

# Lietuvos įvaizdis užsienio žiniasklaidoje

2020 m. I, II, III ketv. analizė



Lietuvos  
Respublikos  
Vyriausybės  
kanceliarija



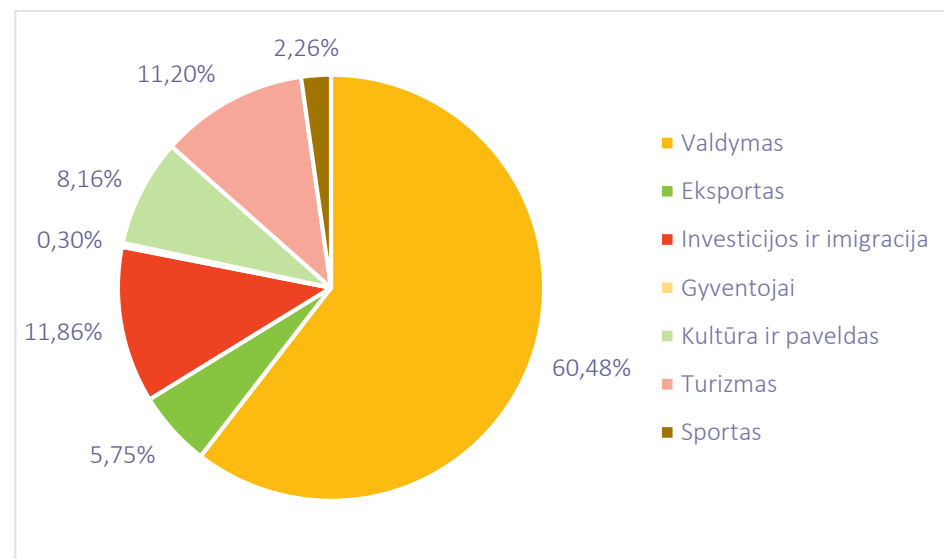
Kuriame  
Lietuvos ateitį  
2014–2020 metų  
Europos Sąjungos  
fondų investicijų  
veiksmų programa

## Turinys

Bendras šalies matomumo užsienio žiniasklaidoje 2020 m. I-III ketv. ....	2
Pranešimų tono ir įtakos šalies įvaizdžiui vertinimas.....	3
2020 m. III-iojo ketvirčio analizė.....	5
Valdymo dimensijos vertinimas.....	6
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

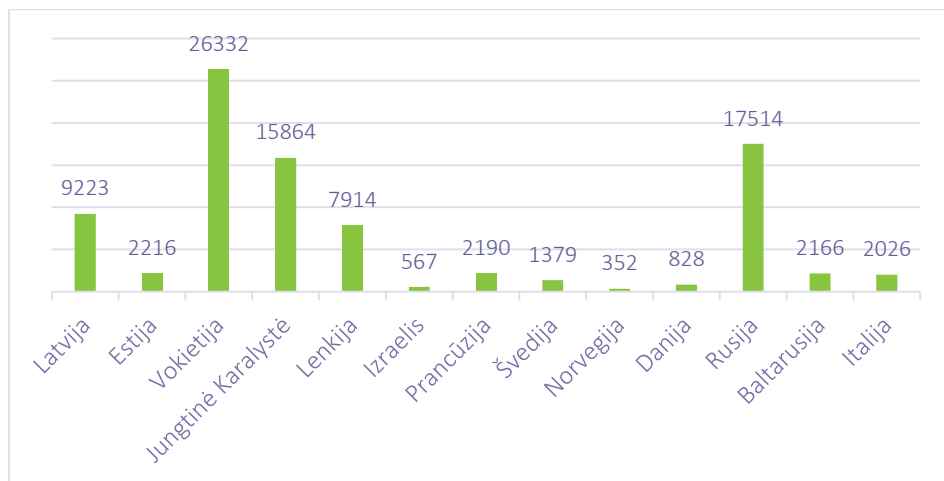
## Bendras šalies matomumo užsienio žiniasklaidoje 2020 m. I-III ketv.

Naujienų apie Lietuvą sklaidos vertinimas atliekamas, analizuojant informaciją septyniuose šalies įvaizdžio dimensijose: valdymas (užsienio ir vidaus politika), turizmas, eksportas, investicijos ir imigracija, kultūra ir paveldas, gyventojai, sportas. **Per pirmuosius tris šių metų ketvirčius didžiausio susidomėjimo, vertinant pranešimų kiekį, sulaukė Valdymo (60,48 proc. visų žinių), Investicijų ir imigracijos (11,86 proc.) bei Turizmo (11,20 proc.) dimensijos.** Per šį laikotarpį daugiausiai dėmesio sulaukė šios temos: COVID-19 aktualijos, Lietuvos ir Baltarusijos santykiai krizės Baltarusijoje fone.



pav. 1. Daugiausiai pranešimų apie Lietuvą pasirodė Valdymo dimensijoje

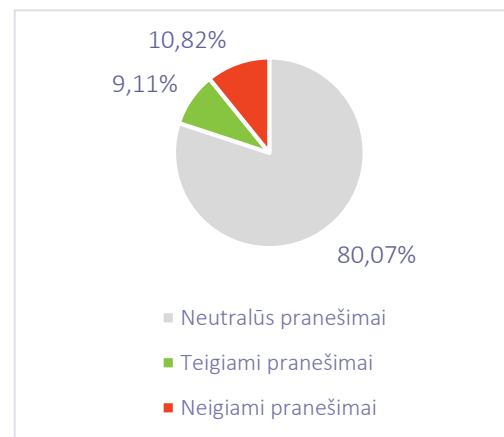
Užsienio žiniasklaidos ir socialinių tinklų analizė buvo atlikta 13-oje užsienio šalių (Latvija, Estija, Vokietija, Prancūzija, Jungtinė Karalystė, Danija, Švedija, Norvegija, Italija, Izraelis, Rusija, Lenkija, Baltarusija). **Aktyviausiai Lietuva domėjosi Vokietijos, Rusijos, Jungtinės Karalystės žiniasklaida.** Daugiausiai apie Lietuvą rašusių šalių trejetukas išlieka nepakitęs, tiek lyginant I-ą, II-ą, III-ią ketvirčius, tiek vertinant 2019 m. duomenis. Keitėsi tik šių šalių pozicijos Top šalių sąraše. Vokietijos, Rusijos, Jungtinės karalystės žiniasklaidai aktualiausios išlieka Lietuvos užsienio bei vidaus politikos naujienos.



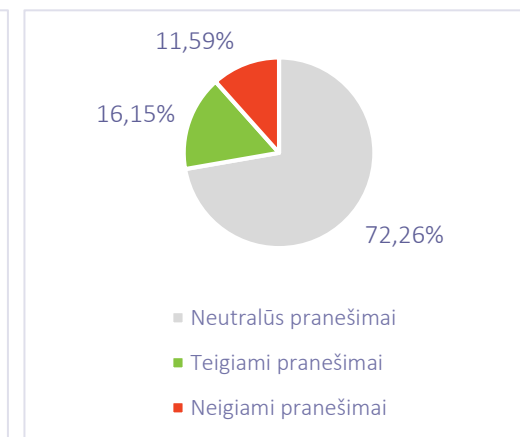
pav. 2. Aktyviausiai Lietuvos aktualijomis domėjosi Vokietijos, Rusijos, Jungtinės Karalystės žiniasklaida

## Pranešimų tono ir įtakos šalies įvaizdžiui vertinimas

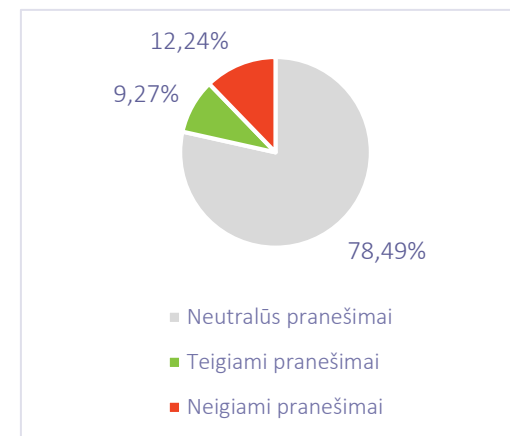
Sausio – rugsėjo mėn. užsienio žiniasklaidos portaluose vyraavo neutralaus tono pranešimai apie Lietuvą. Visgi, nuo metų pradžios nežymiai išaugo neigiamų pranešimų skaičius, daugiausiai teigiamų pranešimų pasirodė II-ąjį šių metų ketvirtį.



pav. 3. I ketvirčio tono matavimas



pav. 4. II ketvirčio tono matavimas



pav. 5. III ketvirčio tono matavimas

**Prie teigiamų naujienų srauto ženkliai prisidėjo naujienos Kultūros ir paveldo srityje.** Užsienio žiniasklaidos portalai domėjosi įvairiomis Lietuvos meno disciplinomis: kinu, teatru, šokiu, muzika, fotografija. Vis dažniau matomos moderniojo meno iniciatyvos – MO muziejaus veikla, vizualieji menai. Visą laikotarpį aktualūs išliko pranešimai apie į UNESCO paveldo sąrašą įtrauktas ar planuojamas įtraukti vietas, kitas lankytinas vietas Lietuvoje. Lietuva garsėjo, kaip kino režisierius iš įvairiausių šalių traukianti „filmavimo aikštelė“. Užsienio žiniasklaidoje stabiliai matomi J. Meko, A. Grigorian, O. Koršunovo, Š. Barto, M. Gražinytės-Tylos vardai.

**Taip pat stabiliai matomas Lietuvos pasiekimų inovacijų ir mokslo srityje atgarsis, šia tema inicijuojamos šalies institucijų kampanijos.** Didžioji dalis pranešimų – susiję su Lietuvos lyderyste FinTech srityje, Lietuvoje vykusiais FinTech tematikos renginiais. Užsienio žiniasklaida taip pat domėjosi: progresyvia startuolių ekosistema, aukštu kompiuteriniu raštingumu Lietuvoje, šalies mokslininkų pasiekimais, inovatyviais sprendimais viešajame sektoriuje bei versle, gyvybės mokslų naujienomis, lietuvių sprendimais dirbtinio intelekto srityje. Užsienio žurnalistų dėmesio vis dažniau sulaukia Lietuvos iniciatyvos atsinaujinančios energetikos, aplinkosaugos srityje.

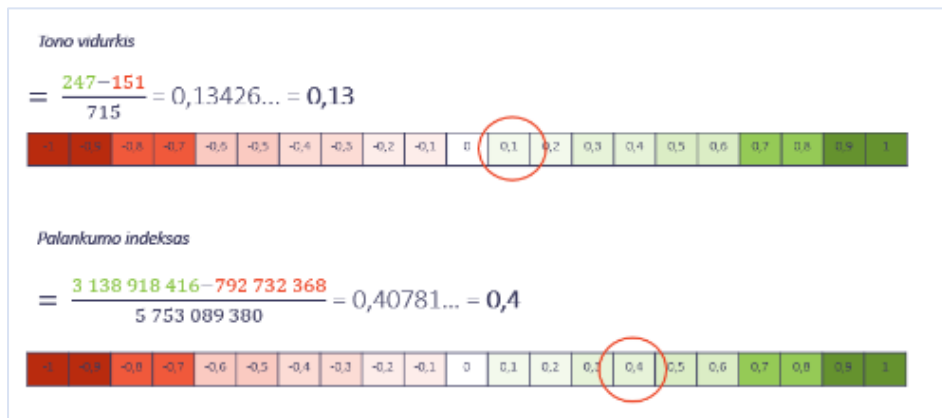
**Nepaisant to, jog turizmo srities naujienos visą laikotarpį buvo persipynusios su COVID-19 pandemijos aktualijomis, neliko nepastebėtas išskirtinis Lietuvos kraštovaizdis, senamiesčio grožis, Kuršių nerija, kitos lankytinos vietos, išskirtiniai turizmo bei laisvalaikio praleidimo sprendimai pandemijos fone.** 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.

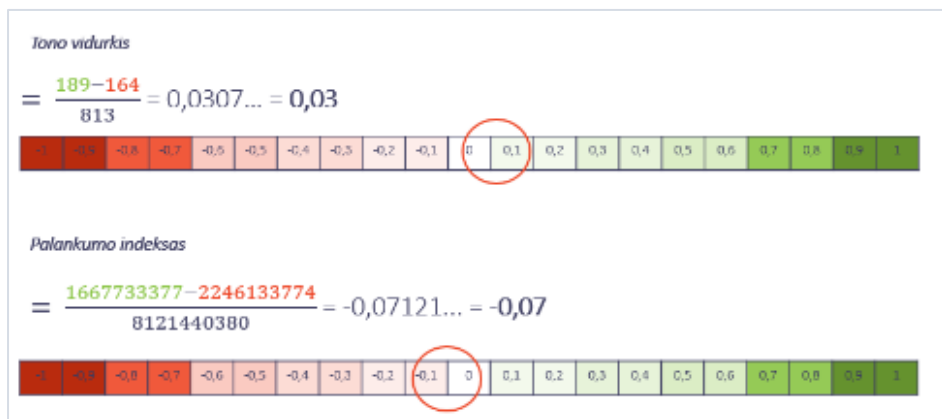
**Didžioji dalis neigiamo turinio naujienų užsienio žiniasklaidoje buvo susijusios su neigiamais COVID-19 viruso padariniais, antrąją viruso banga, ekonominiais sunkumais, be to, III-ąjį ketvirtį, įvykių Baltarusijoje kontekste, išaugo propagandinių pranešimų apie Lietuvą skaičius Rusijos bei Baltarusijos žiniasklaidoje.** Neigiamą šalies įvaizdį taip pat formavo pranešimai apie: lietuvių vykdytus nusikaltimus užsienyje, Holokausto atminį, pinigų plovimą per „Danske Bank“ padalinį Lietuvoje, Astravo AE statybas, aukštą alkoholizmo, savižudybių, korupcijos lygį šalyje, „Grigeo Klaipėda“ taršą Kuršių nerijoje.

**Siekiant tiksliau įvertinti užsienio žiniasklaidos pranešimų įtaką Lietuvos įvaizdžiui, nuo II-ojo šių metų ketvirčio buvo pradėtas matuoti Palankumo indeksas ir tono vidurkis.** Lyginant II-ąjį ir III-ąjį ketvirčius, pastebėtina, jog Tono vidurkio, tiek Palankumo Indekso reikšmės pasistūmė į neigiamą skalės pusę, sumažėjo teigiamų pranešimų apie Lietuvą dalis bei teigiamais pranešimais pasiekta auditorija. Nors Lietuvos įvaizdis III-ąjį ketvirtį bendrai išliko neutralus, Palankumo indeksas parodė neigiamą reikšmę, t. y. -0,07. Neutraliais pranešimais pasiekta 1,9 karto didesnė auditorija nei neigiamais bei 2,5 karto didesnė nei teigiamais. Kita vertus, neigiamais pranešimais pasiekta 1,4 karto didesnė auditorija nei teigiamais. Palankumo indekso skaitinė reikšmė gana maža, tad stipriai negatyvios tendencijos indeksas nežymi. Tikėtina, jog

neigiamam žinių srautui reikšmingą įtaką turėjo Lietuvos paminėjimai propagandiniame fone, Rusijos bei Baltarusijos žiniasklaidoje.



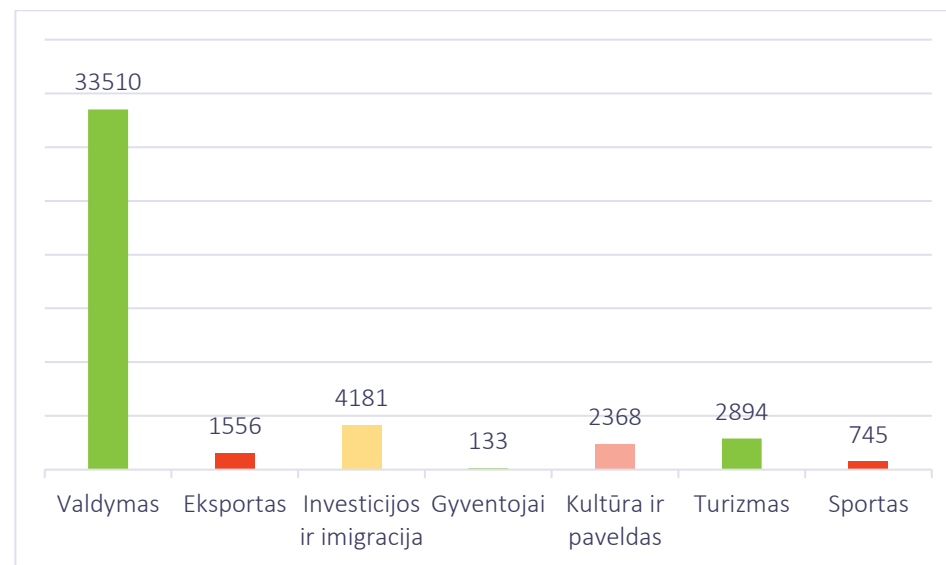
pav. 6. II ketvirčio Tono vidurkis ir Palankumo indeksas



pav. 7. III ketvirčio Tono vidurkis ir Palankumo indeksas

## 2020 m. III-iojo ketvirčio analizė

Trečiąjį šių metų ketvirtį Lietuvos vardas užsienio žiniasklaidoje paminėtas daugiau nei 45 tūkst. kartų. Tai 2 000 pranešimų daugiau nei praėjusį pusmetį. Socialiniuose tinkluose šalies aktualijos sulaukė daugiau nei 111 tūkst. įrašų. Tai didžiausias pranešimų skaičius, lyginant su I-uoju bei II-uoju ketvirčiais. Ryškus žinių apie Lietuvą išaugimas sietinas su Lietuvos pozicija krizės Baltarusijoje atžvilgiu. Net 74 proc. pranešimų pasirodė Valdymo srityje. Užsienio portalai aktyviai aptarė bei analizavo S. Cichanouskajos atvykimą į Lietuvą, „Laisvės kelią“, Baltarusijos-Lietuvos sankcijų klausimą, Lietuvos lyderių pasisakymus krizės atžvilgiu, Lietuvos baltarusiams suteiktą pagalbą, Baltarusijos IT įmonių persikėlimą į Lietuvą. Pastebėtina, jog šios žinios akivaizdoje išaugo propagandinio tono pranešimų skaičius Rusijos bei Baltarusijos žiniasklaidoje.



pav. 8. Lietuva III-qj šių metų ketvirtį paminėta daugiau nei 45 tūkst. kartų

## Valdymo dimensijos vertinimas

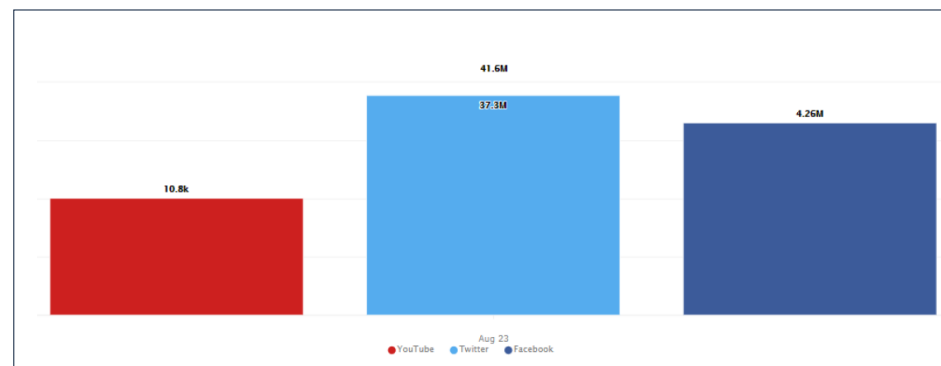
Valdymo dimensijoje dominavo Lietuvos užsienio politikos aktualijos, sudariusios apie 90 proc. šios dimensijos naujienų srauto.

Kaip ir minėta, užsienio politikos srityje daugiausiai rašyta apie Lietuvos ir Baltarusijos santykius krizės Baltarusijoje fone. Kitos aktualios temos šį ketvirtį: karinis bendradarbiavimas su NATO šalimis, Prancūzijos prezidento E. Macrono vizitas Lietuvoje, „Rail Baltica“ projekto darbai, COVID-19 pandemijos aktualijos, Astravo AE statybų klausimas.

Nors dominavo neutralaus tono pranešimai, išryškėjo keletas neigiamą šalies įvaizdį formavusių temų. III-įjį ketvirtį išaugo propagandinių pranešimų skaičius Rusijos, Baltarusijos portaluose, šių pranešimų centre – Lietuvos ir Baltarusijos santykiai. Čia Lietuva pristatyta, kaip besikišanti į Baltarusijos vidaus reikalus, agresorė, kurios teritorijoje telkiamos NATO pajėgos, pasiruošusios pulti Baltarusiją, ekonomiškai itin nuo Baltarusijos priklausoma valstybė (Klaipėdos uosto tema).

Vidaus politikos kontekste neigiamą srautą generavo pranešimai apie: Lietuvos piliečių nusikaltimus užsienyje, aukštą savižudybių skaičių šalyje, COVID-19 susirgimų suaktyvėjimą bei nedarbo išaugimą pandemijos fone, didelius tabako kontrabandos mastus Lietuvoje, Holokausto atminį. Pasirodė pavieniai pranešimai apie nelegalius šunų veislynus, patyčias jaunų žmonių tarpe, prekybą žmonėmis, žemą vaisingumo lygį šalyje, gana aukštą korupcijos lygį. Lyginant su I-uoju bei II-uoju ketvirčiais, vidaus politikos dimensija išlieka negatyviausią srautą generuojančia.

Vakarų valstybių portaluose Lietuvos solidarumas Baltarusijos atžvilgiu vertintas teigiamai. Teigiamą įtaką Lietuvos įvaizdžiui darė žinia apie Lietuvos pagalbą baltarusiams, Lietuvos lyderių pozicijas Baltarusijos krizės atžvilgiu. Plačiai pasklido JAV gynybos sekretoriaus M. Pompeo padėka Lietuvai už Baltarusijos nepriklausomybę ir demokratines teises piliečiams. Itin aktyvaus dėmesio sulaukė Lietuvoje vykęs „Laisvės kelias“. Įvykio dieną (rugpjūčio 23 d.) žinia apie šią solidarumo akciją potencialiai pasiekė daugiau nei 3 mlrd. žiniasklaidos portalų skaitytojų. Socialiniuose tinkluose tą pačią dieną pasirodė daugiau nei 10 tūkst. įrašų. „Youtube“, „Facebook“ bei „Twitter“ platformose potencialiai pasiekta auditorija viršija 41 mln.



pav. 9. Pranešimais apie „Laisvės kelią“ potencialiai pasiekta auditorija.

Pranešimai apie aplinkosaugos iniciatyvas – cirkuliacinės tekstilės, plastiko perdirbimo vystymą Lietuvoje, atsinaujinančios energijos panaudojimą, tvarius sprendimus versle – formavo modernios šalies įvaizdį. Šį ketvirtį pasaulio žiniasklaidą sudomino Lietuvos įvaizdžio grupės išplatinti pranešimai apie tvarius

sprendimus Vilniaus oro uoste bei išskirtinę plūduriuojančią saulės jėgainę Kaune. Pirmąją iniciatyvą aptarė Prancūzijos, Australijos, Šveicarijos portalai. Žinia potencialiai pasiekė 128,89 tūkst. auditoriją. Išskirtinę hidroelektrinę Kaune aprašė „Reuters“ žurnalistė A. Doyle, galiausiai žinia apskriejo 17 pasaulio dienraščių JAV, Jungtinėje Karalystėje, Malaizijoje, Kanadoje, Indijoje, Jordanijoje, Jungtiniuose Arabų Emyratuose, Izraelyje bei Austrijoje, o potencialiai pasiekta auditorija viršija 53 mln. skaitytojų.

Aktyviausiai Valdymo dimensija domėjosi Vokietijos, Rusijos, Latvijos, Jungtinės Karalystės bei Lenkijos žiniasklaidos portalai. Daugiausiai pranešimų pasirodė portaluose: „Regnum“ (Rusija), „Rambler“ (Rusija), „Finanzen.net“ (Vokietija), „Novosti segodnia“ (Rusija), „The Baltic Times“ (Latvija), „LSMinactive“ (Latvija).

## Kultūros ir paveldo dimensijos vertinimas

Kultūros ir paveldo dimensija išlieka generuojančia daugiausiai pozityvaus srauto. Šį ketvirtį teigiami pranešimai sudarė 33 proc. šios srities srauto.

Naujienu sraute dominavo pranešimai apie Lietuvos kultūros atstovų veiklą, pasiekimus (muzikos, kino, teatro, vizualiojo meno srityse) bei UNESCO paveldą Lietuvoje. Išskirtinio dėmesio sulaukė Lietuvos muzikų pasirodymai, užsienio portalai domėjosi J. Janulytės, M. Gražinytės-Tylos, A. Stundytės, A. Grigorian veikla. MO muziejaus veiklos fone Vilnius pripažįstamas, kaip viena iš pagrindinių Europos kultūrinio turizmo krypčių. Atkreiptas dėmesys į Š. Barto filmo „Sutemose“ patekimą į San Sebastiano tarptautinio kino festivalio konkursinę programą, L. Lapelytės pasirodymą Rygos šiuolaikinio meno bienalėje.

Kaip ir pirmąjį 2020 m. pusmetį, aktuali išlieka Holokausto atminties tema. Tiesa, užsienio medijose ji vertinama gana dviprasmiškai. Dažniau Lietuvos Holokausto patirtis minima neigiamame kontekste, teigiama, kad Lietuva nepripažįsta gėdingo savo istorijos puslapio. Visgi, pasirodo pavieniai pranešimai, kuriuose teigiama, kad Lietuva pagaliau atkuria ryšį su savo žydiškuoju paveldu, organizuojami renginiai, skatinantys visuomenę susipažinti su žydiškąja kultūra bei žydų naikinimu nacistiniu laikotarpiu.

Kultūros ir paveldo naujienomis šį ketvirtį aktyviausiai domėjosi Latvijos, Estijos, Rusijos žiniasklaidos portalai. Daugiausiai pranešimų pasirodė Latvijos šaltiniuose: „LSM“, „Delfi.lv“, „TVNet“.

## Turizmo dimensijos vertinimas

Turizmo naujienų dinamika šį ketvirtį, kaip pirmąjį 2020 m. pusmetį, buvo ženkliai įtakota COVID-19 pandemijos. Nuo metų pradžios jaučiamas žinių turizmo tematika slūgimas, žinios persipynusios su pandemijos aktualijomis: kelionių ribojimas, izoliacijos tvarka, apsaugos priemonių naudojimas, epidemiologinės situacijos šalyje pokyčiai.

Šį ketvirtį pavieniai pranešimai taip pat skirti „Baltijos kelionių burbulo“ pabaigai bei Č. Sugiharos muziejui „Sugihara House“ aptarti. Keletas portalų – „The Daily Mail“, „Evening Standard“, „The Telegraph“ – Lietuvą nurodė, kaip patrauklų kelionių tašką.

Daugiausia naujienų turizmo tema pasirodė Jungtinės Karalystės, Vokietijos, Estijos žiniasklaidos portaluose. Aktyviausi šaltiniai: „The Telegraph (eClips Web)“ (Jungtinė Karalystė), „Express.co.uk“ (Jungtinė Karalystė), „News – EER“ (Estija).

## Eksporto dimensijos vertinimas

Eksporto dimensijoje šį ketvirtį dominavo pranešimai apie: Baltarusijos IT sprendimą persikelti į Lietuvą, Lietuvos ir Baltarusijos ekonominius, eksporto santykius, „Ignitis“ akcijų pardavimą.

Dominavo neutralaus tono pranešimai, sudarę 57,25 proc. naujienų srauto. Prie teigiamo šalies įvaizdžio formavimo prisidėjo pranešimai apie Lietuvos įmonių plėtrą bei inovatyvių sprendimų pasiūlymus, kūrybingą atsaką į COVID-19 pandemijos sukeltus sunkumus bei siekį investuoti į inovacijų, gyvybės mokslų sektorius. Neigiamą žinių sklaidė pranešimai apie Lietuvos įmonių įsiskolinimus, dalyvavimą teismo procesuose.

Lietuvos eksporto aktualijomis daugiausiai domėjosi Latvijos, Estijos, Baltarusijos žiniasklaida. Aktyviausiai šia tema rašę portalai: „DELFI.LV“ (Latvija), „TVNET“ (Latvija), „Finanzen.net“ (Vokietija).

## Investicijų ir imigracijos dimensijos vertinimas

Naujienos Investicijų ir imigracijos dimensijoje šį ketvirtį buvo glaudžiai susijusios su Lietuvos ir Baltarusijos santykių tema. Dominavo pranešimai apie eksportą tarp Lietuvos ir Baltarusijos, valstybių viena kitai keliamas sankcijas, Baltarusijos IT įmonių persikėlimą į Lietuvą, Lietuvos pagalbą Baltarusijai.

Šalies įvaizdį sustiprino ne tik lyderių pasisakymai prieš autoritarinį režimą, žmonių išreikštas solidarumas „Laisvės kelyje“, bet ir Lietuvos IT sektoriaus pasiekimai. „Bloomberg“, „Reuters“, „Politico“ ir kiti leidiniai minėjo Lietuvą, kartu su Ukraina ir Lenkija, tarp top šalių, kurias svarsto Baltarusių IT įmonės. Latvija ir Estija šiame kontekste neminėtos arba minėtos, kaip mažiau šansų turinčios šalys.

Lietuvos inovatyvumas išryškėjo ir kituose pranešimuose. Nišiniuose, tikslinei auditorijai skirtuose leidiniuose ir toliau dalintasi informacija apie teigiamus pokyčius Lietuvos FinTech ekosistemoje. Plačiai aprašytas pirmosios pasaulyje skaitmeninės kolekcinės monetos LBCOIN pristatymas. Lietuva minėta skaitmeninimo, 5G ryšio bei dirbtinio intelekto vystymo kontekste. Prisiminta inovatyvi Lietuvos reakcija į COVID-19 pandemiją. Dėmesio sulaukė Lietuvos aukštųjų technologijų bendrovės „Neurotechnology“ veikla. Atgarsio sulaukė „Investuok Lietuvoje“ bei „Lietuvos banko“ komunikacija apie AML centro steigimą, „Dexcom“ steigimąsi Vilniuje.

Naujienomis Investicijų ir imigracijos dimensijoje aktyviausiai domėjosi Rusijos, Latvijos, Baltarusijos žiniasklaidos portalai. Aktyviausi šaltiniai: „Rambler“ (Rusija), „The Baltic Times“ (Latvija), „Delfi.lv“ (Latvija).

## Gyventojų dimensijos vertinimas

Aktualių pranešimų, susijusių su Lietuvos gyventojų savybėmis, gebėjimais, pasiekimais, šį ketvirtį užsienio medijose nepasirodė. Srities naujienų srautas persidengė su pranešimais apie Lietuvos-Baltarusijos santykius, sporto aktualijas.



## Sporto dimensijos vertinimas

---

Sporto dimensijoje dominavo pranešimai apie vykusias varžybas, sporto renginius, sporto renginių organizavimą COVID-19 pandemijos fone, Š. Jasikevičius sprendimą treniruoti „BC Barcelona“.

Dominavo neutralaus tono pranešimai, sudarę net 95,58 proc. naujienų srauto. Tai pranešimai apie per šį laikotarpį vykusias varžybas, kuriuose Lietuva daugiausia minima kontekste. Teigiamą šalies įvaizdį formavo pavieniai pranešimai apie išskirtinius šalies sporto talentus. III-įjį ketvirtį aptarti Š. Jasikevičiaus, T. Balčiūno, A. Gudžiaus pasiekimai.

Lietuvos sporto naujienomis aktyviausiai domėjosi Latvijos, Rusijos, Švedijos žiniasklaidos portalai. Aktyviausi buvo šie portalai: „Sporta Centrs“ (Latvija), „Delfi EST“ (Estija), „Sports.ru“ (Rusija).

## Apibendrinimas

---

- Per pirmuosius tris šių metų ketvirčius Lietuvos vardas pasaulio žiniasklaidoje daugiausia skambėjo COVID-19 bei krizės Baltarusijoje kontekste.
- Daugiausia pranešimų – Valdymo, Investicijų ir imigracijos, Turizmo dimensijose.
- Daugiausiai apie Lietuvą rašė Vokietijos, Rusijos, Jungtinės Karalystės internetinė žiniasklaida.
- Lietuvos matomumas mažiausias – Norvegijos, Izraelio, Danijos, Švedijos internetinėje žiniasklaidoje.

- Prie teigiamo šalies įvaizdžio formavimo labiausiai prisidėjo Lietuvos kūrybiškumas pandemijos kontekste, demokratijos puoselėjimą demonstravusi komunikacija Baltarusijos krizės fone, kultūros pasaulio naujienos, pasiekimai inovacijų, mokslų srityse, tikslai bei pasiekimai aplinkosaugos srityje.
- Teigiamą šalies įvaizdį žiniasklaidoje įtakojo šalies institucijų inicijuotos kampanijos ir iniciatyvos.
- Prie neigiamo šalies įvaizdžio formavimo labiau prisidėjo pavieniai, tačiau pasikartojantys pranešimai apie lietuvių vykdytus nusikaltimus užsienyje, Holokausto atmintį, korupcijos, alkoholizmo, savižudybių problemą Lietuvoje.
- Didžiausias propagandinių naujienų srautas pastebimas Rusijos žiniasklaidoje.