

# PARAMOS PRIEINAMUMAS KAUNO KOLEGIJOS STUDENTAMS PASITELKiant INFORMACIJOS SKLAIDĄ

Rasa Gaižiūnaitė, Daiva Stankevičiūtė-Volkauskienė

*Kauno kolegija*

**Anotacija.** Aukštojo mokslo institucijoms veikiant tarptautinėje, bendradarbiavimo su veiklos pasauliu ir kt. erdvėse reikalinga bendruomenės narių parama vienas kitam, kad užsibrėžti strateginiai tikslai būtų įgyvendinti kuo efektyviau. Straipsnyje keliamas probleminis klausimas – kaip tobulinti Kauno kolegijos studentų paramos sistemą atsižvelgiant į paramos prieinamumą? Tyrimu siekiama atskleisti, kaip Kauno kolegijoje funkcionuoja paramos studentams prieinamumas pasitelkiant informacijos sklaidą. Tyrime taikyti mokslinės literatūros, atvejo analizės, dokumentų analizės, turinio analizės, apklausos raštu metodai. Teoriniu aspektu aukštojo mokslo institucijos poreikių kontekste žvelgiama dviem – paramos ir informacijos sklaidos – sampratų rakursais. Empiriniai tyrimai fokusuojami į aukštojo mokslo erdvės dokumentų analizės (Europos, šalies, institucijos) ir informacijos sklaidos priemonių turinio analizės sąsajas, naudojant apklausą tiriama tikslinės auditorijos – studentų – nuomonė apie paramos paslaugų asmeninį aktualumą ir informacijos poreikį institucijos sklaidos priemonėmis. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad Kauno kolegijoje vyrauja akademinės ir neakademinės paramos sistema, deranti su Europos aukštojo mokslo erdvės poreikiais ir veikianti „vieno langelio“ principu, informacijos sklaida turėtų būti orientuojama į studijuojančius Z kartos atstovus kaip medijų kartą pasitelkiant individualizuojančią paslaugų viešinimo strategiją.

**Reikšminiai žodžiai:** parama, akademinė parama, neakademinė parama, informacijos sklaida.

## Įvadas

**Temos aktualumas.** Demokratinio modernaus pasaulio akademinėse institucijose orientuojamasi, kad kiekvienas bendruomenės narys jaustųsi visapusiškai gerai, galėtų įsiliesti į veiklas kokybiškai (Stoner ir kt., 1999; Daft, 2021). Saugumo pojūtis, gerovės išteklių panauda vyksta remiant, skatinant, palaikant vienas kitą, o paramos prieinamumas yra itin svarbus veiksnys tapti pilnaverčiu bendruomenės nariu.

Viena paramos prieinamumo priemonių esti efektyvi – suplanuota, aiški, įtrauki ir patraukli tikslinei auditorijai – informacijos sklaida, kuri yra ir kaip įrankis pristatyti įvairias paramos prieinamumo formas, orientuotas į žmogiškuosius, finansinius, techninius, technologinius ir kitus išteklius. Informacijos sklaida turi derėti su institucijos strateginiais žingsniais, nusakytais dokumentuose.

Paramos sampratai apibrėžti pasitelktas akademinės ir neakademinės paramos tipologizavimas (Pukelis ir Savickienė, 2004; Morgan, 2012; Sajienė ir Tamulienė, 2012), informacijos sklaidos sampratai – Z kartos charakteristika (Pečiuliauskienė ir Dagys, 2015; Targamadžė ir kt., 2015; Moore ir kt., 2017; Cervi, 2021; Stahl ir Literat, 2022) ir sklaidos organizavimo elementai – procesas, turinio reikšmės (Fiske, 2010; Kubota, 2019).

Kauno kolegijoje (toliau – KK arba Kolegija) veikianti paramos studentams sistema, remiantis

minėtais moksliniais šaltiniais, taip pat orientuota į akademinę ir neakademinę paramą (Kauno kolegijos direktorato pasitarimo protokolas, 2021). Šis skirstymas naudotinas bendru sutarimu ir įveikintas atsižvelgiant į tai, kad KK bendruomenė – studentai, akademinis ir administracinis personalas – jaučia poreikį palaikyti vieni kitus. Dėl skirtingų bendruomenės narių patirčių, supratimo apie institucijos veiklas, tarp jų ir paramą, kartais susidaro probleminės, klausimų keliančios situacijos.

Išsiaiškinus, kaip tikslinė auditorija gauna, suvokia informaciją apie paramos paslaugas bei naudojami reikiama paramos ištekliais, galima toliau tobulinti paramos sistemą, nes tai nuolatinis procesas, priklausantis nuo besikeičiančių institucijos išorės ir vidaus veiksnių.

**Probleminis klausimas:** kaip tobulinti KK studentų paramos sistemą atsižvelgiant į paramos prieinamumą?

**Tyrimo tikslas:** atskleisti, kaip KK funkcionuoja paramos studentams prieinamumas pasitelkiant informacijos sklaidą?

### Uždaviniai:

1. apibrėžti paramos studentui sampratą aukštojo mokslo institucijoje teoriniu aspektu;
2. apibrėžti informacijos sklaidos sampratą tikslinei auditorijai teoriniu aspektu;
3. identifikuoti esamą KK paramos studentams sistemą nusakančių dokumentų sąsajas su informacijos sklaidos organizavimu;

4. identifikuoti studentų nuomonę apie paramos prieinamumą KK pasitelktomis informacijos sklaidos priemonėmis.

**Objektas:** paramos prieinamumas KK studentams.

**Metodai:** mokslinės literatūros analizė, dokumentų analizė, turinio (angl. *content*) analizė, anketinė apklausa, atvejo analizė.

### Tyrimo organizavimas ir metodika

Tyrimas organizuotas teoriniu lygmeniu atliekant paramos ir informacijos sklaidos tikslinei auditorijai sampratas, empiriniu lygmeniu – pasitelkiant aukštojo mokslo erdvės dokumentų analizę ir institucijos informacijos sklaidos turinio analizę, taip pat anketinės apklausos būdu atskleista studentų nuomonę apie asmeninius paramos ir informacijos gavimo poreikius. Naudoti metodai:

1. **atvejo analizė.** VšĮ Kauno kolegija atvejis;
2. **mokslinės literatūros analizė** atlikta pasitelkiant paramos ir informacijos sklaidos sampratas aukštojo mokslo ir tikslinės auditorijos – studentų – kontekstuose;
3. **dokumentų analizė.** Pasitelkti Europos, šalies ir KK dokumentai, kuriais institucija vadovaujasi siekdama įgyvendinti savo strateginius tikslus. Analizėje fokusuojamasi į akademinės ir neakademinės paramos sistemą KK, nes nuo 2021 m. lapkričio 22 d. KK direktorato siūlymu KK atsiranda tokio tipo sistemos apibrėžtys;
4. **turinio analizė.** Pasirinkti visi kanalai, kuriuose vykdyta sklaida studentams: KK interneto svetainė (kriterijai: kokybiniu aspektu – aprašoma tematinė informacijos sklaida KK interneto skiltyse bei poskiltyse lietuviškoje (LT) ir angliškoje (EN) interneto svetainės versijose, kiekybiniu aspektu – publikacijų kiekis tik naujienų skiltyje); KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyra (kriterijai: kokybiniu aspektu – publikacijų žanrai / formos ir tematika, kiekybiniu aspektu – publikacijų kiekis ir dažnis, grįžtamasis ryšys); elektroninis paštas (kriterijų išskirti nereikalinga, nes dėl konfidencialumo negalima prieiga prie turinio); LCD ekranai ir skelbimų lentos (kriterijų išskirti nereikalinga, nes per mažai turinio). Informacijos sklaidos apie akademinę ir neakademinę paramą turinio analizei pasirinktas vienerių metų laikotarpis (2021 m. lapkričio 22 d. – 2022 m. lapkričio 22 d.; datos atspirties taškas – KK direktorato siūlymas dėl akademinės ir neakademinės paramos skirstymo sampratos);
5. virtuali anoniminė anketinė **apklausa.** Rinkti kiekybinio ir kokybinio pobūdžio duomenys.

Tikslinė auditorija – visi KK studentai. Institucijos duomenimis, 2023 m. vasario mėn. KK nuolatinėse ir ištęstinėse studijose I–IV kursuose studijavo 4036 asmenys, visiems siūsti individualūs kvietimai dalyvauti apklausoje į KK suteiktą asmeninį elektroninį pašta. Apklausa sudaryta *LimeSurvey* įrankiu, platinta 2023 m. vasario 14–28 dienomis. Klausimyną sudaro 14 klausimų, koreliuojančių su turinio analize. Tyrime dalyvavo 573 studentai, reprezentatyvumas pasiektas (tikimybė – 95 proc., paklaida – 5 proc., populiacija – 4036, pagal platformą „Raosoft“ (2023) reikalinga minimali imtis – 351). Duomenys apdoroti *SPSS 20 for Windows* programa. Etika: vykdam tyrimą konfidencialumas užtikrintas.

### Paramos aukštojo mokslo institucijoje samprata

**Paramos apibrėžtys.** Analizuojant skirtingus šaltinius aptinkamos įvairios „paramos“ sampratos. Anglakalbiuose žodynuose sąvoka *parama* (angl. *support*) apibūdinama taip: kai padedame ar padrašiname ką nors sakydami ar parodydami, kad sutinkame su asmeniu, ir norime, kad jam ar jai tai pavyktų (Oxford Learner’s Dictionaries, 2023; Cambridge Dictionary, 2023). Dabartinės lietuvių kalbos žodyne sąvoka *parama* apibrėžiama kaip parėmimas, pagalba.

Kalbant apie paramos sampratą aukštajame moksle sutinkamos šios sąvokos: *paslaugos studentams* (angl. *student services*), *paramos studentams paslaugos* (angl. *student support services*), *parama studentams* (angl. *student support*) (Tamulienė, 2014). Šiame straipsnyje vadovaujamesi Tamulienės (2014) pateikiama *paramos studentams* sąvoka, kuri apibrėžiama kaip ***aukštosios mokyklos teikiamų paslaugų sistema, kuri padeda išpildyti studento emocinius, akademinis bei socialinius poreikius ir sudaro prielaidas studento asmeninei gerovei bei studijų sėkmei užtikrinti.***

Parama studentams moksliniuose šaltiniuose klasifikuojama skirtingai. Thompson ir Mazer (2009) išskiria du paramos studentams paslaugų tipus – formalų ir neformalų. Pukelis ir Savickienė (2004), Morgan (2012), Sajienė ir Tamulienė (2012) paramą studentams klasifikuoja pagal du tipus – į akademinę bei neakademinę. Sajienė ir Tamulienė (2012) *akademinę paramą* apibūdina kaip aukštosios mokyklos paslaugas, skirtas studentų poreikiams, tiesiogiai susijusiems su studijų procesu, išpildyti; *neakademinę paramą* – aukštosios mokyklos paslaugas, orientuotas į studento emocinius ir socialinius poreikius, tiesiogiai nesusijusius su studijų procesu, išpildyti.

Tolesnėje straipsnio dalyje bus remiamasi akademinio ir neakademinio paramos studentams skirstymu.

Tamulienė (2014) nagrinėdama paramos studentams identifikavimo modelį koleginiuose studijose akademiniam paramos studentams paslaugų tipui priskiria tokias aukštojoje mokykloje teikiamas paslaugas: karjeros projektavimą, akademinį studentų informavimą bei konsultavimą, studentų priėmimą ir integravimą į studijas, pagalbą tarptautiniams studentams, užsienio kalbų centro veiklą, bibliotekos bei nuotolinių studijų centro paslaugas. Neakademiniam paramos studentams paslaugų tipui priskiria šias paslaugas: psichologinį konsultavimą, studentų apgyvendinimą, finansinę paramą ir konsultavimą teisiniais klausimais, paslaugas, skirtas bendruomeniškumo jausmui plėtoti, paramą neįgaliesiems studentams bei paslaugas, užtikrinančias studentų sveikatą bei gerą savijautą.

### **Informacijos sklaidos tikslinei auditorijai samprata**

Informacijos sklaida Lietuvos aukštojo mokslo sektoriuje studentų tikslinei auditorijai vyksta institucijų interneto svetainėse, socialinių tinklų paskyrose, instituciniu elektroniniu paštu ir kitais – dažniausiai elektroniniais – kanalais. KK informacijos sklaidos kanalai apibrėžiami dokumente *Informacijos sklaidos apie Kauno kolegiją tvarkos aprašas* (2015), kuriame nusakomi kanalai yra KK interneto svetainė, elektroninis paštas, vidinės informacijos tinklas – intranetas, skelbimų lentos bei informaciniai LCD ekranai institucijos erdvėse, KK socialinių tinklų paskyros, taip pat teikiama informacija žiniasklaidos kanalams. Elektroninė informacijos sklaidos erdvė šiandien yra patraukliausia studentų ir apskritai jaunimo auditorijai.

**Informacijos sklaidos apibrėžtys.** Kalbant apie *informacijos sklaidos* sąvoką (angl. *dissemination* ir *dissemination of information*) anglakalbiuose žodynuose apibrėžiama kaip naujienų, informacijos, idėjų ir kt. platinimo daugeliui žmonių veiksmas, informacijos ar žinių skleidimas pasiekiant daug žmonių (Cambridge Dictionary, 2023; Oxford Learner's Dictionaries, 2023). Lietuvos Respublikos terminų banke sąvoka dar tik formuojasi.

Šiandienos demokratinėse visuomenėse informacijos sklaida vyksta dviejų klasikinių komunikacijos mokyklų – **proceso** ir **reikšmių** – kontekste (Fiske, 2010). **Procesas** gali būti nusakomas 1949 m. Shannon ir Weaver apibrėžtu *Matematinio komunikacijos proceso modeliu*, kurį sudaro šie dėmenys: *informacijos šaltinis* arba

*siuntėjas, kanalas, informacijos gavėjas* (Kubota, 2019). Modelio formą pritaiko masinei komunikacijai Lasswell sukurdamas formulę „Kas? Ką sako? Koku kanalu? Koku efektu?“ (Fiske, 2010). *Efektas* dėmuo jau siejamas su **reikšmių** mokykla, kuri, anot Fiske (2010), į informacijos ir komunikacijos studijas integruota iš semiotikos mokslų remiantis Peirce, Ogden ir Richards, Saussure, kt. klasikų požiūriais: kuriant reikšmes svarbu ženklai, kodai, simboliai. Vadinasi, informacijos turinys labiausiai suprantamas gavėjui, kai siuntėjo ir gavėjo patirtys yra artimos identifikuojant ženklus, kodus, simbolius.

**Tikslinės studentų auditorijos apibrėžtys.** Lietuvos Respublikos terminų banke (2023) sąvoka *tikslinė auditorija* apibrėžiama 2018 m. remiantis „Aiškinamuoju ryšių su visuomene terminų žodynu“: tai „specifiniais požymiais pasižyminti auditorija, į kurią yra nukreipti organizacijos komunikacijos veiksmai, tikintis jos susidomėjimo. Gali būti apibrėžiama pagal demografinius, psichografinius, elgsenos, produkto vartojimo, medijų naudojimo kriterijus“. Anglakalbiuose žodynuose ši sąvoka (angl. *target audience*) apibūdinama kaip tam tikra žmonių grupė, kuriai yra skirtas komunikacijos produktas – reklama, interneto svetainė, naujienų portalas, televizijos, radijo ar kino programa (Cambridge Dictionary, 2023; Oxford Learner's Dictionaries, 2023).

Gedvilienės ir Kankevičienės (2014), besiremiančiomis Prensky, Redecker, Drucker, Schacter, Castells bei kitų tyrėjų mokslo ir technologijų veiklos pasaulių koreliavimo idėjomis, teigimu – šiuolaikiniai studentai yra naujos interneto kartos atstovai, užaugę tarp skaitmeninių technologijų, kai visur esantis ryšys yra savaime suprantamas dalykas, o studentai yra imlūs informacijos valdymo technologijoms.

KK pagrindinę tikslinę studentų auditoriją (ne tik pastaraisiais metais, bet ir nuo pat KK įkūrimo) kasmet įprastai sudaro 18–25 metų amžiaus studentai. Tyrimo laikotarpiu KK studentai yra priskiriami Z kartai. Šios kartos atstovus, kurių informacijos vartotojo charakteristiką formuoja medijų terpė, tyrėjai įvardija *iGeneration*, *@generation*, *net generation*, *digital natives*, „*Facebook*“ *generation*, *switchers*, *dotcom children* (Tari, 2011; Csobanka, 2016; Bencsik ir kt., 2016; Hampton ir Keys, 2017; Zeng ir Abidin, 2021). Z kartai tyrėjai priskiria gimusiųjų XX–XXI a. sandūroje (dažniausiai nuo 1995 m.) ir vėliau (Pečiuliauskienė ir Dagys, 2015; Targamadžė ir kt., 2015; Moore ir kt., 2017). Galima pastebėti, kad šiandien studijuojantieji įgauna papildomų apibūdinimų: *#challenges* atstovai, *#genZ* atstovai, *zoomers* (Cervi, 2021; Stahl ir Literat, 2022). Pastarieji Z kartos atstovai mokyklos paskutinėse

klasėse mokėsi nuotoliu dėl COVID-19 pandeminės situacijos, jie socialiniu tinklu „Facebook“ naudojami tik ieškodami įmonių informacijos, asmeninę komunikaciją vykdo „Instagram“, „TikTok“ socialiniuose tinkluose. Moore ir kt. (2017) teigia, kad Z karta problemų sprendimus bando rasti internete.

Kaip teigia Castells (2005), žinių arba informacijos visuomenė tampa labiau atsirenkanti informaciją iš pranešimų ir šaltinių gausos, jiems aktualūs kuo trumpesni tekstai, videoinformacija, pasitikima ne tik ekspertų nuomonėmis, o autoritetais gali tapti bendraamžiai, išpopuliarėję viešoje erdvėje asmenys, kurie užima reklamuotojo, nuomonės formuotojo (angl. *influencer*) vaidmenis. Tai galima pastebėti šiandienos socialinių tinklų terpėje.

Mokslo publikacijų lietuvių ir anglų kalbomis apie paramą studentams kompleksinės informacijos sklaidos kontekste neaptikta, galima pastebėti fragmentų publikacijose apie vieno iš akademinės ar neakademinės paramos elementų, pavyzdžiui, mobilumo skatinimą, pagalbą mokantis virtualiai COVID-19 pandeminiu laikotarpiu, pagalbą specialiųjų poreikių turintiems studentams, psichologų paslaugas, o informacijos sklaidos tyrimai dažniausiai orientuoti į vieną iš institucijos kanalų ar pasitelkiant pavienes reklamos priemones.

### **KK paramos studentams sistema: dokumentų analizės rezultatai**

Toliau straipsnyje pateikiama KK paramos sistema ir apžvelgiami aukštojo mokslo erdvės (Europos, šalies, institucijos) dokumentai, kuriuose akcentuojamos paramos studentams paslaugos.

Paramos studentams svarba akcentuojama Bolonijos proceso dokumentuose. *Bukarešto komunikatu* (2012) skatinama mažinti nelygybę ir teikti studentams reikiamą paramą / paslaugas atsižvelgiant į studentų įvairovę. *Jerevano komunikate* (2015) akcentuojama socialinė aukštojo mokslo dimensija, studijų prieinamumo ir baigimo bei mobilumo studijų metu galimybės.

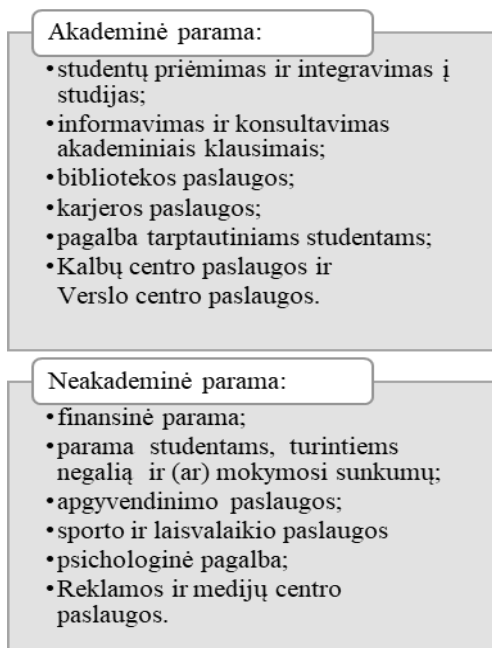
*Lietuvos Respublikos mokslo ir studijų įstatymo* (2009) 82 straipsnyje išskiriamos stipendijos ir kita parama studentams, kuri apima tik finansinę paramą. Šio įstatymo 2022 m. redakcijoje (papildytas 82 straipsnio 1 punktas) jau kalbama apie aukštojo mokslo socialinę dimensiją ir numatomas socialines, akademinės, fizinės, informacinės, aplinkos prieinamumo, finansines pagalbos priemones.

KK nuo jos įkūrimo pradžios (2000 m.) parama studentams daugiausiai buvo teikiama decentralizuotai – akademinuose padaliniuose, dalis paslaugų vėliau buvo pradėtos teikti

centralizuotai. Bibliotekos ir informacijos išteklių centro darbuotojai studentams periodiškai organizuoja individualias konsultacijas ir praktinius mokymus apie informacijos šaltinių naudojimą studijų ir mokslo darbuose, literatūros analizę, šaltinių citavimo taisykles ir galimybes, plagiato prevenciją. Karjeros centro darbuotojai teikia individualias konsultacijas studentams karjeros planavimo ir valdymo, verslumo, studijų tęstinumo klausimais. Kultūrinės veiklos ir sporto centre studentai turi galimybę pasirinkti sporto šakas ir kultūros veiklas pagal poreikius, pomėgius, gebėjimus. Verslo centras teikia papildomas galimybes studentams, siekiantiems tobulinti verslumo kompetenciją, įgyti verslo vadybos žinių: organizuoja neformaliu mokymusi paremtą mentorystės programą, buria studentų komandas hakatonams, organizuoja atvirus susitikimus su įvairių sričių specialistais. Kalbų centras administruoja „Online Linguistic Support“ licencijų, skirtų išvykstantiems pagal *Erasmus+* studentams, valdymo sistemą, konsultuoja studentus ir vykdo jų kalbinio pasirengimo stebėseną. Studentams teikiamos nemokamos konfidencialios psichologinės konsultacijos. Siūloma naudotis ir šalies lygmeniu teikiamomis psichologinės pagalbos paslaugomis (KK veiklos savianalizės suvestinė, 2022).

Įgyvendinant strateginius tikslus, toliau vystoma KK paramos studentams sistema, vykdamas informacijos sklaidą KK studentams „vieno langelio“ principu (KK Studijų skyriuje įsteigta nauja pareigybė – paramos studentams koordinatorius), organizuojamos studentų visuomeniškumą, aktyvų mokymąsi skatinančios veiklos bei mokymai, koordinuojama individualių poreikių turinčių studentų integracija į studijų procesą.

Plėtojant paramos studentams sistemą ir remiantis moksliniais šaltiniais (Tamulienė, 2014) KK parama studentams suskirstyta į akademinę ir neakademinę paramą (1 pav.). Ši sistema KK bendruomenės nariams pristatyta direktorato metu, toliau tobulinama atsižvelgiant į teikiamas paslaugas ir studentų poreikius.



1 pav. Paramos sistema studentams  
(sudaryta R. Gaižiūnaitės)

**KK teikiamos paramos studentams paslaugos apibrėžiamos skirtinguose KK dokumentuose, tvarkų aprašuose.** Studentams, negalintiems dėl ligos ar kitų pagrįstų asmeninių priežasčių nuosekliai lankyti paskaitų, pagal *Kauno kolegijos Studijų tvarką* (2014) sudaromos sąlygos lankyti užsiėmimus laisvu grafiku, studijuoti individualia tvarka, suteikiama studijų pertrauka ar akademinės atostogos, paankstinama ar nukeliama egzaminų sesija. Dalyko / modulio klausimais (rengiantis sesijos ir baigiamiesiems egzaminams, rengiant savarankiškus, baigiamuosius bei kitus rašto darbus) studentai gali konsultuotis su dėstytojais, baigiamųjų darbų vadovais. Iškilus poreikiui KK studijuojantieji asmenys gali teikti apeliacijas ir skundus, kurių procedūros apibrėžtos *Kauno kolegijos akademinės etikos kodekse* (2018), *Apeliacijų ir skundų nagrinėjimo Kauno kolegijoje tvarkoje* (2018), *Kauno kolegijos studijavimo pasiekimų vertinimo tvarkos apraše* (2020), *Kauno kolegijos baigiamųjų darbų rengimo, gynimo, saugojimo ir baigiamųjų egzaminų organizavimo tvarkos apraše* (2016).

Studentų asmenybės saviraiškai, pasaulėžiūros ir asmenybės ugdymui, studijų individualizavimui skirta plati laisvai pasirenkamų dalykų / modulių pasiūla, pasirinkimo procedūros apibrėžtos *Kauno kolegijos studentų laisvai pasirenkamų dalykų / modulių studijų planavimo ir organizavimo tvarkos apraše* (2018). Siūloma specializacijų pasirinkimo galimybė, plėtojama užsienio kalbų pasiūla. Dalinių studijų užsienio studentams teikiamas lietuvių kalbos ir kultūros kursas.

Jeigu studentas turi negalią, *Kauno kolegijos statute* (2011) yra numatyta teisė atsiskaityti už darbus alternatyviais būdais, dėl kurios negali atsiskaityti nustatyta tvarka. *Kauno kolegijos studijavimo pasiekimų vertinimo tvarkos apraše* (2020) įtvirtintos nuostatos, kad vertinant studentų / klausytojų, turinčių specialiųjų poreikių (regėjimo, klausos, judėjimo ar kt. sutrikimų), studijavimo pasiekimus, taikomos atitinkamos studijavimo pasiekimų vertinimo formos ir metodai, atsižvelgiant į šių asmenų individualius poreikius ir galimybes.

Siekiant plėtoti „vieno langelio“ principą ir atliepti individualius studentų poreikius, KK parengtas *Studijų proceso individualizavimo pagal studento / klausytojo individualiuosius poreikius, kylančius dėl negalios ir (ar) mokymosi sunkumų, tvarkos aprašas* (2022), sudarant galimybę studentams / klausytojams dėl individualiųjų poreikių kreiptis į vieną asmenį – paramos studentams koordinatorių ir studijuoti pagal parengtą studijų proceso individualizavimo planą.

KK teikiama įvairi finansinė parama. Studentams, kurie atitinka *Kauno kolegijos stipendijų nuostatuose* (2017) apibrėžtus kriterijus, gali būti skiriamos skatinamosios, tikslinės studijų prieinamumo didinimo, vardinės, vienkartinės stipendijos. Studijuojantiems valstybės nefinansuojamose vietose ir turintiems finansinių problemų už studijas leidžiama atlikti įmokas dalimis pagal *Įmokų už studijas ir paslaugas, susietas su studijomis, mokėjimo, grąžinimo ir išieškojimo Kauno kolegijoje tvarkos aprašą* (2019). Pagal *Kauno kolegijos bendrabučių vidaus tvarkos taisyklės* (2018) – našlaičiams, turintiems negalią, socialiai remtiniams studentams suteikiama pirmenybės teisė gyventi bendrabutyje, našlaičiams taikoma nuolaida įmokai už bendrabučio paslaugas.

Studentams, dalyvaujantiems tarptautiniame judume, teikiama organizacinė, akademinė, finansinė parama pagal *Kauno kolegijos studentų mobilumo pagal tarptautines mainų programas organizavimo ir finansavimo tvarkos aprašą* (2022). Akademinio mobilumo metu studentai tobulina savo profesines, kultūrinės, užsienio kalbų žinias ir kompetencijas, bendravimo įgūdžius, įgyja tarpkultūrinės patirties, labiau pasitiki savimi.

Apibendrinant analizuotus dokumentus galima teigti, kad paramą KK studentams reglamentuoja įvairūs dokumentai ir apimamos skirtingos sritys: nuo studijų individualizavimo ir studijų proceso pritaikymo pagal individualius poreikius iki finansinės paramos skiriant stipendijas, dalyvaujant mobilume, mokant už studijas, bendrabučius ir pan.

## Informacijos sklaida KK studentams apie paramą: turinio analizė

Turinio analizei pasirinktos tos priemonės / kanalai, kuriuose vykdyta sklaida apie akademinę ir neakademinę paramą: KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyra (<https://www.facebook.com/Kauno.kolegija>), KK interneto svetainė lietuvių (<https://www.kaunokolegija.lt>, titulinis puslapis) ir anglų (<https://www.kaunokolegija.lt/en>) kalbomis, LCD ekranai, skelbimų lentos, elektroninis paštas. Tiriamo laikotarpio nuorodų („http://...“ adreso) aktyvumas ir turinys fiksuotas 2023 m. sausio 13–17 d.

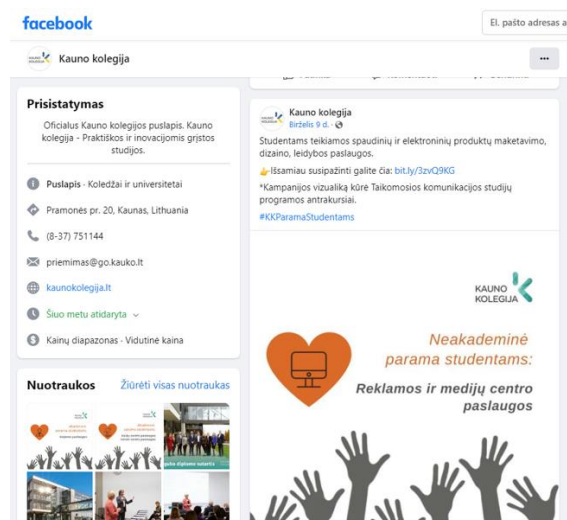
**KK interneto svetainė.** 2022 m. KK interneto svetainės lietuviškoje (LT) ir angliškoje (EN) versijose tiriamu laikotarpiu atlikti informacijos pakeitimai, orientuojami į akademinę ir neakademinę paramos paslaugas. **LT versija.** Vasario mėn. tikslinei auditorijai pateikta nauja poskiltis „Parama studentams“ (skiltyje „Studentams“) (<https://www.kaunokolegija.lt/studentams/parama-studentams>), kurioje informacija skirstoma į akademinę ir neakademinę paramą (pagal 1 pav. pateikiamą skirstymą), šioje poskiltyje taip pat pateikiamas bendrojo elektroninio pašto adresas [parama@go.kauko.lt](mailto:parama@go.kauko.lt), skirtas studentų ir paramą teikiančių darbuotojų komunikacijai, ir įdiegtas registracijos „mygtukas“ pavadinimu „Registracija į individualias konsultacijas“, kurį paspaudus patenkama į registracijos formą (galima užsiregistruoti į kontaktinę arba nuotolinę individualią konsultaciją paramos klausimais). Pakoreguota poskiltis „Studijų finansavimas valstybės lėšomis“ (skiltyje „Studentams“, poskiltyje „Finansinė informacija“), kurioje galima rasti informaciją apie studijų krepšelio lėšas, studijų stipendijas, studijų kainos kompensavimą ir studijų kainos kompensavimą karo tarnybą atlikusiems studentams (<https://www.kaunokolegija.lt/studentams/finansine-informacija>). Poskiltyje „Stipendijos ir kita finansinė parama“ (skiltyje „Studentams“) informacija sugrupuota pagal paramos rūšis: paramą studijų prieinamumui didinti, paramą pedagogikos ir žemės ūkio studijų studentams, skatinamąsias, vienkartinės ir vardines stipendijas (<https://www.kaunokolegija.lt/studentams/stipendijos>). Kovo mėn. pastarojoje poskiltyje įdiegta nauja informacija pavadinimu „Prašymų / paraiškų teikimo kalendorius“: studentai gali rasti informaciją, kada ir kam reikia teikti pagrindinius prašymus finansavimui gauti. Birželio mėn. pateikta nauja poskiltis „Studijos ir negalia“ (skiltyje „Studentams“), kurioje yra informacija apie studijų organizavimą, finansinę paramą, studijų aplinkų pritaikymą studentams su negalia ir (ar) mokymosi sunkumais (<https://www.kaunokolegija.lt/studijos-ir-negalia>). **EN versija.** Kovo mėn. pateikta nauja poskiltis „Student support“ (skiltyje „Students“),

kurioje pateikiama informacija tokiu pačiu principu kaip ir LT poskiltyje „Parama studentams“, tik informacija orientuojama į užsienio studentus (<https://www.kaunokolegija.lt/en/student-support>).

KK interneto svetainės skiltyje „Naujienos“ (LT versijoje, tituliname puslapyje), kurioje informacija nėra statiška (kasdien pildoma informaciniais pranešimais), vyrauja žinutės žanras, tiriamu laikotarpiu pateiktos 3 publikacijos: 1. apie akademinę ir neakademinę paramos sistemą į(si)gyvendinant administraciniams institucijos sprendimams (<https://www.kaunokolegija.lt/kvieciame-susipazintisu-informacija-apie-teikiama-parama-paslaugas-studentams-kauno-kolegijoje>), 2. priminimas apie šios sistemos funkcionavimą pristatant informacinę kampaniją KK institucijos socialiniame tinkle „Facebook“ (<https://www.kaunokolegija.lt/akademine-ir-neakademine-parama-orientuojamasi-i-studiju-proceso-bei-emociniu-ir-socialiniu-poreikiu-gerinima>), 3. 2022 / 2023 m. m. studijas pradantiems pirmakursiams aktuali informacija (<https://www.kaunokolegija.lt/pirmakursio-atmintineje-svarbiausia-informacija-istojusiems-i-kauno-kolegija>).

KK interneto svetainės skiltyje „News“ (EN versijoje) publikacijos skelbtos nebuvo.

**KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyra.** 2022 m. (balandžio 29 d. – lapkričio 24 d.) įgyvendinta informacinė kampanija apie akademinę ir neakademinę paramą studentams, kuri viešinta KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje. Paskelbta 14 vieningą stilių išlaikančių pranešimų (naudota ta pati vizualinė simbolika), kurių žanras – trumpasis socialinių tinklų įrašas; paskutinysis įrašas paskelbtas po tiriamo laikotarpio pabaigos, tačiau įskaičiuojamas (2 pav.).



2 pav. Viešinimo kompanijos apie paramą KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje vieno iš 14 įrašų pavyzdys (sudaryta autorių)

Trumpųjų įrašų tematika „Facebook“ tinkle: pirmajame pristatyta kampanija (paskelbiant pirmą įrašą taipogi buvo pateikta informacija apie kampaniją KK interneto svetainės skiltyje „Naujienos“ – LT versijoje, tituliniam puslapyje), antrajame – akademinės ir neakademinės paramos samprata, kituose – kas dvi savaites ketvirtadieniais pateikti įrašai apie akademinės ir neakademinės paramos konkrečias paslaugas pagal 1 pav. pateikiamą skirstymą. Kiekviename įrašė pateikta nuoroda į KK interneto svetainės poskiltį „Parama studentams“ (<https://www.kaunokolegija.lt/studentams/parama-studentams>). Tikslinė auditorija pasirinkta lietuviakalbė (informacijos sklaida vykdyta lietuvių k.). Įrašuose taip pat pateikta nuoroda – tematinė grotazymė (angl. *hashtag*) #KKParamaStudentams – siekiant, kad visi įrašai socialinio tinklo būtų srautuojami pagal socialinio tinklo algoritmą. Nors šiandienos Z karta labiau orientuojasi į „Instagram“ socialinį tinklą, tačiau pastarojo tinklo KK paskyra yra labiau pramoginio ir vizualinio pobūdžio, KK „TikTok“ paskyros nėra sukūrusi, todėl pasirinktas labiau formalus kanalas „Facebook“, kuriame siekta studentus informuoti tiek tekstualiai, tiek vizualiai. Kalbant apie vizualinę komunikaciją, atsižvelgta, kad Z kartai nuomonės lyderiai gali būti bendraamžiai: kampanijos vizualiką kūrė KK studijų programos „Taikomoji komunikacija“ studentai kartu su

institucijos Rinkodaros ir komunikacijos tarnyba bei atsakingais už paramos paslaugų koordinavimą Studijų skyriaus darbuotojais. Studentų kurta vizualika buvo integruota į studijų programos modulį „Profesinės veiklos praktika organizacijoje“ kaip praktinė užduotis (kūrimo faktas buvo pažymėtas trumpuosiuose įrašuose). Studentai pasirinko du simbolius – *rankas* ir *širdį* (užkoduota aliuzija į pagalbą, paramą, KK deklaruojamas vertybes), oranžinė spalva pasirinkta dėl matomumo, ryškumo spalvų patelėje.

Kampanijos grįžtamasis ryšys po kiekvienu įrašu skaičiuotas pagal skaitytojų reakcijas (angl. *emoticons*), visos jos buvo teigiamos. Sureagavusieji ir buvo tikslinė auditorija – studentai, taip pat pastebėta pavienių KK darbuotojų, socialinių partnerių reakcijų. Rašytinių komentarų nebuvo. Lyginant kampanijos trumpųjų įrašų reakcijų aktyvumą su kitų trumpųjų įrašų reakcijų aktyvumu KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje, galima teigti, kad aktyvumas panašus (KK įrašuose labiausiai reakcijų sulaukiama, kai viešinami konkretaus asmens pasiekimai, ekspertinė nuomonė, o beasmeniai įrašai – tokie kaip tiriamos kampanijos – apie KK veiklos organizavimą sulaukia žymiai mažiau reakcijų). Tikslinės auditorijos aktyvumas 2023 m. sausio 13 d. duomenimis pateikiamas 1 lentelėje.

**1 lentelė.** Viešinimo kompanijos apie paramą KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje įrašų sklaida (sudaryta D. Stankevičiūtės-Volkauskienės)

	<b>Įrašas</b> AP (akademinė parama), NP (neakademinė parama)	<b>Data</b> <b>2022 m.</b>	<b>Reakcijų</b> <b>skaičius</b>
1.	Bendra informacija apie sukurtą viešinimo kampaniją apie paramą	Balandžio 29 d.	37
2.	Akademinės ir neakademinės paramos samprata / sistema KK	Gegužės 12 d.	19
3.	Bibliotekos paslaugos (AP)	Gegužės 26 d.	5
4.	Reklamos ir medijų centro paslaugos (NP)	Birželio 9 d.	8
5.	Studentų priėmimas ir integravimas į studijas (AP)	Birželio 23 d.	5
6.	Apgyvendinimo paslaugos (NP)	Rugpjūčio 4 d.	7
7.	Finansinė parama (NP)	Rugpjūčio 18 d.	12
8.	Parama turintiems negalią ir (ar) mokymosi sunkumų (NP)	Rugsėjo 1 d.	16
9.	Pagalba tarptautiniams studentams (AP)	Rugsėjo 15 d.	9
10.	Informavimas ir konsultavimas akademiniiais klausimais (AP)	Rugsėjo 29 d.	6
11.	Sporto ir laisvalaikio paslaugos (NP)	Spalio 13 d.	8
12.	Kalbų centro, Verslo centro paslaugos (AP)	Spalio 27 d.	11
13.	Karjeros paslaugos (AP)	Lapkričio 4 d.	12
14.	Psichologinė pagalba (NP)	Lapkričio 24 d.	5

Įrašai tematinio aspektu kalendorinėje perspektyvoje skelbti pagal įvykių aktualumą, pavyzdžiui, finansinė parama ar apgyvendinimo paslaugos aktualios prasidedant rudens semestru, todėl pranešimai publikuoti rugpjūčio antroje pusėje.

**KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje skelbti kiti įrašai**, susiję su KK darbuotojų konsultacijomis studentams apie teikiamas akademinės ir neakademinės paramos paslaugas grupėms (mokymuose, kt. renginiuose) arba individualiai pagal asmeninius studijuojančiojo poreikius. Verta paminėti, jog 2022 m. spalio 3 d. skelbtas 1:56 min informacinio tipo įrašas *video* formatu apie individualias konsultacijas studentams akademinės ir neakademinės paramos klausimais institucijos Studijų skyriui bendradarbiaujant su Rinkodaros ir komunikacijos tarnyba (<https://www.facebook.com/watch/?v=680072793740764>). *Video* kūrėjai – tai pat studijų programos „Taikomoji komunikacija“ studentai, įrašė viena iš informacijos pateikėjų yra studentų atstovybėje aktyviai veikianti absolventė, t. y. pranešimas įasmeninamojo pobūdžio, o tai priimtina Z kartai. Įrašas (2023 m. sausio 15 d. duomenimis) buvo sulaukęs 15 pozityvių reakcijų ir įvykdytos 828 peržiūros, 2 pasidalinimai / bendrinimai (angl. *share*). Įasmenintų videoįrašų peržiūrų, aktualių studentų tikslinei auditorijai, KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje tiriamu laikotarpiu apytikslės skaičiaus ribos yra nuo 300 iki 1600 (2023 m. sausio 17 d. duomenimis).

**LCD ekranai ir skelbimų lentos.** Informacijos sklaida apie individualias konsultacijas akademinės ir neakademinės paramos paslaugų klausimais vykdyta KK visų akademinė bei administracinių padalinių vestibuliuose (14 erdvių, kuriose funkcionuoja LCD ekranai ir skelbimų lentos) nuo 2022 m. spalio mėnesio (šią informaciją Studijų skyriaus duomenimis suplanuota skleisti iki 2022 / 2023 m. m. pabaigos). LCD ekranuose ir skelbimų lentose demonstruojamo vizualo pavyzdys pateikiamas 3 pav.



3 pav. Informacijos sklaida KK LCD ekranuose ir skelbimų lentose (sudaryta R. Gaižiūnaitės)

Išmaniuosiuose telefonuose įdiegtomis programėlėmis galima nuskaityti QR kodą, kuris yra kaip nuoroda į registracijos formą, įdiegtą į poskiltį „Parama studentams“ (<https://www.kaunokolegija.lt/studentams/parama-studentams>).

Vizualizacijos idėja perimta iš KK „Facebook“ paskyroje vykdytoje kampanijoje dėl kodo / simbolio atpažįstamumo faktoriaus.

**Elektroninis paštas** parama@go.kauko.lt – viena priemonių palaikyti „vieno langelio“ principą. Studentams elektroniniu paštu teikiama aktuali informacija apie KK interneto svetainėje atliktus pokyčius, susijusius su akademinė ir neakademinė parama, vykdomus mokymus, primenama apie psichologinę ir kitą pagalbą. Elektroniniu paštu atsakoma į studentų pateiktas užklausas apie paramą, esant poreikiui nukreipiama į atsakingus asmenis KK padaliniuose. Dėl etikos ir konfidencialumo tyrime šio tipo informacijos turinys nėra analizuojamas.

Pastebėtina, kad informacijos sklaidos procesas pagal Kubota (2019) vyksta siuntėjo-gavėjo principu: atsakingiems KK darbuotojams pateikiant informaciją apie paramos paslaugas KK studentams KK interneto svetainėje, socialiniuose tinkluose, elektroniniu paštu, LCD ekranuose ir skelbimų lentose. Informacijos turinys – teoriniu požiūriu pagal Fiske (2010) ir Castells (2005) – KK yra pateikiamas trumpaisiais informaciniais pranešimais, koduojamas studentams priimtinais simboliais, įasmeninimu, kuris pritraukia Z kartos dėmesį.

### **KK studentų nuomonė apie paramos prieinamumą institucijos informacijos sklaidos priemonėmis**

Apklausa duomenys apie respondentus rinkti pagal trijų tipų klausimus: 1. atskleidžiančius studentų charakteristiką (amžių, studijų programą, kursą ir pan.); 2. identifikuojančius, koks KK teikiamų paramos paslaugų aktualumas studentams; 3. identifikuojančius, koks studentų informacijos gavimo poreikis KK kanalais / priemonėmis.

**Respondentų charakteristika.** Amžiaus ribos – 18–62 m., 66 proc. – moteriškos lyties, 20 proc. – vyriškos, likusieji – identifikuoti nepageidavo. Aktyviausiai reagavusieji – 19–21 (67,7 proc.) amžiaus (pagal Cervi (2021) – tai jauniausi Z kartos atstovai, Stahl ir Literat (2022) įvardijami kaip #challengers, #genZ, zoomers), pirmo kurso (42,2 proc.) (kuo aukštesnis kursas, tuo aktyvumas mažesnis), nuolatinių studijų (85 proc.), valstybės finansuojami (67,9 proc.) studentai. Pasiskirstymas pagal studijų programą (dešimtukas): Socialinis darbas (50), Bendrosios praktikos slauga (41),



Ikimokyklinis ir priešmokyklinis ugdymas (40), Kosmetologija (32), Logistika (27), Pardavimai ir marketingas (21), Kineziterapija (20), Įstaigų ir įmonių administravimas (19), Finansų technologijos (19), Programų sistemos ir Tarptautinis verslas (16); pastebėtina, kad įvardintame dešimtuکه yra didžiausi priimtųjų studijuoti skaičiai, o aktyviai pasisakė beveik visų studijų programų (46 iš 48) studentai.

**KK paramos paslaugų aktualumas.** Tyrimo metu atskleista, kad 77,1 proc. apklausoje

dalyvavusių žino apie KK teikiamas paramos paslaugas, tačiau iš jų tik 37 proc. atsakė žinantys, kad KK veikianti paramos sistema skirstoma į akademinę ir neakademinę (skirstymas pateiktas 1 pav.). Galima teigti, kad apklausa taip pat atliko informacijos sklaidos funkciją, nes likusieji 63 proc. toliau tęsė apklausą ir išsakė paslaugų poreikį. 2 lentelėje atskleista, kokios paslaugos buvo arba galėtų būti aktualios respondentams.

**2 lentelė.** Paramos paslaugų aktualumas (akademinė parama – AP, neakademinė parama – NP)  
(sudaryta autorių)

Paslaugos	Didesnis aktualumas	Mažesnis aktualumas
<b>AP</b>	karjeros paslaugos (84,6 proc.), studentų informavimas ir konsultavimas akademiniams klausimais (76 proc.), bibliotekos paslaugos (65,5 proc.), studentų priėmimas ir integravimas į studijas (53,4 proc.).	Verslo centro paslaugos (40,8 proc.), Kalbų centro paslaugos (34 proc.), pagalba tarptautiniams studentams (31 proc.).
<b>NP</b>	finansinė parama (88,2 proc.), psichologinė pagalba (52 proc.), sporto ir laisvalaikio paslaugos (47 proc.).	apgyvendinimo paslaugos (37,7 proc.), Reklamos ir medijų centro paslaugos (26,2 proc.), parama studentams, turintiems negalią ir (ar) mokymosi sunkumų (20,5 proc.).

Žvelgiant į 2 lentelėje pateiktus duomenis galima išskirti aktualiausių paslaugų penketuką (ribos 85–53 proc.), tai: finansinė parama, karjeros paslaugos (aktualu nuo pat pirmo kurso), studentų informavimas ir konsultavimas akademiniams klausimais, bibliotekos paslaugos, studentų priėmimas ir integravimas į studijas (aktualiau pirmakursiams); tačiau net ir mažiau aktualios paslaugų procentinės dalių ribos yra pakankamai aukštos: 41–21 proc. Pažymėtina, kad daugiau negu pusė respondentų nurodė psichologinės pagalbos reikalingumą.

Žvelgiant į informacinės kampanijos apie akademinę ir neakademinę paramą studentams, kuri viešinta KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje, turinio analizę (žr. 1 lentelę) daugiausiai reakcijų (patiktukų) sulaukė įrašas apie paramą studentams, turintiems negalią ir (ar) mokymosi sunkumų (be bendrųjų įrašų apie pačią paramos sistemą), o apklausoje atskleidžiama, kad tai aktualu mažiausiai (20,5 proc., žr. 2 lentelę), tačiau pastebėtina, kad individualius poreikius turi ne visi studijuojantieji, bet tik tam tikra dalis, todėl galima daryti prielaidą, jog informavimui apie šią paslaugą KK turėtų skirti didesnę dėmesį.

**Informacijos gavimo poreikis.** Daugiau patrauklūs informacijos sklaidos kanalai – elektroninis paštas parama@go.kauko.lt, KK interneto svetainė, KK socialinio tinklo „Facebook“

paskyra, mažiau patrauklūs informacijos sklaidos kanalai – skelbimų lentos bei LCD ekranai. Papildomai KK studijuojantieji akcentavo, kad pageidautų informaciją gauti asmeniniu elektroniniu paštu ar telefonu (SMS žinute), „Moodle“ sistemoje, KK socialinio tinklo „Instagram“ paskyroje, paskaitų metu žodžiu. Beveik pusė tyrime dalyvavusių informaciją norėtų gauti kartą per mėnesį elektroniniu paštu arba KK socialiniuose tinkluose.

Trečdaliui apklaustųjų taip pat aktualu gauti informaciją konsultacijų metu: iš šio trečdaliao 44,9 proc. pageidautų labiau grupinių konsultacijų, 36,8 proc. – labiau individualių (likusiems tinka abu būdai); taip pat galima priminti, kad KK socialiniame tinkle „Facebook“ pateiktas *video* (<https://www.facebook.com/watch/?v=680072793740764>) apie konsultacijas sulaukė penktadalio (828) peržiūrų iš bendro studijuojančiųjų skaičiaus (4036). Ar konsultacijos būtų kontaktinės, ar nekontaktinės (teikiamos virtualiu būdu), studentų nuomonė pasiskirsto beveik tolygiai, t. y. apie 10 proc. skirtumu (kontaktinės – 23,7 proc., nekontaktinės – 34,6 proc.). Ar konsultacijos būtų identifikuojančios studento tapatybę, ar neidentifikuojančios (pvz., per / prieš kontaktines ar virtualias konsultacijas grupines konsultacijas klausimą, užrašytą ant lapelio, įmetant į klausimų pašta-dėžę), studentų nuomonė pasiskirsto tolygiai

(identifikuojančios – 29,3 proc., neidentifikuojančios – 27,2 proc.).

**Informacijos sklaidos efektyvinimo galimybės.** Apklaustos rezultatai atskleidė, kad 63 proc. apklaustųjų nežino apie paslaugų skirstymą į akademinį ir neakademinį tipus, tačiau poreikį gauti informaciją KK kanalais / priemonėmis apie paslaugas išsako, todėl informacijos turinys turėtų būti formuluojamas: 1. akcentuojant tipus; 2. atrenkant kiekvieno tipo paslaugas ir pateikiant konkretizuotoms tikslinėms auditorijoms pagal jų poreikius: tai panašu į „naujienų parinkimo“ (angl. *gatekeeping*) principą, kuriame McQuail (2006) ir Metzger (2009) akcentuoja naujienų srautavimą pagal individualizavimo principą (atrinkti atitinkamas auditorijas ir viešinti kiekvienai jų tinkamą informaciją).

Informacijos pasiekiamumas efektyviausias, anot respondentų, kuomet turinys skleidžiamas elektroniniu paštu parama@go.kauko.lt, KK interneto svetainėje ir KK socialinio tinklo „Facebook“ paskyroje; atliekant turinio analizę identifikuota, kad tyrimo laikotarpiu būtent šie kanalai ir buvo panaudoti, tačiau atkreiptinas dėmesys, Z kartos atstovai pageidauja ir kitų jiems patrauklių virtualių informacijos sklaidos formų kaip „Moodle“, KK socialinio tinklo „Instagram“ paskyra. Trečdaliui studentų aktualus kanalas / priemonė – konsultacijos: tiek grupėje, tiek individualiai, pusė jų pageidautų konfidencialių konsultacijų.

Rekomenduotina pasirinkti individualizuojančią informacijos sklaidos strategiją, kurioje būtų taktikos, sudarytos iš šių dėmenų: paslaugos (mažiau aktualios, daugiau aktualios), informacijos sklaida (informacijos turinys, sklaidos priemonės / kanalai, periodiškumas).

Gauti tyrimo rezultatai, Studijų skyriaus duomenimis, bus panaudoti tobulinant KK paramos studentams sistemą.

## Išvados

1. KK bendruomenės sutarimu – paramos sistemai institucijoje vystyti (2021 / 2022 m. m.) pasitelktas teorinis paramos modelis, kurį sudaro du tipai – *akademinė parama* ir *neakademinė parama*.
2. Organizuojant informacijos sklaidą šiandienos Z / medijų kartai, reikalinga pasitelkti klasikinius proceso ir reikšmių kūrimo požiūrius įveiklinant elektroninius sklaidos kanalus, kuriuose turinys būtų formuluojamas atsižvelgiant į šią kartą kaip labiau individualių poreikių tikslinę auditoriją, kuri labiau pasitiki ne dokumentuose nusakoma informacija ar kompetentingais savo srities specialistais, bet ir bendraamžiais, nuomonės

formuotojais, atkreipia dėmesį į labai koncentruotą / trumpą / fragmentuotą informaciją virtualiose viešose aplinkose.

3. KK parama studentams funkcionuoja remiantis institucijos strateginiais veiksmais, derančiais su Europos ir šalies aukštojo mokslo erdve. KK veikia „vieno langelio“ principas, orientuotas į akademinės ir neakademinės paramos paslaugas, kurias teikiant itin kreipiamas dėmesys į individualius poreikius. Kadangi studentams sudėtinga išsigryninti informaciją apie paramą dokumentų įvairovėje, tam pasitelkiama Z kartai priimtina informacijos sklaida – tyrime atskleidžiama, kad nuo akademinės ir neakademinės sampratos funkcionavimo pradžios studijuojančiųjų informavimas vyksta siekiant tikslinę auditoriją supažindinti su paramos paslaugomis medijų kartai patraukliomis komunikacijos priemonėmis (kaip interneto svetainė, socialiniai tinklai, elektroniniu paštu siunčiami naujienlaiškiai, kt.) ir jose koduojamu sakytiniu, rašytiniu ir vizualiniu studentams priimtinu turiniu.
4. Respondentų, priklausančių Z / medijų kartos atstovams, grįžtamasis ryšys gali padėti tobulinti KK dokumentus, susijusius su paramos sistema, ir informacijos apie paramos paslaugas sklaidą. Tyrimo dalyviams daugiau aktualios yra karjeros paslaugos, studentų informavimas ir konsultavimas akademiniiais klausimais, bibliotekos paslaugos, studentų priėmimas ir integravimas į studijas, finansinė parama, psichologinė pagalba, sporto ir laisvalaikio paslaugos, mažiau aktualios – Verslo centro paslaugos, Kalbų centro paslaugos, pagalba tarptautiniams studentams, apgyvendinimo paslaugos, Reklamos ir medijų centro paslaugos, parama studentams, turintiems negalią ir (ar) mokymosi sunkumų. Respondentams priimtini kanalai / priemonės: elektroninis institucijos paštas, KK socialiniai tinklai ir interneto svetainė. Pageidautinos grupinės ir individualios konsultacijos kontaktu bei virtualiai, akcentuotina, kad būtų sudaryta anonimiškumo užtikrinimo galimybė. Informuojant apie paslaugas pranešimų turinys galėtų būti formuojamas *gatekeeping* principu pasitelkiant individualizuojančią informacijos sklaidos strategiją.

## Literatūra

1. Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., Tímea, (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6 (3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>.
2. *Cambridge Dictionary* (2023). Dissemination. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/dissemination>.
3. *Cambridge Dictionary* (2023). Support. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/support>.
4. *Cambridge Dictionary* (2023). Target audience. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/target-audience>.
5. Castells, M. (2005). *Tinklaveikos visuomenės raida*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
6. Cervi, L., (2021). Tik Tok and generation Z. *Theatre, Dance and Performance Training*, 12 (2), 198–204. <https://doi.org/10.1080/19443927.2021.1915617>.
7. Csobanka, Z., E (2016). The Z Generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 6 (2), 63–76. <https://doi.org/10.1515/atd-2016-0012>.
8. *Dabartinės lietuvių kalbos žodynas* (2023). Parama. <https://ekalba.lt/dabartines-lietuviu-kalbos-zodynas/parama?paieska=parama&i=356ca8c5-469c-4b42-a459-34a606139e00>.
9. Daft, R. L. (2021). *Management*. USA: Cengage Learning.
10. Dėl apeliacijų ir skundų nagrinėjimo Kauno kolegijoje tvarkos patvirtinimo: Kauno kolegijos direktoriaus įsakymas. 2018 m. balandžio 11 d. Nr. 1-109.
11. Dėl Įmokų už studijas ir paslaugas, susietas su studijomis, mokėjimo, gražinimo ir išieškojimo Kauno kolegijoje tvarkos aprašo patvirtinimo: Kauno kolegijos direktoriaus įsakymas. 2019 m. gegužės 17 d. Nr. 1-203. Redakcija 2022 m. vasario 8 d. Nr. 1-105.
12. Dėl Informacijos sklaidos apie Kauno kolegiją tvarkos aprašo tvirtinimo: Kauno kolegijos direktoriaus įsakymas. 2015 m. gegužės 18 d. Nr. 1-144. Redakcija 2022 m. liepos 29 d. Nr. 1-371.
13. Dėl Kauno kolegijos akademinės etikos kodekso patvirtinimo: Kauno kolegijos Akademinės tarybos nutarimas. 2018 m. rugsėjo 4 d. Nr. (2.2.)-3-22. Redakcija 2022 m. spalio 6 d. Nr. (2.2.)-3-39.
14. Dėl Kauno kolegijos baigiamųjų darbų rengimo, gynimo, saugojimo ir baigiamųjų egzaminų organizavimo tvarkos aprašo patvirtinimo: Akademinės tarybos nutarimas. 2016 m. lapkričio 22 d. Nr. (2.2.)-3-17. Redakcija 2023 m. vasario 23 d. Nr. (2.2.)-3-14.
15. Dėl Kauno kolegijos bendrabučių vidaus tvarkos taisyklių patvirtinimo: Kauno kolegijos direktoriaus įsakymas. 2018 m. gruodžio 28 d. Nr. 1-502. Redakcija 2021 m. rugpjūčio 18 d. Nr. 1-296.
16. Dėl Kauno kolegijos statuto patvirtinimo: Lietuvos Respublikos vyriausybės nutarimas. 2011 m. lapkričio 9 d. nutarimas Nr. 1316. Redakcija 2021 m. rugsėjo 15 d. Nr. 734.
17. Dėl Kauno kolegijos stipendijų nuostatų patvirtinimo: Akademinės tarybos nutarimas. 2017 m. rugsėjo 5 d. Nr. (2.2.)-3-12. Redakcija 2021 m. rugsėjo 7 d. Nr. (2.2.)-3-34.
18. Dėl Kauno kolegijos studentų mobilumo pagal tarptautines mainų programas organizavimo ir finansavimo tvarkos aprašo patvirtinimo: Kauno kolegijos direktoriaus įsakymas. 2022 m. balandžio 7 d. Nr. 1-165.
19. Dėl Kauno kolegijos studentų laisvai pasirenkamų dalykų / modulių studijų planavimo ir organizavimo tvarkos aprašo patvirtinimo: Akademinės tarybos nutarimas. 2018 m. vasario 22 d. Nr. (2.2.)-3-6. Redakcija 2021 m. balandžio 8 d. Nr. (2.2.)-3-18.
20. Dėl Kauno kolegijos studijavimo pasiekimų vertinimo tvarkos aprašo patvirtinimo: Kauno kolegijos Akademinės tarybos nutarimas. 2020 m. birželio 9 d. Nr. (2.2.)-3-38. Redakcija 2022 m. birželio 14 d. Nr. (2.2.)-3-30.
21. Dėl Kauno kolegijos Studijų tvarkos patvirtinimo: Kauno kolegijos Akademinės tarybos nutarimas. 2014 m. rugsėjo 11 d. Nr. (2.2.)-3-16. Redakcija 2022 m. birželio 14 d. nutarimo Nr. (2.2.)-3-29.
22. Dėl Studijų proceso individualizavimo pagal studento / klausytojo individualiuosius poreikius, kylančius dėl negalios ir (ar) mokymosi sunkumų, tvarkos aprašo patvirtinimo: Kauno kolegijos direktoriaus įsakymas. 2022 m. kovo 8 d. Nr. 1-113.
23. Fiske, J. (2010). *Introduction to communication studies*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203837382>.
24. Gedvilienė, G., Kankevičienė, L. (2014). *Informacinės visuomenės technologijos ir jų kaita švietimo sistemoje*. Kaunas: Versus Aureus.
25. Hampton, D. C., Keys, Y. (2017). Generation Z students: Will they change our nursing classrooms? *Journal of Nursing Education and Practice*, 7 (4), 111–114. <https://doi.org/10.5430/jnep.v7n4p111>.
26. Kauno kolegijos direktorato pasitarimo protokolas. 2021 m. lapkričio 29 d. Nr. (1-10)-4-8.
27. Kauno kolegijos veiklos savianalizės suvestinė, 2022.
28. Kubota, M. (2019). What is “Communication”? Beyond the Shannon & Weaver’s Model. *International Journal for Educational Media and Technology*, 13(1), 54–65. [https://jaems.jp/contents/comej/vol13/06\\_Kubota.pdf](https://jaems.jp/contents/comej/vol13/06_Kubota.pdf).
29. Lietuvos Respublikos mokslo ir studijų įstatymas (2009). Galiojanti suvestinė redakcija: nuo 2023 sausio 1 iki 2023 m. birželio 30 d. <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.343430/asr>.
30. *Lietuvos Respublikos Terminų bankas*. Informacijos sklaida. [http://terminai.vlkk.lt/paieska?search=informacijos+sklaida&zodzio\\_dalis=0&kaip1=on&sritys=&statusas=0&rykiavimas=0](http://terminai.vlkk.lt/paieska?search=informacijos+sklaida&zodzio_dalis=0&kaip1=on&sritys=&statusas=0&rykiavimas=0).
31. McQuail, D. (2006). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London. Thousand Oaks: Sage.
32. Metzger, M. J. (2009). *The Study of Media Effects in the Era of Internet Communication*. Los Angeles: Sage.

33. Moore, K., Jone, C., Frazier R. S. (2017). Engineering Education for Generation Z. *American Journal of Engineering Education*, 8 (2), 111–126. <https://doi.org/10.19030/ajee.v8i2.10067>.
34. Morgan. (2012). The Evolution of Student Services in the UK. *Perspectives (Association of University Administrators (U.K.))*, 16 (3), 77–84. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13603108.2011.652990>.
35. *Oxford Learners Dictionaries* (2023). Audience. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/audience?q=audience>.
36. *Oxford Learners Dictionaries* (2023). Dissemination. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/dissemination?q=dissemination>.
37. *Oxford Learners Dictionaries* (2023). Support. [https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/support\\_1?q=support](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/support_1?q=support).
38. Pečiuliauskienė, P. Dagys, Dž. (2015). Naujosios kartos mokinių informaciniai gebėjimai: metakognityvinio ir kognityvinio mąstymo. *Pedagogika*, 118 (2), 99–111. <https://doi.org/10.15823/p.2015.08>.
39. Platforma „Raosoft“ (2023). <http://www.raosoft.com/sampleSize.html>.
40. Pukelis, K., Savickienė, I. (2004). Studijų kokybės vertinimo sistemos: institucinis ir programų lygmenys. *Pedagogika*, 73, 5–14.
41. Sajienė, L., Tamulienė, R. (2012). Paramos studentams kokybės vertinimo parametrai aukštojo mokslo institucijose. *Aukštojo mokslo kokybė*, 9, 120–139. <http://dx.doi.org/10.7720/1822-1645.9.5>.
42. Stahl, C. C., Literat, I. (2022). #GenZ on TikTok: the collective online self-Portrait of the social media generation. *Journal of Youth Studies*, 25, 1–22. <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2053671>.
43. Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., Gilbert, D. R. (1999). *Vadyba*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
44. Tamulienė, R. (2014). *Paramos studentams identifikavimo modelis koleginiuose studijose*. Daktaro disertacija. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas. <https://www.lvb.lt/permalink/f/1470m9t/ELABAETD2145199>.
45. Targamadžė ir kt. (2015). *Naujoji (z) karta – prarastoji ar dar neatrastoji?* Mokslo studija. <https://hdl.handle.net/20.500.12259/98027>.
46. *Tarptautinių žodžių žodynas* (2023). Tipas. <https://www.zodziai.lt/reiksme&word=tipas&wid=19739>.
47. Thompson, B., Mazer, J. P. (2009). College Student Ratings of Student Academic Support: Frequency, Importance, and Modes of Communication. *Communication Education*, 58 (3), 433–458. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03634520902930440>.
48. VšĮ Kauno kolegija interneto svetainė. EN versija. <https://www.kaunokolegija.lt/en/>.
49. VšĮ Kauno kolegija interneto svetainė. LT versija. <https://www.kaunokolegija.lt/>.
50. VšĮ Kauno kolegija socialinio tinklo „Facebook“ paskyra. <https://www.facebook.com/Kauno.kolegija>.
51. Zeng, J., Abidin, C. (2021). #OkBoomer, time to meet the Zoomers’: studying the memefication of intergenerational politics on TikTok. *Information, Communication & Society*, 24 (16), 2459–2481. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1961007>

#### AVAILABILITY OF SUPPORT TO KAUNO KOLEGIJA STUDENTS INVOKING INFORMATION DISSEMINATION

##### Summary

Higher education institutions, functioning in international and cooperative environments within the world of activities, require the support of community members for each other to have strategic goals implemented as efficiently as possible. The article raises a problematic question – how to improve the students’ support system of the higher education institution, Kauno kolegija, considering the availability of support? The research aims to reveal how effectively the availability of support for students functions in KK by disseminating information about support. Methods of scientific literature, case, document, content analysis and written survey were applied in the research. From a theoretical point of view, the needs of a higher education institution are viewed from two angles: the concepts of support and information dissemination. Empirical research focuses on the links between the analysis of the documents in the higher education space (European, national, and institution) and the content analysis of the KK information dissemination tools. A survey was conducted to learn the opinion of the target audience, students, on the personal relevance of support services and the need for information using the institution’s dissemination tools. The research results revealed that the KK academic and non-academic support system prevails, which is compatible with the needs of the European higher education space and operates on the “one-stop-shop” principle. The research results also revealed that the dissemination of information should be focused on studying Generation Z as the media generation by using an individualising service publicity strategy.

**Keywords:** support, academic support, non-academic support, dissemination of information.

#### Informacija apie autores

**Rasa Gaižiūnaitė.** Kauno kolegijos Medicinos fakulteto Socialinio darbo katedros lektorė. Mokslinių tyrimų kryptis: sociologija.

El. pašto adresas: [rasa.gaiziunaite@go.kauko.lt](mailto:rasa.gaiziunaite@go.kauko.lt)

**Daiva Stankevičiūtė-Volkauskienė.** Kauno kolegijos Verslo fakulteto Komunikacijos katedros lektorė. Mokslinių tyrimų kryptys: komunikacija ir informacija.

El. pašto adresas: [daiva.stankeviciute-volkauskiene@go.kauko.lt](mailto:daiva.stankeviciute-volkauskiene@go.kauko.lt)