

Lietuvos įvaizdis užsienio žiniasklaidoje

2020 m. I pusmetis



Lietuvos
Respublikos
Vyriausybės
kanceliarija



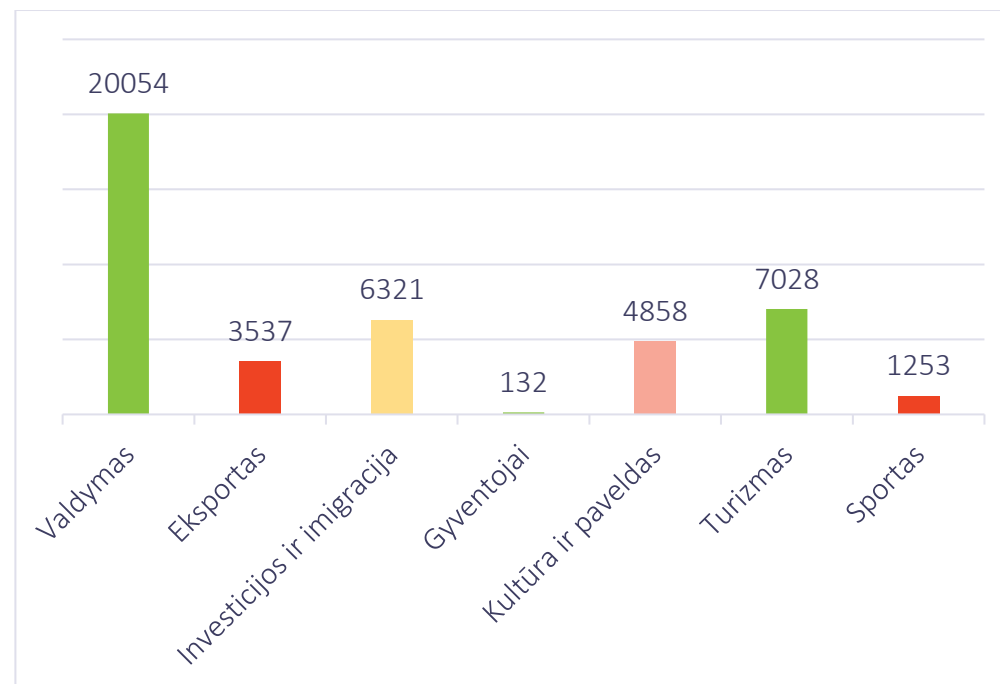
Kuriame
Lietuvos ateitį
2014–2020 metų
Europos Sąjungos
fondų investicijų
veiksmų programa

Turinys

Bendras šalies matomumo užsienio žiniasklaidoje vertinimas .	2
Pranešimų tono ir įtakos šalies įvaizdžiui vertinimas	3
Valdymo dimensijos vertinimas	7
Kultūros ir paveldo dimensijos vertinimas.....	7
Turizmo dimensijos vertinimas	7
Eksporto dimensijos vertinimas.....	8
Investicijų ir imigracijos dimensijos vertinimas.....	8
Gyventojų dimensijos vertinimas.....	8
Sporto dimensijos vertinimas	9
Apibendrinimas.....	9

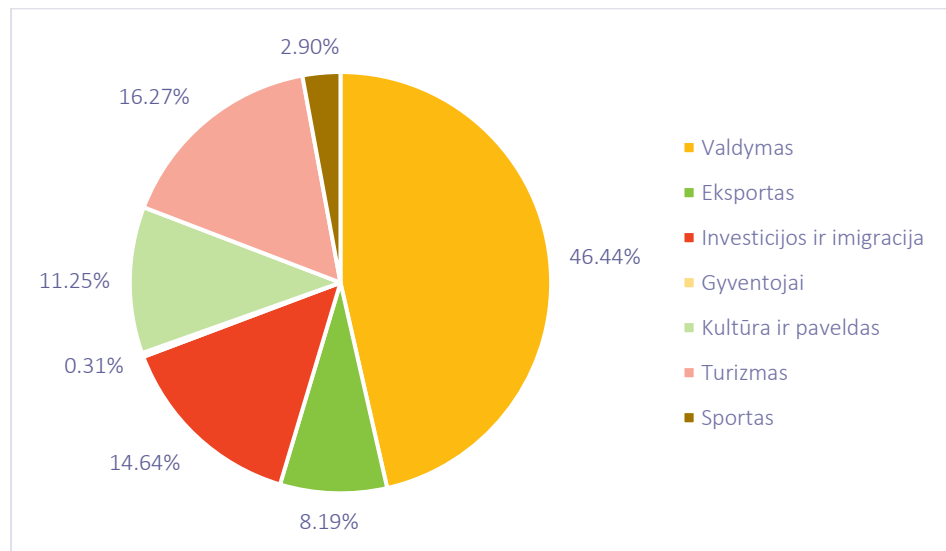
Bendras šalies matomumo užsienio žiniasklaidoje vertinimas

Pirmąjį šių metų pusmetį Lietuvos vardas užsienio žiniasklaidoje paminėtas daugiau nei 43 tūkst. kartų. Socialiniuose tinkluose šalies aktualijos sulaukė daugiau nei 200 tūkst. įrašų. Tarpusavyje lyginant I-ąjį bei II-ąjį ketvirčius, matomas laipsniškas žinių apie Lietuvą mažėjimas, kurį, tikėtina, lėmė COVID-19 pandemijos aktualijų srauto kritimas. Žiniasklaidos portaluose II-ąjį ketv. pasirodė 26,21 proc. mažiau pranešimų nei I-ąjį šių metų ketv. Socialiniuose tinkluose Lietuvos paminėjimų intensyvumas smuko 4,86 proc.



1 pav. Lietuva I-ąjį šių metų ketvirtį paminėta 43 tūkst. kartų

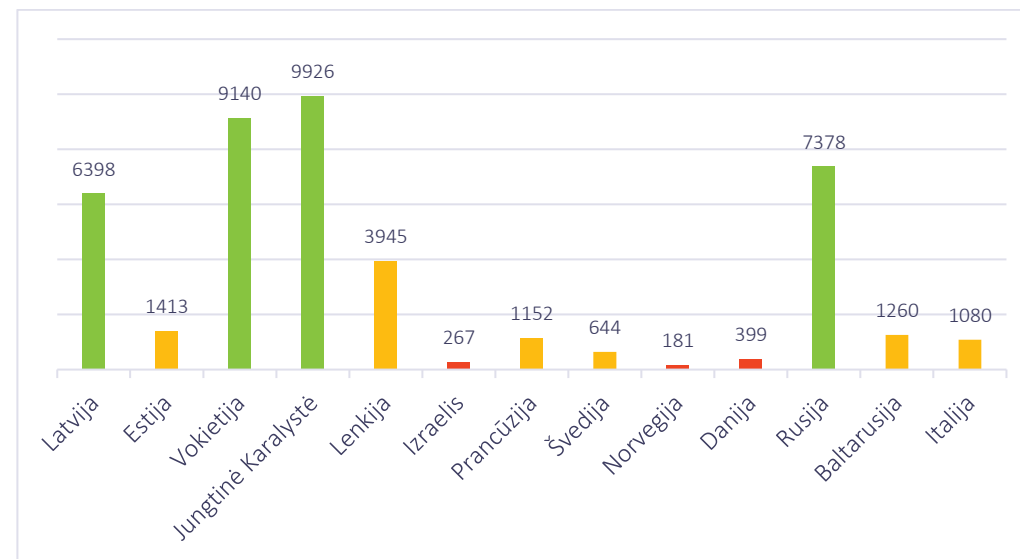
Naujienu apie Lietuvą sklaidos vertinimas buvo atliekamas analizuojant informaciją septyniose šalies įvaizdžio dimensijose: valdymas (užsienio ir vidaus politika), turizmas, eksportas, investicijos ir imigracija, kultūra ir paveldas, gyventojai, sportas. Šį pusmetį didžiausio susidomėjimo, vertinant pranešimų kiekį, sulaukė Valdymo (46,44 proc. visų žinių), Turizmo (16,27 proc.) bei Investicijų ir imigracijos (14,64 proc.) dimensijos.



2 pav. Daugiausiai apie Lietuvą buvo rašoma Valdymo dimensijoje

Užsienio žiniasklaidos ir socialinių tinklų analizė buvo atlikta 13-oje užsienio šalių (Latvija, Estija, Vokietija, Prancūzija, Jungtinė Karalystė, Danija, Švedija, Norvegija, Italija, Izraelis, Rusija, Lenkija, Baltarusija). **Labiausiai Lietuva domėjosi Jungtinės Karalystės (9926 paminėjimai), Vokietijos (9140 paminėjimai), Rusijos (7378 paminėjimai) ir Latvijos (6398 paminėjimai) žiniasklaida.** Daugiausiai apie Lietuvą rašiusių šalių ketvertukas išlieka nepakitęs, lyginant tiek I-ą, tiek II-ą ketvirčius tiek vertinant 2019 m. duomenis. Keitėsi tik šių šalių pozicijos Top šalių

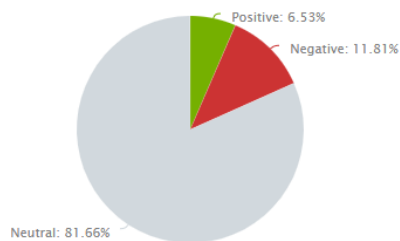
sąrašė. Bendrai apie Lietuvą šių valstybių žiniasklaidos portaluose pasirodžiusių straipsnių skaičius siekia 26,4 tūkst. (61,4 proc. visų žinių apie Lietuvą).



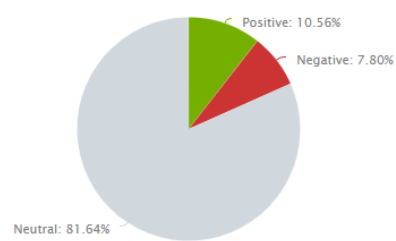
3 pav. Daugiausiai apie Lietuvą rašė Jungtinės Karalystės žiniasklaida

Pranešimų tono ir įtakos šalies įvaizdžiui vertinimas

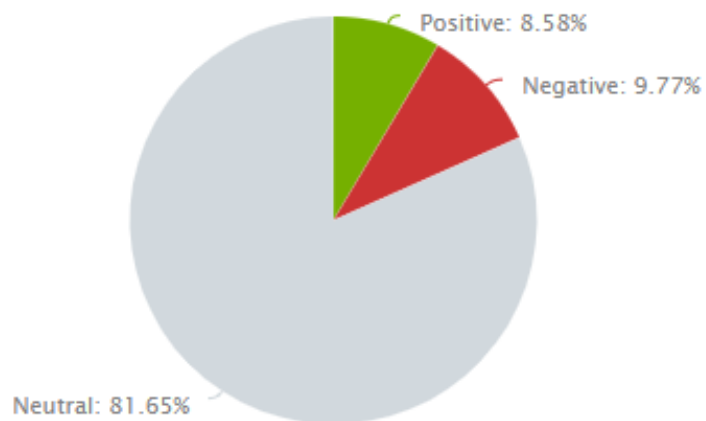
Lyginant I ir II ketvirčio duomenis, pastebimas teigiamo tono pranešimų augimas. Galima daryti prielaidą, kad **teigiamam pranešimų tono pokyčiui galėjo daryti įtakos šalies institucijų II ketvirtį inicijuotos kampanijos bei kitos iniciatyvos, susilaukusios nemažo žiniasklaidos susidomėjimo ir sugeneravusios daugiau reikšmingų teigiamą toną turinčių pranešimų.** Nors šį pusmetį didelė pranešimų dalis buvo susijusi su COVID-19 tema, vis tik neliko nepastebėtos ir šalies institucijų iniciatyvos, reaguojant į pandemijos iššūkius.



4 pav. I ketvirčio tono matavimas



5 pav. II ketvirčio tono matavimas



6 pav. I pusmečio tono matavimas


Daugiausiai teigiamų pranešimų kontekste pasaulio žiniasklaida domėjosi šiomis iniciatyvomis: Baltijos šalių „kelionių burbulu“, taip pat Vilniaus viešųjų erdvių atvėrimu kavinėms bei restoranams, kinu po atviru dangumi, savanorių veikla, technologijų panaudojimu, gaminant apsaugos priemones, Vilties moneta, jamžinusia bendrystę ir solidarumą pandemijos akivaizdoje, „Ačiū, Lietuva!“

kampanija. Prie teigiamų naujienų srauto šį pusmetį prisidėjo ir turizmo skatinimo agentūros „Keliauk Lietuvoje“ II šių metų ketvirtį iniciuota kampanija „Discover colours you never knew existed“, tarptautinis virtualus renginys „Fintech Week Lithuania“ (organizatoriai MITA, Ekonomikos ir inovacijų ministerija, Finansų ministerija, „ROCKIT“, „Fintech Lithuania“ ir „Fintech Hub LT“ asociacijos), pirmą kartą Lietuvoje organizuoti „fintech“ sektoriaus apdovanojimai.

Didžiausią auditoriją pasiekusi žinia apie Baltijos šalių „kelionių burbulą“ (Lietuvos, Latvijos Estijos iniciatyva) per pusantro mėnesio sulaukė daugiau nei 1400 paminėjimų užsienio žiniasklaidos portaluose, bei daugiau nei 2500 įrašų socialiniuose tinkluose. Sprendimas pripažintas įdomiu ir sektinu pavyzdžiu, ieškant ekonomikos atsigavimo bei bendradarbiavimo būdų. Žinia aktyviai domėjosi JAV, Kanados, Australijos, Didžiosios Britanijos, Indijos, Naujosios Zelandijos žiniasklaida. Apie „kelionių burbulą“, paminėdami Lietuvą, rašė tokie portalai kaip Jungtinės Karalystės nacionalinis transliuotojas BBC, „The Guardian“, „The Telegraph“, Prancūzijos „France24“, JAV „CNN“, „New York Times“, „USA Today“, „Yahoo“, „Forbes“, Australijos „News.com.au“, Japonijos „The Japan Times“, Vokietijos DW, Austrijos „DerStandart“ ir kt. Potencialiai žinia pasiekė 5 mlrd. auditoriją, o atsižvelgiant į apie iniciatyvą rašiusių portalų mastą, unikalių vartotojų skaičių bei skaitomumą – „The Baltic Bubble“ kampanijos vertė galėtų siekti 40 mln. eurų.

Reuters
US | May 14 • 12:59 AM

Baltics open Europe's first pandemic 'travel bubble' as curbs ease
IKLA/AINAZI BORDER CROSSING POINT, Estonia/Latvia (Reuters) - Lithuania, Latvia and Estonia opened their borders to each other... such as Italy, Spain, France or Germany. "The similar epidemiological situation and..."



Baltic states, Baltic republics, travel bubble, Baltic nations more

43.2M Reach Social Echo

BBC NEWS

In a statement, Lithuania's Prime Minister Saulius Skvernelis called the move "an opportunity for businesses to reopen, and a glimmer of hope for the people that life is getting back to normal".

Saulius Skvernelis
@Skvernelis_S

Throughout history, Baltic States of Lithuania, Latvia and Estonia have been exposed to a variety of challenges. We will overcome this one as well, thanks to excellent understanding and coordination. #BalticOpening #May15



28 4:55 AM - May 15, 2020

The Guardian • Alison Rourke
GB | May 15 • 5:32 AM

Global report: trade deal fears after Trump threat over Covid-19
Brazil passes 200,000 infections; Baltic travel 'bubble' begins in Australia

outside will need to self-isolate for 14 days. "The Baltic travel bubble is an opportunity for businesses to reopen, and a glimmer..."



travel bubble, Baltic states

97.4M Reach Social Echo Positive

Lietuva buvo matoma per inovacijų ir mokslo pasiekimų prizmę. Šalies vardą ši pusmetį garsino ne tik pranešimai apie Lietuvos FinTech sektoriaus lyderystę pasaulyje, bet ir apie progresyvią startuolių ekosistemą, aukštą kompiuterinį raštingumą mokyklose, šalies mokslininkų pasiekimus (jų atradimai publikuoti tokiuose prestižiniuose leidiniuose kaip „Nature“), inovatyvius sprendimus viešajame sektoriuje – „GovTech Lab“ iniciatyvą. Dėmesio sulaukė ir gyvybės mokslai, pasiekimai biotechnologijų srityje.

Pastebėtina, kad **pozityvių naujienų sraute visą šių metų pusmetį dominavo kultūros lauko temos**. Rašant apie Lietuvos kultūrą, pasaulio žiniasklaidoje buvo minimi Lietuvos fotografų, kino bei teatro atstovų, muzikų, šokėjų pasiekimai bei nauji darbai. Savo pozicijas užsienio žiniasklaidoje išlaikė ir nuolat joje nuskambantys Lietuvos menininkai, tokie kaip operos solistė A. Grigorian, teatro režisierius O. Koršunovas, avangardinio kino krikštatėvis Jonas Mekas. Lietuvos kultūros atstovai nešė žinių apie kultūrinio pasaulio šalyje įvairiapusiškumą, skirtingų meno šakų sinergiją. Pastebimas ir dar vienas Lietuvos patrauklumas užsienio žiniasklaidai – Lietuva ne pirmą kartą pristatoma kaip išskirtinė vieta kino kadrams, tad ir šį pusmetį sklido žinia apie mūsų šalyje filmuotus serialus „Stranger Things“ bei „Černobilis“. Teigiamo dėmesio sulaukė ir „The Roop“ grupė bei jos pergalė alternatyviame „Eurovizijos“ konkurse. Be to, šį pusmetį ir toliau sklido pozityvi žinia apie Lietuvos atstovų pergalės Venecijos bienalėje atgarsis.

Taip pat II šių metų ketvirtį buvo pastebėtas **pozityvaus turizmo naujienų srauto augimas**. Šioje dimensijoje buvo rašyta apie Baltijos šalių „kelionių burbulą“ iniciatyvą, kūrybiškus Vilniaus miesto sprendimus, sienų atvėrimo politiką,

7 pav. „Baltijos kelionių burbulas“ užsienio žiniasklaidoje

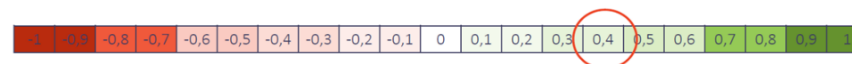
stabdumus, vėliau atnaujinamus skrydžius bei kitus klausimus. Neliko nepastebėtas ir išskirtinis šalies kraštovaizdis – Lietuva pateko į kelis TOP turizmo taškų sąrašus, pasaulio žiniasklaidą sudomino „Keliauk Lietuvoje“ iniciuotos kampanijos: „Discover colours you never knew existed“ bei išleistas 30-ies keisčiausių šaltibarščių žemėlapis.

Didžioji dalis neigiamo turinio naujienų užsienio žiniasklaidoje šį pusmetį buvo susiję su neigiamais COVID-19 viruso padariniais. Taip pat buvo aptariamas pandemijos metu Lietuvoje suaktyvėjęs „melagienų“ srautas, Lietuvos piliečių vykdytos nusikalstamos veiklos, aukštas alkoholizmo lygis šalyje, Holokausto atmintis, Vilniuje planuotas teroro išpuolis, pareigūno S. Žymanto nužudymas, demografinės Lietuvos problemos, „Grigeo Klaipėda“ tarša Kuršių mariose. Tačiau neigiamo tono naujienos sudarė vos 9,77 proc. visų šio pusmečio žinių apie Lietuvą bei buvo fragmentiškos. Vidaus politikos srityje, lyginant su kitomis sritimis, pasirodė didesnė dalis neigiamo tono pranešimų, galimai dėl didelio naujienų srauto susijusio su pandemijos padariniais.

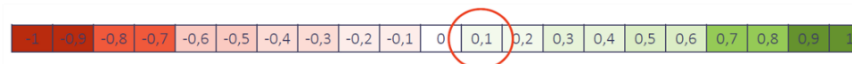
Siekiant tiksliau įvertinti užsienio žiniasklaidos pranešimų įtaką Lietuvos įvaizdžiui, II-ąjį šių metų ketvirtį buvo pradėtas matuoti Palankumo indeksas ir tono vidurkis. Pastebima, kad nepaisant žinių srauto sumažėjimo II šių metų ketvirtį, buvo užfiksuotas teigiamas Lietuvos įvaizdžio įvertinimas užsienio žiniasklaidoje. Matavimas pagal pasirinktą metodologiją buvo atliktas įvertinus tik reikšmingus ir išskirtinius Lietuvos paminėjimus užsienio žiniasklaidoje II-ąjį šių metų ketvirtį, kurie sudarė 21 proc. (715) visų analizuotų pranešimų. Nors dominavo neutralaus tono pranešimai (jie sudarė 41,10 proc. reikšmingų

Lietuvos paminėjimų), didžiausią poveikį Lietuvos žinomumo formavimui turėjo, t. y. į didžiausią auditoriją buvo nukreipti teigiami pranešimai apie šalį (34,69 proc. reikšmingų paminėjimų), kurie ir lėmė teigiamą įvaizdžio įvertinimą užsienio žiniasklaidoje. **Teigiamais pranešimais potencialiai pasiektas skaitytojų skaičius buvo 1,7 karto didesnis nei neutraliais pranešimais pasiektų skaitytojų skaičius, tuo tarpu neigiamų pranešimų potencialiai pasiektą auditoriją pranoko beveik 4 kartus.** Neigiami pranešimai sudarė mažiausią reikšmingų Lietuvos paminėjimų dalį – 21,21 proc.

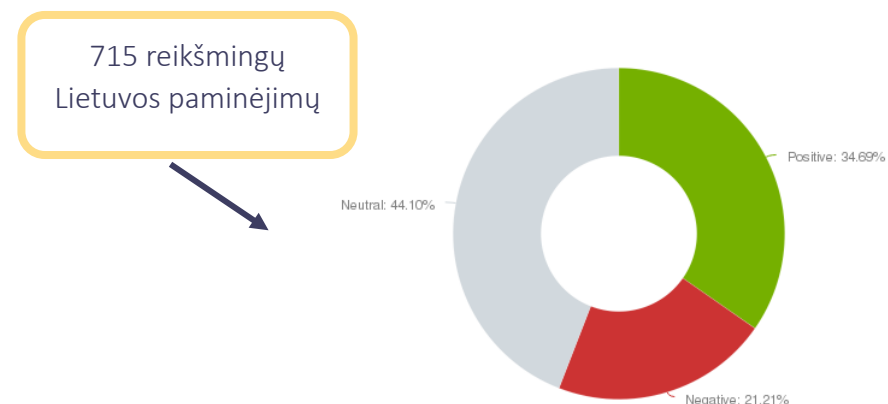
Palankumo indeksas



Tono vidurkis



8 pav. Palankumo indekso ir tono vidurkio matavimas



9 pav. Reikšmingų Lietuvos pranešimų pasiskirstymas pagal toną

Valdymo dimensijos vertinimas

Valdymo (užsienio ir vidaus politika) dimensijoje dominavo Lietuvos užsienio politikos aktualijos, sudariusios apie 75 proc. šios dimensijos naujienų srauto. Valdymo dimensijoje dominavo neutralaus tono pranešimai, tačiau vidaus politikos sub-srityje pastebima daugiau nei kitose srityse neigiamo tono pranešimų. Toks santykis galimai buvo įtakotas didelio naujienų srauto susijusio su pandemijos padariniais.

Aktyviausiai Valdymo dimensija domėjosi Rusijos, Vokietijos, Baltarusijos ir Latvijos žiniasklaida. Daugiausia unikalių pranešimų pastebima Rusijos spaudoje. Pranešimuose pastebimas propagandinis tonas, tad didžioji dalis šių pranešimų išsiskiria neigiamu tonu. Daugiausiai Lietuvą minintis šaltinis *IA Regnum* (Rusija).

Užsienio politikos srityje daugiausiai rašyta apie oficialius valstybių vadovų vizitus, NATO aktualijas, Prezidento G. Nausėdos veiklą, Lietuvos ir ES kibernetinio saugumo pajėgumus, Astravo AE statybą, „Rail Baltica“ projektą, Lietuvos poziciją Rusijos istorijos revizionizmo klausimu, dujotiekio projektą GILP, naftos gabenimą per Lietuvą į Baltarusiją, Baltijos šalių sienų atidarymą.

Vidaus politikoje dėmesio sulaukė šie klausimai: pandemijos aktualijos, Baltijos šalių sienų atidarymas, efektyvi Lietuvos policijos veikla, „Grigeo Klaipėda“ tarša Kuršių mariose, užsieniečių įsidarbinimo Lietuvoje aktualijos.

Kultūros ir paveldo dimensijos vertinimas

Kultūros ir paveldo sritis visą šių metų pirmąjį pusmetį išsiskyrė pozityvių naujienų gausa. Teigiami pranešimai sudarė apie 35 proc. naujienų, tuo tarpu

neigiami pranešimai nesiekė 5 proc. Lietuvos vardas minėtas pranešimuose apie serialų „Stranger Things“ bei „Černobylis“ filmavimą bei grupės „The Roop“ pripažinimą. Išskirtinė dėmesio sulaukė šalies fotografų – A. Vasiliausko, T. Kazakevičiaus, G. Lazutkos – darbai, kino kūrėjai J. Mekas A. Matelis, Š. Bartas, režisierių R. Tumino ir O. Koršunovo, A. Grigorian pasiekimai, D. Narkevičiaus kūryba. Be to, plačiai kalbėta apie kaukių mados savaitę, Šakių rajone iškilusią skulptūrą rašytojui Dž. D. Selidžeriui, Vilniaus Gaono 300-ąsias metines ir Lietuvos dizainerių drabužiais aprengtus, prie staliukų pasodintus manekenus, skatinusius klientus laikytis saugaus atstumo. Taip pat žiniasklaidoje buvo juntami ir Lietuvos laimėjimo Venecijos bienalėje atgarsiai. Beveik visi neigiami, su Kultūros ir paveldo sritimi susiję, pranešimai pasirodė Rusijos žiniasklaidoje, nagrinėjo Holokausto atminties bei sovietinės praeities temas. Nors visose stebimose įvaizdžio srityse, lyginant su I-uoju 2020 m. ketvirčiu, naujienų srautas sumažėjo, Kultūros ir paveldo srityje pokytis buvo juntamas mažiausiai.

Turizmo dimensijos vertinimas

Turizmo naujienų dinamika šį pusmetį buvo ženkliai įtakota COVID-19 pandemijos. I ketvirtį buvo jaučiamas žinių turizmo tematika slūgimas (lyginant su 2019 m. I ketvirčiu), žinios buvo persipynusios su pandemijos naujienomis. II ketvirtyje buvo jaučiamas pozityvių naujienų augimas, galimai įtakotas „Keliauk Lietuvoje“ vykdytos komunikacijos, iniciuotos kampanijos: „Discover colours you never knew existed“. Šioje dimensijoje taip pat buvo rašyta ir apie Baltijos šalių „kelionių burbulo“ iniciatyvą, kūrybiškus Vilniaus miesto sprendimus, sienų atvėrimo politiką, stabdomus, vėliau atnaujinamus skrydžius bei kitus klausimus. Neliko nepastebėtas ir išskirtinis šalies kraštovaizdis – Lietuva pateko į kelis TOP

turizmo taškų sąrašus. Prieš prasidedant pandemijai, užsienio portalai kvietė susipažinti su lietuviška gastronomija. Naujienomis turizmo srityje aktyviausiai domėjosi Jungtinės Karalystės, Vokietijos bei Latvijos žiniasklaida.

Eksporto dimensijos vertinimas

Eksporto dimensijoje dauguma pranešimų buvo persmelkti koronaviruso žinių tematikos (aptariamas pandemijos poveikis verslui, eksporto plėtrai, turizmui). Tačiau taip pat reguliariai pasirodydavo žinių apie Lietuvos startuolius (pozityviai aprašoma Lietuvos startuolių „Vinted“ bei „Ziticity“ veikla). I ketvirtyje aktyviausiai apie šią sritį rašančios šalys buvo Rusija, Vokietija, Baltarusija. Tačiau II ketvirtyje daugiausiai žinių pastebėta Latvijoje, Estijoje ir Baltarusijoje.

Investicijų ir imigracijos dimensijos vertinimas

Investicijų ir imigracijos dimensijoje, II ketvirtyje, lyginant su I-uoju ketvirčiu, padaugėjo neigiamų naujienų, kurios sudarė 14,21 proc. pranešimų šioje įvaizdžio dimensijoje. Tačiau pastebėtina, jog dalis neigiamų pranešimų pasirodė Rusijos žiniasklaidoje ir išsiskyrė propagandiniu tonu.

I ketvirtyje, ypač nuo vasario mėn. dominavo pranešimai susiję su COVID-19 pandemija; buvo analizuojami koronaviruso padariniai ekonomikai, minima, kad Lietuvos ekonomikai skiriama injekcija – 2.5 mlrd. eurų Vyriausybės priemonėms įgyvendinti, taip pat – 5 mlrd. eurų, priemonėms įgyvendinti, įskaitant bankų skolinimo potencialo padidinimą (siekiant užtikrinti išteklius, kurių reikia sveikatos ir visuomenės apsaugos sistemoms efektyviai veikti, padėti išsaugoti darbo vietas ir gyventojų pajamas, padėti verslui išsaugoti likvidumą, skatinti

ekonomiką). Kalbama apie BVP pokytį, nedarbo lygį, likvidumo užtikrinimą, pagalbą smulkiajam verslui – mokesčių atidėjimą. II ketvirtyje ši dimensija taip pat buvo įtakota COVID-19 pandemijos situacijos, buvo rašoma apie poveikį verslui, turizmo paslaugų sektoriui.

Pozityviausias naujienų srautas šioje dimensijoje pastebėtas Inovacijų sub-srityje. Išskirtinio dėmesio susilaukė bei Lietuvos vardą užsienyje garsino Lietuvos mokslininkų pasiekimai – jų publikacijos tokiuose pasauliniuose leidiniuose kaip „Nature“, „Vinted“ ir „Ziticity“ startuoliai bei apskritai progresyvi šalies startuolių ekosistema, „GovTech Lab“ iniciatyva, Lietuvos pasiekimai gyvybės mokslų srityje, vienos didžiausių biotechnologijų kompanijų pasaulyje „Biogen“ plėtra Lietuvoje. Nepastebėtas neliko ir MITA, Ekonomikos ir inovacijų ministerijos, Finansų ministerijos, „ROCKIT“, „Fintech Lithuania“ ir „Fintech Hub LT“ asociacijos organizuotas tarptautinis virtualus renginys „Fintech Week Lithuania“ bei pirmą kartą šalyje organizuoti FinTech sektoriaus apdovanojimai. Pranešimuose šia tema pabrėžiamas ryškus Lietuvos FinTech sektoriaus augimas, šalies inovatyvumas.

Gyventojų dimensijos vertinimas

Šioje dimensijoje straipsnių aptinkama mažiausiai, dominuoja neutralus tonas. Teigiamų žinių sraute Latvijos, Rusijos spauda pranešė apie Lietuvos pakilimą Laimingiausios šalies pasaulyje indekse; rašyta apie puikų The Roop grupės pasirodymą, pergalę Eurovizijoje; Nyderlandų įmonės *Interchemie werken De Adelaar* pradedamą veiklą Kaune, akcentuota puiki darbo jėgos kvalifikacija Lietuvoje; palankią verslo aplinką Lietuvoje, Lenkijoje rašyta apie Lietuvos lenkų

integraciją į visuomenę. Neigiamame kontekste buvo rašoma apie COVID-19 viruso aukas, lietuvių užsienyje vykdytus nusikaltimus, Lietuvos visuomenę kankinančias problemas – emigraciją, alkoholizmą, savižudybes. Latvijos portale LSM lietuviai įvardijami kaip „kūrybingai“ sugalvoję, kaip pavogti duomenis, naudojant Smart-ID. Apie Gyventojų dimensiją aktyviai rašiusios šalys – Lenkija, Vokietija, Jungtinė Karalystė, Latvija.

Sporto dimensijos vertinimas

Šioje dimensijoje taip pat dominavo neutralaus tono pranešimai. I šių metų ketvirtį daugiausiai rašyta apie Sabonio išrinkimą į NBA žvaigždžių dieną, efektingus J. Valančiūno pasirodymus NBA varžybose, R. Berankio žygį teniso kortuose, V. Žalos pasirodymą Dakare, taip pat įvairių sporto varžybų nukėlimą dėl koronaviruso. Minimas ir buvusios dviratininkės M. Vžesniauskaitės prabangus gyvenimas Didžiojoje Britanijoje su savo turtinga antra puse. Daugiausiai šį ketvirtį apie Lietuvos sporto pasiekimus rašiusios šalys – Jungtinė Karalystė, Prancūzija, Rusija. II ketvirtyje rašyta apie sporto veiklas COVID-19 kontekste; R. Jokubaičio, A. Karnišovo, A. Sitenkovo, A. Gudaičio pasiekimai bei Š. Jasikevičiaus pasitraukimą iš „Žalgirio“. Daugiausiai šį ketvirtį apie Lietuvos sporto pasiekimus rašiusios šalys – Latvija, Rusija, Lenkija.

Apibendrinimas

- Pirmąjį šių metų pusmetį didžiausią įtaką žinių apie Lietuvą srautui padarė COVID-19 pandemijos situacija. Daugiausiai buvo įtakotos Valdymo, Turizmo, Investicijų ir imigracijos bei Eksperto dimensijos.

- Daugiausiai dėmesio užsienio žiniasklaidoje sulaukė Valdymo, Turizmo, Investicijų ir imigracijos dimensijos.
- Daugiausiai apie Lietuvą rašė Vokietijos, Jungtinės Karalystės ir Rusijos internetinė žiniasklaida.
- Skandinavijos šalių (Norvegija, Danija, Švedija) ir Izraelio internetinėje žiniasklaidoje Lietuvos matomumas buvo mažiausias.
- Pozityviausią žinių apie Lietuvą srautą generuoja Kultūros ir paveldo dimensija. Prie pozityvių kultūros žinių srauto ženkliai prisideda Lietuvos menininkų pasiekimai.
- Teigiamą įvaizdį formuoja reguliariai pasirodančios žinios apie finansinių technologijų sektorių bei Lietuvos startuolius.
- Teigiamą šalies įvaizdį žiniasklaidoje įtakojo šalies institucijų inicijuotos kampanijos ir iniciatyvos. Matomiausia proaktyvi žinia buvo susijusi su Baltijos šalių „kelionių burbulu“. Pastebėtos žiniasklaidoje buvo ir Vilniaus miesto kūrybiškos iniciatyvos Vilniaus viešųjų erdvių atvėrimu kavinėms bei restoranams, kinu po atviru dangumi bei kitos šalies institucijų iniciatyvos.
- Didžiausias propagandinių naujienų srautas pastebimas Rusijos žiniasklaidoje.
- Neigiamos žinios apie Lietuvą fragmentiškos, nepasiekiančios didelės auditorijos.
- II šių metų ketvirtį pradėtas matuoti Palankumo indeksas rodo, kad Lietuvos įvaizdis užsienio žiniasklaidoje teigiamas.