

Izglītības iestādes vadītāja īstenotā komunikācija

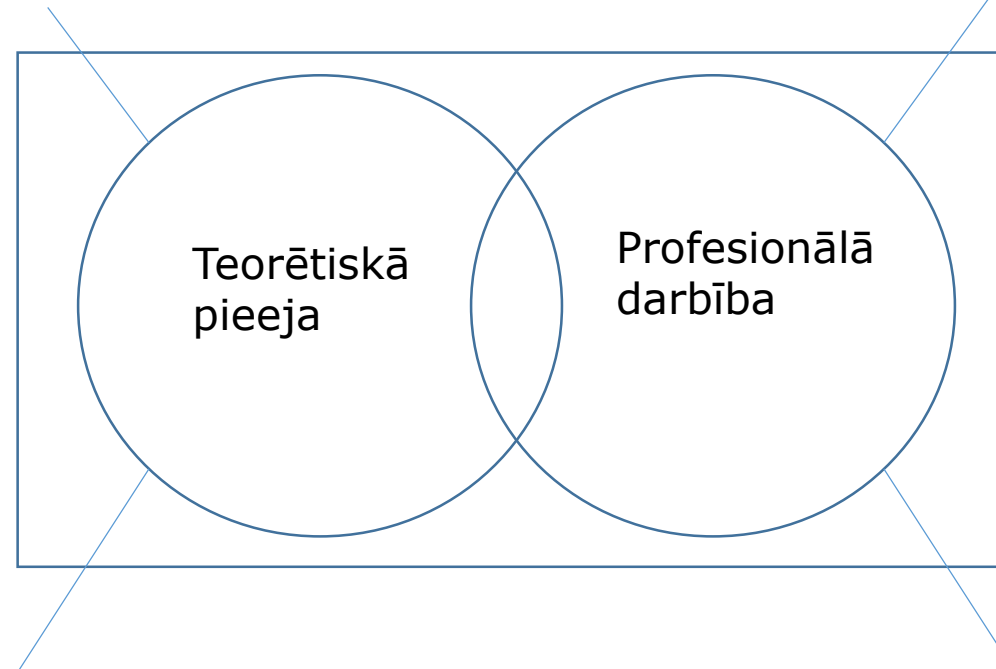
Lolita Stašāne

15.06.2021

Komunikācija

- Komunikācijas teorijas

Prasmis un taktika



- Vadības teorijas

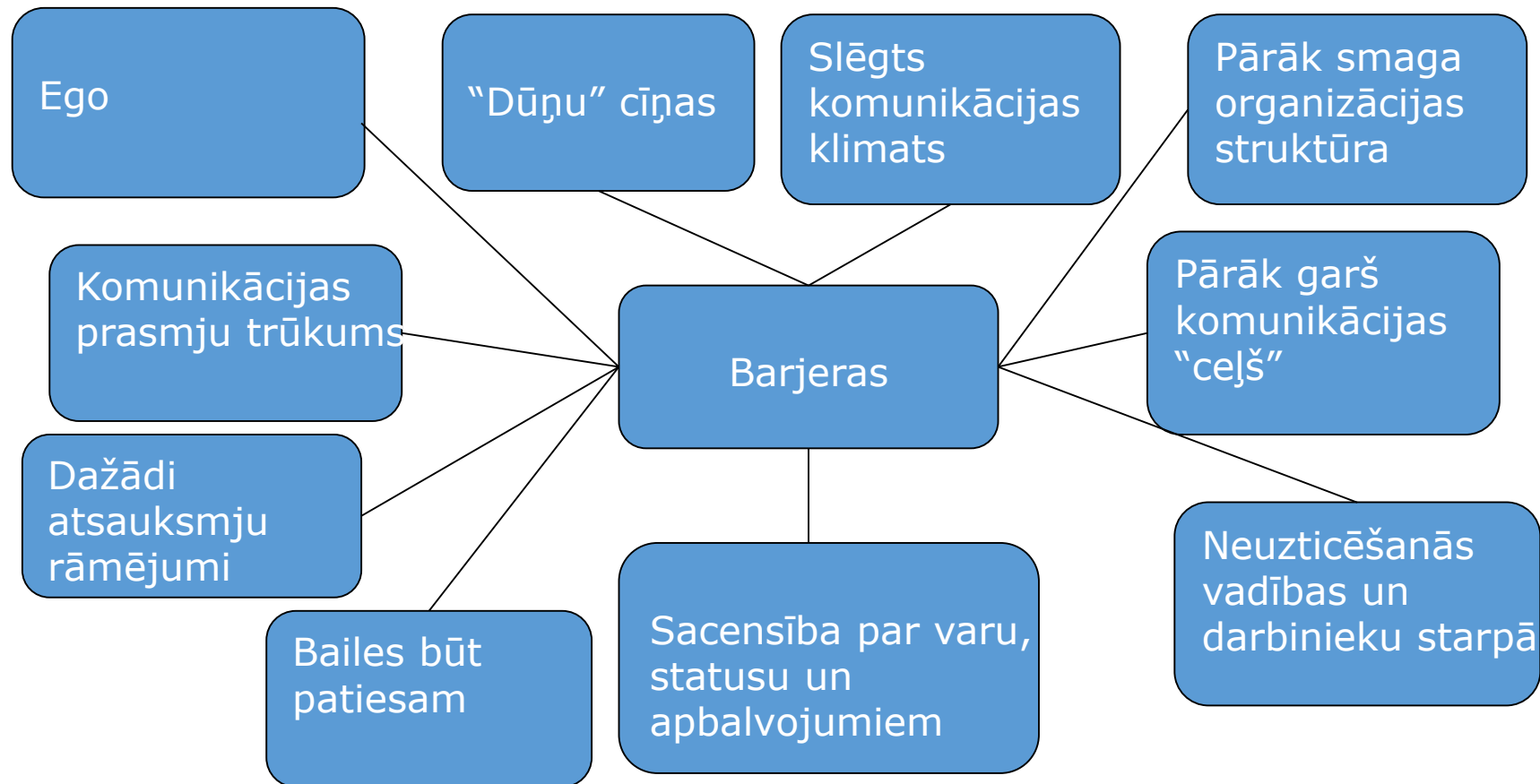
Vadības kompetences

Autors	Pamata atziņas
Aristotelis	Svarīgākie pārliecināšanas elementi ir personiskais raksturs, loģiskā analīze un emocionālā attieksme (appeal) .
Lasvels	Lai komunikācija būtu veiksmīga, ir jāpanāk ietekme (effect).
Šenons&Vīvers	“Troksnis” var būt nozīmīgs šķērslis efektīvai Komunikācija.
Osguds&Šramms	Dalīšanās ar pieredzi piešķir veiksmīgai komunikācijai ticamību.
Berlo	Veiksmīga komunikācija nozīmē ņemt vērā visus faktorus, kas attiecas uz avotu, vēstījumu, kanālu un uztvērēju.
Salivans (Harry Stack Sullivan)	Personība var būt zināma un saprotama tikai caur interpersonālām prasmēm.
Šucs (William Schutz)	Visiem cilvēkiem ir trīs pamata vajadzības: nepieciešamība pēc iekļaušanas, kontroles un uzmanības.
Berns	Izmantoja “spēļu” analogiju (sociālo mijiedarbību), lai attīstītu izpratni par to, kā cilvēki izturas viens pret otru

Komunikācijas funkcijas organizācijā

- Informācijas nodrošināšana – resursu pārvalde
- Informācijas izplatīšana – izmaiņu koordinēšana, efektivitāte
- Sakaru uzturēšana – tīkla, iesaistes nodrošināšana
- Attiecību veicināšana un nostiprināšana – ilgtspējīgums un efektivitāte, sociālā iesaiste un apmierinājums

Komunikācijas barjeras



7 stratēģiskās komunikācijas plānošanas soļi

- 1) plāna sagatavošana (uzņēmuma misijas, vīzijas, mērķu pārskats un metodes),
- 2) situācijas analīze (iekšējās, ārējās vides analīze, ieinteresēto pušu definēšana),
- 3) mērķa auditorijas (to pētīšanas metodes, avoti, segmentācijas principi),
- 4) komunikācijas mērķi (process, plānošana),
- 5) tēmu izpratne un vēstījumi (satura analīze, vēstījumu veidošana),
- 6) ieviešanas stratēģijas (attiecības ar auditorijām, mijiedarbība, atgriezeniskā saite, komunikācijas kanāli),
- 7) plāna novērtēšana (rīki, principi, monitorings).

8 ietekmēšanas taktikas

1. Spiediena taktika
2. Vēršanās pie "augšas"
3. Apmaiņas taktika
4. Koalīcijas taktika
5. Pieglaimošanās taktika
6. Racionālā pārliecināšana
7. Iedvesmošanas taktika
8. Konsultēšanās taktika

Mērķi sarunās

- Uz nākotni vērsti, paredzami (prospective) - atspoguļo mūsu redzējumu, kas ir problēma un kā to atrisināt komunikācijas ceļā
- Uz pagātņi vērsti (retrospective) - nepieciešams saprast noteiktu darbību un lēmumu jēgu.

Kļūdas sarunās

- Ir viegli maldīties, domājot, ka zini, ko pārējie vēlas,
- nepārspīlē domājot, ka esi vājš, un nenovērtē par zemu pretinieku vājumu,
- ir kļūdaini turpināt sekot agrāk izstrādātajam plānam, stratēģijai, ja ir parādījusies jauna informācija,
- pārlietu optimistiski vai pesimistiski mērķi, mērķiem jābūt saistītiem ar realitāti,
- nevar savtīgi izvirzīt savus mērķus, neņemot vērā citu vēlmes,
- viens nav cīnītājs un ir jāgūst apkārtējo uzticība.

6 pieejas pretestības pārvarēšanai

1. Informēšana
2. Iesaistīšana
3. Atbalstīšana
4. Vienošanās
5. Manipulēšana
6. Atklāta vai slēpta piespiešana

6 pārliecināšanas principi

- Patika/līdzība (liking) – cilvēkiem patīk tie, kam patīk viņi
- Savstarpējā mijiedarbība/apmainīšanās (reciprocity) – dot to, ko gribi saņemt pretim
- Sociālais pierādījums (social proof) – cilvēkiem ir tendence darīt tāpat kā dara citi viņiem līdzīgie
- Konsekvence (consistency) – cilvēki dara līdzīgas lietas tām, ko jau darījuši un piepilda solījumus, ko apņēmušies publiski, rakstiski, brīvprātīgi u.c.
- Autoritāte (authority) – cilvēki seko autoritātēm, taču tā ir jāpierāda
- Nepietiekamība (scarcity) – cilvēki novērtē to, kas var pietrūkt, ir ierobežotā daudzumā

DISC (Viljams Moltons Marstons)

- D – Dominance (Dominance) – kas attiecas uz kontroli, varu un pašpārliecību
- I – Influence (Ietekme) – attiecībā uz sociālo situāciju un komunikāciju
- S – Steadiness (Stabilitāte) – attiecas uz pacietību, neatlaidību un smalkjūtību
- C – Compliance (Pielāgošanās spēja) – attiecībā uz struktūru organizācijā un darba pienākumu pildīšanu

Kas jāņem vērā pārmaiņās

- Cilvēki dažādi reaģē uz pārmaiņām, jo katrs ir unikāla personība.
- Visiem cilvēkiem ir pamata vajadzības, kuras tie cenšas apmierināt, neatkarīgi no tā, kas viņi ir vai kāda ir to nodarbošanās.
- Lai pārmaiņas būtu veiksmīgas, katrai personai vai organizācijai var nākties kaut ko zaudēt/ ar kaut ko samierināties.
- Cilvēkiem ir dažādas cerības attiecībā uz pārmaiņām.
- Bailes no pārmaiņām būs vienmēr, tāpēc svarīgi ir vienoties par svarīgākajiem jautājumiem.

Reputācija sevī ietver

- Neskaitāmo ieinteresēto pušu (stakeholders) novērtējumus attiecībā uz organizāciju spēju piepildīt šo ieinteresēto pušu gaidas.
- Reputācija ir uzņēmuma vienojošs faktors, kas liecina par visu organizāciju kopumā, nevis par atsevišķiem pakalpojumiem.

Krīzes uztveres

- Krīzes laikā vadītājiem jākomunicē ar vairākām ieinteresētajām pusēm, kas situāciju var uztvert atšķirīgi. Ieinteresēto personu uzskats par krīzi ir balstīts uz to, vai cēlonis bija organizācijas iekšējais vai ārējais, pastāvīgs vai nejaušs notikums un tīša vai nejauša darbība.
- Organizācija tiek uztverta kā atbildīga par krīzi, ja notikušais ir iekšēja lieta organizācijā, ilgstoši notiekoša un tīša rīcība. Sabiedrība labāk pieņem situāciju, ja iemesls ir ārpus organizācijas, rets notikums un netīšas dabas.

Krīzes raksturo

- pārsteigums,
- nepietiekama informācija par problēmu,
- stress (kas var ietekmēt lēmumu pieņēmēju efektivitāti),
- apdraudējums (organizācijas rentabilitātei, dzīvotspējai un legimititātei),
- ierobežots atbildes/reakcijas laiks,
- tūlītēja lēmumu pieņemšana, problēmu risināšana un komunikācija.

Riski komunikācijā

- Empātijas trūkums, savu uzskatu nekritiska projekcija plašākā auditorijā,
- kļūdains spēku novērtējums,
- jaunas informācijas ignorēšana, pārāk liela vēlme turēties pie iepriekš sagatavotās komunikācijas,
- pārlietu optimistiski vai pesimistiski mērķi, kas nav saistīti ar realitāti,
- savu mērķu pārlieta prioretizēšana,
- nepietiekami apkārtējo uzticība un interešu pārstāvība/iesaiste,
- problēmas ar laika izjūtu, tā neievērošana,
- pārāk ātra vēlme piekrist,
- pārmērīga koncentrēšanās tikai uz citu guvumu/labumu,
- nepietiekami apdomāti lēmumi vai vēstījumi,
- vainas izjūta nevietā.

Krīzes laikā

- Ir jāpieņem lēmumi jāpieņem par to, kā pārvaldīt krīzi, kā rīkoties ar līdzekļiem, kā interpretēt informāciju un atbildēt dažādām auditorijām, risināt problēmas un iespējamus apgalvojumus.
- Pareizu lēmumu pieņemšanu bieži ietekmē stress, spiediens un ierobežota informācija.
- Kļūdaina lēmumu pieņemšana var notikt 2 veidos – 1) krīzes vadības komanda, iespējams, nevar vienoties par saprātīgiem lēmumiem, jo ir nesaskaņas un konflikti, 2) komandai var būt tik saliedēta, ka trūkst kritiskās domāšanas.

Augsti novērtētas prasmes organizācijā

- spēja ātri mācīties, pielietot zināšanas un jaunas iemaņas (97%),
- efektīva lēmumu pieņemšana (90%),
- visaptveroša problēmu risināšana (87%),
- radošums un inovācijas (85%),
- kritiska domāšana (80%).