

*Shared Experience
Споделен опит*

ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА – НЕОБХОДИМИЯТ УПРАВЛЕНСКИ ПОДХОД В СЪВРЕМЕННОТО УЧИЛИЩЕ

Надие Карагьозова
Община Кубрат

Резюме. Настоящата статия дискутира необходимостта от връзките с обществеността в условията на съвременното училище и използването им като съвременен управленски подход за поддържане на прозрачност и добро име на училището сред неговите публики и обществото, като цяло.

Keywords: public relations; contemporary school; management approach; transparency; image; society.

Увод. Връзките с обществеността са важен инструментариум на гражданското общество в съвременния наситен с конфликти и напрежение свят. Доверие, разбирателство, хармония, добра воля се създават и поддържат чрез човешките отношения, в чието развитие, усъвършенстване и обогатяване връзките с обществеността изпълняват ключова роля. Утвърдено е разбирането, че връзките с обществеността са механизъм за напасване на интересите и действията между институциите и социалните групи посредством установяване на по-функционални взаимоотношения, в полза на обществото, като цяло¹⁾.

В научната литература има множество определения какво представляват „връзките с обществеността“. Голяма част от определенията ги разглеждат като управленска функция, която помага за установяване и поддържане на комуникация, разбирателство, приемане и сътрудничество между дадена организация и нейните публики. В по-широк смисъл, връзките с обществеността включват още управляване на проблеми и въпроси; подпомагане ръководството с информация за общественото мнение и съвети как да се реагира на него; подчертава отговорността на ръководството да изпреварва събитията и ефективно да управлява и използва промяната, служи като ранна предупредителна система за зараждащите се тенденции, използва социологическите проучвания и етичните комуникационни техники като основни средства. Основната функция на връзките с обществеността е предизвикване на диалог и стимулиране на обратна връзка. Ръководство, което осъществява добри кому-

никации както вътре в собствената си организация, така и извън нея, се приема като модерно и просветено, отворено към своите публики.

Изложение.

С настъпването на ХХІ век, в условията на бързи темпове на технологична промяна във всички аспекти на организационния живот и променящи се ценности в обществото, е необходимо образованието да се преориентира и да осъвремени основните си приоритети. Директорът на детската градина и училището е важен и значим представител на управленските кадри в образованието. За да се справи със задачите, стоящи пред него, той трябва да притежава комплекс от професионални и личностни качества. Умението да ръководи, не е присъщо на всеки. Добър ръководител е този, който успява така да моделира педагогическия екип, в който всеки се чувства специален и значим и ежедневно допринася за неговото сплотяване. Успешният директор умее да общува диференцирано с хора, да ги разбира, помага при решаване на техните проблеми, умее да въздейства, да проявява съдржаност и самообладание, да изслушва и признава друго мнение и да уважава опонентите си, без да се дразни и да влиза в конфликт с тях.

Връзките на училището с обществеността най-общо се определят като създаване и поддържане на хармонични взаимоотношения между училището и неговите социални партньори за постигане на разбиране и одобрение на политики и на резултатите от дейността му и изграждане на ефективна комуникация. „ПР в образованието представлява система от дейности, с които се цели да се предизвика интерес към образователната институция и нейните образователни услуги чрез предаване на информация по различни канали, преди всичко на безплатна основа. Крайната цел на такива комуникации са различните изгоди, които ще получи образователната институция. ПР – това е организация на общественото мнение за целите на по-успешната работа на образователната институция и повишаване на нейната репутация“⁽¹⁾.

Пламен Радев определя връзките на училището с обществеността като „концептуална и оперативна управленска и информационна дейност за изграждане на план и неговата реализация в система от събития“⁽²⁾, които преследват постигането на конкретни цели.

В процеса на своята дейност всяко училище поддържа разнообразни комуникации с множество социални партньори (публики). За училището най-важните публики са учителите, учениците и родителите. Друга група са държавните и местните органи, доставчици на различни услуги, конкуренти. Има и още една група публики, сред тях са организации и социални услуги, които имат благоприятни отношения към училището и му помагат. Всяка училищна организация има свой образ в различните социални групи, с които има допир в дейността си. Това са т.нар. вътрешни и външни публики.

Ако преди години животът в училище беше спокоен, нямаше достатъчно публични широки дискусии около проблемите в него, то днес училищната среда е доста динамична и изправена пред редица негативни явления – често се говори за насилие и агресия в него, лоши взаимоотношения учители – ученици – родители, ниски академични резултати и постижения, отпадане на ученици и др. Подобна картина налага необходимостта от използването на връзките с обществеността като съвременен управленски подход за поддържане на прозрачност и добро име на дадено училище сред неговите публики и обществото, като цяло. В тази връзка, дейността на училищния ПР трябва да бъде насочена в следните направления.

1. Разясняване на задачите и целите на училището.
2. Поддържане на добро обществено мнение.
3. Корекция на погрешното впечатление в публичното пространство.

Умелото използване на връзките с обществеността е от голяма полза за: създаване на публичен образ (имидж) на училището пред неговите публики; предизвикване на интерес към нов тип услуги (програми, проекти, цялостни трансформации на начина си на работа и т.н.); популяризиране на действащи и известни на пазара на образователни услуги свои продукти; осъществяване на лобиране в различни институции и организации и т.н.; да трансформира нагласите от враждебност към симпатия, от предубеденост към приемане, от апатия към интерес, от незнание към познание и др.

Най-общо казано, основните задълженията на връзките с обществеността на училището включват:

- поддържане на медиен интерес към училището;
- бърза реакция при проявен интерес от страна на медиите към училището
- отговори на въпроси; подаване на искана информация;
- осигуряване на визуални материали; съдействие за контакти с представители на училището;
- изпращане на послания към медиите – в зависимост от характера на съобщението се преценява по какъв начин и към какви медии да бъде отправено;
- организиране на брифинги и пресконференции, договаряне на интервюта и участия в предавания по електронните медии;
- излъчване на изявления и опровержения;
- непрекъснат анализ на информационната среда;
- следене и оценка на всички излъчвани и публикувани материали за училището.

Заключение

Поддържането на доброто име и авторитет на съвременното училище изисква и налага в неговата управленска стратегия да намерят място връзките с обществеността. По този начин ще се поддържа и развива не само вече

създаденият публичен образ на училището сред обществото, но и ще съдейства навреме да се отстранят негативни тенденции, които са неизбежни в света на противоречията, несигурното ежедневие, нечистата конкуренция и др. Доброто управление означава още непрекъснато търсене и въвеждане на нови управленски подходи и стратегии, които да отговарят на предизвикателствата на новото време, които пренареждат приоритетите и ценностите както в различни области на обществения сектор, така и в съвременната детска градина и училище.

NOTES/БЕЛЕЖКИ

1. Георгиева, В. (2005). Образователен маркетинг. Благоевград: УИ на ЮЗУ.
2. Иванов, Г. (1996). Съвременни ефективни връзки с обществеността, ЮНЕСКО, с. 13.
3. Радев, Пл. (2008). Основи на вътрешния училищен мениджмънт. Пловдив.

PUBLIC RELATIONS – THE REQUIRED MANAGEMENT APPROACH IN THE CONTEMPORARY SCHOOL

Abstract. The current article discusses the need of public relations in the contemporary school and their use as a management approach for sustaining the transparency and good image of any school – in front of its audience and the society in general.

✉ **Dr. Nadie Karagyzova**
Kubrat, Bulgaria
E-mail: nadi_69@abv.bg