

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI

Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării

Școala Doctorală de Științe Politice și ale Comunicării

TEZĂ DE DOCTORAT

Rezumat

Doctorand:

Dalit Kiraly

Conducător de doctorat:

Conf.univ.dr Cristina Nistor-Beuran

Cluj-Napoca

2024

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI

Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării

Școala Doctorală de Științe Politice și ale Comunicării

TEZĂ DE DOCTORAT

Rezumat

Strategii de comunicare de criză

Studiu de caz privind sistemul de învățământ primar din Israel

Doctorand:

Dalit Kiraly

Conducător de doctorat:

Conf.univ.dr Cristina Nistor-Beuran

Cluj-Napoca

2024

Cuprins

Abstract.....	1
Cuvinte cheie:	5
Introducere	6
Capitolul 1: Tendințe în comunicare și media în era digitală	11
1.1 Dezvoltarea media	11
1.1.1 Mijloace de comunicare	11
1.1.1.2 Mijloace comunicare new media în comparație cu vechile mijloace de comunicare	15
1.1.1.3 Procesul de dezvoltare a mijloacelor de comunicare	18
1.1.2 Comunicarea de masă în era digitală	20
1.1.2.1 New media	22
1.1.2.2 Definirea new media	22
1.1.2.3 Caracteristici principale ale tehnologiei new media	26
1.1.2.4 New media utilizări și aplicații	29
1.1.3 Social Media	31
1.1.3.1 Definiții și concepte	32
1.1.3.2 Social Media - tipologii și caracteristici	32
1.1.3.3 Rețelele de socializare – caracteristici de consum	35
1.1.3.4 Principalele utilizări ale social media	39
1.1.3.5 Social Media - influențe negative	40
1.1.4 Social Media – principalele tendințe de consum	42
1.1.4.1 Teoria utilizării și gratificării	44
1.1.4.2 Caracteristicile utilizatorilor	45
1.1.4.3 Tendințe și date actualizate	47
1.1.4.4 Valori, încredere și confidențialitate	54

Capitolul 2: Comunicarea de criză în contextul digital.....	55
2.1 Comunicarea de criză – concepte de bază	55
2.2 Comunicarea de criză – aspecte teoretice	56
2.2.1 “Apologia Theory”	57
2.2.2 Teoria restaurării imaginilor	57
2.2.3 Teoria deciziei	57
2.2.4 Teoria atribuirii	58
2.2.5 Teoria situațională în comunicarea de criză (SCCT).....	58
2.2.6 Teoria integrării informațiilor	58
2.2.7 Etapele unei situații de criză	59
2.2.8 Cauzele unei situații de criză	60
2.2.9 Comunicarea în situații de criză de securitate / război	60
2.2.10 Contribuția mass-media la reziliența populației în situații de criză.....	63
2.2.11 Influența comunicării asupra evenimentelor în situații de criză.....	69
2.2.12 Relația cu media-media în timpul unei situații de criză.....	71
2.2.13 Strategii de restaurare a imaginii	74
2.2.14 Situațiile de criză și noile forme de comunicare	77
Capitolul 3: Strategii și practici de comunicare în sistemul de învățământ	83
3.1 Prezentare generală a mijloacelor de comunicare ale școlilor în era digitală.....	83
3.1.2 Utilizarea noilor mijloace de comunicare.....	83
3.1.3 Varietatea canalelor de comunicare cadru didactic – elev.....	86
3.1.4 Colaborarea dintre școală și comunitate	87
3.1.5 Implicarea părinților în era digitală.....	89
3.2 Caracteristicile unei comunicări eficiente (model SUA).....	91
3.2.1 Comunicare eficientă	91
3.2.2 Strategii de comunicare în managementul educațional	94

3.2.3 Identificarea practicilor eficiente de comunicare pentru stimularea implicării părinților în sistemul școlar.....	97
3.2.4 Administrarea școlii în era digitală.....	99
3.2.5 Relațiile părinți/școală dintr-o perspectivă istorică și sociologică	103
3.3 Teorii / abordări cheie în comunicarea în sistemul de învățământ în era digitală	106
3.3.1 Comunicarea cu părinții: strategii pentru profesori	106
3.3.2 Ghid de planificare a comunicării în școli	109
3.3.3 Strategiile de comunicare în școli în Franța.....	111
3.3.4 Comunicarea strategică în școlile publice	114
3.3.5 Transformarea școlii cu ajutorul comunicării digitale.....	116
3.4 Modele de comunicare în sistemul de învățământ primar	119
3.4.1 Comunicarea familie-școală.....	119
3.4.2 Relația potențială dintre părinți și școlile copiilor	122
3.4.3 Abordarea ecologică - rolul liderilor educaționali	125
3.4.4 Tendințe și provocări viitoare în educație - general	128
3.4.5 Strategii de implicare a părinților în școlile publice	133
3.4.6 Tendințe majore și previziuni	135
Capitolul 4: Comunicarea în școală în situații de criză.....	139
4.1 Comunicarea în școală în timpul crizei COVID-19.....	139
4.1.2 Implicațiile situațiilor de criză asupra comunicării școlare	140
4.1.3 Climatul școlar în timpul unei situații de criză	142
4.1.4 Comunicarea dintre profesori și părinți în timpul crizei COVID-19.....	145
4.1.5 Modele de comunicare școlară în situații de criză	147
4.1.6 Modele și caracteristici ale comunicării - aspecte tehnologice.....	151
4.1.7 Modele și caracteristici ale comunicării - aspecte sociale	155
4.1.8 Rezumat	161

Capitolul 5: Metodologia de cercetare	163
5.1 Introducere	163
5.2 Problema de cercetare	163
5.3 Obiectivele cercetării	164
5.4 Obiectivele cercetării	164
5.5 Întrebările de cercetare.....	164
5.6 Ipotezele cercetării	165
5.7 Motivarea alegerii temei de cercetare	165
5.8 Metodele de cercetare	166
5.9 Aspectul sociologic al prezentului studiu/cercetare.....	167
5.10 Eșantionul de analiză	169
5.11 Instrumentele de cercetare	170
5.12 Metoda de colectare a datelor	172
5.13 Etica cercetării	173
5.14 Etapele cercetării.....	173
5.15 Rezultate preconizate	174
5.16 Rezultate pe termen lung	175
Capitolul 6: Rezultatele cercetării.....	176
6.1 Rezultatele cercetării cantitative	176
6.1.2 Metoda de cercetare	176
6.1.3 Eșantionul de analiză	177
6.1.4 Analiza rezultatelor	178
6.1.5 Rezultatele cercetării	179
6.1.6 Analiza factorială	190
6.2 Rezultatele cercetării calitative	194
6.2.1 Introducere	194

6.2.2 Comunicarea în mediul educațional.....	195
6.2.2.1 Comunicarea optimă în mediul educațional	195
6.2.2.2 Roluri si responsabilități în comunicarea optimă.....	195
6.2.2.3 Școala ca liant	195
6.2.2.4 Independența și identificarea de soluții de comunicare	196
6.2.2.5 Dezvoltarea procedurilor de comunicare și promovarea acestora	197
6.2.2.6 Crearea unui limbaj uniform și apropiat	197
6.2.2.7 Municipalitatea ca promotor de politici și sursă de sprijin	198
6.2.2.8 Promovarea politicilor și asigurarea condițiilor fizice în domeniul educației	198
6.2.2.9 Sprijinirea și susținerea școlilor	199
6.2.2.10 Jurnaliștii ca interpreți sau influenceri	200
6.3.1 Caracteristicile comunicării optime	201
6.3.1.2 Cooperare, reciprocitate și transparență.....	201
6.3.1.3 Comunicarea strategică și planificată	202
6.3.1.4 Comunicarea directă și transparentă	202
6.3.1.5 Comunicare empatică, personală și bazată pe încredere.....	203
6.3.1.6 Mesaje clare și targetate corect	204
6.3.1.7 Comunicarea în spațiul profesional	205
6.3.1.8 Disponibilitate și comunicare în timp real	205
6.4 Obiectivele comunicării optime	206
6.4.1 Obiectivele comunicării optime pentru sistemul educațional	206
6.4.2 Depășirea provocărilor.....	207
6.4.3 Promovarea elevilor	207
6.4.4 Obiectivele comunicării optime pentru jurnaliști	208
6.5 Comunicarea de rutină în mediul educațional – caracteristici	208
6.5.1 Comunicarea între școală și părinți	208

6.5.2 Tipuri de conținuturi	209
6.5.3 Mijloace de comunicare	210
6.5.4 Frecvența comunicării.....	211
6.6 Comunicarea dintre reprezentanții școlii și cei ai municipalității	211
6.6.1 Tipuri de conținuturi	212
6.6.2 Mijloace de comunicare	212
6.6.3 Frecvența comunicării.....	213
6.6.4 Comunicarea dintre școală și jurnaliști	214
6.6.5 Tipuri de conținuturi	215
6.6.6 Mijloace de comunicare	216
6.6.7 Frecvența comunicării.....	216
6.7 Comunicarea dintre reprezentanții municipalității și jurnaliști.....	216
6.7.1 Tipuri de conținuturi	217
6.7.2 Mijloace de comunicare	217
6.7.3 Frecvența comunicării.....	218
6.8 Comunicarea dintre reprezentanții municipalității și comunitate	218
6.8.1 Tipuri de conținuturi	218
6.8.2 Mijloace de comunicare	219
6.8.3 Frecvența comunicării.....	220
6.9 Provocări ale comunicării de rutină în mediul educațional	220
6.9.1 Provocări legate de mediu.....	220
6.9.2 Provocări legate de publicul țintă	221
6.9.3 Provocări legate de sistem,	222
6.10 Comunicare în mediul educațional în situațiile de criză.....	223
6.10.1 Comunicarea optimă în mediul educațional în situațiile de criză.....	223
6.10.2 Roluri și responsabilități	223

6.10.3 Școala ca agent de mediere și de implementare.....	223
6.10.4 Municipality ca reprezentant al politicilor Ministerului Educației.....	224
6.10.5 Jurnaliștii - reporteri de încredere.....	225
6.10.6 Caracteristicile comunicării optime în situațiile de criză.....	226
6.10.7 Caracteristici repetitive în rutină și în situațiile de criză.....	226
6.10.8 Caracteristici specifice situațiilor de criză.....	229
6.11 Comunicarea în mediul educațional în timpul COVID-19 - caracteristici.....	231
6.11.1 Comunicarea dintre municipalitate și Ministerul Educației.....	231
6.11.2 Comunicarea dintre municipalitate și școală.....	232
6.11.3 Comunicarea dintre municipalitate și comunitate.....	233
6.11.4 Comunicarea dintre municipalitate, școală și jurnaliști.....	234
6.11.5 Comunicarea dintre școală și comunitate.....	236
6.12 Provocările comunicării în mediul educațional în timpul COVID-19.....	238
6.12.1 Provocările din perspectiva municipalității.....	238
6.12.2 Provocările din perspectiva școlii.....	239
6.12.3 Provocările din perspectiva jurnaliștilor.....	241
6.13 Oportunități de comunicare în mediul educațional în cadrul COVID-19.....	242
Capitolul 7: Concluzii și discuții.....	244
7.1 Întrebări de cercetare.....	247
7.2 Rezumat și recomandări.....	254
7.3 Concluzii.....	265
7.4 Recomandările cercetării pentru mediul școlar.....	267
7.5 Validarea ipotezelor de cercetare.....	271
7.6 Recomandări pentru cercetări viitoare.....	273
7.7 Limitările cercetării.....	274
Bibliografie.....	276

Anexe.....	308
Chestionar privind climatul școlar - 3.3.2021.....	309
Chestionar pentru managerii din educație	317
Chestionar privind modalitățile de comunicare a școlii cu părinții	324
Chestionar pentru reprezentanții autorităților locale	329
Chestionar privind modalitățile de comunicare a managerilor din educație cu părinții	335
Chestionar privind comunicarea școală - părinți	340
Chestionar pentru părinți pentru perioada de învățământ la distanță (online).....	345
Chestionar pentru organizațiile media naționale și locale care acoperă mediativ domeniul educației	349

Lista de figuri

Lista de tabele

Gestionarea unei situații de criză a devenit una din cele mai complexe și esențiale provocări în actuala paradigmă a comunicării digitale în care informația online ajunge la diferitele categorii de public extrem de rapid. Această teză analizează strategiile de comunicare din sistemul de învățământ primar în timpul unei situații de criză, cu un studiu de caz pe sistemul școlar din Israel, cu scopul principal de a identifica strategii de comunicare eficiente și de a formula recomandări de strategii pentru o comunicare optimă a școlii în timpul unei crize.

În general, mediul educațional se confruntă cu o varietate de situații de criză care apar în comunitate sau chiar la școală. Situații de criză personale ale elevilor, ale membrilor personalului, ale familiilor etc., precum și situații de criză la nivel național, care afectează școala, cum ar fi crizele de securitate care, în cazul Israelului, se pot întinde pe o perioadă mai lungă de timp, și care, uneori, se pot transforma într-o situație de criză la nivel național. Alături de provocările cu care se confruntă școlile în situații obișnuite, pandemia provocată de coronavirus a creat o realitate nouă, necunoscută. O realitate a unei crize continue cu care se confruntă toate școlile din lume, în principal în domeniul învățământului la distanță, al managementului

personalului, al elevilor și părinților, al canalelor de comunicare digitală și al funcționării sistemului de învățare și predare în diferitele canale online.

Acest studiu își propune să ofere recomandări pentru punerea în aplicare a strategiilor care vor ajuta școlile să își gestioneze eficient comunicarea în situații de criză, oferind astfel administrației școlare și membrilor personalului instrumente care vor permite utilizarea optimă a canalelor de comunicare cu diferitele părți interesate.

Scopurile cercetării sunt:

1. Să analizeze mijloacele de comunicare pe care școlile le utilizează într-o situație de rutină și în timpul unei situații de criză.

2. Să analizeze tipurile de mesaje/conținut transmise de școli prin diversele canale de comunicare într-o situație de rutină și în timpul unei situații de criză.

3. Să analizeze calitatea comunicării între școli și între părțile într-o situație de rutină și în timpul unei situații de criză.

4. Să culeagă informații privind atitudinile, ideile și aspirațiile referitoare la realizarea comunicării optime a școlilor în perioade de criză în rândul diverselor părți interesate. Întrebările de cercetare se bazează pe obiectivele cercetării.

Obiectivele cercetării:

- Analizarea mijloacelor de comunicare pe care le utilizează școlile, în situații de rutină și de criză
- Analizarea tipurilor de mesaje/conținuturi transmise de școli prin diferite mijloace de comunicare, în situații de rutină și de criză
- Analizarea calității comunicării între școli și părțile interesate, în situații de rutină și de criză
- Culegerea de informații privind atitudinile, ideile și aspirațiile referitoare la realizarea comunicării optime a școlii în rândul diverselor părți interesate, în situații obișnuite și în criză

Literatura de specialitate: Comunicarea în sistemul de învățământ primar în era digitală

Coombs & Holladay, (2010) susțin că nu există încă o singură definiție acceptată a termenului de criză, dar că există mai multe definiții. Definiția oferită de

Coombs pentru o situație de criză este: „risc semnificativ cu potențial de consecințe negative și dăunătoare dacă nu este tratat corespunzător” (Coombs, 2007), conform acestuia criza incluzând trei tipuri de risc inter-relaționate: amenințarea la adresa liniștii publice, pierderi financiare și daune la adresa reputației. Pe lângă daunele aduse reputației, respectiv imaginii și credibilității, unele crize pot provoca dezastre și pierderi de vieți omenești (Coombs, 2007).

Social media poate influența reacția societății la criză prin optimizarea distribuției de informații (Soden & Palen, 2018) și prin monitorizarea și analiza datelor (Stieglitz et al, 2018), toate acestea permițând planificarea activității și a răspunsului și făcând ca social media să aibă o reacție mai eficientă în situații de criză (Bruns & Burgess, 2014; Ehnis & Bunker, 2012).

Raportul UNICEF (2021) oferă principii cheie pentru stabilirea unei comunicări eficiente și implicarea elevilor și a părinților în comunicarea școlară în situații de criză. Aceste principii includ: (a) stabilirea încrederii prin menținerea transparenței, informarea părinților cu privire la situație, programele de învățare, infrastructura școlară, activitățile medicale și comunitare; (b) încurajarea participării la mediul de învățare. Crearea unor canale de comunicare variate și alternative cu membrii familiei în spațiul școlar; (c) includerea și generalizarea varietății de opinii, atitudini și perspective cu privire la situația și la modul de abordare a școlii; (d) respectarea termenelor este esențială pentru o acțiune corectă, rapidă și eficientă; (e) coerența comunicării pe toate platformele.

- În ultimii ani, odată cu dezvoltarea tehnologiilor digitale și a internetului, utilizarea de noi canale de comunicare între școli se dezvoltă și cuprinde e-mail, rețele sociale, mesaje instantanee, sisteme și platforme instituționale de informare și comunicare, smartphone-uri etc.
- Capacitatea de a conecta familia și școala, cu ajutorul noilor tehnologii digitale, oferă multe oportunități noi de dezvoltare a unei comunicări eficiente cu părinții, dincolo de formatele tradiționale.
- Statisticile indică stabilirea unei relații directe între reușita la învățătură și implicarea și susținerea părinților în activitatea copilului lor. Studiile arată că utilizarea comunicării bazate pe tehnologie îi poate ajuta pe părinți să rămână

informații și să se implice în viața copiilor lor, ceea ce duce la îmbunătățirea performanțelor elevilor.

- Website-urile școlilor sunt folosite pentru a transmite o mare varietate de informații școlare, ceea ce face ca școala să fie accesibilă elevilor, părinților și comunității și consolidează relația dintre profesori și elevi și viceversa.
- Puterea social media se bazează pe capacitatea de a implica toate părțile interesate într-o comunicare bidirecțională. Platforme precum Instagram, Twitter, Google+ și YouTube ne permit să împărtășim informații despre activitățile școlare mai frecvent și cu mai multă acuratețe și să oferim actualizări în timp real. Utilizarea social media poate duce la îmbunătățirea imaginii publice a școlii, a legăturilor cu comunitatea și a procesului de învățare.

Modele de comunicare școlară în timpul unei situații de criză și dezvoltarea rezilienței

- Studiile demonstrează că stresul care rezultă dintr-o situație de criză duce la multe dificultăți în climatul școlar. De asemenea, crizele dăunează proceselor de comunicare ale școlilor, atât la nivel individual cu elevii, cât și la nivelul unității de clasă și la nivelul școlii cu comunitatea mai largă și cu factorii externi.
- Aplicarea unui model educațional bazat pe piramida nevoilor lui Maslow. Potrivit acestuia, un proces gradual pe termen lung de stabilire a nevoilor elevilor, profesorilor și părinților duce la un climat școlar pozitiv. Stabilirea nevoilor variază de la nivelul fizic, trecând prin securitate până la nevoile emoționale, cum ar fi crearea respectului de sine. Pentru aceasta, este necesară o mobilizare a implicării comunității. Modelele bazate pe această abordare creează intervenții care se concentrează pe consolidarea legăturilor sociale.
- Organizațiile și autoritățile ar trebui să asigure acest lucru lucrând cu comunitatea. În situații de criză, acest lucru contribuie la construirea rezilienței comunității.
- Într-o perioadă premergătoare crizei, managementul crizelor necesită strategii de atenuare și prevenire și strategii de pregătire.

Designul cercetării

Acest studiu utilizează două metode de cercetare: cercetarea calitativă și cercetarea cantitativă. În cadrul cercetării calitative, au fost realizate interviuri aprofundate semistructurate cu trei populații de cercetare care reflectă mediul părților interesate (stakeholders), inclusiv 12 persoane în funcții de conducere în cadrul Ministerului Educației și al autorităților locale (cu accent pe departamentele de educație); 12 jurnaliști în domeniul educației din diverse organizații media și 15 directori de școli.

Întrebarea de cercetare principală

Care sunt cele mai eficiente strategii pentru o comunicare optimă în școli în timpul unei situații de criză?

Întrebările de cercetare:

- Cum comunică școala cu elevii, părinții, cu personalul din instituția de învățământ, cu autoritățile locale, cu Ministerul Educației și cu mass-media?
- Care sunt conținuturile transmise pe fiecare canal de comunicare într-o situație de rutină și în timpul unei situații de criză?
- Cât de mulțumite sunt părțile interesate din comunicarea școlară într-o situație de rutină și în timpul situațiilor de criză?
- Care este comunicarea școlară optimă într-o situație de rutină și în timpul unei situații de criză?

Colectarea datelor se bazează pe principalii “stakeholders” ai școlii:

- a. Comunitatea școlii – părinți și elevi
- b. Personalul educațional – profesori și directori de școli
- c. Autoritatea locală – directori departamente de educație, primar
- d. Ministerul Educației – factori de decizie, purtător de cuvânt al Ministerului Educației
- e. Media – comunicare –jurnaliști

Ipotezele cercetării:

- Școlile vor folosi mai multe canale digitale pentru a comunica în timpul unei situații de criză decât într-o situație obișnuită.

- În timpul unei situații de criză școlile vor transmite și vor primi mai multe mesaje legate de actualizările informațiilor, statutul elevilor și conținutul educațional pe canalele digitale aflate în criză decât în rutină.
- Calitatea comunicării în situațiile de criză depinde de legătura existentă și din etapa de pre-criză dintre școală și comunitate.
- Comunicarea optimă a școlii în timpul unei situații de criză va fi definită ca abordarea așteptărilor și nevoilor tuturor părților interesate (stakeholders).

Metode de cercetare:

Cercetarea folosește două metode principale de cercetare: cercetarea cantitativă și cercetarea calitativă, care au scopul de a oferi o înțelegere cuprinzătoare a întrebărilor de cercetare.

Cercetarea cantitativă: include utilizarea de sondaje și chestionare pentru directorii de școli, elevi, părinți și profesori.

Cercetarea calitativă: include interviuri cu directori de școli, primari, manageri de departamente de educație, purtători de cuvânt ai Ministerului Educației, educație.

Instrumentele de cercetare:

Chestionare/Sondaje: chestionare adaptate fiecărei categorii de respondenți din eșantion

Interviuri personale: adaptate fiecărei categorii de respondenți din eșantion

Formularea chestionarului: s-a bazat pe adaptarea unor modele de chestionare din sondaje și cercetări similare care au examinat comunicarea școlară, relațiile părinți-școală și definițiile comunicării optime.

Formularea chestionarului elevilor – formulat pe baza chestionarului privind climatul școlar distribuit de Ministerul Educației din Israel.

Pentru a confirma ipotezele cercetării, am utilizat metode combinate:

Caracterizarea mijloacelor de comunicare: metoda combinată – chestionare cantitative și calitative 1,2,3,4,5,6,7,8,9.

Caracterizarea mesajelor: metoda combinată – chestionare cantitative și calitative 1,2,3,4,5,6.

Calitatea comunicării: metoda combinată – chestionare cantitative și calitative 1,2,3,4,5,6.

Comunicare optimă: cercetare calitativă – chestionare 6,7,8,9,10,11,12

Metoda de colectare a datelor:

Chestionare pentru părinți și directori de școli – chestionarele au fost distribuite în format Google Forms prin mijloace digitale.

Interviurile personale au fost realizate în întâlniri personale, apeluri telefonice sau apeluri video WhatsApp către directori de școli, directori de departamente de educație, primari, miniștri ai educației, purtători de cuvânt ai Ministerului Educației și jurnaliști.

Etapele cercetării:

Etapa 1: cercetare-pilot pentru părinți – distribuirea unui chestionar pilot către părinți cu privire la comunicarea cu școala. Scopul cercetării este de a obține informații preliminare de la părinți și de a îmbunătăți chestionarele de cercetare.

Etapa 2: distribuirea și colectarea chestionarelor - distribuirea și colectarea chestionarelor către părinți, profesori, directori de școală.

Etapa 3: interviuri personale - interviuri personale ale directorilor de școli, directorilor de departamente de învățământ ale autorităților locale, primarilor, inspectorului raional (Ministerul Educației), reporterilor și jurnaliștilor din canalele de știri.

Etapa 4: analiza datelor statistice și calitative – analiza statistică a chestionarelor și analiza calitativă a interviurilor personale ale părților interesate.

Etapa 5: formularea constatărilor – formularea și analizarea constatărilor.

Instrumentele utilizate pentru analiza statistică:

Statistici descriptive, diagramă circulară, histogramă, grafice cu bare, Analiza varianței (ANOVA) etc.

Rezultate preconizate:

- a. Înțelegerea canalelor de comunicare folosite de școli în situații de criză.
- b. Definirea așteptărilor și nevoilor de comunicare ale părinților, elevilor și personalului școlii.
- c. Caracterizarea dificultăților și provocărilor pe care părinții, elevii, personalul școlii și directorii le au în timpul unei situații de criză.
- d. Principii de creare a comunicării optime a școlii în situații de criză.

Principalele provocări în mediul educațional

- Provocări legate de comunicare – Caracteristicile rețelelor sociale. Cadrelor didactice le lipsește înțelegerea deplină și abilitățile necesare pentru a folosi comunicarea digitală.
- Implicarea scăzută a părinților.
- Stabilirea unei comunicări strânse între diferitele categorii de populații din școală.
- Implicarea și cooperarea dintre profesori și părinți.
- Provocări legate de sistem: Lipsa comunicării directe cu directorii.

Principalele provocări ale autorităților locale:

- Lipsa comunicării directe și periodică cu Ministerul Educației determină o lipsă de informații care dăunează capacității de a face față crizei la nivel local. În plus, aceste deficiențe provoacă zvonuri și dificultăți în planificare.
- Gestionarea acoperirii mediatice
- Dificultate în pregătirea infrastructurii tehnologice pentru comunicarea între școli.
- Lipsa de experiență și lipsa de pregătire pentru gestionarea crizelor.

Provocările mass-media în timpul situațiilor de criză:

- Mediul concurențial în sfera publică de comunicare mediatică – jurnalistul lucrează într-un cadru comercial, iar presiunea de a publica rapid articole originale care să atragă rating, înaintea altor platforme media, poate duce la unele erori în acoperirea mediatică

- Activitatea jurnalistică în condiții noi și diferite – pandemia a impus jurnalistului să aloce mai mult timp documentării și să consulte un volum mult mai mare de informații, respectiv să consulte mult mai multe surse decât în mod obișnuit

Odată cu aceste provocări, criza a oferit noi oportunități de comunicare în spațiul educațional, atât tehnologic, cât și pedagogic:

- Tehnologii educaționale avansate și eficiente adaptate nevoilor școlare. Se pare că intervievații percep că aceste oportunități sunt benefice atât pentru elevi, cât și pentru profesori, deoarece o mai bună înțelegere a predării online îi poate dezvolta.
- Tehnologii care permit îmbunătățirea, eficientizarea și aprofundarea calității comunicării. Deci, pe de o parte, comunicarea directă școală-comunitate poate fi stabilită și îmbunătățită, iar pe de altă parte, implicarea părinților crește.

Principalele provocări ale administrației școlare în timpul situațiilor de criză:

- La nivel tehnologic – directorii s-au ocupat de provocările tehnologice ale învățământului la distanță. Cerința de *e-learning* a dezvăluit lipsa unor abilități a profesorilor care au afectat calitatea studiului și au creat decalaje între școli.
- La nivel bugetar – planificare și comunicare operațională necesită bugete desemnate în criză. Fără bursuci, directorii nu vor putea să rezolve unele dintre problemele cu care se confruntă și să-și îmbunătățească comunicarea cu comunitatea.
- La nivel interpersonal – percepția generală a directorilor este că lipsa întâlnirilor interpersonale de tip față în față dăunează creativității, cooperării și realizării comunicării optime.

Provocările din perspectiva părinților:

- Probleme privind accesul la internet – mijloace și defecțiuni în rețea.
- Confruntarea cu frustrările și anxietățile copiilor. Dificultăți de concentrare a elevilor. Dificultatea părinților de a „împărți” sarcinile.
- Lipsa de experiență a profesorilor în învățământul la distanță.
- Probleme privind învățământul la distanță.

Oportunități de comunicare în sfera educațională în perioada COVID-19

- Dezvoltarea de tehnologii educaționale avansate, eficiente și personalizate.
- Dezvoltarea de tehnologii care îmbunătățesc, optimizează și aprofundează calitatea comunicării între diferiții actori.
- Dezvoltarea creativității și a capacității de a gestiona situațiile de criză.
- Consolidarea relațiilor interpersonale *elev-părinți-cadre didactice*.

Confirmarea ipotezelor cercetării:

- Școlile utilizează mai multe canale digitale pentru a comunica în situațiile de criză decât într-o situație obișnuită.

Ipoteza a fost verificată: Canale de comunicare - întâlniri online (zoom), e-mailuri, WhatsApp și telefon.

- În timpul unei situații de criză școlile vor transmite și vor primi mai multe mesaje legate de actualizările informațiilor, statutul elevilor și conținutul educațional pe canalele digitale aflate în criză decât în rutină.

Ipoteza a fost verificată: Conținuturile - mesaje relaxante pentru consolidarea rezilienței, pregătirile administrative, rezolvarea problemelor operaționale ale învățământului la distanță, adaptarea metodelor de predare și a curriculei.

- Calitatea comunicării în situațiile de criză depinde de legătura existentă și din etapa de pre-criză dintre școală și comunitate.

Ipoteza a fost verificată: Cu cât comunicarea anterioară a fost mai eficientă, cu atât criza a fost percepută ca un eveniment care putea fi gestionat într-un mod mai eficient.

- Comunicarea optimă a școlii în timpul unei situații de criză va fi definită ca abordarea așteptărilor și nevoilor tuturor părților interesate (stakeholders).

Ipoteza a fost verificată: Școlile care au raportat că au gestionat mai bine situațiile de criză au fost cele în care directorul a primit sprijin din partea Ministerului Educației, a autorităților locale; profesorii au primit instrumentele necesare, elevii au primit sprijin, părinții au primit informațiile necesare, iar mass-media a comunicat mesajele în mod transparent și clar.

Puncte cheie ale cercetării:

- Scopul cercetării este de a examina modul în care școlile primare (din Israel) comunică în situații de criză cu toate părțile interesate (stakeholders).
- Obiectivul cercetării este definirea unei strategii de comunicare optimă în școlile primare aflate în situații de criză.
- Criza COVID-19 a fost selectată ca studiu de caz în cercetare.
- Constatările actuale ale cercetării indică faptul că în timpul crizelor precum pandemia de COVID-19, comunicarea școlară este cheia dezvoltării și menținerii unei relații eficiente și de încredere între elevi, părinți și profesori.
- Comunicarea optimă a școlii este aceea care răspunde nevoilor și așteptărilor tuturor părților interesate și permite comunității școlare să facă față crizei și consecințelor acesteia.

Strategii cheie de comunicare în situații de criză pentru școli:

Într-o situație obișnuită (înainte de criză):

- 1- Directorul trebuie să înțeleagă rolul său central în gestionarea comunicării școlare și în conturarea comportamentului școlii cu toate părțile interesate.
- 2- Construirea, dezvoltarea și cultivarea unui climat școlar bun, bazat pe deschidere, încredere și cooperare cu toate părțile interesate, în situațiile obișnuite (mod de rutină)
- 3- Dezvoltarea și pregătirea personalului didactic pentru a putea face față provocărilor.

În timpul situației de criză:

- 4- La începutul crizei, identificarea nevoilor și dificultăților școlii, profesorilor, elevilor și părinților, pentru funcționarea optimă în criză.
- 5- Construirea, împreună cu echipa de conducere a școlii, a unui program clar de intervenție în funcție de diferitele nevoi identificate.
- 6- Monitorizarea și controlarea continua a programului de intervenție și perfecționarea acestuia în conformitate cu nevoile în schimbare ale tuturor părților relevante.

7- Construirea unei „rutine de urgență” - întâlniri și activități regulate (în Zoom, dacă față în față este imposibil) cu personalul școlii, cu părinții și cu elevii, pentru schimbul de informații și, de asemenea, pentru o abordare comună - pentru a crea un sentiment de coeziune și consolidare, pentru a dezvolta sentimentul de reziliență.

8- Menținerea unui dialog continuu al echipei de management cu toți actorii implicați

9- Păstrați un limbaj uniform și transmiteți mesaje uniforme ale tuturor entităților școlare.

10- Flexibilitate și creativitate în raport cu nevoile diferite de comunicare ale actorilor implicați în respective situație de criză

Recomandări pentru cercetări viitoare

Pentru a dezvolta modelul de comunicare al școlilor în timpul unei crize, cercetările viitoare pot explora aspect precum următoarele:

1- Testarea efectului diferitelor canale media asupra nivelului de implicare a părinților în activitățile școlare.

2- Să verifice dacă a existat o schimbare în percepția cadrelor didactice și a părinților cu privire la rolul și responsabilitatea lor în procesul educațional, în urma unor situații de criză.

3- Efectuarea unei analize comparative între utilizarea mijloacelor tradiționale de comunicare și utilizarea noilor mijloace în timpul unor situații de criză. Preferă vreuna dintre părțile interesate vreoa anumită măsură și, dacă da, aceasta depinde de subiect sau de context?

4- Care sunt avantajele și dezavantajele utilizării noilor canale de comunicare?

5- În ce măsură utilizarea noilor canale de comunicare modelează un nou model de comunicare școlară sau păstrează modelul existent.

6 - Care vor fi caracteristicile relațiilor de comunicare dintre cadru didactic și părinte în era digitală?

7 - Cercetarea s-a referit la sistemul de învățământ primar, se recomandă și cercetarea unor niveluri de studii suplimentare: grădinițe, mediul gimnazial.

Limitele cercetării:

1- Populația de elevi, profesori și părinți care au participat la studiu provenea dintr-o singură școală cu caracteristici socio-economice ridicate și accesibilitate ridicată la resursele tehnologice. Cercetarea poate fi extinsă și la nivelul altor școli, cu o populație diferită la în ceea ce privește nivelul socio-economice, accesul la resurse tehnologice, pentru a examina și impactul diversității asupra rezultatelor cercetării.

2- Climatul școlar din școala care a fost analizată este unul pozitiv și cadrele didactice lucrează în deplină cooperare, iar acest fapt poate afecta rezultatele cercetării. Cercetarea poate fi extinsă și la nivelul altor școli pentru a verifica dacă rezultatele cercetării se schimbă.

3- O altă limitare se referă la modul în care sunt colectate informațiile. Întrucât unele dintre instrumentele de cercetare sunt chestionare de tip închis, libertatea respondenților este limitată și aceștia trebuie să răspundă în funcție de răspunsurile care le sunt prezentate (scalarea răspunsurilor). În cazul unor întrebări deschise, s-ar putea primi informații diferite.

4- Cercetarea a fost efectuată în timpul pandemiei. Cercetarea poate fi extinsă pentru a studia și impactul acestei crize pe termen lung.

Bibliografie (selecție):

Aceasta este o selecție a resurselor bibliografice consultate în timpul cercetării acestei teze care include peste 500 de titluri:

1. Adams, K.S., & Christenson, S.L. (2000). *Trust and the family-school relationship: Examination of parent-teacher differences in elementary and secondary grades*. *Journal of School Psychology*, 38(5), 477-497
2. Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). *Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215-222.
3. Akram, W., & Kumar, R. (2017). *A study on positive and negative effects of social media on society*. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351-354.

4. Alalwan, A. A., Rana, N. P., Algharabat, R., & Tarhini, A. (2016, September). *A systematic review of extant literature in social media in the marketing perspective*. Conference on e-Business, e-Services and e-Society (pp. 79-89). Springer, Cham.
5. Alhabash, S., & Ma, M. (2017). *A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students?* *Social media + society*, 3(1), 2056305117691544.
6. Apuke, O.D. & Tunca, E A. (2018). *Social media and crisis management: a review and analysis of existing studies*. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), 199-215. <https://dergipark.org.tr/en/pub/euljss/issue/42553/512874>
7. Argenti, P. A. (2006). *How technology has influenced the field of corporate communication*. *Journal of Business and Technical Communication*, 20(3), 357–370
8. Balica, M. (2020). *Why wellbeing matters during a time of crisis*. International Baccalaureate Organization.
9. Bojović, Ž., Bojović, P. D., Vujošević, D., & Šuh, J. (2020). *Education in times of crisis: Rapid transition to distance learning*. *Computer Applications in Engineering Education*, 28(6), 1467-1489.
10. Bonal, X., & González, S. (2020). *The impact of lockdown on the learning gap: family and school divisions in times of crisis*. *International Review of Education*, 66(5), 635-655.
11. Bonsu, N. O., Bervell, B., Armah, J. K., Aheto, S.P.K. & Arkorful, V. (2021). *WhatsApp use in teaching and learning during COVID-19 pandemic period: investigating the initial attitudes and acceptance of students*. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 6362. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/6362>
12. Bowden-Green, T., Hinds, J., & Joinson, A. (2021). *Understanding neuroticism and social media: A systematic review*. *Personality and Individual Differences*, 168, 110344.
13. Bunker, D., Stieglitz, S., Ehnis, C. & Sleigh, A. (2019, June 21-22). *Bright ICT: Social media analytics for society and crisis management*. In: International working conference on transfer and diffusion of IT, Accra, Ghana, pp. 536–552. Cham: Springer International Publishing.

14. Brancaccio-Taras, L., Mawn, M. V., Premo, J., & Ramachandran, R. (2021). *Teaching in a time of crisis: editorial perspectives on adjusting STEM education to the “new normal” during the COVID-19 pandemic*. *Journal of microbiology & biology education*, 22(1), ev22i1-2679. <https://doi.org/10.1128/jmbe.v22i1.2679>
15. Cahapay, M. B. (2021). *Involvement of parents in remote learning of children amid COVID-19 crisis in the Philippines: A transcendental phenomenology*. *International Journal of Sociology of Education*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3825316>
16. Ceci, L. (2021, July 12). *YouTube- Statistics & Facts*. Statista. <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/#dossierKeyfigures>
17. Ceci, L., (2021, December 16). *Average daily time spent by users worldwide on social media apps from October 2020 to March 2021, by gender*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1272876/worldwide-social-apps-time-spent-daily-gender/>
18. Clausen, J. M., Bunte, B., & Robertson, E. T. (2020). *Professional development to improve communication and reduce the homework gap in grades 7-12 during COVID-19 transition to remote learning*. *Journal of Technology and Teacher Education*, 28(2), 443-451.
19. Clifford, M. A., & Cogshall, J. G. (2021). *Evolution of the principalship: Leaders explain how the profession is changing through a most difficult year*. American Institutes For Research. https://www.npbea.org/wp-content/uploads/2021/12/05073.001.01-21-16335-03-ADVANCE-NAESP-Evolution-of-Principalship_Brief-2.pdf
20. Coombs, W. T. (2017). *Revising situational crisis communication theory: The influences of social media on crisis communication theory and practice*. In *Social media and crisis communication* (pp. 21-37). Routledge.
21. Coombs, W. T. & Holladay, S. (Eds.) (2010). *The Handbook of Crisis Communication*. Wiley- Blackwell.
22. Coombs, W. T. & Holladay, J.S. (2012). *The paracrisis: The challenges created by publicly managing crisis prevention*. *Public Relations Review*, 38(3), 408-415 10.1016/j.pubrev.2012.04.004

23. Cooper, H.M., Lindsay, J.J., & Nye, B. (2000). Homework in the home: How student, family, & parenting-style differences relate to the homework process. *Contemporary educational psychology*, 25(4), 464-87
24. Da'as, R., Qadach, M. & Schechter, C. (2021). *School management during COVID-19 period: a comparative study between Arab and Jewish society - perceptions of administrators, self-efficacy, challenges and opportunities*. Office of the Chief Scientist at the Ministry of Education. <https://meyda.education.gov.il/files/LishcatMadaan/CovidResearch/Final-report-daas-kadach-shechter.pdf>
25. Datareportal. (2021, October). *Global social media stats*. <https://datareportal.com/social-media-users>
26. Eriksson, M. (2018) *Lessons for crisis communication on social media: a systematic review of what research tells the practice*. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 526-551. 10.1080/1553118X.2018.1510405
27. Eriksson, M., & Olsson, E.-K. (2016). *Facebook and Twitter in crisis communication: A comparative study of crisis communication professionals and citizens*. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 24(4), 198-208. 10.1111/jccm. 2016.24
28. Fisher, M., & Crawford, B. (2020). *From school of crisis to distinguished*. *The Rural Educator*, 41(1), 8-19.
29. Hartley, J. (2019). *Communication, cultural and media studies: The key concepts*. Routledge.
30. Hepburn, S. (2021, November 11). *School communication rises to the COVID challenge in 2021 – but what will the future bring?* Education executive. <https://edexec.co.uk/school-communication-rises-to-the-covid-challenge-in-2021-but-what-will-the-future-bring-2/>
31. Phua, J., Jin, S. V., & Kim, J. J. (2017). *Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat*. *Computers in human behavior*, 72, 115-122.
32. Sweetser, K. D. & Metzgar, E. (2007). *Communicating during the crisis: use of blogs as a relationship management tool*. *Public Relations Review*, 33(3), 340- 342.

33. Ulmer, R., Sellnow, T. & Seeger, M. (2007). *Effective crisis communication: moving from crisis to opportunity*. Sage.
34. United Nations Children's Fund (UNICEF). (2021). *Guidance for school administrators to communicate with students, parents, caregivers and teachers: Schooling in time of COVID-19*.
<https://www.unicef.org/eca/media/18816/file/Guidance%20for%20school%20administrators%20to%20communicate%20with%20students,%20parents,%20caregivers%20and%20teachers.pdf>
35. Zhao, L. (2021). *The impact of social media use types and social media addiction on subjective well-being of college students: A comparative analysis of addicted and non-addicted students*. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100122