

REKOMENDACIJOS DĖL FAKTINĖS IR VAIZDINĖS MEDŽIAGOS (NE)NAUDOJIMO PAGAL TIKSLINES UŽSIENIO ŠALIS

Šiame priede pateikiamos rekomendacijos¹, sudarytos atsižvelgus į tikslinių užsienio šalių auditorijose egzistuojančius būdingus įsitikinimus ir stereotipus apie Lietuvą bei sugrupuotos per šešis pjūvius, kurie reprezentuoja tikslinių užsienio šalių auditorijas:

Pjūvis	Reprezentuojama auditorija
Įvaizdžio	Diplomatai, vyriausybės ir savivaldos institucijos; Potencialūs investuotojai, įmonių atstovai, partneriai; Kultūros profesionalai ir vertintojai; Aukštos kvalifikacijos specialistai ir studentai; Šalių gyventojai.
Valdymo	Diplomatai, vyriausybės ir savivaldos institucijos.
Turizmo	Šalių gyventojai.
Talentų	Aukštos kvalifikacijos specialistai ir studentai.
Kultūros	Kultūros profesionalai ir vertintojai.
Ekonomikos	Potencialūs investuotojai, įmonių atstovai, partneriai.

Rekomendacijos suskirstytos pagal tikslines užsienio šalis:

1. Jungtinės Amerikos Valstijos;
2. Vokietija;
3. Jungtinė Karalystė;
4. Prancūzija;
5. Lenkija;
6. Ukraina²;
7. Švedija;
8. Suomija³;
9. Norvegija;
10. Danija;
11. Nyderlandai⁴;
12. Izraelis;
13. Japonija.

¹ Rekomendacijos sudarytos remiantis Lietuvos žinomumo ir reputacijos tikslinėse užsienio šalyse ir šalies gyventojų Lietuvos vertinimo tyrimu, 2019 m.

² Nėra duomenų. Vadovautis rekomendacijomis, pateiktomis Lenkijai.

³ Nėra duomenų. Vadovautis rekomendacijomis, pateiktomis Švedijai.

⁴ Nėra duomenų. Vadovautis rekomendacijomis, pateiktomis Danijai.

Jungtinės Amerikos Valstijos

Pjūvis	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
Įvaizdžio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dažniausiai Lietuva painiojama su Rusija ar Balkanų šalimis; 2. Lietuva neturi aiškaus įvaizdžio, tačiau apsilankiusiems Lietuvoje šalis palieka labai gerą įspūdį; 3. Bendrai žinomumas labai mažas; 4. Kartais lietuviai siejami su kriminaliniu pasauliu. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasakoti apie Lietuvos pasiekimus technologijų ir kultūros srityse. 2. Priminti Lietuvos, kaip Sovietų Sąjungos griovėjos, vaidmenį. 3. Pozicionuoti Lietuvą, kaip nuo terorizmo išpuolių saugią šalį; 4. Stiprinti Lietuvos, kaip senos Europos šalies, bet kartu progresyvios šalies, įvaizdį; 5. Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje.
Valdymo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ryškių stereotipų apie valdymą nėra. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasakoti apie progresyvius valdymo pasiekimus ir puikias sąlygas verslui.
Turizmo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buvusieji Lietuvoje teigia, kad lietuviai išsilavinę, kūrybingi, draugiški, malonūs, gerai kalba angliškai. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pristatyti Lietuvą, kaip švarios, mažai paliestos gamtos šalį, siūlančią ekologiškus, natūralius produktus ir paslaugas; 2. Skatinti sveikatinimo ir medicininį turizmą.
Talentų	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daugiausiai žinomi Lietuvos sportininkai: krepšininkai ir plaukikė Rūta Meilutytė. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti išsilavinimo kokybę; 2. Komunikuoti apie tarptautines karjeros galimybes – sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje; 3. Akcentuoti gyvenimo kokybę ir galimybę Lietuvoje atrasti tobulą balansą tarp darbo ir poilsio, vaiko priežiūros atostogas tėvams; 4. Kalbėti apie gamtą mieste.
Kultūros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daugiau apie lietuvių tradicinę kultūrą ir meną žino bei juos yra pamėgę tie amerikiečiai, kurie gyvena ar lankėsi Lietuvoje. Jiems žinomi: M. K. Čiurlionis, tautodailė, chorai ir Dainų šventė, Užgavėnių šventė, Kaziuko mugė, Jūros šventė, Gatvės muzikos diena. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti kultūros istoriją ir šiuolaikinę kultūrą; 2. Komunikuoti žymių JAV kūrėjų šaknis ir sąsajas su Lietuva.
Ekonomikos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ryškių stereotipų apie sprendimus / verslą nėra. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas Lietuvoje; 2. Išryškinti Lietuvos pasiekimus informacinių technologijų srityje.

Vokietija

Pjūvis	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
Įvaizdžio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vokietijoje Lietuva nėra gerai žinoma, daliai asocijuojasi su sunkiasvorių, krovininių automobilių vairuotojais; 2. Lietuva gali būti siejama su Rytų Europai būdingais stereotipais; 3. Neigiamas fonas – kriminalinės naujienos, susijusios su lietuviais; 4. Dažniausiai priskiriama Rytų Europai. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasakoti apie Lietuvos pasiekimus technologijų ir kultūros srityse; 2. Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje.
Valdymo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gera vidinė infrastruktūra šalyje; 2. Lengva įsteigti įmonę; 3. Nepakankamai geras susisiekimas su kitomis šalimis oro transportu, geležinkeliu (krovininis transportas). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasakoti apie progresyviuosius valdymo pasiekimus; 2. Akcentuoti puikias sąlygas verslui.
Turizmo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sąsaja su Kuršių nerija; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pristatyti Lietuvą, kaip švarios, mažai paliestos gamtos šalį, siūlančią ekologiškus, natūralius produktus ir paslaugas. 2. Skatinti sveikatos turizmą.
Talentų	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pritraukia daugiausia dėl asmeninių priešasčių, o ne verslo ar darbo galimybių; 2. Geras išsilavinimas, ypač technologinių mokslų srityje; 3. Geras kalbų mokėjimas; 4. Nėra patraukli šalis studijoms dėl mokamo mokslo ir nepakankamo studijų lygio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti išsilavinimo kokybę; 2. Komunikuoti apie tarptautines karjeros galimybes – sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje; 3. Visada esant progai akcentuoti gyvenimo kokybę ir galimybę Lietuvoje atrasti tobulą balansą tarp darbo ir poilsio.
Kultūros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ryškių stereotipų apie lietuvišką kultūrą neįvardinta. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Didinti informacijos sklaidą apie kokybiškos kultūros prieinamumą ir įperkamumą; 2. Pasakoti apie pasiekimus pasaulyje; 3. Akcentuoti kultūros istoriją ir šiuolaikinę kultūrą.
Ekonomikos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonominiu atžvilgiu stabili šalis; 2. Kenčia nuo migracijos ir nedidelių atlyginimų; 3. Gera darbuotojų pasiūla; 4. Lietuviai vertinami kaip darbštūs, greitai susigaudantys įvairiose situacijose, aukštų kompetencijų darbuotojai; 5. Progresyvi ir nenuspėjama šalis, turint galvoje jos greitą ekonominę ir technologinę raidą; 6. Investicijoms patraukli šalis, ypač laisvosios ekonominės zonos; 7. Teigiamai vertinamas Lietuvos palankumas startuoliams. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas, sparčiai augančią startuolių ekosistemos veiklą; 2. Išryškinti Lietuvos pasiekimus informacinių technologijų srityje.

Jungtinė Karalystė

Pjūvis	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
Įvaizdžio	<ol style="list-style-type: none"> Lietuvos panašumas į Lenkiją, nes imigrantų iš Lenkijos Jungtinėje Karalystėje yra daugiau negu lietuvių ir jie žinomesni; Vis dar klijuojama posovietinės šalies etiketė; Lietuva siejama su Rytų Europa; Regionė Lietuva yra lyginama su Latvija ir Estija; Lietuva šiek tiek atsilieka nuo Estijos, tačiau lenkia Latviją. 	<ol style="list-style-type: none"> Pasakoti apie Lietuvos technologijų ir kultūros sričių pasiekimus; Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje; Stiprinti Lietuvą, kaip senos Europos šalies, bet kartu progresyvios šalies, įvaizdį.
Valdymo	<ol style="list-style-type: none"> Gera infrastruktūra; Politisinis stabilumas; Priklausymas ES ir NATO. 	<ol style="list-style-type: none"> Papasakoti apie progresyvių valdymo pasiekimus ir puikias sąlygas verslui.
Turizmo	<ol style="list-style-type: none"> Nėra stereotipų. 	<ol style="list-style-type: none"> Pristatyti Lietuvą, kaip švarios, mažai paliestos gamtos šalį, siūlančią ekologiškus, natūralius produktus ir paslaugas; Skatinti sveikatinimo ir medicininį turizmą; Pristatyti Lietuvą kaip šalį, patrauklią lėtajam turizmui, bet galinčią pasiūlyti ir platų aktyvių pramogų pasirinkimą.
Talentų	<ol style="list-style-type: none"> Teigiamai vertinamos finansinių technologijų sritys; Geros darbuotojų kompetencijos ir gera infrastruktūra; Manoma, kad Lietuvoje yra palankios sąlygos užsiimti verslu ir gyventi; Lietuvos universitetai nėra ypač patrauklūs studentams iš Jungtinės Karalystės; Paprastai lietuviai yra laikomi darbininkais iš Rytų Europos. 	<ol style="list-style-type: none"> Akcentuoti išsilavinimo kokybę; Komunikuoti apie tarptautines karjeros galimybes – sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje.
Kultūros	<ol style="list-style-type: none"> Jungtinėje Karalystėje Lietuvos kultūra žinoma menkai. 	<ol style="list-style-type: none"> Akcentuoti kultūros istoriją ir šiuolaikinę kultūrą; Kalbėti apie Jungtinėje Karalystėje reziduojančius Lietuvos menininkus.
Ekonomikos	<ol style="list-style-type: none"> Reputacija gerėja, ji pradeda sieti su IT ir finansinėmis technologijomis; Lietuvos ekonomika matoma kaip stabili, auganti; Pastebima, kad lietuviai puikiai moka anglų kalbą, darbo aplinkoje yra orientuoti į rezultatą, darbštūs; Geros darbuotojų kompetencijos ir gera infrastruktūra; Lietuva matoma kaip patraukli šalis užsienio investicijoms. 	<ol style="list-style-type: none"> Stiprinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas Lietuvoje; Kurti Lietuvą, kaip pažangios valstybės informacinių technologijų srityje, įvaizdį; Pasakoti apie pasiekimus lazerių srityje.

Prancūzija

Pjūvis	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
Įvaizdžio	<ol style="list-style-type: none"> Lietuviai Prancūzijoje žinomi kaip tauta, kuri išsilaisvino iš Sovietų Sąjungos; Prancūzijoje Lietuva siejama su pagonybe, žinoma lietuvių, kaip „paskutinių Europos pagonių“, etiketė; Retkarčiais manoma, kad Lietuva yra skurdi šalis; Lietuva yra priskiriama Rytų Europai; Lyginant Lietuvą su Estija minima, kad Estija yra pažangesnė, inovatyvesnė šalis; Estijos komunikacija, lyginant su Lietuvos, yra nuoseklesnė. 	<ol style="list-style-type: none"> Stiprinti informacijos sklaidą apie Lietuvos pasiekimus finansinių technologijų srityje; Kurti Lietuvos, kaip pažangios valstybės informacinių technologijų srityje, įvaizdį; Pasakoti apie Lietuvos kultūros pasiekimus pasaulyje; Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje.
Valdymo	<ol style="list-style-type: none"> Teigiamai vertinama tvirta Lietuvos pozicija Rusijos atžvilgiu, parama kitoms nuo Rusijos nukentėjusioms šalims; Prancūzams imponuoja, kad Lietuvoje valdžioje nėra populistinių partijų. Vis dėlto greičiausiai tai daugiau žinoma tarp akademikų; Lietuvoje sudėtinga steigti smulkų ar vidutinį verslą, ypač tai būtų sunku užsieniečiams. 	<ol style="list-style-type: none"> Papasakoti apie progresyviuosius valdymo pasiekimus ir puikias sąlygas verslui.
Turizmo	<ol style="list-style-type: none"> Lietuva matoma kaip laukinės, nepaliosios gamtos kraštas, žavi ramybė; Iš edukacinių užsiėmimų prancūzams būtų įdomus šakočio kepimas. 	<ol style="list-style-type: none"> Stiprinti Lietuvos, kaip turistinės šalies, įvaizdį. Ypač rekomenduojama akcentuoti eko-, tvarųjį turizmą, taip pat gastro- ir SPA turizmą; Pasakoti apie Kuršių neriją.
Talentų	<ol style="list-style-type: none"> Lietuva nėra matoma kaip įprastas pasirinkimas atvykti gyventi; Viena iš kliūčių, sunkinančių studentų pritraukimą, yra kalba; Profesinėje srityje lietuviai matomi kaip išsilavinę, apsišvietę žmonės, pabrėžiamas užsienio kalbų mokėjimas. 	<ol style="list-style-type: none"> Akcentuoti aukštas gyventojų kompetencijas, motyvaciją, išsilavinimo kokybę; Pasakoti apie sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje, startuolių ekosistemą.
Kultūros	<ol style="list-style-type: none"> Nėra duomenų. 	<ol style="list-style-type: none"> Didinti informacijos sklaidą apie kokybiškos kultūros prieinamumą ir įperkamumą; Akcentuoti kultūros istoriją ir šiuolaikinę kultūrą;
Ekonomikos	<ol style="list-style-type: none"> Tarp potencialių paslaugų eksporto sričių išskiriamos IT paslaugos, jų pažanga, lyginant su Prancūzija; Lietuva nepatenka į Prancūzijos investicinių interesų zoną; Viena iš dažnai minimų kliūčių – kalbinis barjeras. Taip pat – maža rinka. 	<ol style="list-style-type: none"> Stiprinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas; Kurti Lietuvos, kaip pažangios valstybės informacinių technologijų srityje, įvaizdį; Pasakoti apie pasiekimus lazerių srityje.

Lenkija

Pjūvis	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
Įvaizdžio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lyginant su Lenkija, Lietuva matoma kaip švaresnė, žalesnė šalis; 2. Gajus Rytų Europos, posovietinės šalies įvaizdis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasakoti apie Lietuvos pasiekimus technologijų ir kultūros srityse; 2. Priminti Lietuvos, kaip Sovietų Sąjungos griovėjos, vaidmenį; 3. Stiprinti Lietuvos, kaip senos Europos šalies, bet kartu progresyvios šalies, įvaizdį; 4. Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje;
Valdymo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nemažai lenkų mano, kad Lietuvoje lenkai yra „skriaudžiami“. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti Lietuvos visuomenės vertybes; 2. Papasakoti apie progresyviuosius valdymo pasiekimus ir puikias sąlygas verslui.
Turizmo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lietuva įsivaizduojama kaip posovietinė Rytų Europos šalis, tačiau apsilankiusieji nuomonę pakeitė; 2. Lenkų akimis, pagrindinis Lietuvos privalumas, lyginant su Latvija ir Estija, yra tai, kad Lietuva – arčiausiai Lenkijos; 3. Estija laikoma labiau pažengusia šalimi nei Lietuva. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalbėti apie Lietuvą, kaip šalį, turinčią bendros istorinės praeities su Lenkija; 2. Pristatyti Lietuvą kaip švarios, mažai paliestos gamtos šalį, siūlančią ekologiškus, natūralius produktus ir paslaugas; 3. Skatinti sveikatinimo ir sveikatingumo turizmą; 4. Pristatyti Lietuvą kaip šalį, patrauklią lėtajam turizmui, bet galinčią pasiūlyti ir platų aktyvių pramogų pasirinkimą.
Talentų	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nemato Lietuvos kaip patrauklios gyvenimui šalies, vyksta į ją tik dėl darbinių reikalų; 2. Lietuviai laikomi kompetentingais, išsilavinusiais darbuotojais. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti išsilavinimo kokybę; 2. Komunikuoti apie tarptautines karjeros galimybes – sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje;
Kultūros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ryškių stereotipų apie kultūrą nėra. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti Lietuvos visuomenės vertybes; 2. Komunikuoti apie šiuolaikinę Lietuvos kultūrą.
Ekonomikos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lietuvoje pagamintos prekės Lenkijoje nėra itin gerai vertinamos; 2. Lyginant su Lenkija, Lietuva išsiskiria IT srities paslaugomis, greitu internetu, pažengusia skaitmenizacija; 3. Lietuviai laikomi kompetentingais, išsilavinusiais darbuotojais. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas Lietuvoje; 2. Išryškinti Lietuvos pasiekimus informacinių technologijų srityje; 3. Esant galimybei, komunikacijoje teikti informaciją apie Lietuvos pramonės sektorių bei produkcijos kokybę.

Švedija

Pjūvis	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
Įvaizdžio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lietuva dažnai painiojama su Latvija, nes abiejų šalių labai panašūs pavadinimai švedų kalba. Taip pat painiojamos abiejų šalių sostinės; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasakoti apie Lietuvos pasiekimus technologijų ir kultūros srityse;

	2. Formuojasi nelabai geras stereotipas, susijęs su žiniasklaidoje viešinama neigiama informacija apie kriminalinę lietuvių veiklą.	2. Stiprinti Lietuvos, kaip senos Europos šalies, bet kartu progresyvios šalies, įvaizdį; 3. Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje.
Valdymo	1. Švedijoje teigiamai vertinama tai, kad Lietuva priklauso Europos Sąjungai; 2. Teigiamai vertinamas karinis bendradarbiavimas su NATO šalimis ir biudžeto dalies gynybai didėjimas; 3. Teigiamai vertinama Lietuvos griežta pozicija Rusijos atžvilgiu; 4. Teigiama, kad Švedija turėtų mokytis iš Lietuvos atpažinti Rusijos keliamas grėsmes ir pasiruošti karinei gynybai; 5. Atkreipiamas dėmesys, kad Lietuvos vidaus politikos silpnosios pusės yra skurdas, nelygybė, korupcija ir skaidrumo stoka.	1. Papasakoti apie progresyvių valdymo pasiekimus ir puikias sąlygas verslui.
Turizmo	1. Lietuva nėra patraukli švedams kaip turizmo šalis. Latvija, Estija, Lenkija lenkia Lietuvą savo turistiniu patrauklumu.	1. Stiprinti Lietuvos, kaip turistinės šalies, įvaizdį. Ypač rekomenduojama akcentuoti eko-, tvarųjį turizmą, taip pat gastro- ir SPA turizmą; 2. Pasakoti apie Kuršių neriją.
Talentų	1. Teigiama, kad nemažai lietuvių dirba didelėse kompanijose ir palieka gerą įspūdį; 2. Lietuva nėra labai patraukli atvykti studijuoti, nes Švedija pati turi gerus universitetus; 3. Vis dėlto kai kurių sričių studijos gali būti patrauklios, daugiausia medicina, politikos mokslai, aviacija; 4. Mokslo srityje paminimas protų nutekėjimas į Švediją ir mokslininkų kuriamas geras Lietuvos įvaizdis; 5. Lietuviai vertinami už darbštumą, atsakingumą ir gerą išsilavinimą.	1. Akcentuoti aukštas gyventojų kompetencijas, motyvaciją, išsilavinimo kokybę; 2. Pasakoti apie sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje, startuolių ekosistemą.
Kultūros	1. Iš galimai perspektyvių sričių paminėtos kelios tradicinės kultūros ir meno sritys – tautiniai šokiai, folkloras, chorai, tradiciniai amatai, klasikinė ir moderni muzika.	1. Akcentuoti kultūros istoriją ir šiuolaikinę kultūrą; 2. Pasakoti apie pasiekimus pasaulyje; 3. Didinti informacijos sklaidą apie kokybiškos kultūros prieinamumą.
Ekonomikos	1. Paslaugų sektoriuje Lietuvos įvaizdis nėra vienareikšmiškai teigiamas, nes lietuviškos įmonės sudaro konkurenciją Švedijos įmonėms; 2. Ne visada gera paslaugų kokybė; 3. Palankiai vertinamas Lietuvos IT sektorius.	1. Stiprinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas; 2. Kurti Lietuvos, kaip su IT susijusių paslaugų šalies, įvaizdį; 3. Pasakoti apie pasiekimus lazerių srityje.

Norvegija

Pjūvis Įvaizdžio	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
	1. Dažnai Lietuva tapatinama su Lenkija, Latvija; 2. Teigiama, kad Lietuvos žinomumą apunkina sunkus ištarti ir įsiminti angliškas Lietuvos pavadinimas „Lithuania“;	1. Pasakoti apie Lietuvos pasiekimus technologijų ir kultūros srityse; 2. Stiprinti Lietuvos, kaip senos Europos šalies, bet kartu progresyvios šalies, įvaizdį;

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Vis dar egzistuojanti Lietuvos sąsaja su posovietine erdve, Europos periferija; 4. Priskyrimas Rytų Europai daro prielaidas neigiamam vertinimui dėl tapatinimo su Rusija, alkoholizmu, smurtu ir t. t. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje.
Valdymo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teigiamai vertinama Lietuvos narystė Europos Sąjungoje; 2. Teigiamai vertinama, kad Lietuva palaiko Ukrainą, Sakartvelą, laikosi griežtos pozicijos dėl Rusijos vykdomos politikos šių šalių atžvilgiu; 3. Lietuva laikoma gera šalimi bendradarbiauti karinėje srityje, nes gerai pažįsta Rusiją; 4. Vidaus politikos atžvilgiu Lietuva vertinama kaip stabili šalis, tačiau Lietuvos įvaizdžio dalimi vis dar išlieka korupcija; 5. Prastai vertinama gerovės valstybės situacija Lietuvoje, susijusi su mokesčiais ir pensijų sistema; 6. Didelė biurokratinė našta, pavyzdžiui, tvarkant finansinius reikalus. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Papasakoti apie progresyviuosius valdymo pasiekimus ir puikias sąlygas verslui.
Turizmo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nacionalinių oro linijų trūkumas; 2. Pagrindiniai Lietuvos patrauklumo kriterijai norvegams yra mažos kainos ir aukšta paslaugų kokybė; 3. Baltijos šalys Norvegijoje suvokiamos kaip vienas regionas ir painiojamos tarpusavyje. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti Lietuvos, kaip turistinės šalies, įvaizdį. Ypač rekomenduojama akcentuoti eko-, tvarųjį turizmą, taip pat gastro- ir SPA turizmą; 2. Pasakoti apie Kuršių neriją.
Talentų	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prasta lietuvių Norvegijoje reputacija; 2. Darbuotojų kompetencijos, kūrybingumas ir rimtas požiūris į darbą yra gerai vertinami; 3. Aukštos kvalifikacijos darbuotojų trūkumas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti aukštas gyventojų kompetencijas, motyvaciją; 2. Komunikuoti apie išsilavinimo kokybę; 3. Pasakoti apie sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje, startuolių ekosistemą; 4. Daugiau akcentuoti mokslinius pasiekimus, universitetų veiklą.
Kultūros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lietuva nėra žinoma kaip aukštos kultūros šalis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti kultūros istoriją ir šiuolaikinę kultūrą; 2. Pasakoti apie pasiekimus pasaulyje; 3. Didinti informacijos sklaidą apie kokybiškos kultūros prieinamumą ir įperkamumą.
Ekonomikos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ryškėja Lietuvos, kaip aukštųjų technologijų šalies, įvaizdis; 2. Lietuvos mokslo pasiekimai vertinami Norvegijoje po elitinės Kavli premijos įteikimo VU profesoriumi V. Šikšniui. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas; 2. Kurti Lietuvos, kaip aukštųjų technologijų šalies, įvaizdį; 3. Pasakoti apie pasiekimus lazerių srityje; 4. Komunikuoti apie išvystytą verslo ekosistemą (ankstesnės investicijos, žmonės).

Danija

Pjūvis	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
Įvaizdžio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gyvenimo Lietuvoje pranašumai yra mažesnės kainos, draugiški žmonės; 2. Dalis danų vis dar mano, kad Lietuvoje gali būti nesaugu; 3. Lyginant Baltijos šalis, jos ne visada atskiriamos tarpusavyje; 4. Vidutinis danas labiausiai painioja Lietuvą ir Latviją. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasakoti apie Lietuvos pasiekimus technologijų ir kultūros srityse; 2. Stiprinti Lietuvos, kaip senos Europos šalies, bet kartu progresyvios šalies, įvaizdį; 3. Paneigti stereotipus dėl nesaugumo. 4. Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje.
Valdymo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gerėjantį Lietuvos įvaizdį Danijoje lemia įstojimas į ES ir NATO; 2. Lietuvos užsienio politika siejama su jos aiškia pozicija Rusijos atžvilgiu. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Papasakoti apie progresyviuosius valdymo pasiekimus ir puikias sąlygas verslui.
Turizmo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nėra duomenų. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti Lietuvos, kaip turistinės šalies, įvaizdį. Ypač rekomenduojama akcentuoti eko-, tvarųjį turizmą, taip pat gastro- ir SPA turizmą; 2. Pasakoti apie Kuršių neriją.
Talentų	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spontaniškas, pirmas apibendrinantis vertinimas siejamas su pačių lietuvių darbštumu, tačiau jų įvaizdis yra apgadintas nusikaltimų; 2. Žemesnės kvalifikacijos darbuotojų trūkumas, jei reikia rasti daug darbuotojų; 3. Danus Lietuva galėtų pritraukti nebent studijų mainams, nes Danijoje studijos kokybiškesnės ir nemokamos; 4. Prie gero lietuvių profesinio vertinimo prisideda ir tai, kad „Danske“ bankas iškėlęs aukštos kvalifikacijos paslaugų teikimą į Lietuvą. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti aukštą gyventojų kompetencijas, motyvaciją, išsilavinimo kokybę; 2. Pasakoti apie sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje, startuolių ekosistemą.
Kultūros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nėra duomenų. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti kultūros istoriją ir šiuolaikinę kultūrą; 2. Pasakoti apie Lietuvos pasiekimus pasaulyje. 3. Didinti informacijos sklaidą apie kokybiškos kultūros prieinamumą ir įperkamumą.
Ekonomikos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kai kuriuose sektoriuose gerėjantis žinojimas apie Lietuvoje (Vilniuje) vystomas technologijas, verslo aplinką; 2. Paslaugų sektoriuje Lietuvos vardas siejamas su IT paslaugomis. 3. Lietuvos ekonomikos situacija vertinama teigiamai, Lietuva nebelaikoma trečiaja šalimi; 4. Danai yra girdėję apie didelį interneto greitį Lietuvoje, o tai prisideda prie teigiamo šalies vertinimo; 5. Danų akimis, Lietuvos investicinių patrauklumą lemia: mažesnės sąnaudos, kompetencijos aukštųjų technologijų srityje, nedidelis atstumas, susisiekimas vandens transportu, palyginti, artima kultūra. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas; 2. Kurti Lietuvos, kaip pažangios valstybės informacinių technologijų srityje, įvaizdį; 3. Pasakoti apie pasiekimus lazerių srityje.

Izraelis

Pjūvis	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
Įvaizdžio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vis dar stipri sąsaja su Rusija, buvusia Sovietų Sąjunga; 2. Lietuva matoma kaip ES šalis, esanti Rytų Europoje; 3. Lietuviai matomi kaip gana uždari žmonės, bet kartu ir draugiški, darbštūs, pragmatiški. 4. Sudėtingi bendros istorijos momentai. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasakoti apie Lietuvos visuomenės vertybes; 2. Didinti informacijos sklaidą apie Lietuvos pasiekimus technologijų ir kultūros srityse; 3. Stiprinti Lietuvos, kaip senos Europos šalies, bet kartu progresyvios šalies, įvaizdį; 4. Kalbėti apie litvakų kultūros paveldą; 5. Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje.
Valdymo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalbant apie galimybę izraeliečiams atvykti gyventi ir dirbti ar steigti verslą Lietuvoje, viena didžiausių kliūčių laikoma biurokratinė našta. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Papasakoti apie progresyvių valdymo pasiekimus ir puikias sąlygas verslui.
Turizmo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lietuva – graži, patraukli turizmui šalis; 2. Dažniausiai Lietuva asocijuojasi su ramiu poilsiu, dėl to ji patrauklesnė vyresniems žmonėms; 3. Turizmo infrastruktūra Lietuvoje gana gerai išvystyta, tačiau išsakomi priekaištai Lietuvos institucijoms dėl nepakankamo rūpinimosi lankytais ir paveldo objektais, rodančio nepakankamą pagarbą žydų istorijos įvykiams. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti Lietuvos, kaip turistinės šalies, įvaizdį. Ypač rekomenduojama akcentuoti eko-, tvarųjį turizmą, taip pat gastro- ir SPA turizmą; 2. Kalbėti apie litvakų kultūros paveldą.
Talentų	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kaip geras patrauklumo pavyzdys minimas Izraelio technologijų startuolis „Wix“, atidaręs biurą Lietuvoje; 2. Pritraukti didesnes investicijas Lietuvoje trukdo aukštos kvalifikacijos darbuotojų trūkumas; 3. Nors gyventi ir dirbti Lietuvoje izraeliečiai nelabai nori, daugelis norėtų gauti Lietuvos pilietybę, kad galėtų be vizų keliauti po pasaulį; 4. Studentai iš Izraelio, net ir neturintys lietuviškų šaknų, noriai renkasi medicinos studijas Lietuvos sveikatos mokslų universitete Kaune. Pasirinkimo motyvai – mažesnė kaina ir gera studijų kokybė; 5. Lietuvių stiprybė izraeliečių akimis yra geras kalbų, ypač anglų kalbos, mokėjimas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti aukštas gyventojų kompetencijas, motyvaciją, išsilavinimo kokybę; 2. Pasakoti apie sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje, startuolių ekosistemą.
Kultūros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vienas pagrindinių raktazodžių, kalbant apie Lietuvos kultūrą ir paveldą, yra Vilnius kaip „Šiaurės Jeruzalė“; 2. Izraeliečiams aktualiausias yra žydiškasis paveldas Lietuvoje. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti kultūros istoriją ir šiuolaikinę kultūrą; 2. Didinti informacijos sklaidą apie kokybiškos kultūros prieinamumą ir įperkumą; 3. Kalbėti apie litvakų kultūros paveldą.

Ekonomikos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lietuva siejama su chemijos pramone, aukštosiomis technologijomis; 2. Pastebimas Lietuvos siekis tapti investicijoms patrauklia šalimi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Didinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas; 2. Stiprinti Lietuvos, kaip pažangios valstybės aukštųjų technologijų srityje, įvaizdį; 3. Pasakoti apie Lietuvos kultūros pasiekimus pasaulyje.
------------	---	--

Japonija

Pjūvis	Būdingi įsitikinimai ir stereotipai apie Lietuvą	Rekomendacijos
Įvaizdžio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lietuvos vardas žinomas dėl sąsajų su Čijune Sugihara, nes jo istorija įtraukta į mokyklinius vadovėlius, tačiau tai nereiškia, kad žinoma apie šiuolaikinę Lietuvą; 2. Lietuva daugiausia žinoma kaip viena iš Baltijos šalių; 3. Estijos įvaizdis Japonijoje stipresnis nei Lietuvos, nes Estija aiškiai siejama su viena sritimi, IT ir <i>e-government</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasakoti apie Lietuvos pasiekimus technologijų ir kultūros srityse; 2. Stiprinti Lietuvos, kaip senos Europos šalies, bet kartu progresyvios šalies, įvaizdį; 3. Akcentuoti moterų lyderystę tiek politikoje, tiek versle, tiek kultūroje.
Valdymo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Japonijoje Lietuva daugiausia žinoma dėl savo pozicijos Rusijos atžvilgiu; 2. Lietuva užsienio politikos atžvilgiu vertinama teigiamai, nes Japonija palaiko gerus santykius su ES, o Lietuva laikoma jos patikima nare; 3. Vidaus politikos, ekonominio stabilumo atžvilgiu Lietuva taip pat vertinama teigiamai, kaip demokratinė, išsivysčiusi šalis; 4. Saugi šalis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Papasakoti apie progresyviuosius valdymo pasiekimus ir puikias sąlygas verslui.
Turizmo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Japonus domina kultūros paveldas, Dainų šventė. Labiausiai domina renginiai, per kuriuos atsiskleidžia glaudusis santykis su gamta; 2. Baltijos regiono valstybė. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti Lietuvos, kaip turistinės šalies, įvaizdį. Ypač rekomenduojama akcentuoti eko-, tvarųjį turizmą, taip pat gastro- ir SPA turizmą; 2. Pasakoti apie Kuršių neriją, kultūros paveldą; 3. Pozicionuoti Lietuvą kaip nuo terorizmo saugią šalį. 4. Išnaudoti Čijunės Sugiharos asmenybės potencialą.
Talentų	<ol style="list-style-type: none"> 1. Žiniasklaidoje apie Lietuvą atsiliepiama neutraliai arba teigiamai; 2. Lietuviai nėra pagarsėję dėl nusikaltimų, taip pat nėra nusiskundimų iš Lietuvoje apsilankiusių japonų turistų. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti aukštą gyventojų kompetencijas, motyvaciją, išsilavinimo kokybę; 2. Pasakoti apie sėkmingas tarptautines kompanijas, veikiančias Lietuvoje, startuolių ekosistemą; 3. Didinti informacijos sklaidą apie gyvenimo Lietuvoje kokybę ir galimybę atrasti tobulą balansą tarp darbo ir poilsio; 4. Komunikuoti apie kompaktiškus miestus, gamtą mieste ir šalia.

Kultūros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lietuvos kultūra nėra plačiai žinoma Japonijoje; 2. Japonus domina kultūros paveldas, Dainų šventė. Labiausiai domina renginiai, per kuriuos atsiskleidžia glaudus santykis su gamta. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akcentuoti tradicijomis grindžiamą šiuolaikinę kūrybą, šiuolaikinę kultūrą; 2. Didinti informacijos sklaidą apie kokybiškos kultūros prieinamumą ir įperkamumą, renginių gausą.
Ekonomikos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siauresnėse, verslas verslui srityse Japonijoje Lietuva bene labiausiai žinoma dėl lazerių; 2. Lietuva siejama su biotechnologijų sritimi, importuojamomis statybinėmis medžiagomis ir produktais; 3. Lietuvai investicijų iš Japonijos atžvilgiu pakenkė „Hitachi“ (norėjusio Lietuvoje statyti naują atominę elektrinę) atvejis, nes, Lietuvai atsisakius investicijų, tai pakirto pasitikėjimą. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stiprinti informacijos sklaidą apie investavimo ir verslo sąlygas Lietuvoje; 2. Kurti Lietuvos, kaip pažangios valstybės informacinių technologijų srityje, įvaizdį; 3. Plataus vartojimo prekių sektoriuje Lietuva nėra siejama su konkrečia prekių grupe ir nėra žinoma. (Toks produktas padėtų pozicionuoti šalį, o Japonijoje arčiausiai to šiuo metu yra tekstilės gaminiai. Potencialūs produktai, kurie galėtų būti patrauklūs japonų pirkėjams, yra įvairūs natūralūs, ekologiški produktai – maisto, tekstilės, kosmetikos). Rekomenduojama didinti informacijos sklaidą apie minimus produktus.