INFODEMIJA

MOKSLO KOMUNIKACIJOS TYRIMAS · LT

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS • LIETUVOS MOKSLO TARYBA • 2023–2026

Politikos rekomendacijos

Mokslo komunikacijos rekomendacijos: į auditorijos segmentus orientuotos strategijos ir įrankiai

Moksliniais tyrimais pagrįstos rekomendacijos tikslinėms grupėms: mokslo ir švietimo įstaigoms, viešojo valdymo institucijoms, žiniasklaidai ir visuomeninėms organizacijoms.

1 005
RESPONDENTAI

4
AUDITORIJŲ SEGMENTAI

5
STRATEGINĖS REKOMENDACIJOS

73
TARPTAUTINIAI PAVYZDŽIAI

Mačiulienė M., Skaržauskienė A., Gulevičiūtė G., Diržytė A., Zelenkauskaitė A. (2026). Parengta įgyvendinant projektą INFODEMIJA „Pasitikėjimo mokslu didinimas kaip priemonė stiprinant visuomenės atsparumą netikroms žinioms (angl. fake news) klimato kaitos kontekste“, finansuojamą Lietuvos mokslo tarybos (sutarties Nr. P-VIS-23-57). Mykolo Romerio universitetas.

ĮVADAS

Kodėl reikalinga segmentuota komunikacija

Šiame dokumente pateikiamos penkios moksliniais tyrimais pagrįstos strateginės rekomendacijos mokslo ir švietimo įstaigoms, viešojo valdymo institucijoms, žiniasklaidos ir visuomeninėms organizacijoms bei kitoms suinteresuotosioms pusėms dėl pasitikėjimo mokslu gerinimo priemonių, susijusių su informacijos pasiekiamumu, suprantamumu ir piliečių įtraukimu. Rekomendacijos grindžiamos trijų empirinių šaltinių triangulacija: mokslinės literatūros ir dokumentų analize, nacionaliai reprezentatyvia Lietuvos gyventojų apklausa (N=1005) ir penkiomis fokusuotomis grupinėmis diskusijomis su suinteresuotųjų šalių atstovais.

Vadovaujantis projekto paraiška, kiekviena rekomendacija apima tris priemonių dimensijas: **komunikacinę** (mokslo komunikacijos strategijos, orientuotos į naujai sukonstruotus mokslo auditorijos segmentus), **edukacinę** (pristatytą edukacinėje platformoje www.infodemija.lt ir mokymų komponentuose) ir **organizacinę** (taikant suinteresuotųjų pusių bendradarbiavimo modelį). Rekomendacijų pavadinimai ir numeracija sutampa su edukacinės platformos strateginėmis rekomendacijomis (S1–S5); platformoje kiekviena rekomendacija papildyta kuruojamu tarptautinių gerosios praktikos pavyzdžių rinkiniu, iš viso 73 pavyzdžiai iš daugiau nei 20 šalių.

AUDITORIJOS SEGMENTAI

Kiekybinio tyrimo pagrindu Lietuvos visuomenė segmentuota į du pagrindinius segmentus ir keturis pogrupius. Segmentuota komunikacija taikoma kaip skersinis visų rekomendacijų principas.

Mokslo entuziastai	30,2%	**Nuosaikieji palaikytojai**	29,9%
Tylieji pasitikintieji	23,4%	**Nutolę nuo mokslo**	16,5%

LABIAU ĮSITRAUKUSIEJI Į MOKSLĄ · 60,1% MAŽIAU ĮSITRAUKUSIEJI · 39,9%

01 REKOMENDACIJA S1

Komunikuokite skaidriai

Mokslininkai | Komunikacijos skyriai | Žiniasklaida

EMPIRINIS PAGRINDAS

Skepticizmas Lietuvoje yra institucinis, ne faktinis: Nutolusiųjų nuo mokslo pogrupis (16,5% populiacijos) pripažįsta klimato kaitos realumą (M=1,38) ir pavojingumą (M=1,12), tačiau demonstruoja žemiausią pasitikėjimą mokslininkais (M=3,05). Problema yra ne mokslo žinia, o pasitikėjimas ją perduodančia institucija.

KOMUNIKACINĖ PRIEMONĖ

Kiekviename mokslo komunikacijos pranešime aiškiai atsakyti į penkis klausimus: kas tirta, kaip tirta, kokie rezultatai gauti, kokie apribojimai ir kas finansavo tyrimą. Žinučių tonas faktinis, be perdėto entuziazmo, pripažįstant neapibrėžtumą kaip mokslo proceso dalį.

EDUKACINĖ PRIEMONĖ

Mokslininkų rengimas komunikuoti skaidriai su skirtingomis auditorijomis per universitetų mokymo modulius: kaip adaptuoti žinutę skirtingiems pasitikėjimo lygiams ir naudoti skaidrumą kaip komunikacijos įrankį. Platformoje pateikiama mokymų medžiaga ir skaidrumo šablonai.

ORGANIZACINĖ PRIEMONĖ

Skaidrumo standarto įdiegimas kaip institucinė praktika, ne tik komunikacijos gairės: tyrimų finansavimo atsiskaitomumas, rezultatų atvirumas, mokslininkų mokymai komunikacijos etikos srityje.

18 tarptautinių pavyzdžių · skaidrumo šablonai, organizacijų pavyzdžiai, įrankiai, mokymų medžiaga, neapibrėžtumo komunikavimas · platformos sekcija S1

02 REKOMENDACIJA S2

Pristatykite klimato kaitą vizualiai ir kontekstualiai

Mokslo komunikatoriai | Žiniasklaida | Švietimo įstaigos | Aplinkosaugos NVO

EMPIRINIS PAGRINDAS

Klimato kaitos realumas pripažįstamas visuose keturiuose pogrupiuose, tačiau suvokimo gylis skiriasi: Mokslo entuziastai ir Nuosaikieji palaikytojai supranta mechanizmus ir pasekmes, o Tylieji pasitikintieji ir Nutolę nuo mokslo pripažįsta problemą bendru lygmeniu, bet sunkiai sieja ją su kasdienio gyvenimo pokyčiais.

KOMUNIKACINĖ PRIEMONĖ

Pereiti nuo klausimo apie klimato kaitos realumą prie vizualizavimo, kontekstualizavimo ir kasdienei patirčiai artimo pasakojimo: vietai pritaikyti vizualūs formatai, asmeninės istorijos, vietinio poveikio pavyzdžiai, sezoninės komunikacijos formatai.

EDUKACINĖ PRIEMONĖ

Interaktyvių įrankių ir vizualizacijų naudojimas švietimo ir viešosios komunikacijos kontekstuose; bendruomeninių diskusijų formatai klimato temai kontekstualizuoti konkrečios bendruomenės patirtyje.

ORGANIZACINĖ PRIEMONĖ

Vietinių klimato komunikacijos kampanijų rėmimas, integruojant vizualius formatus į savivaldybių ir bendruomenių informacinius kanalus.

14 tarptautinių pavyzdžių · interaktyvūs įrankiai, vizualizacijos, sezoninė komunikacija, bendruomeninių diskusijų formatai, vietinės kampanijos · platformos sekcija S2

03 REKOMENDACIJA S3

Pasiekite bendruomenes per vietos tarpininkus

Viešojo valdymo institucijos | Savivaldybės | Bibliotekos | NVO

EMPIRINIS PAGRINDAS

Tylieji pasitikintieji (23,4% populiacijos) pasitiki mokslu (M=3,78), bet aktyviai mokslo informacijos neieško (domėjimasis M=2,50). Tai suaktyvinimo, o ne įtikinėjimo problema. Vietos tarpininkų autoritetas šio pogrupio bendruomenėse yra didesnis nei nacionalinių institucijų.

KOMUNIKACINĖ PRIEMONĖ

Praktiška, su kasdieniu gyvenimu (sveikata, aplinka, šeimos kasdienybe) susieta informacija, perduodama per trijų tipų tarpininkus: vietinio autoriteto (mokytojai, bibliotekininkai, šeimos gydytojai, seniūnijų atstovai), profesionalius (NVO atstovai, bendruomenių lyderiai) ir asmeninės aplinkos (šeimos nariai, draugai).

EDUKACINĖ PRIEMONĖ

Piliečių mokslo iniciatyvų plėtra kaip visuomenės įtraukimo mechanizmas; bendruomeninių renginių formatai ir bibliotekų programos kaip mokslo komunikacijos platformos regionuose.

ORGANIZACINĖ PRIEMONĖ

Suinteresuotųjų pusių bendradarbiavimo modelio taikymas: decentralizuotas vietinių mokslo ambasadorių tinklas, partnerystės tarp mokslo institucijų, regioninių bibliotekų, kultūros centrų ir seniūnijų.

13 tarptautinių pavyzdžių · pilietinio mokslo platformos, tarpininkų programos, bibliotekų vaidmuo, bendruomeninių renginių formatai, bendrakūrimo metodikos · platformos sekcija S3

04 REKOMENDACIJA S4

Derinkite skaitmeninius ir tradicinius kanalus

Mokslo komunikatoriai | Žiniasklaida | Politikos formuotojai | Visuomeninis transliuotojas

EMPIRINIS PAGRINDAS

Mažiau įsitraukusiųjų segmentas (39,9% populiacijos) skaitmeniniais kanalais praktiškai nepasiekiamas (socialiniai tinklai M=1,93, YouTube M=2,42); pagrindiniai kanalai yra visuomeninė TV (M=1,41), komercinė TV (M=1,25) ir radijas (M=1,42). 89,8% šio segmento gyvena vietovėse iki 2 tūkst. gyventojų.

KOMUNIKACINĖ PRIEMONĖ

Kanalų derinys diferencijuojamas pagal pogrupį: specializuoti žurnalai, podkastai ir YouTube Mokslo entuziastams; socialiniai tinklai ir portalai Nuosaikiesiems palaikytojams; visuomeninė ir komercinė TV bei radijas Tyliesiems pasitikintiems; vietos tarpininkai ir bendruomeniniai kanalai Nutolusiems nuo mokslo.

EDUKACINĖ PRIEMONĖ

Mokslo turinio integracija į TV ir radijo programas, podkastų ir video formatų plėtra; žurnalistų ir mokslininkų bendradarbiavimo gairės.

ORGANIZACINĖ PRIEMONĖ

Nuolatinio neskaitmeninio mokslo turinio finansavimo mechanizmas: projektinio finansavimo ciklas nepakankamas TV ir radijo mokslo turinio tęstinumui užtikrinti.

15 tarptautinių pavyzdžių · darbas su žiniasklaida, podkastai ir video, TV/radijo pavyzdžiai, neskaitmeninė komunikacija, kanalų strategijų gairės · platformos sekcija S4

05 REKOMENDACIJA S5

Padėkite auditorijoms atpažinti manipuliacijas

Švietimo įstaigos | Žiniasklaida | Mokslo komunikatoriai | Medijų raštingumo NVO

EMPIRINIS PAGRINDAS

Abu segmentai vienodai suvokia dezinformaciją kaip grėsmę ir vienodai retai patys ją platina; skiriasi gebėjimas atpažinti manipuliacijas (d=0,28). Pažeidžiamumas dezinformacijai yra konteksto, ne segmento funkcija, todėl intervencijos turi taikytis į elgseną, o ne į demografines grupes.

KOMUNIKACINĖ PRIEMONĖ

Labiau įsitraukusiems: inokuliacijos (angl. prebunking) technikos ir šaltinių tikrinimo įgūdžių ugdymas per skaitmenines platformas. Mažiau įsitraukusiems: institucinio pasitikėjimo atkūrimas per skaidrumo standartų taikymą ir patikimų vietos tarpininkų įtraukimą.

EDUKACINĖ PRIEMONĖ

Medijų raštingumo programos švietimo įstaigose; faktų tikrinimo ir kritinio mąstymo įgūdžių ugdymo įrankiai komunikatoriams, švietėjams ir žurnalistams.

ORGANIZACINĖ PRIEMONĖ

Kovos su dezinformacija priemonių orientavimas į elgsenos modelius (medijų vartojimo įpročius, prieigą prie informaciją kontekstualizuojančių tarpininkų), o ne į atskiras „rizikingas“ auditorijas.

13 tarptautinių pavyzdžių · prebunking, klimato dezinformacija, faktų tikrinimas, medijų raštingumas, komunikatorių gairės · platformos sekcija S5

REKOMENDACIJŲ SKLAIDA

Kur ir kaip rekomendacijos pasiekia adresatus

Rekomendacijos skleidžiamos per mokslo ir švietimo įstaigas, informaciją perduodant komunikacijos skyriams, mokslininkams ir komunikacijos krypties studentams, taip pat žiniasklaidos organizacijoms. Rekomendacijos viešai prieinamos edukacinėje platformoje **www.infodemija.lt** (sekcijos TYRIMAS ir ĮRANKIAI, lietuvių ir anglų kalbomis); jos pristatytos akademinei bendruomenei ir visuomenei per Mokslo ir inovacijų savaitę MRU (2025) ir suinteresuotųjų šalių renginius.

INFODEMIJA · www.infodemija.lt
MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS · LIETUVOS MOKSLO TARYBA · SUTARTIES NR. P-VIS-23-57