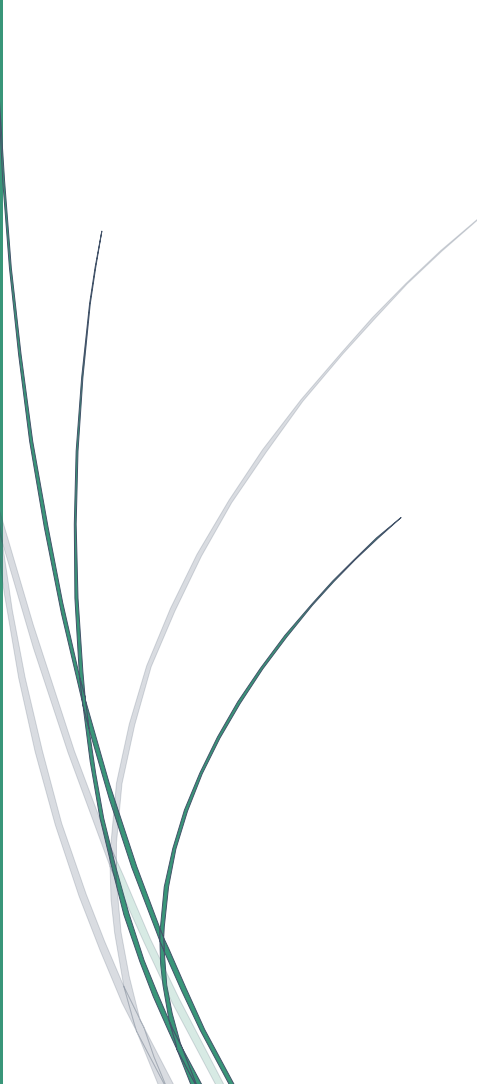




2023

## ოჯახთან და თემთან კომუნიკაციის მეთოდოლოგია

ადრეული ან/და სკოლამდელი  
აღზრდისა და განათლების  
დაწესებულებებისათვის



განათლების ხარისხის განვითარების  
ეროვნული ცენტრი

## სარჩევი

შესავალი: რატომ არის კომუნიკაცია მნიშვნელოვანი .....	2
1.სამიზნე აუდიტორია .....	4
2.საკომუნიკაციო არხები .....	7
3.დროში განაწილებული აქტივობები .....	15
4.როგორ ნაწილდება პასუხისმგებლობა კომუნიკაციისას .....	17
5.უკუკავშირი და შეფასება .....	17
6.უკუკავშირის მექანიზმები .....	19
7.კრიზისული კომუნიკაციის გეგმა.....	20
დანართი .....	22

## შესავალი: რატომ არის კომუნიკაცია მნიშვნელოვანი

ადრეული აღზრდისა და განათლების ან/და სკოლამდელი აღზრდისა და განათლების დაწესებულების (შემდგომ-დაწესებულება/ბაღი) ავტორიზაციის მესამე სტანდარტის მიხედვით საჯარო და კერძო ბაღები ვალდებული არიან ჰქონდეთ აქტიური კომუნიკაცია ბავშვების ოჯახებთან/მშობლებთან/კანონიერ წარმომადგენლებთან. ამასთან, ყველა დაწესებულება თავისუფალია თავად აირჩიოს მისთვის სასურველი და შესაბამისი საკომუნიკაციო არხი. მნიშვნელოვანია, კომუნიკაცია იყოს მრავალფეროვანი და უწყვეტი. ეს ნიშნავს, რომ დაწესებულება ბავშვების ოჯახის წევრებთან ინფორმაციის გაცვლის, სანდოობის გაზრდისა და უკუკავშირის მიღებისთვის, რეგულარულად უნდა იყენებდეს არანაკლებ ორ, ან მეტ საკომუნიკაციო არხს.

სკოლამდელი აღზრდის მეთოდები მსოფლიოს მასშტაბით სწრაფად ვითარდება. შესაბამისად, ბაღებსა და მშობლებს/კანონიერ წარმომადგენლებს შორის ეფექტურ კომუნიკაციას გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება. ოჯახის წევრების ჩართულობა ბავშვების განათლებაში, განვითარებაში ეხმარება როგორც ბავშვებს, ისე - დაწესებულებებს. ერთი მხრივ, მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები მუდმივად აკონტროლებენ ბავშვის განვითარებას, მეორე მხრივ - მათი უკუკავშირით, ბაღებს შესაძლებლობა ეძლევათ, აღმოაჩინონ ხარვეზები და გააუმჯობესონ გარემო.

აქტიური კომუნიკაცია ბაღების ადმინისტრაციასა და ბავშვების მშობლებს/კანონიერ წარმომადგენლებს შორის:

- წახალისებს მშობლის/კანონიერი წარმომადგენლის ჩართულობას ბავშვის განვითარების პროცესსა და ბაღში ღონისძიებების დაგეგმვა-განხორციელებაში;
- უზრუნველყოფს მშობელთა/კანონიერ წარმომადგენელთა ცნობიერების ამაღლებას ბავშვთა უფლებების, ასაკობრივი თავისებურებებისა და განვითარების სპეციფიკასთან დაკავშირებით;

- მშობლებს/კანონიერ წარმომადგენლებს მიაწოდებს ინფორმაციას ბავშვების შეფასების შედეგების შესახებ;
- ადმინისტრაციას მისცემს შესაძლებლობას, შეაფასოს არსებული ვითარება/ჩატარებული ღონისძიებები და, საჭიროების შემთხვევაში, შეიტანოს ცვლილებები.

ადრეულ და სკოლამდელ ასაკში ბავშვები განვითარების გადამწყვეტ ფაზაში არიან. ამ პერიოდში ყალიბდება სოციალური უნარები, ემოციური ინტელექტი და ხასიათი. ამ პროცესს ოჯახი და საგანმანათლებლო პერსონალი ერთობლივად უნდა უწყობდნენ ხელს. ბავშვის პროგრესის, ან გამოწვევების შესახებ ინფორმაციის გაცვლა, ეხმარება ორივე მხარეს დროულად მიიღონ საჭირო ზომები.

მშობლებთან აქტიური კომუნიკაცია გადამწყვეტია ბავშვების უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის უზრუნველსაყოფად. ბალის აღსაზრდელები, შესაძლოა, სრულად ვერ გამოხატავდნენ თავიანთ საჭიროებებსა და გრძნობებს, იქნება ეს ქცევითი აშლილობა, კვებითი ალერგია თუ სხვა მსგავსი საკითხი. ეფექტური კომუნიკაცია კი ასეთ პრობლემებს დასაწყისშივე მოაგვარებს.

გარდა ამისა, ღია კომუნიკაცია ხელს უწყობს სასწავლო პროცესისა და გარემოს გაუმჯობესებას. საგანმანათლებლო პერსონალს უჩნდება შესაძლებლობა გააცნობიეროს და გაითვალისწინოს ნებისმიერი ოჯახის გარემოება, რაც მნიშვნელოვანია ბავშვების მიმართ ინდივიდუალური მიდგომისთვის. მეორე მხრივ, მშობლები, რომლებსაც აქვთ დეტალური ინფორმაცია სასწავლო-სააღზრდელო პროცესის შესახებ, მეტად შეძლებენ ჩაერთონ შვილების განვითარებაში სახლში. მათ უჩნდებათ მოტივაცია, რომ გახდნენ მოხალისეები, იარონ შეხვედრებზე საგანმანათლებლო პერსონალთან, მიიღონ მონაწილეობა სხვადასხვა აქტივობაში, დაგეგმონ და განახორციელონ ღონისძიებები. ეს ყველაფერი ამდიდრებს საგანმანათლებლო პროცესს და, საბოლოო ჯამში, აძლიერებს როგორც ბავშვს, ისე - დაწესებულებას.

ამ ყველაფრიდან გამომდინარე, ცხადია, რომ კარგად სტრუქტურირებული საკომუნიკაციო გეგმა სკოლამდელი აღზრდისა და განათლების დაწესებულებისთვის არა მხოლოდ სასურველი, არამედ - აუცილებელია.

საკომუნიკაციო გეგმის შემუშავებისთვის ბაღმა უნდა:

- განსაზღვროს სამიზნე აუდიტორია;
- შეარჩიოს საკომუნიკაციო არხები;
- დაგეგმოს აქტივობები;
- გადაანაწილოს პასუხისმგებლობები;
- განსაზღვროს უკუკავშირის/განხორციელებული კომუნიკაციის შეფასების მექანიზმები.

## 1.სამიზნე აუდიტორია

დაწესებულებებისათვის მნიშვნელოვანი მხოლოდ ოჯახთან კომუნიკაცია არაა. ქვემოთ ჩამოთვლილი თითოეული ჯგუფი ბავშვის აღზრდასა და სასწავლო გარემოს გაუმჯობესებაში გადამწყვეტ როლს თამაშობს. სწორედ ამიტომ, თითოეული დაწესებულება ვალდებულია, მათთან რეგულარული კომუნიკაცია აწარმოოს. შედეგად, ბავშვი მუშაობას უფრო ეფექტურად შეძლებენ.

ქვემოთ მოცემულია ბავშვის ძირითადი სამიზნე აუდიტორია:

### *მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები*

მშობლებთან/კანონიერ წარმომადგენლებთან სწორი და აქტიური კომუნიკაცია ნიშნავს, რომ მშობელს ექნება მაქსიმალური ინფორმაცია ბავშვის შეფასების შედეგების, მისი უფლებებისა თუ ასაკობრივი თავისებურებების შესახებ. შესაბამისად, მშობელი შეძლებს, ანალოგიური გარემო შეუქმნას სახლშიც. ინფორმაციის გაცვლით, საგანმანათლებლო პერსონალი და მშობლები უფრო ეფექტურად შეძლებენ ბავშვის განვითარებაზე ზრუნვას. გარდა ამისა, დაწესებულებას ექნება უკუკავშირი და იზრუნებს სასწავლო გარემოს გაუმჯობესებაზე. აქტიური კომუნიკაცია გაუზრდის მშობლებს/კანონიერ წარმომადგენლებს მოტივაციას, რეგულარულად ჩაერთონ სასწავლო პროცესში.

### *საგანმანათლებლო პერსონალი*

საგანმანათლებლო პერსონალი სასწავლო-საადმინისტრაციული პროცესის წამყვანი რგოლია და აუცილებელია, თითოეულ მათგანს ჰქონდეს მაქსიმალური ინფორმაცია როგორც ადმინისტრაციაში მიმდინარე პროცესების, ისე - მშობლების/კანონიერი წარმომადგენლების განწყობებისა და დამოკიდებულებების შესახებ. მათ უნდა იცოდნენ, რა ხდება ადმინისტრაციაში, რას ფიქრობენ მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები და რა ტიპის მხარდაჭერა/რესურსი აქვთ აქტივობების განსახორციელებლად. ღია კომუნიკაცია ეხმარება საგანმანათლებლო პერსონალის წარმომადგენლებს, უკეთ შეასრულონ დაკისრებული მოვალეობები. ეს კი აძლიერებს სკოლამდელი აღზრდისა და განათლების დაწესებულებას.

### *სხვა თანამშრომლები*

საგანმანათლებლო პერსონალთან ერთად, სასწავლო-საადმინისტრაციული პროცესისა და მთლიანად სისტემის მნიშვნელოვანი რგოლია დაწესებულების სხვა პერსონალიც. აუცილებელია, მათაც ჰქონდეთ სრული ინფორმაცია დაწესებულებაში მიმდინარე პროცესებისა და ცვლილებების შესახებ. ასევე, სრულად უნდა იყვნენ ინფორმირებულები, რა ფორმით ხდება წლიური საკომუნიკაციო გეგმის შესრულება, რათა დაწესებულებამ სრულყოფილად განაგრძოს ფუნქციონირება.

### **ადგილობრივი საზოგადოება/თემი**

თითოეული ბავშვი ადგილობრივი საზოგადოების ნაწილია. ამიტომ, აუცილებელია, დაწესებულებას ჰქონდეს ღია, საჯარო კომუნიკაცია, რათა სწორად წარმოაჩინოს თავი და ხაზი გაუსვას ბავშვების წინსვლასა და წარმატებას, აღზრდის მეთოდოლოგიას და ჯანსაღ სასწავლო გარემოს. სწორი კომუნიკაციით, დაწესებულება მიიღებს ადგილობრივი საზოგადოების მხარდაჭერასა და კარგ რეპუტაციას, შესაძლებლობა ექნება ჩართოს თემის წარმომადგენლები ან/და გამოიყენოს თემის რესურსები ბავშვის განვითარებისთვის ან/და კურიკულუმით გათვალისწინებული აქტივობების განხორციელებისათვის. თემის აქტიური ჩართულობა ბავშვს ცხოვრებაში უზრუნველყოფს ადრეული და სკოლამდელი განათლების მნიშვნელობის შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის ამაღლებას და ცნობიერების გაზრდას.

### **სფეროში მოღვაწე კოლეგები**

რეგიონში მოქმედ ბავშვებს შორის აქტიური კომუნიკაცია გადამწყვეტია რამდენიმე მიზეზის გამო: პირველ რიგში, კოლეგებს ეძლევათ საშუალება, ერთმანეთს გაუზიარონ სწავლების ეფექტური მეთოდები და საუკეთესო პრაქტიკა. ასეთი თანამშრომლობით შესაძლებელია სხვადასხვა ღონისძიების ერთობლივად დაგეგმვა, რაც, გარდა იმისა, რომ დაზოგავს რესურსებს, ხელს შეუწყობს ბავშვების სოციალური უნარ-ჩვევების განვითარებასაც. დამატებით, აქტიური კომუნიკაციით ბავშვებს შეუძლიათ უფრო ეფექტურად გაუმკლავდნენ სხვადასხვა საერთო გამოწვევებს.

### **ბავშვის გაერთიანება**

მნიშვნელოვანია, თითოეული ბავშვი აქტიურად კონტაქტობდეს ბავშვის გაერთიანებასთან, რათა დარწმუნდეს, რომ დაწესებულებაში მიმდინარე პროცესები არსებული ავტორიტეტის სტანდარტების შესაბამისია. ბავშვის გაერთიანებასთან აქტიური კომუნიკაცია საშუალებას აძლევს ბავშვს, დროულად მიიღონ საჭირო რესურსები, მხარდაჭერა და ინფორმაცია ცვლილებების შესახებ. ბავშვის გაერთიანება დაწესებულებებისათვის პირდაპირი

საკომუნიკაციო არხია სამთავრობო სტრუქტურებთან დაკავშირებისთვის. ეს კი იმის წინაპირობაა, რომ საგანმანათლებლო პოლიტიკის რეფორმირებისას, გათვალისწინებული იყოს საგანმანათლებლო პერსონალის აზრი და გამოცდილება. გარდა ამისა, ბალების ადმინისტრაციებს ეძლევათ შესაძლებლობა, ჩატარებული ღონისძიებებისა და მიღწეული წარმატებების შესახებ უფრო ფართო აუდიტორიასთან ისაუბრონ.

## 2. საკომუნიკაციო არხები

საკომუნიკაციო არხები შეირჩევა დაწესებულების გეოგრაფიული მდებარეობიდან, თემის სოციალური ჩვევებიდან და ადმინისტრაციის შესაძლებლობებიდან გამომდინარე. ასევე, გასათვალისწინებელია კონკრეტული დაწესებულების გამოცდილებაც - რომელი არხი უფრო ეფექტურად მუშაობს სამიზნე აუდიტორიასთან ინფორმაციის გასაცვლელად. თუმცა, ეს უკანასკნელი არ გამორიცხავს ახალი საკომუნიკაციო არხების გამოცდას.

ქვემოთ ჩამოთვლილია რამდენიმე საკომუნიკაციო არხი და წარმოდგენილია მათი ძირითადი მახასიათებლები:

### *პირისპირ შეხვედრები*

**სამიზნე აუდიტორია:** მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები, საგანმანათლებლო პერსონალი, სხვა თანამშრომლები, თემი, სფეროში მოღვაწე კოლეგები, ბალების გაერთიანება

**შედეგი:** პირისპირ შეხვედრები შეიძლება ჩატარდეს ინდივიდუალურ, ან ჯგუფურ ფორმატში. ეს არის კარგი შესაძლებლობა, სიღრმისეულად განიხილოთ ბავშვების პროგრესი, ქცევა, ემოციური ინტელექტი, ან ნებისმიერი სხვა საკითხი. ასეთ ფორმატში, შესაძლოა, დაიგეგმოს მშობელთა/კანონიერ წარმომადგენელთა ცნობიერების ამაღლების ღონისძიებები, მშობელთა კრებები, მშობლებთან ინდივიდუალური შეხვედრები, სამუშაო



შეხვედრები თანამშრომლებთან ბალის შიგნით კონკრეტული საკითხების გადაჭრის მიზნით, გეგმების მონიტორინგისთვის, კოლეგებთან საუკეთესო პრაქტიკის გაზიარების აქტივობები, ღია კარის დღეები და ა.შ. ამავე არხით, შესაძლებელია, მშობლებს გაუჩნდეთ მოტივაცია, მეტად ჩაერთონ სასწავლო-სააღმზრდელო პროცესში.

**რესურსები** - პირისპირ შეხვედრების ორგანიზებისთვის საჭიროა:

- სივრცე შეხვედრების ორგანიზებისთვის;
- შეხვედრის თემატიკიდან გამომდინარე - კომპიუტერი, პროექტორი, ნაბეჭდი მასალები, სამუშაო ფურცლები და ა.შ.

**პირისპირ შეხვედრების უპირატესობა:** პირდაპირი კომუნიკაციისას იზრდება ნდობა და მხარეები იღებენ მყისიერ უკუკავშირს. უმეტეს შემთხვევაში, ასეთი ფორმატის შეხვედრებისას უფრო მარტივია მგრძნობიარე საკითხების განხილვა.

### **დისტანციური შეხვედრები ელექტრონული პლატფორმების გამოყენებით**

**სამიზნე აუდიტორია:** მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები, საგანმანათლებლო პერსონალი, სხვა თანამშრომლები, თემი, სფეროში მოღვაწე კოლეგები, ბალების გაერთიანება

**შედეგი:** შეხვედრები ელექტრონული პლატფორმით პირისპირ შეხვედრების თანამედროვე ალტერნატივაა. ასეთი საკომუნიკაციო არხებით შესაძლოა, თანამშრომლობაზე დავითანხმობთ ის ადამიანებიც, ვინც სასწავლო-სააღმზრდელო პროცესში აქტიურად დროის უქონლობის გამო ვერ ერთვება. ამ მეთოდით ვიღებთ პირისპირ შეხვედრების ანალოგიურ შედეგებს.

**რესურსები** - დისტანციური შეხვედრების ორგანიზებისთვის საჭიროა:

- ტექნიკური აღჭურვილობა - კომპიუტერი/პლანშეტი/სმარტფონი, ინტერნეტი, საკონტაქტო ინფორმაცია

**დისტანციური შეხვედრების უპირატესობა:** ამ მეთოდით შესაძლებელს ვხდით ხმა მივაწვდინოთ და რეგულარულად ვეკონტაქტოთ მშობლებს/კანონიერ წარმომადგენლებს, ვინც დაწესებულებაში შეხვედრებზე მოსვლას რეგულარულად ვერ ახერხებს დაკავებულობის ან დროის უქონლობის გამო. დისტანციური შეხვედრების უპირატესობა ასევე მოკლე დროში დიდი აუდიტორიისთვის ინფორმაციის მიწოდების და მათგან უკუკავშირის მიღების შესაძლებლობა. მაგ: ბალის მიერ შემუშავებული სხვადასხვა დოკუმენტის საჯარო განხილვის პროცესის ორგანიზება და სხვ.

## წერილები

**სამიზნე აუდიტორია:** მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები, თემი, სფეროში მოღვაწე კოლეგები, ბალების გაერთიანება

**შედეგი:** ამ არხით შესაძლებელია, ხმა მივაწვდინოთ მათ, ვინც ნაკლებად იყენებს ციფრული კომუნიკაციის საშუალებებს.

**რესურსები - წერილების გასაგზავნად საჭიროა:**

- თანამშრომლობა ფოსტასთან/საკურიერო კომპანიასთან;
- ადრესატების საკონტაქტო ინფორმაცია/მისამართი.

**წერილების უპირატესობა:** წერილის გაგზავნა რელევანტური მეთოდია, თუკი გვსურს, რომ კომუნიკაციას ოფიციალური სახე მივცეთ და ინფორმაციის გაცვლა დოკუმენტირებული იყოს. ამ არხით შეგვიძლია ვეკონტაქტოთ ისეთ ადამიანებს, ვინც არ იყენებს ციფრული კომუნიკაციის საშუალებებს.

**საინფორმაციო დაფები**

**სამიზნე აუდიტორია:** მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები, საგანმანათლებლო პერსონალი, სხვა თანამშრომლები, თემი

**შედეგი:** დაწესებულებებში და მის შემოგარენში დამონტაჟებულ საინფორმაციო დაფებზე გამოკრული განცხადებებით შესაძლებელია სიახლეების, ცვლილებებისა, თუ ღონისძიებების შესახებ ინფორმაციის გავრცელება.

**რესურსები** - საინფორმაციო დაფებისთვის საჭიროა:

- თვალსაჩინო სივრცე ყველასთვის ხელმისაწვდომ ადგილას, ბაღის შენობაში ან/და ეზოში

**საინფორმაციო დაფების უპირატესობები:** საჯარო და მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გასავრცელებლად საინფორმაციო დაფებზე განცხადებების გამოკვრა ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტური ხერხია, რადგან დაწესებულებაში ვიზიტორთა უმეტესობა ყოველთვის აქცევს ყურადღებას.

**მოკლე ტექსტური შეტყობინება/სატელეფონო ზარი**

**სამიზნე აუდიტორია:** მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები, საგანმანათლებლო პერსონალი, სხვა თანამშრომლები, თემი, სფეროში მოღვაწე კოლეგები, ბაღების გაერთიანება

**შედეგი:** აღნიშნული არხი გამოიყენება გადაუდებელი შეტყობინებისთვის, ან მოახლოებული ღონისძიების/აქტივობის შეხსენებისთვის. მოკლე ტექსტური შეტყობინებები განსაკუთრებით ეფექტურია ისეთ ადგილებში, სადაც ნაკლებად გამოიყენებენ ან ხელმისაწვდომი არ არის ინტერნეტი.

**რესურსები** - მოკლე ტექსტური შეტყობინების/სატელეფონო ზარებისთვის საჭიროა:

- ქსელში ჩართული ტელეფონი;
- ადრესატების საკონტაქტო ინფორმაცია.

**მოკლე ტექსტური შეტყობინების/სატელეფონო ზარების უპირატესობები:** ეს მეთოდი არ საჭიროებს თანამედროვე ტექნიკასა და ინტერნეტს. ტელეფონით დაკავშირება შეიძლება ნებისმიერ ადამიანთან და ეს ინფორმაციის სწრაფად გადაცემასაც უზრუნველყოფს.

### *ელექტრონული ფოსტა*

**სამიზნე აუდიტორია:** მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები, საგანმანათლებლო პერსონალი, სხვა თანამშრომლები, თემი, სფეროში მოღვაწე კოლეგები, ბაღების გაერთიანება

**შედეგი:** ეფექტური არხია დეტალური ინფორმაციის, ან სასწავლო მასალი გასაზიარებლად, ფოტო-ვიდეო მასალის გასაგზავნად. გარდა ამისა, ელექტრონული ფოსტა გამოიყენება გამოკითხვისა და მშობლების/კანონიერი წარმომადგენლების მხრიდან უკუკავშირის მისაღებად.

**რესურსები** - ელექტრონული ფოსტის გასაგზავნად საჭიროა:

- კომპიუტერი/სმარტფონი;
- ინტერნეტი;
- დაწესებულებისთვის შექმნილი ელექტრონული ფოსტის ანგარიში.

**ელექტრონული ფოსტის უპირატესობები:** ელექტრონული ფოსტა წერილის ერთგვარი ალტერნატივაა მათთვის, ვისაც ინტერნეტზე ხელი მიუწვდება. წერილის ელექტრონული

ფოსტით გაგზავნა რელევანტური მეთოდი, თუკი გვსურს, რომ კომუნიკაციას ოფიციალური სახე მივცეთ და ინფორმაციის გაცვლა დოკუმენტირებული იყოს. გარდა ამისა, ამ მეთოდით შესაძლებელია მშობლებს/კანონიერ წარმომადგენლებს მივაწოდოთ ღონისძიებაზე გადაღებული ფოტო-ვიდეო მასალა.

### *დაწესებულების ვებ-გვერდი ან ბლოგი*

**სამიზნე აუდიტორია:** მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები, საგანმანათლებლო პერსონალი, სხვა თანამშრომლები, თემი, სფეროში მოღვაწე კოლეგები, ბაღების გაერთიანება

**შედეგი:** მსგავსი პლატფორმა შესაძლებლობას იძლევა, თავი მოვუყაროთ ბაღთან დაკავშირებულ ყველა ინფორმაციას ერთ სივრცეში - სიახლეები, განცხადებები, განახლებები, დაწესებულების აღწერა, ფოტო-ვიდეო მასალა, საკონტაქტო ინფორმაცია. პრაქტიკულობის გარდა, ვებ-გვერდი/ბლოგი დადებითად წარმოაჩენს დაწესებულებას ფართო საზოგადოებაში. ამასთან, აღნიშნული საკომუნიკაციო არხი ყველაზე კარგად უზრუნველყოფს ავტორიზაციის სტანდარტებით მოთხოვნილ ბაღში მიმდინარე სხვადასხვა პროცესისა თუ დოკუმენტის გასაჯაროებას.

**რესურსები** - ვებ-გვერდის/ბლოგის შესაქმნელად საჭიროა:

- დომეინი (ვებ-გვერდის მისამართის შექმნა);
- ტექნიკური პერსონალი ვებ-გვერდის სამართავად;
- კონტენტის შექმნა (ვიზუალური და ტექსტური მასალა, რომელიც პერიოდულად განახლებადი იქნება);
- კომპიუტერი;
- ინტერნეტი.

**ვებ-გვერდის/ბლოგის უპირატესობები:** ვებ-გვერდი და ბლოგი საშუალებას იძლევა ერთ სივრცეში მოვუყაროთ თავი როგორც ოფიციალურ ინფორმაციას დაწესებულების შესახებ, ისე - ფოტო-ვიდეო მასალას. დამატებით, ვებ-გვერდის ან ბლოგის შექმნით, დაწესებულებას უფრო ოფიციალური და პრესტიჟული სახე ეძლევა.

**მნიშვნელოვანი შენიშვნა:** თავი შეიკავეთ ბავშვების ფოტო-ვიდეო მასალის საჯაროდ გამოქვეყნებისგან მშობლების თანხმობის გარეშე.

### *სოციალური მედიის პლატფორმები*

**სამიზნე აუდიტორია:** მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები, საგანმანათლებლო პერსონალი, სხვა თანამშრომლები, თემი, სფეროში მოღვაწე კოლეგები, ბაღების გაერთიანება

**შედეგი:** სოციალური მედია, გარკვეულწილად, ვებ-გვერდის ალტერნატივაა. დაწესებულების ოფიციალური Facebook გვერდის გახსნა საშუალებას იძლევა, რეგულარულად მიაწოდოთ ინფორმაცია სასწავლო პროცესის შესახებ მშობლებს/კანონიერ წარმომადგენლებს, საგანმანათლებლო პერსონალსა და ადგილობრივ საზოგადოებას. მსგავსი საკომუნიკაციო აქტივობა გაზრდის დაწესებულების ცნობადობას, გააძლიერებს მშობლებისა და ადგილობრივი საზოგადოების ჩართულობას და განავითარებს სასწავლო პროცესს.

**რესურსები** - სოციალური მედიის გვერდის შესაქმნელად საჭიროა:

- კომპიუტერი/სმარტფონი;
- ინტერნეტი
- კონტენტის მუდმივი განახლება;

- ტექნიკური პერსონალი, ან პასუხისმგებელი პირი, ვინც მართავს ოფიციალურ გვერდებს.

**სოციალური მედიის უპირატესობები:** სოციალური მედიის არხები ვებ-გვერდის ალტერნატივაა. აქაც არის სივრცე როგორც ოფიციალური ინფორმაციის განსათავსებლად, ისე - აქტივობებზე გადაღებული ფოტო-ვიდეო მასალის ასატვირთად.

**მნიშვნელოვანი შენიშვნა:** თავი შეიკავეთ ბავშვების ფოტო-ვიდეო მასალის საჯაროდ გამოქვეყნებისგან მშობლების თანხმობის გარეშე.

**მნიშვნელოვანი შენიშვნა:** თავი შეიკავეთ ისეთი არხების გამოყენებისგან, როგორცაა Instagram, TikTok

### *სოციალური მედიის დახურული ჯგუფები*

**სამიზნე აუდიტორია:** მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები, საგანმანათლებლო პერსონალი, სხვა თანამშრომლები, სფეროში მოღვაწე კოლეგები

**შედეგი:** დახურული ჯგუფები ან სასაუბროები გამოიყენება ინფორმაციის სწრაფად გასაცვლელად, დაგეგმილი ღონისძიებების/აქტივობების შესახებ გასაფრთხილებლად და გადაუდებელი შეტყობინებების გასაგზავნად.

**რესურსები** - სოციალური მედიის დახურული ჯგუფის შესაქმნელად საჭიროა:

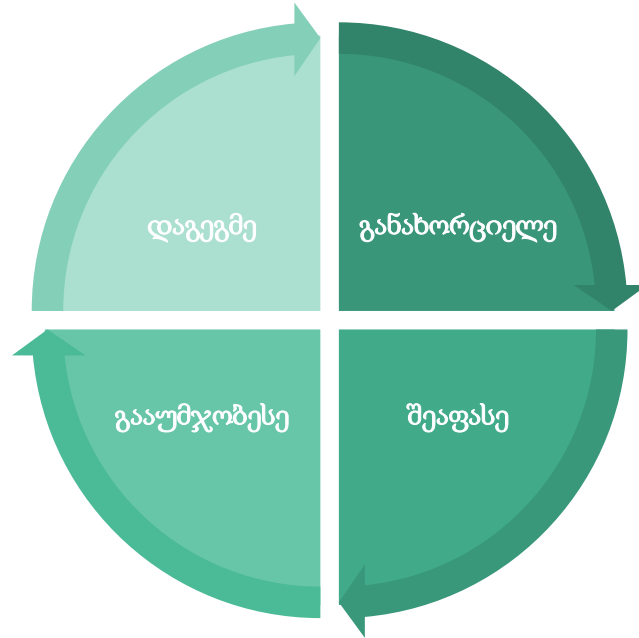
- კომპიუტერი/სმარტფონი
- ინტერნეტი
- შესაბამისი აპლიკაცია სმარტფონში

**სოციალური მედიის დახურული ჯგუფის უპირატესობები:** დახურული ჯგუფები და სასაუბროები კარგი მეთოდია, რომ მნიშვნელოვანი ინფორმაცია რამდენიმე ადამიანს ერთად მივაწოდოთ (მაგ. საგანმანათლებლო პერსონალმა - მშობლებს/კანონიერ წარმომადგენლებს). ეს კომუნიკაციის ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფი ფორმაა.

### 3. დროში განაწილებული აქტივობები

ავტორიზაციის სტანდარტის მიხედვით ყველა დაწესებულება ვალდებულია დაგეგმოს და განახორციელოს სხვადასხვა აქტივობა წლის განმავლობაში. იმისათვის, რომ პროცესი ეფექტურად წარიმართოს და დაწესებულებას აქტივობების განხორციელება გაუადვილდეს, მნიშვნელოვანია პირველ ეტაპზე დაწესებულებამ განსაზღვროს/შეარჩიოს საკომუნიკაციო არხები და შემდგომ, ამ არხების გამოყენებით წინასწარ დაგეგმოს აქტივობები. ბალის მიერ დაგეგმილი ღონისძიებები ხარისხის ციკლის გარშემო უნდა ბრუნავდეს რაც ნიშნავს იმას, რომ ბაღმა უნდა უზრუნველყოს მის მიერ დაგეგმილი აქტივობების შესრულება, შემდგომ უნდა შეაფასოს განხორციელებული აქტივობები, მიიღოს უკუკავშირი აქტივობაში ჩართული მხარეებისგან და ბოლოს, შეიმუშაოს გაუმჯობესების რეკომენდაციები (საჭიროების შემთხვევაში). ქვემოთ წარმოდგენილი ხარისხის ციკლი უზრუნველყოფს რომ წლიდან წლამდე დაგეგმილი/განხორციელებული აქტივობები შეიცვალოს, განვითარდეს, განსხვავებულად წარიმართოს.





აქტივობები შეიძლება დაიგეგმოს ყოველდღიურად, ყოველკვირეულად, ყოველთვიურად და ყოველწლიურად. ამ მხრივ დაწესებულება შეზღუდული არ არის. პირიქით, მისასაღებელია მაქსიმალურად აქტიური და ხშირი პოზიციონირება. თუმცა, მნიშვნელოვანია, რომ აქტივობები იყოს მრავალფეროვანი და განსხვავებული. აუცილებელია, დაწესებულებამ ყოველწლიურად განაახლოს საკომუნიკაციო გეგმა/განრიგი წინა წლის გამოცდილებიდან გამომდინარე, ხარისხის ციკლის პრინციპით.

სასწავლო-სააღმზრდელო წლის დაწყებამდე აქტივობების დროში გაწერა დაგეხმარებათ, წლის განმავლობაში საკომუნიკაციო პროცესი მარტივად და ეფექტურად მართოთ. აქტივობების დროში გაწერისთვის, შეგიძლიათ გამოიყენოთ **დანართი 1-ში** მოყვანილი ცხრილი. განსაკუთრებული შემთხვევები, როგორცაა მშობლებთან/კანონიერ წარმომადგენლებთან გადაუდებელი შეხვედრა, არაგეგმიური კრება და ა.შ., ცხადია, აღნიშნულ ცხრილში ვერ გაიწერება და ის შეიძლება ჩატარდეს ნებისმიერ დროს, საჭიროებიდან გამომდინარე.

## 4. როგორ ნაწილდება პასუხისმგებლობა კომუნიკაციისას

სამიზნე აუდიტორია	პასუხისმგებელი
მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები	ადმინისტრაცია, საგანმანათლებლო პერსონალი
საგანმანათლებლო პერსონალი	ადმინისტრაცია/გაერთიანება
სხვა თანამშრომლები	ადმინისტრაცია/გაერთიანება
ადგილობრივი საზოგადოება/თემი	ადმინისტრაცია/გაერთიანება
სფეროში მოღვაწე კოლეგები	ადმინისტრაცია, საგანმანათლებლო პერსონალი, გაერთიანება
ბალების გაერთიანება	ადმინისტრაცია, საგანმანათლებლო პერსონალი

## 5. უკუკავშირი და შეფასება

იმისათვის, რომ სამიზნე აუდიტორიასთან კომუნიკაცია წლიდან წლამდე გაუმჯობესდეს, აუცილებელია, უკუკავშირის მექანიზმების გამოყენება და შეფასება.

სამიზნე აუდიტორიისგან უკუკავშირის მიღება ფაქტობრივად, ნებისმიერი ფორმით არის შესაძლებელი. ეს კომუნიკაციისთვის იმდენად მნიშვნელოვანი ნაწილია, რომ მაქსიმალურად უნდა შევუწყოთ ხელი მეორე მხარეს, რათა დაწესებულებამ ეფექტური შედეგი მიიღოს. თუმცა, სამიზნე აუდიტორიის წარმომადგენლებისთვის მაქსიმალური კომფორტის შესაქმნელად, კარგი იქნება, თუ უკუკავშირის გამოხატვის რამდენიმე მექანიზმს შევთავაზებთ. ამ მეთოდებით მიღებული უკუკავშირი უნდა დამუშავდეს და შეფასდეს, რათა მომდევნო წლის საკომუნიკაციო გეგმა და სასწავლო პროცესი აღმოჩენილი ხარვეზების გამოსწორებაზე იყოს ორიენტირებული.

*ქვემოთ წარმოგიდგენთ უკუკავშირის რამდენიმე მექანიზმს, რომელიც შეგიძლიათ გამოიყენოთ შეფასების პროცესში:*

**კითხვარი** - დაარიგეთ, ან ინტერნეტით დააგზავნეთ მარტივი კითხვარი. გააანალიზეთ პასუხები და გამოყავით დაფიქსირებული ხარვეზები.

**შენიშვნების/წინადადებების ყუთი** - დაწესებულებაში მოთავსებული შენიშვნების/წინადადებების ყუთი შესაძლებლობას აძლევს ადამიანებს თავიანთი მოსაზრებები და იდეები ადმინისტრაციას გაუზიარონ. დეტალურად გააანალიზეთ მიღებული შეტყობინებები.

**შეხვედრები** - მშობელთა კრებები და პირადი საუბრები შენიშვნების, წუხილებისა და ინიციატივების გულახდილად გამოხატვის ერთ-ერთი საიმედო გზაა. კრების ხელმძღვანელს შეუძლია მონიშნოს მშობელთა/კანონიერ წარმომადგენელთა უკუკავშირი და გასაანალიზებლად გადასცეს ადმინისტრაციას.

**სოციალური მედიის მონიტორინგი** - გადაამოწმეთ კომენტარები, მონიშვნები, შეტყობინებები იმ სოციალური მედიის პლატფორმებზე, სადაც დარეგისტრირებული გაქვთ დაწესებულების ოფიციალური გვერდი/ჯგუფი. გამოყავით ნეგატიური კომენტარები, მათი ავტორები და დაურთეთ წლიურ ანალიზს.

**ანონიმური შეტყობინებები** - თუკი საკითხი ძალიან სენსიტიურია, შესაძლოა, სამიზნე აუდიტორიის წარმომადგენელს ვინაობის დაზუსტება არ უნდოდეს. ამიტომ, უკეთესი იქნება, თუ საშუალებას მივცემთ, რაიმე ფორმით (ონლაინ ან შენიშვნების ყუთით) ანონიმურად დაუკავშირდნენ ადმინისტრაციას. აუცილებელი არ არის, ვიცოდეთ შენიშვნის ავტორი. შეფასებისთვის საკმარისია უკუკავშირის შინაარსობრივი მხარეც.

**რაოდენობის დათვლა** - შეამოწმეთ, რამდენი მშობელი/კანონიერი წარმომადგენელი მოდის დანიშნულ შეხვედრაზე, უერთდება სოციალური მედიის არხებს, ავსებს კითხვარებს, ეცნობა სიახლეებს. ეს მეთოდი დაგეხმარებათ, გამოავლინოთ პასიური მშობლები/კანონიერი წარმომადგენლები და მეტი ძალისხმევა დახარჯოთ მათ ჩართვაზე სასწავლო პროცესში.

**შეტყობინების მიწოდების სიჩქარის შემოწმება** - ყოველი შეტყობინების გაგზავნისას მოითხოვეთ ადრესატისგან დასტური, რომ მიიღო შეტყობინება. ასე შეამოწმებთ, რამდენად

ჩართულია სამიზნე აუდიტორიის წარმომადგენელი კომუნიკაციის პროცესში. უკუკავშირის სხვა მექანიზმებით მიღებული ინფორმაცია დაგეხმარებათ, გამოარკვიოთ მიზეზები, თუ რატომ არ არის აქტიური კონკრეტული სამიზნე აუდიტორია და შეძლებთ აღნიშნული ხარვეზის გამოსწორებასაც.

## 6. კომუნიკაცია კრიზისის დროს

კრიზისი შესაძლოა ეწოდოს მოვლენას რომელიც იწვევს ზარალს ან/და დაზიანებას, მოითხოვს დაუყოვნებლივ ყურადღებასა და რეაგირებას. ასეთი სიტუაციებია: ბუნებრივი კატასტროფები, ხანძრები, ეპიდემია და ა.შ. დაწესებულებას უნდა ჰქონდეს საგანგებო სიტუაციების მართვის გეგმა, რომელსაც უნდა გაეცნოს დაწესებულების ყველა თანამშრომელი და საჭიროების შემთხვევაში, მათი რეაგირება უნდა იყოს გეგმის შესაბამისი.

თუმცა, საგანგებო სიტუაციების გარდა, ნებისმიერ დაწესებულებაში, შესაძლოა, შეიქმნას საკომუნიკაციო კრიზისი. მაგალითად:

- ბავშვის, ან პერსონალის კონფიდენციალური ინფორმაციის უნებართვო გავრცელება;
- ნებისმიერი სახის დეზინფორმაციის გავრცელება საჯაროდ;
- უარყოფითი გამოხმაურება სოციალურ მედიაში;
- უარყოფითი გამოხმაურება მედიაში და ა.შ.

მსგავსი კრიზისების დროს, ხშირია მედიის წარმომადგენლების/ჟურნალისტების ზარები ადმინისტრაციასთან. ასევე, მედიის წარმომადგენლები მიდიან ადგილზე და ცდილობენ ინფორმაციის მოპოვებას. ასეთ დროს, კარგი იქნება, თუ ყველა დაწესებულება გაითვალისწინებს შემდეგ რეკომენდაციებს სიტუაციის გამწვავების თავიდან ასარიდებლად.

- კრიზისის დადგომამდე შეარჩიეთ ორი ან სამი ადამიანი, ვინც ყველა კრიზისის შემთხვევაში უპასუხებს მესამე მხარეების (საზოგადოება, თემი, მედია) კითხვებს. უმჯობესია, თუ ეს ადამიანები იქნებიან დაწესებულების ადმინისტრაციის თანამშრომლები.

- კრიზისის დადგომამდე, დაწესებულების ყველა თანამშრომელმა უნდა იცოდეს, ვისთან გადაამისამართოს მესამე მხარე კითხვებზე პასუხის მისაღებად და თავად არ გამოთქვას ვარაუდები/მოსაზრებები;
- დაუშვებელია მესამე მხარეებთან (საზოგადოება, თემი, მედია) აგრესიული დამოკიდებულება.
- კარგი იქნება, თუ ნებისმიერ შემთხვევაში მინიმალურ პასუხს მაინც მისცემთ მესამე მხარეს, ან დაუთქვამთ დროს, როდის შეძლებთ კონკრეტული პასუხის გაცემას;
- უმჯობესია, თუ შესაძლო კრიზისებთან დაკავშირებით გეგნებათ წინასწარ გამზადებული განცხადებები, რომელსაც არსებული კრიზისის შესაბამისად გადააკეთებთ. ამით უზრუნველყოფთ სწრაფ რეაგირებას და შეამცირებთ დეზინფორმაციის გავრცელების რისკს.

## 7. საკომუნიკაციო გეგმის შემუშავების რეკომენდაციები

იმისათვის, რომ შეიმუშაოთ სრულყოფილი და თქვენი დაწესებულებისთვის შესაბამისი საკომუნიკაციო გეგმა, გაითვალისწინეთ შემდეგი რეკომენდაციები:

- **გაიაზრეთ სამიზნე აუდიტორია:** დააკვირდით თითოეული სამიზნე აუდიტორიის ხელმისაწვდომობასა და ტექნოლოგიურ შესაძლებლობებს. დაადგინეთ, რა ფორმით ურჩევნიათ დაწესებულებასთან კომუნიკაცია.
- **რესურსების ხელმისაწვდომობა:** შეაფასეთ, რა რესურსები აქვს დაწესებულებას ტექნიკური თვალსაზრისით. დაადგინეთ, საჭიროა/შესაძლებელია თუ არა რაიმე დამატებითი რესურსის მოპოვება.
- **კომუნიკაციის სიხშირე:** განსაზღვრეთ, რამდენად ხშირად გჭირდებათ კომუნიკაცია სამიზნე აუდიტორიასთან - ყოველდღიურად, ყოველკვირეულად, ყოველთვიურად თუ წლიურად.

- **შინაარსი:** საკომუნიკაციო არხები შეარჩიეთ იმის მიხედვით, რამდენად ფორმალური/არაფორმალური, გადაუდებელი/რუტინულია გასავრცელებელი ინფორმაცია.
- **უკუკავშირის მექანიზმი:** დარწმუნდით, რომ თქვენ მიერ შერჩეული მეთოდით მაქსიმალურად სრულყოფილად იღებთ უკუკავშირს სამიზნე აუდიტორიისგან.
- **კონფიდენციალურობა:** დარწმუნდით, რომ სენსიტიური საკითხებისთვის შერჩეულია შესაბამისი საკომუნიკაციო არხი და დაცულია ინფორმაციის კონფიდენციალურობა.
- **ბიუჯეტირება:** საკომუნიკაციო არხები შეარჩიეთ დაწესებულების ბიუჯეტის შესაბამისად.
- **სიმარტივე:** აირჩიეთ მეთოდები, რომლებთან გამკლავებასაც ადმინისტრაციის თანამშრომლები თავად შეძლებენ. ასევე, კომუნიკაციის არხი მარტივი უნდა იყოს როგორც დაწესებულების ადმინისტრაციისთვის, ისე - სამიზნე აუდიტორიისთვის.
- **კულტურული და ლინგვისტური ნაწილი:** დარწმუნდით, რომ არჩეული მეთოდები შეესაბამება დაწესებულების საზოგადოების კულტურულ და ენობრივ მრავალფეროვნებას.
- **რეგულარული შეფასება:** ხშირად გადახედეთ და შეაფასეთ კომუნიკაციის მეთოდების ეფექტურობა და, საჭიროებისამებრ, შეიტანეთ კორექტირება.

