

Kurk   
Lietuvai



# Dirbtinio intelekto taikymas Lietuvos žurnalistikoje

Anketinio tyrimo analizė

Projekto vadovė: Agnė Mikštienė, „Kurk Lietuvai“

El. paštas: [agne.mikstiene@kurklit.lt](mailto:agne.mikstiene@kurklit.lt)

[LinkedIn](#)

[Projektas](#)

Projekto savininkas: Deividas Velkas, LR Kultūros ministerija

Data: 2024 m. birželis

## Turinys

<b>Santrauka.....</b>	<b>3</b>
Terminas.....	4
<b>Metodologija.....</b>	<b>4</b>
Tikslas .....	4
<b>Tyrimo subjekto žemėlapis.....</b>	<b>5</b>
Redakcijos .....	5
Kviestiniai dalyviai pagal funkcijas.....	6
<b>Tyrimo subjektas ir statistika.....</b>	<b>7</b>
<b>Anketinės apklausos analizė .....</b>	<b>8</b>
Ar jūsų žiniasklaidos organizacija turi DI strategiją? .....	8
Ar jūsų žiniasklaidos organizacija yra įtraukusi DI aspektus į vidaus taisykles / etikos kodeksą? .....	10
Ar nerimaujate dėl etinių DI įrankių integravimo aspektų, turinčių įtakos redakcinio turinio kokybei ir kitoms žurnalistikos sritims?.....	11
Ar žinote, kada ir kaip DI gali būti naudojamas jūsų profesinėje veikloje, o kada ne?.....	12
.....	13
Ar naudojate DI įrankiais atliekant profesinę funkciją?.....	13
Ar naudojate DI įrankiais bent vienai šių funkcijų atlikti: medžiagai rinkti, naujienoms rengti ir naujienoms skleisti / platinti?.....	14
Ar manote, kad su lietuviškai veikiančiais DI įrankiais galima atlikti visas funkcijas taip pat gerai kaip, pvz., anglų kalba?.....	15
Ar manote, jog prisipažinimas, kad DI įrankis buvo naudotas turinio rengimo procese gali pakenkti žurnalisto ar redakcijos reputacijai? .....	17
Ar, jūsų nuomone, DI generuotas turinys (tekstas / vaizdas / garsas), turėtų būti atitinkamai žymimas?.....	18
Ar žymite su DI įrankiais generuotą realistiškai atrodantį turinį (tekstą / vaizdą / garsą)? .....	19
Kaip dažniausiai naudojate DI technologijas savo nurodytoje profesinėje veikloje? .....	20
Kiti, respondentų savarankiškai nurodyti DI panaudojimo būdai .....	21
DI įrankiai, kuriais naudojasi respondentai .....	21
Ar tikėtės augančio DI įrankių naudojimo savo redakcijoje? .....	22
Sritis, kuriose tikimasi augančio DI įrankių naudojimo .....	23
<b>Išvados.....</b>	<b>23</b>
<b>Priedai.....</b>	<b>26</b>

---

<b>Anketa.....</b>	<b>26</b>
<b>Anketinio tyrimo rezultatai .....</b>	<b>26</b>
<b>Kvietimų dalyvauti tyrime statistika.....</b>	<b>26</b>

## Santrauka

Ši analizė – tai „Kurk Lietuvai“ ir LR Kultūros ministerijos bendradarbiavimo rėmuose vykdomo projekto [„Žinių algoritmas: dirbtinio intelekto taikymas Lietuvos žurnalistikoje“](#) dalis.

Šiame darbe analizuojama anketinės apklausos metu surinkti duomenys apie dirbtinio intelekto (DI) įrankių taikymo Lietuvos žurnalistikoje mastą ir problematiką.

Dalyvauti apklausoje buvo pakviesti 245 nacionalinių ir regioninių / vietinių redakcijų žurnalistai, redaktoriai ir vadovai. Į kvietimą atsiliepė 43.

51 proc. respondentų teigia nesinaudojantys arba nežinantys, kad naudojami DI atlikdami savo profesinę funkciją. Tačiau žvelgiant į skirtingų dydžių redakcijas matosi, kad nacionalinėse žiniasklaidos priemonėse juo naudojasi 61,5 proc., o regioninėse / vietinėse tik 30 proc. redakcijų darbuotojų.

58 proc. apklaustųjų tikisi augančio DI įrankių naudojimo savo redakcijose šioms užduotims atlikti: informacijos rinkimui ir apdorojimui, iliustracijų ir vaizdo įrašų generavimui, teksto ir garso įrašų transkribavimui bei santraukų kūrimui, procesų automatizavimui ir techninių darbų palengvinimui, taip pat turinio kūrimui ir adaptavimui.

Apklausos duomenys taip pat atskleidė, kad dauguma respondentų (kiek daugiau nei 88 proc.) mano, jog DI generuotas turinys turėtų būti aiškiai žymimas.

Tyrimas parodė, kad dalis nacionalinių redakcijų jau turi / rengia DI taikymo redakcijoje strategiją ir įtraukia šios technologijos naudojimo taisykles į vidines tvarkas apibrėžiančius dokumentus bei kodeksus. Tačiau šis procesas dar nėra užfiksuotas regioninėse / vietinėse žiniasklaidos organizacijose.

93 proc. išbandžiusių DI lietuvių kalba mano, kad su lietuviškai veikiančiais DI įrankiais negalima atlikti visų funkcijų taip pat gerai kaip, pvz., anglų kalba. Tad galima daryti prielaidą, kad tai viena priežasčių, kodėl DI technologijos taikymas Lietuvos žurnalistikoje yra mažiau paplitęs nei kitose pasaulio šalyse (2023 m. 46 šalyse vykdytos apklausos metu nustatyta, kad DI naudoja 75 proc. respondentų<sup>1</sup>).

---

<sup>1</sup> [NEW | JournalismAI's Generating Change Report 2023 — JournalismAI](#), Journalism AI, 2023 m. p. 7

**Terminas** „dirbtinis intelektas“ (trump. DI) šioje analizėje vartojamas išreiškiant generatyvinį DI (trump. GDI).

Paaiškinimas: „Generatyvinis dirbtinis intelektas (GDI) yra kompiuterių mokslo šaka, kurioje dirbtinis intelektas (DI) yra naudojamas kuriant turinį. Ši technologija apima tekstą, vaizdus, muziką, video ir kitas medijų formas. GDI modeliai mokosi iš didelių duomenų rinkinių, kad sukurtų turinį, kuris yra panašus į mokymosi metu naudotus duomenis.

Vienas iš pagrindinių GDI pavyzdžių yra tekstų generavimo modeliai, tokie kaip „OpenAI“ GPT serija, kurie gali rašyti straipsnius, atsakinėti į klausimus, generuoti programavimo kodą ir daugiau. Kitas populiarus pavyzdys yra vaizdų generavimo algoritmai, tokie kaip „DALL-E“, kurie sugeba kurti vaizdus iš aprašomųjų tekstų.

GDI technologijos plačiai taikomos įvairiose srityse, pradedant pramogomis ir baigiant edukacija, kur jos naudojamos generuojant unikalų ir interaktyvų turinį, pritaikomą individualiems vartotojo poreikiams.“<sup>2</sup>

## Metodologija

Dirbtinio intelekto taikymo Lietuvos žurnalistikoje kiekybiniam tyrimui pasirinkta anoniminė apklausa. Šis metodas pasirinktas tikintis surinkti kiek įmanoma atviresnius atsakymus ir siekiant pamatyti kuo realistiškesnį DI taikymo Lietuvos žurnalistikoje vaizdą.

**Tikslas:** apklausti 50 žurnalistų bendruomenės narių (40 žurnalistų, 5 redaktorių ir 5 vadovus).

**Apklausta:** 43 žurnalistų bendruomenės nariai (29 žurnalistai, 11 redaktorių ir 3 vadovai).

Anketa sudaryta iš 19 klausimų: 14 privalomų uždarų klausimų ir 5 neprivalomų atvirų (du iš jų kviečiantys dalyvauti kokybiniame tyrime, kuris šios analizės metu nebus aptariamas). Nuorodą į anketinius klausimus rasite šio dokumento priede.

Anketa buvo siunčiama tik atrinktiems subjektams (kriterijai aprašyti poskyryje „redakcijos“) asmeniškai. Įpusėjus tyrimui papildomai buvo pasitelkti asmeniniai kontaktai. Tokiu būdu prašymas dalyvauti tyrime pasiekė didesnę dalį žurnalistikos bendruomenės. Tačiau dėl šio pagalbino metodo respondentų aktyvumas nepadidėjo.

---

<sup>2</sup> ChatGPT-4 atsakymas į užklausą, „Kas yra generatyvinis dirbtinis intelektas?“, Introducing ChatGPT (openai.com), 2024 gegužės 3 d.

Pačia anketa ar nuoroda į ją nebuvo dalintasi socialiniais tinklais ar kitais viešais būdais siekiant išvengti netikrų atsakymų iš subjektų nepriklausančių tikslinei grupei.

## Tyrimo subjekto žemėlapis

### Redakcijos

Redakcijos atrinktos hibridiniu metodu. DI programai „Gemini“ buvo suformuotas prašymas atsitiktine tvarka atrinkti penkias nacionalines ir penkias regionines / vietines redakcijas. Kadangi dvi siūlomos regioninės redakcijos savo dydžiu labiau atitiko nacionalinių redakcijų kriterijus, sąrašas buvo patikslintas ir papildytas tyrimo autoriaus. Vietoj 5 regioninių redakcijų buvo nuspręsta įtraukti 8 dėl mažo tikslinių subjektų skaičiaus pasirinktose redakcijose.

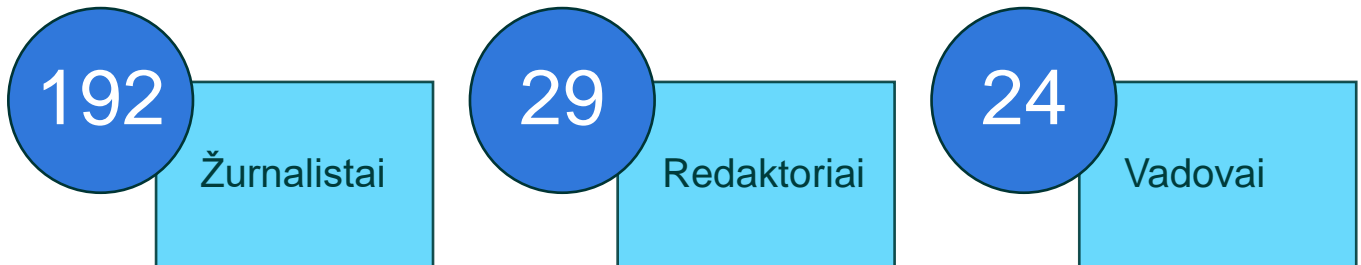
„Gemini“ atrinktos, bet kriterijų neatitinkančios redakcijos buvo įtrauktos į papildomų subjektų sąrašą. Jų darbuotojai buvo kviečiami dalyvauti tyrime savaite vėliau dėl itin menko atrinktų subjektų aktyvumo per pirmąjį kvietimo dalyvauti tyrime bangą.

Taip pat sąrašas buvo papildytas [Interneto žiniasklaidos asociacijai](#) priklausančiais nariais ir kitomis redakcijomis rastomis pasitelkus „Google“ paiešką.

### Atrinktos redakcijos

Nacionalinės	Regioninės / vietinės	
„Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija“ <a href="https://www.lrt.lt/">https://www.lrt.lt/</a>	„Vakarų ekspresas“ <a href="https://ve.lt/">https://ve.lt/</a>	„Utenos diena“ <a href="https://udiena.lt/">https://udiena.lt/</a>
„Lrytas“ <a href="https://www.lrytas.lt/">https://www.lrytas.lt/</a>	„Panskiautas“ <a href="https://panskiautas.lt/">https://panskiautas.lt/</a>	„Anykšta“ <a href="https://www.anyksta.lt/">https://www.anyksta.lt/</a>
„Delfi“ <a href="https://www.delfi.lt/">https://www.delfi.lt/</a>	„Alytaus naujienos“ <a href="https://www.alytausnaujienos.lt/">https://www.alytausnaujienos.lt/</a>	„Kauno diena“ <a href="https://kauno.diena.lt/">https://kauno.diena.lt/</a>
„15min“ <a href="https://www.15min.lt/">https://www.15min.lt/</a>	„Žemaitis“ <a href="https://www.zemaiciolaikrastis.lt/">https://www.zemaiciolaikrastis.lt/</a>	„Klaipėda“ <a href="https://klaipeda.diena.lt/">https://klaipeda.diena.lt/</a>
„Verslo žinios“ <a href="https://www.vz.lt/">https://www.vz.lt/</a>	„Tauragės kurjeris“ <a href="https://kurjeris.lt/">https://kurjeris.lt/</a>	„Kas vyksta Kaune“ <a href="#">Kas vyksta Kaune</a>
„Alfa“ <a href="#">Alfa.lt</a>	„Šiaulių naujienos“ <a href="http://www.snaujienos.lt/">http://www.snaujienos.lt/</a>	„Šiaulių raštas“ <a href="#">Šiaulių kraštas (skrastas.lt)</a>
		„Alytusplius“ <a href="#">AlytusPlius.lt   Alytaus krašto žinios</a>
		„Made in Vilnius“ <a href="https://madeinvilnius.lt/">https://madeinvilnius.lt/</a>

## Kviestiniai dalyviai pagal funkcijas



Iš viso el. paštu išsiųsti 245 kvietimai nacionalinių ir regioninių / vietinių redakcijų interneto puslapiuose nurodytais žurnalistų (192), redaktorių (29) ir vadovų (24) el. pašto adresais. Sulaukta žinučių apie 5 neaktyvias pašto dėžutes. Tad aktyvių pakvietimų yra 240. Šis skaičius ir yra atsvara skaičiuoti aktyvumą.

Pirmąją bangą buvo kviečiami 95 atsitiktinai „Gemini“ programa atrinkti tyrimo subjektai. Vėliau, stebint itin mažą kviestinių dalyvių aktyvumą (per dvi dienas atsakė vos 11 proc. kvieštųjų), buvo kviečiami visi kiti atrinktų redakcijų atstovai.

Aktyvi komunikacija su subjektais truko dvi savaites. Jos metu kiekvienas jų gavo 1 pakvietimą ir 3 priminimus dalyvauti tyrime. Pasyvus etapas (laikant anketą atvirą, bet nebekomunikuojant apie ją) – pusantros savaitės. Pasyviu metu nesulaukta nė vieno atsakymo.

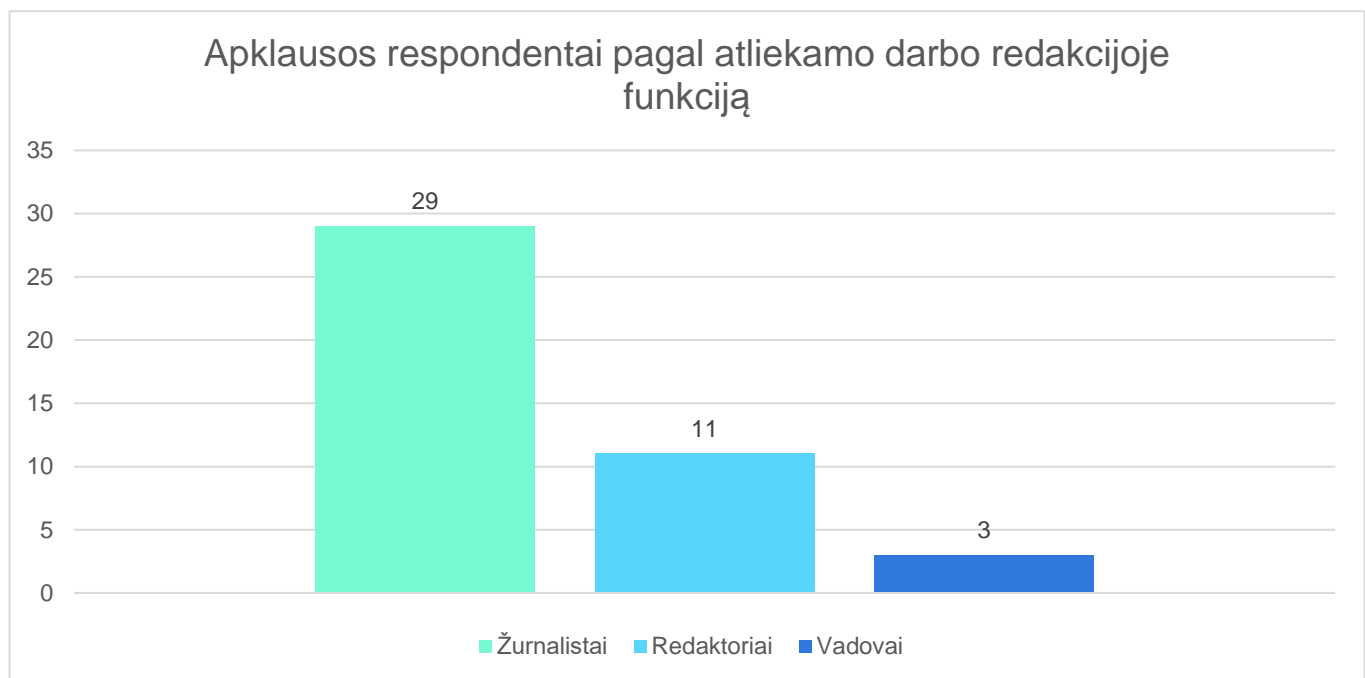
Po keturių kvietimo bangų užpildyti anketą iš viso **sulaukta 43 atsakymų** (tikslas – 50). Surinkta beveik 90 proc. planuotų atsakymų. Dalyvavimo apklausoje aktyvumas tesiekia 18 proc. Gyvai kalbinami respondentai paprastai rodo itin didelį susidomėjimą tema ir išreiškia norą susipažinti su rezultatais, tačiau, kai tai perėjo į anonimiškumo erdvę, kur nėra kontroliuojama, kas atsako į klausimus, o kas ne – susidomėjimas prisidėti prie rezultato išgryninimo sumenko.

Kalbant apie priežastis, kodėl atsakymų sulaukta mažiau nei planuota, gali būti šios:

- Laiko trukmė, per kurią aktyviai siekta užmegzti santykį su respondентаis, buvo per trumpa (dvi savaitės).
- Apklausos vykdymo metu vyko LR prezidento rinkimai (pirmas ir antras turas) bei pilietybės išsaugojimo referendumas, todėl žurnalistų bendruomenės dėmesys buvo nukreiptas į šias svarbias aktualijas.
- Dėl laiko ir žmogiškųjų resursų stokos apklausos anketa buvo siunčiama respondentams, prieš tai neužmezgus su jais ryšio ir nesukūrus įpareigojančio fono, kuris paskatintų atsakyti.

## Tyrimo subjektas ir statistika

### Apklauso dalyviai



Dėl laiko ir resursų stokos aktyvi apklauso kampanija vyko tik dvi savaites. Todėl, nors tikslas buvo sulaukti 40 žurnalistų, 5 redaktorių ir 5 vadovų atsakymų, bendras 43 atsakymų rezultatas yra geras, siekiantis beveik 90 proc. Rezultatų pasiskirstymas pagal atliekamo darbo redakcijoje funkciją: 29 žurnalistai, 11 redaktorių ir 3 vadovai.

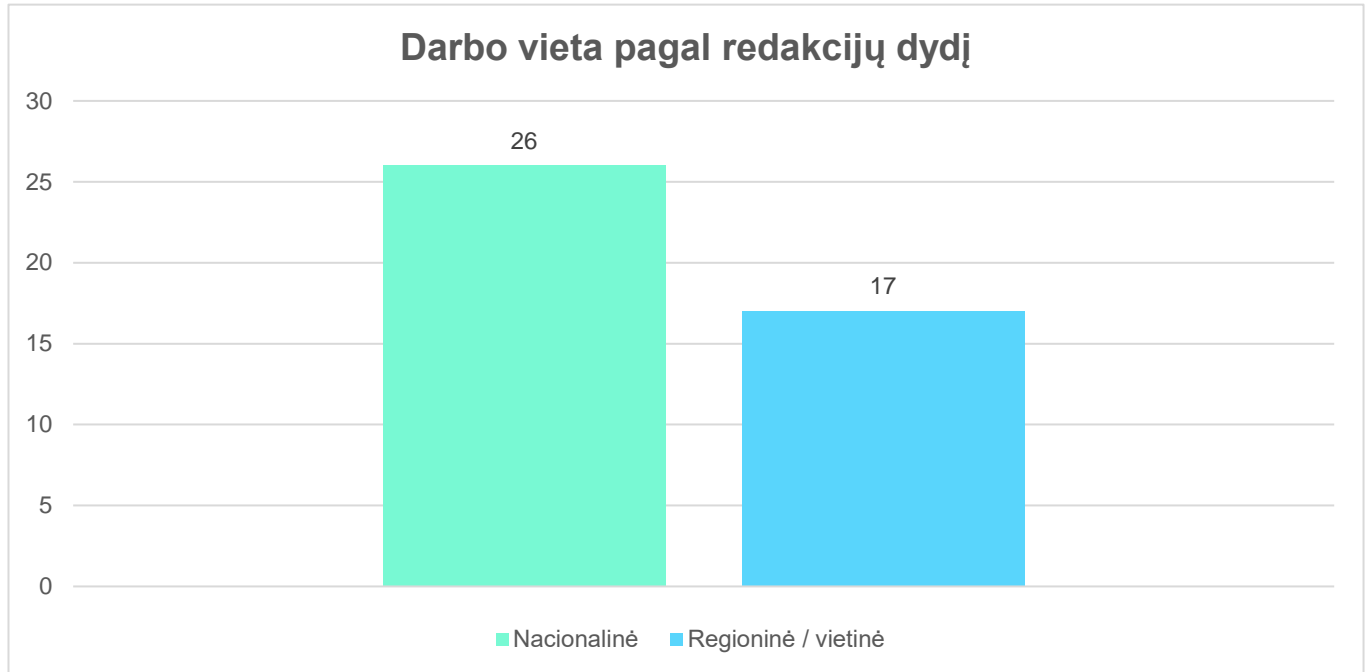
Taip pat, žinant, kad Lietuvos redakcijose, ypač mažesnėse, žurnalistų, redaktorių ir vadovų pareigos persipina, sunku būtų tikėtis sulaukti respondentų atsakymų iš griežtai įrėmintų konkrečių žurnalistinių funkcijų. Bet kurio atveju atsakymų rezultatai atspindi redakcijų darbo organizavimo ypatumus.

Nacionalinėse redakcijose Lietuvoje dirba beveik 70 proc. žurnalistų<sup>3</sup>. Šioje apklausoje jie sudarė 60 proc. respondentų dalį. Tai nėra didelis nuokrypis, o aktyvus regioninių / vietinių redakcijų dalyvavimas

<sup>3</sup> Plepytė-Davidavičienė, Giedrė. Kas yra žurnalistai Lietuvoje, kur ir kokiomis sąlygomis jie dirba? Žurnalistika Lietuvoje. Žurnalistų laisvė, saugumas ir įtakos (red. Deimantas Jastramskis). Vilnius: VU leidykla, 2024, p. 34



(40 proc.) sudaro sąlygas apžvelgti įvairesnes ir skirtingą brandos lygį turinčias žiniasklaidos organizacijas. Tokiu būdu kelių didžiųjų žiniasklaidos priemonių rezultatai nėra primetami mažosioms.



## Anketinės apklausos analizė

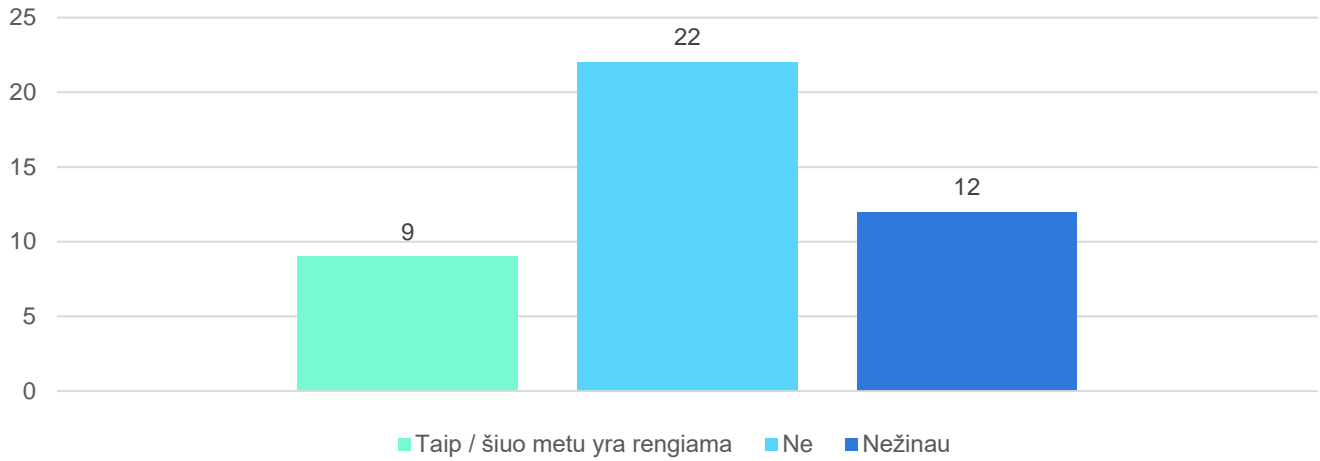
### Ar jūsų žiniasklaidos organizacija turi DI strategiją?

Penktadalis respondentų teigia, kad jų žiniasklaidos organizacija turi arba šiuo metu rengia DI strategiją. Tai šiek tiek mažesnis rodiklis lyginant su pasauliniais DI žiniasklaidoje tyrimais, atliktais 2019 (32 šalyse) ir 2023 m. (46 šalyse)<sup>4</sup>. Juose yra nurodoma, kad DI strategiją turėjo arba rengė trečdalis organizacijų. Taip pat svarbu paminėti, kad Lietuvoje DI strategiją turi arba šiuo metu rengia tik nacionalinės redakcijos.

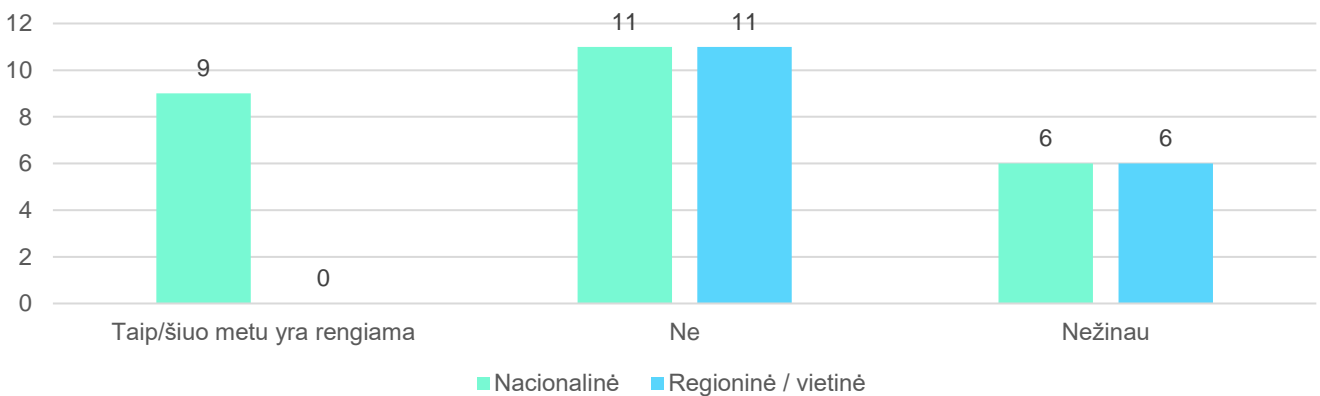
<sup>4</sup> [NEW | JournalismAI's Generating Change Report 2023 — JournalismAI](#), Journalism AI, 2023 m. p. 25

[New powers, new responsibilities. A global survey of journalism and artificial intelligence | Polis \(lse.ac.uk\)](#), LSE, 2019 m. p. 39

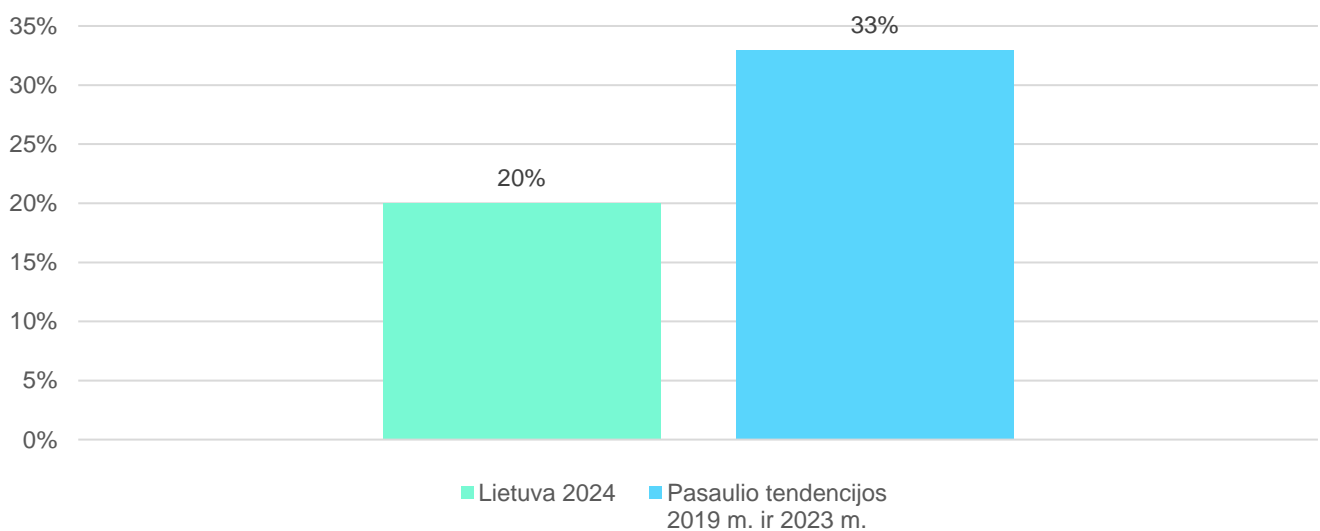
## Ar jūsų žiniasklaidos organizacija turi DI strategiją?



## Ar jūsų žiniasklaidos organizacija turi DI strategiją?

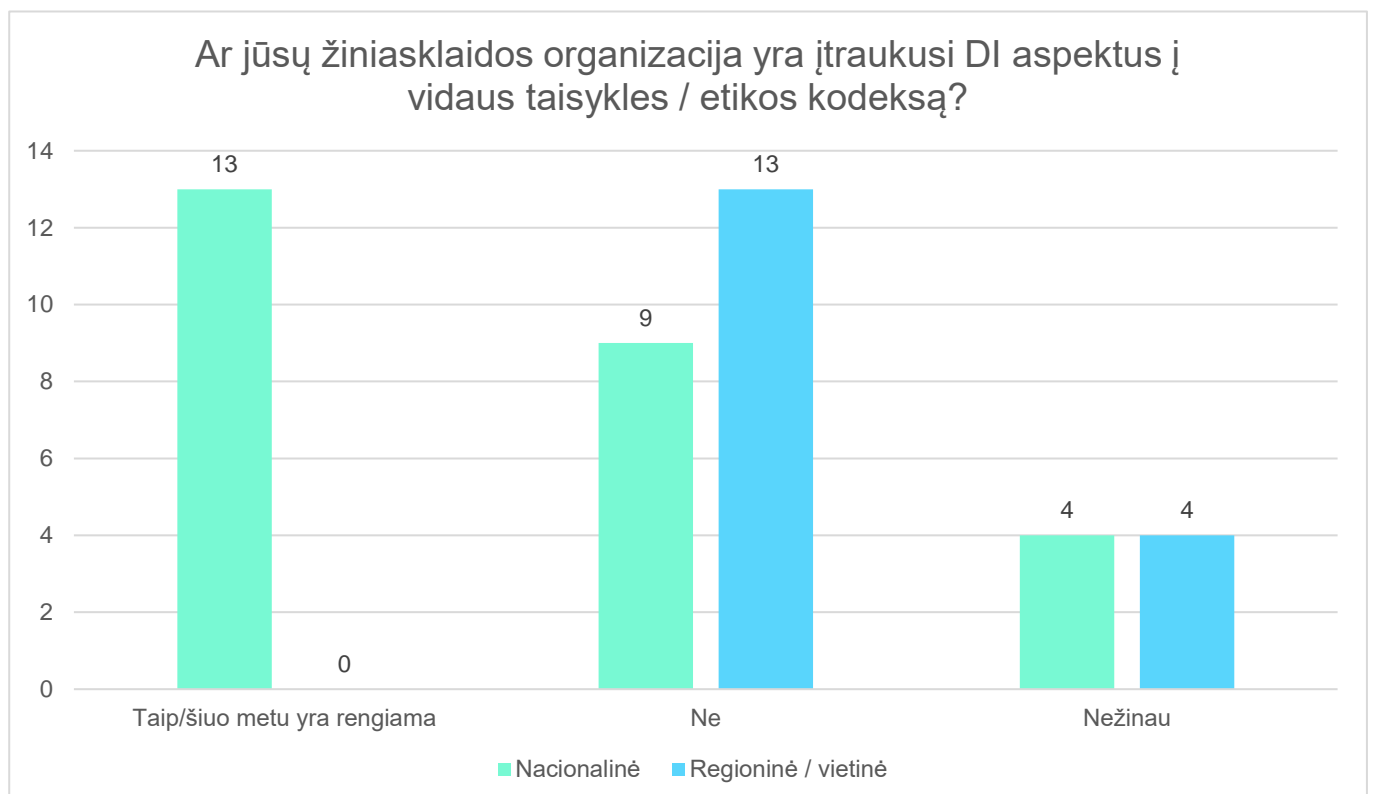
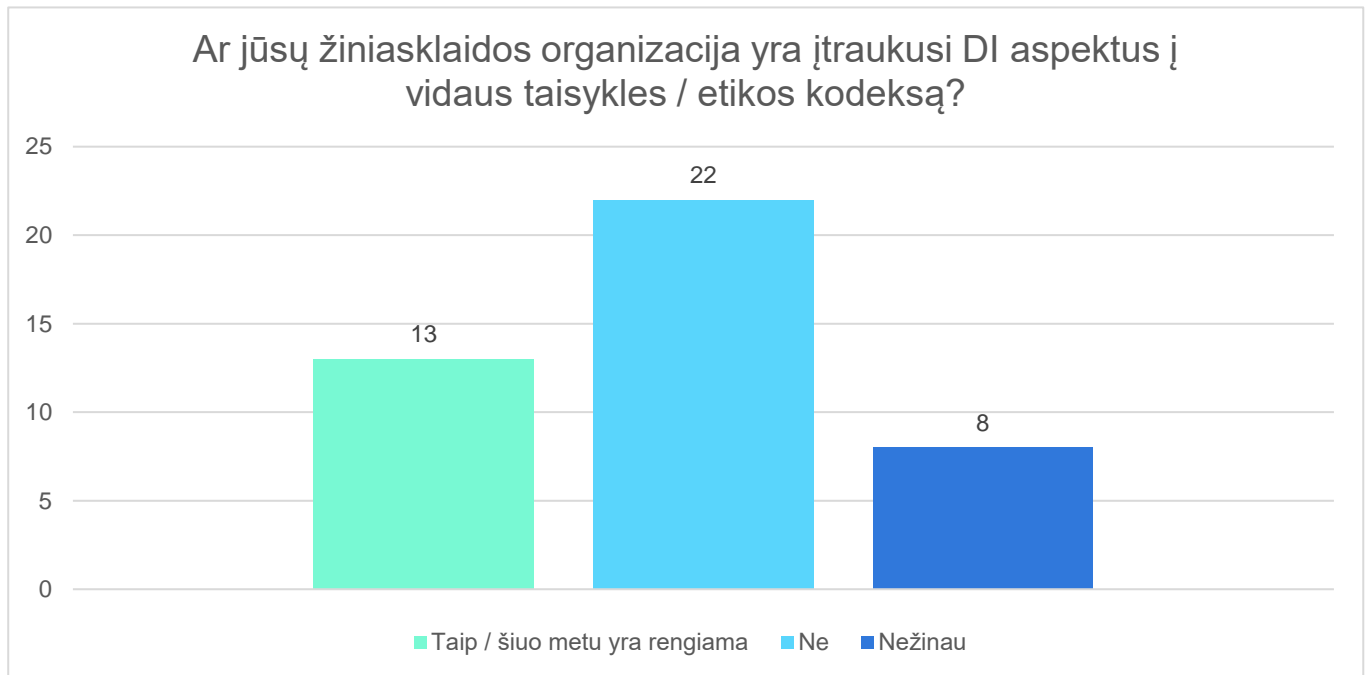


## Žiniasklaidos organizacija turi DI strategiją arba ji yra rengiama



### Ar jūsų žiniasklaidos organizacija yra įtraukusi DI aspektus į vidaus taisykles / etikos kodeksą?

Kiek geresnis, bet vėlgi panašus rezultatas ir dėl DI aspektų įtraukimo į vidaus taisykles / etikos kodeksą. Čia irgi geresnius rezultatus rodo nacionalinės redakcijos.

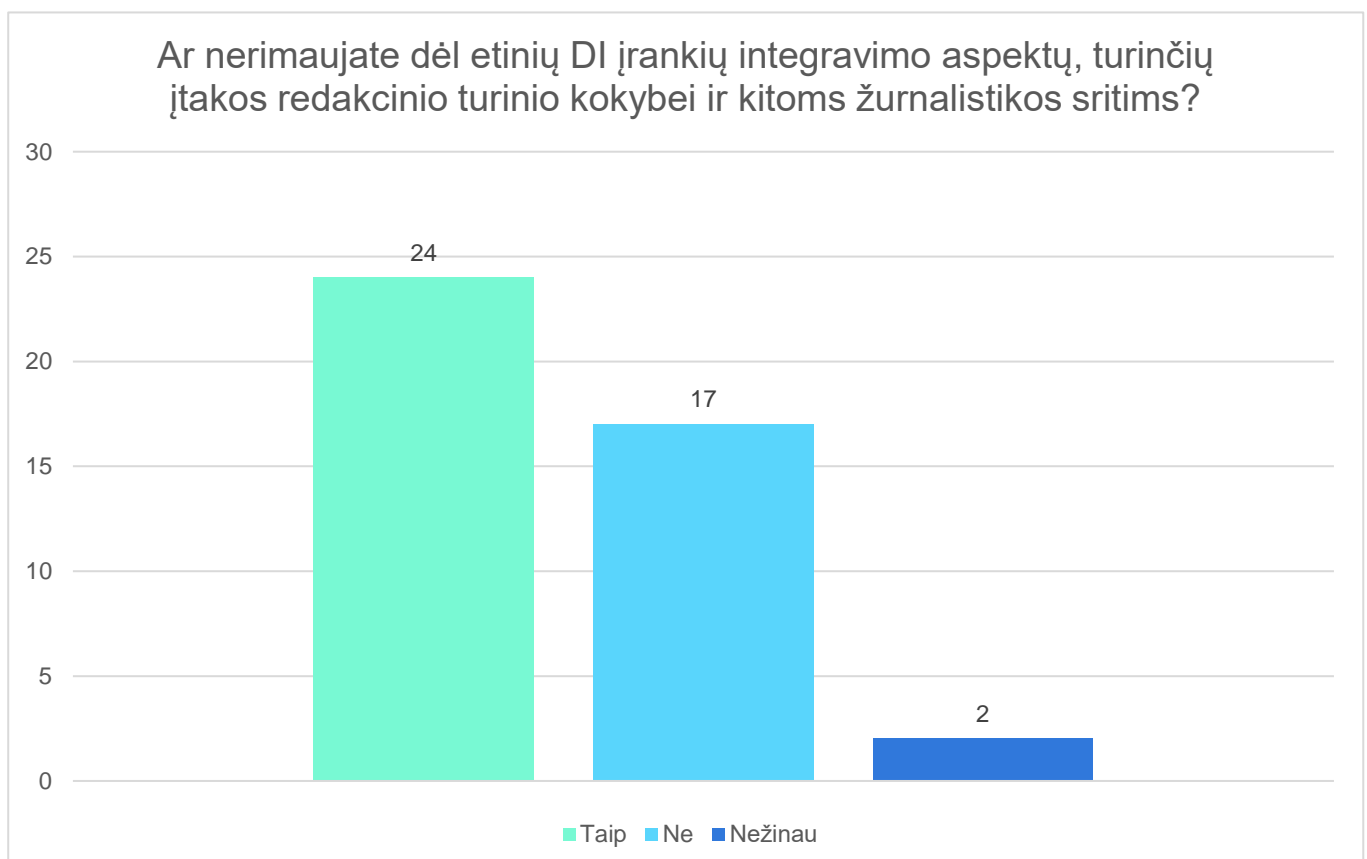


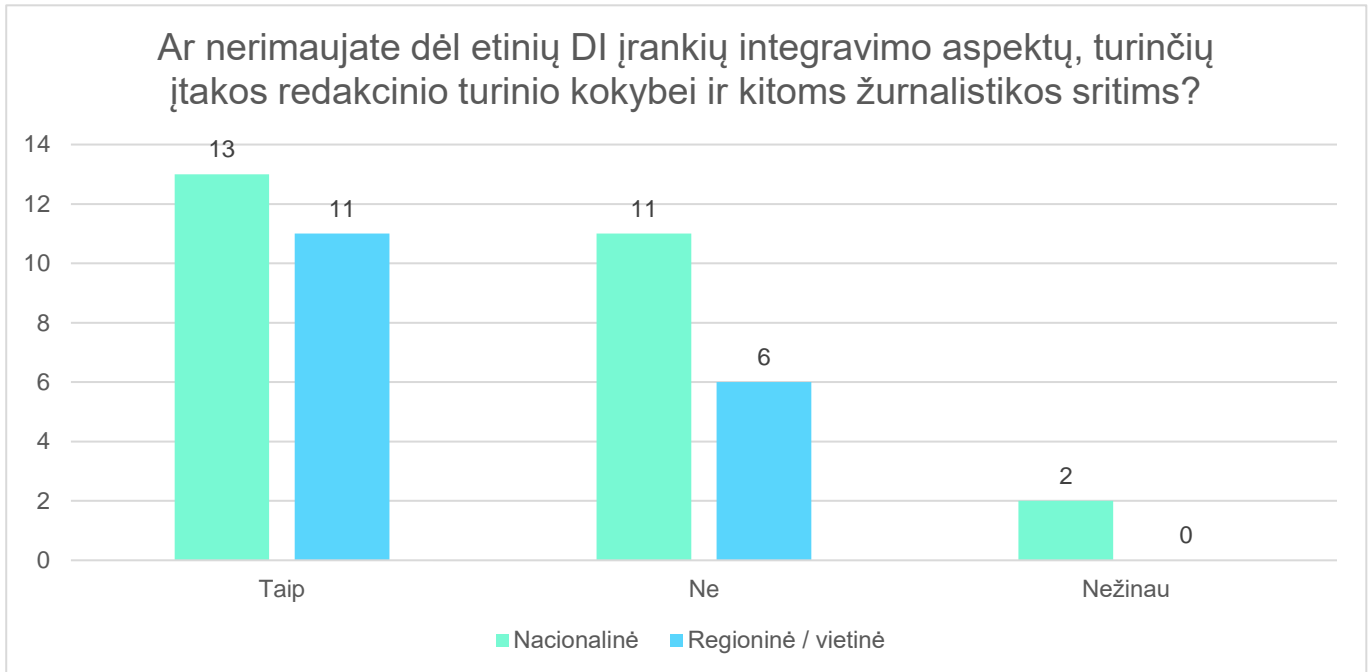
Taigi, galime daryti išvadą, kad Lietuvos nacionalinės redakcijos į DI, jo taikymą žiniasklaidoje žvelgia atsakingai ir jau imasi spręsti su jo naudojimu kylančius klausimus. Iki 50 proc. nacionalinių redakcijų respondentų žino apie esamas ir rengiamas DI strategijas, į organizacijų vidines tvarkas įtraukiamas DI naudojimo taisykles.

Tačiau, turint omeny, kaip greitai DI taikymas įvairiose srityse plinta ir kinta, svarbu, kad kuo daugiau žurnalistų bendruomenės narių žinotų ir suprastų, kokios yra DI naudojimo galimybės ir ribos. Svarbu atsakyti į jų klausimus ir išspręsti kylančius praktinius iššūkius. Šią žinių būtina paskleisti ir po regionines / vietines žiniasklaidos organizacijas, kurios į DI temą dar nėra pažvelgusios rimčiau.

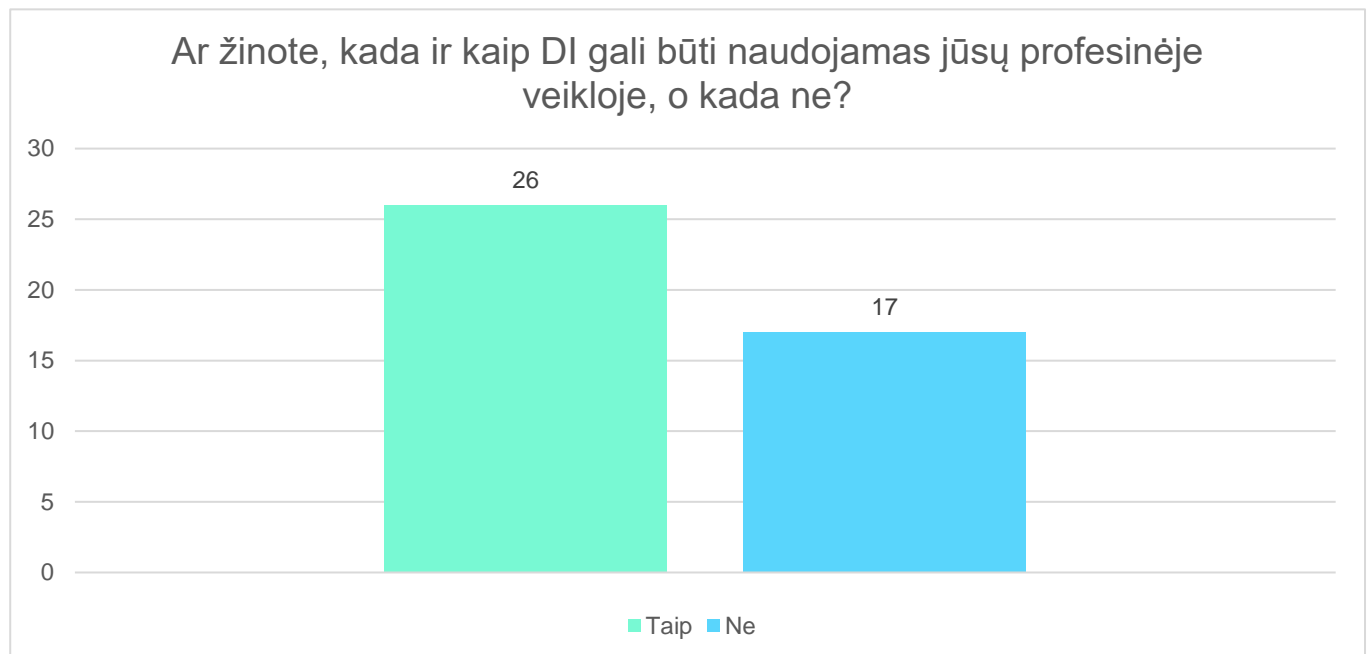
### **Ar nerimaujate dėl etinių DI įrankių integravimo aspektų, turinčių įtakos redakcinio turinio kokybei ir kitoms žurnalistikos sritims?**

Net 65 proc. regioninių / vietinių redakcijų respondentų nerimauja dėl etinių DI įrankių integravimo aspektų, turinčių įtakos redakcinio turinio kokybei ir kitoms žurnalistikos sritims. Palyginimui reikia paminėti, kad taip jaučiasi 50 proc. nacionalinių redakcijų respondentų. Skirtumas nėra itin reikšmingas, tačiau tai rodo, kad net ir DI strategijų bei taisyklių įtraukimas į vidines organizacijos tvarkas nėra esminis elementas, išsprendžiantis visą su DI taikymu žurnalistikoje susijusią problematiką ir nežinomųjų faktorius išlieka aukštas.

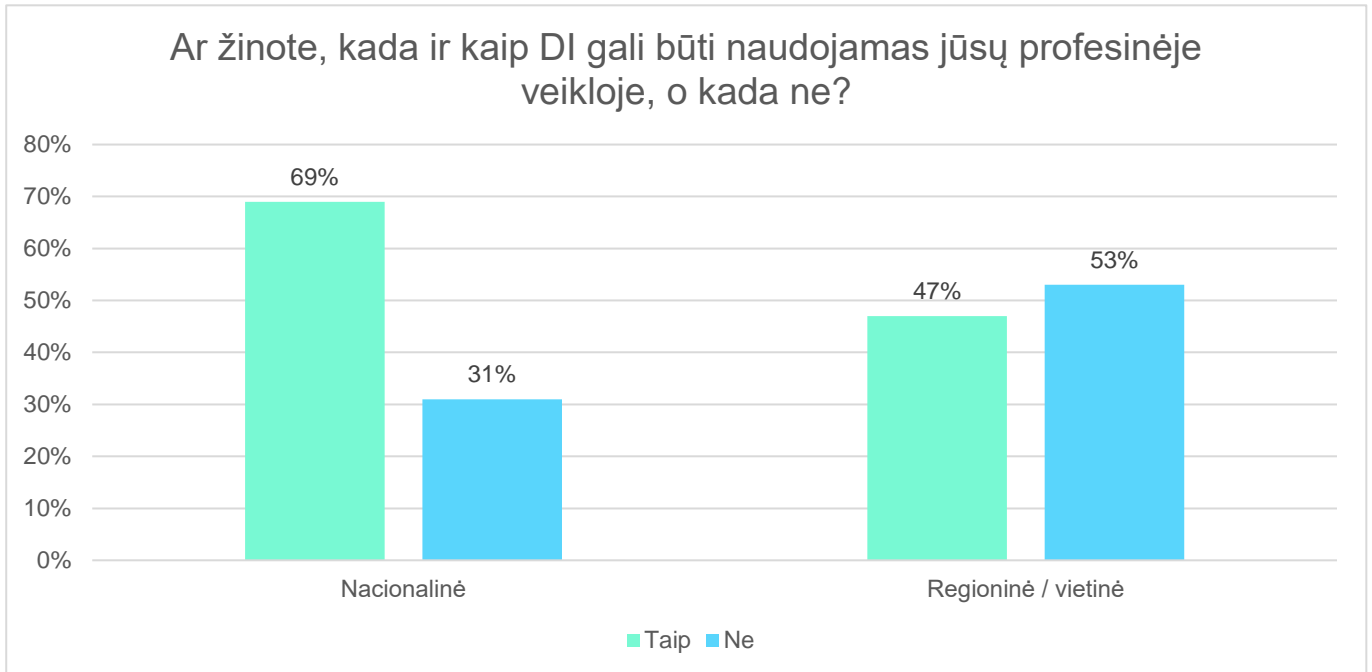




**Ar žinote, kada ir kaip DI gali būti naudojamas jūsų profesinėje veikloje, o kada ne?**

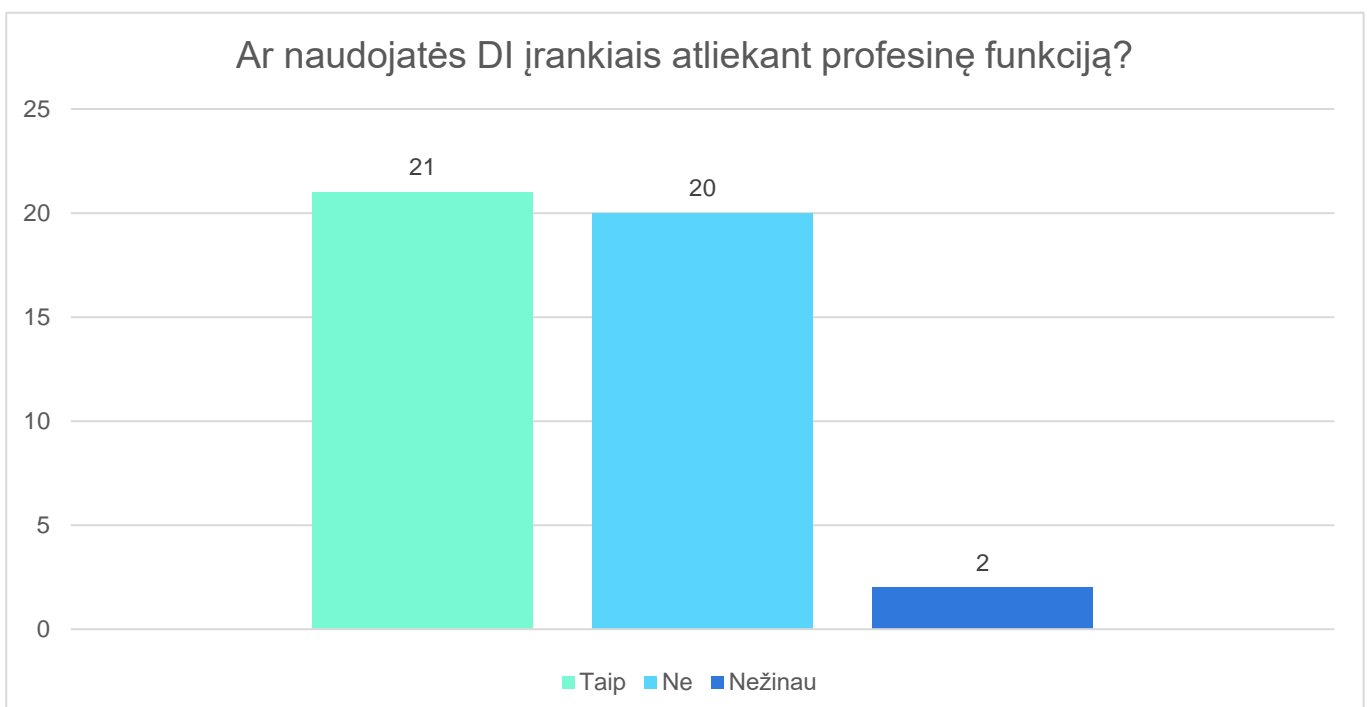


Net 40 proc. respondentų teigia, jog nežino, kada ir kaip DI gali būti naudojamas jų profesinėje veikloje, o kada ne. Čia ryškėja dar vienas skirtumas tarp nacionalinių ir regioninių / vietinių redakcijų. Pastarosiose nežinioje yra 53 proc., lyginant tik su 31 proc. nacionalinėse redakcijose.



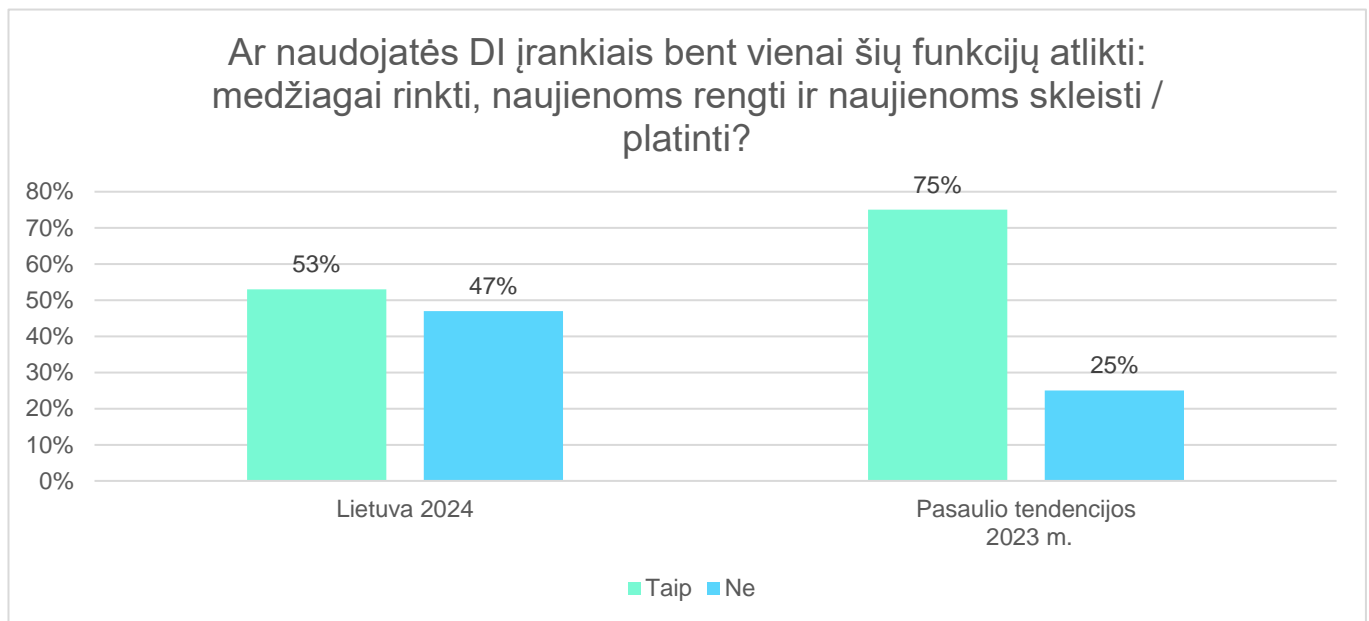
### Ar naudojate DI įrankiais atliekant profesinę funkciją?

Įdomų yra tai, kad net 51 proc. respondentų teigia nesinaudojantys arba nežinantys, kad naudojami DI atliekant savo profesinę funkciją. Juo naudojami 61,5 proc. respondentas iš nacionalinių ir kiek mažiau nei 30 proc. iš regioninių / vietinių redakcijų.

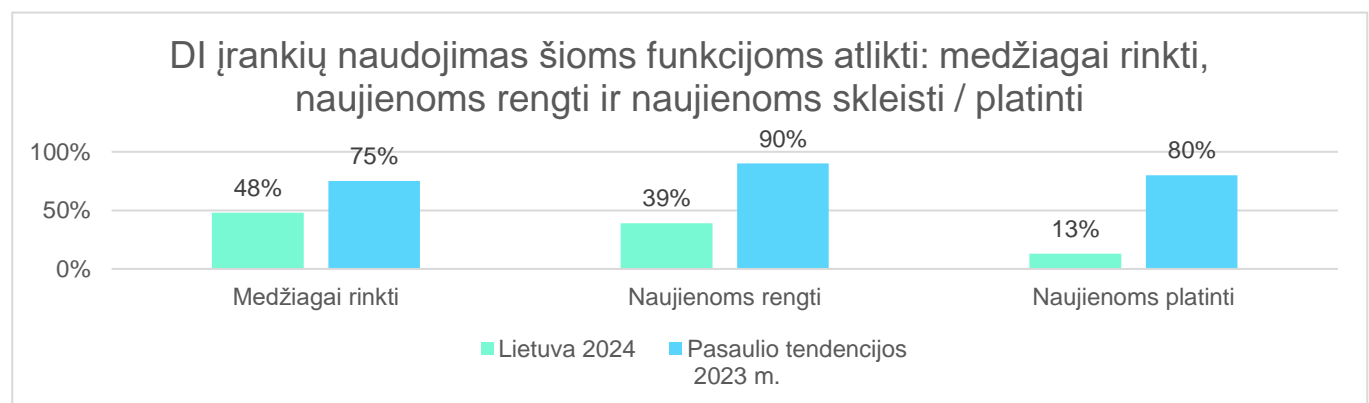


## Ar naudojate DI įrankiais bent vienai šių funkcijų atlikti: medžiagai rinkti, naujienoms rengti ir naujienoms skleisti / platinti?

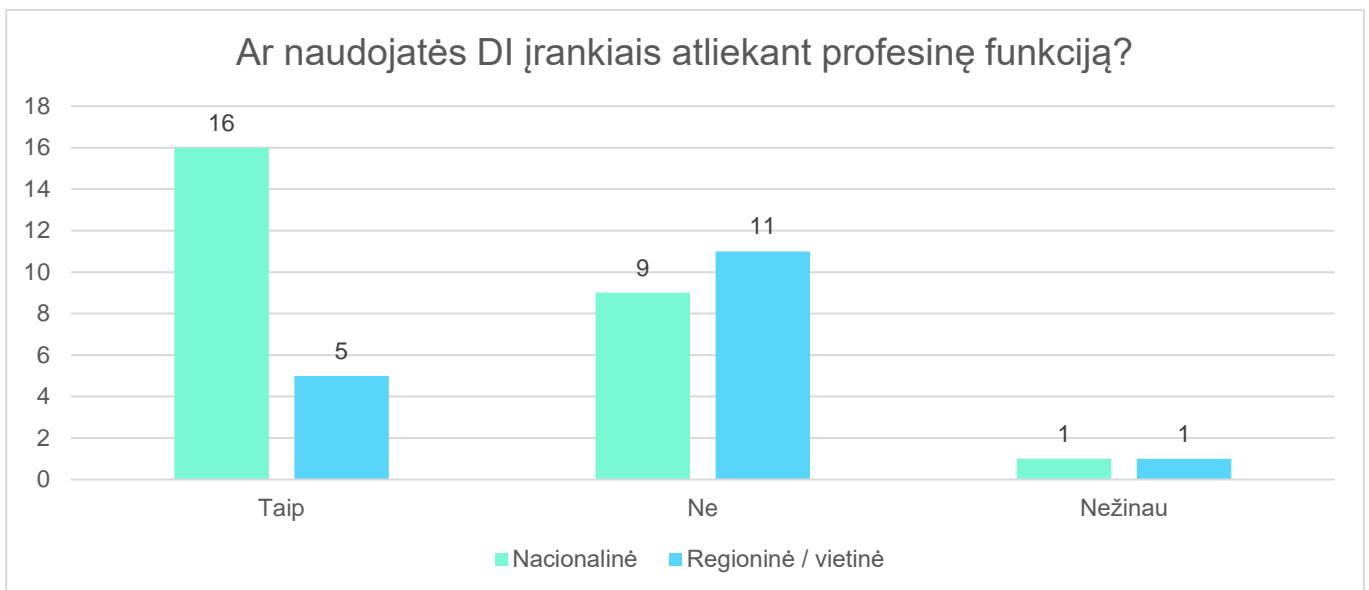
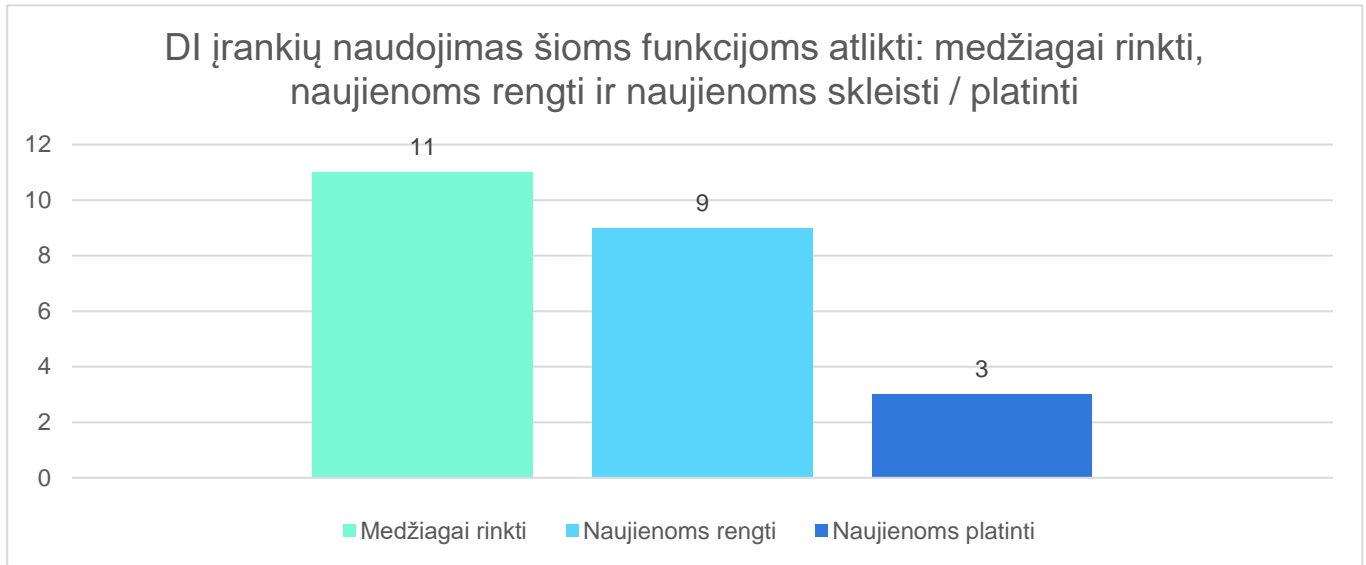
Anksčiau minėtas pasaulinis DI taikymo žurnalistikoje 2023 m. tyrimas pažymi, kad net 75 proc. respondentų naudojami DI bent vienai šių funkcijų atlikti: medžiagai rinkti, naujienoms rengti ir naujienoms skleisti / platinti.



Net 90 proc. jų DI naudoja naujienoms rengti<sup>5</sup>. Apklausa Lietuvoje rodo kiek kitokius skaičius: tik 53 proc. tų, kurie naudoja DI teigia naudoją šią technologiją vienai iš minėtų užduočių. Ir tik 39 proc. apklaustųjų naudoja DI naujienoms rengti. Dažniausiai DI Lietuvos žurnalistikoje yra naudojamas medžiagai rinkti – taip nurodė beveik 48 proc. DI naudojančių respondentų.



<sup>5</sup> [NEW | JournalismAI's Generating Change Report 2023 — JournalismAI](#), Journalism AI, 2023 m. p. 14

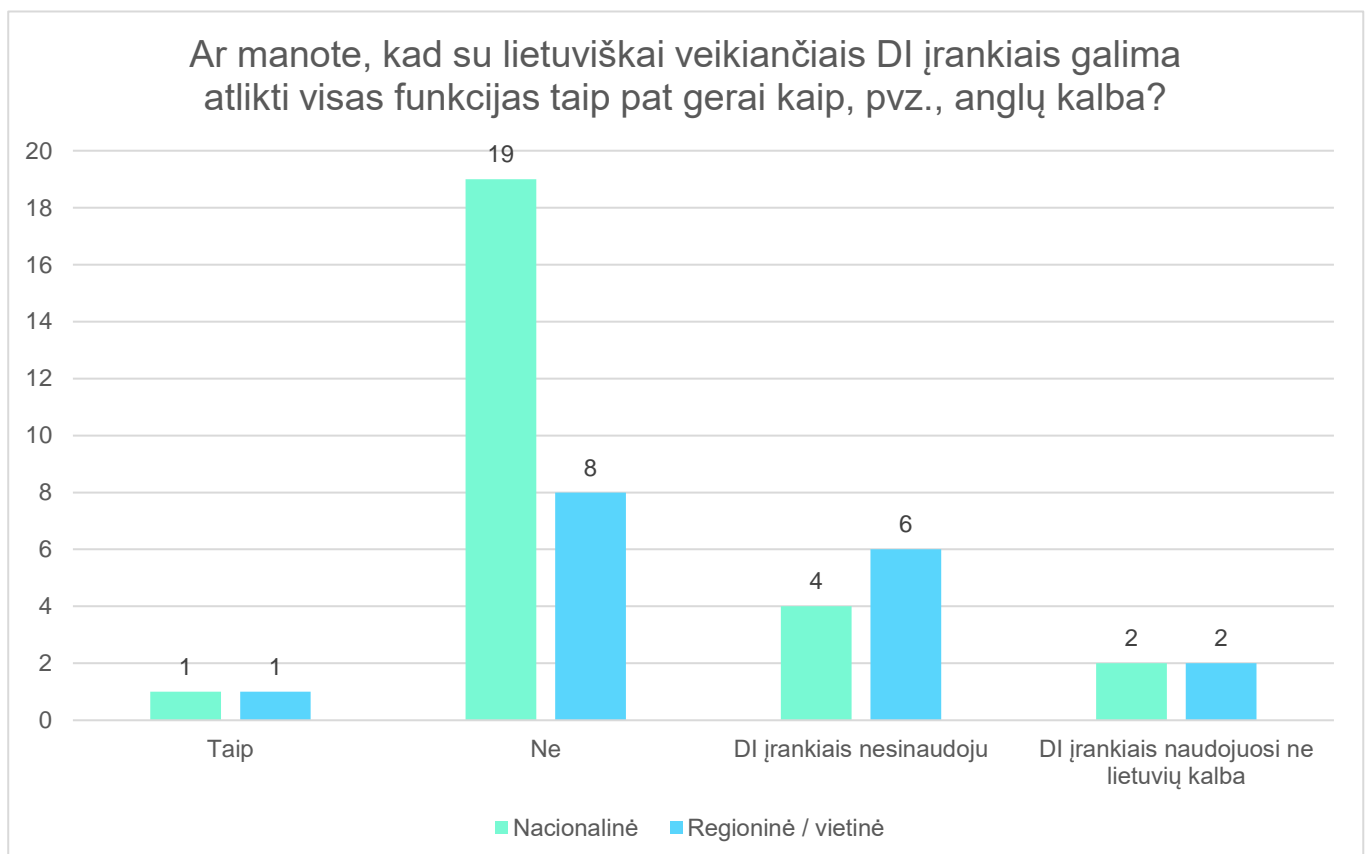
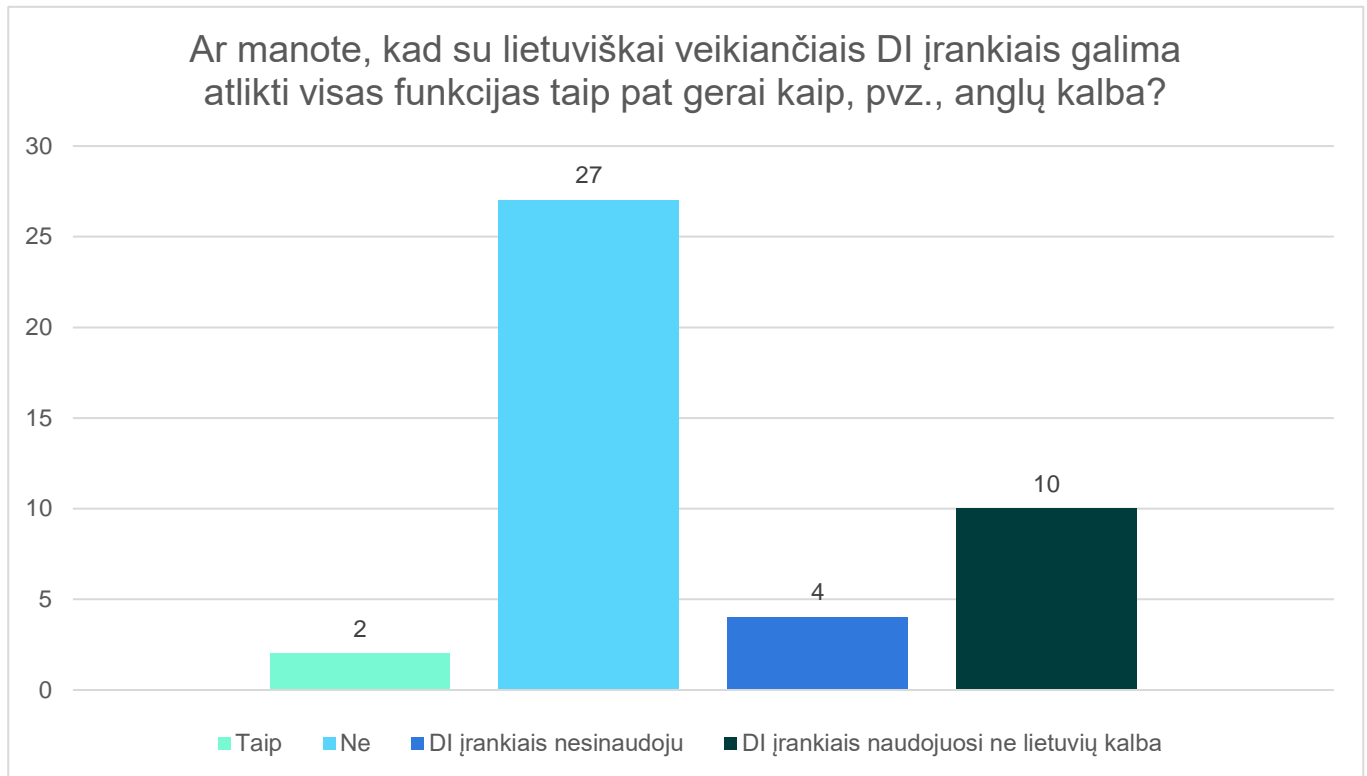


**Ar manote, kad su lietuviškai veikiančiais DI įrankiais galima atlikti visas funkcijas taip pat gerai kaip, pvz., anglų kalba?**

Svarstant, kodėl DI įrankių naudojimas Lietuvos žurnalistinėje praktikoje yra mažesnis nei pasaulyje, būtina prisiminti, kad lietuvių kalba šiuose įrankiuose dar nėra tokia kokybiška, kaip kitų didžiųjų kalbų, todėl net 27 respondantai mano, kad su lietuviškai veikiančiais DI įrankiais negalima atlikti visų funkcijų taip pat gerai kaip pvz. anglų kalba, o 4 respondantai DI įrankiais naudojami ne lietuvių kalba. Likę 10 teigia visai nesinaudojantys DI įrankiais ir tik 2 mano, kad lietuvių kalba veikia taip pat gerai.

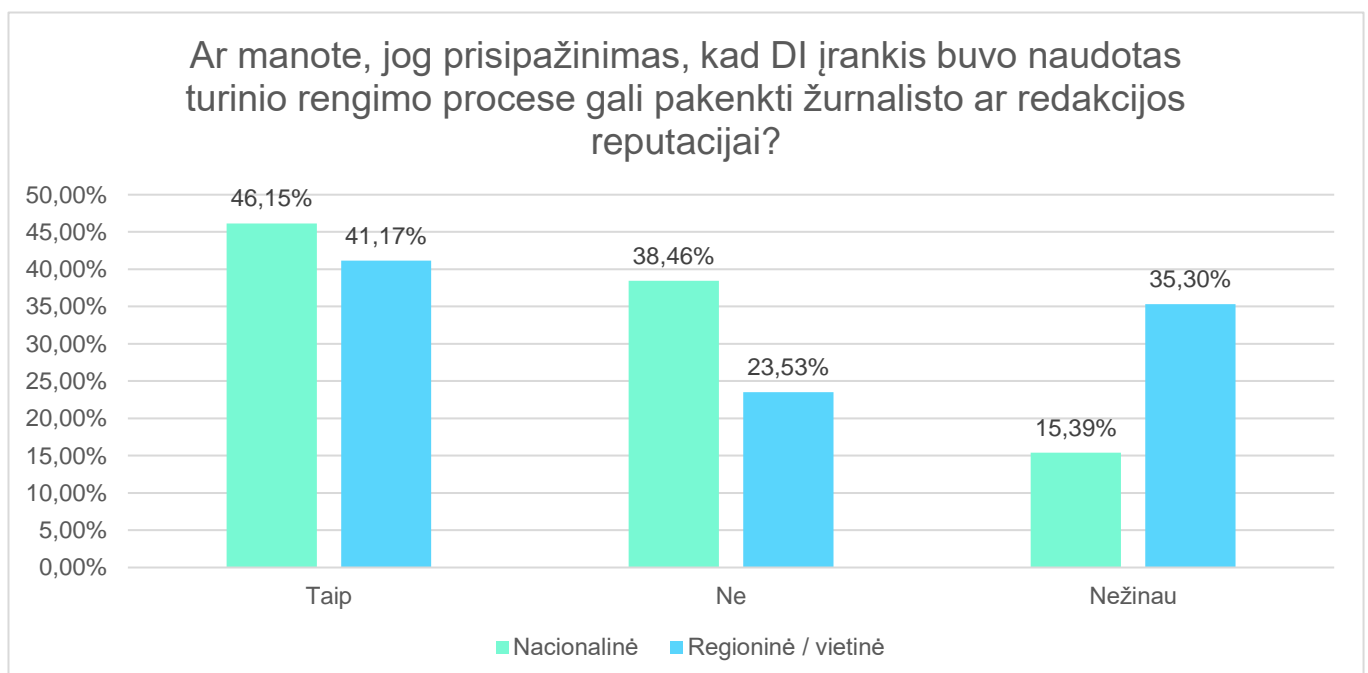
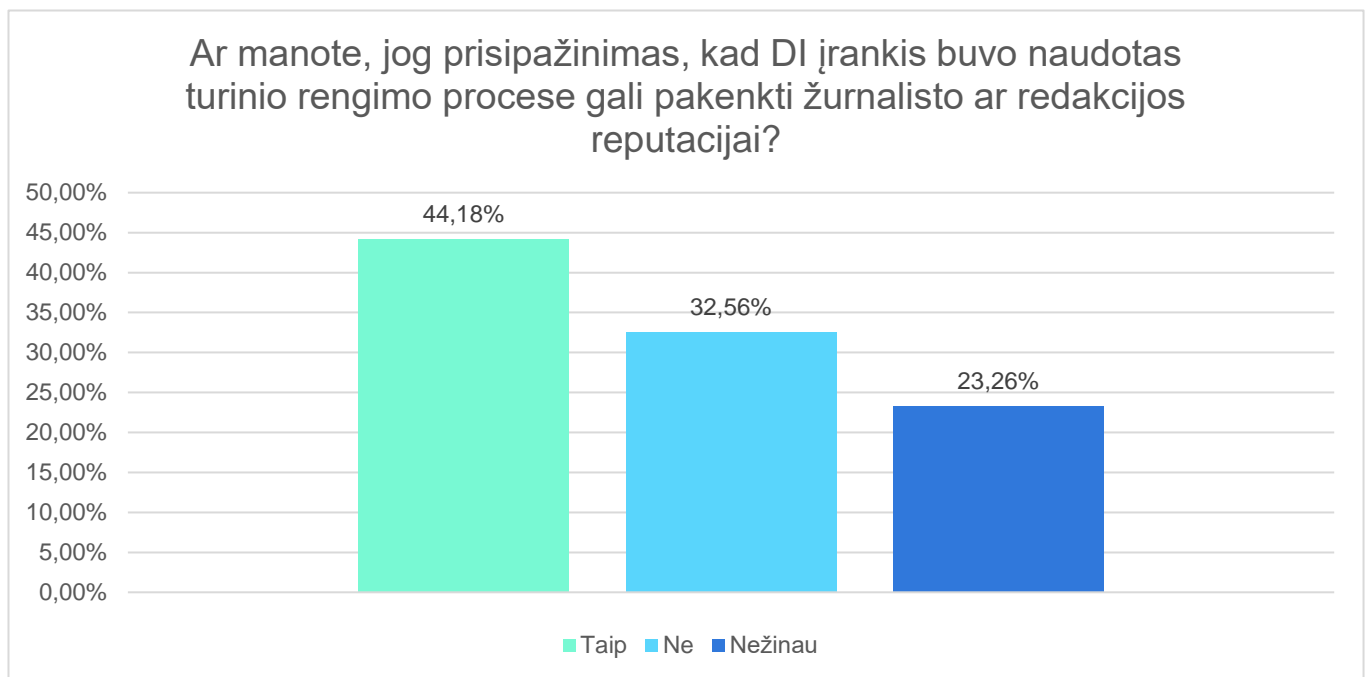


Todėl, kalbant apie DI technologijos proveržį žurnalistiniame ar kituose sektoriuose, kuriuose yra svarbus kalbos elementas, Lietuvoje būtina investuoti į šių įrankių lietuvių kalbos tobulinimą.



### Ar manote, jog prisipažinimas, kad DI įrankis buvo naudotas turinio rengimo procese gali pakenkti žurnalisto ar redakcijos reputacijai?

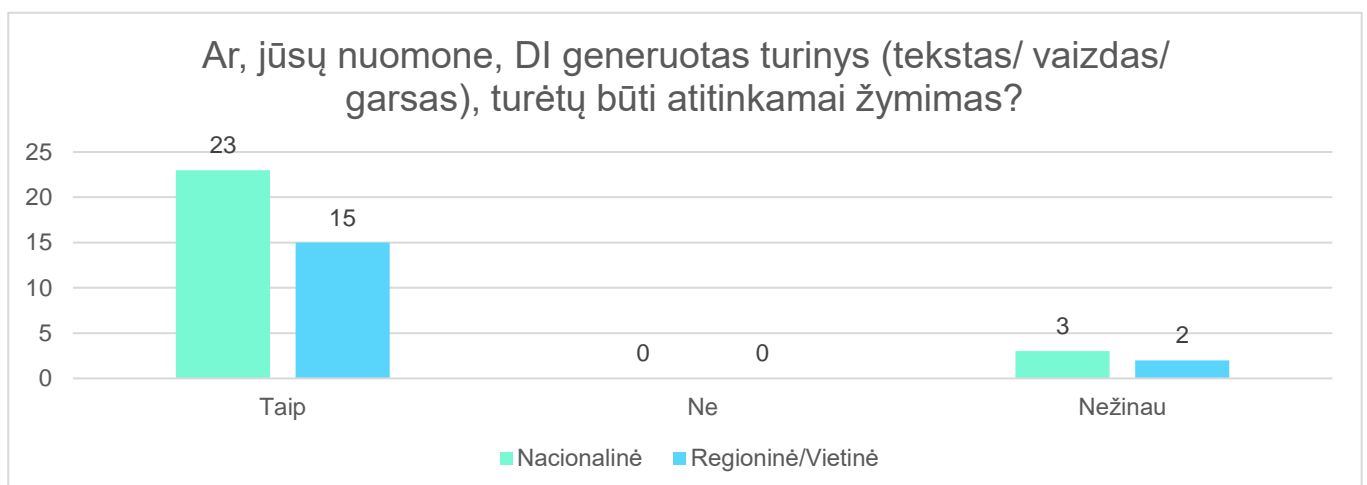
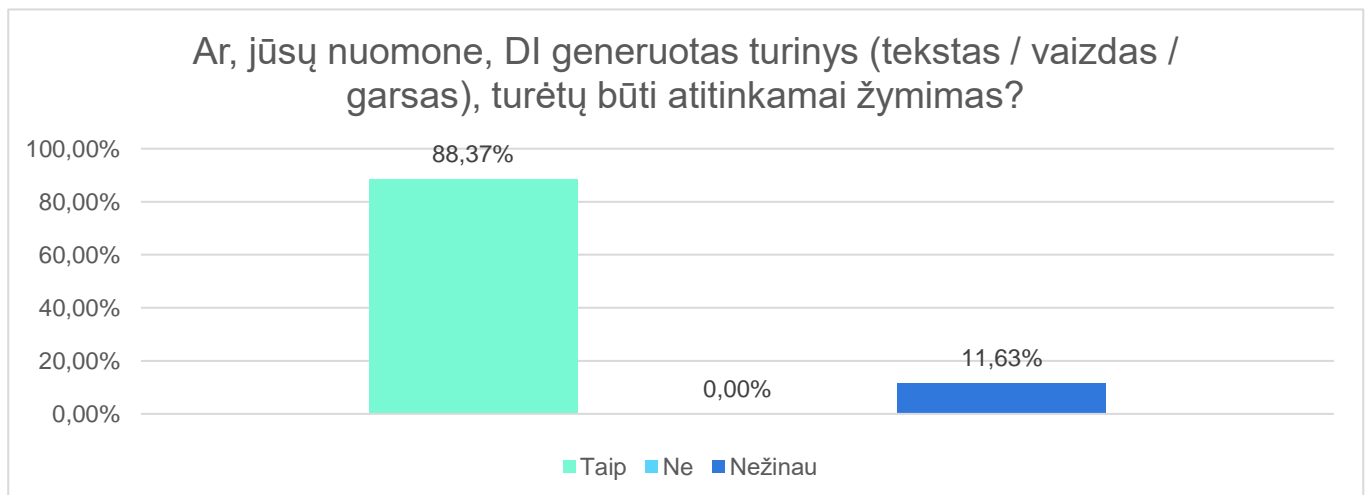
Kita galima priežastis yra ta, kad beveik 70 proc. respondentų mano arba dvejoja („nežinau“), kad prisipažinimas, jog DI įrankis buvo naudotas turinio rengimo procese gali pakenkti žurnalisto ar redakcijos reputacijai (76,5 proc. iš regioninių / vietinių ir 61,5 proc. iš nacionalinių redakcijų). Todėl galima daryti prielaidą, kad dalis žiniasklaidos atstovų įtariai žiūri į patį DI, savo profesinį santykį ir auditorijos pasitikėjimą tais, kurie jį naudoja.



## Ar, jūsų nuomone, DI generuotas turinys (tekstas / vaizdas / garsas), turėtų būti atitinkamai žymimas?

Atsakinėdami apie DI įrankio naudojimą žurnalistų darbe absoliuti dauguma respondentų (kiek daugiau nei 88 proc.) mano, kad DI generuotas turinys (tekstas / vaizdas / garsas), turėtų būti atitinkamai žymimas. Penki apklaustieji nėra dėl to tikri, ir nėra nei vieno, kuris manytų, jog to daryti nereikėtų.

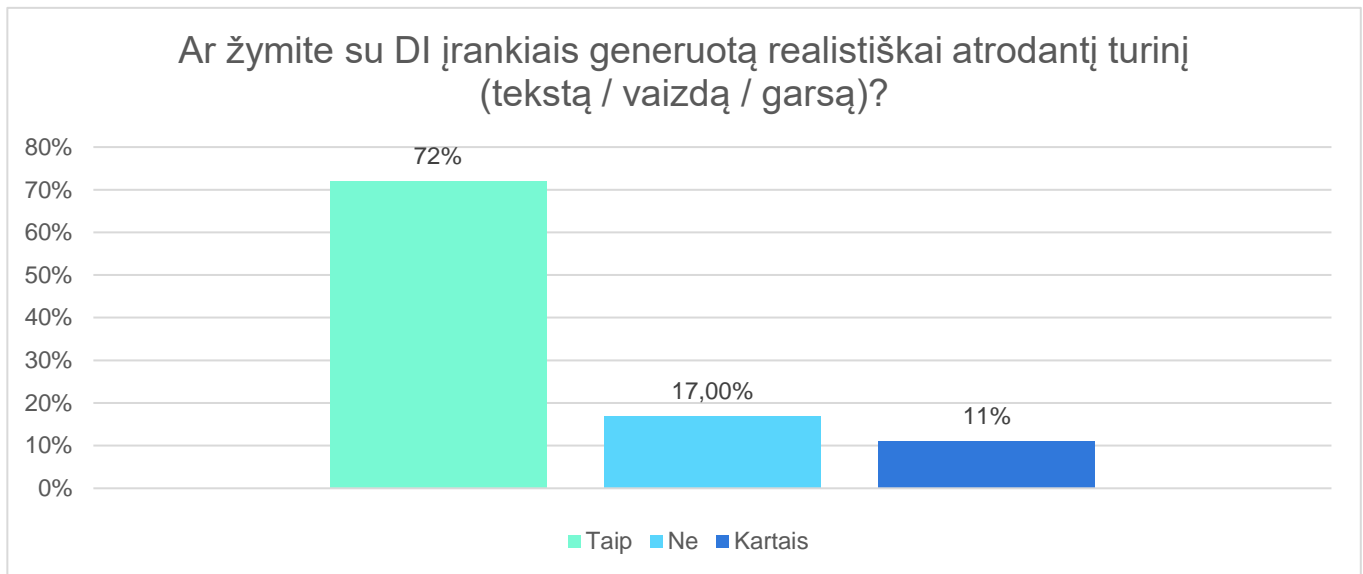
Turinio žymėjimas yra svarbus dėl kelių priežasčių, viena jų – prevencinė kova su neteisinga / netikra informacija. Galima paminėti, kad kova su dezinformacija Lietuvos žurnalistų yra laikoma vienu svarbiausių jų veiklos vaidmenų – 86,1 proc. respondentų mano, kad tai yra svarbu (20,5 proc.) arba labai svarbu (65,6 proc.)<sup>6</sup>. Taigi čia dar kartą yra patvirtinamas Lietuvos žurnalistų itin atsakingas požiūris į informacijos patikimumą.



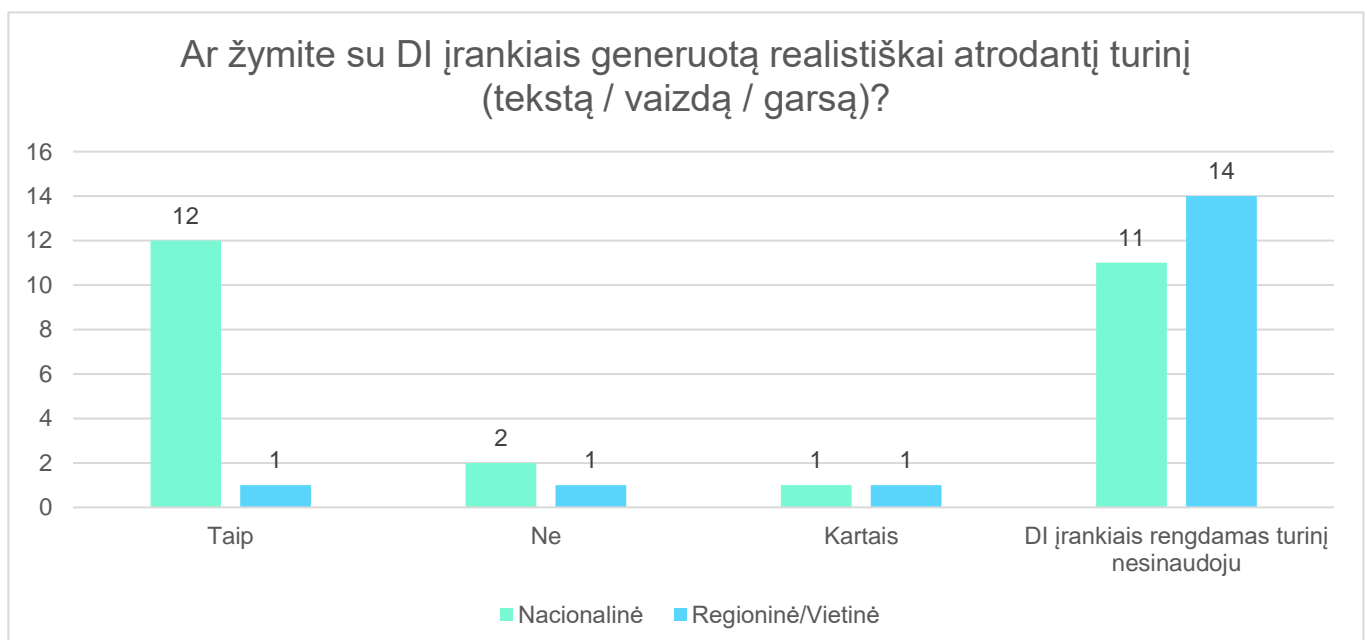
<sup>6</sup> Kupetytė, Rūta. Žurnalistų vaidmenų orientacijos. Žurnalistika Lietuvoje. Žurnalistų laisvė, saugumas ir įtakos (red. Deimantas Jastramskis). Vilnius: VU leidykla, 2024, p. 102

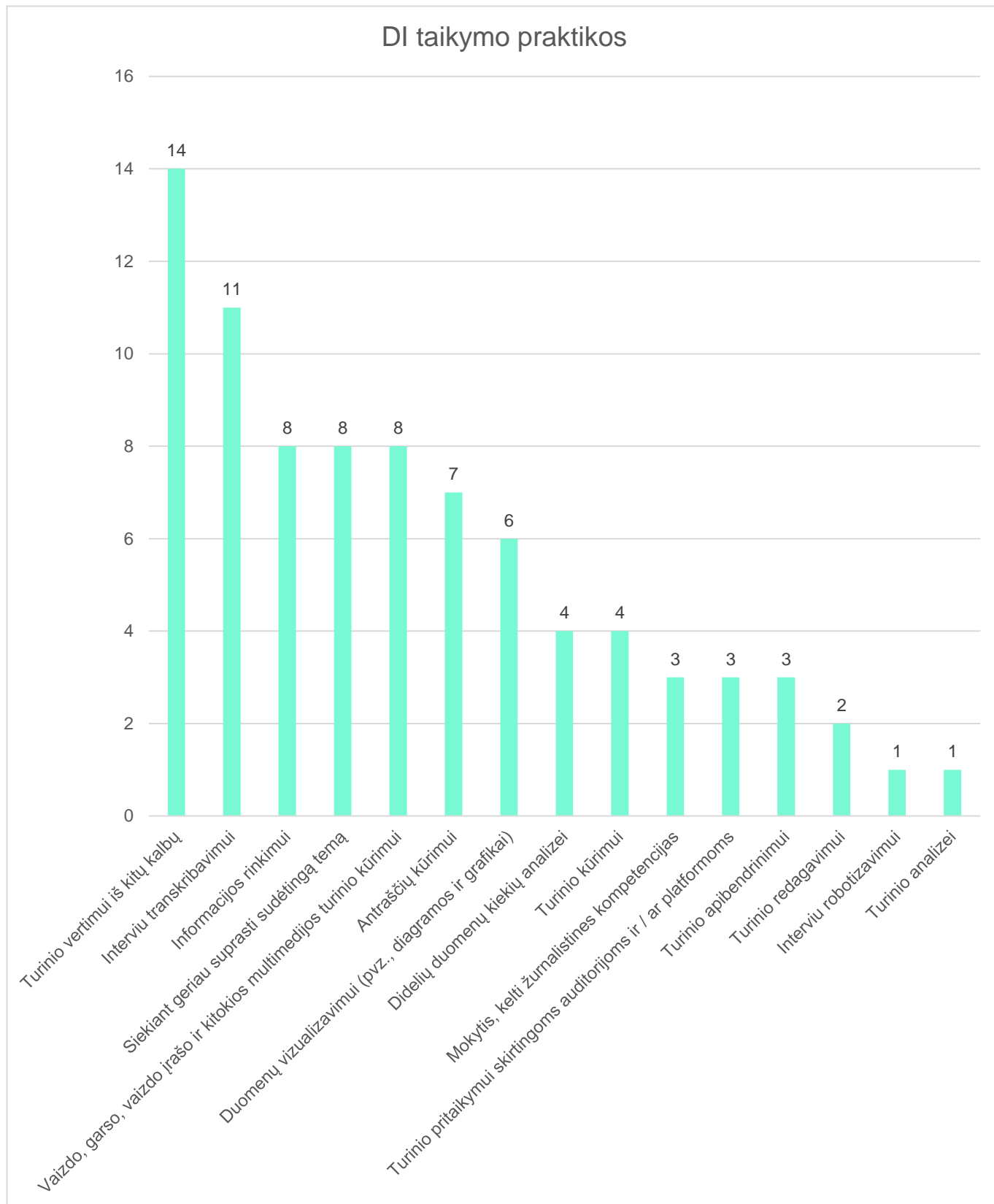
### Ar žymite su DI įrankiais generuotą realistiškai atrodantį turinį (tekstą / vaizdą / garsą)?

Ir tuo pačiu, 72 proc. tų, kurie naudojami DI žurnalistinėms užduotims atlikti teigia, jog jo pagalba kurta turinį atitinkamai pažymi, o 28 proc. žymi kartais arba nežymi visai.



Svarbu paminėti, kad turinio žymėjimas yra žymiai labiau paplitęs nacionalinėse redakcijose. Toks ryškus skirtumas galimas dėl ten jau esamų / rengiamų vidinių DI naudojimo taisyklių. Šis rezultatas tik paantrina ankstesnę išvalgą dėl būtinybės skleisti DI taikymo žurnalistinėje veikloje gerąsias praktikas regioninėse / vietinėse žiniasklaidos organizacijose. Taip pat ryškėja poreikis turėti visai Lietuvos žiniasklaidai bendras DI etikos gaires.



**Kaip dažniausiai naudojate DI technologijas savo nurodytoje profesinėje veikloje?**

### Kiti, respondentų savarankiškai nurodyti DI panaudojimo būdai:

„Naudoju tik sukurdamą postą socialiniams tinklams. Visi mano ruošiami straipsniai yra tik originaliai mano pačios parašyti.“

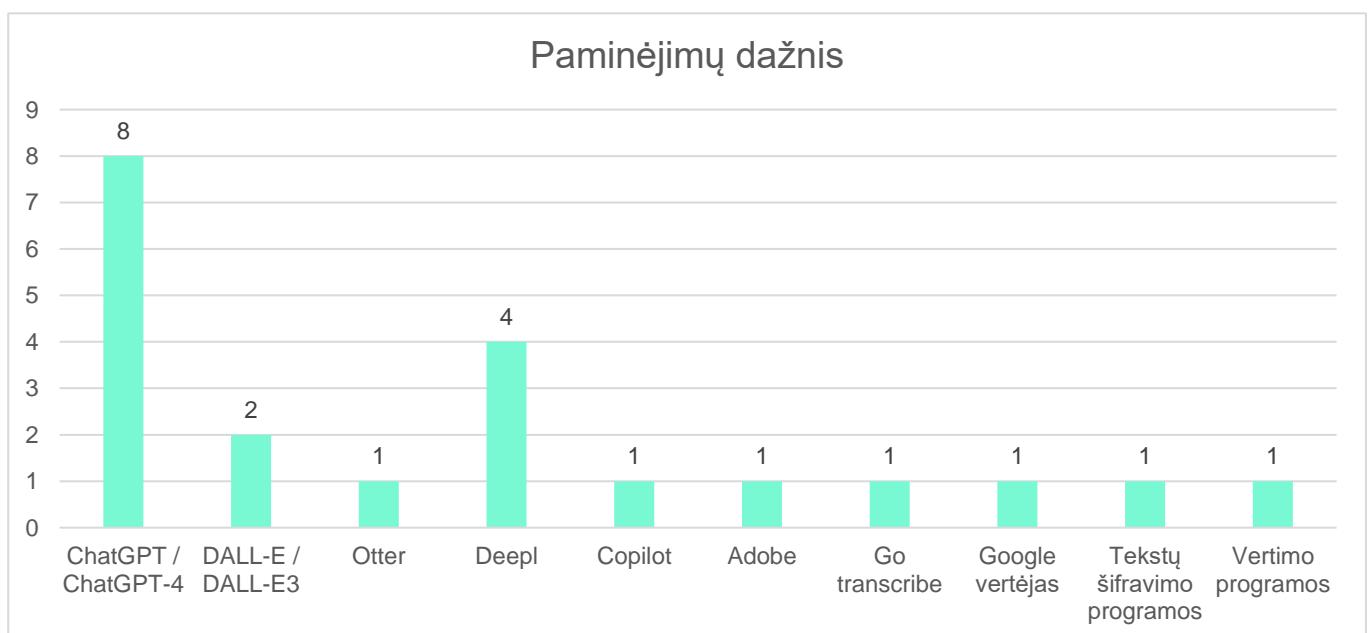
„Daugiausia per trečiųjų šalių įrankius, platformas, kurie į savo produktus yra integravę DI: vertimas, teksto įgarsinimas, lankomumo duomenų agregavimas.“

„Pasiūlymų rengimui. Galimų nuomonių „patikrinimui.“

„Nenaudoju profesinėje veikloje. Tekstus ruošu lietuvių kalba, jei tai daryčiau angliškai, manau naudočiausi.“

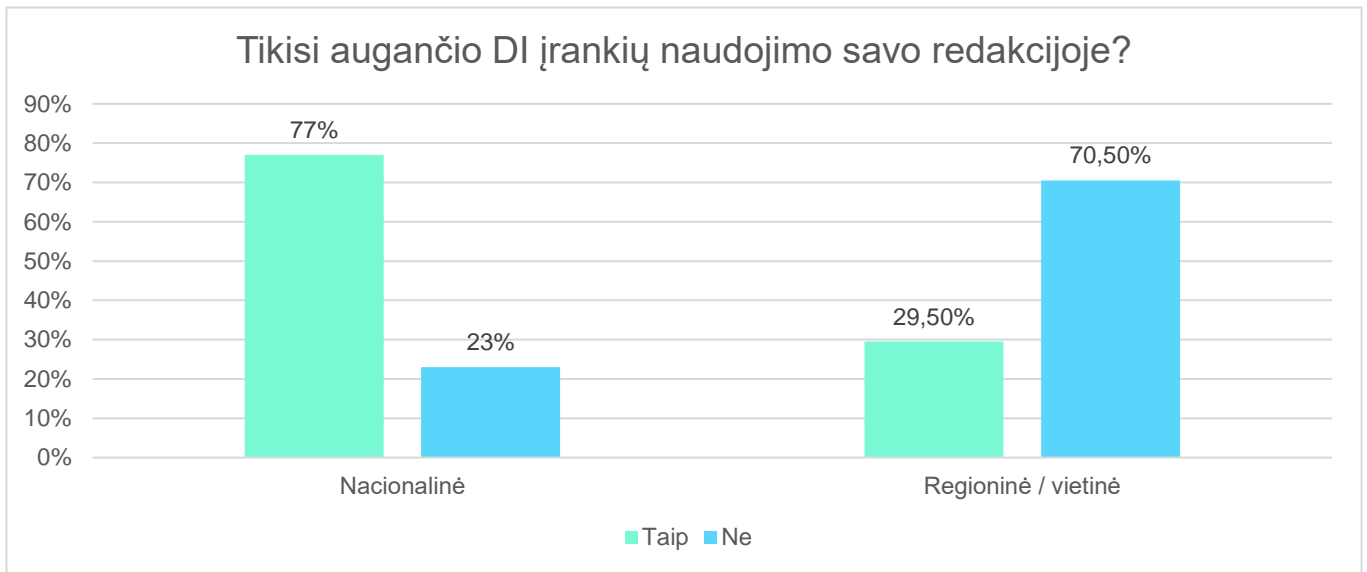
„ Esu naudojusi audio transkriberį į rašytinį tekstą, šifruojant anglišką interviu, nes keliose vietose nesigirdėjo, ką tiksliai sakė. Naudojau „Go transcribe.“

### DI įrankiai, kuriais naudojasi respondentai:

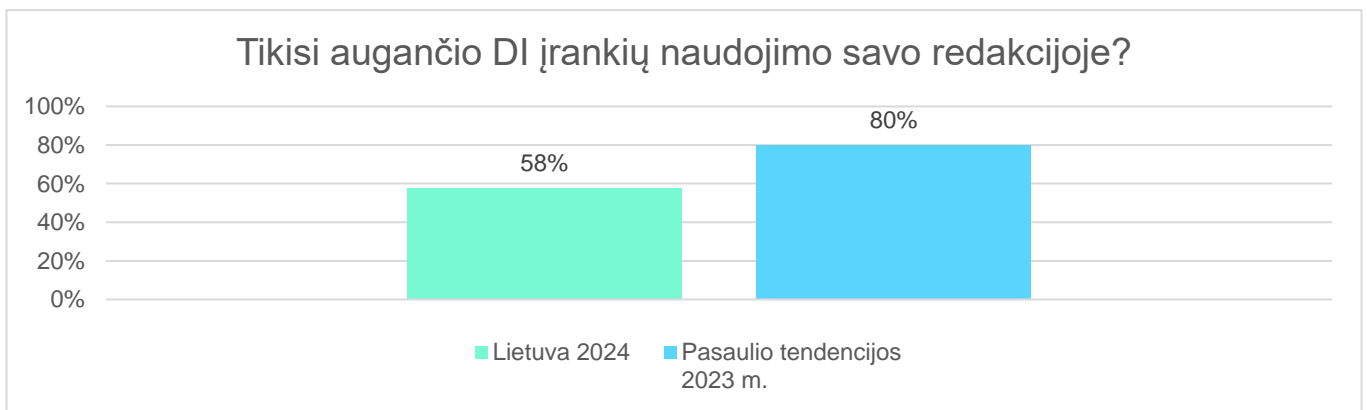


## Ar tikėtės augančio DI įrankių naudojimo savo redakcijoje?

Vienas įdomiausių skirtumų tarp nacionalinių ir regioninių / vietinių redakcijų yra veidrodinės prognozės dėl DI įrankių augančio naudojimo redakcijose. 77 proc. nacionalinių redakcijų apklaustų darbuotojų tikisi šios technologijos populiarėjimo savo redakcijose, o 70,5 proc. regioninių / vietinių redakcijų respondentų į šį klausimą atsakė neigiamai.



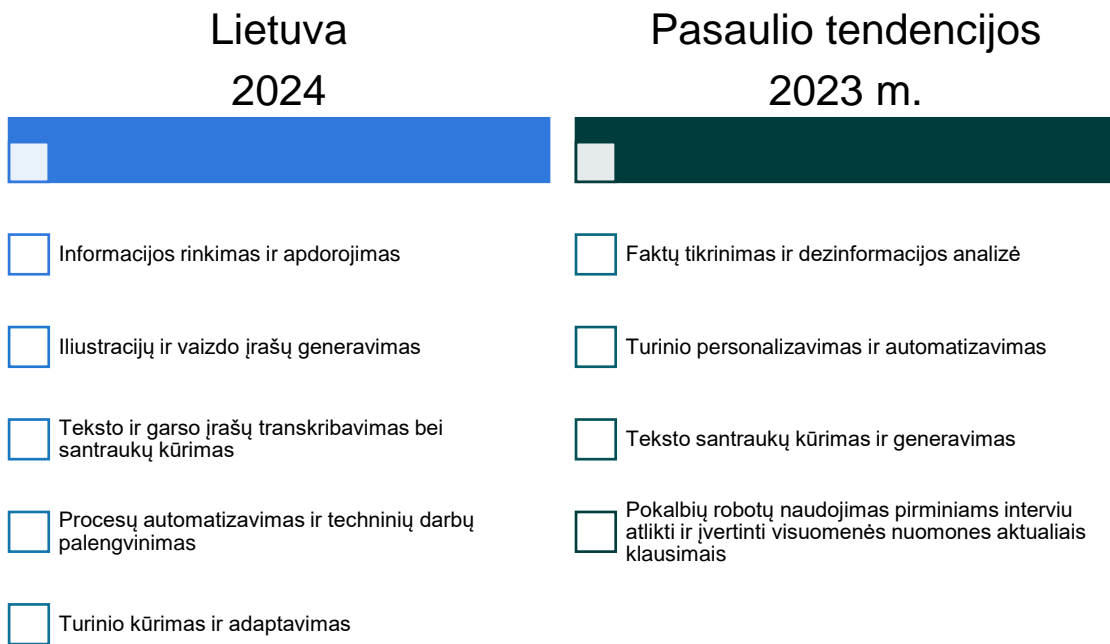
Lyginant su panašiai suformuluotu klausimu, matome, kad vidutiniškai 58 proc. apklausoje dalyvavusių respondentų tikisi augančio DI įrankio naudojimo savo redakcijose, o minėtame 2023 m. pasauliniuose tendencijų tyrime tai sudaro 80 proc.<sup>7</sup>. Skiriasi ir veiklos, kuriose šis augimas yra prognozuojamas.



<sup>7</sup> [NEW | JournalismAI's Generating Change Report 2023 — JournalismAI](#), Journalism AI, 2023 m. p. 49

## Sritis, kuriose tikimasi augančio DI įrankių naudojimo

Lyginant sritis, kuriose Lietuvos žurnalistų bendruomenės atstovai išvelgia DI įrankių tendencijų augimą skiriasi nuo to, kur šis proveržis yra akcentuojamas atliktame 2023 m. tyrime<sup>8</sup>.



## Išvados

Atlikus anketinės apklausos analizę apie dirbtinio intelekto taikymą Lietuvos žurnalistikoje, išryškėjo kelios svarbios išvalgos. Apklausoje dalyvavo tiek nacionalinių, tiek regioninių / vietinių redakcijų atstovai, o jų atsakymai atspindi skirtingus požiūrius ir patirtis naudojant DI technologijas:

- DI strategijų trūkumas. Penktadalis respondentų teigia, kad jų žiniasklaidos organizacija turi arba šiuo metu rengia DI strategiją. Tai yra mažesnis rodiklis lyginant su 2023 m. 46 šalyse atliktais tyrimais, kuriuose trečdalis organizacijų nurodė turinčios / rengiančios DI strategiją. DI strategijas dažniau turi arba rengia nacionalinės redakcijos, tuo tarpu regioninės / vietinės redakcijos šiame kontekste atsilieka.

<sup>8</sup> [NEW | JournalismAI's Generating Change Report 2023 — JournalismAI](#), Journalism AI, 2023 m. p. 6



- Etiniai iššūkiai ir DI naudojimas. 65 proc. regioninių / vietinių redakcijų respondentų nerimauja dėl etinių DI įrankių integravimo aspektų, turinčių įtakos redakcinio turinio kokybei. Palyginimui, 50 proc. nacionalinių redakcijų atstovų taip pat išreiškė susirūpinimą šiais klausimais.
- Žinojimas apie DI naudojimą profesinėje veikloje. 40 proc. respondentų nežino, kada ir kaip DI gali būti naudojamas jų profesinėje veikloje. Regioninėse redakcijose šis rodiklis siekia 53 proc.
- DI naudojimas profesinėje veikloje.
  - 51 proc. apklaustųjų teigia nesinaudojantys arba nežinantys, kad naudojami DI atliekant savo profesinę funkciją. DI naudojami 61,5 proc. respondentų iš nacionalinių redakcijų ir mažiau nei 30 proc. iš regioninių redakcijų.
  - 58 proc. respondentų tikisi augančio DI įrankių naudojimo savo redakcijose, tačiau čia išryškėja veidrodinis skirtumas tarp skirtingo dydžio organizacijų. Į šį klausimą teigiamai atsakė 77 proc. nacionalinių, ir neigiamai net 70,5 proc. regioninių / vietinių apklausoje dalyvavusiųjų redakcijų darbuotojų. 2023 m. 46 šalyse atliktos apklausos metu teigiamai atsakė 80 proc. apklaustųjų.
- Kalbiniai iššūkiai. Dauguma respondentų abejoja lietuvių kalba veikiančių DI įrankių funkcionalumu lyginant su anglų kalba veikiančiais įrankiais. Tai rodo kalbinių barjerų egzistavimą ir DI technologijų pritaikymo ribotas galimybes lietuvių kalba.
- Pasitikėjimas DI technologijomis. Dauguma respondentų mano, kad prisipažinimas apie DI įrankių naudojimą gali pakenkti žurnalisto ar redakcijos reputacijai. Tai gali būti dar viena iš priežasčių, kodėl Lietuvos žurnalistikos atstovai į DI yra žiūri atsargiai, tiek naudojant jį, tiek sprendžiant, kada žymėti / nežymėti DI pagalba generuotą turinį.

Apibendrinant galima teigti, kad nors DI technologijos žurnalistikoje yra vertinamos kaip naudingos ir perspektyvios, jų integracija susiduria su etiniais iššūkiais, kalbiniais barjeriais ir pasitikėjimo trūkumu. Išsprendus šiuos klausimus galima būtų tikėtis DI taikymo žurnalistikoje proveržio ir jos naudojimo skaidrumo.

Todėl svarbu, kad Lietuvos redakcijos ne tik investuotų į kokybiškų ir Lietuvos realijoms pritaikytų DI technologijų diegimą savo organizacijose, bet ir spręstų susijusius etinius klausimus, aiškiai suformuluotų DI naudojimo strategiją ir taikymo taisykles, praplėstų skaidrumo sąvoką DI aspektais, tobulintų darbuotojų kompetencijas bei didintų pasitikėjimą DI sprendimais.

Politikos formuotojai, LR Kultūros ministerijai koordinuojant, turėtų atsižvelgti į kliūtis, trukdančias integruoti DI į Lietuvos redakcijų veiklą. Siekiant jas eliminuoti, jie galėtų imtis šių veiksmų:

- Skatinti DI strategijų ir etikos normų kūrimą ir įgyvendinimą.
- Organizuoti mokymus žurnalistams ir redaktoriams apie DI technologijų panaudojimą, jų privalumus ir trūkumus.

- 
- Investuoti į lietuviškai veikiančių DI įrankių kūrimą ir tobulinimą, kad jie būtų tokie pat efektyvūs kaip ir kitomis kalbomis veikiantys įrankiai.
  - Skatinti bendradarbiavimą tarp nacionalinių ir regioninių / vietinių redakcijų dalijantis gerosiomis praktikomis ir patirtimi naudojant DI įrankius.

Įmdamasi šių veiksmų, LR Kultūros ministerija galėtų prisidėti prie sėkmingo DI technologijų integravimo į Lietuvos žurnalistiką, užtikrindama aukštą žurnalistinės veiklos kokybę ir skaidrumą.

## Priedai

### [Anketa](#)

### [Anketinio tyrimo rezultatai](#)

#### Kvietimų dalyvauti tyrime statistika

Kvietimo dalyvauti tyrime bangos	Data	Išsiųsta pakvietimų	Gauta atsakymų	Neveikiantys adresai	Atostogauja	Kita
Pirmoji banga	2024-05-08	95	5	1	4	1
Pirmas priminimas	2024-05-09	89	7			
Antras priminimas	2024-05-14	89	1			
Antroji banga ir anketa pasidalinta su LŽS	2024-05-09	129	9	1	1	
Pirmas priminimas	2024-05-15	127	4			
Antras priminimas	2024-05-15	127			2	
Trečioji banga	2024-05-14	21	4	2		
Pirmas priminimas	2024-05-16	20	5	1		

Kvietimo dalyvauti tyrime bangos	Data	Išsiųsta pakvietimų	Gauta atsakymų	Neveikiantys adresai	Atostogauja	Kita
Antras priminimas	2024-05-20	20				
Asmeninis kvietimas pažįstamiems kontaktams	2024-05-21	7	5			
Trečias priminimas visiems kontaktams	2024-05-23	240	3			
<b>Viso atsakymų</b>			<b>43</b>			