



NACIONALINĖ  
ŠVIETIMO  
AGENTŪRA



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

# **„Skaitmeninio ugdymo turinio kūrimas ir diegimas“ Tinklinis komunikavimas, bendradarbiavimas, viešinimas švietime**



**TINKLAVEIKA: ugdymo vandenyno žuvys**

# Tinklaveika: kabliukai - raktažodžiai

Atvirumas, globalumas : dėmesys pokyčiams, kintančiai aplinkai,  
socialiniai ryšiai

Prasmingi ryšiai ir veikla

Bendradarbiavimas su vietos bendruomene, įvairiomis įmonėmis,  
organizacijomis, įstaigomis, mokyklomis, palaikomi ryšiai su kitomis  
mokyklos (šalyje ir svetur), mokyklos absolventais, žymiais krašto  
žmonėmis.

Bendras tikslas ir perspektyva

Bendražygiai

## STRUKTŪRA

- Socialiniai partneriai
- Integracija / bendros programos
- Koordinavimas
- Komunikacijos valdymas

## SCHEMA

- Bendra vizija ir kryptis
- Parama / ištekliai
- Tikslai
- Duomenys, tyrimai
- Kompensaciniai mechanizmai

4S

- Metodininkų bendradarbiavimas / turinio kūrėjų grupė
- Dalijimasis gerąja patirtimi / dalykinė pagalba
- Vadovų mokymai
- Tikslinės darbo grupės

- Bendradarbiavimo platformos
- IKT
- Skaitmeninis turinys, jo kūrimas
- Šiuolaikinės medijos

## SANTYKIAI

## SKAITMENIZACIJA

# TINKLAVEIKA: NUO PLANO IKI MOKINIO

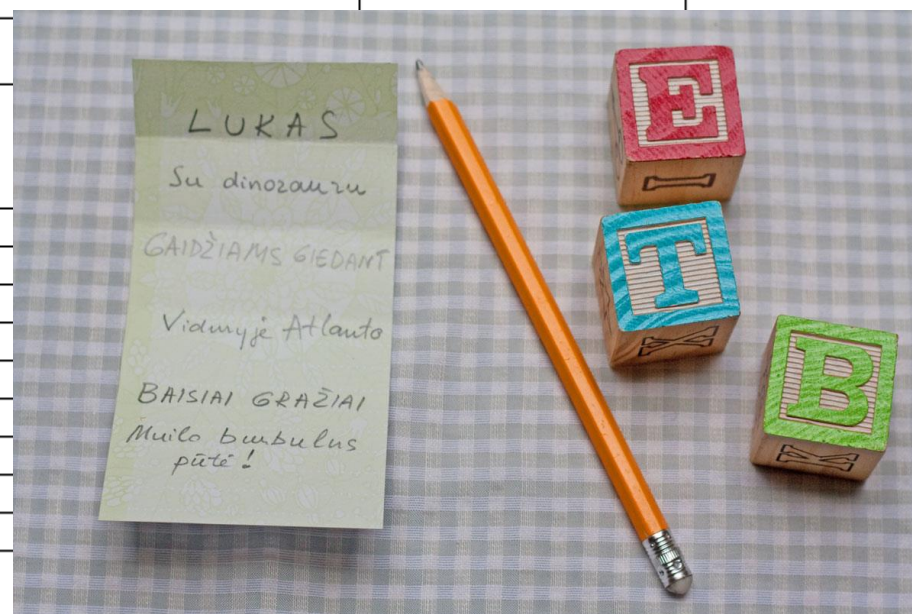
Pvz.: „**DigCompEdu**“ sistema pateikia pedagogų skaitmeninių kompetencijų gerinimo priemonės ir sujungia jas į konkretų modelį, kuris visų lygių pedagogams leidžia išsamiai įsivertinti ir tuo remiantis tobulinti savo skaitmenines kompetencijas.



# TINKLAVEIKOS žaidimas: kas, su kuo, ką veikė, kodėl, kas matė ir ką pasakė?

Koordinatorius: vardas, pavardė, kontaktai

GRUPĖ	Atsakomybė	PAVADINIMAS / Vardas,	BENDRADARBIAVIMO TURINYS	INTEGRUOJAMI DALYKAI	UGDOMOS KOMPETENCIJOS	KONTAKTAI	KOMENTARAS
Mokinių / tėvų atstovai	M						
Vietos bendruomenė	M						
Švietimo pagalbos ugdymui įstaigos	ŠP						
Kultūros įstaiga (muziejus, biblioteka, teatras, kino teatras)	S						
Kitos švietimo sektoriaus įstaigos (mokykla, STEAM centras, edukacinės dirbtuvės, (tinklaveikos) projektas, kt.)	M						
Verslo įmonės	S						
Viešosios įstaigos	S						
Jaunimo organizacijos	M						
Kitos organizacijos	S, M, ŠP						
Asociacijos	S						
Aukštosios mokyklos	S						
Profesinės mokyklos	S						
Sporto įstaiga	S						
Kitos savivaldybės	S						
Tarptautinės bendruomenės (Etwinning, Erasmus, Nordplus)	M						
Mokyklų absolventai, žymūs krašto žmonės	M, S						



# UŽDUOTIS:

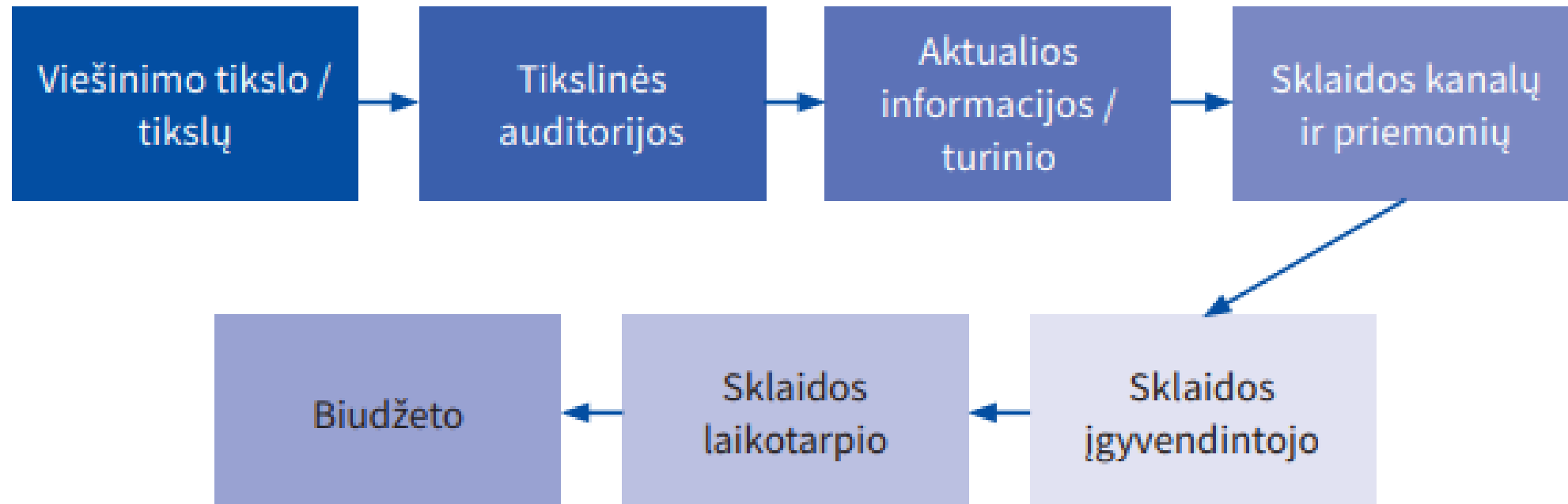
## Diskusija, galimi socialiniai partneriai UTA tikslais

GRUPĖ	Atsakomybė	PAVADINIMAS / Vardas,	BENDRADARBIAVIMO TURINYS	INTEGRUOJAMI DALYKAI	UGDOMOS KOMPETENCIJOS	KONTAKTAI	KOMENTARAS
Mokinių / tėvų atstovai	M						
Vietos bendruomenė	M						
Švietimo pagalbos ugdymui įstaigos	ŠP						
Kultūros įstaiga (muziejus, biblioteka, teatras, kino teatras)	S						
Kitos švietimo sektoriaus įstaigos (mokykla, STEAM centras, edukacinės dirbtuvės, (tinklaveikos) projektas, kt.)	M						
Verslo įmonės	S						
Viešosios įstaigos	S						
Jaunimo organizacijos	M						
Kitos organizacijos	S, M, ŠP						
Asociacijos	S						
Aukštosios mokyklos	S						
Profesinės mokyklos	S						
Sporto įstaiga	S						
Kitos savivaldybės	S						
Tarptautinės bendruomenės (Etwinning, Erasmus, Nordplus)	M						





# KOMUNIKAVIMAS ŠVIETIME: SĖKMINGOS KOMUNIKACIJOS GRANDINĖLĖ



# SVARBU PRIEŠ PRADEDANT KOMUNIKUOTI

- suplanuoti UTA proceso, veiklų ir rezultatų viešinimą ir informuoti apie tai visas susijusias šalis;
- laikytis plano: įgyvendinti veiklas, pradedant, vykdant ir baigus veiklas, viešinti rezultatus, pasiektų veiklų rezultatams viešinti – keli komunikacijos kanalai;
- paskirti komunikacijos koordinatorių – asmenį, atsakingą atsakingas už UTA projekto viešinimo strategijos koordinavimą ir įgyvendinimą;
- numatyti komunikacijos komandą: komunikacijos koordinatorius, dalyviai, administratorius, projekto partneriai, kt. Sudaryti komandos komunikacijos ir bendradarbiavimo sistemą (vidinės komunikacijos gairės);
- numatyti atsakingus už komunikacijos žinutės turinį asmenis, paskirstyti vidinės ir išorinės komunikacijos srautus;
- ne kiekybė, o kokybė = saikingas informacijos srautas.

# UTA VIEŠINIMO GAIRĖS



# UTA VIEŠINIMO GAIRĖS



KODĒL? Tikslai



**Komunikacijos  
strategija ir  
planas**

- ✓ Žinau, kur einu, = aiškesnis, sklandesnis kelias
- ✓ Mokyklos / įstaigos matomumas, įvaizdis, reputacija
- ✓ Didesnės projektų, bendradarbiavimo galimybės
- ✓ Rezultatas: leidinys, metodika, kt.
- ✓ Asmeninis / organizacijos tobulėjimas
- ✓ Didesnis informuotumas, poveikis
- ✓ Didesnis suinteresuotų šalių ir tikslinių grupių įsitraukimas į UTA įgyvendinimą
- ✓ Dalijimasis projekto veiklų praktine patirtimi
- ✓ Problemų sprendimo būdas / netiesioginis poveikis teisėkūrai.

# UTA VIEŠINIMO GAIRĖS



**KAM? Tikslinės grupės - auditorija**

UTA komanda

Mokytojai

Tėvai

Moksleiviai

Socialiniai partneriai

Visa bendruomenė

Visuomenė

**PASTABA.** Kiekviena UTA tema turi ne po vieną tikslinę auditoriją. Tikslinė grupė susijusi su tuo, iš kokio kampo žiūrite į projektą ir kokią žinutę apie projektą formuojate.

# UTA VIEŠINIMO GAIRĖS



## Komunikacijos strategija ir planas



### KAŽ? UTA turinys

UTA: kas keičiasi, tikslai,  
uždaviniai

Pvz. UTA komandos patirtis,  
planuojami / nuveikti darbai,  
metodinio turinio (30 proc.) kūrimas,  
kompetencijų ugdymas - kaip ir kodėl,  
sutartys su socialiniais partneriais (kas, kaip, kada),  
įtraukusis ugdymas - griauname mitus (geroji patirtis),  
metodinis leidinys / specialisto praktiniai patarimai (autizmas,  
disleksija/disgrafija/diskalkulija, dėmesio sutrikimas, cerebrinis  
paralyžius, Dauno sindromas, kt.),

pasaulinės švietimo tendencijos / strategijos,  
ateities profesijos, atviro ugdymosi galimybės ir patirtis (mieste, kaime, regione...),  
UTA mokytojų ambasadorių žinia, inovacijos,  
pozityvaus požiūrio į vaiką formavimas, pozicija "būti savimi / būti geriausia savo  
versija",  
interviu, moksleivių patirtis ugdantis kompetencijas, kt.

# UTA VIEŠINIMO GAIRĖS



spauda (regioninė,  
nacionalinė)

interneto naujienų  
portalas

intranetas

naujienlaikraštis

renginys  
(šventinis,  
informacinis...)

tinklaidė



socialinis tinklas (FB, LinkedIn, Instagram, kt.)

konferencija, seminaras, vieša diskusija

įstaigos svetainė

KUR? Komunikacijos kanalai

spaudos konferencija

Radijas



susirinkimas

reklama

leidinys, lankstinukas

**Komunikacijos  
strategija ir  
planas**



# UTA VIEŠINIMO GAIRĖS

Komunikacijos  
strategija ir  
planas



KOKIU BŪDU? Komunikacijos planas

## X MOKYKLOS KOMUNIKACIJOS PLANAS 2022-2023 M.M.

Komunikacijos koordinatorius: vardas, pavardė, kontaktai

Komunikacijos grandys:

D	direktorius
PU	pavduotojas ugdymui
MG	metodinės grupės vadovas
KA	klasės auklėtojas
ŠP	švietimo pagalbos specialistas
MT	mokyklos / mokinių taryba

### DARBŲ PLANAS

KADA?	KAM?	KĄ?	KUR?	KAS?	ATLIKTA / NEATLIKTA	KOMENTARAS
DATA	TIKSLINĖ GRUPĖ: UTA komanda, mokytojai, tėvai, moksleiviai, socialiniai partneriai, visa bendruomenė,	Tema	KOMUNIKACIJOS PRIEMONĖ: spauda (regioninė, nacionalinė), interneto naujienų portalas, socialinis tinklas (FB, LinkedIn, Instagram, kt.), įstaigos svetainė, el.paštas, televizija, radijas, naujienlaikraštis, konferencija, seminaras, vieša diskusija, susirinkimas, renginys (šventinis, informacinis...), spaudos konferencija, intranetas, leidinys, lankstinukas, reklama, tinklalaidė, "Youtube" ar kita vaizdo platforma, kt.	Atsakingas asmuo: D, PU, KA, ŠP, MT...	A / N	



# UTA VIEŠINIMO GAIRĖS



KAIP? Algoritmai,  
patarimai

**Komunikacijos  
strategija ir  
planas**



Kaip kurti ir palaikyti  
ryšius su bendruomene

Ryšiai su žiniasklaida. Kaip  
rašyti pranešimą spaudai?

Socialinės medijos. Komunikacijos,  
rašų ypatumai

UTA pristatymas. Prezентacija ir viešasis  
kalbėjimas: niuansai

Vaizdinė medžiaga: nuotraukos, vaizdo įrašai – kokie?



# UTA VIEŠINIMO GAIRĖS

**Komunikacijos  
strategija ir  
planas**



**KADA? Laikotarpis, deadline'ai**

# UTA VIEŠINIMO GAIRĖS



**KIEK? Biudžetas**

Biudžetas: / metus (/mėn.)		
X etatas (-o)		
individualios paslaugos		
išorinės paslaugos		
bendruomenės valandos		
kt.		

# KOMUNIKACIJOS AKCENTAI: į ką kreipti dėmesį?



## PROJEKTO PRADŽIA

- Aktualumas
- UTA – kas tai?
- Misija, tikslai, nauda vaikams / visuomenei
- Švietimo paradigmos kaita

# KOMUNIKACIJOS AKCENTAI: į ką kreipti dėmesį?



PROJEKTO METU: patirtys

- Patirtys. Reali patirtis vs veiklos ataskaita.
- UTA komandos atradimai, liudijami pokyčiai
- Mityų griovimas: įtraukusis ugdymas = patrauklusis ugdymas
- Stereotipų laužymas
- Įkvepiančios / sėkmės istorijos
- Ugdymo turinio naujovės / inovacijos / įsidiegtos, susikurtos metodikos

# KOMUNIKACIJOS AKCENTAI: į ką kreipti dėmesį?



PROJEKTO METU: aktualijos, ekspertinės žinios

- Vidiniai mokymai ir išorinė ekspertinių žinių sklaida
- Straipsnis, patarimų rinkinys, metodinių įrankių pristatymas, kt. – įstaigos komandos ekspertų pasitelkimas ir jų dalykinio įvaizdžio stiprinimas.
- Aktualijos: nestandartiniai renginiai, šventės, iniciatyvos, aktualios ir įdomios platesnei auditorijai, miesto / savivaldybės lygmens renginiai

# KOMUNIKACIJOS AKCENTAI: į ką kreipti dėmesį?



PROJEKTO METU: projekto „virtuvė“

- UTA, mokytojų komandų patirtys, stažuotės, iniciatyvos, savanoriavimas, įdomūs pomėgiai, žvilgsnis į užkulisius, kaip žodį paversti kūnu, koks kompetencijos auginimo kelias, stereotipų laužymas.



# KOMUNIKACIJOS AKCENTAI: į ką kreipti dėmesį?



## MATOMI REZULTATAI

- Leidinys
- Metodinės priemonės
- Įtraukiojo ugdymo įrankiai
- Skaitmeninis turinys
- Ugdymo modelis
- Pamokų ciklai
- Konferencija (įtraukusis ugdymas, kompetencijų ugdymas, kt.)
- Tyrimai
- Dalijimasis ištekliais
- Socialinė partnerystė (programos, kt.)

# KOMUNIKACIJOS AKCENTAI: į ką kreipti dėmesį?



## NEMATOMI REZULTATAI

UTA komandos žinios, patirtis  
Mokytojų tobulėjimas, geresni įgūdžiai  
Kompetencijų ugdymo rezultatai  
Mokinių iniciatyvos, verslumas, „flow“  
Kt.

# KOMUNIKACIJOS AKCENTAI: į ką kreipti dėmesį?



- Kaupti tikslinių grupių duomenų bazę.
- Komunikacijos laikas – pirmadieniais ir penktadieniais, prieš šventes, atostogas **NE**sidalinti. Dalintis antradieniais–ketvirtadieniais ryte (8-9 val.) arba po pietų.
- Patraukli pranešimo forma – orientuota į tikslinę grupę (patirtis, atradimai, istorija, įdomūs faktai, kt.). Faktus (projektas, kas jį įgyvendina, datos, tikslai, pareigos, kt.) rekomenduojama pateikti pabaigoje.
- VENGTI: kalbėjimo „mes“ forma, padėkų, formalumų, klišių, familiarumas vs betarpiškumas, klaidų (faktinių – pavadinimai, pareigos, gramatikos, stiliaus).



# UŽDUOTIS

- Jūsų komunikavimo patirtis vykdant pokytį (sėkmė, klaidos, grįžtamasis ryšys...).
- KĄ PADARIAU GERAI, KAD MANIMI PATIKĖJO?

# PRANEŠIMO ALGORITMAS

ANTRAŠTĖ

ĮVADAS

CITATOS

TEKSTAS /  
INFORMACIJA

APIE

# PRANEŠIMO ALGORITMAS

## ANTRAŠTĖ

SKAMBI, PATRAUKIANTI DĖMESĮ, INTRIGUOJANTI, KELIŲ ŽODŽIŲ. Vengti žodžių pertekliaus, minėti projekto pavadinimą.

CITATA. Autoritetingo žmogaus, eksperto, švietimo lyderio. Kelių žodžių.

FORMULUOČIŲ „ŠIAUDAS“: „Psichologė (logopedas, spec.pedagogas) įvardijo, kas motyvuoja mokytis“, „Projektas suteikė galimybę...“, „Įtraukusis ugdymas – ne svajonė, o realybė“, „Tarptautinio projekto laimikiai - ...“

PROBLEMA. Antraštėje galima įvardinti problemą, palikti atvirą klausimą, kurio atsakymas – pranešime.

SVARBU: žmogui reikia ne kraujo, o šviesos.

# PRANEŠIMO ALGORITMAS

## ĮVADAS

TRUMPAI, AIŠKIAI, UŽUOMINOS. 4-5 sakiniai – su nuoroda, apie ką pranešimas, koks pranešėjo požiūris, bet neplėtojant ir nedėstant temos / problemos.

PATRAUKLU. Minties raiškos menas.

AKCENTAI: tema, problema, kvietimas diskusijai, klausimo aktualumas, statistiniai duomenys, autoritetingo asmens / eksperto požiūris (jei vėliau bus cituojama, plėtojama).

VENGTI: ilgų sakinių, formuluočių, formalaus „sausumo“ – skaitytoją įvadas turi įtraukti ir motyvuoti skaityti toliau.

# PRANEŠIMO ALGORITMAS

## PAŠNEKOVAI / EKSPERTAI.

Daugiausiai 3 asmenys,  
rekomenduojama – skirtingų sričių  
(švietimo lyderis / mokytojas;  
ekspertas / moksleivis, mokymų  
dalyvis / ekspertas, kt.)

## PAŠNEKOVO / PROJEKTO

pristatymas. Pasitikslinti pareigas,  
pavadinimą, išlaikyti asmens / žinios  
svarbos hierarchiją.

CITATOS

CITATAS skirstyti į atskiras  
pastraipas (jei kalbama  
skirtingomis temomis).  
KONTEKSTAS. Prieš  
cituojant įvesti kontekstą,  
papildomą informaciją,  
kuri citata pagrindžiama ar  
kontrargumentuojama.  
minėtą įvedimą į citatą.  
CITATOS APIMTIS. Ne  
daugiau kaip 3-4 sakiniai.



# PRANEŠIMO ALGORITMAS

PAKLODEI – NE. Tekstą skaidyti trumpomis pastraipomis.

» Išsikelti kelis akcentus, teiginius, kelias pagrindines mintis ir struktūruoti:

1 teiginys – paaiškinimas / plėtojimas / citata,

2 teiginys – paaiškinimas / plėtojimas / citata, t.t.

VIENTISUMAS: pastraipos, mintys tarpusavyje turi sietis, nenukrypti nuo temos.

AUTORIUS. Maksimaliai objektyvus. Vengti emocinių intarpų, simpatijų, prielankumo, pataikavimo ženklų, padėkų, apgailestavimo, abejonių/nežinios sklaidos. Jei norisi emocijų, pagyrų, problemos išryškavimo, leisti daryti tai pašnekovui – perteikti citatomis.

TEKSTAS /  
INFORMACIJA

# PRANEŠIMO ALGORITMAS

VIETA JŪSŲ REKLAMAI 😊 . Rekomenduojama pranešimo pabaigoje numatyti informacinę pastraipą, kurioje pristatomas projektas, tikslai, dalyviai, UTA konceptas, kt. Kam to reikia? Pranešimo, kaip visuminio, kryptingo pokyčio dalelės, suvokimui + nuoroda žiniasklaidai / tikslinei auditorijai apie švietime vykstančius procesus.

APIE

# NAMŲ DARBAS – galimybė konsultuotis

Savo tikslinei grupei parašyti pranešimą apie ugdymo turinio atnaujinimą, kompetencijomis grįstą ugdymą, pasirengimą diegti atnaujintą ugdymo turinį...