

**LIETUVOS MUZIEJŲ ASOCIACIJOS KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA
2017–2020 M.**

I. BENDROSIOS NUOSTATOS

1. Lietuvos muziejų asociacijos (toliau – LMA) komunikacijos strategija (toliau – Strategija) – tai komunikacijos gairės, apimančios laikotarpį nuo 2017 m. iki 2020 m.

2. Šios Strategijos siekis – apibrėžti LMA komunikacijos modelį, kuris užtikrintų išorės ir vidaus komunikacijos plėtrą, siekiant asociacijos įstatuose nustatytų tikslų ir uždavinių bei įgyvendinant Lietuvos Respublikos asociacijų, Muziejų, Visuomenės informavimo įstatymų, kitų teisės aktų nuostatas.

II. KOMUNIKACIJOS PRINCIPAI

3. LMA komunikacijos principai:

3.1. efektyvumas – operatyvus informacijos pateikimas, pozityvaus įvaizdžio formavimas taikant modernias komunikacijos technologijas;

3.2. aktyvumas – aktyvi pozicija, iniciatyvumas komunikuojant su visomis tikslinėmis grupėmis;

3.3. profesionalumas – kompetencijos, gebėjimai, atsakomybė dėl sklaidžiamos informacijos;

3.4. aiškumas – aiškaus turinio informacijos sklaida;

3.5. partnerystė – pagarbus bendradarbiavimas, paremtas bendrų interesų identifikavimu;

3.6. kultūrinis sąmoningumas – atsakingas komunikavimas kalba, kuri leistų skleisti informaciją tiek lokaliaje, tiek globalioje erdvėje;

3.7. grįžtamasis ryšys – domėjimasis reakcija į komunikacijos veiklas ir formuojamą institucijos įvaizdį.

III. PAGRINDINIS ILGALAIKIS STRATEGINIS KOMUNIKACIJOS TIKSLAS

4. LMA komunikacijos ilgalaikis strateginis tikslas – operuojant komunikaciniu kompleksu formuoti suvokimą apie LMA ir jos tikslus –telkti muziejus bendrai veiklai, organizuoti ir skatinti muziejų ir muziejininkų bendradarbiavimą bei savitarpio paramą.

IV. PRIORITETINĖS KOMUNIKACIJOS SRITYS

5. Prioritetinės LMA komunikacijos sritys yra:

5.1. išorės komunikacija;

5.2. vidaus komunikacija.

V. TIKSLINĖS GRUPĖS PRIORITETINĖSE KOMUNIKACIJOS SRITYSE

6. LMA išorės komunikacijos tikslinės grupės:

6.1. muziejai-partneriai;

6.2. kultūros institucijos;

6.3. švietimo institucijos;

6.4. rėmėjai;

6.5. žiniasklaida;

6.6. plačioji visuomenė.

7. LMA vidaus komunikacijos tikslinės grupės:

7.1. LMA valdyba ir sekcijų vadovai;

7.2. muziejų vadovai;

7.2. muziejų darbuotojai.

VI. ILGALAIKIAI STRATEGINIAI TIKSLAI PRIORITETINĖSE KOMUNIKACIJOS SRITYSE

8. Ilgalaikiai strateginiai tikslai prioritetinėse LMA komunikacijos srityse:

8.1. išorės komunikacijos srityje – teikti visuomenei informaciją apie LMA, jos veiklas ir narius;

8.2. vidaus komunikacijos srityje – telkti ir skatinti muziejinę bendruomenę LMA tikslams įgyvendinti, pozityvios informacijos apie LMA veiklas ir muziejus sklaidai;

8.3. papildomi tikslai abiejose prioritetinėse srityse:

8.3.1. stiprinti supratimą apie tai, kad LMA skėtiniu principu atstovauja visiems muziejams nariams;

8.3.2. plačiai pristatyti LMA ir muziejų vykdomus kultūrinius, edukacinius, pažintinius ir kt. projektus;

8.3.3. aktualizuoti LMA kartu su visa muziejine bendruomene kuriamą pridėtinę kultūrinę ir intelektualinę vertę, prisidedančią prie šalies ir visuomenės gerovės.

VII. UŽDAVINIAI IŠORĖS KOMUNIKACIJOS SRITYJE

9. Uždaviniai išorės komunikacijos srityje:

9.1. informuoti apie veiklą, pasiekimus ir kt.;

9.2. aktualinti meno, kultūros ir technikos paveldo pažinimą;

9.3. stiprinti istorinę savimonę, puoselėti tautines vertybes;

9.4. išnaudoti įvairius komunikacijos įrankius ir formas.

VIII. UŽDAVINIAI VIDAUS KOMUNIKACIJOS SRITYJE

10. Uždaviniai vidaus komunikacijos srityje:

10.1. informuoti apie LMA strateginius tikslus, veiklą, naudą, pasiekimus;

10.2. teikti reikiamas konsultacijas bei patarimus;

10.3. telkti bendrai veiklai.

IX. UŽDAVINIAI ABIEJOSE PRIORITETINĖSE SRITYJE

11. Uždaviniai abiejose prioritetinėse komunikacijos srityse:

11.1. per įvairias veiklas ir jų komunikaciją didinti susidomėjimą ir pasitikėjimą bendrai kuriamu kultūriniu ir intelektualiniu produktu;

11.2. viešinti bendrus projektus;

11.3. skatinti muziejinę bendrystę, kurti ilgalaikes tradicijas.

X. KOMUNIKACIJOS KOMPLEKSAS:

12. LMA komunikacijos kompleksą sudaro:

12.1. internetiniai tinklapiai (internetinė reklama);

12.2. socialinės medijos (priedas Nr.1 LMA socialinių medijų strategija);

12.3. skėtiniai projektai, tinklinės parodos;

12.3. reklama;

12.4. viešieji ryšiai;

12.5. tiesioginė rinkodara;

12.6. asmeninė komunikacija.

XI. STRATEGIJOS ĮGYVENDINIMAS, KONTROLĖ IR ATSAKOMYBĖ

13. LMA komunikacijos strategija įgyvendinama panaudojant visus turimus resursus.

14. Už komunikacijos strategijos plėtrą yra atsakinga LMA vadovas ir valdyba.

15. Už komunikacijos strategiją su tikslinėmis grupėmis pagal veiklos sritį atsakingi LMA sekcijų vadovai.

16. Atsakomybė už LMA išorės ir vidaus komunikacijos turinį tenka LMA atsakingajam sekretoriui bei viešųjų ryšių ir rinkodaros specialistui.

17. Kiekvienas LMA narys turi teisę pagal savo kompetenciją teikti rekomendacijas dėl komunikacijos strategijos.

18. LMA vardu viešai kalbėti gali tik valdybos pirmininkas, kiti valdybos nariai gali viešai kalbėti ir teikti komentarus žiniasklaidai LMA vardu tik gavę pirmininko leidimą.

19. Visos informacijos užklaustos, susijusios LMA ir jo veikla, turi būti pateiktos tik per LMA atsakingąjį sekretorių ar viešųjų ryšių ir rinkodaros specialistą;

20. Įvykus *force majeure* aplinkybėms ir įtarus, kad buvo pažeisti šioje Strategijoje nurodyti komunikavimo principai, būtina apie tai nedelsiant informuoti LMA administraciją.
21. Strategija ar jos pakeitimai aptariami ir tvirtinami LMA valdybos posėdyje.