

„Vadovavimo ir lyderystės mokymai: kaip tapti efektyviu vadovu?“

Projektas „Tūkstantmečio mokyklos II“, vykdomą pagal 2021–2030 m. plėtros programos valdytojos Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerijos Švietimo plėtros programos pažangos priemonę Nr. 12-003-03-01-01 „Įgyvendinti „Tūkstantmečio mokyklų“ programą

DIENOS TEMA: Komunikacijos ir viešųjų ryšių vadyba švietimo organizacijoje

Kaip kurti pasitikėjimą ir stiprinti reputaciją per strateginį bendravimą su bendruomene



III. Išorinė organizacinė komunikacija švietimo įstaigoje

Kaip kurti tvarius ryšius su bendruomene ir stiprinti mokyklos reputaciją

TURINYS

III DALIES TEMOS

1. Kas yra išorinė komunikacija?
2. Išorinės komunikacijos tikslas
3. Ką sako teisės aktai?
4. Išorinės komunikacijos nauda
5. Pagrindiniai išorinės komunikacijos principai
6. Kas už ką atsakingas?
7. Tikslinė auditorija
8. Išorinės komunikacijos žinučių kategorijos
9. Viešieji ryšiai ir tinklaveika
10. Išorinės komunikacijos kanalai
11. Išorinės komunikacijos planavimo ir įgyvendinimo ciklas
12. Krizių komunikacija

1. Kas yra išorinė komunikacija?



Išorinė komunikacija – tai keitimasis informacija tarp švietimo įstaigos ir išorinių subjektų: mokinių, tėvų, partnerių, tiekėjų, investuotojų, žiniasklaidos ir plačiosios visuomenės (auditorija - ne darbuotojai)



TIKSLAI

2. Išorinės komunikacijos tikslas

Išorinės komunikacijos tikslas – ne tik informuoti, bet ir sukurti teigiamą organizacijos įvaizdį suinteresuotųjų šalių ir plačiosios visuomenės galvose.

3. Kodėl išorinė komunikacija būtina?

Tai augimo ir ilgalaikės sėkmės garantas, kuriant patikimo partnerio ugdymui įvaizdį

Reputacijos kūrimas

Išlaikyti gerą reputaciją turinčios organizacijos įvaizdį, nuosekliai didinti rezultatus

Santykių stiprinimas

Kurti tvarius ryšius su bendruomene, partneriais ir suinteresuotosiomis šalimis

Pasitikėjimo ugdymas

Informuoti ir šviesti visuomenę apie paslaugas, pokyčius ir švietimo galimybes

Struktūrizuoti organizaciją negalvojant apie išorinės komunikacijos palaikymą reiškia žlugimą. Nereikia didelių biudžetų – galite rasti unikalų kelią savo vizijoms įgyvendinti.

TEISINIS PAGRINDAS

4. Ką sako teisės aktai?

LR Švietimo įstatymas

26 straipsnis „Informavimas apie švietimą“

- Informavimo paskirtis – padėti pasirinkti interesus atitinkantį švietimą
- Mokykla viešai skelbia informaciją apie programas, priėmimo sąlygas, mokytojų kvalifikaciją
- Skelbiami išorinio vertinimo rezultatai, bendruomenės tradicijos ir pasiekimai

Pagrindiniai principai

Švietimo įstatymo 1 straipsnis nustato **atvirumo visuomenei principą** – teisę gauti informaciją apie švietimo sistemą, veiklą ir santykius.

Išorinės komunikacijos tikslas – ne tik informuoti, bet ir sukurti teigiamą organizacijos įvaizdį suinteresuotųjų šalių galvose.

5. Išorinės komunikacijos nauda



Stiprėja bendruomenės santykiai

Užmezgami ir stiprinami santykiai su bendruomene dalijantis informacija ir naujienomis apie veiklą



Tai augimo garantas

Pritraukiami talentingi darbuotojai bei mokiniai, įgyjamas konkurencinis pranašumas



Identiteto stiprinimas

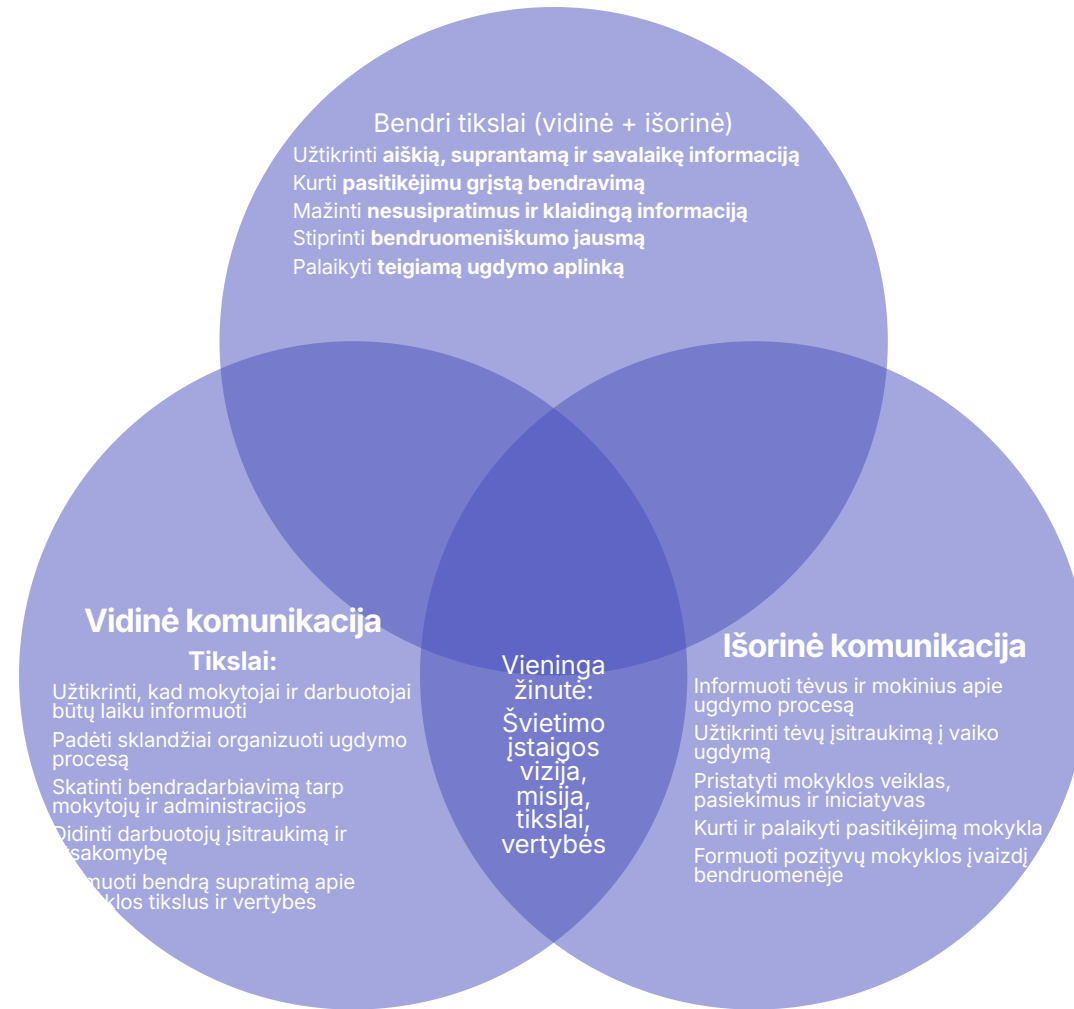
Nuosekli žinutė visuose kanaluose padeda sukurti stiprų švietimo įstaigos identitetą



Tinklų optimizavimas

Užmezgami ir palaikomi ryšiai su partneriais, rėmėjais, investuotojais

Vidinės ir išorinės komunikacijos sinergija



6. Pagrindiniai išorinės komunikacijos principai

Dvipusis ryšys

Ne tik pranešimų siuntimas – būtina nuolat klausytis per apklausos, susitikimus ir grįžtamąjį ryšį

Segmentavimas

Skirtingoms auditorijoms – skirtinga informacija, formatai ir detalumo lygis

Nuoseklumas

Tie patys faktai ir formuluotės visuose kanaluose; vidinė ir išorinė žinutė neprieštarauja

Pačiu laiku

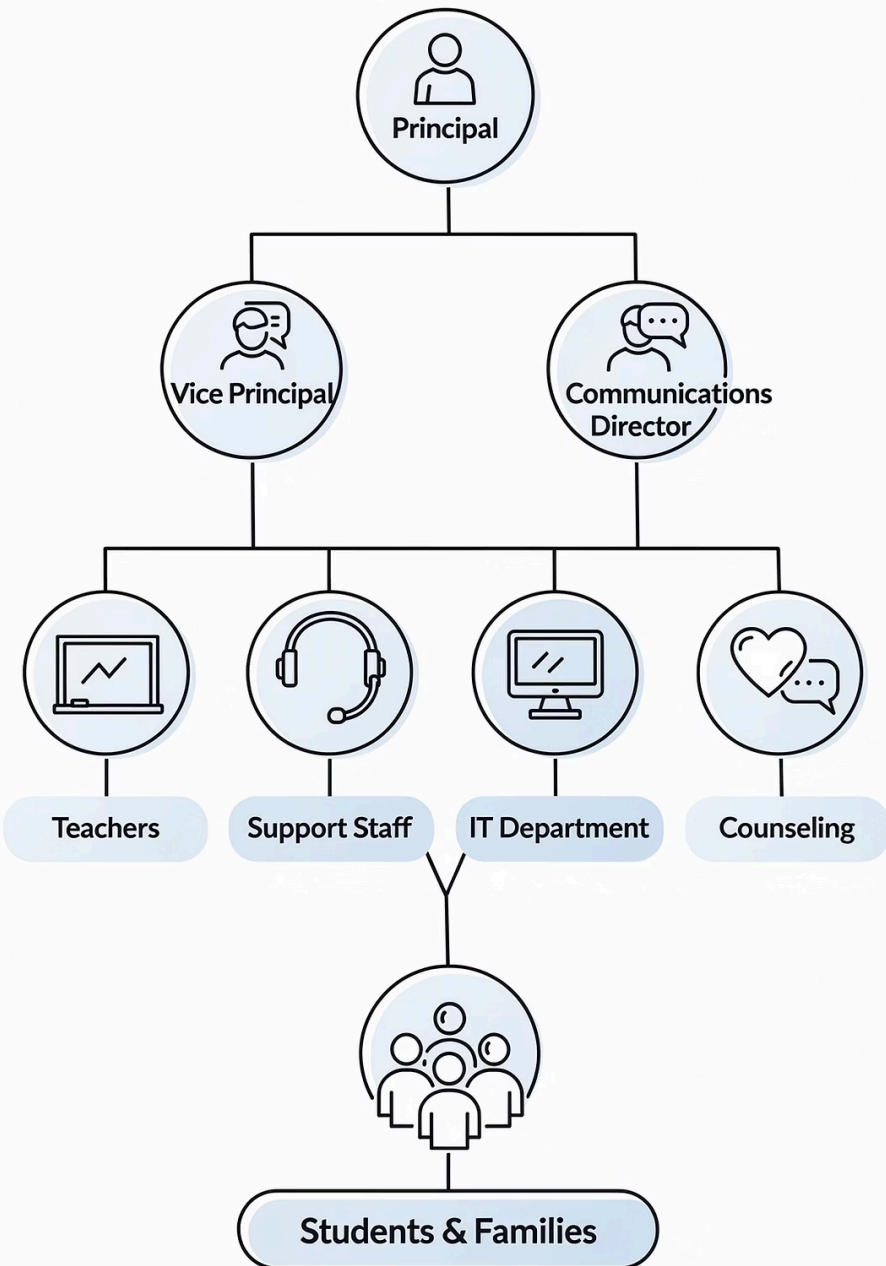
Svarbi informacija pasiekia laiku – prieš įsigaliojant pokyčiams, o ne „po fakto“

Atvirumas

Komunikuojama ne tik apie sėkmes, bet ir apie sudėtingus klausimus bei jų sprendimą

Teisėtumas ir etika

Visi pranešimai atitinka teisės aktus, saugo orumą, neklaidina



ORGANIZACIJA

7. Kas už ką atsakingas?

Kad išorinė komunikacija būtų tvarkinga, turi būti aiškiai sutarta, kas už ką atsako ir kokius sprendimus priima. Tai galioja ir didelėms, ir mažoms mokykloms.

Vadovo vaidmuo



Vadovas yra **pagrindinis išorinės komunikacijos veidas**, tačiau **rodome ir komandos narius**. Įvaizdį kuria visi.

Vadovai ir pavaduotojai



Direktorius

- Dalyvauja strateginiame planavime
- Tvirtina vidinės komunikacijos planus ir tvarkas.
- Užtikrina išteklius, reikalingus vidinės komunikacijos kanalams palaikyti.
- Yra geros vidinės komunikacijos pavyzdys įstaigos darbuotojams.



Pavaduotojai

- Jei jie laiku ir tiksliai perduoda informaciją abiem kryptimis.
- Dalyvauja planuojant vidinės komunikacijos procesą.
- Organizuoja informacijos, susijusios su vidine komunikacija, parengimą savo padalinyje, prireikus patys rengia tokią informaciją.
- Yra geros vidinės komunikacijos pavyzdžiai įstaigos darbuotojams.

Tėvų taryba, mokynių taryba

Šios struktūros gali būti **sąmoningai įtrauktos į ryšius su visuomene:**

- kaip **konsultacinės grupės** („kas jums, kaip tėvams / mokiniams, būtų svarbu žinoti, kaip geriau paaiškinti šį pokytį tėvų bendruomenei?“);
- kaip **kanalai informacijai skleisti** (pvz. tėvų taryba padeda perduoti svarbias žinutes kitiems tėvams);
- kaip **grįžtamojo ryšio šaltiniai**, padedantys suprasti, kaip mokyklos žinutės realiai suprantamos bendruomenėje



Konsultacinės grupės

„Kas jums būtų svarbu žinoti? Kaip geriau paaiškinti šį pokytį?“



Informacijos kanalai

Tėvų taryba padeda perduoti svarbias žinutes kitiems tėvams



Grįžtamojo ryšio šaltiniai

Padedą suprasti, kaip mokyklos žinutės realiai suprantamos bendruomenėje

Mokytojai – patikimiausi ambasadoriai

NSPRA tyrimai rodo, kad **mokytojai yra patikimiausi mokyklos ambasadoriai tėvų akyse**. Jie kasdienėje sąveikoje su mokiniais ir tėvais realiai kuria mokyklos reputaciją.

Mokytojai ir darbuotojai:

- Laikosi susitartų elgesio ir komunikacijos standartų
- Padeda rinkti turinį išoriniams kanalams
- Neviešina konfidencialios informacijos
- Sudėtingus klausimus nukreipia atsakingiems asmenims



Informacijos teikimas mokytojams yra kritiškai svarbus – jie turi gauti laiku ir suprantamai suformuluotą informaciją apie tikslus, standartus ir pokyčius.

AUDITORIJOS

8. Tikslinė auditorija

Išorinė komunikacija bus veiksminga (duos norimų rezultatų, pasieks tikslus) tik tada, jei aiškiai žinome, šios tikslinės auditorijos poreikius, juos analizuosime ir segmentuosime

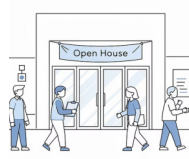
Pagrindiniai tikslinės auditorijos segmentai



Esami mokiniai ir tėvai

Kasdienė informacija apie ugdymą, tvarką, pasikeitimus, vertinimą.

Paaiškinimai, kodėl priimami sprendimai.



Potencialūs mokiniai ir tėvai

Kuo ši įstaiga skiriasi, ko galima tikėtis atėjus – ugdymo kryptys, aplinka, tradicijos.



Steigėjas ir institucijos

Mokinių pasiekimai, veiklos rezultatai, poreikiai, planuojami projektai ir prioritetai.



Partneriai

verslas, kultūros, sporto, aukštosios mokyklos – bendradarbiavimo galimybės ir nauda.



Bendruomenė ir žiniasklaida

Įstaigos reikšmė regionui, svarbiausi pasiekimai, projektai, didesni pokyčiai.



Buvę mokiniai ir darbuotojai

Kaip išlikti bendruomenės dalimi, sėkmės istorijos, patirties panaudojimas.

Klausimai kiekvienam auditorijos segmentui

Ką ši grupė turi žinoti?

Ką norime, kad jie galvotų ar darytų?

Kuo ši grupė gali padėti mokiniams ir įstaigai?

Planuojant komunikaciją kiekvienai auditorijai, būtina atsakyti į šiuos klausimus, kad žinutės būtų tikslios ir veiksmingos.

TURINYS

9. Išorinės komunikacijos žinučių kategorijos

Kad komunikacija nebūtų atsitiktinė, visą informaciją verta sudėti į aiškias kategorijas. Tai padeda matyti, ko netrūksta, o ko gal per daug.

1

Švietimo pasiūla

Programos, priėmimo sąlygos,
pagrindinės taisyklės

2

Rezultatai ir pasiekimai

Mokinių pasiekimai, įstaigos
pripažinimas

3

Pokyčiai ir sprendimai

Kas keičiasi, kodėl ir kokia
nauda

4

Kultūra ir vertybės

Tradicijos, renginiai, kasdienė
atmosfera

5

Krizės ir incidentai

Faktai, sprendimai, tolimesni žingsniai

6

Išskirtinumas

kas jus išskiria iš kitų? Ko neturi kiti, ką turite jūs?

 VIEŠIEJI RYŠIAI

10. Viešieji ryšiai ir tinklaveika

dvi priemonės išorinei komunikacijai stiprinti

Tinklaveika: ryšių kūrimas ir palaikymas

Kas yra profesionali tinklaveika?

Procesas, o ne vienkartinis veiksmas – tai nuolatinis ryšių kūrimas.

Santykiai tarp žmonių, turinčių bendrų interesų.

Pagrindinė taisyklė – **pirmiau duoti, ne gauti.**

Ryšiui reikia laiko – tik taip gimsta **pasitikėjimas.**

🔊: VIEŠIEJI RYŠIAI

**Tinklaveika turi būti planuojama, o ne paliekama vien
atsitiktinumui: aiškūs tikslai, kam ir kodėl skiriame laiką ir
resursus.**

Tiesa ta, kad tinklaveika prasideda nuo intencijos kurti ryšį, o ne nuo gauti naudos.

Kai keičiame požiūrį – viskas tampa paprasčiau ir natūraliau.

Dažniausios tinklaveikos klaidos

-  Per daug kalbame apie save, o ne domimės kitais.
-  Einame į renginius be intencijos – tiesiog „dėl buvimo“.
-  Vizitines daliname dėl kiekio, o ne dėl kokybės ir ryšio.
-  Stengiamės prisistatyti tobulai, užuot buvę autentiški.
-  Nepalaikome ryšio po pažinties – neparašome, nepasekame, neprisimename.

„Aš išmokau, kad žmonės pamirš,
ką tu sakei, žmonės pamirš, ką tu
padarei, bet jie niekada nepamirš,
kaip privertei juos pasijusti.“

Maya Angelou

🔊 VIEŠIEJI RYŠIAI

Viešieji ryšiai

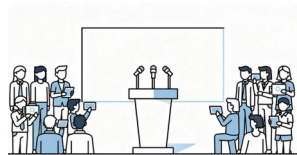
tai strateginė vadybos funkcija ir komunikacijos veiksmai, kuriais siekiama formuoti tikslinių grupių palankų požiūrį į subjektą, stiprinti jo įvaizdį bei reputaciją

Pagrindinės viešųjų ryšių priemonės



Pranešimas žiniasklaidai

Trumpas tekstinis pranešimas apie svarbų įvykį, sprendimą ar iniciatyvą su mokyklos pozicija



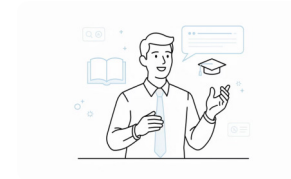
Spaudos konferencija

Renginys žiniasklaidai pristatyti reikšmingą pokytį ar įvykį, atsakyti į klausimus



Interviu

Tikslingas vadovo dalyvavimas žiniasklaidoje, formuojant eksperto įvaizdį



Ekspertiniai komentarai

Dalyvavimas viešose diskusijose apie švietimo politiką ir aktualijas

11. Išorinės komunikacijos kanalai



Socialiniai tinklai

Facebook, LinkedIn – efektyvus bendravimas su išore



El. paštas

Dalijimasis atnaujinimais, naujienomis ir svarbia informacija



Naujienlaiškiai

Suplanuoti, kokybiški, vizualiai patrauklūs periodiniai pranešimai



Renginiai

Konferencijos ir renginiai ryšiams su suinteresuotosiomis šalimis



Pranešimai spaudai

Dalijimasis svarbiomis naujienomis su žiniasklaida



Tinklaraščiai

Dalijimasis įžvalgomis, kūrimas pasitikėjimo ir ekspertiškumo

Didelis privalumas – pigus įgyvendinimas ir palaikymas, efektyvumas gerai suplanus.

PROCESAS

12. Išorinės komunikacijos planavimo ir įgyvendinimo ciklas

01

Įsivertinimas (tyrimas)

Ką žino ir galvoja bendruomenė? Iš kokių šaltinių sužino? Kokios temos kelia nesusipratimų?

03

Auditorijos ir žinutės

Kas yra pagrindinė auditorija? Kokios žinutės? Koks laukiamas atsakas?

05

Įgyvendinimas ir grįžtamasis ryšys

Skelbiama pagal kalendorių, renkamas grįžtamasis ryšys, fiksuojamos temos

02

Tikslai ir prioritetai

2-3 aiškūs komunikacijos tikslai metams su konkrečiais rodikliais

04

Kanalai, priemonės ir kalendorius

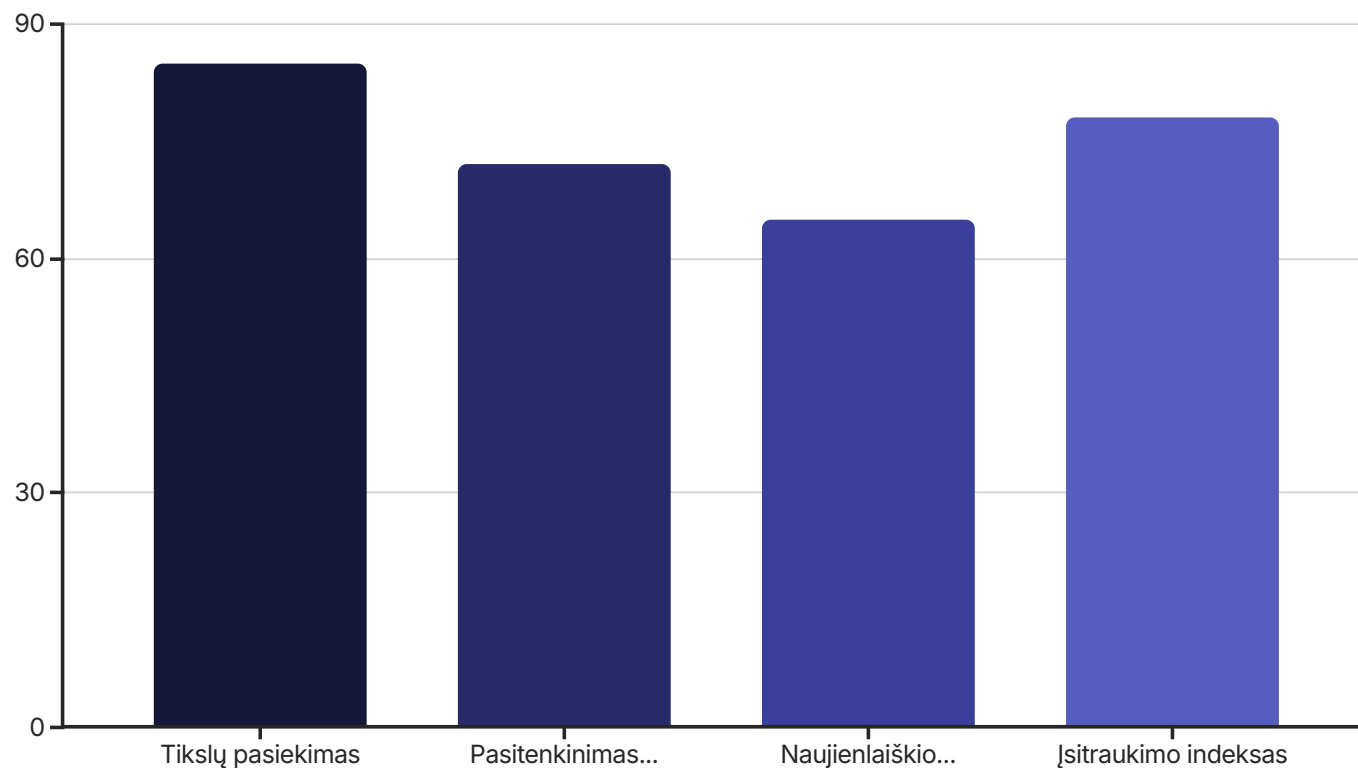
2-3 pagrindiniai kanalai, periodiniai pranešimai, atsakingi asmenys

06

Vertinimas ir koregavimas

Kartą per metus peržiūrimi tikslai, vertinami rezultatai, tikslinamas planas

Rezultatų vertinimas



Pagrindiniai rodikliai

1. Komunikacijos tikslų pasiekimas
2. Bendruomenės pasitenkinimas komunikacija
3. Įsitraukimo indeksas
4. Priėmimo ir skaitomumo rodikliai
5. Reagavimo rodikliai

13. Krizių komunikacija




VILNIUS

**KRIZĖS MOKYKLOJE
VALDYMO ALGORITMAS**

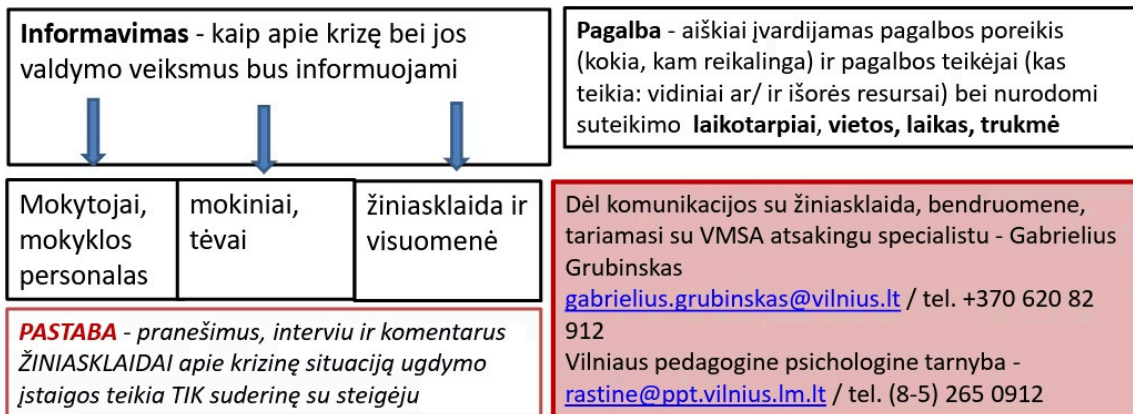
Rekomendacijos dėl krizių valdymo Vilniaus miesto ikimokyklinio ir
bendrojo ugdymo įstaigose
<https://aktai.vilnius.lt/document/30340669>


Bendrojo ugdymo skyriaus
vyriausioji specialistė Rita Gagiškienė
Rita.Gagiskiene@vilnius.lt

Krizių komunikacija

KRIZĖS VALDYMO MOKYKLOJE EIGA

Krizių valdymo komanda sudaro detalų **krizės valdymo planą** ir ne vėliau kaip per **12 valandų nuo krizės identifikavimo** pateikia **steigėjo atsakingam asmeniui** - Greta.Simutiene@vilnius.lt



Nuoroda - <https://vilnius.lt/wp-content/uploads/2023/10/NAUJA- Kriziu-valdymo-rekomendacijos-2023-10.pdf>

Krizių komunikacija

KRIZĖ MOKYKLOJE –

netikėtas įvykis, sutrikdantis įprastą bendruomenės veiklą, paveikiantis didelį skaičių mokinių ir / arba mokyklos personalo.



Kriziniai įvykiai:

mokinio / mokytojo/ darbuotojo mirtis/ savižudybė/ bandymas nužudyti/ žudyti;
pavojų bendruomenei keliantys veiksmai mokyklos pastate, teritorijoje, viešojoje erdvėje; bendruomenės nario dingimas ir pan..

Nekriziniai įvykiai:

kelių mokinių peštynės;
konfliktai tarp mokytojų, administracijos ir pan.;
lokalus (atskirų asmenų grupėje, klasėje) patyčių paplitimas;
atskirų mokinių patirtos traumos sportuojant, pertraukų metu ir pan..

Lyderio savybės, kurios praverčia

Galutinė atsakomybė už mokyklą, įskaitant ir organizacinę komunikaciją, tenka vadovui.



Suprasti švietimo sistemos dalyvius (empatija, emocinė kompetencija)

Gebėti klausytis (aktyvus klausymasis)

Dažniausios klaidos

- Informacija pateikiama per vėlai, nenuosekliai, vienkartiniu skelbimu
- Per daug smulkmenų, per daug informacijos
- Neaišku, kas atsakingas už komunikaciją, todėl niekas nevyksta

TURINYS

III DALIES PABAIGA

Ką atsimenate? :-)

Aptartos temos

1. Išorinės komunikacijos tikslas
2. Kas yra išorinė komunikacija?
3. Ką sako teisės aktai?
4. Išorinės komunikacijos nauda
5. Pagrindiniai išorinės komunikacijos principai
6. Kas už ką atsakingas?
7. Tikslinė auditorija
8. Išorinės komunikacijos žinučių kategorijos
9. Viešieji ryšiai ir tinklaveika
10. Išorinės komunikacijos kanalai
11. Išorinės komunikacijos planavimo ir įgyvendinimo ciklas
12. Krizių komunikacija

Apibendrinimas - raktiniai žodžiai

01

Kas yra išorinė komunikacija?

Strategiškas suplanuotas procesas, dvi pusės, suplanuota, startegiška

02

Išorinės komunikacijos tikslas

Informuot, teisė žinoti, skaidrumas

03

Išorinės komunikacijos nauda

Palaikanti bendruomenė, augimas, identitetas, tinklai

04

Pagrindiniai išorinės komunikacijos principai

Nuoseklumas, segmentavimas, savalaikiškumas, nuoseklumas, atvirumas, teisėtumas, etika

05

Kas už ką atsakingas?

Vadovas+pavadootojai+visi darbuotojai+ koordiantorius

06

Tikslinė auditorija

švietimo bendruomenė padalinta į segmentus pagal poreikius, funkcijas

07

Išorinės komunikacijos žinučių kategorijos

Pasiūla, rezultatai, pokyčiai, sprendimai, kultūra, krizės, incidentai, išskirtinumas

08

Viešieji ryšiai ir tinklaveika

suplanuotas, tikslingas, su intencija, atliepia strateginius tikslus

09

Išorinės komunikacijos planavimo ir įgyvendinimo ciklas

Dabartinės situacijos įvertinimas, tikslai, turinio planavimas

10

Krizių komunikacija

pagal nacionalinius reikalavimus turėti ne tik paruoštą tvarką, bet ir nuolat tobulėjančią krizių valdymo komandą