

Socialinių paslaugų kokybės užtikrinimas Lietuvoje

Komunikacijos strategija ir rekomenduojamas veiksmų planas 2026-2028 m.

Turinys

Turinys	02
Strateginis kontekstas	03
Iššūkliai, kurie yra sprendžiami	05
Galimybės	06
Komunikacijos tikslas	07
Komunikacijos iššūkliai	08
Tikslinės auditorijos	09
Balsas ir tonas	13
Komunikacijos žinučių sąrašas	15
Komunikacijos naratyvas	17
Siūlomos galimos priemonės	19
Ambasadorystės programa	22
Rekomenduojamas veiksmų planas	25
Rekomenduotinos įsigyti priemonės	30

Komunikacija

Strateginis kontekstas

Projekto „Socialinių paslaugų kokybės užtikrinimas Lietuvoje“ (Nr. 07-008-P-0001) **tikslas** – sudaryti sąlygas gerinti ir tobulinti socialinių paslaugų kokybę visoms Lietuvoje veikiančioms socialinių paslaugų įstaigoms.

Lietuvoje prasidėjo vienas reikšmingiausių socialinių paslaugų sektoriaus pokyčių. 2025 m. buvo sukurti ir patvirtinti nacionaliniai socialinių paslaugų kokybės reikalavimai, šiuo metu jie yra bandomi įstaigose, o nuo 2029 m. jie taps privalomi visoms paslaugas teikiančioms įstaigoms ir specialistams. Tai pirmas kartas, kai valstybės mastu aiškiai apibrėžiama, kas yra kokybiška socialinė paslauga, kaip ji turi būti teikiama ir kaip vertinamas jos rezultatas.

Šiuo metu vyksta bandomasis socialinių paslaugų kokybės reikalavimų diegimas 320 įstaigų, rengiami mokymai, konsultacijos, metodinės gairės, renkami duomenys ir įžvalgos, tačiau didelė dalis sektoriaus dalyvių apie pokyčius žino tik fragmentiškai, todėl kyla informacinio atotrūkio rizika.

Šis projektas nėra tradicinė viešinimo kampanija. Tai – sisteminė, institucinė pokyčio komunikacija, kurios tikslas yra ne reklamuoti, o nuosekliai edukuoti, įtraukti ir motyvuoti socialinių paslaugų bendruomenę ruošti privalomiems kokybės reikalavimams.

Todėl komunikacija turi būti aiški, ekspertiška ir duomenimis pagrįsta, kartu – žmogiška ir suprantama. Ji turi mažinti nežinomybę, atliepti realius įstaigų iššūkius, stiprinti sektoriaus pasitikėjimą pokyčiu ir užtikrinti, kad iki 2029 m. visos įstaigos būtų pasirengusios dirbti pagal naujus Socialinių paslaugų kokybės reikalavimus.

Komunikacija

Strateginis kontekstas

Projektas siekia:

- parengti aiškius, dviejų lygių (bazinis ir pažangus) kokybės reikalavimus,
- užtikrinti jų įgyvendinimą įstaigose,
- suteikti mokymus ir metodinį palaikymą,
- įdiegti vidinį ir išorinį kokybės vertinimą,
- formuoti socialinių paslaugų kokybės kultūrą Lietuvoje.

Kodėl tai daroma?

Kad visos socialines paslaugas gaunančios šeimos, senjorai, neįgalieji, vaikai, suaugusieji gautų vienodai kokybiškas paslaugas visoje Lietuvoje.

Kokybės reikalavimai apima:

- gerą valdymą;
- darbuotojų kompetenciją ir gerovę;
- žmogaus teises;
- etiškumą;
- individualizavimą;
- bendradarbiavimą;
- vidinę kokybės kultūrą ir tobulėjimą.

Tai ne administracinė prievolė, o aprašas, kuris padeda įstaigoms teikti geresnes, saugesnes ir labiau individualizuotas paslaugas.

Iššūkliai, kuriuos sprendžia komunikacija

1) Informacijos netolygumas sektoriuje

Šiuo metu dalis įstaigų aktyviai dalyvauja bandomajame etape, tačiau didelė sektoriaus dalis apie pokyčius sužino tik fragmentiškai. Trūksta vieningos, nuoseklios ir lengvai pasiekiamos informacijos.

2) Nežinomybės ir baimių faktorius

Įstaigos nėra tikros, kiek papildomų resursų reikės, kaip vyks vertinimai, kaip bus remiamos mažesnės anizacijos ir ar spės pasirengti iki 2029 m. Tai kelia nerimą ir stabdo pasirengimą pokyčiui.

3) Riboti komunikaciniai ir žmogiškieji ištekliai

Daug socialinių paslaugų įstaigų neturi komunikacijos specialistų, o vadovai yra stipriai apkrauti operacine veikla. Be aiškių priemonių, įrankių ir atmintinių pokytį sekti sudėtinga.

4) Mažas socialinių paslaugų matomumas visuomenėje

Visuomenė mažai žino apie socialinių paslaugų misiją, veikimo principus ir kokybės svarbą. Tai lemia menką supratimą apie sektoriaus modernizavimą ir mažina pasitikėjimą sistema.

5) Platus partnerių tinklas

Pokytį įgyvendina platus institucijų tinklas: ESFA, Socialinių paslaugų priežiūros departamentas prie Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos, Viešoji įstaiga Valakupių reabilitacijos centras, Nacionalinis skurdo mažinimo organizacijų tinklas. Norint išvengti žinučių dubliavimo ir netikslumų, reikalinga aiški ir vieninga komunikacijos kryptis.

Galimybės

Aptariamos projekto ir komunikacijos galimybės

1) Istorinis momentas: pirmą kartą Lietuvoje kuriami vieningi socialinių paslaugų kokybės reikalavimai

Tai suteikia išskirtinę galimybę formuoti nacionalinį naratyvą apie socialinių paslaugų kokybę ir jų vertę. Galime aiškiai įtvirtinti žinutę: „**Kokybiškos socialinės paslaugos – kiekvienam žmogui, visoje Lietuvoje.**“ Šis pokytis pats savaime yra stipri komunikacijos platforma, kuri leidžia kelti socialinių darbuotojų profesijos prestižą, stiprinti pasitikėjimą sistema ir formuoti modernios socialinės politikos įvaizdį.

2) Institucinis Europos socialinio fondo agentūros įvaizdis didina pasitikėjimą pokyčiu

ESFA yra institucija, galinti komunikuoti profesionaliai, stabiliai ir duomenimis pagrįstai. Tai suteikia galimybę visai komunikacijai įtvirtinti: ekspertiškumą, aiškumą, metodinę kompetenciją, skaidrumą, procesų stabilumą. Tokio tipo tonas suteikia sektoriui ramybės ir pasitikėjimo, kad pokytis valdomas kryptingai, o ne chaotiškai.

3) Platus partnerių tinklas sustiprina komunikacijos poveikį

Padedą pasiekti skirtingas tikslines auditorijas be papildomų resursų. Tai sudaro galimybę: stiprinti sklaidą per jau veikiančius sektoriaus kanalus, užtikrinti žinučių nuoseklumą, pasiekti regionus ir mažas įstaigas efektyviai. Partnerystė leidžia sukurti „vieno balso“ komunikaciją, kuri formuoja stabilumą ir mažina informacinį triukšmą.

4) Ilgas komunikacijos laikotarpis 2026/2028 m. leidžia kurti nuoseklę komunikaciją

Pokyčio komunikacijai nebūtinai būtinas skubotumas ar intensyvumas, todėl tai leidžia: mažinti sektorinę įtampą, paaiškinti sudėtingas temas dalimis, sistemingai ruošti įstaigas pokyčiui, įvesti naujus socialinių paslaugų kokybės reikalavimus be spaudimo. Ilgalaikė komunikacija leidžia stiprinti kompetencijas, ugdyti bendruomenę ir kurti ryšį su auditorija.

5) Papildomos galimybės

Pastaraisiais metais visuomenė vis labiau domisi pažeidžiamų grupių padėtimi, psichologine gerove ir pagalbos paslaugomis. Tai sukuria palankų pagrindą stiprinti socialinių paslaugų matomumą ir paaiškinti kokybės reikalavimų svarbą platesnei auditorijai.

Kartu kokybės reikalavimai natūraliai kelia socialinių darbuotojų profesinę kartelę ir suteikia galimybę formuoti pozityvesnę, aiškesnę ir labiau gerbiamą šios profesijos įvaizdį. Tikslinga komunikacija gali prisidėti prie didesnio sektoriaus matomumo, paslaugų teikėjų pripažinimo ir didesnio pasitikėjimo socialinėmis paslaugomis nacionaliniu lygiu.

Komunikacijos tikslas

Pagrindinis komunikacijos tikslas – aiškiai, nuosekliai ir profesionaliai informuoti, edukuoti ir motyvuoti socialinių paslaugų teikėjus, vertintojus, savivaldybes ir kitas institucijas kryptingai ruošti socialinių paslaugų kokybės reikalavimų taikymui nuo 2029 metų.

1) Informuoti

Užtikrinti, kad visos įstaigos ir suinteresuotosios šalys laiku gautų aiškia ir suprantamą informaciją apie pokyčio eigą: *kas įtraukiama į pokytį; kaip pokytis bus įgyvendinamas; kokie terminai, etapai ir atsakomybės; kokie procesai keičiasi nuo 2029 m.* Informacija turi būti tiksli, laiku pateikta ir vienodai pasiekama visoms įstaigoms – nepriklausomai nuo dydžio ar vietovės.

2) Įtraukti

Padėti įstaigoms praktiškai pasiruošti pokyčiui, suteikiant: *aiškius žingsnius; metodines priemones ir atmintines; mokymus, paaiškinti paprastai; pateikti gerųjų praktikų pavyzdžius.* Įtraukimas turi mažinti nežinomumą ir padėti įstaigoms suprasti, ką konkrečiai reikia atlikti šiandien, rytoj ir iki 2029 m.

3) Motyvuoti

Kurti pozityvų, konstruktyvų naratyvą apie pokyčio vertę klientui, darbuotojui ir visai įstaigai. Formuoti suvokimą, kad: **„Kokybės reikalavimai – ne prievolė, o galimybė teikti geresnes, aiškesnes ir žmogui naudingesnes paslaugas.“ / „Kokybės reikalavimai – tai galimybė“.** Motyvaciją kuria: sektoriaus sėkmės istorijos, aiškiai komunikuojama nauda, profesijos prestižo didinimas, modernios, skaidrios sistemos įvaizdis.

Pagrindiniai komunikacijos iššūkiai

1. **Informacijos netolygumas tarp įstaigų** – dalis turi daug informacijos, dalis žino tik fragmentus.
2. **Baimė dėl papildomo darbo krūvio** – kyla nerimas dėl resursų ir pasirengimo.
3. **Nežinomybė dėl vertinimų ir atsakomybės** – neaišku, kaip bus vertinama ir kokia parama teikiama mažoms įstaigoms.
4. **Didelis sektoriaus nuovargis** – emocinis ir administracinis perdegimas mažina pokyčio priėmimą.
5. **Riboti komunikacijos ištekliai įstaigose** – dauguma neturi komunikacijos specialistų.
6. **Visuomenės žinių trūkumas apie socialines paslaugas** – menkas paslaugų matomumas ir supratimas viešojoje erdvėje.



Tikslinės auditorijos

Komunikacija yra dviejų lygių – institucijoms ir visuomenei.

1) Socialinių paslaugų įstaigos

- Įtraukiamos socialinių paslaugų įstaigos: Socialinių paslaugų centrai; Globos namai; Socialinės globos, pagalbos namuose, bendruomeniniai centrai; NVO ir privatūs socialinių paslaugų teikėjai bei kt.

Ko tikisi iš komunikacijos?

- Aiškumo: **kas keičiasi, kada ir kokia seka.**
- **Žingsnių plano:** konkretūs veiksmai, ką daryti šiandien ir rytoj.
- **Praktinių pavyzdžių:** realios situacijos, gerosios praktikos, šablonai.
- **Ramybės ir užtikrintumo:** tonas, mažinantis baimes.
- Pastovaus **atsakymo į klausimą „kas toliau?“**
- **Prieinamos konsultacinės pagalbos:** webinarų, konsultacijų, atmintinių

2) Socialinių paslaugų darbuotojai ir specialistai

- Įtraukiami: Socialiniai darbuotojai; Individualios pagalbos teikėjai; Pagalbiniai darbuotojai; Atvejo vadybininkai; Vadybininkai, koordinatoriai; Vadovai ir kt.

Ko tikisi iš komunikacijos?

- Suprasti, kas pasikeis jų kasdienėje veikloje.
- Gauti aiškius metodus: duomenų rinkimo, rezultatų matavimo, atvejo vadybos.
- Jausti palaikymą ir supratimą, o ne papildomą kontrolę.
- Turėti aiškius orientyrus ir mažiau informacinės sumaišties.
- Matyti praktinius pokyčio privalumus savo darbui ir klientams.

Tikslinės auditorijos

Komunikacija yra dviejų lygių – institucijoms ir visuomenei.

3) Išorės vertintojai ir ekspertai

- Įtraukiami: Socialinių paslaugų priežiūros departamento vertintojai; Savivaldybių paskirti vertintojai ir kt.

Ko tikisi iš komunikacijos?

- Vienodos interpretacijos ir vieningos reikalavimų sampratos.
- Aiškios komunikacijos apie diegimo eigą ir procedūras.
- Darbo įrankių, metodikų ir procesų paaiškinimo.
- Nuoseklių gairių, kaip vertinti praktiškai.
- Rizikų valdymo ir aiškių atsakomybių.

4) Savivaldybės

- Įtraukiami: Socialinių paslaugų skyriams pavaldūs specialistai; Administracijų vadovai; Socialinių paslaugų koordinatoriai ir kt.

Ko tikisi iš komunikacijos?

- Duomenų ir aiškių rodiklių, leidžiančių sekti pokytį.
- Konsultacijų ir metodinės pagalbos vietos lygiu.
- Aiškių atsakomybių zonų tarp savivaldybės, įstaigų ir valstybės institucijų.
- Praktinio paaiškinimo, kaip organizuoti pokytį savivaldybės teritorijoje.
- Vieningos informacijos, kad būtų išvengta skirtingų interpretacijų.

Tikslinės auditorijos

Komunikacija yra dviejų lygių – institucijoms ir visuomenei.

5) Visuomenė

- Įtraukiami: Socialinių paslaugų gavėjai; Potencialūs paslaugų gavėjai; Paslaugų gavėjų artimieji; Socialinės politikos nuomonės formuotojai ir ekspertai. bei kt.

Poreikiai ir lūkesčiai

- **Suprasti, kad socialinės paslaugos modernėja ir keičiasi.**
 - Žmonės nori matyti, kad sistema tampa aiškesnė, profesionali ir labiau orientuota į žmogaus poreikius.
- **Suprasti, kodėl pokytis svarbus jų gyvenimo kokybei.**
 - Viešoji komunikacija turi parodyti, kaip kokybės reikalavimai užtikrins geresnę, saugesnę ir pagarbesnę pagalbą tiek gavėjams, tiek jų artimiesiems.
- **Matyti realų valstybės progresą.**
 - Visuomenė tikisi aiškumo ir skaidrumo: kaip keičiasi paslaugos, kokie rezultatai jau pasiekti, kokį poveikį tai turi žmonėms.

Ko tikisi iš komunikacijos?

- Paprasto ir aiškaus paaiškinimo, kas keičiasi socialinių paslaugų sistemoje.
- Žmogiškų istorijų, atspindinčių realią pokyčio naudą.
- Ramybės ir pasitikėjimo, kad valstybė investuoja į socialinę gerovę.
- Stabilaus, faktais pagrįsto naratyvo, kuris neespekuliuoja, o paaiškina.

Tikslinės auditorijos kelionė



Šiame etape auditorija turi išgirsti apie Lietuvoje sukurtus Socialinių paslaugų kokybės reikalavimus. Svarbu – suprasti, kad pokytis realus, suplanuotas nacionaliniu lygiu ir turės įtakos visoms įstaigoms.

Komunikacijos tikslas – pateikti faktus ir informuoti, kad niekas neliktų „už borto“.

Auditorija turi jausti, kad turi patikimą informacijos šaltinį.



Šiame etape auditorija turi ne tik žinoti, kad pokytis vyksta, bet ir suprasti, kaip konkrečiai jis palies. Svarbu paaiškinti reikalavimus, procesą ir praktinius žingsnius.

Komunikacijos tikslas – sumažinti nerimą, suteikti aiškumą ir atsakymus į klausimą „ką tai reiškia man ir mano įstaigai?“.

Auditorija turi jausti, kad pokytis yra suprantamas, valdomas ir įveikiamas, o pagalba yra lengvai pasiekama.



Šiame etape auditorija aktyviai pradeda diegti reikalavimus – pildo formas, dalyvauja mokymuose, taiko metodiką. Svarbu nuolat teikti praktinius įrankius ir realias pagalbos priemones.

Komunikacijos tikslas – padėti įgyvendinti pokytį, atsakyti į praktinius klausimus ir palaikyti motyvaciją kasdienėje veikloje.

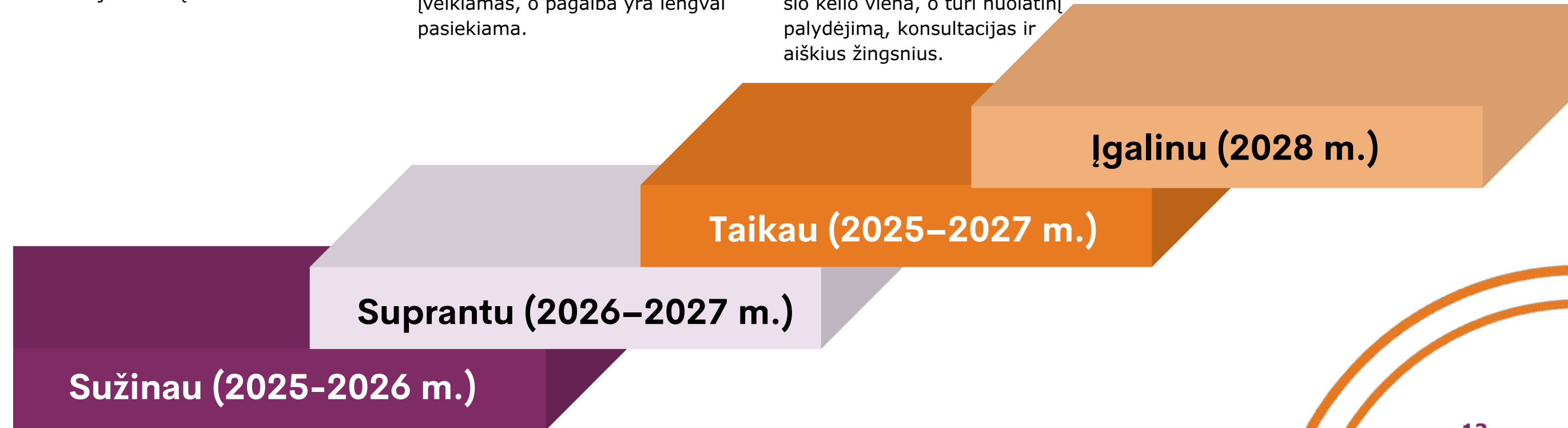
Auditorija turi jausti, kad neina šio kelio viena, o turi nuolatinį palydėjimą, konsultacijas ir aiškius žingsnius.



Šiame etape reikalavimai tampa natūralia darbo kultūros dalimi, o įstaigos pradeda pasitikėti nauja sistema ir ja didžiuotis. Svarbu parodyti sėkmės pavyzdžius, progresą ir realią pokyčio naudą.

Komunikacijos tikslas – sustiprinti įsitraukimą, pasididžiavimą ir užtikrinti, kad sektorius identifikuotų save kaip pokyčio dalį.

Auditorija turi jausti, kad jų indėlis kuria vertę, o kokybės standartas nėra pareiga – tai profesinės brandos, prestižo ir geresnių paslaugų ženklas.



Balsas ir tonas

Komunikacijos balsas ir tonas apibrėžia, kas mes esame komunikacijoje, kokį vaidmenį atliekame ir kaip norime būti suprantami. Šiame projekte naudojamas balsas turi atspindėti ESFA, kaip pokyčio lyderės, vaidmenį.

Komunikacijos balsas ir tonas šiame projekte negali būti nei aštrus, nei chaotiškas, nei perteklinis — jis turi būti nuoseklus ir stiprinantis pasitikėjimą.

Tonas gali kisti, tačiau turi išlikti balso ribose.

Komunikacijos balsas

- **Institucinis lyderis** — komunikuojame aiškiai, nuosekliai, remdamiesi duomenimis ir metodika.
- **Ekspertas** — paaiškiname sudėtingus procesus suprantamai ir tiksliai.
- **Ramybės kūrėjas** — mažiname nebūtiną baimę, atliepiame sektoriaus nerimą.
- **Partneris, o ne inspektorius** — orientuojamės į palaikymą ir pagalbą, o ne kontrolę.
- **Žmogiškas, bet profesionalus** — kalbame atvirai, paprastai, išlaikydami ekspertinį toną.

Komunikacijos tonas

- **Aiškus** — be perteklinės biurokratijos, naudojant paprastus, trumpus sakinius.
- **Ekspertiškas** — paremtas metodika, duomenimis ir sektorine patirtimi.
- **Empatiškas** — suprantantis įstaigų darbo realybę, krūvį ir iššūkius.
- **Stiprinantis** — ne gąsdinantis, o motyvuojantis ir įgalinantis.
- **Nuoseklus** — palaikantis pastovų tempą, nešokinėjant tarp žinučių.
- **Pasitikėjimą kuriantis** — aiškus, stabilus, faktų pagrindu.

Balsas ir tonas

Komunikacijos balsas ir tonas apibrėžia, kas mes esame komunikacijoje, kokį vaidmenį atliekame ir kaip norime būti suprantami. Šiame projekte naudojamas balsas turi atspindėti ESFA, kaip pokyčio lyderės, vaidmenį.

Komunikacijos balsas ir tonas šiame projekte negali būti nei aštrus, nei chaotiškas, nei perteklinis — jis turi būti nuoseklus ir stiprinantis pasitikėjimą.

Tonas gali kisti, tačiau turi išlikti balso ribose.

Socialinių paslaugų įstaigoms

- **Tonas:** aiškus, paprastas, struktūruotas.
- Aiškiai. Paprastai. Pateikiama struktūruota informacija, svarbus konkretumas.
- Komunikuojame žingsnius, eigą, terminus.

Socialinių paslaugų darbuotojams

- **Tonas:** palaikantis, žmogiškas, konkretus.
- Palaikymas ir konkretumas. Pateikiami praktiniai pavyzdžiai.
- Paaiškiname, kaip pokytis paveiks jų kasdienį darbą.

Ekspertams

- **Tonas:** tikslus, procedūrinis, stabilus.
- Tikslumas, stengtis, kad nebūtų abstraktų arba interpretacijų, kurios galėtų iškreipti komunikacijos žinutes.
- Akcentuojame vienodą socialinių paslaugų kokybės reikalavimų taikymą.

Savivaldybėms

- **Tonas:** bendradarbiaujantis, konkretus.
- Skatinti bendradarbiavimą, rodyti ekspertiškumą.

Visuomenei

- **Tonas:** paprastas, ramus, paaiškinantis pokyčio vertę.
- Ramybė ir pasitikėjimas socialine inovacija.
- Pasakojimai, rodomas progresas ir kylantis pokytis.

Balsas ir tonas

Toliau pateikiami tinkami ir netinkama balso ir tono pavyzdžiai.

Netinkamas

Įstaigos privalo pasiruošti vertinimams ir laikytis visų reikalavimų iki termino.



Jūsų įstaiga bus tikrinama savivaldybės administracijos.



Reforma vykdoma pagal ministro įsakymą.



Atsakomybė už įgyvendinimą tenka jums socialiniai darbuotojai.



Savivaldybės turi užtikrinti, kad visos įstaigos laikytųsi reikalavimų.



Tinkamas

Nuo 2029 m. socialinių paslaugų kokybės reikalavimai taps privalomi visoms įstaigoms, kad pasiruošimas būtų sklandus, parengėme aiškų žingsnių planą, metodinę medžiagą ir konsultacijas.

Išorinis vertinimas atliekamas tam, kad įstaiga gautų objektyvų grįžtamąjį ryšį ir rekomendacijas tobulėjimui.

Šis pokytis skirtas tam, kad socialinės paslaugos būtų labiau orientuotos į žmogų – jo poreikius, orumą ir gyvenimo kokybę.

Mes palaikysime jus kiekviename žingsnyje – nuo mokymų iki praktinių patarimų ir konsultacijų.

Savivaldybės vaidmuo – palaikyti įstaigas, padėti joms pasiruošti ir užtikrinti sklandų perėjimą prie vieningos kokybės sistemos

Komunikacijos žinučių sąrašas

Kokybiškos socialinės paslaugos – kiekvienam žmogui, visoje Lietuvoje.

Papildomos atraminės žinutės

1. Apie pokyčius

- a. Pokytis yra galimybė pagerinti darbą ir paslaugas.
- b. Kokybės reikalavimai padeda įstaigoms augti, o ne jas bausti.
- c. Tai priemonės, skirtos padėti, o ne tikrinti.

2. Apie laikotarpį iki 2029 m.

- a. Iki 2029 m. numatytas laikas pasiruošti žingsnis po žingsnio.
- b. Pokytis vyksta palaipsniui.
- c. Nė viena įstaiga nebus palikta viena.

3. Apie pokytį žmonėms

- a. Pokytis pagerina paslaugų prieinamumą ir gavėjų saugumą.
- b. Kokybės reikalavimai orientuoti į žmogų, o ne į dokumentus.
- c. Kuo aiškesni procesai – tuo saugesnis klientas.

4. Apie pokyčius įstaigoms

- a. Visas kelias yra paremtas pagalbos modeliu.
- b. Vykstant pokyčiams įstaigos nėra vienos, teikiame konsultacijas.
- c. Pokytis palengvina socialinių darbuotojų darbą.

Komunikacijos naratyvas

Kokybiškos socialinės paslaugos – kiekvienam žmogui, visoje Lietuvoje.

Lietuvoje prasidėjęs socialinių paslaugų kokybės pokytis yra vienas reikšmingiausių šio sektoriaus modernizacijos etapų. Šalies mastu pirmą kartą susitariama, ką reiškia kokybiška socialinė paslauga, kaip ji turi būti organizuojama ir kokius rezultatus užtikrinti kiekvienam žmogui, nepriklausomai nuo to, kurioje Lietuvos vietoje jis gyvena. Sukurti nacionaliniai kokybės reikalavimai suteikia įstaigoms aiškumą, struktūrą ir palaikymą siekiant geresnės paslaugų kokybės. Pokytis nėra staigus – iki 2029 metų numatytas laipsniškas, nuoseklus pasirengimo laikotarpis, leidžiantis įstaigoms žingsnis po žingsnio įsivertinti, mokytis ir tobulinti savo veiklą.

Naratyvo centre – žmogus. Kokybės reikalavimai kurti tam, kad socialinių paslaugų gavėjai gautų saugesnes, aiškesnes ir jų poreikius labiau atliepiančias paslaugas, o socialinių darbuotojų darbas taptų labiau sisteminis, mažiau priklausomas nuo individualių interpretacijų ir neapibrėžtų situacijų. Aiškios taisyklės ir procesai mažina rizikas, padeda lengviau priimti sprendimus ir kuria profesinės veiklos stabilumą. Tuo pačiu kokybės reikalavimai prisideda prie socialinių darbuotojų profesinio augimo – jie parodo, kad socialinės paslaugos yra ne tik žmogiška pagalba, bet ir profesionalumo reikalaujanti veikla.

Naratyvo integracija

Spaudos pranešimai → akcentuoti visuomeninę naudą, paslaugų gavėjų saugumą, ekspertų paaiškinimus.

Socialiniai tinklai → trumpi, aiškūs, žingsniai, ekspertų mintys, atgalinis ryšis iš įstaigų.

Gerosios praktikos → istorijos apie darbuotojų profesinį augimą, kliento gyvenimo kokybės pokyčius.

Vaizdo įrašai / seminarai → paprastai paaiškinti „ką reiškia pokytis šiandien“.

Konferencijos → naratyvas tampa atidarymo / uždarymo linija: „Kokybiškos paslaugos kiekvienam žmogui.“

Naratyvas užtikrina komunikacijos krypties vientisumą viso projekto laikotarpiu ir padeda išlaikyti vienodą toną tarp skirtingų komunikacijos priemonių ir partnerių. Vieningas pasakojimas leidžia aiškiau struktūruoti informaciją apie pokytį, sumažinti skirtingų interpretacijų riziką ir stiprinti pasitikėjimą pokyčio procesu.

Socialinių paslaugų kokybės užtikrinimas Lietuvoje

Siūlomos galimos priemonės

Komunikacijos priemonių lentelė

Pateikiamas priemonių sąrašas ir jų įgyvendinimo galimybės

Komunikacijos priemonė	Aprašymas	Mokama	Nemokama (vidiniais resursais)
Pranešimai spaudai	Interviu su ekspertais, partneriais, ESFA ir ministerijos atstovais, kurie yra talpinami naujienų portaluose.	✓	–
Užsakomieji straipsniai	Paaikškinti pokytį portaluose ir spausdintinėje žiniasklaidoje	✓	–
Reportažai TV / online TV	Kuriamas pasakojimas apie pokyčio naudą, teigiamus pokyčius įstaigose.	✓	ESFA gali pasiūlyti kreipdamasi į žurnalistus ir kviesdama prisidėti prie pokyčio kūrimo
Socialinių tinklų vizualai ir tekstai	Informaciniai, edukaciniai, gerosios praktikos	✓	ESFA gali prisidėti papildomais įrašais
Reels / short video	Trumpi edukaciniai video apie pokytį	✓	ESFA gali kurti su paprastu mobiliuoju telefonu
Infografikai	„Kas keičiasi?“, „Kaip pasiruošti?“, „3 žingsnių planas“	✓	ESFA atstovai gali sukurti savo turinį
Gerosios praktikos istorijos	Dalyvaujančių įstaigų pasakojimai	–	✓ (tekstai + foto ESFA, atsiliepimai)
Ekspertų komentarai	Specialistų komentarai kodėl reikia šio pokyčio ir prie ko jis prisidės	–	✓
Konferencijų organizavimas	Informaciniai paketai, kvietimas dalyvauti, svarbu nepamiršti tiesiogiai paskambinti žurnalistinei ir pakviesti sudalyvauti konferencijoje arba susitarti dėl pranešimo patalpinimo	✓	–
Gerosios praktikos video	3–5 paprasti video iš įstaigų	✓	–

Komunikacijos priemonių lentelė

Pateikiamas priemonių sąrašas ir jų įgyvendinimo galimybės

Komunikacijos priemonė	Aprašymas	Mokama	Nemokama (vidiniais resursais)
Partnerių įtraukimas į komunikaciją	Kviesti partnerius dalintis informacija apie socialinių paslaugų kokybės reikalavimus, perduoti turinį, kuriuo kviečiama dalintis įvairiais komunikacijos kanalais.	–	ESFA gali pasidalinti informacija su partneriais, nuotolinio ar gyvo susitikimo metu paaiškinti ko tikisi viešinimo laikotarpiu.
Informacija autobusuose	Visuomenės informavimas autobusuose	✓	ESFA gali pakviesti autobusus regionuose arba autobusų stotyse pakabinti arba parodyti svarbią informaciją visuomenei.
Gydymo įstaigų ekranai	Tikslingai pasiekia paslaugų gavėjus	✓	–
Nuotoliniai seminarai	Nuotoliniai seminarai, klausimų atsakymų sesijos įstaigoms ir socialiniams darbuotojams	–	✓
Instituciniai laiškų šablonai	Vienodas informavimas įstaigoms	–	✓
Q&A dokumentai	Atsakymai į dažniausius klausimus	–	✓
Socialinių tinklų employer branding ambasadoriai	Vidiniai ekspertai kalba apie pokytį socialiniuose tinkluose	–	✓
Savivaldybių komunikacija	Dalijasi gyventojams aktuali informacija	–	✓
Skaitmeniniai leidiniai / PDF	„Atmintinė įstaigoms“	–	✓
Savivaldybių, partnerių, soc.institucijose rodoma reklama ekranuose ir plakatai	Komunikacija partnerių ir įvairių institucijų ekranuose, siekiant paskleisti žinutę plačiai.	–	Kalbėjimasis su partneriais ir prašymas prisidėti ir rodyti reklamą.

Komunikacijos priemonių lentelė

AMBASADORYSTĖS PROGRAMA (angl. employer branding)

Sukurti ekspertų balsų tinklą socialinių tinklų platformose, kuris natūraliai, nemokamai ir nuosekliai skleistų žinutes apie socialinių paslaugų kokybės reikalavimų pokytį.

Tikslas – užtikrinti, kad informacija pasiektų įvairias auditorijas per autentiškus, patikimus šaltinius, kurie turi realią patirtį sektoriuje.

Ambasadorystė veikia kaip minkštoji komunikacija: žmonės labiau pasitiki kolegų, vadovų ir ekspertų balsu nei institucine reklama. Tai leidžia pasiekti platesnį pasiekiamumą, padidinti įsitraukimą ir padėti sukurti pozityvų naratyvą apie pokytį visame sektoriuje.

Kas gali būti ambasadoriais?

- ESFA projekto komanda;
- projekto partnerių darbuotojai;
- savivaldybių socialinių paslaugų darbuotojai;
- įstaigų vadovai, dalyvaujantys bandomajame etape;
- socialinių paslaugų kokybės reikalavimų konsultantai ir ekspertai, socialiniai darbuotojai.

Komunikacijos priemonių lentelė

AMBASADORYSTĖS PROGRAMA (angl. employer branding)

Ką daro ambasadorius?

Ambasadoriai skleidžia žinutes savo socialiniuose tinkluose, profesiniuose renginiuose ir darbo aplinkoje.

Socialiniuose tinkluose (LinkedIn, Facebook, Instagram)

- **Dalinasi** oficialia **informacija** apie pokytį.
- **Skelbia trumpus** įžvalginius **tekstus** apie naudą gavėjams ir darbuotojams.
- **Publikuoja asmeninius komentarus** apie savo patirtį diegiant reikalavimus.
- **Reaguoja į aktualijas**, mitus, klaidingą informaciją.
- **Dalijasi gerosiomis praktikomis ir kolegų istorijomis.**

Profesinėje aplinkoje

- Skleidžia aiškią informaciją savo įstaigose.
- Dalyvauja pokyčio paaiškinimo procese.
- Padeda kurti vieningą supratimą kolegų lygmenyje.
- Identifikuoja dažniausius klausimus, kurie vėliau integruojami į klausimus/atsakymus.

Komunikacijos priemonių lentelė

AMBASADORYSTĖS PROGRAMA (angl. employer branding)

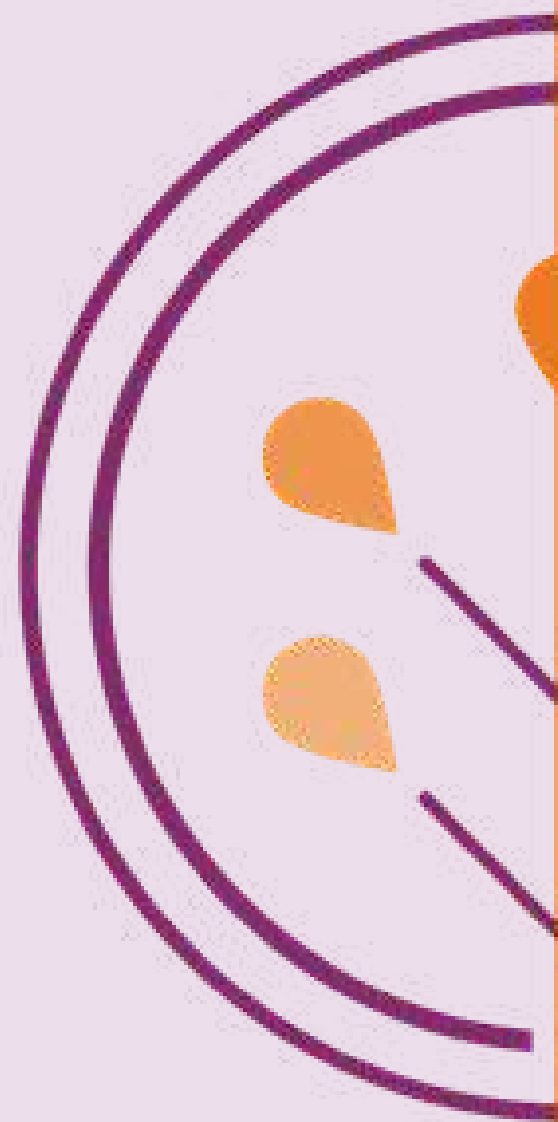
Ką ambasadoriui gali parengti ESFA?

Tam, kad ambasadoriai komunikuo­tų nuosekliai, jiems galima suteikti:

- Vizualinių šablonai (citasos, cover'ai, grafikai).
- Tekstų šablonų (3 sakinių postai pagal auditorijas).
- Grotaižymių rinkinys (pvz., #KokybiškosPaslaugos #ESFAprojektas).
- Mėnesiniai aktualijų paketai (2 postai + vizualas + Q&A arba informacija kas padaryta, koks pokytis kuriamos, įdomios statistikos, kuria jie galėtų dalintis).
- Paaškinti naratyvą ir pateikti aiškias komunikacines žinutes.
- Trumpos gairės kaip komunikuoti.

Kodėl ambasadorystė rekomenduojama?

- Tai **nemokama priemonė**, kuri didina komunikacijos pasiekiamumą 3–5 kartus.
- Didina sektoriaus pasitikėjimą – **autentiški žmonių balsai** yra **patikimesni** nei institucinis tonas.
- Padeda kurti **profesijos prestižą**.
- Sukuria **teigiamą naratyvą** apie pokytį.
- Stiprina sektoriaus vidinį dialogą ir **mažina baimes**.



Socialinių paslaugų kokybės užtikrinimas Lietuvoje

Komunikacijos strategija ir rekomenduojamas veiksmų planas 2026-2028 m.