

## Public Relations ( PR ) a škola .

Optimální komunikace školy s veřejností je důležitou součástí komplexního života školy. Cílem efektivní komunikace je oboustranná důvěra, porozumění, akceptace. Práce s veřejností není pouze úkolem pro vedení školy, ale dotýká se všech zaměstnanců.

*„Petře, představ si , že na náš školní ples zase přišlo málo lidí. Málem jsme nezaplatili ani pronájem sálu. To není možné. Pavlo, u nás bylo opět narváno. A co vaše PR ? Co to je , Petře ? No, to je na dlouhé povídání, ale víš co ? Já ti ukážu , jak se s ním tančí.“*



### Co je to za zkratku - PR ?

**Public Relations – je soubor činností, které představují aktivní komunikační působení na okolní prostředí (veřejnost nebo jiné konkrétní cílové skupiny).**

Jeho smyslem je vytvoření předem definovaného vnímání prezentovaného subjektu. Do značné míry určuje vnímání okolí na prezentovaný subjekt (firma, škola, úřad, osoba apod.). PR obecně představuje souhrn technik a činností (aktivit), které slouží k ovlivňování mínění, vytváření image a působení navenek. Důležitým činitelem a nástrojem současného PR jsou masová média, která představují klíčový komunikační kanál moderní společnosti.

Zatímco reklama se snaží hlavně o krátkodobý prodej určitého produktu nebo služby, PR se soustředí na dlouhodobé cíle jako je image, vztahy a komunikace s cílovými skupinami.

## **Proč PR ve škole ?**

Školy jsou dnes vystaveny soutěžení, konkurenci a velké interakci s vnějším okolím. Navíc jsou stále silněji vystavovány pohledu okolního světa a veřejnosti. Školy se potýkají s problémy úbytku žáků, nedostatku finančních prostředků, mají nejrůznější problémy, např. s image nebo s klimatem. Požadavky současné znalostní, informační a komunikační společnosti nahrávají tomu, že škola musí být plně otevřenou institucí a musí umět vést vztahy navenek profesionálně a kvalitně. Školy prostě potřebují Public Relations.

Práce nebo vztah školy s veřejností je důležitou funkcí školního a komunikačního managementu. Cílem efektivní komunikace (vnitřní i vnější) je oboustranná důvěra, porozumění, akceptace. To posiluje všechny zúčastněné v tomto nekonečném a složitém procesu.

„Public Relations je komunikace a organizování cílových skupin školy“.

„Práce s cílovými skupinami je vědomá, plánovaná a trvalá snaha budování a udržování vzájemné důvěry“.

### **Konkrétní aktivity, kde se může PR školy uplatnit :**

#### **☞ Potřeba informací a orientace**

Rodiče se zajímají, co bude pro jejich děti nejvhodnější. Počet škol, které chtějí prezentovat svoji školu navenek, stále roste. Paleta škol je široká, podle druhů, oborů a stupňů vzdělání. Rodiče chtějí být informováni o dění na škole a o jejich aktivitách, komunita rovněž. Firmy vidí ve školách novou příležitost, nový prostor pro působení, žáky považují za důležitou klientelu.

#### **☞ Problémy s image**

Image školy ovlivňuje rozhodnutí, kolik žáků a jací žáci se na školu přihlásí a projeví zájem na ní studovat. Mnoho škol má problémy s image – a to i přes to, že mají velkou angažovanost a projevují značný zájem to změnit. Čím to je? Image působí na chování lidí. Mnoho podniků, firem či institucí se potýká se stejnými problémy a mají dilema v tom, že vnější obraz a vlastní obraz nesouhlasí a značně se odlišuje. Práce s veřejností to vše může změnit a umožnit přiblížení obou obrazů (pohledů) k sobě. Každá škola má své silné a slabé stránky. Silné stránky je třeba využít a slabé potlačit či odstranit.

A to platí s rozšířením na učitele, žáky, rodiče, pohledy novinářů. Image neboli představa (pohled) na jednotlivé školy se vytváří v hlavách lidí. Cílem a záměrem práce a styku s veřejností na školách může školu naprosto změnit. PR nabízí mnoho možností: např. jen dokonale uskutečněný den otevřených dveří, zprávy o aktivitách školy, školní video nebo rodičovský večírek, tedy nástroje, které mohou výrazně přispět ke změně image školy.

*Příklad formuláře k poradám ve škole.*

## ***Porady ve škole***

Pravidelné porady týmu školy patří k hlavním vnitřním formám komunikace školy, což přispívá k posilování vzájemných vztahů a udržuje pozitivní atmosféru a klima školy.

Pracovní list k hodnocení efektivity porady zaměstnanců školy:

Jméno:	Datum:
Téma porady:	
Co jsem na poradě sdělil/a:	
Co jsem na poradě nestihl/a sdělit:	
Klíčová slova porady, hesla porady:	
Dosáhli jsme shody?	
Pokud nebyla s kolegy shoda, o jaké téma se jednalo:	
V čem spočívalo nedorozumění:	
Jaké téma bylo pro všechny společné:	
Na poradě jsem si všiml/a:	
Na poradě jsme se nedostali:	
Můj příspěvek na poradě se týkal:	
Kolegy jsem informoval/a o:	
Na poradě jsem navrhl/a:	
Nejdůležitější na poradě bylo:	

Příklad pracovního listu (formuláře) názorně ukazuje příklady otázek, kterými lze vyhodnocovat porady ve škole. Nejedná se pouze o porady pedagogického sboru, ale o porady, na kterých se projednávají problémy a všechny akce školy, publicita a společné záležitosti, které se týkají všech zaměstnanců školy, nezapomeňte úplně všech. Pokud se porady účastní úplně všichni, pak je taková porada efektivním komunikačním nástrojem ve škole. Formulář si okopírujte, rozdejte všem kolegům. Na otázky si odpovězte ihned po poradě a zhodnoťte ji. Vyplněné formuláře si můžete i navzájem vyměnit, to vám poskytne dokonalou zpětnou vazbu.