



Skaitmeninis karantinas: pabėgimas per bendruomenę

Vedėjo vadovas

Mokymosi rezultatai

Pagrindinė tema

(Skaitmeniniai įgūdžiai, darbas, verslumo įgūdžiai)

Internetinės bendruomenės kūrimas – skaitmeninis ir verslumo įgūdis, orientuotas į įsitraukusios internetinės auditorijos, susijusios su produktais, paslaugomis ar bendromis vertybėmis, augimą.

Pedagoginiai tikslai

- Dalyviai supras internetinių bendruomenių vaidmenį verslo augime.
- Dalyviai nagrinės praktines strategijas, kaip pritraukti auditoriją internete.
- Dalyviai atpažins skaitmeninės komunikacijos iššūkius ir kaip juos įveikti.
- Dalyviai praktikuos komandinį bendradarbiavimą, kūrybiškumą ir strateginį mąstymą.
- Dalyviai sukurs pagrindinį skaitmeninės bendruomenės kūrimo planą.



Eiga

Tipas

Fizinis pabėgimo kambarys, kuriame naudojami spausdinti dokumentai, užuominos ir lengva skaitmeninė sąveika.

Laikotarpis

Iš viso 45–60 minučių (35–45 min. žaidimo + instruktažas ir aptarimas)

Dalyviai

Mažiausiai: 3

Daugiausia: 6

Temos

Verslumas, skaitmeninė rinkodara, įsitraukimas internete, jaunimo inovacijos

Reikalingi įgūdžiai

Žaidimo vedėjas

- Gebėjimas vadovauti dalyviams ir duoti užuominų
- Pagrindinių skaitmeninės rinkodaros ir bendruomenės kūrimo koncepcijų supratimas.

Dalyvis

- Bazinės žinios apie socialinius tinklus ir komunikaciją
- Nereikia jokių išankstinių žinių.



Žaidimo vedėjo vaidmuo

Žaidimo vedėjas atlieka keistoko, sunkiai besiverčiančio startuolio generalinio direktoriaus vaidmenį. Jis pasveikina dalyvius, pristato scenarijų (žaidėjai yra skaitmeniniai konsultantai, „užsirakinę“ biure) ir stebi pažangą.

Jie:

- Prižiūrėkite patirtį ir duokite užuominų, jei dalyviai įstrigo.
- Remkitės nukreipiančiais klausimais, o ne tiesioginiais atsakymais, ypač kai dalyviai dirba su konceptualiais iššūkiais.
- Pristatymo ir finalo metu suvaidinkite generalinį direktorių.
- Patvirtinkite galutinę bendruomenės strategiją ir paskelbkite „pabėgimą“.
- Vedkite aptarimą, padėdami dalyviams apmąstyti savo mokymąsi.



Įtraukties užtikrinimas

Siekiant užtikrinti, kad šis pabėgimo žaidimas būtų įtraukus ir prieinamas dalyviams, turintiems mokymosi sutrikimų ar negalią, atsižvelkite į šiuos pagrindinius elementus:

- ✓ **Fizinis prieinamumas:** Įsitikinkite, kad vieta pritaikyta neįgaliesiems vežimėliuose ir kad visi reikalingi daiktai yra lengvai pasiekiami (ne per aukštai ar per toli).
- ✓ **Regėjimo ir klausos palaikymas:** Įsitikinkite, kad medžiaga pateikiama dideliu šriftu, didelio kontrasto arba skaitmeniniu formatu, suderinamu su ekrano skaitytuvais. Jei yra vaizdo įrašų, pateikite subtitrus arba vertimą.
- ✓ **Paprastos ir aiškios instrukcijos:** Naudokite aiškią, glaustą kalbą ir vaizdinę medžiagą. Venkite sudėtingų formuluočių, kad padėtumėte dalyviams, turintiems mokymosi sutrikimų.
- ✓ **Lankstus dalyvavimas:** Siūlykite įvairius vaidmenis, pritaikytus skirtingiems dalyvių stipriesiems bruožams, leisdami jiems pasirinkti užduotis, atitinkančias jų gebėjimus, ir ugdykite atsakomybę, nepersistengdami su savo jėgomis.
- ✓ **Jutimo aspektai:** Venkite sensorinių dirgiklių, tokių kaip garsūs garsai ar mirksinčios šviesos. Dalyviams, kuriems reikia pertraukų, kad jie galėtų susikaupti, suteikite ramią erdvę.



- ✓ **Palaikymas ir koregavimai:**Būkite pasiruošę pasiūlyti papildomą pagalbą, konkrečius patarimus ir nurodymus arba individualiai pritaikytą paramą, pagrįstą individualiais poreikiais.
- ✓ **Grįžtamojo ryšio ciklas:**Rinkti dalyvių atsiliepimus, siekiant nuolat gerinti pritaikomumą, prieinamumą ir įtraukumą.



Patarimai ir sprendimai

A etapas

Užuominos

- "Ką iš tikrųjų sako skaičiai?"
- „Pažvelkite atidžiau – ar duomenyse yra kažkas paslėpta?“

Jei dalyviai klausia tiesiai šviesiai arba susipainioja, nesakykite „perskaitykite laišką“, o naudokite tokias frazes kaip:

- „Kas buvo parašyta pradžioje?“
- „Ar kažkas gali pasikartoti mums to nesuvokiant?“
- „Jei verslas stagnuoja... ką rodo skaičiai?“

Etapo tikslas: padėti dalyviams suprasti, kad pagrindinė problema yra ne pats produktas, o įsitraukimo ir pasitikėjimo stoka internetinėje komunikacijoje.

💡 Pagrindiniai klausimai:

🌀 1 lygis – Šviesos vedimas (po 2–3 minučių sunkumo):

„Jau perskaitėte – galbūt ne kartą. Kur prasideda visos misijos?“ (Nukreipia juos atgal prie raidės.)

🌀 2 lygis – vidutinio stiprumo raginimas (po dar 2–3 minučių):

„Kai kurie dalykai yra garsūs, nors ir neištariami. Pažvelkite į istorijoje paslėptus skaičius.“ (Skatina juos ieškoti skaitinių reikšmių arba rezultatų trūkumo.)



◆ 3 lygis – tiesioginis raginimas (jei reikia):

„Įsitraukimas lygus nuliui. Pardavimai – lygiai taip pat blogai. Tai ne tik dramatiška... tai matematinė reikšmė.“ (Akivaizdu, kad tai reiškia frazę „nulis, nulis“.)

Sprendimai

Dalyviai perskaito generalinio direktoriaus laišką ir nuskaity QR kodą, kuris veda prie paslaptingo pranešimo: „Jums jau buvo pasakyta viskas, ko jums reikia. Paleidimas buvo švarus. Misija buvo aiški. Koks skaičius nuolat kartojasi?“

Jie turi nustatyti skaičių, kuris generalinio direktoriaus laiške pasirodo kelis kartus arba yra numanomas dėl pasikartojimų.

✓ Teisingas atsakymas: Konkretus dviženklis skaičius (pvz., „0,0“), kuris generalinio direktoriaus laiške minimas pakartotinai.

A.3 veiksmas – netikra analizės ataskaita

Užuominos

◆ 1 lygis: „Tiesa gali slypi ne tame, kaip viskas prasideda, o tame, kaip jie baigiasi.“

◆ 2 lygis: „Ar yra dėsningumų, kaip prasideda komentarai ar sakiniai?“

◆ 3 lygis – tiesioginis raginimas (jei reikia): „Pirmosios raidės gali būti garsesnės nei pilni sakiniai.“



Sprendimai

- **🔒 Nuobodus turinys** be emocijos.
- **Ekologiniai** privalumai neatskleidžiami aiškiai.
- **Paskyros** apleistos, nėra nuoseklumo.
- **Auditorija** nejaučia ryšio.
- **Strategija** neaiški ir padrika.
- **Išskirtinumo** prekės ženklui trūksta.
- **Turinys** netaikomas pagal auditoriją.
- **Išanalizuoti** duomenys nerodo augimo.
- **Komunikacija** per silpna, neįtikina.
- **Idėjinės** vertės neiškomunikuotos.

→ Slaptažodis: **NEPASITIKI**

B etapas

Užuominos

- „Jūsų auditorija bando jums kažką pasakyti – ar girdite juos?“
- „Kiekvienas komentaras gali būti daugiau nei atrodo. Ar yra koks nors dėsningumas?“
- „Iš viso yra 8 pranešimai, bet tik 6 yra sunumeruotos – galbūt ne visi jie svarbūs?“
- „Žinutės gali atrodyti atsitiktinės... bet ar jos skirtos skaityti tam tikra tvarka?“



- „Pabandykite pažvelgti tik į sunumeruotus – ir į jų tvarką.“
- „Kas nutiks, jei perskaitysite tik pirmąsias kiekvieno sunumeruoto komentaro raides?“
- „O jeigu kurtumėte žodį nuo pat pradžių?“
- „Pabandykite sudėlioti žinutes eilės tvarka – tada pažiūrėkite į kiekvienos raidės pirmąją raidę. Ką jos rašo?“

Sprendimai

☞ Ką žaidėjas daro?

- Žaidėjai privalo:
- atidžiai perskaitykite
- rūšiuoti komentarus pagal numerį
- paimekite kiekvieno komentaro pirmąją raidę (jei tai tekstas)

Du komentarai – vienas, sudarytas tik iš jaustukų (❤️🌱📖), o kitas, prasidedantis klaustuku, – yra įtraukti kaip tyčinis dėmesio atitraukimas. Jie atspindi neverbalinį arba neaiškų bendravimą ir nėra paslėpto kodo dalis. Jų buvimas skirtas suabejoti dalyvių prielaidomis ir pabrėžti aiškių modelių nustatymo svarbą.

🔒 Paslėptas elementas – slaptažodis kitam žingsniui:

- Įkvėpta kvapo, jaučiuosi lyg SPA centre – nuostabu!
- Jūsų produktas tikrai išskirtinis, maloniai nustebino.
- Užsakymas atvyko greitai ir be jokių nesklandumų.
- Naudoti paprasta – viskas apgalvota iki smulkmenų!



- Galėtumėte pasiūlyti ir daugiau kvapų variantų?
- Tikrai rekomenduočiau draugams – verta išbandyti.
- Išbandžiau atsitiktinai, o dabar jau negaliu be jo gyventi.

→ Slaptažodis: **IJUNGTI**

B.2 žingsnis – platformų derinimo dëlionė

Užuominos

- Įžanga dalyviams: „Šis žingsnis parodo, kad skirtingos auditorijos naudoja skirtingas skaitmenines platformas ir kad veiksminga komunikacija priklauso nuo to, kur žmonės jau yra aktyvūs.“
- „Pagalvokite: kur šie žmonės praleidžia laiką internete?“
- „Kuri platforma atitinka jų stilių ir įpročius?“

◆ 1 lygis – „Kiekviena grupė turi savo skaitmeninę erdvę. Kur jie slinktų, skelbtų ar ieškotų?“

◆ 2 lygis – „Turinio apgalvojimas: trumpi vaizdo įrašai? įkvėpimo lentos? verslo idėjos?“

◆ 3 lygis – „Jauni? Galvoji apie „TikTok“. Verslas? „LinkedIn“. Kūrybiškumas? „Pinterest“.“

Sprendimai

Dalyviai suporuoja 5 tikslines auditorijas su joms tinkamiausia socialinės žiniasklaidos platforma. Teisingas suporavimas atskleidžia užklijuotą voką su užrašu „Nuo influencerio...“.



✓ Teisingi loginiai atitikmenys:

Tikslinė grupė	Platforma
Ekologiškai sąmoningi studentai	TikTok
Užimtos dirbančios mamos	Facebook
Fitneso ir sveikatingumo entuziastai	Instagram
„Pasidaryk pats“ ir namų dekoru mėgėjai	Pinterest
Į tvarumą orientuoti specialistai	LinkedIn

B.3 žingsnis – Įtakos formuotojų bendradarbiavimo dëlionė

Užuominos

- „Išklausėte klientus. Dabar laikas su jais susitikti.“
- Suderinkite kiekvieną auditorijos grupę su platforma, kurioje jie greičiausiai įsitrauks.
- Sutvarkykite juos – ir kas nors gali su jumis susisiekti...“
- „Kokią grotažymę šis influenceris iš tikrųjų naudotų?“
- „Ar jiems skamba taip, lyg labiau rūpėtų vertės... ar nuolaidos?“
- „Žinutė yra nuotaikoje, o ne tiksliuose žodžiuose.“
- „Jiems rūpi tikslas. Koks grotažymės tipas tai atspindėtų?“



Sprendimai

Dalyviai privalo:

- Atidžiai perskaitykite laišką
- Supraskite, kad visa žinutė sukasi apie vertę, autentiškumą ir tikslą
- Įrašykite trūkstantą grotažymę prasmingiausiaja:

#PirmaujantSuVertėmis 

Kai dalyviai atpažįsta teisingą grotažymę, moderatorius jiems įteikia galutinį strategijos šabloną.

C etapas

Užuominos

- „Su kuo tu iš tikrųjų kalbi?“
- „Su koku turiniu jie iš tikrųjų sąveikautų?“
- „Kaip reaguosite, jei viskas klostysis ne pagal planą?“

Sprendimai

Dalyviai užpildo trumpą, bet struktūrizuotą bendruomenės strategiją. Jie gali naudoti atspausdintą šabloną arba pristatyti ją žodžiu. Žaidimo vadovas įvertinimui naudoja 5 sėkmės kriterijų kontrolinį sąrašą:

- Aiškiai apibrėžta tikslinė auditorija
- Pasirinktos atitinkamos platformos
- Realistiškos sužadėtuvių idėjos



- Iššūkių atpažinimas (pvz., neigiamas grįžtamasis ryšys)
- Strateginis suderinamumas su prekės ženklo vertybėmis

Pateikus užduotį, žaidimo vedėjas ją patvirtina naudodamas 3/5 kriterijus ir užbaigia žaidimą pažymėdamas sėkmę arba patobulinimo patarimus. Žr. šablonus: „3.1.1. C etapas – Žaidimo vedėjo patarimai“ ir „4. D etapas – Žaidimo vedėjo patarimai“.

Trumpas aprašymas ir aptarimas

Trumpai (prieš žaidimą)

Prieš įeinant į pabėgimo kambarį, labai svarbu atlikti instruktažą. Tai akimirka, kai paaiškinate taisykles ir kaip jis veikia tiems, kurie dar nežino žaidimo.

Tai taip pat leidžia nustatyti žaidimo kontekstą ir visatą, pristatant pradžią ir paaiškinant žaidėjams jų misiją.

Paaiškinkite:

- Misija: padėti startuoliui kuriant internetinę bendruomenę.
- Kad jie yra „užrakinti“, kol atliks užduotis.
- Laiko limitas ir kaip užuominos yra sujungtos žingsnis po žingsnio.
- Kad komandinis darbas ir kūrybiškumas yra svarbiausia!



Apžvalga (po žaidimo)

Aptarimas leis jums gauti atsiliepimų apie savo scenarijų ir pamatyti, ką reikia tobulinti. Tai taip pat leis jums pamatyti, ko žaidėjai išmoko ir prisiminė iš šios žaidimo sesijos.

Gera praktika yra užsirašyti pastabas apie žaidėjų ir savo patirtį, kad vėliau galėtumėte prie šios informacijos grįžti.

Aptarkite:

- Kas buvo lengva/sunku?
- Kokios strategijos pasiteisino geriausiai?
- Ką jie sužinojo apie internetines bendruomenes ir verslo įsitraukimą?
- Kaip jie gali pritaikyti šias žinias realiame gyvenime?

Skatinkite apmąstymus ir surinkite trumpus atsiliepimus. Pateikite idėjų, kaip tai galėtų būti pritaikyta skirtingų tipų verslui ar tikslams (pvz., klimato aktyvizmui, muzikai, jaunimo iniciatyvoms).

Po žaidimo žaidimo vadovas gali naudoti šiuos fiksuotus klausimus struktūrizuotai refleksijai:

- Kurią tikslinę auditoriją pasirinkote kaip svarbiausią ir kodėl?
- Kuri platforma jums labiau patiko ir kaip tai paveikė jūsų turinio pasirinkimą?
- Ką sužinojote apie pasitikėjimą ir bendravimo toną internete?



- Kaip reaguotumėt į neigiamus atsiliepimus iš bendruomenės?
- Kaip šias žinias galima pritaikyti realiame versle ar iniciatyvoje?

Šie klausimai padeda suformuluoti mokymosi rezultatus ir susieti juos su realia praktika.



**Bendrai finansuoja
Europos Sąjunga**

Šį projektą finansavo Europos Komisija. Šis leidinys atspindi tik autoriaus požiūrį, ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už jokią jame pateiktos informacijos panaudojimą.

Projekto kodas: 2023-2-LT02-KA220-YOU-0001831156

Šis kūrinys licencijuotas pagal „Creative Commons. Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International“ licenciją. Norėdami peržiūrėti šios licencijos kopiją, apsilankykite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>