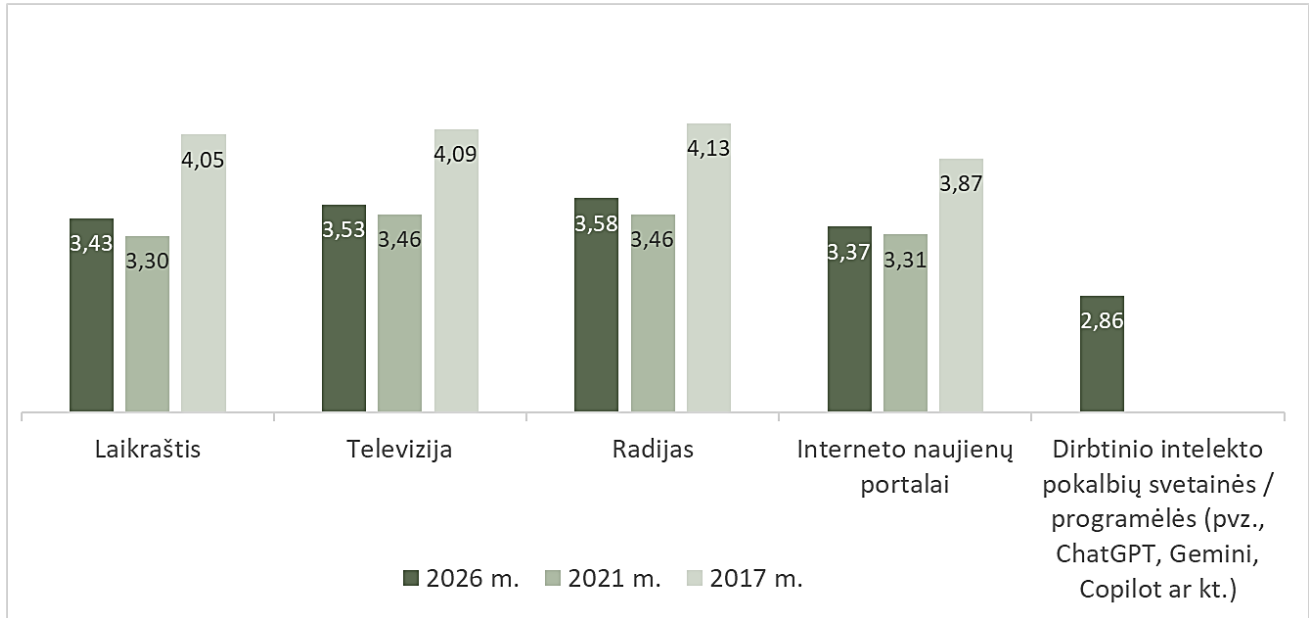
	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N = 1000	N = 501	N = 246	N = 255	N = 1008	N = 504	N = 251	N = 253
Rusijos	29,4	73,3	67,5	78,9	21	79	82	77
JAV	16,5	17,9	15,7	19,9	6	2	3	2
Didžiosios Britanijos	13,9	15,0	17,8	12,3	5	6	11	1
Lenkijos	8,3	39,0	8,7	68,2	5	27	4	51
Kitų ES valstybių	11,8	20,8	19,6	22,1	5	15	18	12
Kitų pasaulio šalių	11,5	34,9	26,4	43,0	10	18	22	14
Nė vienos	51,3	15,7	23,9	7,8	62	15	14	15

PASITIKĖJIMAS ŽINIASKLAIDOS KANALAIS

Pagrindinio tyrimo dalyviai šiek tiek labiau pasitiki informacija, pateikiama per radiją (3,58 balo) bei per televiziją (3,53 balo). Informacija, kurią pateikia laikraščiai, žurnalai bei interneto naujienų portalai, pasitikima mažiau, o dirbtinio intelekto svetainių / programėlių pateikiama informacija pasitikima mažiausiai (2,86 balo) (žr. 2.1.3 pav.). 2017 m. apklausoje buvo fiksuotas gana aukštas Lietuvos gyventojų pasitikėjimas visomis žiniasklaidos priemonėmis. 2021 m. apklausa parodė reikšmingai sumažėjusį pasitikėjimą visose srityse, o 2026 m. apklausoje vidutinis pasitikėjimas informacija nepriklausomai nuo informavimo kanalo šiek tiek padidėjo.

Kuo vyresni respondentai, tuo labiau jie pasitiki radijo ir televizijos pateikiama informacija. Kuo jaunesni respondentai, tuo labiau jie pasitiki dirbtinio intelekto svetainių / programėlių pateikiama informacija (žr. Priedai: lentelė Nr. 3). Mažesnių Lietuvos miestų ir kaimo gyventojai labiau nei didmiesčių gyventojai pasitiki televizijoje pateikiama informacija. Kuo žemesnis apklaustųjų išsimokslinimas, tuo labiau jie pasitiki televizijoje pateikiama informacija.

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



Lietuvos tautinių mažumų atstovai (ypač rusų tautybės) interneto naujienų portalus dažniau nei apklaustieji pagrindiniame tyrime nurodo kaip patikimos informacijos šaltinius. Laikraščių, televizijos ir radijo pateikiamos informacijos patikimumą jie vertina žemiau, nei pagrindinio tyrimo respondentai (žr. 2.1.3 lentelę).

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Laikraštis	3,43	3,17	3,17	3,17
Televizija	3,53	3,44	3,46	3,42
Radijas	3,58	3,50	3,47	3,53
Interneto naujienų portalai	3,37	3,55	3,60	3,50
Dirbtinio intelekto pokalbių svetainės / programėlės (pvz., ChatGPT, Gemini, Copilot ar kt.)	2,86	2,88	2,87	2,91

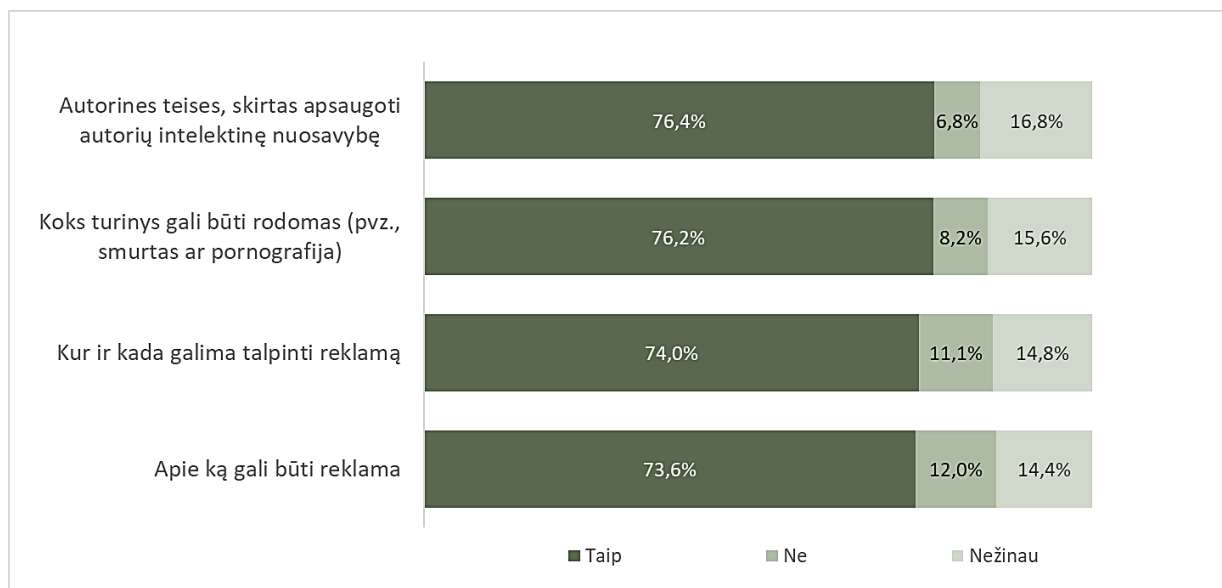
	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 1000	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 1008	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255		Iš viso N = 504	Rusai N = 251	Lenkai N = 253
Televizija	3,46	3,32	3,25	3,39	4,09	3,73	3,73	3,74
Radijas	3,46	3,38	3,28	3,47	4,13	4,01	3,97	4,04
Laikraštis	3,30	3,26	3,21	3,31	4,05	3,80	3,76	3,84
Interneto naujienų portalai	3,31	3,29	3,29	3,28	3,87	3,83	3,78	3,88

ŽINIASKLAIDOS REGULIAVIMO TAISYKLIŲ ŽINOMUMAS

Trys iš keturių pagrindinio tyrimo dalyvių mano, kad egzistuoja taisyklės, reguliuojančios autorines teises, skirtas apsaugoti autorių intelektualinę nuosavybę (76,4 proc.), koks turinys gali būti rodomas (76,2 proc.), kur ir kada galima talpinti reklamą (74,0 proc.), apie ką gali būti reklama (73,6 proc., žr. 2.1.4 pav.).

Visais paminėtais atvejais didesnė dalis didmiesčių gyventojų, aukštesnių pajamų ir aukštesnio išsimokslinimo tyrimo dalyvių nurodė, jog tokios taisyklės egzistuoja (žr. Priedai: lentelė Nr. 7). Nuomonės šiais klausimais dažniau neturėjo vyresni nei 55 m. apklausos dalyviai.

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



Lietuvos tautinių mažumų atstovai (bendrai) visais atvejais atsakė panašiai, kaip pagrindinio tyrimo dalyviai, tik rusų tautybės respondentai dažniau nei lenkų tautybės respondentai sutinka, jog visos įvardintos taisyklės egzistuoja (žr. 2.1.4 lentelę).

Palyginus visų trijų apklausų rezultatus galima teigti, kad situacija nepasikeitė tik kalbant apie taisykles, reguliuojančias autorines teises, skirtas apsaugoti autorių intelektualinę nuosavybę – visuose trijuose tyrimuose panaši dalis respondentų pasakė, kad tokios taisyklės egzistuoja. Kalbant apie kitus tris atvejus (koks turinys gali būti rodomas; kur ir kada galima talpinti reklamą; apie ką gali būti reklama), dalis respondentų, tvirtinančių, kad tokios taisyklės egzistuoja, 2021 m. apklausoje sumažėjo, o 2026 m. apklausoje vėl padidėjo.

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

			2026 m.			
				Taip	Ne	Nežinau
Autorines teises, skirtas apsaugoti autorių intelektualinę nuosavybę	Pagrindinis tyrimas		N=1011	76,4	6,8	16,8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	78,9	11,4	9,7
		Rusai	N=255	83,1	8,6	8,2
		Lenkai	N=261	74,7	14,2	11,1
Koks turinys gali būti rodomas (pvz., smurtas ar pornografija)	Pagrindinis tyrimas		N=1011	76,2	8,2	15,6
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	76,9	7,9	15,1
		Rusai	N=255	80,8	7,8	11,4
		Lenkai	N=261	73,2	8,0	18,8
Kur ir kada galima talpinti reklamą	Pagrindinis tyrimas		N=1011	74,0	11,1	14,8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	77,7	11,6	10,7
		Rusai	N=255	81,2	8,6	10,2
		Lenkai	N=261	74,3	14,6	11,1
Apie ką gali būti reklama	Pagrindinis tyrimas		N=1011	73,6	12,0	14,4
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	72,3	14,9	12,8
		Rusai	N=255	74,1	12,5	13,3
		Lenkai	N=261	70,5	17,2	12,3

			2021 m.			2017 m.				
				Taip	Ne	Nežinau		Taip	Ne	Nežinau
Autorines teises, skirtas apsaugoti autorių intelektualę nuosavybę	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	75,9	9,9	14,2	N = 1008	75	19	6
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	77,3	8,0	14,7	N = 504	75	17	8
		Rusai	N = 246	72,4	7,8	19,8	N = 251	74	20	6
		Lenkai	N = 255	82,0	8,1	9,8	N = 253	77	14	9
Koks turinys gali būti rodomas	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	70,1	18,2	11,2	N = 1008	81	15	4
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	73,2	11,3	15,5	N = 504	88	6	6
		Rusai	N = 246	68,2	11,8	19,9	N = 251	88	7	5
		Lenkai	N = 255	78,1	10,7	11,2	N = 253	89	5	6
Kur ir kada galima talpinti reklamą	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	63,4	17,0	19,6	N = 1008	74	21	5
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	75,3	10,1	14,6	N = 504	76	12	12
		Rusai	N = 246	69,9	10,3	19,8	N = 251	75	14	11
		Lenkai	N = 255	80,4	10,0	9,7	N = 253	77	10	13
Apie ką gali būti reklama	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	60,7	18,1	21,2	N = 1008	67	25	8
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	73,3	10,2	16,5	N = 504	70	22	8
		Rusai	N = 246	67,3	11,0	21,7	N = 251	70	23	7
		Lenkai	N = 255	79,0	9,5	11,5	N = 253	71	19	10

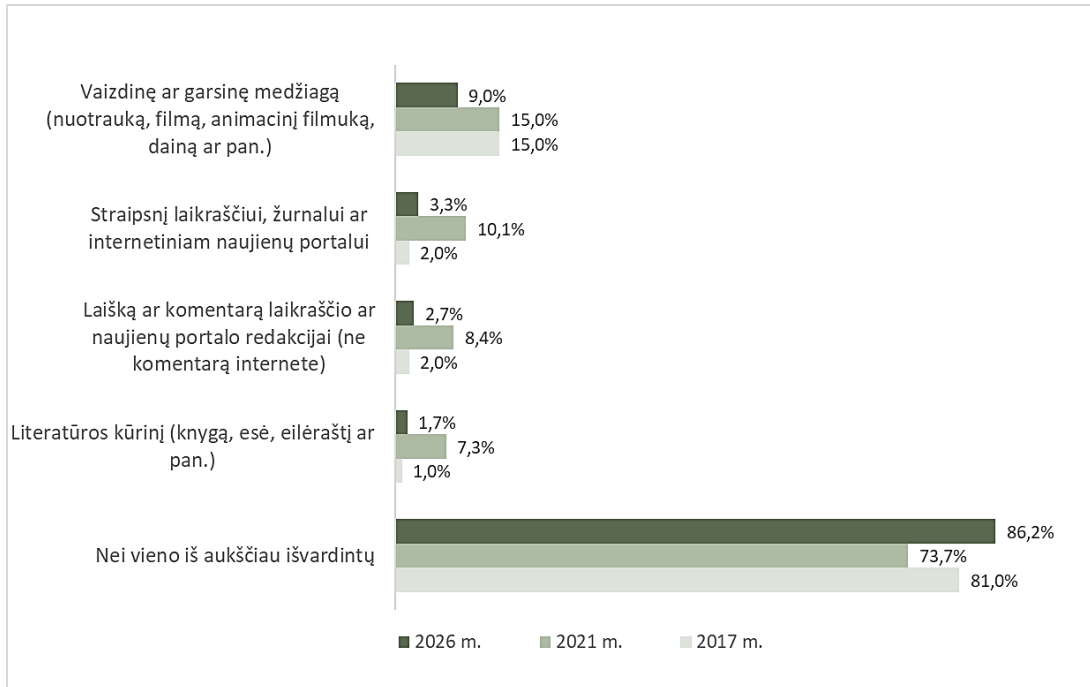
TURINIO KŪRIMAS

13,8 proc. pagrindinio tyrimo respondentų teigia per pastaruosius metus sukūrę vienokios ar kitokios formos turinį (žr. 2.1.5 pav.). Didžiausia procentinė respondentų dalis kūrė vaizdinę ar garsinę medžiagą: nuotrauką, filmą, animacinį filmuką, dainą ar pan. (9 proc.). Kitokio pobūdžio turinys kuriamas rečiau: straipsniai laikraščiu, žurnalui ar internetiniam naujienų portalui (3,3 proc.), laišakai ar komentarai laikraščio ar naujienų portalo redakcijai (2,7 proc.) ir literatūros kūriniai (1,7 proc.). Tyrimo duomenis lyginant su ankstesnių tyrimų rezultatais (ypač su 2021 m. tyrimu), pastebimas sumažėjimas visose srityse. Jei vaizdinį ar garsinį turinį kuriančių respondentų dalis 2017 m. ir 2021 m. buvo vienoda, tai kitose srityse 2021 m. buvo ryškus padidėjimas (žr. komentarą 11 psl.).

2026 m. apklausoje kuriančių vaizdinę ar garsinę medžiagą, respondentų dalis sumažėjo, o kuriančių kitose srityse grįžo į 2017 m. situaciją.

Moterys, respondentai su aukštesniu išsilavinimu bei 18–25 m. amžiaus tyrimo dalyviai dažniau nurodė, kad per metus kūrė kokio nors pobūdžio turinį (žr. Priedai: lentelė Nr. 8)

2.1.5 pav. Ar per pastaruosius metus pats sukūrėte kurį nors iš žemiau išvardintų dalykų? (proc.)
(galimi keli atsakymo variantai, todėl suma viršija 100 proc.)



Palyginus pagrindinio tyrimo dalyvių ir Lietuvos tautinių mažumų atstovų atsakymus, pastebėta, kad tautinių mažumų atstovų elgsena panaši į pagrindinio tyrimo respondentų elgseną. Vienokios ar kitokios formos turinį per pastaruosius metus sukūrė 12,2 proc. rusų tautybės atstovų ir 13,4 proc. lenkų tautybės atstovų (žr. 2.1.5 lentelę). Palyginus su 2021 m. rezultatais, kaip ir pagrindiniame tyrime, sumažėjo dalis rusų ir lenkų respondentų, per paskutinius metus sukūrusių vienokios ar kitokios formos kūrinį.

2.1.5 lentelė. Ar per pastaruosius metus pats sukūrėte kurį nors iš žemiau išvardintų dalykų? (proc.)
(galimi keli atsakymo variantai, todėl suma viršija 100 proc.)

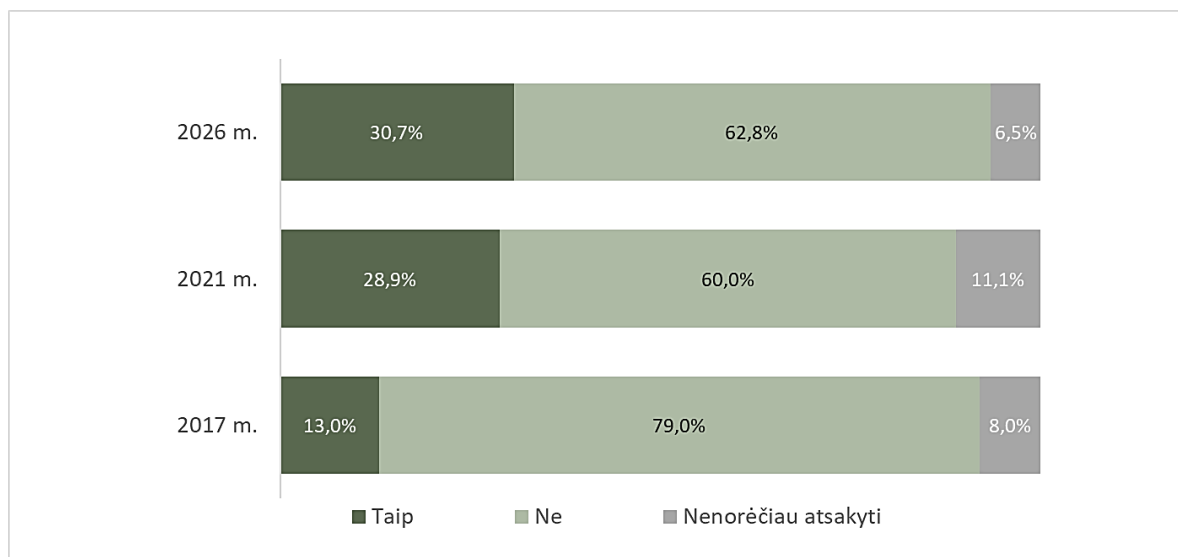
	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Vaizdinę ar garsinę medžiagą (nuotrauką, filmą, animacinį filmuką, dainą ar pan.)	9,0	9,9	10,2	9,6
Straipsnį laikraščiui, žurnalui ar internetiniam naujienų portalui	3,3	2,7	3,5	1,9
Laišką ar komentarą laikraščio ar naujienų portalo redakcijai (ne komentarą internete)	2,7	2,1	2,0	2,3
Literatūros kūrinį (knygą, esė, eilėrašį ar pan.)	1,7	1,6	2,0	1,1
Nei vieno iš aukščiau išvardintų	86,2	87,2	87,8	86,6

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 1000	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 1008	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255		Iš viso N = 504	Rusai N = 251	Lenkai N = 253
Vaizdinę ar garsinę medžiagą (nuotrauką, filmą, animacinį filmuką, dainą ir pan.)	15,0	15,8	20,2	11,6	15	12	9	15
Straipsnį laikraščiui, žurnalui ar internetiniam naujienų portalui	10,1	6,0	8,1	3,9	2	1	1	0,4
Laišką ar komentarą laikraščio ar naujienų portalo redakcijai	8,4	7,2	10,0	4,5	2	4	8	0,4
Literatūros kūrinį	7,3	4,4	5,6	3,2	1	0,2	0,4	
Nei vieno iš aukščiau išvardintų	73,7	78,5	70,4	86,3	81	84	83	85

ŽINIASKLAIDOS TURINIO FORMŲ NAUDOJIMAS PASISAKYMAMS ASMENIŠKAI SVARBIAIS KLAUSIMAIS

30,7 proc. respondentų, sukūrusių kokį nors turinį žiniasklaidos priemonėms, naudojo tai kaip platformą pasisakyti jiems asmeniškai svarbiu politiniu ar pilietiniu klausimu (žr. 2.1.6 pav.). Jei 2017 m. apklausoje tokių respondentų dalis sudarė 13 proc., tai 2021 m. apklausoje ji jau siekė 28,9 proc. Palyginus su 2021 m. apklausos rezultatais, situacija nepasikeitė, tik sumažėjo į šį klausimą neatsakiusių respondentų dalis. Sukurtą turinį kaip platformą pasisakyti jiems asmeniškai svarbiu politiniu ar pilietiniu klausimu dažniau naudojo 26–55 m. amžiaus žmonės, didmiesčių gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 9).

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



Kalbant apie tautinių mažumų atstovų naudojamą savo sukurtą turinį, siekiant pasisakyti jiems asmeniškai svarbiais politiniais ar pilietiniais klausimais, šių grupių atstovų skaičius yra labai mažas, tad dėl mažų imčių šis rodiklis nėra reprezentatyvus, ir daryti griežtų išvadų nereikėtų, nes galima labai didelė paklaida (žr. 2.1.6 lentelę).

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

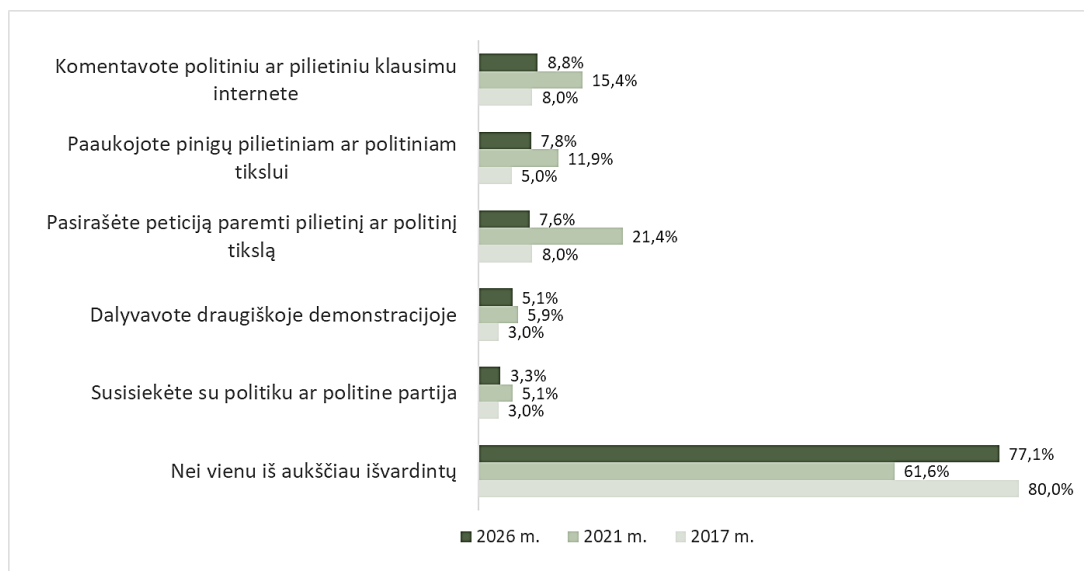
	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=139	N=66	N=31	N=35
Taip	30,7	34,8	38,7	31,4
Ne	62,8	59,1	54,8	62,9
Nenorėčiau atsakyti	6,5	6,1	6,5	5,7

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 263	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 195	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 108	Rusai N = 73	Lenkai N = 35		Iš viso N = 79	Rusai N = 42	Lenkai N = 37
Taip	28,9	23,9	17,5	37,4	13	19	24	13
Ne	60,0	67,3	77,6	62,6	79	76	69	84
Nenorėčiau atsakyti	11,1	8,7	4,9		8	5	7	3

Kalbant apie savo nuomonės išreiškimą, 22,9 proc. pagrindinio tyrimo dalyvių nurodė būdus, kurių pagalba jie tai darė per pastaruosius metus: 8,8 proc. komentavo politiniu ar pilietiniu klausimu internete, 7,8 proc. paaukėjo pinigų politiniam ar pilietiniam tikslui, 7,6 proc. pasirašė peticiją paremti pilietinį ar politinį tikslą, 5,1 proc. dalyvavo draugiškoje demonstracijoje, 3,3 proc. susisiekė su politiku ar politine partija (žr. 2.1.7 pav.). Jei 2021 m. apklausoje, lyginant su 2017 m., ženkliai padidėjo dalis respondentų, pasirašiusių peticiją, internete komentuojančių politiniu ar pilietiniu klausimu bei paaukėjusių pinigų pilietiniam ar politiniam tikslui, tai 2026 m. apklausos rezultatai rodo vėl sumažėjusią tokių respondentų dalį. Lyginant 2026 m. ir 2017 m. apklausų rezultatus galima teigti, jog situacija nelabai pasikeitė, tik 2026 m. apklausoje šiek tiek dažniau buvo teigiama, kad buvo aukojami pinigai. 2021 m. pilietinėse iniciatyvose bendrai dalyvavo 38,4 proc. respondentų, o 2026 m. apklausoje jų dalis ženkliai sumažėjo (22,9 proc.).

Bent vienu iš šių būdų savo nuomonę dažniau išreiškė 26–45 m. respondentai, aukštąjį išsimokslinimą turintys tyrimo dalyviai bei didmiesčių gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 10).

2.1.7 pav. Ar per pastaruosius metus išreiškėte savo nuomonę vienu iš pateiktų būdų? (proc.) (galimi keli atsakymo variantai, to, todėl suma viršija 100 proc.)



Lyginant su pagrindinio tyrimo dalyviais Lietuvos tautinių mažumų atstovai (ypač lenkų tautybės) dažniau reiškė savo nuomonę komentuodami politiniu ar pilietiniu klausimu internete (žr. 2.1.7 lentelę). Tautinių mažumų atstovai rečiau nei visos Lietuvos gyventojai nurodė, kad susisiekė su politiku ar politine partija.

Lyginant su 2021 m. tyrimu pastebima, kad 2026 m. apklausoje ženkliai sumažėjo pasirašiusiųjų peticiją paremti pilietinį ar politinį tikslą tautinių mažumų atstovų dalis. Taip pat sumažėjo dalis dalyvavusių draugiškoje demonstracijoje bei susisiekusių su politiku ar politine partija, tačiau padidėjo dalis tautinių mažumų atstovų, kurie per pastaruosius metus komentavo politiniu ar pilietiniu klausimu internete.

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

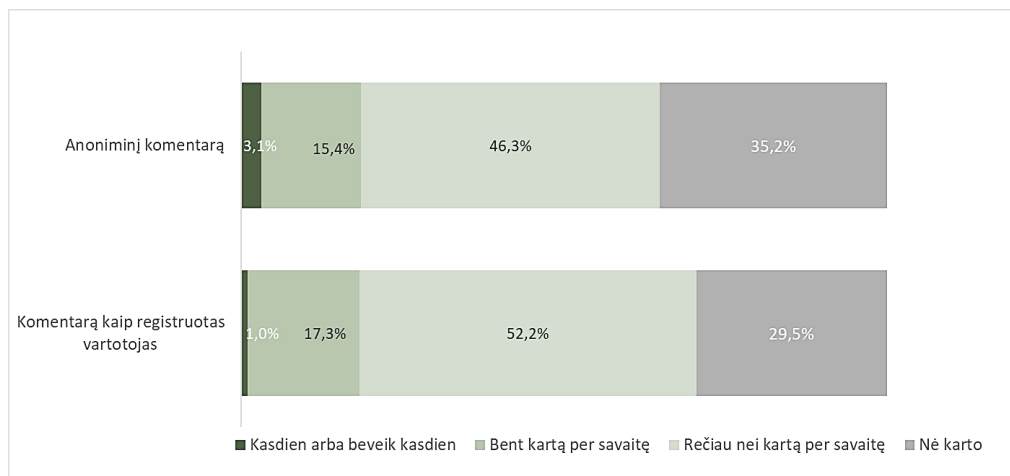
	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Komentavote politiniu ar pilietiniu klausimu internete	8,8	14,1	12,9	15,3
Paaukvojote pinigų pilietiniam ar politiniam tikslui	7,8	8,9	8,2	9,6
Pasirašėte peticiją paremti pilietinį ar politinį tikslą	7,6	7,4	6,7	8,0
Dalyvavote draugiškoje demonstracijoje	5,1	4,7	3,9	5,4
Susisiekėte su politiku ar politine partija	3,3	1,0	1,6	0,4
Nei vienu iš aukščiau išvardintų	77,1	75,0	76,9	73,2

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 1000	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 1008	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255		Iš viso N = 504	Rusai N = 251	Lenkai N = 253
Pasirašėte peticiją paremti pilietinį ar politinį tikslą	21,4	19,9	18,0	21,8	8	18	8	27
Komentavote politiniu ar pilietiniu klausimu internete	15,4	11,3	11,9	10,8	8	9	12	6
Paaukvojote pinigų pilietiniam ar politiniam tikslui	11,9	9,0	7,2	10,8	5	6	6	6
Dalyvavote draugiškoje demonstracijoje	5,9	8,8	6,7	10,9	3			
Susisiekėte su politiku ar politine partija	5,1	3,8	5,3	2,3	3	1	2	0,4
Nei vienu iš aukščiau išvardintų	61,6	67,7	67,1	68,3	80	73	81	65

Maždaug penktadalis pagrindinio tyrimo dalyvių, komentavusiųjų politiniu ar pilietiniu klausimu internete, pasižymi dažnu (bent kartą per savaitę ar dažniau) komentarų rašymu: 18,5 proc. tai darė anonimiškai, 18,3 proc. – kaip registruoti vartotojai (žr. 2.1.8 pav.).

Ne rečiau nei kartą per savaitę registruotus komentarus dažniau rašo vyrai, 18–25 m. respondentai, o anonimiškai savo nuomone dažniau dalijasi 26–35 m. respondentai bei kaimo gyventojai (žr. Priedai: lentelės Nr. 10a ir Nr. 10b).

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



Lietuvos tautinių mažumų atstovai (ypač lenkų tautybės) dažniau nei pagrindinio tyrimo respondentai teigė, kad bent kartą per savaitę rašo ir anoniminius, ir registruotus komentarus (žr. 2.1.8 lentelę). Tačiau dėl mažo į šį klausimą atsakinėjančių žmonių skaičiaus šis rodiklis nėra reprezentatyvus ir daryti griežtų išvadų nereikėtų, nes galima didelė paklaida.

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

			2026 m.				
				Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto
Anoniminį komentarą	Pagrindinis tyrimas		N=89	3,1	15,4	46,3	35,2
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=73	6,8	17,8	45,2	30,1
		Rusai	N=33	3,0	15,2	48,5	33,3
		Lenkai	N=40	10,0	20,0	42,5	27,5
Komentarą kaip registruotas vartotojas	Pagrindinis tyrimas		N=89	1,0	17,3	52,2	29,5
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=73	9,6	20,5	41,1	28,8
		Rusai	N=33	3,0	18,2	51,5	27,3
		Lenkai	N=40	15,0	22,5	32,5	30,0

		2021 m.					2017 m.					
			Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto		Kasdien arba beveik kasdien	Bent kartą per savaitę	Rečiau nei kartą per savaitę	Nė karto	
Anoniminį komentarą	Pagrindinis tyrimas	N = 155	2,0	17,1	32,8	48,1	N = 85	12	9	38	41	
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 59	2,4	11,5	31,5	54,6	N = 45		18	31	51
		Rusai	N = 31	4,5	19,6	19,6	56,2	N = 31		16	26	58
		Lenkai	N = 28		2,8	44,3	52,8	N = 14		21	43	36
Komentarą kaip registruotas vartotojas	Pagrindinis tyrimas	N = 155	5,4	20,0	46,8	27,9	N = 85	5	14	61	20	
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 59	27,8	48,5	21,3	2,4	N = 45		7	49	44
		Rusai	N = 31	4,5	19,6	46,4	29,4	N = 31		3	55	42
		Lenkai	N = 28		23,2	50,8	26,0	N = 14		14	36	50

SKYRIAUS IŠVADOS

Mobilusis telefonas, televizija bei interneto naudojimas mobiliuosiuose įrenginiuose vertintini kaip universaliai paplitę žiniasklaidos ir komunikavimo įrankiai Lietuvoje. Mobiliojo telefono naudojimas yra visiškai įprastas absoliučiai daugumai Lietuvos gyventojų, o internetas mobiliajame telefone jau tapo įprastu ir visuotinai paplitusiu dalyku Lietuvos visuomenėje. Kadangi internetas mobiliajame telefone yra lengviau pasiekiamas, interneto vartojimas kituose prietaisuose pastaraisiais metais sumažėjo, tačiau ir šį būdą paminėjo daugiau nei pusė apklaustųjų. Respondentams svarbiausi informacijos šaltiniai yra internetas (4,20 balo iš 5) ir televizija (4,09 balo).

Vertinant atskirus informacijos kanalus internete, didžiausią svarbą išlaiko žinių portalai (3,68 balo iš 5) ir socialiniai tinklai (3,44 balo). Kuo jaunesni respondentai, tuo jiems svarbesni socialiniai tinklai, tinklaraščiai, blogai, diskusijų forumai bei dirbtinio intelekto pokalbių svetainės / programėlės.

Patikimiausi informacijos šaltiniai Lietuvos gyventojams – radijas (3,58 balo iš 5) bei televizija (3,53 balo). Informacija, pateikiama laikraščiuose, žurnaluose bei interneto naujienų portaluose pasitikima mažiau, o dirbtinio intelekto svetainių / programėlių pateikiama informacija pasitikima mažiausiai. Pastarasis informacijos šaltinis dar yra gana naujas ir ne visos Lietuvos gyventojų grupės moka juo naudotis. Palyginti su 2021 m. tyrimu, šiek tiek padidėjo vidutinis pasitikėjimas informacija nepriklausomai nuo informavimo kanalo.

Palyginus su 2017 apklausos rezultatais, 2021 m. buvo užfiksuotas žymus straipsnius, laiškus, komentarus ar literatūros kūrinis kuriančių tyrimo dalyvių padidėjimas (buvo nepakitusi tik vaizdinę ar garsinę medžiagą kūrusių tyrimo dalyvių dalis). 2026 m. apklausa parodė, kad respondentų, kuriančių vaizdinę ar garsinę medžiagą, dalis sumažėjo, o kuriančių kitokius produktus gyventojų dalis panaši į 2017 m. lygį.

Užsienio žiniasklaidos priemonių vartojimas Lietuvoje sumažėjo – kas ketvirtas apklaustasis per paskutinį mėnesį žiūrėjo, skaitė ar klausėsi užsienio šalių žiniasklaidos. Kadangi anksčiau dažniausiai

buvo vartojama Rusijos žiniasklaida (29,4 proc. 2021 m. ir 21 proc. 2017 m.), o prasidėjus Rusijos plataus masto karui prieš Ukrainą Lietuvoje buvo apribota prieiga prie Rusijos žiniasklaidos priemonių, sumažėjo bendra dalis gyventojų, vartojančių žiniasklaidą šia kalba, o taip pat ir bendrai užsienio kalbomis. 2026 m. apklausoje dažniausiai minimos užsienio šalių žiniasklaidos priemonės – JAV (10 proc.) ir Rusijos (9,5 proc.).

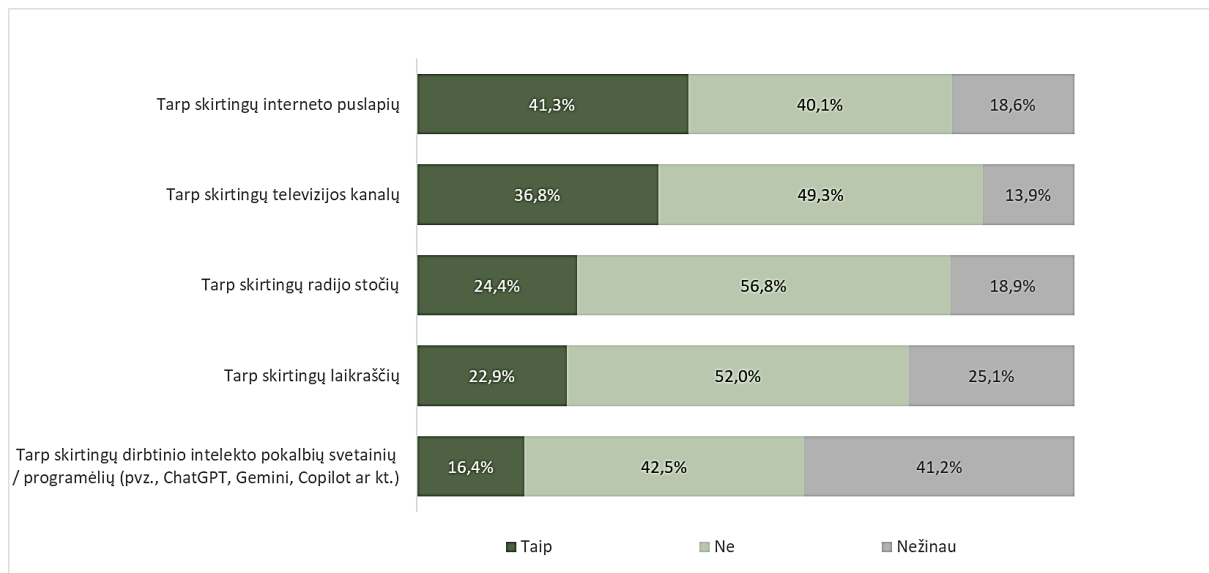
2.2. KRITIŠKAS VERTINIMAS

SKIRTINGAI PATEIKIAMOS INFORMACIJOS TARP ŽINIASKLAIDOS PASTEBĖJIMAS IR REAKCIJA

Daugiau nei pusė pagrindinio tyrimo dalyvių yra pastebėję, kad kartais įvairūs informacijos šaltiniai skirtingai pateikia tą pačią informaciją. Dažniausiai skirtingas tos pačios informacijos faktų pateikimas pastebimas tarp skirtingų interneto puslapių (41,3 proc.) ir skirtingų televizijos kanalų (36,8 proc.). 24,4 proc. respondentų nurodė tai pastebintys tarp skirtingų radijo stočių, 22,9 proc. – tarp skirtingų laikraščių, 16,4 proc. – tarp skirtingų dirbtinio intelekto pokalbių svetainių / programėlių (žr. 2.2.1 pav.).

Skirtingai pateikiamą informaciją įvairiuose informacijos šaltiniuose dažniau teigia pastebintys aukštąjį išsimokslinimą įgiję respondentai (išskyrus informaciją per radiją – čia išsimokslinimas neturi įtakos) (žr. Priedai: lentelė Nr. 4). Kaimo gyventojai dažniau nei miestiečiai skirtingai pateikiamus informacijos faktus pastebi laikraščiuose, televizijoje bei per radiją. Skirtingą informaciją tarp skirtingų dirbtinio intelekto pokalbių svetainių / programėlių dažniau pastebi didmiesčių gyventojai.

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



Lyginant visų trijų tyrimų rezultatus, matoma, kad 2021 m. buvo labai padidėjusi dalis žmonių, pastebinčių skirtumus tarp to, kaip skirtingi informacijos šaltiniai visose minimose srityse pateikia tą pačią informaciją, o 2026 m. apklausoje tą pastebinčių dalis vėl sumažėjo, tačiau yra didesnė nei 2017 m. (žr. 2.2.1 lentelę).

Kalbant apie gyventojų dalį, pastebėjusių skirtinguose to paties tipo informacijos kanaluose skirtingai pateikiamą tą pačią informaciją, 2026 m. apklausoje reikšmingų skirtumų tarp pagrindinio tyrimo dalyvių ir tautinių mažumų atstovų nenustatyta.

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

			2026 m.			
				Taip	Ne	Nežinau
Tarp skirtingų interneto puslapių	Pagrindinis tyrimas		N=1011	41,3	40,1	18,6
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	44,2	38,0	17,8
		Rusai	N=255	43,1	40,8	16,1
		Lenkai	N=261	45,2	35,2	19,5
Tarp skirtingų televizijos kanalų	Pagrindinis tyrimas		N=1011	36,8	49,3	13,9
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	37,8	51,4	10,9
		Rusai	N=255	40,0	49,8	10,2
		Lenkai	N=261	35,6	52,9	11,5
Tarp skirtingų radijo stočių	Pagrindinis tyrimas		N=1011	24,4	56,8	18,9
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	28,3	59,5	12,2
		Rusai	N=255	27,5	61,2	11,4
		Lenkai	N=261	29,1	57,9	13,0
Tarp skirtingų laikraščių	Pagrindinis tyrimas		N=1011	22,9	52,0	25,1
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	24,8	55,6	19,6
		Rusai	N=255	23,9	55,7	20,4
		Lenkai	N=261	25,7	55,6	18,8
Tarp skirtingų dirbtinio intelekto pokalbių svetainių / programėlių (pvz., ChatGPT, Gemini, Copilot ar	Pagrindinis tyrimas		N=1011	16,4	42,5	41,2
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	21,1	41,7	37,2
		Rusai	N=255	20,4	45,1	34,5
		Lenkai	N=261	21,8	38,3	39,8

			2021 m.				2017 m.			
				Taip	Ne	Nežinau		Taip	Ne	Nežinau
Tarp skirtingų interneto puslapių	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	62,1	18,0	19,9	N = 1008	22	63	15
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	59,2	22,2	18,6	N = 504	33	49	18
		Rusai	N = 246	53,3	26,4	20,3	N = 251	39	36	25
		Lenkai	N = 255	64,9	18,1	17,0	N = 253	26	62	12
Tarp skirtingų televizijos kanalų	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	61,8	18,0	20,2	N = 1008	27	64	9
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	58,1	28,4	13,5	N = 504	41	53	6
		Rusai	N = 246	49,6	33,7	16,7	N = 251	53	41	6
		Lenkai	N = 255	66,3	23,2	10,4	N = 253	28	64	8
Tarp skirtingų laikraščių	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	50,6	24,8	24,6	N = 1008	15	71	14
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	40,6	33,2	26,1	N = 504	25	60	15
		Rusai	N = 246	39,4	32,4	28,2	N = 251	38	49	13
		Lenkai	N = 255	41,9	34,0	24,2	N = 253	11	72	17
Tarp skirtingų radio stočių	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	38,3	30,1	31,6	N = 1008	13	78	9
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	38,0	40,6	21,4	N = 504	13	73	14
		Rusai	N = 246	33,9	39,7	26,5	N = 251	19	66	15
		Lenkai	N = 255	41,9	41,5	16,6	N = 253	7	79	14

56,2 proc. 2026 m. apklausos dalyvių, pastebėję skirtingai pateikiamus tos pačios informacijos faktus skirtinguose informacijos šaltiniuose, tuos skirtumus ignoruoja (žr. 2.2.2 pav.). 28,1 proc. respondentų informaciją bando palyginti su kitų šaltinių teikiama informacija, 22,0 proc. tiki kiekvienu šaltiniu po truputį, besiremdami bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos priemonę. 17,5 proc. pastebėjusių skirtingai pateikiamą informaciją, teiraujasi draugų, šeimos narių ar kitų žmonių nuomonės ir tik 0,8 proc. pasidalina savo nuogąstavimais su pilietine ar kitokia organizacija.

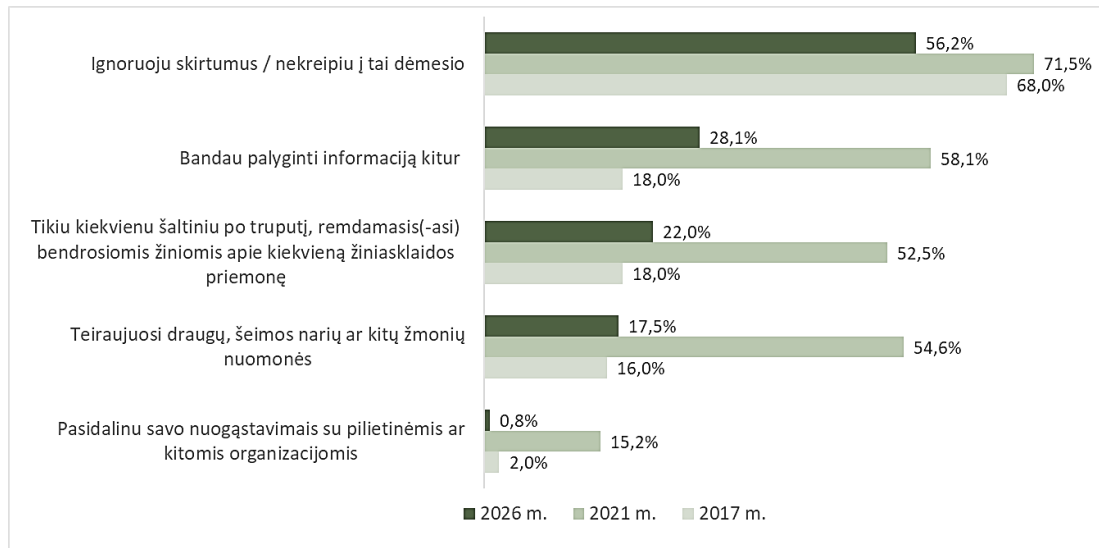
2021 m. apklausoje buvo ženkliai išaugusi dalis respondentų, kurie informaciją bando palyginti su kitų šaltinių teikiama informacija, tiki kiekvienu šaltiniu po truputį, besiremdami bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos priemonę, teiraujasi draugų, šeimos narių ar kitų žmonių nuomonės ar pasidalina savo nuogąstavimais su pilietine ar kitokia organizacija, o 2026 m. apklausoje tokių respondentų dalis vėl sumažėjo.

2026 m. apklausos rezultatus palyginus su 2017 m. apklausos rezultatais matyti, kad reikšmingai sumažėjo ignoruojančių tokius skirtumus respondentų dalis, o padidėjo dalis lyginančių informaciją su kitais šaltiniais ir teigiančių, jog tiki kiekvienu šaltiniu po truputį, besiremdami bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos priemonę.

Tos pačios faktinės informacijos pateikimo skirtumus dažniau ignoruoja vidurinio ar žemesnio išsimokslinimo žmonės, kaimo gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 5). Baigę aukštąjį mokslą respondentai informaciją dažniau bando lyginti su kitų šaltinių informacija arba po truputį tiki kiekvienu informacijos šaltiniu, besiremdami bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos priemonę. Draugų ar artimųjų nuomonės dažniau teiraujasi moterys, vyresni nei 55 m. žmonės, kaimo

ir mažesnių miestų gyventojai.

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



Lyginant su pagrindinio tyrimo respondentais, Lietuvos tautinių mažumų atstovai bendrai yra labiau linkę informaciją palyginti su kitais šaltiniais (žr. 2.2.2 lentelę). Lenkų tautybės atstovai dažniau nei pagrindinio tyrimo respondentai yra linkę ignoruoti informacijos pateikimo skirtumus. Palyginus su 2021 m., kaip ir pagrindinio tyrimo atveju, sumažėjo dalis ignoruojančių tos pačios informacijos skirtingą pateikimą skirtinguose informacijos šaltiniuose.

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=540	N=286	N=144	N=142
Ignoruojų skirtumus / nekreipiu į tai dėmesio	56,2	55,2	51,4	59,2
Bandau palyginti informaciją kitur	28,1	35,3	35,4	35,2
Tikiu kiekvienu šaltiniu po truputį, remdamasis(-asi) bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos priemonę	22,0	23,1	22,9	23,2
Teiraujuosi draugų, šeimos narių ar kitų žmonių nuomonės	17,5	18,9	20,1	17,6
Pasidalinu savo nuogastavimais su pilietinėmis ar kitomis organizacijomis	0,8	1,7	2,1	1,4

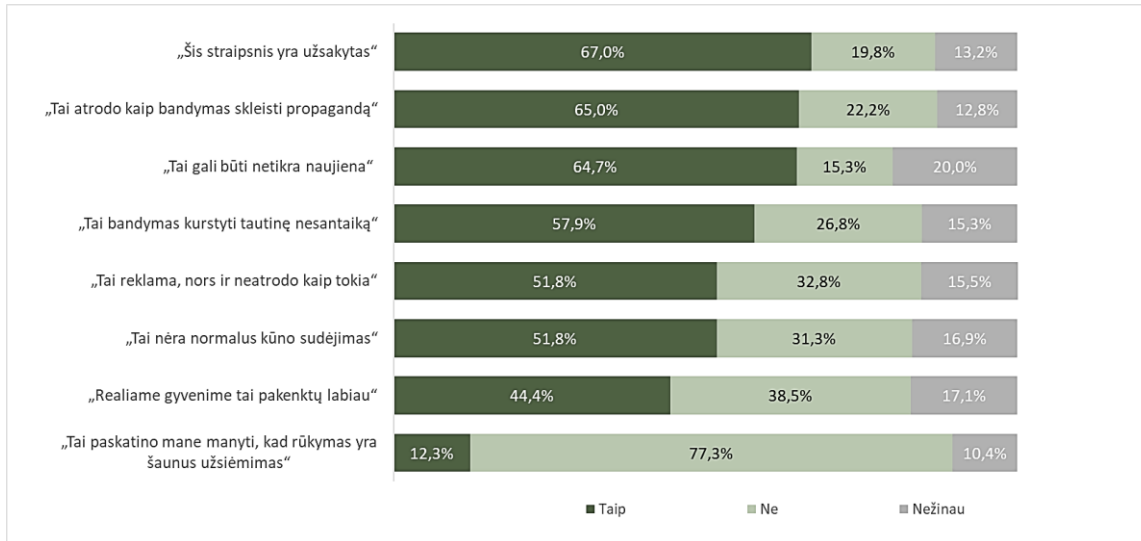
	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N = 917	N = 429	N = 201	N = 228	N = 403	N = 321	N = 185	N = 136
Ignoruojų skirtumus / nekreipiu į tai dėmesio	71,5	67,5	69,1	66,1	68	48	50	46
Bandau palyginti informaciją kitur	58,1	54,7	65,1	45,7	18	18	18	19
Tikiu kiekvienu šaltiniu po truputį, remdamasis bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos kanalą	54,6	59,6	53,4	65,1	16	22	21	25
Teiraujuosi draugų, šeimos narių ar kitų žmonių nuomonės	52,5	55,3	59,1	52,0	18	17	16	19
Pasidalinu savo nuogastavimais su pilietinėmis ar kitomis organizacijomis	15,2	10,5	15,6	6,1	2	1	1	1

KRITIŠKAS INFORMACIJOS ŽINIASKLAIDOJE VERTINIMAS

Daugiau nei pusė pagrindinio tyrimo respondentų, vartodami žiniasklaidą, teigė atkreipiantys dėmesį, kad pateikta informacija gali būti užsakytas straipsnis (67,0 proc.), bandymas skleisti propagandą (65,0 proc.), netikra naujiena (64,7 proc.), bandymas kurstyti tautinę nesantaiką (57,9 proc.), užslėpta reklama (51,8 proc.) ar realybės neatitinkantis vaizdas („Tai nėra normalus kūno sudėjimas“ – 51,8 proc.) (žr. 2.2.3 pav.). Šiek tiek mažesnė dalis tyrimo dalyvių nurodė pagalvoję, kad „realiame gyvenime tai pakenktų labiau“ – 44,4 proc. 12,3 proc. tyrimo dalyvių, naudodamiesi žiniasklaidos priemonėmis, teigia buvę paskatinti galvoti, jog rūkymas gali būti šaunus užsiėmimas.

Aukštąjį išsimokslinimą įgiję respondentai dažniau nurodė įvairius įtarimus, kad informacija pateikiama turint kažkokį tikslą – kad straipsnis yra užsakytas, kad tai bandymas skleisti propagandą, kad tai gali būti netikra naujiena, kad tai yra užslėpta reklama ir pan. (žr. Priedai: lentelė Nr. 6).

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



Kalbant apie kai kuriuos anketoje pateiktus teiginius („Šis straipsnis yra užsakytas“, „Tai atrodo kaip bandymas skleisti propagandą“, „Tai gali būti netikra naujiena“, „Tai bandymas kurstyti tautinę nesantaiką“), Lietuvos tautinių mažumų atstovai bendrai rečiau nei pagrindinio tyrimo dalyviai pagalvoja, kad ši informacija pateikiama turint kažkokį tikslą (žr. 2.2.3 lentelę). Tautinių mažumų atstovai (ypač lenkų tautybės) dažniau nei pagrindinio tyrimo respondentai pagalvodavo, jog rūkymas yra šaunus dalykas. Kalbant apie likusius teiginius („Realiame gyvenime tai pakenktų labiau“, „Tai reklama, nors ir neatrodo kaip tokia“, „Tai nėra normalus kūno sudėjimas“) reikšmingų skirtumų tarp pagrindinio ir tautinių mažumų tyrimų nėra.

2021 m. tyrime, lyginant su 2017 m. tyrimo rezultatais, buvo nustatyta, jog padaugėjo pagalvojančių, ar pateikta naujiena nėra netikra naujiena, kad tai yra bandymas kurstyti tautinę nesantaiką ar skleisti propagandą. Šiek tiek padaugėjo ir manančių, jog skaitomas straipsnis gali būti užsakytas ar kad tai yra reklama, nors taip neatrodo. 2021 m. tyrime sumažėjo dalis respondentų, kurie, žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete ar žaisdami kompiuterinius žaidimus, pagalvotų, jog vaizduojami įvykiai realiame gyvenime pakenktų labiau, o taip pat kad atvaizduojamas netikroviškas / nenormalus kūno sudėjimas. 2021 m. tyrime smarkiai sumažėjo dalis tyrimo dalyvių, kuriuos vartojamas turinys paskatintų galvoti, jog rūkymas yra šaunus užsiėmimas.

Lyginant 2026 m. tyrimo duomenis su 2021 m. tyrimo rezultatais, galima pastebėti, jog šiek tiek padaugėjo tyrimo dalyvių, kurie, žiūrėdami televiziją, skaitydami laikraščius, naršydami internete ar žaisdami kompiuterinius žaidimus, pagalvoja, jog vaizduojami įvykiai realiame gyvenime pakenktų labiau bei kad vaizduojamas netikroviškas / nenormalus kūno sudėjimas. Kita vertus, sumažėjo pagalvojančių ar pateikta naujiena nėra netikra naujiena. Taip pat sumažėjo pagalvojančių, kad tai yra

bandymas kurstyti tautinę nesantaiką ar skleisti propagandą. Kalbant apie teiginius „Šis straipsnis yra užsakytas“ bei „Tai reklama, nors ir neatrodo kaip tokia“, lyginant 2021 m. ir 2026 m. apklausų rezultatus reikšmingų skirtumų nerasta.

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

			2026 m.			
				Taip	Ne	Nežinau
„Šis straipsnis yra užsakytas“	Pagrindinis tyrimas		N=1011	67,0	19,8	13,2
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	62,4	22,3	15,3
		Rusai	N=255	61,6	23,5	14,9
		Lenkai	N=261	63,2	21,1	15,7
„Tai atrodo kaip bandymas skleisti propagandą“	Pagrindinis tyrimas		N=1011	65,0	22,2	12,8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	61,2	25,2	13,6
		Rusai	N=255	60,8	26,3	12,9
		Lenkai	N=261	61,7	24,1	14,2
„Tai gali būti netikra naujiena“	Pagrindinis tyrimas		N=1011	64,7	15,3	20,0
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	58,1	22,1	19,8
		Rusai	N=255	59,2	22,4	18,4
		Lenkai	N=261	57,1	21,8	21,1
„Tai bandymas kurstyti tautinę nesantaiką“	Pagrindinis tyrimas		N=1011	57,9	26,8	15,3
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	54,5	28,1	17,4
		Rusai	N=255	54,1	26,7	19,2
		Lenkai	N=261	54,8	29,5	15,7
„Tai reklama, nors ir neatrodo kaip tokia“	Pagrindinis tyrimas		N=1011	51,8	32,8	15,5
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	49,4	37,4	13,2
		Rusai	N=255	46,3	40,4	13,3
		Lenkai	N=261	52,5	34,5	13,0
„Tai nėra normalus kūno sudėjimas“	Pagrindinis tyrimas		N=1011	51,8	31,3	16,9
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	49,2	38,8	12,0
		Rusai	N=255	51,4	36,9	11,8
		Lenkai	N=261	47,1	40,6	12,3
„Realiam gyvenime tai pakenktų labiau“	Pagrindinis tyrimas		N=1011	44,4	38,5	17,1
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	45,7	42,1	12,2
		Rusai	N=255	47,5	39,2	13,3
		Lenkai	N=261	44,1	44,8	11,1
„Tai paskatino mane manyti, kad rūkymas yra šaunus užsiėmimas“	Pagrindinis tyrimas		N=1011	12,3	77,3	10,4
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	16,7	74,4	8,9
		Rusai	N=255	12,5	81,2	6,3
		Lenkai	N=261	20,7	67,8	11,5

			2021 m.				2017 m.			
				Taip	Ne	Nežinau		Taip	Ne	Nežinau
"Tai gali būti netikra naujiena"	Pagrindinis tyrimas		N = 1001	69,4	15,6	15,0	N = 1008	38	49	13
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	60,7	24,3	15,1	N = 504	54	35	11
		Rusai	N = 246	58,4	21,8	19,9	N = 251	54	34	12
		Lenkai	N = 255	62,9	26,7	10,4	N = 253	53	37	10
"Šis straipsnis yra užsakytas"	Pagrindinis tyrimas		N = 1001	68,7	16,0	15,3	N = 1008	59	34	7
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	59,9	24,8	15,3	N = 504	66	27	7
		Rusai	N = 246	65,4	16,7	17,9	N = 251	69	24	7
		Lenkai	N = 255	54,7	32,5	12,8	N = 253	63	31	6
"Tai atrodo kaip bandymas sleisti propagandą"	Pagrindinis tyrimas		N = 1001	65,3	20,2	14,5	N = 1008	49	44	7
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	60,8	25,6	13,6	N = 504	57	35	8
		Rusai	N = 246	62,1	22,1	15,8	N = 251	60	30	10
		Lenkai	N = 255	59,6	29,0	11,4	N = 253	54	40	6
"Tai bandymas kurstyti tautinę nesantaiką"	Pagrindinis tyrimas		N = 1001	60,8	22,0	17,2	N = 1008	43	47	10
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	54,5	29,9	15,6	N = 504	61	34	5
		Rusai	N = 246	57,9	22,6	19,5	N = 251	62	31	7
		Lenkai	N = 255	51,2	36,9	11,9	N = 253	60	36	4
"Tai reklama, nors neatrodo kaip tokia"	Pagrindinis tyrimas		N = 1001	52,0	31,6	16,4	N = 1008	61	32	7
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	48,1	39,2	12,8	N = 504	61	34	5
		Rusai	N = 246	49,2	33,3	17,5	N = 251	58	37	5
		Lenkai	N = 255	47,0	44,8	8,2	N = 253	65	31	4
"Realiame gyvenime tai pakenktų labiau"	Pagrindinis tyrimas		N = 1001	36,8	33,1	30,2	N = 1008	43	50	7
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	40,3	35,3	24,5	N = 504	41	49	10
		Rusai	N = 246	36,2	32,6	31,1	N = 251	42	46	12
		Lenkai	N = 255	44,2	37,8	18,0	N = 253	40	52	8
"Tai nėra normalus kūno sudėjimas"	Pagrindinis tyrimas		N = 1001	42,2	40,0	17,8	N = 1008	56	38	6
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	39,0	43,9	17,1	N = 504	50	42	8
		Rusai	N = 246	40,0	40,3	19,7	N = 251	54	37	9
		Lenkai	N = 255	38,0	47,3	14,5	N = 253	46	47	7
"Tai paskatino mane manyti, kad rūkymas yra šaunus užsiėmimas"	Pagrindinis tyrimas		N = 1001	8,9	81,1	10,0	N = 1008	27	67	6
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	13,3	75,2	11,5	N = 504	15	82	3
		Rusai	N = 246	11,2	75,7	13,0	N = 251	12	83	5
		Lenkai	N = 255	15,3	74,6	10,1	N = 253	17	81	2

SKYRIAUS IŠVADOS

Lyginant 2017 m. ir 2021 m. tyrimus buvo fiksuotas labai padidėjęs tos pačios faktinės informacijos pateikimo skirtumų skirtinguose informacijos šaltiniuose pastebėjimas, o 2026 m. apklausa parodė, kad tokie dalykai pastebimi rečiau. Internete tokius atvejus pastebi 41,3 proc., televizijoje – 36,8 proc. respondentų. Net 56,2 proc. tyrimo dalyvių, pastebėjusių tokius skirtumus, juos ignoruoja / nekreipia į juos dėmesio, o 43,8 proc. kažkaip reaguoja – bando palyginti su kitų šaltinių teikiama informacija; tiki kiekvienu šaltiniu po truputį, besiremiami bendrosiomis žiniomis apie kiekvieną žiniasklaidos priemonę; teiraujasi draugų, šeimos narių ar kitų žmonių nuomonės. Tai rodo, kad kritinio vertinimo gebėjimai dažnai lieka teoriniame lygmenyje ir neperauga į praktinę elgseną.

Be to, nors gyventojai geba atpažinti įvairias probleminio turinio formas (propagandą, netikras naujienas, užslėptą reklamą), šių požymių atpažinimas savaime neužtikrina aktyvaus reagavimo ar informacijos tikrinimo.

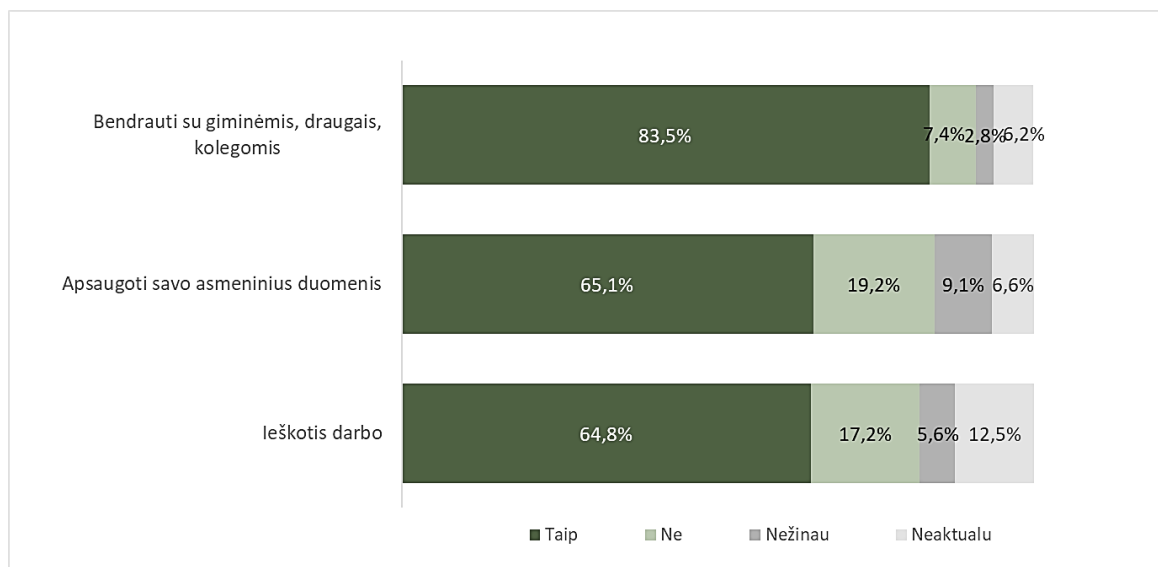
2.3. KOMUNIKACINIAI GEBĖJIMAI

SAVO KOMPIUTERINIO RAŠTINGUMO VERTINIMAS

Dauguma pagrindinio tyrimo dalyvių mano, kad jų kompiuterinio raštingumo sugebėjimai yra pakankami atlikti tokiems veiksams (žr. 2.3.1 pav.): 83,5 proc. respondentų teigia, kad jų kompiuterinio raštingumo ir naršymo internete sugebėjimų pakanka bendravimui su giminėmis, draugais, kolegomis; 65,1 proc. – savo asmeninių duomenų apsaugojimui; 64,8 proc. – darbo paieškoms.

Savo kompiuterinio raštingumo ir naršymo internete sugebėjimus geriausiai vertina jaunesni ir vidutinio amžiaus tyrimo dalyviai. Vyriausių respondentų grupėje teigiamai vertinančių savo sugebėjimus šiose srityse dalis mažesnė (žr. Priedai: lentelė Nr. 11). Žymiai geriau savo kompiuterinį raštingumą, nei kiti, vertina didžiausių pajamų grupės tyrimo dalyviai bei vidurinę ir aukštesnę išsimokslinimą įgiję asmenys.

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



Lyginant Lietuvos tautinių mažumų atsakymus su pagrindinio tyrimo dalyvių atsakymais apie tai, ar pakanka kompiuterinio raštingumo sugebėjimų bendravimui su artimais žmonėmis ar savo asmeninės informacijos apsaugai, reikšmingų skirtumų nepastebėta (žr. 2.3.1 lentelę). Šiek tiek mažesnė tautinių mažumų atstovų (ypač lenkų tautybės) dalis nurodo, jog jų kompiuterinio raštingumo sugebėjimų pakanka darbo paieškai internete.

Tyrimo rezultatai rodo, kad kompiuterinio raštingumo sugebėjimų vertinimo lygis nuo 2021 m. nepakito, išskyrus darbo paiešką – respondentų sugebėjimai šioje srityje sumažėjo.

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

			2026 m.				
				Taip	Ne	Nežinau	Neaktualu
Bendrauti su giminėmis, draugais, kolegomis	Pagrindinis tyrimas		N=1011	83,5	7,4	2,8	6,2
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	83,5	6,4	4,8	5,2
		Rusai	N=255	88,6	6,3	1,6	3,5
		Lenkai	N=261	78,5	6,5	8,0	6,9
Apsaugoti savo asmeninius duomenis	Pagrindinis tyrimas		N=1011	65,1	19,2	9,1	6,6
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	64,7	21,1	9,3	4,8
		Rusai	N=255	43,3	18,4	5,9	2,4
		Lenkai	N=261	56,3	23,8	12,6	7,3
Ieškotis darbo	Pagrindinis tyrimas		N=1011	65,8	17,2	5,6	12,5
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	54,5	18,2	7,2	20,2
		Rusai	N=255	62,0	13,7	6,3	18,0
		Lenkai	N=261	47,1	22,6	8,0	22,2

			2021 m.					2017 m.				
				Taip	Ne	Nežinau	Neaktualu		Taip	Ne	Nežinau	Neaktualu
Bendrauti su giminėmis, draugais, kolegomis	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	85,2	7,2	3,1	4,6	N = 1008	67	23	2	8
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	83,5	9,4	1,8	5,4	N = 504	70	19	4	7
		Rusai	N = 246	83,1	10,4	1,2	5,3	N = 251	71	14	6	9
		Lenkai	N = 255	83,8	8,4	2,3	5,5	N = 253	70	23	3	4
Apsaugoti savo asmeninius duomenis	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	64,9	16,7	15,4	4,5	N = 1008	55	31	5	9
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	59,5	21,6	12,8	6,1	N = 504	55	28	10	7
		Rusai	N = 246	60,3	18,7	15,9	5,0	N = 251	54	24	13	9
		Lenkai	N = 255	58,7	24,4	9,8	7,1	N = 253	56	31	7	6
Ieškotis darbo	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	71,5	10,8	4,8	12,8	N = 1008	57	26	3	14
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	70,7	9,6	5,3	14,4	N = 504	60	21	6	13
		Rusai	N = 246	71,6	8,5	6,1	13,8	N = 251	59	20	5	16
		Lenkai	N = 255	69,8	10,8	4,5	14,9	N = 253	61	23	6	10

NAUDOJIMASIS INTERNETU

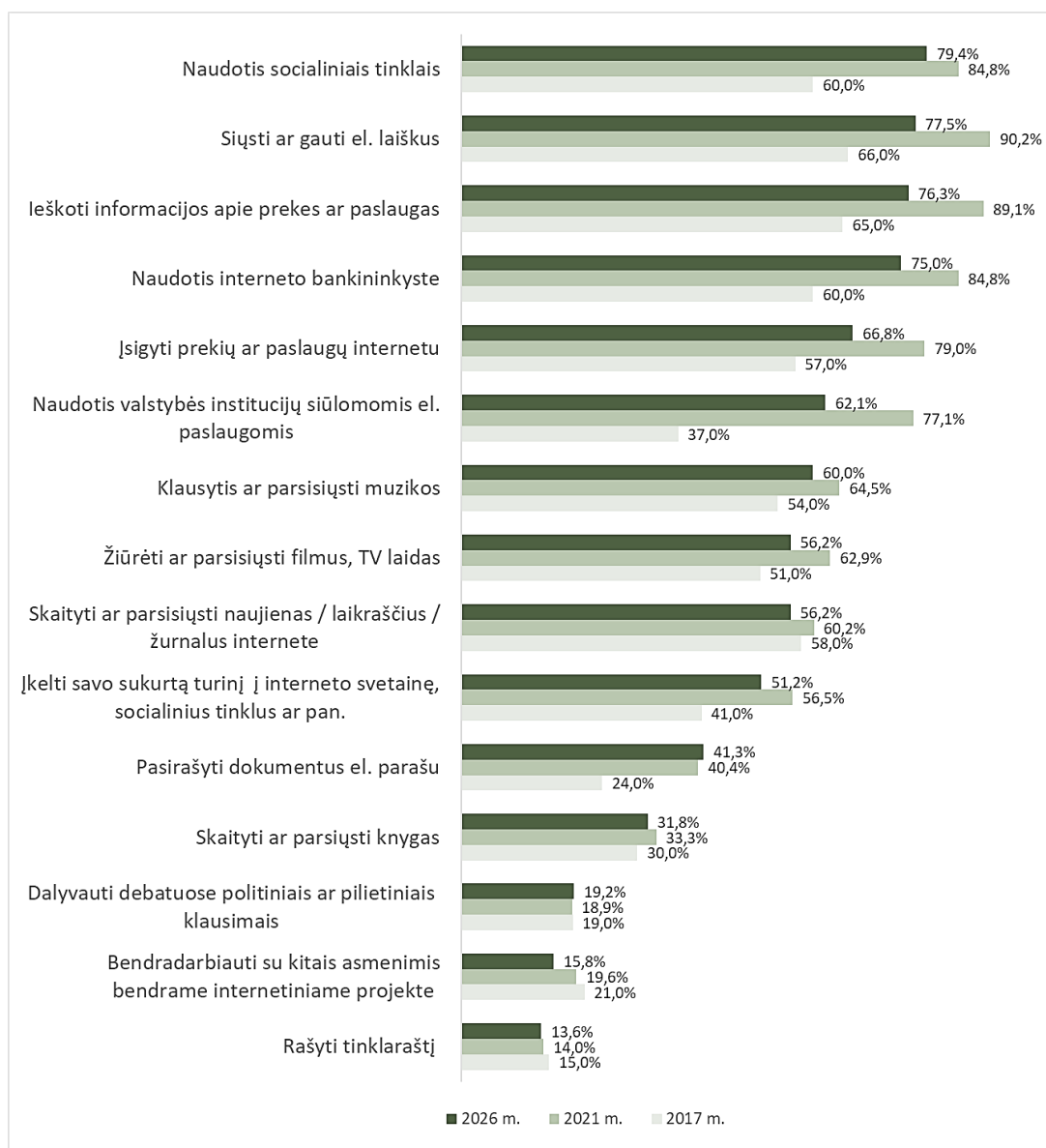
Keturi iš penkių pagrindinio tyrimo dalyvių internete naudojami socialiniais tinklais (79,4 proc.), 77,5 proc. – siunčia ar gauna elektroninius laiškus, 75,6 proc. ieško informacijos apie prekes ar paslaugas, 75,0 proc. naudojami interneto bankininkyste (žr. 2.3.2 pav.). Prekes ar paslaugas internetu įsigyja 66,8 proc., valstybės institucijų siūlomomis elektroninėmis paslaugomis naudojami 62,1 proc., klausosi ar parsisiunčia muzikos – 60,0 proc. apklaustųjų. Taip pat didelė dalis respondentų internetą naudoja žiūrėti ar parsisiųsti filmus, TV laidas – 56,2 proc., skaityti ar parsisiųsti naujienas / laikraščius / žurnalus internete – 56,2 proc. Kas antras tyrimo dalyvis taip pat naudojami internetu tam, kad įkeltų savo sukurtą turinį į internetinę svetainę, socialinius tinklus (51,2 proc.), dalis taip pat pasirašo dokumentus el. parašu (41,3 proc.). Visuomenėje mažiausiai internetu naudojami, kai siekiama dalyvauti debatuose politiniais ar pilietiniais klausimais (19,2 proc.), bendradarbiauti su kitais asmenimis bendrame internetiniame projekte (15,8 proc.) ar rašyti tinklaraštį (13,6 proc.).

Lyginant su 2021 m. tyrimo rezultatais, galima pastebėti, kad 2026 m. tyrime mažiau dalyvių atliko šiuos veiksmus internete. Jei 2026 m. apklausos rezultatus lyginsime su 2017 m. apklausos rezultatais, daugelyje sričių matomas didesnis ar mažesnis padidėjimas, išskyrus naujienų skaitymą,

knygų skaitymą, dalyvavimą debatuose, bendradarbiavimą su kitais asmenimis bendruose projektuose bei tinklaraščių rašymą.

Bendrai internetą paminėtais tikslais dažniau naudoja 18–35 m. respondentai (naudojimo dalis tolygiai mažėja su kiekviena vyresne amžiaus grupe), aukščiausio išsimokslinimo, didesnių pajamų grupės atstovai ir didžiųjų miestų gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 12).

2.3.2 pav. Ar per paskutiniuosius tris mėnesius naudojote internetą vienam iš šių tikslų? (proc.)
(galimi keli atsakymo variantai, todėl suma viršija 100 proc.)



Lietuvos tautinių mažumų atstovai internetu naudojami panašiai, kaip ir pagrindinio tyrimo dalyviai (žr. 2.3.2 lentelę). Šiek tiek dažniau nei pagrindiniame tyrime, tautinių mažumų tyrimo dalyviai žiūrėjo / parsisiuntė naujienas, laikraščius ar skaitė knygas bei rašė tinklaraštį.

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

			2026 m.	
				Taip
Naudotis socialiniais tinklais	Pagrindinis tyrimas		N=1011	79,4
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	77,7
		Rusai	N=255	82,0
		Lenkai	N=261	73,6
Siųsti ar gauti el. laiškus	Pagrindinis tyrimas		N=1011	77,5
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	77,3
		Rusai	N=255	82,4
		Lenkai	N=261	72,4
Ieškoti informacijos apie prekes ar paslaugas	Pagrindinis tyrimas		N=1011	76,3
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	75,6
		Rusai	N=255	80,4
		Lenkai	N=261	70,9
Naudotis interneto bankininkyste	Pagrindinis tyrimas		N=1011	75,0
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	72,1
		Rusai	N=255	74,9
		Lenkai	N=261	69,3
Įsigyti prekių ar paslaugų internetu	Pagrindinis tyrimas		N=1011	66,8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	62,8
		Rusai	N=255	66,3
		Lenkai	N=261	59,4
Naudotis valstybės institucijų siūlomomis el. paslaugomis	Pagrindinis tyrimas		N=1011	62,1
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	62,8
		Rusai	N=255	67,5
		Lenkai	N=261	58,2
Klausytis ar parsisiųsti muzikos	Pagrindinis tyrimas		N=1011	60,0
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	58,3
		Rusai	N=255	59,2
		Lenkai	N=261	57,5
Žiūrėti ar parsisiųsti filmus, TV laidas	Pagrindinis tyrimas		N=1011	56,2
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	57,9
		Rusai	N=255	58,4
		Lenkai	N=261	57,5
Skaityti ar parsisiųsti naujienas / laikraščius / žurnalus internete	Pagrindinis tyrimas		N=1011	56,2
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	61,2
		Rusai	N=255	60,8
		Lenkai	N=261	61,7
Įkelti savo sukurtą turinį į interneto svetainę, socialinius tinklus ar pan.	Pagrindinis tyrimas		N=1011	51,2
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	50,2
		Rusai	N=255	47,5
		Lenkai	N=261	52,9
Pasirašyti dokumentus el. parašu	Pagrindinis tyrimas		N=1011	41,3
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	44,2
		Rusai	N=255	45,5
		Lenkai	N=261	42,9
Skaityti ar parsisiųsti knygas	Pagrindinis tyrimas		N=1011	31,8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	35,7
		Rusai	N=255	34,9
		Lenkai	N=261	36,4
Dalyvauti debatuose politiniais ar pilietiniais klausimais	Pagrindinis tyrimas		N=1011	19,2
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	19,4
		Rusai	N=255	15,3
		Lenkai	N=261	23,4
Bendradarbiauti su kitais asmenimis bendrame internetiniame projekte	Pagrindinis tyrimas		N=1011	15,8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	15,7
		Rusai	N=255	12,5
		Lenkai	N=261	18,8
Rašyti tinklaraštį	Pagrindinis tyrimas		N=1011	13,6
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	19,2
		Rusai	N=255	18,0
		Lenkai	N=261	20,0

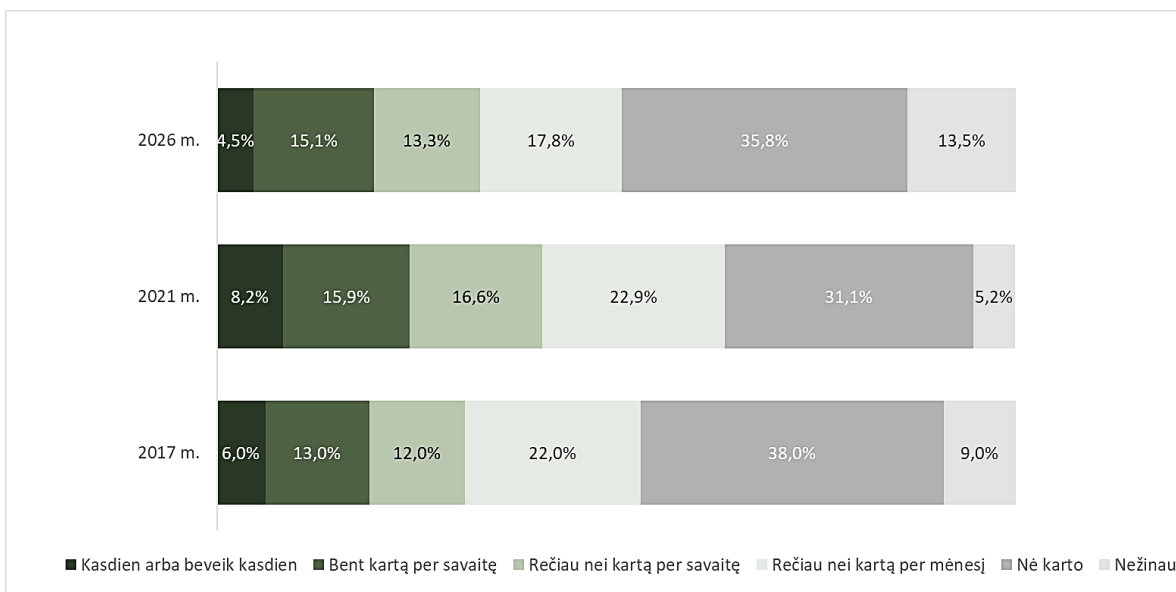
			2021 m.		2017 m.	
				Taip		Taip
Siųsti ar gauti el. laiškus	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	90,2	N = 1008	66
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	88,1	N = 504	70
		Rusai	N = 246	90,2	N = 251	69
		Lenkai	N = 255	86,1	N = 253	71
Ieškoti informacijos apie prekes ar paslaugas	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	89,1	N = 1008	65
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	91,4	N = 504	72
		Rusai	N = 246	90,4	N = 251	68
		Lenkai	N = 255	92,4	N = 253	75
Naudotis socialiniais tinklais	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	86,0	N = 1008	56
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	89,5	N = 504	57
		Rusai	N = 246	88,9	N = 251	53
		Lenkai	N = 255	90,2	N = 253	61
Naudotis interneto bankininkyste	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	84,8	N = 1008	60
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	90,0	N = 504	62
		Rusai	N = 246	89,0	N = 251	58
		Lenkai	N = 255	91,0	N = 253	65
Įsigyti prekių ar paslaugų internete	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	79,0	N = 1008	57
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	85,5	N = 504	46
		Rusai	N = 246	87,0	N = 251	45
		Lenkai	N = 255	84,1	N = 253	48
Naudotis valstybės institucijų elektroninėje erdvėje siūlomomis paslaugomis	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	77,1	N = 1008	37
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	78,6	N = 504	39
		Rusai	N = 246	79,5	N = 251	37
		Lenkai	N = 255	77,7	N = 253	41
Klausytis ar parsisiųsti muzikos	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	64,5	N = 1008	54
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	71,3	N = 504	55
		Rusai	N = 246	71,5	N = 251	49
		Lenkai	N = 255	71,2	N = 253	61
Žiūrėti ar parsisiųsti filmus, TV laidas	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	62,9	N = 1008	51
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	64,9	N = 504	53
		Rusai	N = 246	70,6	N = 251	51
		Lenkai	N = 255	59,2	N = 253	55
Skaityti ar parsisiųsti naujienas / laikraščius / žurnalus internete	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	60,2	N = 1008	58
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	54,3	N = 504	69
		Rusai	N = 246	59,2	N = 251	66
		Lenkai	N = 255	49,5	N = 253	72
Įkelti savo sukurtą turinį internetinę svetainę, socialinius tinklus ir pan.	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	56,5	N = 1008	41
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	60,0	N = 504	43
		Rusai	N = 246	64,9	N = 251	38
		Lenkai	N = 255	55,2	N = 253	49
Pasirašyti dokumentus e. Parašu	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	40,4	N = 1008	24
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	44,7	N = 504	20
		Rusai	N = 246	48,4	N = 251	19
		Lenkai	N = 255	41,1	N = 253	22
Skaityti ar parsisiųsti knygas	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	33,3	N = 1008	30
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	41,5	N = 504	33
		Rusai	N = 246	45,4	N = 251	36
		Lenkai	N = 255	37,8	N = 253	30
Bendra dirbiauti su kitais asmenimis bendrame internetiniame projekte	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	19,6	N = 1008	21
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	20,6	N = 504	12
		Rusai	N = 246	23,3	N = 251	11
		Lenkai	N = 255	17,8	N = 253	12
Dalyvauti debatuose politiniais ar pilietiniais klausimais	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	18,9	N = 1008	19
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	18,8	N = 504	14
		Rusai	N = 246	22,0	N = 251	15
		Lenkai	N = 255	15,6	N = 253	15
Rašyti tinklaraštį	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	14,0	N = 1008	15
	Papildomas Lietuvos tautiniu	Iš viso	N = 501	15,3	N = 504	14
		Rusai	N = 246	17,0	N = 251	12
		Lenkai	N = 255	13,6	N = 253	16

REKLAMOS PASPAUDIMAS INTERNETE

19,6 proc. interneto vartotojų pagrindiniame tyrime teigė bent kartą per savaitę ir dažniau **sąmoningai** paspaudžiantys ant internetinėje svetainėje pamatytos ar el. laišku gautos reklamos (žr. 2.3.3 pav.). 31,1 proc. tai daro rečiau, o 35,8 proc. tyrimo dalyvių nurodo, jog per pastaruosius 3 mėnesius nėra sąmoningai paspaudę ant internete pamatytos reklamos. Jei 2021 m. didesnė dalis apklaustųjų nei 2017 m. nurodė dažniau ar rečiau sąmoningai spaudžiantys ant reklamų internete ar el. laiške, tai 2026 m. apklausoje sumažėjo dalis sąmoningai spaudžiančių ir padidėjo dalis sąmoningai nespaudžiančių ant reklamos, kurią pamato internetinėje svetainėje ar gauna el. laišku.

Sąmoningai paspausti ant reklamos dažniau (bent kartą per savaitę) teko 26–35 m. respondentams bei didmiesčių gyventojams (žr. Priedai: lentelė Nr. 13). Vyresni nei 55 m. gyventojai dažniau nurodė, kad per tris mėnesius nėra karto sąmoningai nespaudė ant reklaminio turinio internete.

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



Tautinių mažumų atstovai nurodo **sąmoningai** spaudžiantys ant reklamos panašiu dažnumu, kaip ir pagrindinio tyrimo dalyviai (žr. 2.3.3 lentelę). Dažniau sąmoningai ant reklamos internete ar el. laiške linkę spausti lenkų tautybės apklausos dalyviai.

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

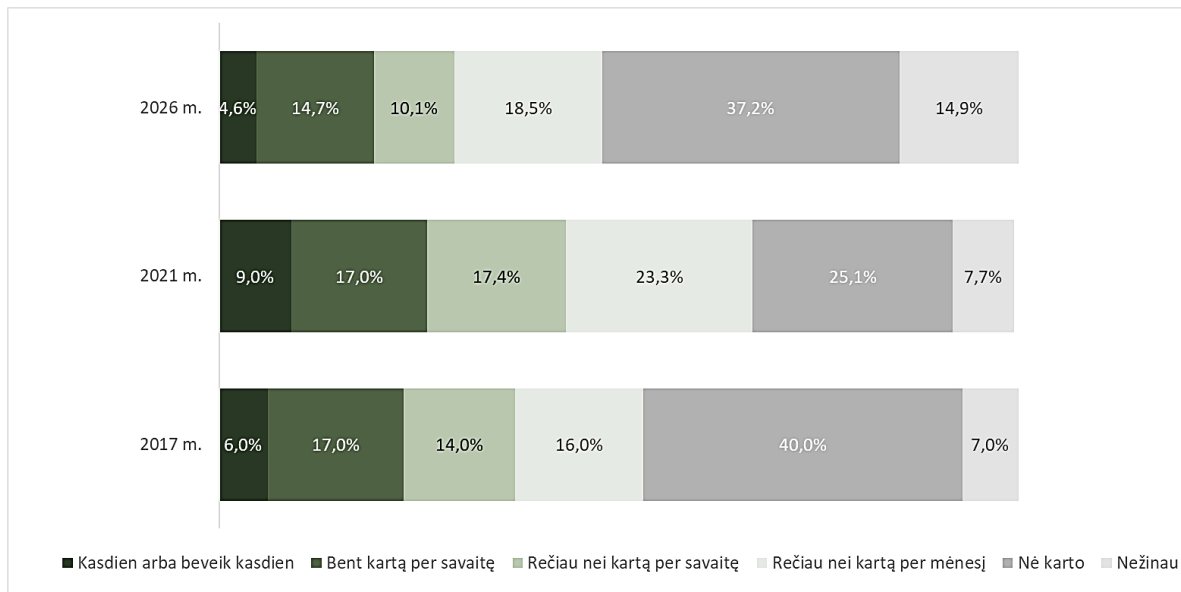
	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=906	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=476	Rusai N=238	Lenkai N=238
Kasdien arba beveik kasdien	4,5	7,6	8,0	7,1
Bent kartą per savaitę	15,1	13,2	9,7	16,8
Rečiau nei kartą per savaitę	13,3	14,3	15,5	13,0
Rečiau nei kartą per mėnesį	17,8	20,2	21,0	19,3
Nė karto	35,8	27,9	30,3	25,6
Nežinau	13,5	16,8	15,5	18,1

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 938	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 802	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 456	Rusai N = 226	Lenkai N = 230		Iš viso N = 407	Rusai N = 196	Lenkai N = 211
Kasdien arba beveik kasdien	8,2	12,4	13	11,7	6	3	1	6
Bent kartą per savaitę	15,9	12,3	12	12,6	13	10	5	14
Rečiau nei kartą per savaitę	16,6	16,5	17,1	15,9	12	11	10	12
Rečiau nei kartą per mėnesį	22,9	23,2	25,1	21,2	22	23	25	21
Nė karto	31,1	26,1	25,5	26,6	38	45	49	41
Nežinau	5,2	9,6	7,3	11,9	9	9	10	7

19,3 proc. interneto vartotojų pagrindiniame tyrime teigė bent kartą per savaitę ir dažniau **netyčia** paspaudžiantys ant internetinėje svetainėje pamatytos ar el. laiškų gautos reklamos. 28,6 proc. tai daro rečiau, o 37,2 proc. pasakė to nedarantys niekada (žr. 2.3.4 pav.). Netyčia paspausti ant reklamos dažniau (bent kartą per savaitę) pasitaikė didmiesčių gyventojams ir 18–35 m. tyrimo dalyviams (žr. Priedai: lentelė Nr. 14).

2021 m. didesnė dalis apklaustųjų nei 2017 m. nurodė dažniau ar rečiau **netyčia** paspaudžiantys ant reklamų internete ar el. laiške, o 2026 m. apklausoje sumažėjo dalis netyčia paspaudžiančių ir padidėjo dalis nė karto netyčia nepaspaudžiančių ant reklamos, kurią pamato internetinėje svetainėje ar gauna el. laiškų.

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



Tautinių mažumų atstovai šiek tiek rečiau nei pagrindinio tyrimo dalyviai teigė *netyčia* paspaudžiantys ant gaunamos reklamos; tautinių mažumų tyrimo dalyviai taip pat žymiai dažniau rinkosi atsakymą „nežinau“ (žr. 2.3.4 lentelę).

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=906	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=476	Rusai N=238	Lenkai N=238
Kasdien arba beveik kasdien	4,5	5,9	2,9	8,8
Bent kartą per savaitę	15,1	8,8	5,5	12,2
Rečiau nei kartą per savaitę	13,3	10,5	11,8	9,2
Rečiau nei kartą per mėnesį	17,8	23,1	24,4	21,8
Nė karto	35,8	29,0	32,8	25,2
Nežinau	13,5	22,7	22,7	22,7

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
	N = 938	Iš viso N = 456	Rusai N = 226	Lenkai N = 230	N = 802	Iš viso N = 407	Rusai N = 196	Lenkai N = 211
Kasdien arba beveik kasdien	9,0	8,5	9,4	7,6	6	2	1	19
Bent kartą per savaitę	17,0	11,7	12,7	10,7	17	16	11	22
Rečiau nei kartą per savaitę	17,4	13,1	14,2	12,0	14	20	19	22
Rečiau nei kartą per mėnesį	23,3	22,8	26,0	19,7	16	28	34	21
Nei karto	25,1	22,5	23,9	21,1	40	23	28	2
Nežinau	7,7	21,4	13,9	28,9	7	11	8	14

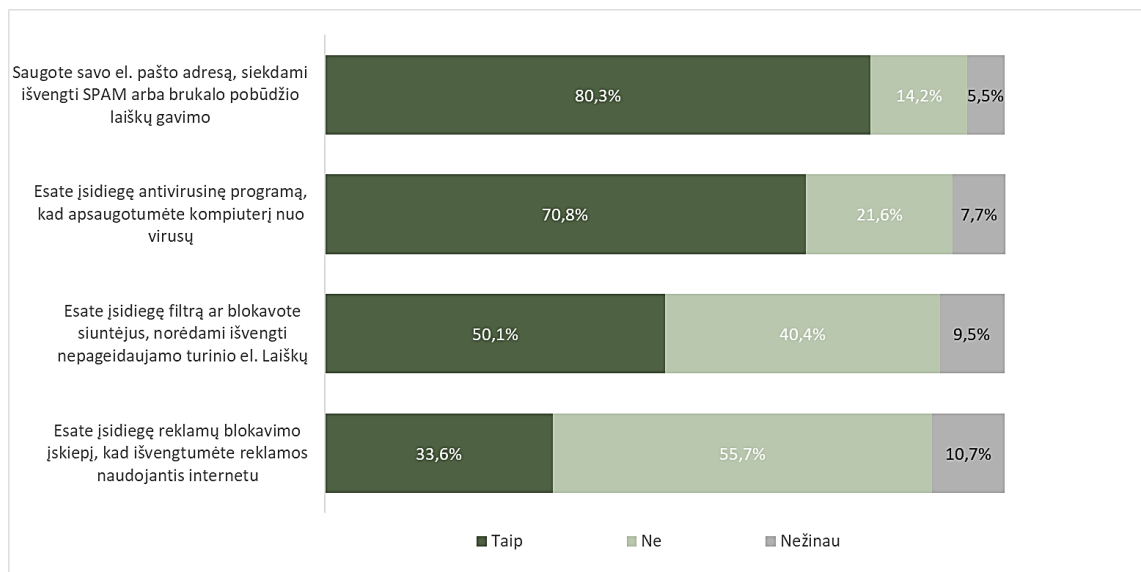
NAUDOJAMOS SAUGUMO PRIEMONĖS INTERNETE

Dauguma pagrindinio tyrimo interneto vartotojų saugo savo el. pašto adresą, siekdami išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų (80,2 proc.) bei teigė įsidiegę antivirusinę programą kad apsaugotų kompiuterį nuo virusų (70,8 proc.) (žr. 2.3.5 pav.). 50,1 proc. nurodė esantys įsidiegę filtrą ar blokavę siuntėjus, norėdami išvengti nepageidaujamo turinio laiškų, o 33,6 proc. yra įsidiegę reklamų blokavimo įskiepi, kad išvengtų reklamos, naudodamiesi internetu.

Savo el. pašto adresą dažniau saugo 26–35 m. tyrimo dalyviai, didžiausių pajamų grupės atstovai, aukštojo išsimokslinimo respondentai bei didmiesčių gyventojai. Antivirusinę programą dažniau yra įsidiegę vyrai, 26–45 m. tyrimo dalyviai, aukščiausio išsimokslinimo, didžiausių pajamų grupės atstovai. Įsidiegę filtrą ar blokavę siuntėjus dažniau 18–35 m. respondentai, didžiausių pajamų grupės atstovai ir aukštąjį išsimokslinimą įgiję respondentai. Reklamų blokavimo įskiepi yra įsidiegę dažniau vyrai bei 18–35 m. respondentai (žr. Priedai: lentelė Nr. 15).

2021 m. apklausos rezultatai parodė, kad palyginus su 2017 m. saugos priemonių internete naudojimas buvo panašus, o 2026 m. apklausa rodo, kad padidėjo dalis interneto vartotojų, saugančių savo el. pašto adresą, o įsidiegusių antivirusinę programą dalis sumažėjo. Įsidiegusių filtrą bei reklamų blokavimo įskiepi dalis išliko nepakitusi.

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



Lietuvos tautinių mažumų atstovai rečiau nei pagrindinio tyrimo dalyviai paminėjo naudojantys tokias anketoje išvardintas priemones, kaip antivirusinė programa, filtras, reklamų blokavimo įskiepis. Lenkų tautybės respondentai taip pat rečiau teigė saugantys savo el. pašto adresą (žr. 2.3.5 lentelę).

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

			2026 m.			
				Taip	Ne	Nežinau
Saugote savo el. pašto adresą, siekdami išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų gavimo?	Pagrindinis tyrimas		N=906	80,3	14,2	5,5
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=476	77,3	12,2	10,5
		Rusai	N=238	81,5	9,7	8,8
		Lenkai	N=238	73,1	14,7	12,2
Esate įsidieę antivirusinę programą, kad apsaugotumėte kompiuterį nuo virusų?	Pagrindinis tyrimas		N=906	70,8	21,6	7,7
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=476	62,8	25,2	12,0
		Rusai	N=238	66,8	23,5	9,7
		Lenkai	N=238	58,8	26,9	14,3
Esate įsidieę filtrą ar blokavote siuntėjus, norėdami išvengti nepageidaujamo turinio el.	Pagrindinis tyrimas		N=906	50,1	40,4	9,5
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=476	38,2	45,0	16,8
		Rusai	N=238	37,4	48,3	14,3
		Lenkai	N=238	39,1	41,6	19,3
Esate įsidieę reklamų blokavimo įskiepi, kad išvengtumėte reklamos naudojantis internetu?	Pagrindinis tyrimas		N=906	33,6	55,7	10,7
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=476	27,7	56,3	16,0
		Rusai	N=238	26,9	59,7	13,4
		Lenkai	N=238	28,6	52,9	18,5

			2021 m.			2017 m.				
				Taip	Ne	Nežinau		Taip	Ne	Nežinau
Esate įdiegę antivirusinę programą, kad apsaugotumėte kompiuterį nuo virusų	Pagrindinis tyrimas		N = 938	77,3	15,7	7,0	N = 802	79	16	5
	Papildomas	Iš viso	N = 456	68,3	25,8	5,9	N = 407	82	15	3
	Lietuvos tautinių	Rusai	N = 226	73,4	20,4	6,2	N = 196	79	18	3
		Lenkai	N = 230	63,4	31,0	5,6	N = 211	85	12	3
Saugote savo el. pašto adresą, siekiant išvengti SPAM arba brukalo požūrio laiškų gavimui	Pagrindinis tyrimas		N = 938	73,4	14,2	12,4	N = 802	74	22	4
	Papildomas	Iš viso	N = 456	69,3	21,2	9,5	N = 407	81	19	0,2
	Lietuvos tautinių	Rusai	N = 226	78,1	12,3	9,6	N = 196	83	17	
		Lenkai	N = 230	60,6	30,0	9,4	N = 211	79	21	0,5
Esate įsidiėgę filtrą ar blokavote siuntėjus, norėdamas išvengti nepageidaujamo turinio el.	Pagrindinis tyrimas		N = 938	50,8	39,2	10,1	N = 802	48	44	8
	Papildomas	Iš viso	N = 456	43,7	44,4	11,9	N = 407	46	45	9
	Lietuvos tautinių	Rusai	N = 226	48,5	38,3	13,3	N = 196	46	45	9
		Lenkai	N = 230	39,1	50,5	10,5	N = 211	46	45	9
Esate įsidiėgę reklamų blokavimo įskiepi, kad išvengtumėte reklamų naudojantis internetu	Pagrindinis tyrimas		N = 938	32,6	55,7	11,7	N = 802	34	57	9
	Papildomas	Iš viso	N = 456	35,4	53,0	11,6	N = 407	32	60	8
	Lietuvos tautinių	Rusai	N = 226	40,5	45,3	14,2	N = 196	30	60	10
		Lenkai	N = 230	30,3	60,6	9,1	N = 211	34	59	7

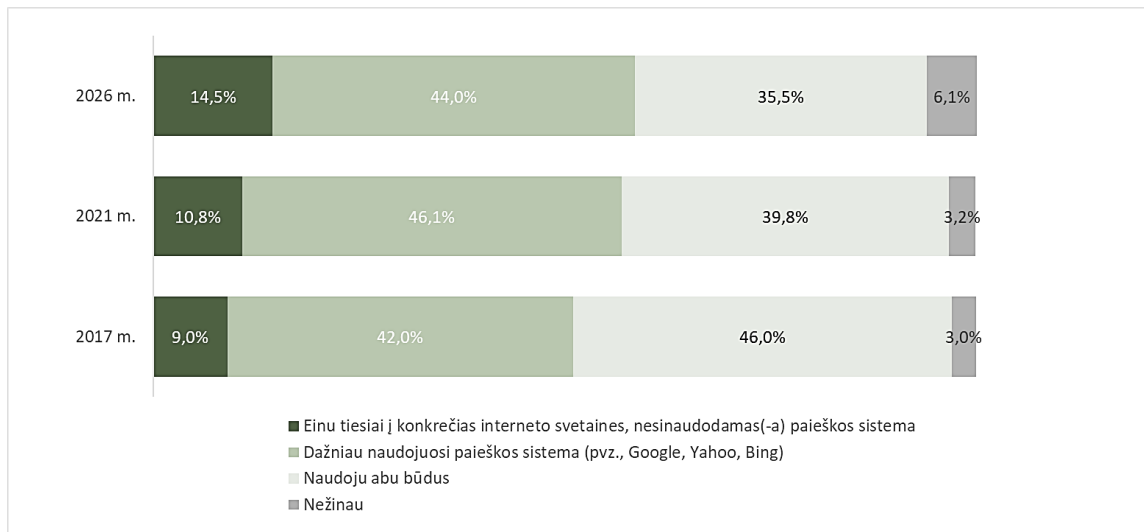
INFORMACIJOS PAIEŠKA INTERNETE

Dažniausiai informacijos internetu ieškoma naudojantis paieškos sistemomis – 44,0 proc. pagrindinio tyrimo dalyvių naudoja išskirtinai šį metodą gauti reikiamą informaciją (žr. 2.3.6 pav.). Eiti tik į konkrečias svetaines nenaudojant naršyklių renkasi tik 14,5 proc. tyrimo dalyvių. Didelė dalis apklaustųjų (35,5 proc.) renkasi abu metodus, priklausomai nuo situacijos.

Išskirtinai paieškos sistema dažniau naudojasi vyresni nei 55 m. interneto vartotojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 16). Paieškos sistemų nenaudoja, tiesiai į konkrečias svetaines dažniau eina 18–25 m. tyrimo dalyviai. Abu būdus dažniau taiko 26–45 m. respondentai, didžiųjų miestų gyventojai bei aukštąjį išsimokslinimą turintys respondentai.

Palyginus 2017 m., 2021 m. ir 2026 m. tyrimų rezultatus matyti, kad didėja dalis apklaustųjų, kurie eina tiesiai į konkrečias interneto svetaines ir mažėja besirenkančių abu būdus dalis.

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



Lietuvos tautinių mažumų atstovai rečiau nei pagrindinio tyrimo respondentai nurodė einantys tiesiai į konkrečias interneto svetaines. Rusų tautybės atstovai dažniau nei pagrindinio tyrimo dalyviai bei lenkų tautybės atstovai renkasi tik paieškos sistemą (žr. 2.3.6 lentelę).

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

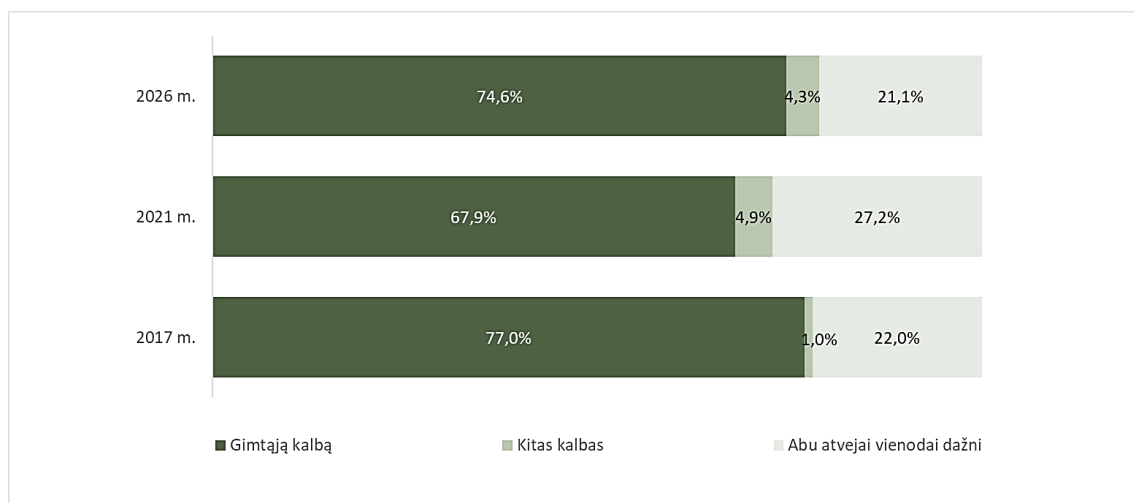
	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=906	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=476	Rusai N=238	Lenkai N=238
Einu tiesiai į konkrečias interneto svetaines, nesinaudodamas(-a) paieškos sistema	14,5	6,3	4,2	8,4
Dažniau naudojuosi paieškos sistema (pvz., Google, Yahoo, Bing)	44,0	47,5	53,8	41,2
Naudoju abu būdus	35,5	37,0	35,3	38,7
Nežinau	6,1	9,0	6,7	11,8

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 938	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 802	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 456	Rusai N = 226	Lenkai N = 230		Iš viso N = 407	Rusai N = 196	Lenkai N = 211
Einu tiesiai į konkrečias svetaines, nesinaudodamas paieškos sistemą	10,8	10,4	12,0	8,8	9	13	15	10
Dažniau naudojuosi paieškos sistema	46,1	41,0	46,4	36,8	46	30	31	29
Naudoju abu būdus	39,8	44,8	38,3	51,2	42	55	51	59
Nežinau	3,2	3,2	3,3	3,1	3	2	3	2

Dauguma pagrindinio tyrimo dalyvių informacijos internete ieško gimtąja kalba (74,6 proc.), 4,3 proc. dažniausiai renkami paiešką kita kalba, o 21,1 proc. ieško informacijos ir gimtąja, ir kita kalba (žr. 2.3.7 pav.).

Tik gimtąją kalbą dažniau naudoja moterys, vyriausios amžiaus grupės (vyresni nei 55 m.) respondentai bei miestelių ir kaimo vietovių gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 17). Ir gimtąja, ir kita kalba informacijos ieškančių tyrimo dalyvių dalis didžiausia tarp 18–35 m. respondentų, turinčių didžiausias pajamas žmonių bei didžiųjų miestų gyventojų. 2021 m. (lyginant su 2017 m. tyrimu) buvo sumažėjusi dalis respondentų, ieškančių informacijos tik gimtąja kalba, o 2026 m. apklausoje jų dalis vėl padidėjo.

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



Lietuvos tautinių mažumų atstovai dažniau teigė informacijos ieškantys ir gimtąja, ir kita kalba (abu atvejai vienodai dažni) (žr. 2.3.7 lentelę).

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

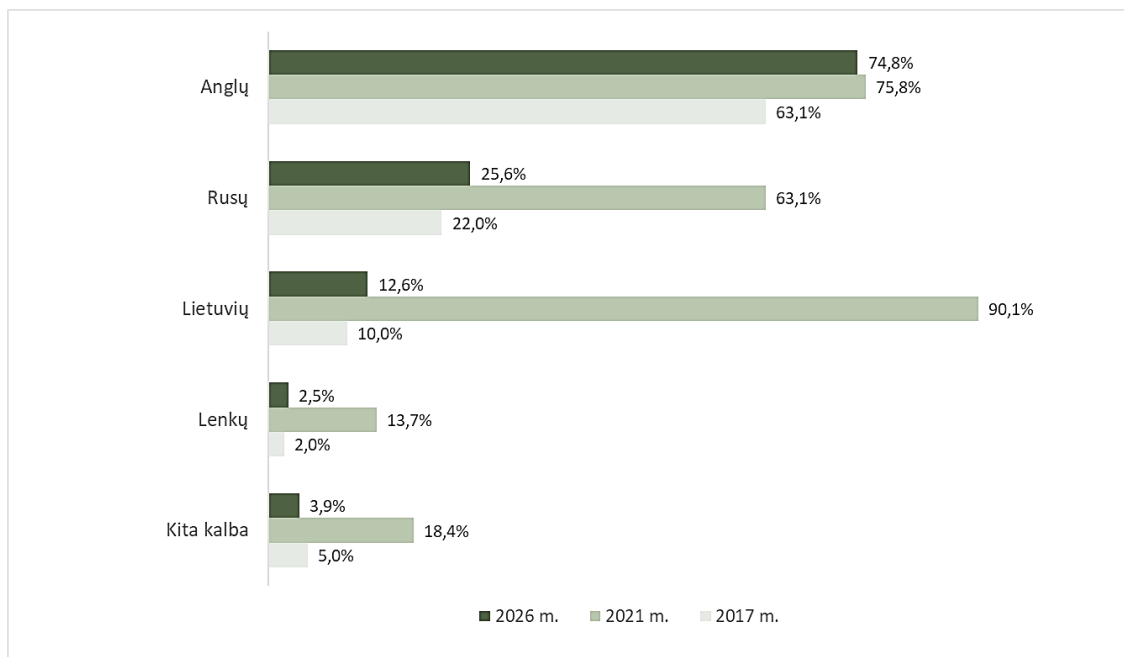
	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=906	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=476	Rusai N=238	Lenkai N=238
Gimtąją kalbą	74,6	31,3	39,9	22,7
Kitas kalbas	4,3	16,6	14,3	18,9
Abu atvejai vienodai dažni	21,1	52,1	45,8	58,4

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 938	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 802	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 456	Rusai N = 226	Lenkai N = 230		Iš viso N = 407	Rusai N = 196	Lenkai N = 211
Gimtąją kalbą	67,9	19,9	8,7	14,2	77	29	41	18
Kitas kalbas	4,9	16,4	33,0	24,8	1	29	15	41
Abu atvejai vienodai dažni	27,2	63,7	58,3	61,0	22	42	44	41

Informacijos paieškas atliekantieji kita (ne gimtąja) kalba dažniausiai tai daro anglų (74,8 proc.) arba rusų (25,6 proc.) kalbomis (žr. 2.3.7 pav.). 2017 m. tyrime 22,0 proc. respondentų, informacijos ieškančių ne gimtąją kalbą, nurodė rusų kalbą, o 2021 m. tyrime ją nurodė net 63,1 proc. 2026 m. apklausoje rusų kalbą nurodė 25,6 proc. apklaustųjų, informacijos ieškančių kitomis kalbomis. Prasidėjus Rusijos plataus masto karui prieš Ukrainą, Lietuvoje buvo apribota prieiga prie Rusijos žiniasklaidos priemonių, tame tarpe ir prie dalies interneto svetainių. Tai galėjo turėti įtakos informacijos paieškos internete rusų kalba mažėjimui. Lietuvių kalbą paminėjo 12,6 proc. apklaustųjų, nes jų gimtoji kalba yra ne lietuvių. Atsakant į šį klausimą 2021 m. tyrime lietuvių kalba buvo pažymima kaip viena iš paieškos kalbų nepriklausomai nuo to, ar ji yra gimtoji, ar ne gimtoji. 2026 m. apklausoje (matyt, ir 2017 m. apklausoje) atsakymuose į šį klausimą lietuvių kalba buvo fiksuojama tik tais atvejais, kai ji nėra gimtoji respondento kalba.

Anglų kalba informacijos dažniau ieško vyrai, jaunesni (18–35m.) respondentai, aukštąjį išsimokslinimą įgiję žmonės. Rusų kalba internete informacijos dažniau ieško vyresni nei 45 m. žmonės bei kaimo gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 17a).

2.3.7 pav. Kokiomis užsienio kalbomis dažniausiai ieškote informacijos internete? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie informacijos internete ieško ne vien tik gimtąją kalba) (galimi keli atsakymo variantai, todėl suma viršija 100 proc.)



Ne gimtąja kalba informacijos internete ieškantys rusų tautybės respondentai dažniau tai daro lietuvių kalba (80,4 proc.). Lenkų tautybės tyrimo dalyviams labiau įprasta informacijos ieškoti lietuvių (66,3 proc.) ir rusų (48,9 proc.) kalbomis (žr. 2.3.7a lentelę).

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=230	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=327	Rusai N=143	Lenkai N=184
Anglų	74,8	42,5	44,1	41,3
Rusų	25,6	29,4	4,2	48,9
Lietuvių	12,6	72,5	80,4	66,3
Lenkų	2,5	3,4	6,3	1,1
Kita kalba	3,9	2,8	2,8	2,7

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 301	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 802	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 391	Rusai N = 181	Lenkai N = 210		Iš viso N = 407	Rusai N = 196	Lenkai N = 211
Anglų	75,8	40,6	43,6	38,0	62	6	5	7
Rusų	63,1	80,6	87,7	74,4	22	25	1	42
Lietuvių	90,1	95,3	95,8	94,9	10	66	89	51
Lenkų	13,7	38,9	7,5	66,0	2	0,3	1	
Kita kalba	18,4	9,4	14,9	4,7	5	2	4	

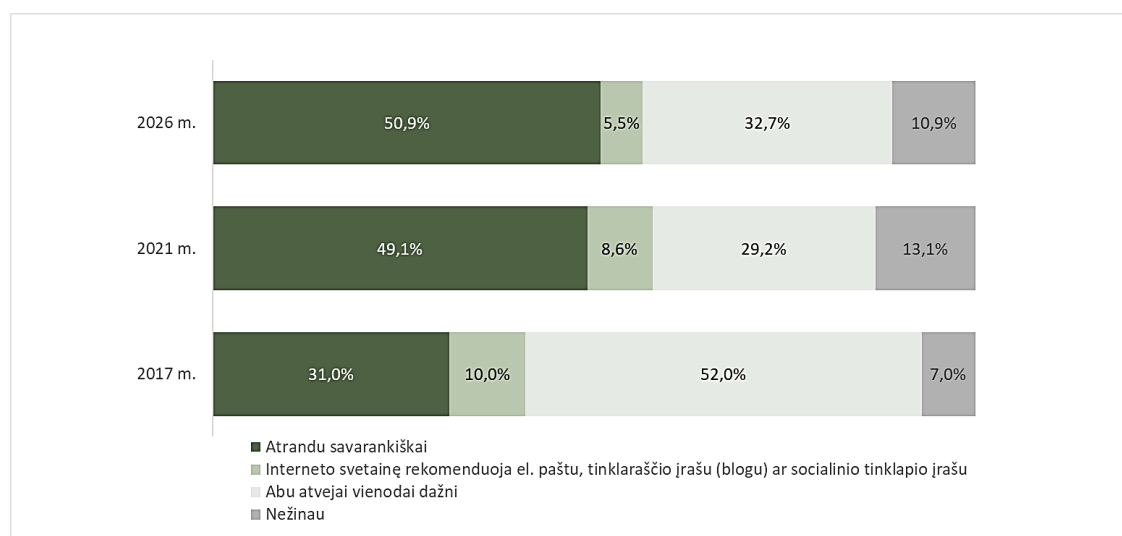
NAUJŲ INTERNETINIŲ SVETAINIŲ RADIMAS

Naujos interneto svetainės dažniausiai atrandamos savarankiškai (50,9 proc.), o 5,5 proc. interneto vartotojų teigimu, tokias svetaines jie atranda tik pagal rekomendacijas el. paštu, tinklaraščio įrašu ar socialinio tinklapijo įrašu (žr. 2.3.8 pav.). 32,7 proc. nurodė, kad abu atvejai yra vienodai dažni.

2017 m. didesnė dalis respondentų naudojosi abiem naujų svetainių radimo būdais, tačiau 2021 m. galima pastebėti atrandančių svetaines savarankiškai dalies padidėjimą. Nuo 2021 m. situacija nedaug pasikeitė: šiek tiek sumažėjo dalis interneto vartotojų, naujas svetaines atrandančių tik pagal rekomendacijas el. paštu, tinklaraščio įrašu ar socialinio tinklapijo įrašu ir šiek tiek padidėjo dalis vartotojų, atsakiusių, kad abu atvejai yra vienodai dažni.

Esminių skirtumų tarp to, kaip skirtingų sociodemografinių charakteristikų atstovai atranda naujas interneto svetaines, nėra (žr. Priedai: lentelė Nr. 18).

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



Tautinių mažumų atstovai dažniau nurodė, jog naujas internetines svetaines randa tiek

patys, tiek pagal rekomendacijas (žr. 2.3.8 lentelę). Palyginus su 2021 m. Lietuvos tautinių mažumų tyrimo rezultatais, reikšmingų skirtumų nerasta.

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=906	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=476	Rusai N=238	Lenkai N=238
Atrandu savarankiškai	50,9	38,4	42,9	34,0
Interneto svetainę rekomenduoja el. paštu, tinklaraščio įrašu (blogu) ar socialinio tinklapio įrašu	5,5	9,7	8,4	10,9
Abu atvejai vienodai dažni	32,7	42,9	40,3	45,4
Nežinau	10,9	9,0	8,4	9,7

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 938	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 802	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 456	Rusai N = 226	Lenkai N = 230		Iš viso N = 407	Rusai N = 196	Lenkai N = 211
Atrandu savarankiškai	49,1	37,4	37,2	37,5	31	39	44	34
Interneto svetainę rekomenduoja el. paštu, tinklaraščio įrašu (blogu) ar socialinio tinklapio įrašu	8,6	8,9	8,6	9,2	10	8	9	8
Abu atvejai vienodai dažni	29,2	43,8	41,6	46,1	52	48	41	55
Nežinau	13,1	9,9	12,6	7,2	7	5	6	4

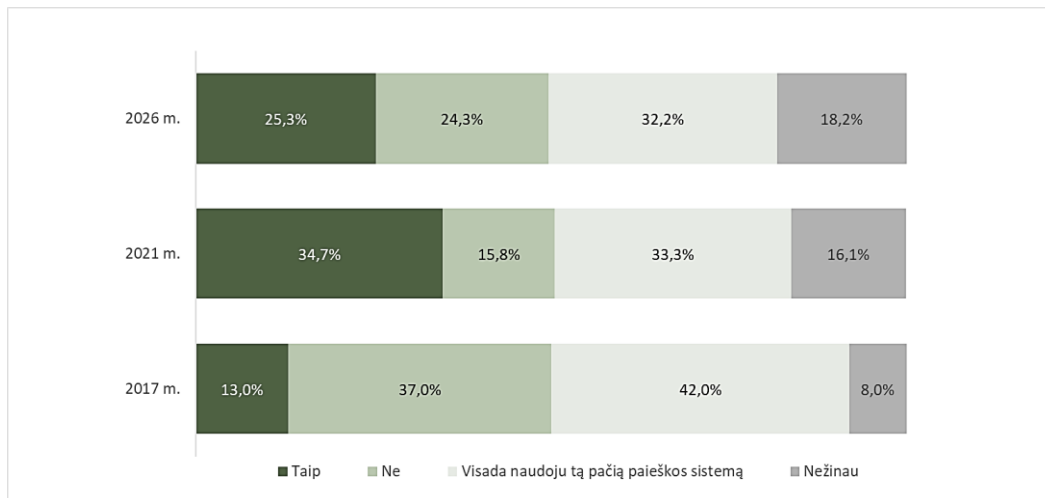
SKIRTINGOS INFORMACIJOS SKIRTINGOSE PAIEŠKOS SISTEMOSE PASTEBĖJIMAS

Skirtingą informaciją skirtingose paieškos sistemose pastebi 25,3 proc. interneto vartotojų (žr. 2.3.9 pav.). 24,3 proc. interneto vartotojų skirtumų nepastebi, o 32,2 proc. nurodė visada naudojantys tą pačią paieškos sistemą.

Skirtingą informaciją skirtingose paieškos sistemose dažniau pastebi 18–35 m. interneto vartotojai, aukštąjį išsimokslinimą įgiję žmonės. Kaimo gyventojai dažniau nei miestiečiai teigė visada naudojantys tą pačią paieškos sistemą (žr. Priedai: lentelė Nr. 19). Skirtingose paieškos sistemose pastebinčių skirtingą informaciją ir nepastebinčių jos respondentų dalis yra panaši.

Jei 2021 m. buvo fiksuojamas reikšmingas interneto vartotojų, pastebinčių skirtingą informaciją skirtingose paieškos sistemose, dalies padidėjimas, tai 2026 m. apklausoje reikšmingai sumažėjo dalis interneto vartotojų, kurie skirtingose paieškos sistemose pastebi skirtingą informaciją ir padidėjo dalis to nepastebinčių.

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



Palyginus su pagrindinio tyrimo rezultatais, skirtumus tarp paieškos sistemų pateikiamos informacijos pastebi mažesnė tautinių mažumų atstovų dalis, tačiau lenkų tautybės atstovai šiuos skirtumus pastebi dažniau nei rusų tautybės tyrimo dalyviai (žr. 2.3.9 lentelę).

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=906	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=476	Rusai N=238	Lenkai N=238
Taip	25,3	21,6	18,5	24,8
Ne	24,3	33,0	36,1	29,8
Visada naudoju tą pačią paieškos sistemą	32,2	27,3	24,8	29,8
Nežinau	18,2	18,1	20,6	15,5

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 938	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 802	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 456	Rusai N = 226	Lenkai N = 230		Iš viso N = 407	Rusai N = 196	Lenkai N = 211
Taip	34,7	25,8	23,9	27,5	13	22	32	12
Ne	15,8	17,7	21,2	14,1	37	36	24	48
Visada naudoju tą pačią paieškos sistemą	33,3	39,9	39,8	40,1	42	33	33	33
Nežinau	16,1	16,6	15,1	18,2	8	9	11	7

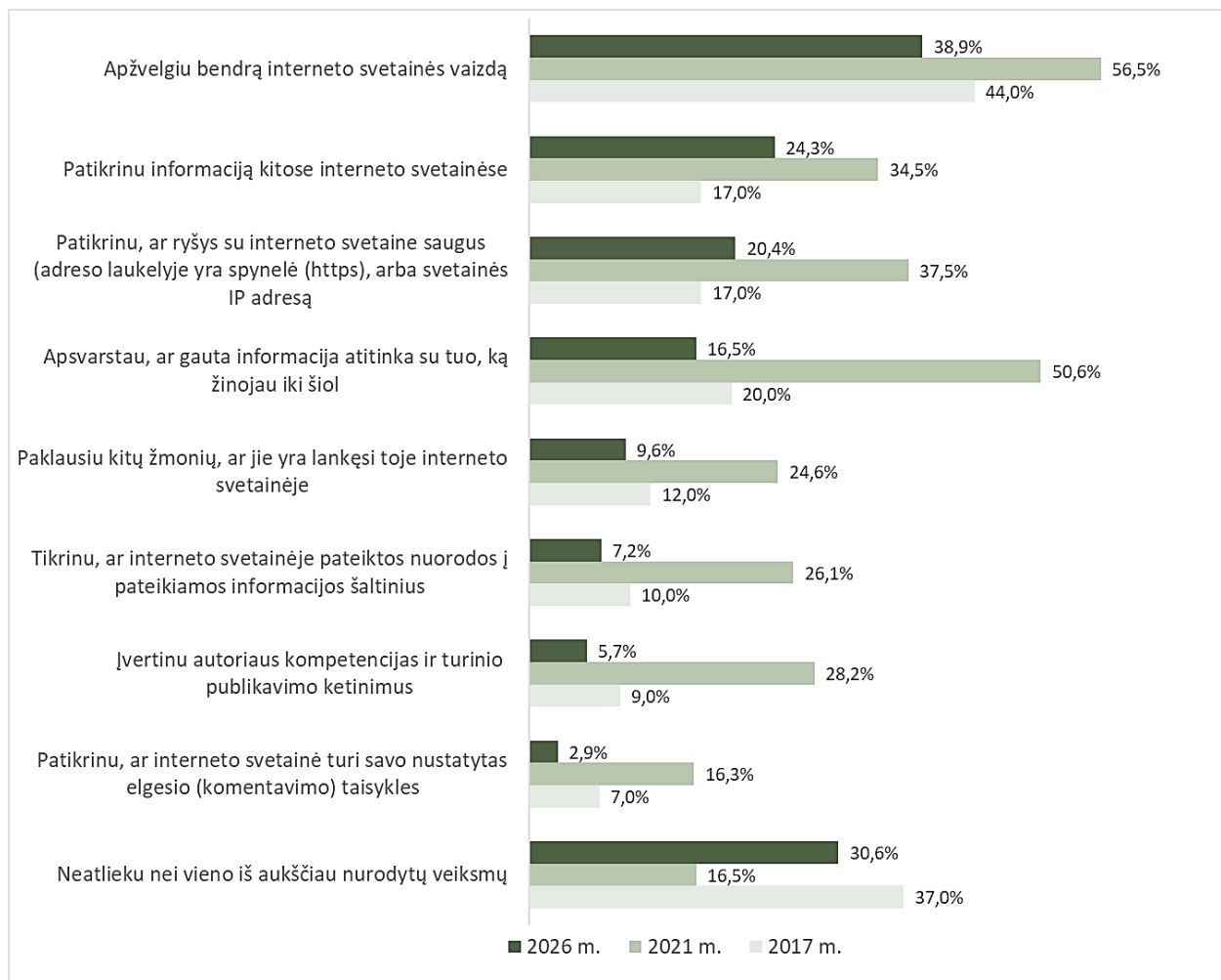
VEIKSMAI NAUJOSE SVETAINĖSE

Lankydamiesi naujoje interneto svetainėje vartotojai dažniausiai apžvelgia bendrą svetainės vaizdą (38,9 proc.) ir patikrina informaciją kitose internetinėse svetainėse (24,3 proc.). 20,4 proc. patikrina, ar ryšys su svetaine saugus, 16,5 proc. apsversta, ar gauta informacija atitinka tai, ką žinojo iki šiol (žr. 2.3.10 pav.). 9,6 proc. tyrimo dalyvių, lankydamiesi naujose interneto svetainėse, paklausia kitų žmonių, ar jie yra lankęsi šioje svetainėje, 7,2 proc. patikrina, ar svetainėje yra pateikiamos nuorodos į informacijos šaltinius, 5,7 proc. įvertina autoriaus kompetencijas ir turinio publikavimo ketinimus ir tik 2,9 proc. patikrina, ar svetainė turi nustatytas elgesio taisykles. 30,6 proc. tyrimo dalyvių lankydamiesi naujose svetainėse neatlieka nei vieno iš išvardintų veiksmų.

Lankydamiesi naujose internetinėse svetainėse, dažniau kažkokius veiksmus atlieka jauniausi (18–25 m.) interneto vartotojai, aukščiausio išsimokslinimo bei didžiausių pajamų grupės atstovai (žr. Priedai: lentelė Nr. 20).

Jei 2021 m. apklausoje, lyginant su 2017 m. apklausa, buvo nustatytas reikšmingas visų anketoje išvardintų veiksmų naudojimo lankantis naujose svetainėse padidėjimas, tai 2026 m. tyrime visų anketoje išvardintų veiksmų naudojimas vėl ženkliai sumažėjo.

2.3.10 pav. Kuriuos iš žemiau nurodytų veiksmų atliekate lankydamiesi naujose internetinėse svetainėse? (proc.; atsakinėja respondentai, kurie per paskutinius tris mėnesius naudojo internetą bent vienam iš paminėtų tikslų) (galimi keli atsakymo variantai, todėl suma viršija 100 proc.)



Lietuvos tautinių mažumų atstovai bendrai dažniau nei pagrindinio tyrimo dalyviai, lankydami naujose internetinėse svetainėse, apžvelgia bendrą svetainės vaizdą, tačiau rečiau tikrina informaciją kitose interneto svetainėse bei ar ryšys su interneto svetaine yra saugus (žr. 2.3.10 lentelę).

Rusų tautybės asmenys rečiau nei pagrindinio tyrimo dalyviai bei lenkai atlieka kokius nors veiksmus siekdami patikrinti naujai aplankytos svetainės patikimumą.

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=906	N=476	N=238	N=238
Apžvelgiu bendrą interneto svetainės vaizdą	38,9	44,5	42,9	46,2
Patikrinu informaciją kitose interneto svetainėse	24,3	20,8	16,8	24,8
Patikrinu, ar ryšys su interneto svetaine saugus (adreso laukelyje yra spynelė (https), arba svetainės IP adresą)	20,4	12,6	17,6	7,6
Apsvarstau, ar gauta informacija atitinka su tuo, ką žinojau iki šiol	16,5	16,4	13,0	19,7
Paklausiu kitų žmonių, ar jie yra lankęsi toje interneto svetainėje	9,6	5,7	5,0	6,3
Tikrinu, ar interneto svetainėje pateiktos nuorodos į pateikiamos informacijos šaltinius	7,2	10,5	8,4	12,6
Įvertinu autoriaus kompetencijas ir turinio publikavimo ketinimus	5,7	5,9	5,9	5,9
Patikrinu, ar interneto svetainė turi savo nustatytas elgesio (komentavimo) taisykles	2,9	2,3	1,7	2,9
Neatlieku nei vieno iš aukščiau nurodytų veiksmų	30,6	34,9	36,6	33,2

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N = 925	N = 456	N = 226	N = 230	N = 802	N = 407	N = 196	N = 211
Apžvelgiu bendrą svetainės vaizdą	56,5	59,5	50,6	68,2	44	52	52	53
Apsvarstau, ar gauta informacija atitinka su tuo, ką žinojau iki šiol	50,6	51,4	46,1	56,7	20	32	34	31
Patikrinu, ar ryšys su svetaine saugus	37,5	31,8	32,8	30,8	17	12	17	8
Patikrinu informaciją kitose internetinėse svetainėse	34,5	35,5	33,3	37,7	17	23	27	20
Įvertinu autoriaus kompetencijas ir turinio publikavimo ketinimus	28,2	24,8	22,1	27,5	9	18	26	11
Tikrinu, ar svetainėje pateiktos nuorodos į pateikiamos informacijos šaltinius	26,1	30,5	29,2	31,8	10	11	12	10
Paklausiu kitų žmonių, ar jie yra lankęsi toje svetainėje	24,6	30,8	31,4	30,2	12	24	20	28
Patikrinu, ar svetainė turi savo nustatytas elgesio taisykles	16,3	20,1	18,2	21,9	7	2	2	3
Neatlieku nei vieno iš aukščiau nurodytų veiksmų	16,5	21,0	25,2	16,8	37	32	29	36

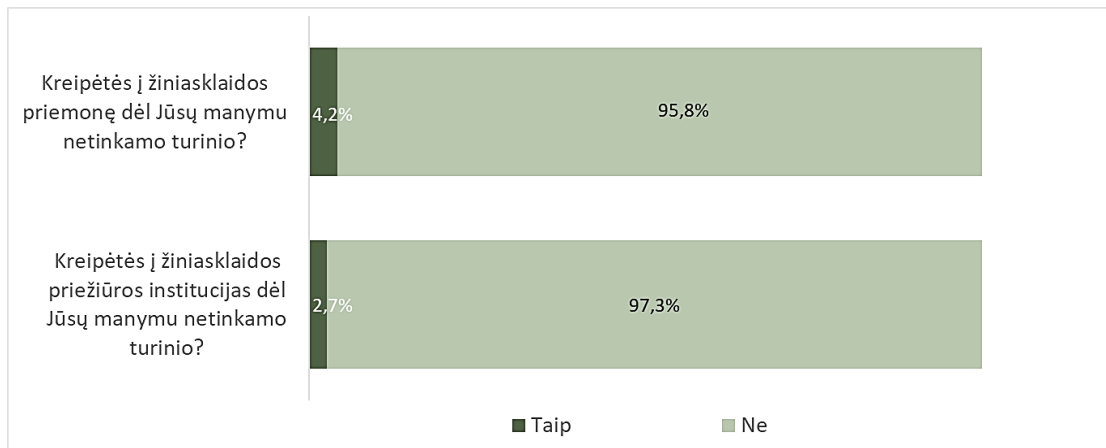
KREIPIMASIS DĖL NETINKAMO TURINIO

4,2 proc. pagrindinio tyrimo dalyvių nurodė, kad per paskutinius tris mėnesius kreipėsi į žiniasklaidos priemonę dėl jų manymu, netinkamo turinio, o 2,7 proc. dėl šios priežasties kreipėsi į žiniasklaidos priežiūros institucijas (žr. 2.3.11 pav.).

Dėl pastebėto netinkamo turinio į žiniasklaidos priemones dažniau kreipėsi 18–35 m. tyrimo dalyviai, o į žiniasklaidos priežiūros institucijas – 26–45 m. tyrimo dalyviai (žr. Priedai: lentelė Nr. 21).

Jei 2021 m. apklausoje (lyginant su 2017 m. tyrimu) buvo nustatytas besikreipusiųjų respondentų dalies padidėjimas, tai pagal 2026 m. tyrimo rezultatus galima teigti, kad apie žiniasklaidoje pastebėtą netinkamą turinį pranešusių asmenų dalis vėl sumažėjo.

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



Lyginant Lietuvos tautinių mažumų tyrimo rezultatus su pagrindinio tyrimo rezultatais, pastebėta, jog lenkų tautinės mažumos atstovai dažniau nei pagrindinio tyrimo dalyviai ar rusų tautybės asmenys, pastebėję netinkamą turinį, kreipėsi į žiniasklaidos priemones (žr. 2.3.11 lentelę).

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

			2026 m.		
				Taip	Ne
Kreipėtės į žiniasklaidos priemonę dėl Jūsų manymu netinkamo turinio?	Pagrindinis tyrimas		N=1011	4,2	95,8
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	6,4	93,6
		Rusai	N=255	3,5	96,5
		Lenkai	N=261	9,2	90,8
Kreipėtės į žiniasklaidos priežiūros institucijas dėl Jūsų manymu netinkamo turinio?	Pagrindinis tyrimas		N=1011	2,7	97,3
	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas	Iš viso	N=516	3,3	96,7
		Rusai	N=255	2,7	97,3
		Lenkai	N=261	3,8	96,2

			2021 m.			2017 m.		
				Taip	Ne		Taip	Ne
Esate kreipęsi į žiniasklaidos priemonę dėl Jūsų manymu netinkamo turinio	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	7,0	93,0	N = 1008	2	98
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	4,8	95,2	N = 504	3	97
		Rusai	N = 246	4,8	95,2	N = 251	3	97
		Lenkai	N = 255	4,7	95,3	N = 253	2	98
Esate kreipęsi į žiniasklaidos priežiūros institucijas dėl Jūsų manymu netinkamo turinio	Pagrindinis tyrimas		N = 1000	5,5	94,5	N = 1008	1	99
	Papildomas Lietuvos tautinių	Iš viso	N = 501	2,6	97,4	N = 504	1	99
		Rusai	N = 246	3,3	96,7	N = 251	1	99
		Lenkai	N = 255	1,9	98,1	N = 253	1	99

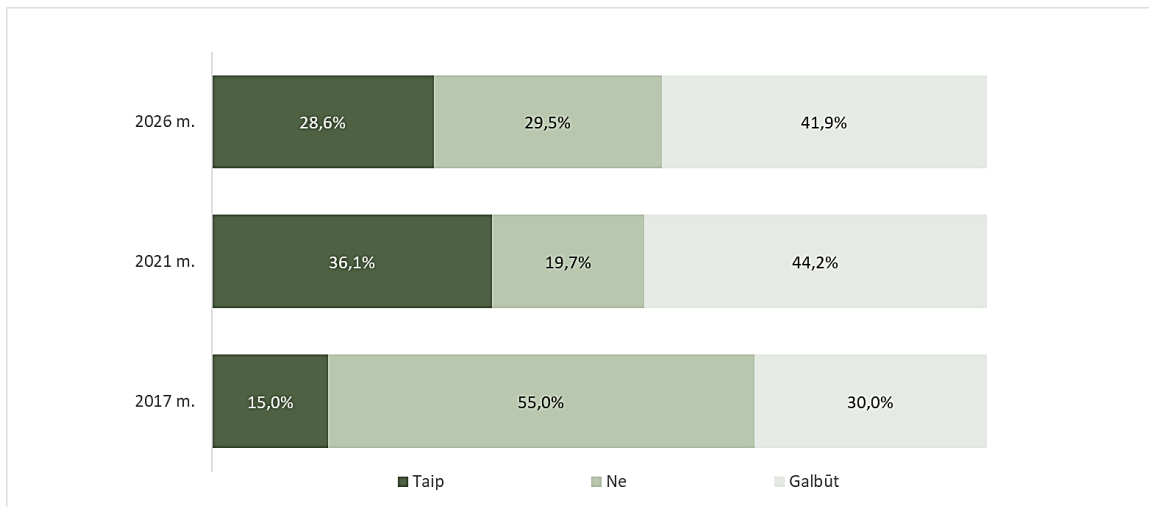
SUSIDŪRIMAS SU „NETIKROMIS NAUJIENOMIS“

28,6 proc. pagrindinio tyrimo respondentų teigė žiniasklaidos priemonėse susidūrę su „netikromis naujienomis“ (angl. *fake news*), 29,5 proc. mano su jomis nesusidūrę, o 41,9 proc. nėra dėl to tikri (žr. 2.3.12 pav.).

2017 m. apklausoje atpažinusių „netikras naujienas“ respondentų dalis buvo 15 proc., o 2021 m. apklausoje ši dalis padidėjo iki 36,1 proc. 2026 m. apklausoje atpažinusių melagienas tyrimo dalyvių dalis reikšmingai sumažėjo ir padidėjo dalis tų, kurie jų nepastebėjo. Interneto vartotojų, kurie nėra įsitikinę, ar pastebėtos naujienos yra tikros, 2026 m. tyrime tik šiek tiek mažiau nei 2021 m. tačiau daugiau nei 2017 m. apklausoje.

Melagienas dažniau pastebi vyrai, 36–46 m. žmonės, aukštąjį išsimokslinimą įgiję respondentai, didmiesčių gyventojai. Mažiausiai teigiančių, kad yra susidūrę su netikromis naujienomis, yra vyriausioje gyventojų (vyresnių nei 55 m.) bei žemiausių pajamų ir išsimokslinimo respondentų grupėse (žr. Priedai: lentelė Nr. 21a).

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



Lyginant su pagrindinio tyrimo respondentais, didesnė Lietuvos tautinių mažumų atstovų dalis nurodė, kad žiniasklaidos priemonėse yra susidūrę su „netikromis naujienomis“, (žr. 2.3.12 lentelę). Tautinėms mažumoms priklausantys respondentai rečiau nurodė, jog nėra tikri, ar susidūrė su netikromis naujienomis.

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Taip	28,6	36,0	33,7	38,3
Ne	29,5	34,9	36,9	33,0
Galbūt	41,9	29,1	29,4	28,7

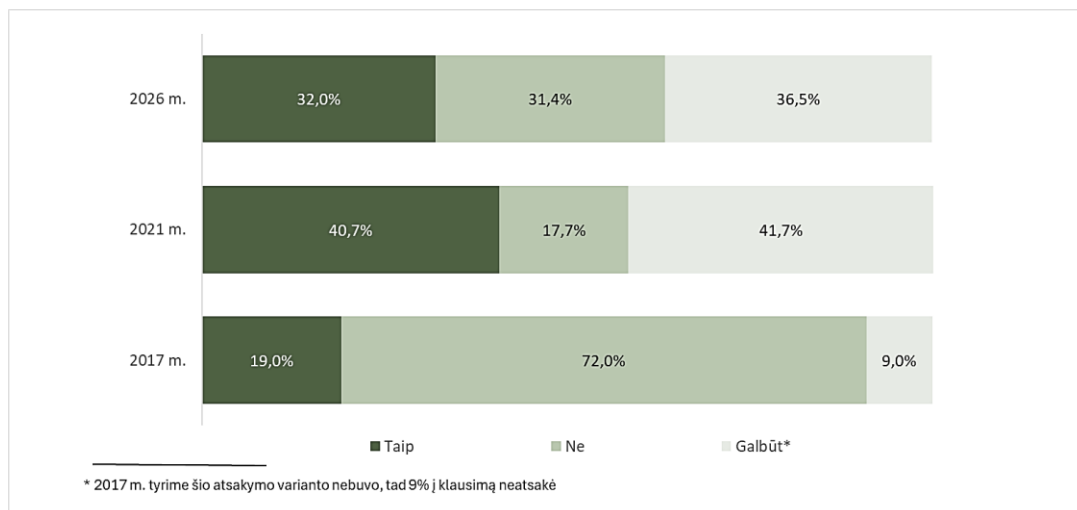
	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 1000	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 1008	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255		Iš viso N = 504	Rusai N = 251	Lenkai N = 253
Taip	36,1	31,7	29,9	33,5	15	27	29	24
Ne	19,7	18,2	22,0	14,6	55	52	47	58
Galbūt	44,2	50,1	48,1	51,9	30	21	24	18

Internete „netikras naujienas“ pastebėjo 32 proc. pagrindinio tyrimo dalyvių, 31,4 proc. tokių naujienų nepastebėjo, o dar 36,5 proc. nėra dėl to visiškai tikri (žr. 2.3.13 pav.).

2017 m. apklausoje internete atpažinusių „netikras naujienas“ respondentų dalis buvo 19 proc., o 2021 m. apklausoje ši dalis padidėjo iki 40,7 proc. Lyginant 2026 m. ir 2021 m. apklausų rezultatus galima teigti, jog internete atpažinusių melagienas tyrimo dalyvių dalis reikšmingai sumažėjo ir padidėjo dalis tų, kurie jų nepastebėjo. Sumažėjo dalis interneto vartotojų, kurie nėra įsitikinę, ar pastebėtos naujienos yra tikros. Lyginant 2017 m. ir 2026 m. tyrimų rezultatus, matyti, kad ženkliai padidėjo dalis vartotojų, atpažįstančių melagienas internete.

Vyrai, 36–45 m. tyrimo dalyviai, didmiesčių gyventojai, aukštąjį išsimokslinimą įgiję respondentai dažniau teigė internete pastebėję netikras naujienas. Rečiausiai jas pastebi vyresni nei 55 m. respondentai, kaimo ir mažesnių Lietuvos miestų gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 21b).

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



Palyginus su pagrindinio tyrimo duomenimis, galima teigti, kad tarp tautinių mažumų atstovų didesnė dalis internete pastebėjo netikras naujienas (žr. 2.3.13 lentelę). Tautinėms mažumoms priklausantys respondentai rečiau nurodė, jog nėra tikri, ar pastebėjo „netikras naujienas“.

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

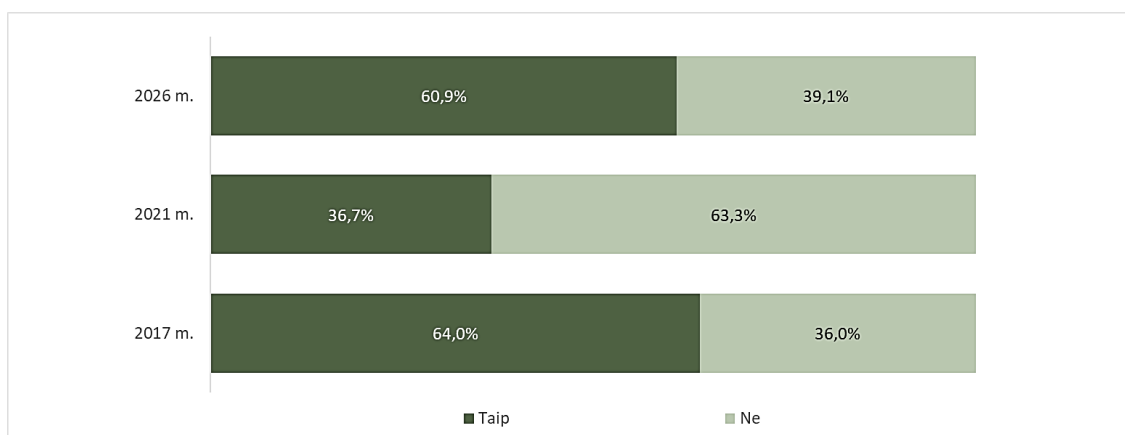
	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Taip	32,0	42,2	42,4	42,1
Ne	31,4	30,2	29,4	31,0
Galbūt	36,5	27,5	28,2	26,8

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 1000	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 1008	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255		Iš viso N = 504	Rusai N = 251	Lenkai N = 253
Taip	40,7	35,3	32,9	37,6	19	25	26	23
Ne	17,7	17,8	20,6	15,2	72	71	69	73
Galbūt	41,7	46,9	46,5	47,3	N/A	N/A	N/A	N/A
N/N	N/A	N/A	N/A	N/A	9	4	5	4

Didžiajai daliai (60,9 proc.) pagrindinio tyrimo respondentų, kurie žiniasklaidoje ar internete pastebėjo „netikras naujienas“, per pastaruosius 12 mėnesių teko susidurti su situacija, kuomet jie patikėjo naujiena, kuri paskui paaiškėjo esanti netikra, o 39,1 proc. neteko susidurti su tokia situacija (žr. 2.3.14 pav.). 2026 m. atliktos apklausos duomenys yra panašesni į 2017 m. tyrimo duomenis, nei į 2021 m. tyrimo duomenis.

Su tokiomis situacijomis dažniau teko susidurti vyresniems nei 55 m. respondentams bei mažesnių miestų gyventojams (žr. Priedai: lentelė Nr. 21c).

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



Tarp tautinių mažumų atstovų didesnė nei tarp pagrindinio tyrimo dalyvių dalis nurodė per pastaruosius metus patikėję netikra naujiena (žr. 2.3.14 lentelę). Jei 2021 m. patikėjusių netikra naujiena tautinių mažumų atstovų dalis nuo 2017 m. buvo ženkliai sumažėjusi, tai 2026 m. tyrimas rodo reikšmingą šios dalies padidėjimą tiek rusų, tiek lenkų tautinėse mažumose.

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

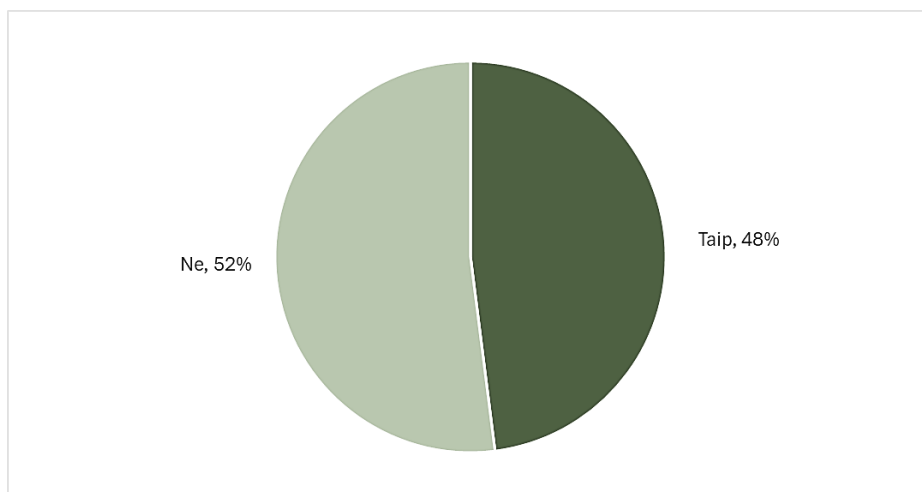
2026 m.				
	Pagrindinis tyrimas N=358	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=244	Rusai N=118	Lenkai N=126
Taip	60,9	73,8	71,2	76,2
Ne	39,1	26,2	28,8	23,8

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 1000	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 213	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255		Iš viso N = 159	Rusai N = 87	Lenkai N = 72
Taip	36,7	44,5	34,3	54,4	64	62	66	58
Ne	63,3	55,5	65,7	45,6	36	38	34	42

Beveik kas antras pagrindinio tyrimo dalyvis (48 proc.) teigė, jog jiems teko susidurti su suklastotu vaizdo, garso ar nuotraukos turiniu, kai asmuo atrodo sakantis ar darantis tai, ko iš tiesų nesakė / nedarė (angl. *deepfake*). Šis klausimas buvo naudotas tik 2026 m. apklausoje.

Taip dažniau atsakė vyrai, 18–35 m. žmonės, respondentai gaunantys didžiausias pajamas, didmiesčių gyventojai bei aukštąjį išsimokslinimą įgiję žmonės (žr. Priedai: lentelė Nr. 21d).

2.3.15 pav. Ar jums yra tekę susidurti su suklastotu vaizdo, garso ar nuotraukos turiniu, kai asmuo atrodo sakantis ar darantis tai, ko iš tiesų nesakė / nedarė (angl. *deepfake*)? (proc.)



Lenkų tautinės mažumos atstovai dažniau nei pagrindinio tyrimo respondentai teigė susidūrę su tokia klastote (žr. 2.3.15 lentelę).

2.3.15 lentelė. Ar jums yra tekę susidurti su suklastotu vaizdo, garso ar nuotraukos turiniu, kai asmuo atrodo sakantis ar darantis tai, ko iš tiesų nesakė / nedarė (angl. *deepfake*)? (proc.)

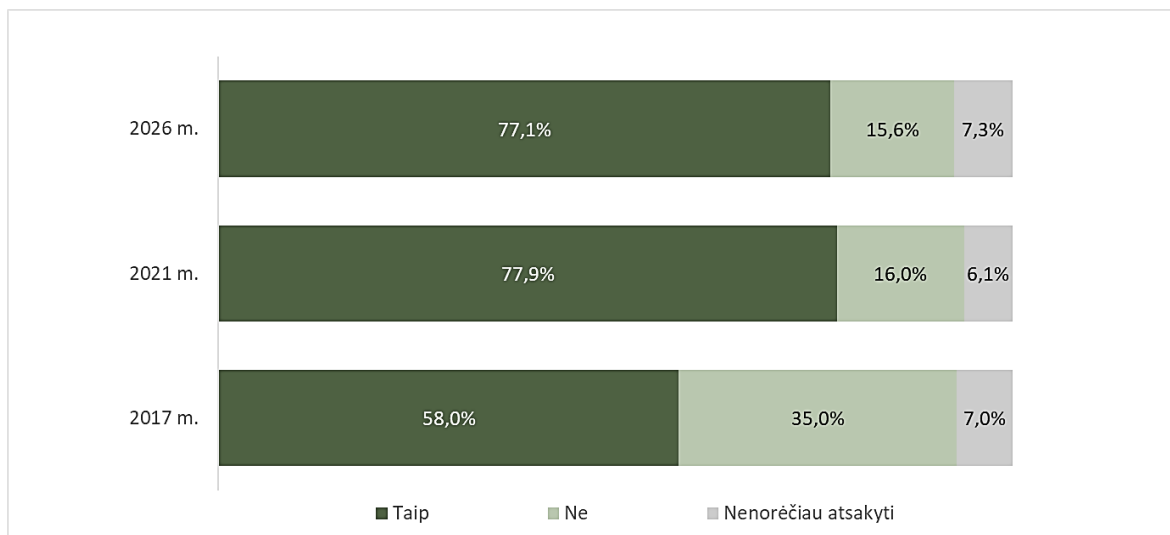
2026 m.				
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Taip	48,0	53,3	49,0	57,5
Ne	52,0	46,7	51,0	42,5

TEISINĖS ATSAKOMYBĖS UŽ SUKURTĄ TURINĮ INTERNETE ŽINOMUMAS

77,1 proc. pagrindinio tyrimo dalyvių teigė žinantys, kad už sukurtą turinį internete gali kilti teisinė atsakomybė (žr. 2.3.16 pav.). Tai žinantys dažniau nurodė 26–35 m. respondentai, turintys didžiausias pajamas bei aukštąjį mokslą baigę Lietuvos gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 22).

Jei 2017 m. apie teisinę atsakomybę už sukurtą internete turinį žinojo 58 proc. apklaustųjų, tai 2021 m. ši dalis reikšmingai padidėjo, o 2026 m. apklausa parodė, kad situacija nesikeitė.

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



Tiek rusų, tiek lenkų tautybės atstovai yra blogiau, nei pagrindinio tyrimo dalyviai, informuoti apie tai, kad už internete sukurtą turinį gali būti pritaikoma teisinė atsakomybė (žr. 2.3.16 lentelę).

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

2026 m.				
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Taip	77,1	70,2	67,5	72,8
Ne	15,6	20,9	22,4	19,5
Nenorėčiau atsakyti	7,3	8,9	10,2	7,7

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas N = 1000	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas N = 1008	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255		Iš viso N = 504	Rusai N = 251	Lenkai N = 253
Taip	77,9	82,9	82,7	83,0	58	56	55	57
Ne	16,0	8,5	7,2	9,8	35	34	35	34
Nenorėčiau atsakyti	6,1	8,6	7,2	10,1	7	10	10	9

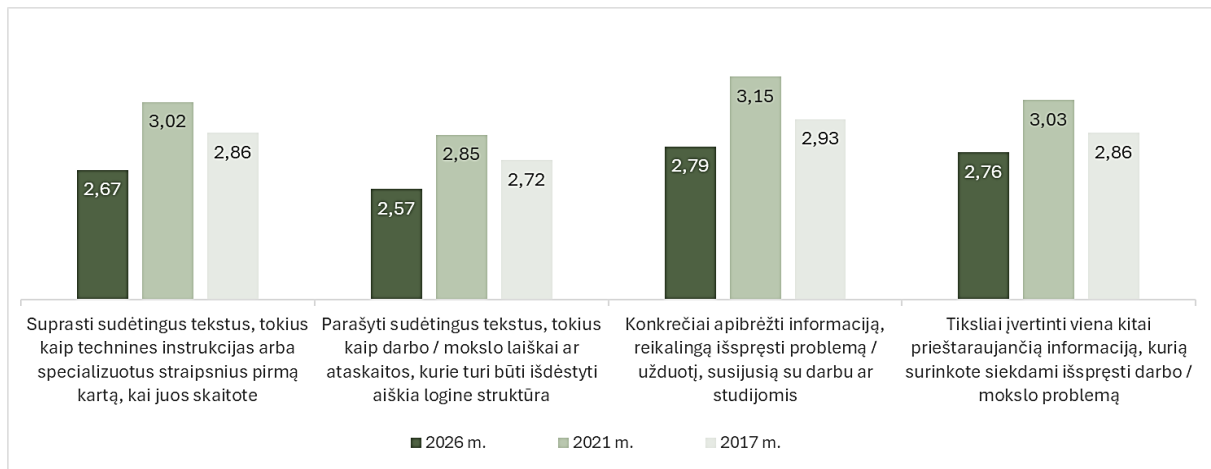
SAVO GEBĖJIMŲ SUPRASTI INFORMACIJĄ VERTINIMAS

Savo gebėjimus suprasti ir apdoroti informaciją pagrindinio tyrimo dalyviai vertina gana nuosaikiai – vidutiniai vertinimai svyruoja tarp 2,57 ir 2,79 balo 5 balų skalėje, kur 1 reiškia „labai sudėtinga“, o 5 reiškia „labai lengva“. Vidutiniškai 2.79 balo vertinamas gebėjimas konkrečiai apibrėžti informaciją, reikalingą išspręsti problemai / užduočiai, susijusiai su darbu ar studijomis. Gebėjimas tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, surenkamą siekiant išspręsti darbo / mokslo problemą vidutiniškai vertinamas 2,76 balo; gebėjimas suprasti sudėtingus tekstus – 2,67 balo, o gebėjimas parašyti sudėtingus tekstus, kurie turi būti išdėstyti aiškia logine struktūra vertinamas 2,57 balo (žr. 2.3.17 pav.).

Lyginant su 2017 m. tyrimo duomenimis, 2021 m. visų išvardintų gebėjimų vertinimas pagerėjo, o 2026 m. apklausoje (lyginant su 2021 m.) visų išvardintų gebėjimų vertinimas pablogėjo ir yra žemesnis nei 2017 m. ir 2021 m.

Vyrai geriau nei moterys vertina savo gebėjimus suprasti informaciją. Aukščiausiai savo gebėjimus vertina 26–35 m. respondentai, didmiesčių gyventojai, aukštąjį išsimokslinimą baigę žmonės bei turintys didžiausias pajamas gyventojai. (žr. Priedai: lentelė Nr. 23).

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



Vertinant Lietuvos tautinių mažumų atstovų atsakymus bendrai, reikšmingų skirtumų su pagrindinio tyrimo dalyviais nėra (žr. 2.3.17 lentelę). Lenkai geriau nei rusai vertina savo sugebėjimą suprasti ar parašyti sudėtingus tekstus.

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

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Suprasti sudėtingus tekstus, tokius kaip technines instrukcijas arba specializuotus straipsnius pirmą kartą, kai juos skaitote	2,67	2,67	2,55	2,80
Parašyti sudėtingus tekstus, tokius kaip darbo / mokslo laiški ar ataskaitos, kurie turi būti išdėstyti aiškia logine struktūra	2,57	2,62	2,55	2,69
Konkrečiai apibrėžti informaciją, reikalingą išspręsti problemą / užduotį, susijusią su darbu ar studijomis	2,79	2,79	2,81	2,77
Tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, kurią surinkote siekdami išspręsti darbo / mokslo problemą	2,76	2,80	2,77	2,84

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
	N = 1000	Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255	N = 1008	Iš viso N = 504	Rusai N = 251	Lenkai N = 253
Suprasti sudėtingus tekstus, tokius kaip technines instrukcijas arba specializuotus straipsnius pirmą kartą, kai juos skaitote	3,02	2,78	2,88	2,69	2,86	2,82	2,71	2,92
Parašyti sudėtingus tekstus, tokius kaip darbo/mokslo laišakai ar ataskaitos, kurie turi būti išdėstyti aiškia logine struktūra	2,85	2,68	2,78	2,59	2,72	2,45	2,44	2,45
Konkrečiai apibrėžti informaciją, reikalingą išspręsti problemai/užduočiai, susijusiai su darbu ar studijomis	3,15	2,91	3,00	2,83	2,93	3,03	3,11	2,94
Tiksliai įvertinti viena kitai prieštaraujančią informaciją, kurią surinkote siekdami išspręsti darbo/mokslo problemą	3,03	2,85	3,03	2,67	2,86	2,82	2,92	2,93

SKYRIAUS IŠVADOS

Dauguma pagrindinio tyrimo dalyvių savo kompiuterinio raštingumo gebėjimus vertina kaip pakankamus ne tik komunikacijai, bet ir praktiniams poreikiams tenkinti (pvz. ieškotis darbo): 83,5 proc. respondentų teigia, kad jų kompiuterinio raštingumo ir naršymo internete sugebėjimų pakanka bendravimui su giminėmis, draugais, kolegomis; 65,1 proc. – savo asmeninių duomenų apsaugojimui; 64,8 proc. – darbo paieškoms. Internetas dažniausiai naudojamas siekiant palengvinti ir supaprastinti kasdieninius reikalus (bendravimui, internetinei bankininkystei, prekių paieškai ir įsigijimui), pramogoms (muzika, filmai, knygos), naujienų paieškai. Aktyviausi interneto vartotojai – 18–35 m. respondentai, aukščiausio išsimokslinimo, didžiausių pajamų grupės atstovai ir didžiųjų miestų gyventojai.

Palyginus su 2021 m. tyrimo duomenimis matyti, kad padidėjo interneto vartotojų dalis, sąmoningai ir nesąmoningai nespaudžianti ant reklamos, kurią pamato internetinėje svetainėje ar gauna el. laišku.

Dauguma interneto vartotojų saugo savo el. pašto adresą, siekdami išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų bei teigė esantys įsidiege antivirusinę programą, kad apsaugotų kompiuterį nuo virusų. Filtrus ar reklamų blokavimo įskiepi yra įsidiegusi mažesnė dalis interneto vartotojų.

Dauguma interneto vartotojų informacijos internete ieško gimtąja kalba. Dažniausiai naudojamos kitos kalbos – anglų ir rusų.

Naujos interneto svetainės dažniausiai atrandamos savarankiškai. Lankydamiesi naujoje interneto svetainėje vartotojai dažniausiai apžvelgia bendrą svetainės vaizdą (du iš penkių apklaustųjų) ir patikrina informaciją kitose internetinėse svetainėse (vienas iš keturių apklaustųjų). Kiti naujos svetainės patikrinimo veiksmai atliekami dar rečiau.

Dėl netinkamo turinio žiniasklaidoje labai retai kreipiamasi į pačią žiniasklaidos priemonę ar

į žiniasklaidos priežiūros instituciją. Beveik kas trečias apklaustasis teigė pastebėjęs žiniasklaidoje ar konkrečiai internete melagienas, o beveik du trečdaliai iš jų teigė, jog patikėjo naujiena, kuri vėliau paaiškėjo esanti netikra. Beveik kas antras Lietuvos gyventojas teigė, jog jiems teko susidurti su suklastotu vaizdo, garso ar nuotraukos turiniu, kai asmuo atrodo sakantis ar darantis tai, ko iš tiesų nesakė / nedarė (angl. *deepfake*).

Sudėtingos informacijos suvokimo ir apdorojimo gebėjimai pačių respondentų yra vertinami gana prastai.

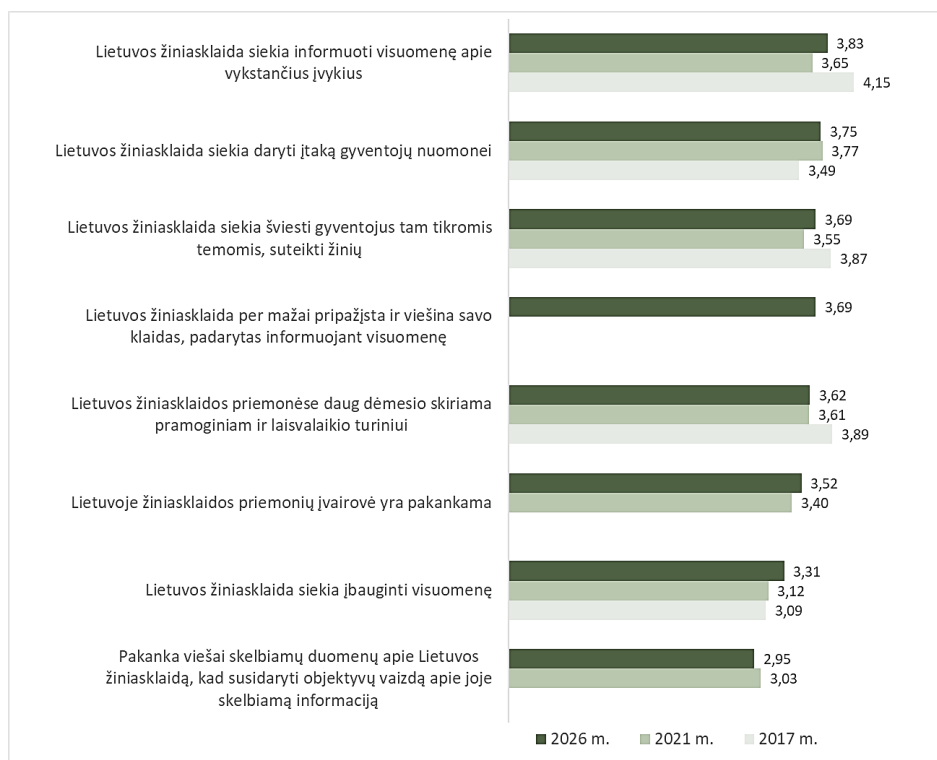
2.4. LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMAS

LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS POVEIKIO SUVOKIMAS

Vertindami Lietuvos žiniasklaidos poveikį, pagrindinio tyrimo dalyviai labiausiai linkę sutikti, kad žiniasklaida siekia informuoti visuomenę apie vykstančius įvykius (3,83 balo iš 5), daryti įtaką gyventojų nuomonei (3,75 balo), taip pat sutinkama, kad žiniasklaida siekia šviesti visuomenę tam tikromis temomis, suteikti žinių (3,69 balo), tačiau per mažai pripažįsta ir viešina savo klaidas, padarytas informuojant visuomenę (3,69 balo). Respondentai sutinka, kad Lietuvos žiniasklaidos priemonėse daug dėmesio skiriama pramoginiam ir laisvalaikio turiniui (3,62 balo) bei kad Lietuvoje žiniasklaidos priemonių įvairovė yra pakankama (3,52 balo) (žr. 2.4.1 pav.). Mažiausiai respondentai linkę sutikti, kad Lietuvos žiniasklaida siekia įbauginti visuomenę (3,31 balo) bei kad apie Lietuvos žiniasklaidą skelbiama pakankamai viešų duomenų (2,95 balo).

Kalbant apie atskirus teiginius, skirtingų gyventojų grupių atsakymai yra panašūs – reikšmingų skirtumų nėra, išskyrus teiginį „Lietuvos žiniasklaida siekia įbauginti visuomenę“: kaimo gyventojai dažniau sutinka su šiuo teiginiu, o didmiesčių gyventojai mažiausiai su juo sutinka (žr. Priedai: lentelė Nr. 24).

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



Lenkų tautinės mažumos atstovai labiau linkę nesutikti su teiginiu, kad Lietuvos žiniasklaida siekia daryti įtaką gyventojų nuomonei ar net įbauginti visuomenę (žr. 2.4.1 lentelę). Lietuvos tautinių mažumų atstovai rečiau nei pagrindinio tyrimo dalyviai yra linkę sutikti, kad Lietuvoje žiniasklaidos priemonių įvairovė yra pakankama. Vertinant kitus teiginius, tautinių mažumų atstovų nuomonės skiriasi tik nežymiai, jos taip pat smarkiai nesiskiria nuo pagrindinio tyrimo.

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

	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Lietuvos žiniasklaida siekia informuoti visuomenę apie vykstančius įvykius	3,83	3,87	3,87	3,88
Lietuvos žiniasklaida siekia daryti įtaką gyventojų nuomonei	3,75	3,65	3,74	3,57
Lietuvos žiniasklaida siekia šviesti gyventojus tam tikromis temomis, suteikti žinių	3,69	3,67	3,72	3,62
Lietuvos žiniasklaida per mažai pripažįsta ir viešina savo klaidas, padarytas informuojant visuomenę	3,69	3,40	3,38	3,41
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse daug dėmesio skiriama pramoginiam ir laisvalaikio turiniui	3,62	3,71	3,67	3,75
Lietuvoje žiniasklaidos priemonių įvairovė yra pakankama	3,52	3,30	3,29	3,32
Lietuvos žiniasklaida siekia įbauginti visuomenę	3,31	3,17	3,27	3,07
Pakanka viešai skelbiamų duomenų apie Lietuvos žiniasklaidą, kad susidaryti objektyvų vaizdą apie joje skelbiamą informaciją	2,95	2,71	2,72	2,70

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
	N = 1000	Iš viso N = 501	Rusai N = 246	Lenkai N = 255	N = 1008	Iš viso N = 504	Rusai N = 251	Lenkai N = 253
Lietuvos žiniasklaida siekia daryti įtaką gyventojų nuomonei	3,77	3,70	3,71	3,69	3,49	3,6	3,79	3,42
Lietuvos žiniasklaida siekia informuoti visuomenę apie	3,65	3,67	3,55	3,79	4,15	4,02	3,83	4,21
Lietuvos žiniasklaidos priemonės daug dėmesio skiriama pramoginiam ir laisvalaikio turiniui	3,61	3,46	3,46	3,47	3,89	3,93	3,95	3,91
Lietuvos žiniasklaida siekia šviesti gyventojus tam tikromis temomis, suteikti žinių	3,55	3,41	3,40	3,41	3,87	3,84	3,75	3,93
Lietuvos žiniasklaida siekia įbauginti visuomenę	3,12	3,45	3,49	3,42	3,09	2,87	3,75	3,93
Lietuvoje žiniasklaidos priemonių įvairovė yra pakankama	3,40	3,39	3,33	3,45	N/A	N/A	N/A	N/A
Pandemijos laikotarpiu Lietuvos žiniasklaidos objektyvumas padidėjo	3,03	3,09	3,04	3,14	N/A	N/A	N/A	N/A
Pakanka viešai skelbiamų duomenų apie Lietuvos žiniasklaidą (nuosavybę, pajamas, paramą ir kt.), kad susidaryti objektyvų vaizdą apie joje skelbiamą informaciją	2,97	3,04	3,06	3,02	N/A	N/A	N/A	N/A

NUOSTATOS DĖL LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS

Tyrimo dalyviai yra linkę sutikti, kad žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus (3,73 balo iš 5), kad Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų (3,48 balo) bei lenkų (3,46 balo) kalbomis. Kalbant apie respondentų savęs vertinimą, jie gana gerai vertina savo gebėjimą kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose (3,46 balo). Lietuvos gyventojai pastebi, kad socialiniuose tinkluose / internete turinys jiems parenkamas pagal ankstesnes jų peržiūras, paspaudimus ar pomėgius (3,47 balo) (žr. 2.4.2 pav.). Jie yra gana aktyvūs socialiniuose tinkluose (3,33 balo), tačiau nėra linkę socialiniuose tinkluose skelbiamą įtartiną / sensacingą informaciją pasitikrinti įprastoje žiniasklaidoje (2,96 balo).

Žiniasklaida vertinama gana skeptiškai: respondentai linkę manyti, kad Lietuvos žiniasklaidos priemonėse mažai kokybiško produkto intelektualiam piliečiui (3,11 balo), Lietuvos žiniasklaidoje pastebimi poveikio bandymai (pvz., cenzūros) (3,11 balo) bei užsienio šalių bandymai daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams (3,09 balo). Kad žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos ir nepriklausomos, Lietuvos gyventojai yra linkę nesutikti – vertinimų vidurkis 2,68 balo.

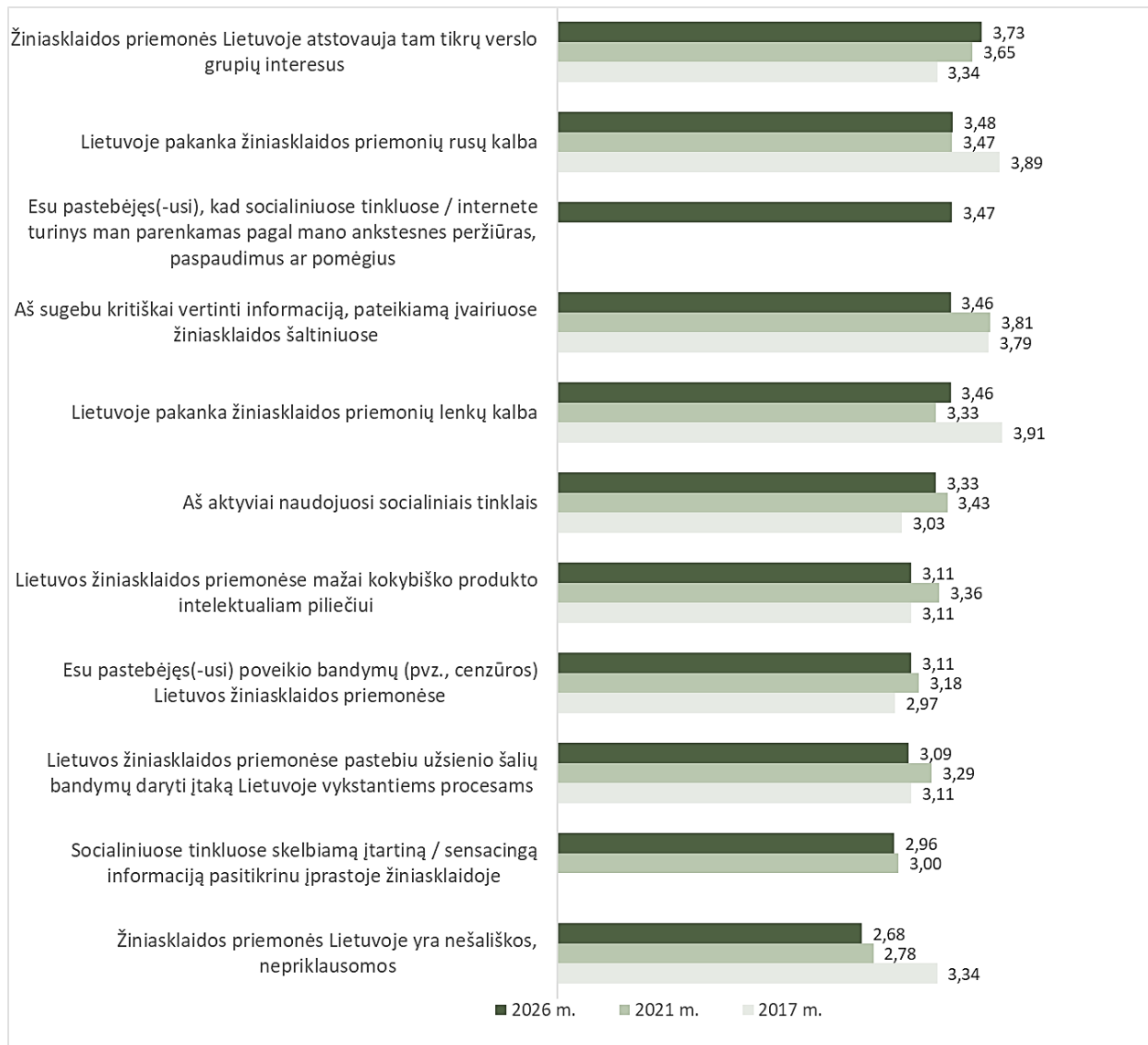
Teiginiui, kad žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesams, labiau pritaria vyrai, žemesnio išsimokslinimo žmonės, kaimo gyventojai (žr. Priedai: lentelė Nr. 25).

Užsienio šalių bandymus daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams dažniau Lietuvos

žiniasklaidos priemonėse yra pastebėję aukštąjį išsimokslinimą turintys respondentai. Su teiginiu „Socialiniuose tinkluose skelbiama įtartina / sensacingą informaciją pasitikrinu įprastoje žiniasklaidoje“ dažniau sutinka asmenys, įgiję aukščiausią išsimokslinimą.

Nuo 2021 m. palankumas Lietuvos žiniasklaidai šiek tiek sumažėjo, ji vertinama kritiškiau.

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



Lietuvos tautinių mažumų atstovai žiniasklaidą vertina panašiai, kaip ir pagrindinio tyrimo dalyviai (žr. 2.4.2 lentelę). Didžiausias skirtumas – tautinių mažumų atstovai (ypač rusų tautybės respondentai) žymiai rečiau sutinka, kad Lietuvoje užtenka žiniasklaidos priemonių rusų ar lenkų kalba.

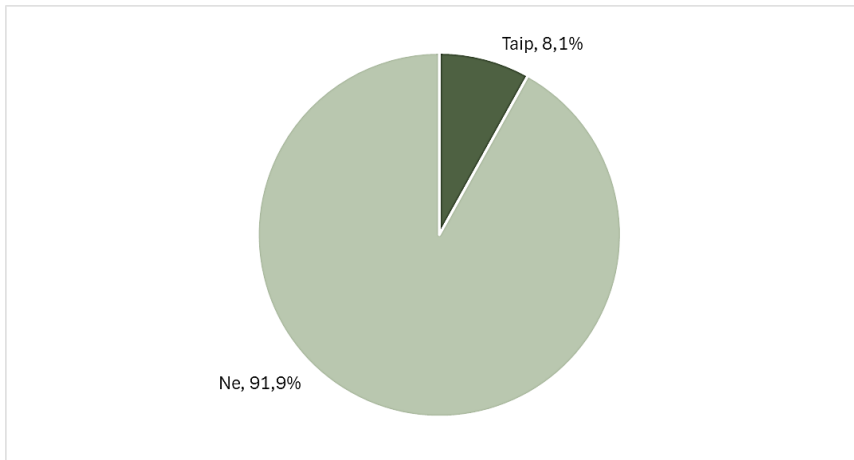
2.4.2 lentelė. Kiek Jūs sutinkate su žemiau pateiktais teiginiais? (vidurkiai; vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“)

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus	3,73	3,74	3,77	3,72
Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų kalba	3,48	2,75	2,53	2,96
Esu pastebėjęs(-usi), kad socialiniuose tinkluose / internete turinys man parenkamas pagal mano ankstesnes peržiūras, paspaudimus ar pomėgius	3,47	3,46	3,49	3,44
Aš sugebu kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairiuose žiniasklaidos šaltiniuose	3,46	3,42	3,31	3,52
Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių lenkų kalba	3,46	2,97	2,86	3,08
Aš aktyviai naudojuosi socialiniais tinklais	3,33	3,33	3,37	3,28
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse mažai kokybiško produkto intelektualiam piliečiui	3,11	3,18	3,14	3,22
Esu pastebėjęs(-usi) poveikio bandymų (pvz., cenzūros) Lietuvos žiniasklaidos priemonėse	3,11	3,15	3,11	3,19
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse pastebiu užsienio šalių bandymų daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems procesams	3,09	3,08	2,98	3,17
Socialiniuose tinkluose skelbiamą įtartina / sensacingą informaciją pasitikrinu įprastoje žiniasklaidoje	2,96	2,78	2,74	2,83
Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos, nepriklausomos	2,68	2,69	2,72	2,66

	2021 m.				2017 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas			Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
	N = 1000	Iš viso	Rusai	Lenkai	N = 1008	Iš viso	Rusai	Lenkai
Aš sugebu kritiškai vertinti informaciją, pateikiamą įvairuose žiniasklaidos šaltiniuose	3,81	3,77	3,65	3,88	3,79	4,19	4,12	4,25
Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus	3,65	3,60	3,64	3,57	3,34	3,52	3,63	3,42
Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų kalba	3,47	3,02	3,08	3,25	3,89	3,45	3,55	3,55
Aš aktyviai naudojuosi socialiniais tinklais	3,43	3,31	3,43	3,19	3,03	3,02	2,98	3,06
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse mažai kokybiško produkto intelektualiam piliečiui	3,36	3,07	3,15	3,00	3,11	3,31	3,33	3,29
Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių lenkų kalba	3,33	2,91	2,93	2,89	3,91	3,47	3,55	3,38
Lietuvos žiniasklaidos priemonėse pastebiu užsienio šalių bandymų daryti įtaką Lietuvoje vykstantiems	3,29	3,29	3,33	3,25	3,11	2,41	2,38	2,43
Esu pastebėjęs poveikio bandymų (pav. cenzūros) Lietuvos žiniasklaidos priemonėse	3,18	3,30	3,33	3,27	2,97	2,73	2,81	2,65
Žiniasklaidos priemonės Lietuvoje yra nešališkos ir nepriklausomos	2,78	2,56	2,61	2,51	3,34	2,8	2,71	2,89
Pandemijos laikotarpiu Lietuvos žiniasklaidoje pastebėjau daugiau klaidų, manipuliacijų	3,37	3,57	3,47	3,66	N/A	N/A	N/A	N/A
Pandemijos laikotarpiu naudojau daugiau įvairesnių informacijos šaltinių	3,34	3,49	3,40	3,59	N/A	N/A	N/A	N/A
Socialiniuose tinkluose skelbiamą įtartiną / sensacingą informaciją patikrinu įprastoje	3,00	3,04	3,13	2,96	N/A	N/A	N/A	N/A

8,1 proc. pagrindinio tyrimo respondentų per pastaruosius 12 mėn. dalyvavo mokymuose, kuriuose buvo mokoma kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete (žr. 2.4.3 pav.). Tai dažniau moterys, 18–25 m. žmonės, įgiję aukštąjį išsimokslinimą respondentai (žr. Priedai: lentelė Nr. 26). Šis klausimas buvo naudojamas tik 2026 m. apklausoje, todėl dinamikos nepateikiame.

2.4.3 pav. Ar per pastaruosius 12 mėnesių dalyvavote mokymuose, kuriuose būtų mokoma kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete? (proc.)



Tarp Lietuvos tautinių mažumų atstovų šiek tiek didesnė dalis nei tarp pagrindinio tyrimo dalyvių teigė per pastaruosius 12 mėnesių dalyvavusi tokiuose mokymuose (žr. 2.4.3 lentelę).

2.4.3 lentelė. Ar per pastaruosius 12 mėnesių dalyvavote mokymuose, kuriuose būtų mokoma kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete? (proc.)

2026 m.				
	Pagrindinis tyrimas N=1011	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso N=516	Rusai N=255	Lenkai N=261
Taip	8,1	11,2	11,4	11,1
Ne	91,1	88,8	88,6	88,9

Dalyvavusių mokymuose, kuriuose buvo mokoma kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete, prašėme pasakyti, ar jie sutinka su teiginiu „Šie mokymai padėjo kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete“. Dalyvavę tokiuose mokymuose respondentai dažniau sutinka su šiuo teiginiu (4,03 balo iš 5) (žr. 2.4.4 lentelę).

Moterys dažniau nei vyrai sutinka su šiuo teiginiu. Kuo aukštesnis išsimokslinimas, tuo dažniau sutinkama su šiuo teiginiu (žr. Priedai: lentelė Nr. 27). Atsižvelgiant į tai, kad atsakinėjusių į šį klausimą respondentų skaičius yra mažas, reikia labai atsargiai interpretuoti rezultatus.

2.4.4 lentelė. Kiek jūs sutinkate su šiuo teiginiu: „Šie mokymai padėjo kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete“? (vidurkiai; *vertinama skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, 5 – „visiškai sutinku“; atsakinėja per pastaruosius 12 mėnesių dalyvavę tokiuose mokymuose*)

	2026 m.			
	Pagrindinis tyrimas	Papildomas Lietuvos tautinių mažumų tyrimas		
		Iš viso	Rusai	Lenkai
	N=82	N=58	N=29	N=29
Šie mokymai padėjo kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete	4,03	3,97	3,93	4,00

Ir pagrindinio, ir tautinių mažumų tyrimo rezultatai rodo, kad mokymai, kuriuose buvo mokoma kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete, dalyvių yra vertinami teigiamai.

SKYRIAUS IŠVADOS

Pagrindinio tyrimo dalyviai sutinka, kad Lietuvos žiniasklaida atlieka svarbų vaidmenį, tačiau mato ir neigiamų aspektų: žiniasklaida siekia informuoti visuomenę apie vykstančius įvykius, siekia daryti įtaką gyventojų nuomonei, siekia šviesti visuomenę tam tikromis temomis, suteikti žinių, tačiau per mažai pripažįsta ir viešina savo klaidas, padarytas informuojant visuomenę. Respondentai sutinka, kad Lietuvos žiniasklaidos priemonėse daug dėmesio skiriama pramoginiams ir laisvalaikio turiniui bei kad Lietuvoje žiniasklaidos priemonių įvairovė yra pakankama. Mažiausiai respondentai linkę sutikti, kad Lietuvos žiniasklaida siekia įbauginti visuomenę bei kad apie Lietuvos žiniasklaidą skelbiama pakankamai viešų duomenų.

Tyrimo dalyviai yra linkę sutikti, kad žiniasklaidos priemonės Lietuvoje atstovauja tam tikrų verslo grupių interesus, kad Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų bei lenkų kalbomis.

Palyginti su 2021 m., palankumas Lietuvos žiniasklaidai šiek tiek sumažėjo, ji vertinama kritiškiau.

8,1 proc. Lietuvos gyventojų per pastaruosius 12 mėn. dalyvavo mokymuose, kuriuose buvo mokoma kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete. Jie teigiamai įvertino šiuos kursus.

2.5. ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ NAUDOJIMO RAŠTINGUMO RODIKLIAI

SUGEBĖJIMO NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS RODIKLIS

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

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

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

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

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

*Rezultatas. Tyrimo metu gautos TAIP procentinės reikšmės 11 klausime yra 83,5; 65,1 bei 64,8. Jų aritmetinis vidurkis 71,1. **Vadinasi, kompiuterio raštingumo ir interneto gebėjimų komponento reikšmė 71,1.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Tyrimo metu gautos TAIP procentinės reikšmės 11 klausime yra 83,5; 64,7 bei 54,5. Jų aritmetinis vidurkis 67,6. **Vadinasi, kompiuterio raštingumo ir interneto gebėjimų komponento reikšmė 67,6.***

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

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

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

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

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

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

Rezultatas. Remiantis tyrimo rezultatais, 1 klausimo reikšmės būtų 7,9; 4,7; 55,8; 9,0; 1,6;

80,7; 92,1; 80,6 ir 56,7. Šių reikšmių vidurkis yra 43,2. 12 klausimo reikšmės yra 77,5; 76,3; 56,2; 60,0; 31,8. Šių reikšmių vidurkis yra 60,4. Šių abiejų reikšmių vidurkis yra 51,8. **Vadinasi, mūsų gauta subalansuoto ir aktyvaus medijos naudojimo komponento reikšmė yra 51,8.**

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Remiantis tyrimo rezultatais, 1 klausimo reikšmės būtų 9,7; 4,7; 53,3; 8,7; 0,8; 75,4; 92,6; 77,5; 45,3. Šių reikšmių vidurkis yra 40,9. 12 klausimo reikšmės yra 77,3; 75,6; 57,9; 58,3; 35,7. Šių reikšmių vidurkis yra 61,0. Šių abiejų reikšmių vidurkis yra 50,9. **Vadinasi, mūsų gauta subalansuoto ir aktyvaus medijos naudojimo komponento reikšmė yra 50,9.**

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

$$P_3 = \frac{\sum_{j=8}^{15} x_j}{4}$$

j=8, 9, 10, 15 – 12 klausimo teiginio numeris
x_j – respondentų, atsakiusių TAIP į 12 klausimo j teiginį, procentas

Rezultatas. Mūsų nagrinėjamu atveju reikšmės yra 75,0; 62,1; 66,8; 41,3. Šių reikšmių vidurkis yra 61,3. **Vadinasi, pažengusio lygmens interneto vartojimo komponento reikšmė yra 61,3.**

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Mūsų nagrinėjamu atveju reikšmės yra 72,1; 62,8; 62,8; 44,2. Šių reikšmių vidurkis yra 60,5. **Vadinasi, pažengusio lygmens interneto vartojimo komponento reikšmė yra 60,5.**

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

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

Šiuo atveju tai 71,1; 51,8; 61,3. Jų vidurkis – 61,4. Tarp Lietuvos tautinių mažumų šios reikšmės atitinkamai lygios 67,6; 50,9; 60,5, o jų vidurkis – 59,7.

SUGEBĖJIMO NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS RODIKLIS YRA 61,4. TARP LIETUVOS TAUTINIŲ MAŽUMŲ JIS LYGUS 59,7.

KRITIŠKO VERTINIMO RODIKLIS

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

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

$$\text{Medijų turinio ir jų veikimo supratimas (R}_1\text{)} = \frac{\sum_{j=1}^4 x_j \times 10 + \frac{\sum_{i=1}^4 y_i}{4} + \frac{\sum_{e=1}^8 z_e}{8} + u + \frac{\sum_{g=1}^4 v_g}{4} \times 10 + w \times 10}{6}$$

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

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

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

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

$e=1, \dots, 8$ – 6 klausimo teiginio numeris

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

u – respondentų, atsakiusių TAIP į 19 klausimą, procentas

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

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

w – atsakymų į 25.1 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

*Rezultatas. Tiriamu atveju 3 klausimo vidurkinės reikšmės yra 3,43; 3,53; 3,58 bei 3,37. Jų reikšmių vidurkis yra 3,48. Padauginus šią reikšmę iš 10, gauname 34,8. 4 klausimo reikšmės yra 22,9; 36,8; 24,4 ir 41,3. Šių reikšmių vidurkis yra 31,3. 6 klausimo reikšmės yra 44,4; 12,3; 51,8; 51,8; 65,0; 67,0; 57,9; 64,7. Jų reikšmių vidurkis yra 51,8. 19 klausimo reikšmė yra 22,6. 23 klausimo vidurkinės reikšmės yra 2,67; 2,57; 2,79; 2,76. Jų reikšmių vidurkis yra 2,69. Padauginus šią reikšmę iš 10, gauname 27,0. 25.1 klausimo reikšmė yra 3,46. Padauginus iš 10, gauname rodiklio dedamąją 34,6. Žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo rodiklis gaunamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę. Tiriamu atveju apskaičiuotosios dedamosios yra 34,8; 31,3; 51,8; 22,6; 27,0 ir 34,6. Jų vidurkis yra 33,7. **Vadinasi, žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo komponento reikšmė 33,7.***

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju 3 klausimo vidurkinės reikšmės yra 3,17; 3,44; 3,50; 3,55. Jų reikšmių vidurkis yra 3,41. Padauginus šią reikšmę iš 10, gauname 34,1. 4 klausimo reikšmės yra 24,8; 37,8; 28,3; 44,2. Šių reikšmių vidurkis yra 33,8. 6 klausimo reikšmės yra 45,7; 16,7; 49,4; 49,2; 61,2; 62,4; 54,5; 58,1. Jų reikšmių vidurkis yra 49,7. 19 klausimo reikšmė yra 20,0. 23 klausimo vidurkinės reikšmės yra 2,67; 2,62; 2,79; 2,80. Jų reikšmių vidurkis yra 2,72. Padauginus šią reikšmę iš 10, gauname 27,2. 25.1 klausimo reikšmė yra 3,42. Padauginus iš 10, gauname rodiklio dedamąją 34,2. Žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo rodiklis gaunamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę. Tiriamu atveju apskaičiuotosios dedamosios yra 34,1; 33,8; 49,7; 20,0; 27,2 ir 34,2. Jų vidurkis yra 33,2. **Vadinasi, žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo komponento reikšmė 33,2.**

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

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

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

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

y – respondentų, atsakiusių TAIP į 22 klausimą, procentas

z – atsakymų į 25.7 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

Rezultatas. Nagrinėjamu atveju 7 klausimo reikšmės yra 73,6; 74,0; 76,4 bei 76,2. Šių reikšmių vidurkis yra 75,0. 22 klausimo reikšmė yra 77,1. 25.7 klausimo reikšmė yra 3,11. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamąją 31,1. Šių dedamųjų vidurkis yra 61,1. **Vadinasi, supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą komponento reikšmė 61,1.**

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Tiriamu atveju 7 klausimo reikšmės yra 72,3; 77,7; 78,9; 76,9. Šių reikšmių vidurkis yra 76,5. 22 klausimo reikšmė yra 70,2. 25.7 klausimo reikšmė yra 3,18. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamąją 31,8. Šių dedamųjų vidurkis yra 59,5. **Vadinasi, supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą komponento reikšmė 59,5.**

Pačių vartotojų elgsenos komponentas gaunamas iš klausimų 5; 13; 14; 15; 16 ir 20 rodiklių dedamųjų. 5 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš 5.2; 5.3; 5.4 ir 5.5 teiginių reikšmių vidurkio atimant 5.1 teiginio reikšmę. 13 klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo „Kasdien arba beveik kasdien“ reikšmę. 14 klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo „Nei karto“ reikšmę. 15 klausimo rodiklio dedamoji gaunama sumuojant visų šio klausimo teiginių TAIP reikšmes ir išvedant jų vidurkį. 16 klausimo rodiklio dedamoji gaunama imant atsakymo „Naudoju

abu būdus” reikšmę. 20 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš 20.1; 20.2; 20.3; 20.4; 20.5; 20.6; 20.7 ir 20.8 teiginių reikšmių vidurkio atimant 20.9 teiginio reikšmę. Pačių vartotojų elgsenos komponentas gaunamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę:

$$\text{Pačių vartotojų elgsena (R}_3\text{)} = \frac{\frac{\sum_{j=2}^5 x_j}{4} - \frac{x_1+x_6}{2} + y + u + d + \frac{\sum_{i=1}^4 v_i}{4} + \frac{\sum_{e=1}^8 z_e}{8} - z_9}{6}$$

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

x_j – respondentų, pasirinkusių 5 klausimo TAIP atsakymo variantą, procentas

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

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

d – 16 klausimo atsakymo „Naudoju abu būdus“ procentas

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

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

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

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

Rezultatas. Tyrimo rezultatuose 5.2; 5.3; 5.4 ir 5.5 teiginių reikšmės yra atitinkamai 11,7; 15,0; 9,3; 0,5. Jų vidurkis 9,1. 5.1 teiginio reikšmė yra 30,0. Iš 9,1 atėmus 30,0, gauname -20,9. Vadinasi, 5 klausimo rodiklio dedamoji yra -20,9. 13 klausimo reikšmė yra 4,1. 14 klausimo reikšmė yra 33,4. 15 klausimo reikšmės yra 72,0; 63,5; 45,0; 30,2. Šių reikšmių vidurkis yra 52,6. 16 klausimo reikšmė yra 31,8. Tyrimo rezultatuose 20.1–20.8 teiginių reikšmės yra atitinkamai 34,9; 21,8; 18,3; 14,8; 6,4; 5,1; 8,6; 2,6. Jų vidurkis 14,1. 20.9 reikšmė yra 27,5. Iš 14,1 atėmus 27,5 gauname -13,4. Vadinasi, 20 klausimo rodiklio dedamoji yra -13,4. Šių dedamųjų vidurkis yra 14,6. Vadinasi, vartotojų elgsenos komponento reikšmė 14,6.

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Tyrimo rezultatuose 5.2; 5.3; 5.4 ir 5.5 teiginių reikšmės yra atitinkamai 12,8; 19,6; 10,5 ir 1,0. Jų vidurkis 10,9. 5.1 teiginio reikšmė yra 30,6. Iš 10,9 atėmus 30,6 gauname -19,7. Vadinasi 5 klausimo rodiklio dedamoji yra -19,7. 13 klausimo reikšmė yra 7,0. 14 klausimo reikšmė yra 26,7. 15 klausimo reikšmės yra 71,3; 57,9; 35,3; 25,6. Šių reikšmių vidurkis yra 47,5. 16 klausimo reikšmė yra 34,1. Tyrimo rezultatuose 20.1–20.8 teiginių reikšmės yra atitinkamai 41,1; 19,2; 11,6; 15,1; 9,7; 5,4; 5,2; 2,1. Jų vidurkis 13,7. 20.9 teiginio reikšmė yra 32,2. Iš 13,7 atėmus 32,2 gauname -18,5. Vadinasi, 20 klausimo rodiklio dedamoji yra -18,5. Šių dedamųjų vidurkis yra 12,9. Vadinasi, vartotojų elgsenos komponento reikšmė 12,9.

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

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

Tiriamu atveju tai 33,7; 61,1; 14,6. Jų vidurkis 36,5. Tarp Lietuvos tautinių mažumų atitinkamos dedamosios yra 33,2; 59,5; 12,9, o jų vidurkis – 35,2.

KRITIŠKO VERTINIMO BENDRAS RODIKLIS YRA 36,5. TARP LIETUVOS TAUTINIŲ MAŽUMŲ JIS LYGUS 35,2.

KOMUNIKACINIŲ GEBĖJIMŲ RODIKLIS

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

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

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

x – respondentų, atsakiusių TAIP į 12.11 klausimą, procentas

y – respondentų, atsakiusių TAIP į 12.13 klausimą, procentas

*Rezultatas. Nagrinėjamu atveju šios reikšmės yra 79,4 ir 15,8. Šių reikšmių vidurkis yra 47,6. **Vadinasi, socialinių santykių komponento reikšmė 47,6.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju reikšmės yra 77,7 ir 15,7. Šių reikšmių vidurkis yra 46,7. **Vadinasi, socialinių santykių komponento reikšmė 46,7.***

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

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

x – respondentų, atsakiusių TAIP į 9 klausimą, procentas

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

y_j – respondentų, pasirinkusių 10 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 klausimą, procentas

w – respondentų, atsakiusių TAIP į 21.1 klausimą, procentas

q – respondentų, atsakiusių TAIP į 21.2 klausimą, procentas

*Rezultatas. Tiriamu atveju rezultatuose 9 klausimo reikšmė yra 4,2. 10.1–10.5 teiginių reikšmės yra atitinkamai 3,3; 7,8; 7,6; 5,1; 8,8. Jų vidurkis 6,5. 10.6 teiginio reikšmė yra 77,1. Iš 6,5 atėmus 77,1, gauname -70,6. Vadinasi, 10 klausimo rodiklio dedamoji yra -70,6. 10a klausimo reikšmės yra 0,3 ir 0,1. Jų vidurkis 0,2. Vadinasi, 10a klausimo rodiklio dedamoji yra 0,2. 12.12 klausimo dedamoji yra 19,2. 21 klausimo reikšmės yra 4,2 ir 2,7. Jų vidurkis 3,4. Vadinasi, 21 klausimo rodiklio dedamoji yra 3,4. Visų dedamųjų vidurkis yra -8,7. **Vadinasi, piliečių dalyvavimo komponento reikšmė -8,7.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Tyrimo rezultatuose 9 klausimo reikšmė yra 4,5. 10.1–10.5 teiginių reikšmės yra atitinkamai 1,0; 8,9; 7,4; 4,7; 14,1. Jų vidurkis 7,2. 10.6 teiginio reikšmė yra 75,0. Iš 7,2 atėmus 75,0 gauname -67,8. Vadinasi, 10 klausimo rodiklio dedamoji yra -67,8. 10a klausimo reikšmės yra 1,0 ir 1,4. Jų vidurkis yra 1,2. Vadinasi, 10a klausimo rodiklio dedamoji yra 1,2. 12.12 klausimo dedamoji yra 19,4. 21 klausimo reikšmės yra 6,4 ir 3,3. Jų vidurkis 4,8. Vadinasi, 21 klausimo rodiklio dedamoji yra 4,8. Visų dedamųjų vidurkis yra -7,6. **Vadinasi, piliečių dalyvavimo komponento reikšmė -7,6.***

Turinio kūrimo komponentas gaunamas iš klausimų 8; 12.3 ir 12.4 rodiklių dedamųjų. 8 klausimo rodiklio dedamoji gaunama iš 8.1; 8.2; 8.3 ir 8.4 teiginių reikšmių vidurkio atimant 8.5 klausimo reikšmę. 12 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:

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

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

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

y – respondentų, atsakiusių TAIP į 12.3 klausimą, procentas

z – respondentų, atsakiusių TAIP į 12.4 klausimą, procentas

*Rezultatas. Nagrinėjamu atveju 8.1–8.4 teiginių reikšmės yra atitinkamai 1,7; 3,3; 2,7; 9,0. Jų vidurkis – 4,2. 8.5 teiginio reikšmė yra 86,2. Iš 4,2 atėmus 86,2 gauname -82,0. Vadinasi, 8 klausimo rodiklio dedamoji yra -82,0. 12.3 ir 12.4 klausimų reikšmės yra atitinkamai 51,2 ir 13,6. Šių reikšmių vidurkis yra 32,4. Vadinasi, 12 klausimo rodiklio dedamoji yra 32,4. Tiriamu atveju apskaičiuotosios dedamosios yra -82,0 ir 32,4. Jų vidurkis yra -24,8. **Vadinasi, turinio kūrimo komponentas yra -24,8.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju 8.1–8.4 teiginių reikšmės yra atitinkamai 1,6; 2,7; 2,1; 9,9. Jų vidurkis – 4,1. 8.5 reikšmė yra 87,2. Iš 4,1 atėmus 87,2 gauname -83,1. Vadinasi, 8 klausimo rodiklio dedamoji yra -83,1. 12.3 ir 12.4 klausimų reikšmės yra atitinkamai 50,2; 19,2. Šių reikšmių vidurkis yra 34,7. Vadinasi, 12 klausimo rodiklio dedamoji yra 34,7. Tiriamu atveju apskaičiuotosios dedamosios yra -83,1 ir 34,7. Jų vidurkis yra -24,2. **Vadinasi, turinio kūrimo komponentas yra -24,2.***

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

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

Tiriamu atveju tai 47,6; -8,7; -24,8. Jų vidurkis 4,7. Tarp Lietuvos tautinių mažumų šios dedamosios yra 46,7; -7,6; -24,2, o jų vidurkis lygus 5,2.

KOMUNIKACINIŲ GEBĖJIMŲ BENDRAS RODIKLIS YRA 4,7. TARP LIETUVOS TAUTINIŲ MAŽUMŲ ŠIS RODIKLIS LYGUS 5,2.

LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMO RODIKLIS

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

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

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

x – atsakymų į 25.3 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

y – atsakymų į 25.4 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

Rezultatas. Nagrinėjamu atveju vidurkinės reikšmės yra 3,48 ir 3,46, jų vidurkis 3,47. Padauginus iš 10, gaunamas Lietuvos tautinių mažumų situacijos vertinimo komponentas 34,7.

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju vidurkinės reikšmės yra 2,75 ir 2,97, jų vidurkis 2,86. Padauginus iš 10, gaunamas Lietuvos tautinių mažumų situacijos vertinimo komponentas 28,6.

Informacinių grėsmių komponentas gaunamas iš klausimų 24 ir 25.2 dedamųjų dalių. 24 klausimo rodiklio dedamoji gaunama 24.1; 24.2; 24.3 ir 24.4 reikšmių vidurkių vidurkinę reikšmę padauginus iš 10 (24.2 ir 24.3 teiginiams taikoma papildoma atvirkštinės skalės perversimo formulė). 25.2 klausimo rodiklio dedamoji skaičiuojama iš 6 atėmus 25.2 vidurkinę reikšmę ir padauginus iš 10. Informacinių grėsmių komponentas apskaičiuojamas išvedant apskaičiuotų dedamųjų vidurkinę reikšmę:

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

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

x_j – atsakymų į 24 klausimo j teiginį vidurkis 5 balų skalėje (pastaba: teiginiams 24.2 ir 24.3 taikoma atvirkštinės skalės perversimo formulė $x = (6 - x_0)$, kai x_0 yra tiesioginis vertinimų vidurkis)

y – atsakymų į 25.2 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

Rezultatas. Tiriamu atveju 24 klausimo reikšmės yra 3,83; 3,75; 3,31; 3,69. 24.2 ir 24.3 klausimo reikšmėms taikoma atvirkštinė skalė, todėl $6 - 3,75 = 2,25$ ir $6 - 3,31 = 2,69$. Tuomet vidurkis yra 3,12. Vadinasi, padauginus vidurkį iš 10 (24) klausimo rodiklio dedamoji yra 31,2. 25.2 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,09, tuomet $6 - 3,09 = 2,91$. Padauginus iš 10, gauname rodiklio dedamosios reikšmę 29,1. Šių dedamųjų vidurkis yra 30,1. Vadinasi, informacinių grėsmių komponento reikšmė yra 30,1.

Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju 24 klausimo reikšmės yra 3,87; 3,65; 3,17; 3,67. 24.2 ir 24.3 klausimo reikšmėms taikoma atvirkštinė skalė, todėl $6 - 3,65 = 2,35$ ir $6 -$

3,17 = 2,83. Tuomet vidurkis yra 3,18. Vadinasi, padauginus vidurkį iš 10 (24) klausimo rodiklio dedamoji yra 31,8. 25.2 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,08, tuomet $6 - 3,08 = 2,92$. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamosios reikšmę 29,2. Šių dedamųjų vidurkis yra 30,5. **Vadinasi, informacinių grėsmių komponento reikšmė yra 30,5.**

Žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės komponentas gaunamas iš klausimų 25.5; 25.6 ir 25.8 rodiklių dedamųjų. 25.5 klausimo dedamoji gaunama iš 6 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 6 atėmus 25.8 vidurkinę reikšmę ir padauginus iš 10. Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo rodiklis apskaičiuojamas išvedant dedamųjų vidurkinę reikšmę:

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

x – atsakymų į 25.5 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

y – atsakymų į 25.6 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

z – atsakymų į 25.8 klausimą vidurkis 5 balų skalėje

*Rezultatas. Tiriamu atveju 25.5 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,73, tuomet $6 - 3,73 = 2,27$. Padauginus iš 10 gauname rodiklio dedamosios reikšmę 22,7. 25.6 klausimo vidurkinė reikšmė yra 2,68. Padauginus iš 10, gauname rodiklio dedamosios reikšmę 26,8. 25.8 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,11 tuomet $6 - 3,11 = 2,89$. Padauginus iš 10, gauname rodiklio dedamosios reikšmę 28,9. Šių dedamųjų vidurkis yra 26,1. **Vadinasi, žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės komponento reikšmė yra 26,1.***

*Rezultatas tarp Lietuvos tautinių mažumų. Šiuo atveju 25.5 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,74, tuomet $6 - 3,74 = 2,26$. Padauginus iš 10, gauname rodiklio dedamosios reikšmę 22,6. 25.6 klausimo vidurkinė reikšmė yra 2,69. Padauginus iš 10, gauname rodiklio dedamosios reikšmę 26,9. 25.8 klausimo vidurkinė reikšmė yra 3,15 tuomet $6 - 3,15 = 2,85$. Padauginus iš 10, gauname rodiklio dedamosios reikšmę 28,5. Šių dedamųjų vidurkis yra 26,0. **Vadinasi, žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės komponento reikšmė yra 26,0.***

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

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

Tiriamu atveju tai 34,7; 30,1; 26,1. Jų vidurkis 30,3. Tarp Lietuvos tautinių mažumų šie komponentai atitinkamai yra 28,6; 30,5 ir 26,0, o jų vidurkis lygus 28,4.

LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMO RODIKLIS YRA 30,3. TARP LIETUVOS TAUTINIŲ MAŽUMŲ JIS LYGUS 28,4.

Suvestinė

Apibendrinus gautus rezultatus, buvo apskaičiuoti žiniasklaidos raštingumo vertinimo kriterijai. Rodiklių reikšmės pateiktos 2.5.1. lentelėje.

Lentelė 2.5.1. Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodikliai

	2025 m. REIKŠMĖ		2021 m. REIKŠMĖ		2017 m. REIKŠMĖ		Maksimali vertė
	Lietuvos gyventojai	Lietuvos tautinės mažumos	Lietuvos gyventojai	Lietuvos tautinės mažumos	Lietuvos gyventojai	Lietuvos tautinės mažumos	
SUGEBĖJIMO NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS RODIKLIS	61,4	59,7	67,6	65,1	49,2	50,6	100
Kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimų komponentas	71,1	67,6	73,4	71,2	59,7	61,7	
Subalansuoto ir aktyvaus žiniasklaidos priemonių naudojimo komponentas	51,8	50,9	58,6	56,2	46,1	48,1	
Pažengusiojo lygmens interneto vartojimo komponentas	61,3	60,5	70,8	67,9	41,8	41,9	
KRITIŠKO VERTINIMO RODIKLIS	36,5	35,2	39,6	39,3	32,6	35,5	86
Žiniasklaidos priemonių turinio ir jo daromo poveikio supratimo komponentas	33,7	33,2	39,7	36,4	31,2	34,6	
Supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą komponentas	61,1	59,5	59,7	62,8	54,5	55,6	
Vartotojų elgsenos komponentas	14,6	12,9	19,3	18,7	12,1	16,2	
KOMUNIKACINIŲ GEBĖJIMŲ RODIKLIS	4,7	5,0	11,3	8,6	2,9	0,7	100
Socialinių santykių komponentas	47,6	46,7	52,2	50,1	38,9	34,1	
Pilietiško dalyvavimo komponentas	-8,7	-7,6	-3,4	-6,2	-6,5	-6,3	
Turinio kūrimo komponentas	-24,8	-24,2	-14,8	-18,0	-23,6	-25,7	
LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMO RODIKLIS	30,3	28,4	29,8	28,1	33,5	32,7	50
Lietuvos tautinių mažumų vaidmens įvertinimo komponentas	34,7	28,6	34,0	30,4	39	35	
Informacinių grėsmių komponentas	30,1	30,5	29,0	28,5	31,3	34,7	
Žiniasklaidos priemonių nepriklausomybės komponentas	26,1	26,0	26,5	25,5	30,1	28,5	

SKYRIAUS IŠVADOS

Analizuojant galutinius vertinimo balus, matyti, kad aukščiausiai įvertintas sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis, surinkęs 61,4 balo iš 100. Tai reiškia, jog Lietuvos gyventojai turi gerus kompiuterinio raštingumo bei interneto gebėjimus bendraujant su kitais žmonėmis, apsaugant savo asmeninius duomenis bei ieškant darbo (71,1 balo). Taip pat visuomenės pažengusio lygmens interneto naudojimo rodiklis yra pakankamai aukštas - 61,3 balo, o žiniasklaidos priemonių naudojimo balanso ir aktyvumo dedamoji įvertinta 51,8 balo. Lyginant skirtingų tyrimo bangų rezultatus, būtina įvertinti duomenų rinkimo metodų pokyčius. 2017 m. ir 2026 m. apklausos vyko tik tiesioginio interviu būdu, o 2021 m. pusė respondentų buvo apklausiami internetu, kas neišvengiamai 2021 m. rezultatuose turėjo įtakos rodikliams, susijusiems su interneto naudojimu. Per 8 metus nuo 2017 m. (nuo 49,2 balų) gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis rodiklis paaugo 12,2 balo (vidutiniškai 1,5 per metus).

Labai panašiai ir gana gerai vertinamas ir Lietuvos žiniasklaidos priemonių rodiklis – 30,3 balo iš 50. Galima teigti, kad respondentų vertinimu Lietuvoje nėra kritinio informacinių kanalų tautinių mažumų kalbomis trūkumo (35,7 balo). Informacinių grėsmių lygis ir žiniasklaidos priemonių nepriklausomumas vertinami atitinkamai 30,1 ir 26,1 balo. Tai rodo, kad dauguma gyventojų linkę sutikti su teiginiu, jog Lietuvos žiniasklaida yra nepriklausoma, o jos kuriamas turinys skirtas informuoti visuomenę ir šviesti gyventojus. Vis dėlto dalis respondentų žiniasklaidos veiklą ir jos vaidmenį vertina gana kritiškai. Per pastaruosius ketverius metus žiniasklaidos rodiklis išliko stabilus (29,8 balo 2021 m.), tačiau ilgesnėje retrospektyvoje jis tebėra žemesnis nei buvo 2017 m. (buvo 33,5).

Kritiško vertinimo rodiklis įvertintas 36,5 balo iš 86. Kriterijaus dedamoji, žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimas, yra įvertinta 33,7 balo, supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą - 61,1 balo. Vartotojų elgsenos reikšmės įvertinimas 14,6 balo nusako, jog vartotojų elgsenys dažnai nėra racionalus, apgalvotas. Nuo 2017 m. (32,6) kritiško vertinimo rodiklis paaugo 3,9 balo, tačiau jis yra šiek tiek žemesnis nei buvo 2021 m. (39,6).

Žemiausiai įvertintas kriterijus – komunikaciniai gebėjimai (4,7 balo iš 100). Pilietiško dalyvavimo ir turinio kūrimo komponentų neigiami įvertinimai (atitinkamai -8,7 ir -24,8 balo) rodo, jog Lietuvos gyventojai nėra linkę savo nuomonės politiniais ar pilietiniais klausimais reikšti viešai. Taip pat maža dalis respondentų per pastaruosius metus yra sukūrę literatūros kūrinį, straipsnį, vaizdinę ar garsinę medžiagą. Socialinių santykių dedamoji, įvertinta 47,6 balo, kelia komunikacinių gebėjimų vertinimo vidurkį ir nurodo, jog didelė dalis Lietuvos gyventojų naudojami socialiniais tinklais, bendradarbiauja su kitais asmenimis internetiniuose projektuose. Nuo 2017 m. (2,9 balai) komunikacinių gebėjimų rodiklis paaugo 1,8 balo, tačiau jis yra dvigubai žemesnis nei buvo 2021 m. (11,3 balai).

Lyginant pagrindinio ir papildomo (Lietuvos tautinių mažumų tyrimo) rezultatus, galime teigti, kad **esminių skirtumų tarp bendro Lietuvos gyventojų žiniasklaidos priemonių vartojimo raštingumo ir vartojimo raštingumo tarp pagrindinių Lietuvos tautinių mažumų nėra.** Vienintelis aspektas, kur stebimas ryškesnis vertinimų skirtumas, yra žiniasklaidos priemonių pakankamumas

rusų, lenkų kalbomis – tautinių mažumų atstovai jų pakankamumą vertina šiek tiek prasčiau nei bendra šalies populiacija.

Nuo 2017 m. dauguma rodiklių yra padidėję, išskyrus žiniasklaidos priemonių vertinimą. Tačiau lyginant su 2021 m., daugumos rodiklių reikšmės yra sumažėjusios (žr. komentarą 11 psl.).

III. PROGNOZĖS

3.1. PROGNOZAVIMO METODIKA

Kadangi žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio pokyčio tyrimas kartoja 2017 m. ir 2021 m. atliktus tokius tyrimus, šioje prognozėje iš dalies remiamasi realiais pokyčiais, kurie įvyko per pastaruosius 4 – 8 metus ir remiantis jais bei ekspertiniu vertinimu prognozuojamos 2027 m., 2030 m. rodiklių reikšmės. Atsižvelgiant į tai, kad žiniasklaidos (ypač naujų technologijų) vartojimo gebėjimai tiesiogiai susiję su vartotojo amžiumi, prognozės bus skaičiuojamos atsižvelgiant į kiekvienos amžiaus grupės populiacijos pokyčius 2025–2030 m. periodu bei ekspertų nuomonę.

Prognozavimo metodika:

- Apskaičiuojamos rodiklių reikšmės kiekvienai kriterijaus dedamajai pagal amžiaus grupes **(1)**.
- Apskaičiuojami kiekvienos amžiaus grupės svoriai **(2)**.
- Remiantis 2025–2030 m. demografinė prognoze, apskaičiuojama Lietuvos gyventojų procentinė sudėtis pagal amžiaus grupes. Apskaičiuojami gyventojų sudėties pokyčiai **(3)**.
- Nauji svoriai gaunami prie senųjų pridėjus gyventojų sudėties pokyčius **(4)**.
- Remiantis skirtumais tarp amžiaus grupių, įvykusiais pokyčiais palyginti su 2017 m. ir 2021 m. bei ekspertų įžvalgomis, preliminariai nustatoma, kaip gali keistis vartotojų įgūdžiai 2027 m. ir 2030 m., nuomonės ar požiūriai kiekvienoje amžiaus grupėje skirtinguose rodiklių komponentuose **(5)**. Svarbu paminėti, jog ne visų dedamųjų rodikliai reikšmingai skiriasi tarp amžiaus grupių. Tokiais atvejais rodiklių pokyčiai nustatomi bendrai visam komponentui. Preliminarioms prognozėms amžiaus grupėse didžia dalimi remiamasi ilgesnio periodo realiais rezultatų pokyčiais nuo 2017 m., kadangi 2021 m. rezultatai yra reikšmingai sąlygoti mišraus apklausos būdo ir COVID-19 pandemijos.
- Gavus naujus svorius bei įverčius, jie tarpusavyje sudauginami – taip gaunamos naujos dedamųjų prognozuojamos reikšmės amžiaus grupėse **(6)**.
- Norint apskaičiuoti bendras dedamųjų reikšmes, yra vedamas visų amžiaus grupių vidurkis. Galutinis kriterijaus balas sudaromas iš komponentų balų vidurkio.
- Atliekant prognozes yra daroma prielaida, kad duomenų rinkimo būdas liks toks pats, kaip ir 2026 m. tyrime.

3.1.1 lentelė. Prognozių skaičiavimo formulė

Iš viso respondentų	Amžiaus grupės	2025 m. įverčiai (1)	Respondentų skaičius	2025 m. Svoriai (2)	Gyventojų sudėties svorių prognozė x m. (3)	Rodiklių įverčiai (5)	Prognozė (6)
1011	18-25	y_1	100	0,10	Δx_1	z_1	$z_1(0,10+\Delta x_1)$
	26-35	y_2	186	0,19	Δx_2	z_2	$z_2(0,19+\Delta x_2)$
	36-45	y_3	174	0,17	Δx_3	z_3	$z_3(0,17+\Delta x_3)$
	46-55	y_4	194	0,19	Δx_4	z_4	$z_4(0,19+\Delta x_4)$
	56+	y_5	346	0,35	Δx_5	z_5	$z_5(0,35+\Delta x_5)$

3.2. DEMOGRAFINIŲ PROGNOZIŲ PRIELAIDOS

Siekiant nustatyti gyventojų skaičiaus pokyčius Lietuvoje 2025–2030 m., buvo pasinaudota oficialiomis Valstybės duomenų agentūros pateikiamomis gyventojų skaičiaus prognozėmis 2026–2030 m. (atnaujinta: 2025-12-16)⁴. 2025 m. prognozė buvo pakeista realiais duomenimis pateikiamais Valstybės duomenų agentūros.

3.2.1 lentelė. Gyventojų sudėties pagal amžiaus grupes prognozės⁵

	2025	2026	2027	2028	2029	2030
18–25	10,3	10,2	10,3	10,6	10,8	11,0
26–35	17,6	16,9	16,3	15,7	15,0	14,6
36–45	19,1	19,8	20,2	20,5	20,7	20,6
46–55	18,7	18,3	18,2	18,0	18,0	18,2
56+	34,3	34,7	35,0	35,3	35,5	35,7

Nagrinėjant Lietuvos gyventojų sudėties pagal amžiaus grupių prognozes, matome, jog 2026–2030 m. laikotarpiu gyventojų amžiaus struktūra keisis nuosaikiai, tačiau kryptingai vyresnio amžiaus grupių didėjimo link. Jauniausių (18–25 m.) gyventojų dalis šiek tiek padidės – nuo 10,3% iki 11,0%. Tuo tarpu labiausiai mažės 26–35 m. amžiaus grupė – nuo 17,6% iki 14,6% (-3%). Vidutinio amžiaus gyventojų struktūroje matomas tam tikras persiskirstymas: 36–45 m. grupė didės (nuo 19,1% iki 20,6%), o 46–55 m. gyventojų dalis iš esmės išliks stabili, tik nežymiai sumažės (nuo 18,7% iki 18,2%). Tuo pat metu vyresnių nei 56 m. gyventojų dalis nuosekliai augs – nuo 34,3% iki 35,7%. Apskritai šie pokyčiai rodo laipsnišką visuomenės senėjimą ir didėjančią vyresnio amžiaus gyventojų dalį bendroje demografinėje struktūroje.

3.2.2 lentelė. Amžiaus grupių svoriai

Svoriai					
Amžiaus gr.	18–25	26–35	36–45	46–55	56+
2025 m. svoriai	0,10	0,18	0,19	0,19	0,34
2027 m. svoriai	0,10	0,16	0,20	0,18	0,35
2030 m. svoriai	0,11	0,15	0,21	0,18	0,36

⁴ https://osp.stat.gov.lt/lt_LT/statistiniu-rodikliu-analize#/

⁵ Kiekvienos amžiaus grupės dalis skaičiuojama nuo visumos, kurią sudaro visi 18–75 m. gyventojai.

3.3. VERTINIMO KRITERIJŲ PROGNOZIŲ PRIELAUDOS

SUGEBĖJIMAS NAUDOTIS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONĖMIS

Sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis kriterijus apima kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimus, subalansuotą ir aktyvų žiniasklaidos priemonių naudojimą bei pažengusio lygmens interneto naudojimą. Šis kriterijus yra labiausiai orientuotas į virtualų pasaulį ir vertina gyventojų įgūdžius naudotis internetu kaip žiniasklaidos priemone. Taip yra todėl, kad modernioje visuomenėje tradicinės žiniasklaidos priemonės, tokios kaip televizija, radijas ar spauda, vis labiau praranda savo pozicijas ir užleidžia vietą lengviau prieinamiems bei patrauklesniems internetiniams naujienų portalams arba pačios kelia savo turinį į interneto kanalus. Dinamiška skaitmeninių technologijų pažanga keičia ir pačias interneto žiniasklaidos naudojimo tendencijas – daugiau svorio įgauna nuomonių formuotojų turinys internete, video turinio platformos, dirbtinio intelekto (DI) skvarba kasdieniauose interneto naudojimo įpročiuose.

2017–2025 m. „sugebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis“ rodikliai amžiaus grupėse keitėsi nevienodai, tačiau bendra kryptis aiški: labiausiai augo vidutinio ir vyresnio amžiaus gyventojų gebėjimai, o jauniausiųjų (18–25 m.) grupėje ryškėjo stabilizacija ar net nežymus smukimas. Didžiausias ilgalaikis progresas fiksuojamas 26–55 m. grupėse. Per aštuonerius metus šių gyventojų baziniai kompiuterinio raštingumo ir interneto įgūdžiai, taip pat pažengęs interneto vartojimas pastebimai sustiprėjo. Tai siejama su „prisivijimo“ procesu. Vis daugiau kasdinių veiklų persikėlė į skaitmeninę erdvę: nuo e. paslaugų ir e. bankininkystės iki kasdienės komunikacijos bei darbo procesų. Tuo tarpu 18–25 m. grupėje dalis rodiklių nebeauga, nes ši amžiaus grupė jau anksčiau buvo pasiekusi ganėtinai aukštą lygį. Be to, keičiasi pats naudojimosi pobūdis. Daugiau veiklų atliekama mobiliuosiuose įrenginiuose, socialiniuose tinkluose ir naudojant automatizuotus sprendimus. Dėl to kai kurie „klasikiniai“ veiksmi, kuriuos matuoja indikatoriai, tampa rečiau reikalingi, nors realus skaitmeninis aktyvumas nemažėja. Vyresnių nei 56 m. gyventojų grupėje matomas ryškus augimas, tačiau būdingesni ir didesni svyravimai. Tikėtina, kad 2021 m. rodiklius sustiprino pandemijos metu išaugęs poreikis naudotis nuotoliniais sprendimais. 2025 m. dalis rezultatų galėjo stabilizuotis, grįžus prie įprastesnių kasdienybės įpročių.

Šias tendencijas lemia keli veiksniai: natūralūs paslaugų ir informacijos skaitmenizacijos procesai, COVID-19 poveikis kaip greitintuvas, taip pat kartų kaita. Skaitmeniškai stipresnės kohortos palaipsniui pereina į vyresnes amžiaus grupes. Kartu svarbu atskirti žiniasklaidos priemonių naudojimo aktyvumą nuo subalansuotumo. Net didėjant įgūdžiams, informacijos vartojimas gali siaurėti iki kelių platformų ir formatų (pavyzdžiui dirbtinio intelekto naujienų sintetinės suvestinės).

Žvelgiant į ateitį, bendras augimas tikėtina tęsis, bet taps lėtesnis. Didžiausias potencialas išlieka vyresnėse amžiaus grupėse, ypač pažengusio lygmens interneto vartojime. Vis didesnę reikšmę turės ir dirbtinis intelektas. Jis gali palengvinti sudėtingesnes užduotis ir sumažinti įėjimo barjerus, tačiau kartu gali mažinti poreikį dalį įgūdžių lavinti „rankiniu būdu“. Jaunesnių žmonių atveju svarbiausias pokytis greičiausiai bus ne gebėjimų rodiklių augimas, o kompetencijų persitvarkymas. Techninius veiksmus vis dažniau keis gebėjimas orientuotis informacijos srautuose,

atpažinti klastotes ir saugiai veikti skaitmeninėje erdvėje. Dirbtinio intelekto įrankiai gali „nuleisti kartelę“ kai kuriems veiksams (paieškai, tekstų kūrimui, techninių sprendimų taikymui), todėl dalis žmonių atrodys „pažangesni“. Tačiau kartu didėja rizika, kad, stokoiant kritinio supratimo, formuosis perdėtas pasitikėjimas, o manipuliacijas bus sunkiau atpažinti. Todėl tikėtina, jog skirtingų amžiaus grupių bazinių gebėjimų lygis supanašės, o didžiausiu iššūkiu taps ne klausimas „ar moku naudotis“, bet ar moku suprasti, patikrinti ir atsakingai taikyti informaciją, ypač dirbtinio intelekto tarpininkaujamoje informacinėje aplinkoje.

3.3.1 lentelė. Rodiklio „Sugebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis“ reikšmių amžiaus grupėse prognozė

Rodiklį sudarantieji komponentai	Amžiaus gr.	Reikšmė 2017 m.	Reikšmė 2021 m.	Reikšmė 2025 m.	Realus pokytis per pask. 4 metus	Realus pokytis per pask. 8 metus	Prognozuojamas pokytis 2027	Prognozuojamas pokytis 2030
Kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimai	18-25	91,49	83,91	85,11	1	-6	0	1
	26-35	81,97	83,33	89,33	6	7	1	2
	36-45	74,81	82,40	83,32	1	9	1	3
	46-55	54,55	76,19	78,27	2	24	3	7
	56+	24,97	58,81	46,85	-12	22	5	11
Subalansuotas ir aktyvus žiniasklaidos priemonių naudojimas	18-25	67,16	63,40	60,54	-3	-7	-1	-2
	26-35	56,63	64,23	61,73	-3	5	1	2
	36-45	52,54	63,50	58,02	-5	5	1	2
	46-55	42,12	59,80	54,74	-5	13	2	5
	56+	28,15	50,87	38,98	-12	11	3	6
Pažengusio lygmens interneto vartojimas	18-25	67,38	73,49	64,45	-9	-3	0	1
	26-35	57,65	81,58	80,42	-1	23	2	5
	36-45	51,81	78,17	79,29	1	27	2	5
	46-55	36,48	75,23	69,30	-6	33	4	11
	56+	17,37	57,93	36,23	-22	19	5	13

KRITIŠKAS VERTINIMAS

Kritiško vertinimo rodiklis yra sudarytas iš žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimo, supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimo bei vartotojų elgsenos. Per paskutinių aštuonerių metų laikotarpį ši rodiklių grupė šiek tiek paaugo, tačiau jos įverčiai yra žemesni, nei 2021 m. tyrime. Norint nustatyti, kaip gali keistis gyventojų kritiškas požiūris į žiniasklaidos priemones bei jų teikiamą turinį, verta atkreipti dėmesį į tai, kad per pastaruosius 5–6 metus tiek valdžios institucijos, tiek ir privačios organizacijos daug dėmesio skyrė švietimui apie propagandą, netikrų žinių ir kitų neigiamų žiniasklaidos reiškinių atpažinimą, poveikį ir visuomenės atsparumą didinimą. Dėmesys šiems reiškiniams, tikėtina, turėjo ryškesnį poveikį COVID-19 laikotarpiu ir tai galimai atsispindi 2021 m. tyrimo rezultatuose. Tačiau paskutinių 4 metų dinamika

rodo šių rodiklių stabilizaciją ir net šiojų tokių mažėjimą. Tikėtina, kad tas poveikis jau beveik pasiekė savo maksimalias ribas ir tam tikrą prisotinimą. 2021 m. daugeliui žmonių „kritiškumas“ buvo labiau suaktyvėjęs dėl situacijos, o 2025 m. grįžo labiau į įprastą kasdienybę. 2021 m. Lietuvoje (kaip ir kitur) informacinė aplinka buvo „aštresnė“: pandemijos informacija, augęs skaitmeninių kanalų vartojimas, daugiau priežasčių tikrinti ir lyginti šaltinius. Be to, 2021 m. dalis imties buvo apklausta internetu, o tai galėjo šiek tiek padidinti su internetu susijusių kompetencijų rodiklius – todėl 2021 m. kai kur matome piko efektą, kuris 2025 m. (grįžus tik prie tiesioginio interviu metodo) natūraliai sumažėjo. Verta atkreipti dėmesį ir tai, jog pagerinti žinių lygį yra lengviau nei pakeisti elgesį. Neretai žmonės supranta, kad reikia tikrinti, bet realybėje skuba, pasitiki įpročiu, remiasi vienu kanalu arba dalinasi emocijomis. Todėl, kalbant apie kritiškus vertinimus, dažnai vartotojų elgsena gerokai atsilieka nuo teorinių žinių.

Tolimesnė perspektyva tampa dar sudėtingesnė dėl dviejų jėgų, kurios veiks priešingomis kryptimis. Viena vertus, dirbtinis intelektas gali padėti žmonėms (ypač vyresniems) lengviau pasitikrinti, susirasti kontekstą, suprasti sudėtingą tekstą – tai potencialiai palaiko „supratimo“ ir net elgsenos augimą. Kita vertus, dirbtinis intelektas didina klaidinančio turinio kiekį ir kokybę (*deepfake*, sintetiniai tekstai, „įtikinami“ melai), todėl kritiškas vertinimas tampa nebe kartą išmokstamas, o nuolat atnaujinamas įgūdis. Neatsitiktinai ES reguliavime atsiranda aiškios kryptys: DI Aktas⁶ numato etapais įsigaliojančias pareigas (įskaitant dirbtinio intelekto raštingumo akcentus ir skaidrumą), o Skaitmeninių paslaugų aktas⁷ (SPA) stiprina platformų skaidrumo ir atsakomybės logiką, taip pat ES yra stiprinamas Kovos su dezinformacija kodeksas⁸ SPA rėmuose. Todėl tikėtina, kad „reguliavimo supratimas“ ir toliau labai nuosaikiai gerės (nes tema vis dažniau aptariama viešai), „turinio/poveikio supratimas“ labiau svyruos (priklausomai nuo informacinių krizių ir dirbtinio intelekto bangų), o lėčiausiai keisis vartotojų elgsena, nes čia realaus proveržio tempą ribos įpročiai, platformų algoritmai ir greito turinio kultūra, kurią Reuters instituto apžvalgos⁹ sieja su augančia priklausomybe nuo socialinių tinklų ir video platformų.

2017–2025 m. laikotarpiu amžiaus grupėse ryškėja gana nuoseklus vaizdas. Vidutinio amžiaus gyventojai (26–45 m.) pamažu tampa kritiškesni, nes jiems dažniau tenka spręsti praktiškus informacijos klausimus, susijusius su darbu, šeima ir paslaugomis, todėl jie dažniau susiduria su skirtingais šaltiniais ir priversti juos palyginti. Jauniausieji (18–25 m.) paprastai gerai orientuojasi skaitmeninėje aplinkoje, tačiau jų kritinis vertinimas ženkliai neįkyla. Jie informaciją dažnai gauna iš kelių platformų, daug ką vartoja greitai, „per srautą“, todėl tikrinimo įpročiai ne visada stiprėja. Vyresnių (56+) grupėje dinamika labiausiai priklauso nuo konteksto: krizinių laikotarpių ar informacinio triukšmo metu atsargumas išauga, tačiau vėliau dalis elgsenos grįžta į įprastą ritmą.

⁶ Žr.: „AI Act“ <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/lt/policies/regulatory-framework-ai>>

⁷ Žr.: „The Digital Services Act“ <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/lt/policies/safer-online>>

⁸ Žr.: „The Code of Conduct on Disinformation“ <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/lt/library/code-conduct-disinformation>>

⁹ Žr.: „Digital News Report 2025“ <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>>

Todėl šioje grupėje dažniau matomi svyravimai, o ne nuoseklus augimas.

Žvelgiant į ateitį, tikėtina, jog kritinis informacijos vertinimas taps dar reikšmingesnis, tačiau jis nebūtinai stiprės savaime. Dirbtinio intelekto plėtra ir klastočių, pavyzdžiui, įtikinamų vaizdo ar garso įrašų, gausėjimas reiškia, kad gyventojams vis dažniau reikės tikrinti informaciją, lyginti šaltinius ir sąmoningai sustoti prieš dalijantis turiniu. Tai gali lemti lėtesnį, bet kryptingą augimą vidutinio amžiaus grupėse, o didžiausi iššūkiai išliks dviejose srityse: jauniausiems dėl impulsyvaus vartojimo ir platforminių „burbulų“, vyresniems dėl pasitikėjimo bei saugumo rizikų ir įpročių inercijos. Norint, kad rodiklis realiai augtų, vien žinių stiprinimo nepakaks, bet bus svarbu skatinti keisti visuomenės elgseną: skatinti nuoseklius informacijos tikrinimo įpročius, atsargumą dalijantis informacija, turėti aiškius patikimų šaltinių orientyrus ir kriterijus.

3.3.2 lentelė. Rodiklio „Kritiškas vertinimas“ reikšmių amžiaus grupėse prognozė

Rodiklį sudarantieji komponentai	Amžiaus gr.	Reikšmė 2017 m.	Reikšmė 2021 m.	Reikšmė 2025 m.	Realus pokytis per pask. 4 metus	Realus pokytis per pask. 8 metus	Prognozuojamas pokytis 2027	Prognozuojamas pokytis 2030
Žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimas	18–25	34,89	42,31	34,51	-8	0	0	1
	26-35	31,13	42,97	37,72	-5	7	1	1
	36-45	31,53	40,98	35,50	-5	4	1	2
	46-55	31,09	38,63	35,67	-3	5	1	2
	56+	28,98	36,9	29,26	-8	0	0	1
Supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą	18-25	58,98	58,41	63,15	5	4	1	1
	26-35	57,20	61,46	68,79	7	12	1	3
	36-45	57,29	62,41	65,44	3	8	1	3
	46-55	54,55	59,59	62,70	3	8	1	3
	56+	48,84	57,78	53,24	-5	4	1	2
Vartotojų elgsena	18-25	17,80	22,88	20,95	-2	3	0	1
	26-35	15,37	20,88	19,78	-1	4	0	1
	36-45	14,31	20,51	21,26	1	7	1	2
	46-55	9,16	18,35	14,97	-3	6	1	2
	56+	3,60	17,33	6,12	-11	3	1	2

KOMUNIKACINIAI GEBĖJIMAI

Komunikacinių gebėjimų vertinimo kriterijus apima socialinius santykius, pilietišką dalyvavimą ir turinio kūrimą. Socialiniai santykiai skaitmeninėje erdvėje tampa norma visose amžiaus grupėse (reikšmingas augimas vyresnėse amžiaus grupėse), tačiau pilietiškasis dalyvavimas ir turinio kūrimas yra labiau inertiški, linkę šiek tiek banguoti priklausomai nuo aktualijų, pasitikėjimo, saugumo jausmo ir platformų taisyklių. Svarbu atkreipti dėmesį ir į tai, jog ilgainiui kinta komunikacijos formos bei kanalai – pereinama prie trumpų, greitų formatų, uždaresnių kanalų

ir grupių.

COVID-19 pandemija 2020–2021 m. komunikaciniams gyventojų gebėjimams suveikė kaip trumpalaikis katalizatorius - žmonės daugiau bendravo nuotoliu, dažniau derino kasdienes reikalus internetu ir aktyviau reagavo į viešąją darbotvarkę. Šios tendencijos buvo stebimos ne tik Lietuvoje. Eurostat duomenimis¹⁰, 2020 m. ES labiausiai, palyginti su 2019 m., dėl tiesioginės socialinės distancijos ribojimų priemonių išaugo internetiniai telefono ir vaizdo skambučiai. Todėl tikėtina, kad 2021 m. dalyje rodiklių dedamųjų matėsi laikinas pikas, o pasibaigus pandemijai komunikavimo įgūdžiai išliko, tačiau, poreikis ir intensyvumas atslūgo. Prie šio efekto galėjo prisidėti ir apklausos metodika: 2021 m. mišrus rinkimas (įskaitant internetą) galėjo šiek tiek pervertinti su internetu susijusias veiklas, o 2025 m. grįžus prie tiesioginių interviu rezultatai labiau atspindi įprastą kasdienybę.

Žvelgiant į 2027–2030 m., tikėtina, jog komunikacinius gebėjimus veiks dvi priešingos kryptys. Viena vertus, kartų kaita, paprastesni įrankiai ir dirbtinis intelektas turėtų mažinti barjerus vyresnėms grupėms: bus lengviau palaikyti ryšius ir įsitraukti, pavyzdžiui, susiformuluoti tekstą ar išversti žinutę. Kita vertus, pilietinį dalyvavimą ir turinio kūrimą gali riboti platformų „triukšmas“ ir algoritmų skatinamas greitas, emocijomis paremtas vartojimas. Kartu daugėjant dezinformacijos ir dirbtinio intelekto sugeneruoto turinio, daliai žmonių gali mažėti noras viešai reikštis, ypač jei trūksta pasitikėjimo ir saugumo jausmo. Tikėtina, kad socialinių ryšių palaikymas vyresnėse grupėse greičiausiai augs lėtai ir gana stabiliai, o jaunose grupėse labiau stabilizuosis. Tuo metu pilietinį dalyvavimą ir turinio kūrimą reikėtų prognozuoti atsargiai. Čia tikėtini nedideli pokyčiai ir galimi bangavimai, nes svarbios ne tik technologijos, bet ir visuomenės klimatas, pasitikėjimas bei pačių platformų taisyklės.

¹⁰ Žr.: <<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20210126-2>>

3.3.3 lentelė. Rodiklio „Komunikaciniai gebėjimai“ reikšmių amžiaus grupėse prognozė

Rodiklį sudarantieji komponentai	Amžiaus gr.	Reikšmė 2017 m.	Reikšmė 2021 m.	Reikšmė 2025 m.	Realus pokytis per pask. 4 metus	Realus pokytis per pask. 8 metus	Prognozuojamas pokytis 2027	Prognozuojamas pokytis 2030
Socialiniai santykiai	18-25	68,09	62,50	60,70	-2	-7	0	0
	26-35	62,30	65,18	57,34	-8	-5	0	0
	36-45	48,33	54,57	57,76	3	9	0	1
	46-55	31,58	54,38	50,62	-4	19	1	3
	56+	8,64	39,84	31,38	-8	23	2	4
Pilietiškas dalyvavimas	18-25	-3,40	-2,10	-6,04	-4	-3	0	0
	26-35	-5,57	2,90	-2,76	-6	3	0	1
	36-45	-2,33	-0,79	-7,96	-7	-6	0	0
	46-55	-7,17	-3,44	-7,76	-4	-1	0	1
	56+	-9,14	-8,36	-13,47	-5	-4	0	0
Turinio kūrimas	18-25	0,18	-2,16	-6,49	-4	-7	0	0
	26-35	-7,31	2,23	-11,62	-14	-4	0	1
	36-45	-17,99	-8,88	-21,70	-13	-4	0	1
	46-55	-32,36	-15,21	-27,16	-12	5	1	2
	56+	-42,42	-30,44	-37,59	-7	5	1	2

LIETUVOS ŽINIASKLAIDOS PRIEMONIŲ VERTINIMAS

Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimas susideda iš Lietuvos tautinių mažumų įvertinimo, informacinių grėsmių bei žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo. Kalbant apie tautinių mažumų dedamąją, čia buvo vertinama, ar, respondentų nuomone, Lietuvoje pakanka žiniasklaidos priemonių rusų ir lenkų kalbomis. Remiantis apklausos rezultatais, matyti, kad pritarimas teiginiui, jog tokių priemonių pakanka, yra sumažėjęs (lyginant su 2017 m.) ir išlieka panašiam lygyje, kaip ir 2021 m.. Tikėtina, kad šiam vertinimui įtakos turėjo viešojoje erdvėje vis dažniau akcentuojama problema, jog Lietuvoje gyvenantys kitataučiai gali būti reikšmingai veikiami Rusijos žiniasklaidos, o patrauklaus ir kokybiško vietinio turinio jų kalbomis vis dar trūksta. Papildomu veiksmu tapo ir tai, kad po Rusijos plataus masto invazijos į Ukrainą Lietuvoje buvo sustabdytas dalies rusiškų televizijos kanalų retransliavimas. Kol kas nematyti aiškių ženklų, kad artimiausiu metu ši situacija reikšmingai pasikeistų, todėl didelių teigiamų pokyčių šioje dedamojoje artimiausiu metu tikėtis būtų sudėtinga.

Panašios tendencijos stebimos ir kalbant apie informacinių grėsmių bei žiniasklaidos priemonių nepriklausomumo vertinimą. Informacinių grėsmių vertinimas dažnai tampa stabilus nerimo rodikliu. Kuomet visuomenė nuolat girdi apie melagenas, propagandą, manipuliacijas ar kibernetines rizikas, suvokimas, kad yra daug grėsmių, tampa kasdienybe, todėl šis vertinimas beveik nekinta ir labiau atliepia bendrą nuolatinį triukšmo lygį. Pastaraisiais metais prie šio

informacinio triukšmo prisideda ir dirbtinio intelekto įrankių ir jų sugeneruoto turinio paplitimas bei naudojimas žiniasklaidoje. Daliai žmonių tampa sunkiau atskirti, kas yra autentiška, kas yra redaguota ar sugeneruota, todėl atsiranda papildomas neapibrėžtumo jausmas. Manoma, jog dirbtinis intelektas pats savaime nebūtinai vien blogina situaciją – jis tiesiog padidina poreikį orientuotis ir pasitikėti aiškiais ženklais (šaltiniu, redakcine atsakomybe, skaidrumu).

Žiniasklaidos nepriklausomybės dedamosios vertinimas rodo neigiamą tendenciją – pasitikėjimas nepriklausomumu nuo 2017 m. mažėja. Pastaruoju metu žiniasklaida susilaukia gana nemažai kritikos dėl jos neobjektyvumo, neprofesionalumo, angažuotumo vienai nuomonei, nuomonių įvairovės nebuvimo. Nepriklausomumo vertinimui didelę įtaką daro ir tai, kaip žiniasklaida bando išlaikyti auditorijos dėmesį. Kai konkurencija dėl auditorijos dėmesio ir paspaudimų didėja, o pajamų modeliai silpnėja, atsiranda daugiau pagundos rinktis labiau emocinį, konfliktinį ar provokuojantį pateikimą. Tai nebūtinai reiškia, kad turinys yra neteisingas, bet toks formatas kuria įspūdį, kad žiniasklaida siekia dėmesio bet kokia kaina, o tuomet žmonėms lengviau patikėti, kad turinį valdo ne profesionalūs standartai, o interesai. Tokį įspūdį sustiprina ir informacinių burbulų reiškinys, kai žmonės mato tik dalį vaizdo, kiti kanalai atrodo šališki, o nuomonių įvairovė suvokiama kaip sumažėjusi. Tikėtina, kad artimiausioje perspektyvoje šioje rodiklių grupėje didelių teigiamų pokyčių nereikėtų tikėtis. Jei nepriklausomumo vertinimas bent jau nesmuks, tai galėtų suteikti pagrindą atsargiai gerėti ir bendrai rodiklių grupei, tačiau jei informacinis triukšmas, geopolitinė įtampa ir „dėmesio ekonomikos“ logika išliks dominuojantys, visuomenės vertinimai ir toliau bus kritiški ar bent jau labai atsargūs.

3.3.4 lentelė. Rodiklio „Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimas“ reikšmių amžiaus grupėse prognozė

Rodiklį sudarantieji komponentai	Amžiaus gr.	Reikšmė 2017 m.	Reikšmė 2021 m.	Reikšmė 2025 m.	Realus pokytis per pask. 4 metus	Realus pokytis per pask. 8 metus	Prognozuojamas pokytis 2027	Prognozuojamas pokytis 2030
Lietuvos tautinių mažumų įvertinimas	18-25	39,96	33,15	34,55	-5	1	0	0
	26-35	39,34	33,08	37,03	-2	4	0	0
	36-45	38,50	32,87	35,45	-3	3	0	0
	46-55	39,47	34,42	34,86	-5	0	0	0
	56+	38,24	35,12	33,03	-5	-2	0	-1
Informacinės grėsmės	18-25	30,45	29,74	30,28	0	1	0	0
	26-35	31,46	28,74	30,36	-1	2	0	0
	36-45	31,72	27,81	29,41	-2	2	0	0
	46-55	31,30	29,96	29,59	-2	0	0	0
	56+	31,28	28,85	30,65	-1	2	0	0
Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumas	18-25	29,36	27,84	26,87	-2	-1	0	-1
	26-35	29,91	26,74	26,52	-3	0	0	0
	36-45	30,59	25,63	26,06	-5	0	0	0
	46-55	30,67	26,87	25,63	-5	-1	0	-1
	56+	29,84	26,29	26,03	-4	0	0	0

3.4. PROGNOZIŲ SKAIČIAVIMAS

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

$\text{Komponentas } (K_n) = \frac{\sum_{i=1}^5 z_i (s_i + \Delta x_i)}{5}$ <p>n – komponento numeris i=1, ..., 5 – amžiaus grupės z_i – prognozuojama komponento reikšmė amžiaus grupėje s_i – amžiaus grupės svoris Δx_i – gyventojų sudėties pokytis 2025–2030 m.</p>	$\text{Rodiklis } (R_N) = \frac{K_1 + K_2 + K_3}{3}$ <p>N – rodiklio numeris K₁ – pirmasis komponentas K₂ – antrasis komponentas K₃ – trečiasis komponentas</p>
--	---

Apskaičiavus komponentų reikšmių prognozes, matoma, kad didžiausi pokyčiai yra prognozuojami pažengusio lygmens interneto vartojimo srityje. Tikėtina, jog per penkerius metus šios dedamosios reikšmė išaugs **8,6 balais** ir 2030 m. sieks **69,9 balo** iš 100. Kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimų komponentas išaugs **6,4 balo**, o subalansuoto ir aktyvaus žiniasklaidos priemonių naudojimo komponentas tikėtina padidės 3,8 balais. Supratimo apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimo dedamosios reikšmė išaugs 2,8 balais, o vartotojo elgsenos komponentė pakils 1,8 balo. Komunikacinių gebėjimų rodiklio dedamosios „Socialiniai santykiai“ reikšmė išaugs 2,4 balo ir 2030 m. sieks 50,0 balų. Prognozuojama, kad visi kiti vertinimo komponentų rodikliai turėtų reikšmingai nesikeisti.

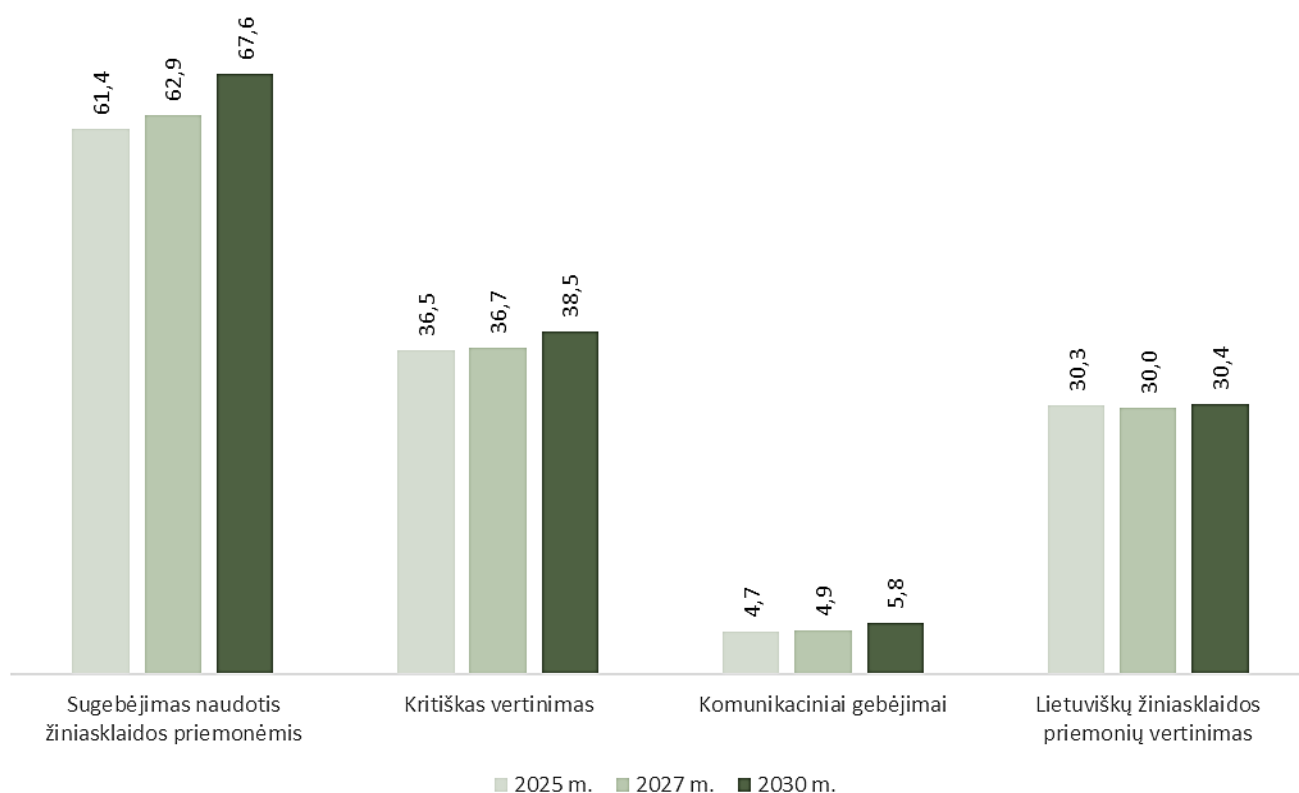
3.4.1 lentelė. Rodiklių komponentų reikšmių prognozė

	2025	2027	2030	Skirtumas 2030–2025
Kompiuterinio raštingumo ir interneto gebėjimai	71,10	72,60	77,47	6,37
Subalansuotas ir aktyvus žiniasklaidos priemonių naudojimas	51,80	52,70	55,55	3,75
Pažengusio lygmens interneto vartojimas	61,30	63,51	69,89	8,59
Žiniasklaidos priemonių turinio bei jų veikimo supratimas	33,70	33,79	35,26	1,56
Supratimas apie žiniasklaidos priemones ir jų reguliavimą	61,10	61,32	63,91	2,81
Vartotojų elgsena	14,60	15,08	16,39	1,79
Socialiniai santykiai	47,60	47,77	50,01	2,41
Pilietiškasis dalyvavimas	-8,70	-8,75	-8,67	0,03
Turinio kūrimas	-24,80	-24,36	-24,00	0,80
Lietuvos tautinių mažumų įvertinimas	34,70	34,31	34,61	-0,09
Informacinės grėsmės	30,10	29,82	30,42	0,32
Žiniasklaidos priemonių nepriklausomumas	26,10	25,87	26,10	0,00

Dėl tolesnio gyventojų skaitmeninių įgūdžių stiprinimo, kartų kaitos, besikeičiančių interneto vartojimo įpročių iki 2030 m. prognozuojamas nuosaikus bendras žiniasklaidos raštingumo augimas.

Gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis turėtų padidėti ženkliausiai - nuo 61,4 balo 2025 m. iki 67,6 balo 2030 m. (**apie +6,2 balo**), kadangi šis rodiklis labiausiai susijęs su techninių ir praktinių įgūdžių stiprinimu bei natūralia kartų kaita. Prognozuojama, kad **Kritiškas vertinimas** augs labai nuosaikiai nuo 36,5 iki 38,5 balo (apie **+2,0 balo**), kadangi šios nuostatos ir elgsena kinta lėčiau. **Komunikacinių gebėjimų rodiklių augimas** prognozuojamai didėtų labai nežymiai nuo 4,7 iki 5,8 balo (apie **+1,1 balo**). Tuo tarpu **lietuviškų žiniasklaidos priemonių vertinimas tikėtina** iš esmės išliks stabilus – nuo 30,3 iki 30,4 balo (apie +0,1 balo), nes požiūris į nepriklausomumą ir informacinę aplinką labiau priklauso nuo bendro pasitikėjimo klimato nei nuo technologinių ar įgūdžių pokyčių.

3.4.1 pav. Rodiklių reikšmių prognozė



SKYRIAUS IŠVADOS

Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo rodiklių prognozės buvo skaičiuojamos trimis pagrindiniais etapais: demografinių prognozių prielaidos, vertinimo kriterijų prognozių prielaidos ir galutinių reikšmių prognozės.

Pirmoji dalis buvo orientuota į Lietuvos gyventojų sudėties pagal amžiaus grupes analizę 2025–2030 m. laikotarpiu. Atsižvelgiant į istorinius duomenis bei remiantis oficialiomis „Lietuvos duomenų agentūros“ prognozėmis buvo apskaičiuoti Lietuvos demografinės sudėties pokyčiai nuo 2025 iki 2030 m. Apskaičiuoti pokyčiai buvo pridėti prie amžiaus grupių svorių (tam tikrą amžiaus grupę reprezentuojančių respondentų dalis nuo visų respondentų) ir taip gauti naujieji 2030 ir ankstesnių metų rodiklių dedamųjų svoriai.

Antrosios dalies esmė – rodiklių komponentų reikšmių pokyčio nustatymas pagal amžiaus grupes. Pirmiausia, buvo apskaičiuotos visų rodiklių dedamųjų reikšmės amžiaus grupėse. Remiantis esminiais skirtumais tarp amžiaus grupių, ekspertų įžvalgomis bei globaliomis tendencijomis, buvo nustatyti preliminarūs rodiklių reikšmių pokyčiai kiekvienoje amžiaus grupėje. Susumavus pokyčius su dabartiniais balais, buvo gautos 2030 m. reikšmės.

Paskutinio etapo metu buvo skaičiuojamos rodiklių komponentų reikšmės, vedant vidurkį iš visų naujų amžiaus grupių reikšmių ir atitinkamų svorių sandaugų. Rodiklis apskaičiuotas vedant vidurkį iš trijų sudarančių komponentų reikšmių.

Prognozuojama, dėl tolesnio gyventojų skaitmeninių įgūdžių stiprėjimo, kartų kaitos, besikeičiančių interneto vartojimo įpročių pagerės **Lietuvos gyventojų gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis**. Šis rodiklis turėtų padidėti **6,2 balo** iki 67,6 balo 2030 m. Tai logiška tęstinė kryptis, kadangi Lietuvoje interneto skvarba jau pasiekusi labai aukštą lygį, e. paslaugų naudojimas tapęs kasdienybe, o vyresnėse amžiaus grupėse vis dar išlieka rezervas, kuris natūraliai mažėja keičiantis kartoms ir augant praktiniam įsitraukimui.

Prognozuojama, kad **Kritiškas vertinimas** augs labai nuosaikiai apie **+2,0 balo** iki 38,5 balo. Lietuvoje kritinis santykis su informacija jau yra gana stiprus dėl nuolatinio viešo kalbėjimo apie propagandą, dezinformaciją ir informacinį saugumą, ypač karo Ukrainoje kontekste. Tačiau tuo pačiu didėja informacinis triukšmas, poliarizacija ir pasitikėjimo fragmentacija, todėl dalis visuomenės tampa ne tiek „labiau kritiška“, kiek labiau skeptiška ar užsidariusi savo informaciniuose burbuluose.

Komunikacinių gebėjimų rodikliui prognozuojamas labai nežymus **+1,1 balo** augimas nuo 4,7 iki 5,8. Lietuvoje didėja socialinių tinklų naudojimas, dalyvavimas diskusijose, tačiau tai neperauga į aktyvų turinio kūrimą, o pilietinis įsitraukimas išlieka gana siauras ir koncentruotas tam tikrose grupėse.

Prognozuojama, kad **Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklio** reikšmė išliks stabili – apie **30,4** balo. Tikėtina, kad informacinių grėsmių fonas reikšmingai nesikeis ir išliks aukštas. Nors dalis auditorijos profesionalią vietinę žiniasklaidą vertina kaip atsvarą išorės informaciniam spaudimui, kartu išlieka ir kritika dėl šališkumo, interesų grupių atstovavimo.

Tęsiantis šioms įtampoms tarp lūkesčių ir kritikos, reikšmingo bendro rodiklio vertinimo pagerėjimo artimiausiu metu tikėtis sudėtinga.

IV. IŠVADOS

Mobilusis telefonas, televizija bei interneto naudojimas mobiliuosiuose įrenginiuose yra universaliai paplitę žiniasklaidos ir komunikavimo įrankiai Lietuvoje. Mobiliojo telefono naudojimas yra visiškai įprastas absoliučiai daugumai Lietuvos gyventojų, o internetas mobiliajame telefone jau tapo įprastu ir visuotinai paplitusiu dalyku Lietuvos visuomenėje. Kadangi internetas mobiliajame telefone yra lengviau pasiekiamas nei anksčiau, interneto vartojimas kituose prietaisuose pastaraisiais metais šiek tiek sumažėjo. Respondentams svarbiausi informacijos šaltiniai yra internetas ir televizija.

Internetu Lietuvos gyventojams didžiausią svarbą išlaiko žinių portalai ir socialiniai tinklai. Kuo jaunesni žmonės, tuo jiems svarbesni socialiniai tinklai, tinklaraščiai, blogai, diskusijų forumai bei dirbtinio intelekto pokalbių svetainės / programėlės.

Patikimiausi informacijos šaltiniai Lietuvos gyventojams – radijas bei televizija. Informacija, pateikiama laikraščiuose, žurnaluose bei interneto naujienų portaluose pasitikima mažiau, o dirbtinio intelekto svetainių / programėlių pateikiama informacija pasitikima mažiausiai. Pastarasis informacijos šaltinis dar yra gana naujas ir ne visos Lietuvos gyventojų grupės moka juo naudotis. Palyginti su 2021 m. tyrimu, šiek tiek padidėjo vidutinis pasitikėjimas informacija nepriklausomai nuo informavimo kanalo.

Užsienio žiniasklaidos priemonių vartojimas Lietuvoje sumažėjo. Anksčiau dažniausiai buvo vartojama Rusijos žiniasklaida, o prasidėjus Rusijos plataus masto karui prieš Ukrainą Lietuvoje buvo apribota prieiga prie Rusijos žiniasklaidos priemonių, tad sumažėjo bendra dalis gyventojų, vartojančių žiniasklaidą šia kalba, o taip pat ir bendrai užsienio kalbomis. 2026 m. apklausoje dažniausiai minimos užsienio šalių žiniasklaidos priemonės – JAV ir Rusijos .

Dauguma šalies gyventojų savo kompiuterinio raštingumo gebėjimus vertina kaip pakankamus ne tik komunikacijai, bet ir praktiniams poreikiams tenkinti (pvz. ieškotis darbo). Internetas dažniausiai naudojamas siekiant palengvinti ir supaprastinti kasdieninius reikalus (bendravimui, internetinei bankininkystei, prekių paieškai ir įsigijimui), pramogoms (muzika, filmai, knygos), naujienų paieškai. Aktyviausi interneto vartotojai – 18–35 m. respondentai, aukščiausio išsimokslinimo, didžiausių pajamų grupės atstovai ir didžiųjų miestų gyventojai.

Palyginus su 2021 m. tyrimo duomenimis matyti, kad padidėjo interneto vartotojų dalis, sąmoningai ir nesąmoningai nespaudžianti ant reklamos, kurią pamato internetinėje svetainėje ar gauna el. laišku.

Dauguma interneto vartotojų saugo savo el. pašto adresą, siekdami išvengti SPAM arba brukalo pobūdžio laiškų bei teigė esantys įsidiegę antivirusinę programą, kad apsaugotų kompiuterį nuo virusų. Filtrus ar reklamų blokavimo įskiepi yra įsidiegusi mažesnė dalis interneto vartotojų.

Dauguma interneto vartotojų informacijos internete ieško gimtąja kalba. Dažniausiai naudojamos kitos kalbos – anglų ir rusų.

Dėl netinkamo turinio žiniasklaidoje labai retai kreipiamasi į pačią žiniasklaidos priemonę ar į žiniasklaidos priežiūros instituciją. Beveik kas trečias apklaustasis teigė pastebėjęs žiniasklaidoje ar konkrečiai internete melagienes, o beveik du trečdaliai iš jų teigė, jog patikėjo naujiena, kuri vėliau paaiškėjo esanti netikra. Beveik kas antras Lietuvos gyventojas teigė, jog jiems teko susidurti su suklastotu vaizdo, garso ar nuotraukos turiniu, kai asmuo atrodo sakantis ar darantis tai, ko iš tiesų nesakė / nedarė (angl. *deepfake*).

Sudėtingos informacijos suvokimo ir apdorojimo gebėjimai pačių respondentų yra vertinami gana silpnai.

Lietuvos gyventojai pripažįsta, kad Lietuvos žiniasklaida atlieka svarbų vaidmenį, tačiau mato ir neigiamų aspektų, pasigendama viešų duomenų apie žiniasklaidą. Palyginti su 2021 m., palankumas Lietuvos žiniasklaidai šiek tiek sumažėjo, ji vertinama kritiškiau.

Nors nedaug Lietuvos gyventojų per pastaruosius 12 mėn. dalyvavo mokymuose, kuriuose buvo mokoma kritiškai vertinti, tikrinti informaciją, saugiai ir atsakingai elgtis internete, dalyvavusieji tokiuose mokymuose teigiamai įvertino šiuos kursus.

Vertinant pagal metodiką apskaičiuotų rodiklių reikšmes, matyti, kad aukščiausiai įvertintas sugebėjimas naudotis žiniasklaida. Tai reiškia, jog Lietuvos gyventojai turi gerus kompiuterinio raštingumo bei interneto gebėjimus bendraujant su kitais žmonėmis, apsaugant savo asmeninius duomenis bei ieškant darbo. Taip pat visuomenės pažengusio lygmens interneto naudojimo rodiklis yra pakankamai aukštas. Lyginant skirtingų tyrimo bangų rezultatus, būtina įvertinti duomenų rinkimo metodų pokyčius. 2017 m. ir 2025 m. apklausos vyko tik tiesioginio interviu būdu, o 2021 m. pusė respondentų buvo apklausiami internetu, kas neišvengiamai 2021 m. rezultatuose turėjo įtakos rodikliams, susijusiems su interneto naudojimu. Per 8 metus nuo 2017 m. gebėjimo naudotis žiniasklaidos priemonėmis rodiklis paaugo 12,2 balais (vidutiniškai 1,5 per metus).

Labai panašiai ir gana gerai vertinamas ir Lietuvos žiniasklaidos priemonių rodiklis. Galima teigti, kad respondentų vertinimu Lietuvoje nėra kritinio informacinių kanalų tautinių mažumų kalbomis trūkumo. Dauguma gyventojų linkę sutikti su teiginiu, jog Lietuvos žiniasklaida yra nepriklausoma, o jos kuriamas turinys skirtas informuoti visuomenę ir šviesti gyventojus. Vis dėlto dalis respondentų žiniasklaidos veiklą ir jos vaidmenį vertina gana kritiškai. Per pastaruosius ketverius metus žiniasklaidos rodiklis išliko stabilus, tačiau ilgesnėje retrospektyvoje jis tebėra žemesnis nei buvo 2017 m.

Kritiško vertinimo rodiklis nuo 2017 m. paaugo, tačiau jis yra šiek tiek žemesnis nei buvo 2021 m.

Žemiausiai įvertintas kriterijus – komunikaciniai gebėjimai. Pilietiško dalyvavimo ir turinio kūrimo komponentų neigiami įvertinimai rodo, jog Lietuvos gyventojai nėra linkę savo nuomonės politiniais ar pilietiniais klausimais reikšti viešai. Taip pat tik maža dalis respondentų per pastaruosius metus yra sukūrę literatūros kūrinį, straipsnį, vaizdinę ar garsinę medžiagą. Kita vertus,

didelė dalis Lietuvos gyventojų naudojami socialiniais tinklais, bendradarbiauja su kitais asmenimis internetiniuose projektuose. Nuo 2017 m. komunikacinių gebėjimų rodiklis paaugo, tačiau jis yra dvigubai žemesnis nei buvo 2021 m.

Lygindami pagrindinio ir papildomo – Lietuvos tautinių mažumų tyrimo – rezultatus, galime teigti, kad esminių skirtumų tarp bendro Lietuvos gyventojų žiniasklaidos priemonių vartojimo raštingumo ir vartojimo raštingumo tarp pagrindinių Lietuvos tautinių mažumų nėra. Vienintelis aspektas, kur stebimas ryškesnis vertinimų skirtumas, yra žiniasklaidos priemonių pakankamumas rusų, lenkų kalbomis – tautinių mažumų atstovai jų pakankamumą vertina šiek tiek prasčiau nei bendra šalies populiacija.

Nuo 2017 m. dauguma rodiklių yra padidėję, išskyrus žiniasklaidos priemonių vertinimą. Tačiau lyginant su 2021 m., daugumos rodiklių reikšmės yra sumažėjusios. Pandemija reikšmingai padidino nuotolinės komunikacijos ir elektroninių paslaugų poreikį, o tai galėjo turėti įtakos aukštesniems kompiuterinio raštingumo ir skaitmeninių priemonių naudojimo rodikliams. Pandemijai pasibaigus, socialinės komunikacijos įpročiai ir elektroninių paslaugų naudojimo intensyvumas iš dalies stabilizavosi.

Prognozuojama, kad dėl tolesnio gyventojų skaitmeninių įgūdžių stiprinimo, kartų kaitos, besikeičiančių interneto vartojimo įpročių pagerės Lietuvos gyventojų gebėjimas naudotis žiniasklaidos priemonėmis. Tai logiška tęstinė kryptis, kadangi Lietuvoje interneto skvarba jau pasiekusi labai aukštą lygį, e. paslaugų naudojimas tapęs kasdienybe, o vyresnėse amžiaus grupėse vis dar išlieka rezervas, kuris natūraliai mažėja keičiantis kartoms ir augant praktiniam įsitraukimui.

Prognozuojama, kad kritiškas vertinimas augs labai nuosaikiai. Lietuvoje kritinis santykis su informacija jau yra gana stiprus dėl nuolatinio viešo kalbėjimo apie propagandą, dezinformaciją ir informacinį saugumą, ypač karo Ukrainoje kontekste. Tačiau taip pat didėja informacinis triukšmas, poliarizacija ir pasitikėjimo fragmentacija, todėl dalis visuomenės tampa ne tiek „labiau kritiška“, kiek labiau skeptiška ar užsidariusi savo informaciniuose burbuluose.

Komunikacinių gebėjimų rodikliui prognozuojamas labai nežymus augimas. Lietuvoje didėja socialinių tinklų naudojimas, dalyvavimas diskusijose, tačiau tai neperauga į aktyvų turinio kūrimą, o pilietinis įsitraukimas išlieka gana siauras ir koncentruotas tam tikrose grupėse.

Prognozuojama, kad Lietuvos žiniasklaidos priemonių vertinimo rodiklio reikšmė išliks stabili. Tikėtina, kad informacinių grėsmių fonas reikšmingai nesikeis ir išliks aukštas. Nors dalis auditorijos profesionalią vietinę žiniasklaidą vertina kaip atsvarą išorės informaciniam spaudimui, kartu išlieka ir kritika dėl šališkumo, interesų grupių atstovavimo. Tęsiantis šioms įtampoms tarp lūkesčių ir kritikos, reikšmingo bendro rodiklio vertinimo pagerėjimo artimiausiu metu tikėtis sudėtinga.

V. REKOMENDACIJOS

1. Skaitmeninio raštingumo ir kritinio mąstymo skatinimas:

- planuoti ir rengti nuolatinės viešas kampanijas bei mokymus, orientuotus į vyresnes amžiaus grupes ir mažiau įsitraukusias bendruomenes; integruoti modulius į suaugusiųjų švietimo programas;

- skatinti mokymus švietimo įstaigose nuo pradinio lygio iki aukštojo mokslo, įtraukiant praktinius faktų tikrinimo įgūdžius.

2. Pilietinis dalyvavimas ir turinio kūrimo skatinimas:

- kurti vietines platformas ir inkubatorius, remti projektus, skatinančius vietinį kūrybinį turinį; skatinti bendruomeninius projektus;

- rengti kampanijas, skatinančias saugų dalyvavimą viešajame diskurse.

3. Žiniasklaidos skaidrumas ir atsakomybė:

- skatinti žiniasklaidos priemonių savireguliaciją, remti viešų duomenų prieinamumą apie nuosavybę ir finansavimą;

- bendradarbiauti su žiniasklaidos institucijomis, kontroliuojančiomis institucijomis ir pilietinėmis organizacijomis dėl žiniasklaidos skaidrumo didinimo.

4. Faktų tikrinimo infrastruktūra ir prevencija:

- remti faktų tikrinimo iniciatyvas ir jų viešinimą; įtraukti faktų tikrinimą į mokymo programas ir viešųjų institucijų komunikaciją.

5. Stebėseną ir vertinimą

- įdiegti nuolatinę stebėsenos schemą; kartoti reprezentatyvų tyrimą kas 2–3 metus, kad būtų įvertinti pokyčiai, sąlygojami tiek technologinės pažangos (dirbtinis intelektas ir pan.), tiek sparčiai besikeičiančios geopolitinės situacijos.

6. Tautinėms mažumoms skirtos priemonės:

- gerinti informacijos prieinamumą rusų ir lenkų kalbomis, įtraukti mažumų specifiką mokymuose ir sklaidoje.