



КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ – ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО И/ИЛИ НЕОБХОДИМОСТ

доц. д-р Емил Костадинов Бузов

ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий”, Педагогически колеж, гр. Плевен

COMMUNICATION STRATEGY – CHALLENGE AND / OR NECESSITY

Assoc. Prof. Emil Kostadinov Buzov PhD

ABSTRACT: Communication strategy (CS) is a very important part of the strategy of each institution. In terms of it CS should be good tool for high educational development. It's giving different information how the stake holders and other clients can understand much better who we are and what we can suggest as a quality and knowledge.

Key words: *education, stake holders, communication strategy, steps, goals, plan, messages, philosophy, outcomes.*

РЕЗЮМЕ: Комуникационната стратегия (КС) е много важна част от стратегията на всяка институция. В тази връзка КС е добро средство за развитието на политиките в областта на висшето образование. Тя дава информация как другите институции и заинтересовани страни могат да разберат по добре кои сме ние като институция и какво предлагаме като качество и знание.

Ключови думи: *образование, институции, стратегии, стъпки, план, послания, философия, резултати.*

Висшето образование е индивидуално и обществено благо и затова е лична и обществена отговорност. То не е и не трябва да бъде грижа само на държавата, а и на отделния индивид, както и на обществото като цяло, представено от различни негови (включително частни) организации и сдружения. Достъпът до различните степени и форми на висше образование при равни условия е право на всеки гражданин, но неговото придобиване е зависимо от личностния потенциал и ресурси на индивида. В съвременните общества висшите училища участват в пазара на образователни услуги, тъй като основният резултат от тяхната дейност получава пазарна реализация. Те съобразяват своята дейност с пазарните механизми, защото свободната конкуренция е основен двигател на тяхното развитие. Висшето образование обаче остава сфера, в която доминиращи са академичните ценности и норми, върху които се градят взаимоотношенията между участниците в академичната общност.

От качеството, разнообразието и гъвкавостта на висшето образование зависи изграждането на българското общество, което:

- цени високо всеки отделен човек и поощрява личностното развитие и инициативност;
- поддържа устойчив икономически растеж, основаващ се на иновации и практическото приложение на резултатите от научни изследвания;



- съхранява и обогатява общочовешките ценности и позитивните национални традиции.

- създава възможности за всеки човек да получи онова образование, което стимулира и развива до най-висока степен неговите способности и личностни ресурси като целенасочено премахва каквито и да са условия за дискриминация (по пол, раса, етническа и национална принадлежност, религиозни и политически убеждения или социална неравностойност);

- подготвя за успешна професионална и гражданска реализация в условията на динамичен и надхвърлящ националните граници пазар на труда и едно отворено и демократично общество;

- открива възможности за учене през целия живот с цел личностно усъвършенстване, по-добра професионална реализация и активно участие в социалния живот;

- създава и разпространява нови знания, да съдейства за разбирането на света и за обогатяването на неговата материална и духовна култура;

- подпомага прилагането на високо специализирани знания и умения във всички сфери на обществото;

Очертаните необходими насоки на промяна определят следните приоритети в развитието на висшето образование:

- Утвърждаване на нов модел на изграждане и управление на системата за висше образование и на отделните висши училища чрез предефиниране на ролята на държавата и промяна на механизмите на взаимодействие между държавата, организациите за автономна академична саморегулация, институциите за висше образование и мрежата от адресатите на висшето образование;

- Осигуряване на ресурсна и финансова ефективност с оглед целите на академичното развитие и стимулиране чрез диверсификацията на източниците на финансиране в условията на публична прозрачност и създаване на механизми за академична отговорност;

- Постигане на ново качество на висшето образование чрез утвърждаването на академични стандарти на неговия изход и чрез системата за постоянно управление на качеството на низово академично равнище, включваща като свой елемент публична откритост на резултатите и на показателите за ефективност;

- Стимулиране на научноизследователската работа във висшите училища и на обвързването на процеса на обучение с нея;

- Интернационализация на висшето образование и включването му трайно в международни академични мрежи;

- Разгръщане на разнообразни форми на учене през целия живот.

Комуникационна стратегия

Динамиката на процесите в областта на висшето образование определят необходимостта от реализирането на ефективни комуникационни дейности. Разработването на Комуникационна стратегия при провеждането на ефективна образователна политика има за цел да повиши информираността на гражданското общество и да създаде подкрепяща среда за реализирането на тази политика. Създаването и реали-



зирането на комуникационна стратегия се базира на анализ на състоянието на процесите в областта на висшето образование, който посочва позицията, влиянието и значението на заинтересованите страни по отношение на прилаганата политика. Комуникационната стратегията се фокусира върху стратегическия подход и е релевантна на общите цели, структура и отговорности на различните идентифицирани нива на комуникация.

Предпоставки за разработване на Комуникационна стратегия са:

- необходимост от реформиране на системи и модели за управление на висшето образование;
- необходимост от достъпност/ публичност на информацията в областта на висшето образование;
- законност и прозрачност на процедури за развитие и реализиране на различни програми в областта на висшето образование;
- спазване на принципа на субсидираност;
- необходимост от повишаване на качеството на висшето образование;
- необходимост от включване на външна подкрепяща среда – бизнес, институции, НПО
- необходимост от ефективен между институционален диалог и създаване на благоприятна и диалогична информационна среда.

Като примерен модел за разработване и прилагане на Комуникационна стратегия могат да бъдат изведени следните стъпки:

Стъпка 1 – Определяне цел на Стратегията

Един от най-важните аргументи при разработване на Комуникационна стратегия е разглеждането ѝ като инструмент за провеждане на политиката в областта на висшето образование, която подпомага дейностите на институцията/структура, която я реализира.

Определянето на целта на Стратегията би следвало да гарантира, че всички заинтересовани страни/участници са задълбочено проучени и тяхното включване ще допринесе за постигане целта на съответната политика/ идея/ реформа.

Стъпка 2 – Определяне цели на комуникацията:

- повишаване чувствителността към определени теми или програми
- създаване на нагласа за позитивна промяна или необходимост от развитие;
- повишаване информираността за конкретни резултати/рискове от реализирането на промяната;
- информиране за механизми/етапи/действия при реализиране на промяната;
- възможност за социално включване и изграждане на устойчива информационна среда, в която среда е необходимо да се реализира промяна/политика/реформа.

Стъпка 3 – Определяне на общ стратегически подход

Включването на академичния състав за реализиране на определени цели на образователна политика изисква и създаването на условия за реализиране на ефективен механизъм и диалог между участниците. Определянето на общия стратегически подход включва:



- взаимоотношения, базиращи се на взаимно доверие и споделени интереси;
- участие в процеса на вземане на решение;
- подкрепа от институции, бизнес и други организации чрез предоставяне на информация, методологическа помощ или други ресурси;
- ясно дефиниране на участието и разпределението на задачите и отговорностите

Стъпка 4 – Идентифицирани заинтересовани страни и аудитории

С оглед тяхната важност и влияние заинтересованите страни могат да се разделят на различни групи, например – *с ниско влияние и отношение към образователната политика*, т.е. планираните дейности могат да бъдат насочени само към информиране и консултиране или *с висока степен на влияние и значение*, което налага да бъдат планирани дейности за информиране, консултиране, включване в процеса на сътрудничество и упълномощаване.

Основни послания

Основното послание към обществеността и всички заинтересовани страни би следвало да се основава на цели и средства, които са в основата на реализирането на образователна политика. Основните послания подпомагат програмните документи и управленски решения да бъдат разпознаваеми, разбираеми и да ангажират по-широк кръг аудитории с лична позиция и изява на гражданско поведение. Като примерни дейности, свързани с основните послания могат да бъдат посочени:

- популяризиране на философията, целите и задачите на образователната политика/реформа/стратегия;
- стимулиране на открит публичен дебат;
- вътрешно институционален и междуинституционален диалог;
- дни на отворените врати;
- регулярно наблюдение на напредъка при реализацията на образователна политика;
- популяризиране на добри практики.

В заключение може да се каже, че необходимостта от изработване на Комуникационна стратегия е от особено значение, за да се очертае ясно перспективата накъде се отива приемайки един или друг подход за развитието на висшето образование, за да бъдат информирани своевременно заинтересованите страни и особено хората, които утре ще се подложат на предизвикателството да сравняват, какво са научили през няколко годишен престой в университета и какво могат да направят през следващите години с това знание.

Литература:

1. Доклад по ОПАК: Проект „Модел за взаимодействие между структурите на гражданското общество за реализиране на ефективен механизъм за партньорство с местната власт в областта на управление на процеса на децентрализация и оптимизация на образователните институции ”2009.
2. Състояние, проблеми и предизвикателства на висшето образование пред нас – доклад Сборник “Университетска автономия и академична отговорност”, С. 2009.