

Petar Vukelić, univ.spec.pub.rel.

Grad Zagreb, Gradski ured za mjesnu samoupravu,
promet, civilnu zaštitu i sigurnost
Brezovička cesta 100, 10257 Brezovica
petar.vukelic@zagreb.hr

Prethodno priopćenje

izv. prof. dr. sc. Hrvoje Jakopović

Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti
Trg Drage Iblera 10, 10000 Zagreb
hrvoje.jakopovic@fpzg.hr

doc. dr. sc. Dunja Jurić Vukelić

Sveučilište u Slavonskom Brodu,
Odjel društveno-humanističkih znanosti
Borongajska cesta 83d, 10000 Zagreb
djuricvukelic@unisb.hr

ODNOSI S JAVNOŠĆU U OBRAZOVANJU: STAVOVI RAVNATELJA SREDNJIH ŠKOLA GRADA ZAGREBA¹

SAŽETAK

Poziv društvenim institucijama na javno djelovanje u suvremenom društvu odgojno-obrazovne institucije obvezuje na transparentnost o postizanju odgojno-obrazovnih ciljeva, a rukovodeći kadar pozvan je razmišljati o imidžu i reputaciji svojih odgojno-obrazovnih institucija. Metodom dubinskog intervjua tijekom lipnja i srpnja 2022. godine ispitani su stavovi ravnatelja srednjih škola s područja Grada Zagreba, iz populacije izabranih slučajnim stratificiranim uzorkom: kako ravnatelji doživljavaju odnose s javnošću kao struku i praksu, kako doživljavaju svoju ulogu u procesu kreiranja imidža, reputacije institucije i osobne reputacije kao ravnatelja škole. Većina ispitanih ravnatelja srednjih škola s područja Grada Zagreba odnose s javnošću doživljava kao modernu i mladu struku koja ima dobru reputaciju i koja je usko vezana uz internet i digitalnu revoluciju. Gotovo svi ispitani ravnatelji smatraju da je nužno da ravnatelji rade na izgradnji osobnog imidža. Stav većine sudionika jest da ukoliko se školom dugoročno strateški upravlja, ako se grade imidž i pozitivna školska klima i kultura, da će se u dužem periodu stvoriti dobra reputacija škole.

Ključne riječi: imidž, odnosi s javnošću u obrazovanju, percepcija struke, ravnatelji, srednje škole

1. UVOD

U procesu srednjoškolskog obrazovanja, djelatnosti značajne za život pojedinca i zajednice, od odgojno-obrazovnih institucija očekuje se da

kroz osposobljavanje mladih osoba za izvršenje nekog posla doprinesu ekonomskom razvoju društva te da obrazuju mlade ljude za sudjelovanje i preuzimanje odgovornosti u demo-

¹ Rad je pripremljen na temelju završnog specijalističkog rada „Percepcija važnosti odnosa s javnošću među ravnateljima srednjih škola Grada Zagreba“ kojeg je Petar Vukelić izradio pod mentorstvom izv. prof. dr. sc. Hrvoje Jakopovića i uspješno obranio u Zagrebu, 19. listopada 2022. godine

kratskom društvu (Dragun, 2010). Pedagoška znanost danas bez ustupanja preuzima znanja i vještine iz komunikacijsko-informacijskih i ekonomskih znanosti s ciljem postizanja uspjeha i ostvarivanja kvalitete. Odnosi s javnošću pronalaze svoje mjesto u školi kroz davanje podrške u odnosu s okolinom (Çoruk, 2018). Ključna točka odnosa s javnošću jest objasniti djelovanje škole u socijalnom okruženju, a pritom predstavnicima škole dati uvid u potrebe, stavove i mišljenja vanjske javnosti i dionika. Broom (2010) navodi da se praksom odnosa s javnošću u školama ostvaruje pozitivan imidž koji utječe na osiguravanje adekvatnog financiranja i donacija kad je to potrebno, pojačava ugled institucije kod ciljane javnosti te postiže javno prihvaćanje obrazovnih inicijativa i potporu onda kad se vrše promjene u obrazovanju.

Odnosi s javnošću definirani su kao vještina kojom se, koristeći dosege komunikologije, psihologije i sociologije, utječe na stvaranje i jačanje pozitivnog imidža i ugleda institucije u javnosti te održavaju kvalitetni odnosi sa svim segmentima javnosti (Skoko, 2006). Znanstvena disciplina odnosa s javnošću primjenjuje vjerodostojne metode mjerenja i omogućuje precizne rezultate učinkovitosti (Jakopović, 2012).

Značaj odnosa s javnošću u školama je prepoznat u više akademskih publikacija (Andriyani, 2020; Dragun, 2010; Kowalski, 2011). U Hrvatskoj se trenutno izvode tri akreditirana poslijediplomska specijalistička studija za ravnatelje na Sveučilištu u Zadru², na Fakultetu za odgojne i obrazovne znanosti Sveučilišta u Osijeku³ i na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Rijeci⁴. Cilj ovih programa obrazovati je i osposobiti sadašnje i buduće ravnatelje za upravljanje odgojno-obrazovnom ustanovom primjenom formalno, neformalno i informalno stečenih znanja.

Pregled dosadašnjih istraživanja

Ljubičić (2018) ističe nedostatnu literaturu u ovom znanstvenom polju te upozorava kako je područje odnosa s javnošću u školskim institucijama još nedovoljno istraženo znanstveno područje. S tim se slaže Stanić (2017:17) kada u pregledu dosadašnjih istraživanja piše: „Proučavanjem relevantne literature može se zaključiti kako ne postoje ranija znanstvena istraživanja koja se bave ovim fenomenom.“

Ljubičić (2018) je prilikom pisanja rada „Stavovi i mišljenja ravnatelja osnovnih i srednjih škola Zadarske županije o uvođenju djelatnika za odnose s javnošću“ provela anketni upitnik u kojem je ispitala ravnatelje javnih osnovnih i srednjih škola kojima je osnivač Zadarska županija o trenutnoj praksi odnosa s javnošću u školama te o ideji zapošljavanja djelatnika za odnose s javnošću u javne škole. Anketnim upitnikom ispitala je više od 40 ravnatelja srednjih škola s područja Zadarske županije, od kojih je nešto manje od polovice izrazilo da smatraju potrebnim zaposliti nekoga tko bi profesionalno obavljao posao odnosa s javnošću. Ravnatelji ističu korisnim, a tako i potrebnim, uvođenje djelatnika za odnose s javnošću koji bi tu djelatnost obavljao djelomično, po principu „polu radnoga vremena“ s ciljem rasterećenja djelatnika koji sada obavljaju tu dužnost. Ravnatelji, sudionici spomenutog istraživanja (Ljubičić, 2018), svjesni su da osobe koje obavljaju poslove odnosa s javnošću u njihovoj školi nisu u potpunosti kompetentne za obavljanje tog posla.

Zasigurno najobuhvatnije istraživanje uloge ravnatelja u stvaranju imidža osnovne škole u Republici Hrvatskoj provela je Stanić (2017) prilikom izrade doktorske disertacije „Uloga ravnatelja u stvaranju imidža osnovne škole na primjeru Republike Hrvatske i Republike Makedonije“ pod mentorstvom Bože Skoke. Osnovna potvrđena teza u istraživačkom radu na reprezentativnom uzorku 414 ravnatelja srednjih

² <https://www.unizd.hr/csm/pdss-vodenje-i-upravljanje-odgojno-obrazovnom-ustanovom>

³ <https://www.foozos.hr/poslijediplomski-studiji/specijalisticki-studiji/vodenje-i-upravljanje-odgojno-obrazovnim-ustanovama>

⁴ <https://ffri.uniri.hr/studiranje/studijski-programi/specijalisticki-studiji/poslijediplomski-specijalisticki-studij-za-ravnatelje-odgojnoobrazovnih-ustanova/>

škola iz Republike Hrvatske i Republike Madeonije jest da komunikacijske i organizacijske vještine ravnatelja značajno utječu na imidž škole, bez obzira na obrazovni sustav i državu. Autorica upućuje na inkluziju uspješnih ravnatelja koji će svojom ulogom omogućiti diferencijaciju kreiranjem imidža škole u odnosu na druge škole.

U jednom je kvalitativnom istraživanju ispitano mišljenje ravnatelja o percepciji važnosti odnosa s javnošću, zapošljavanju praktičara odnosa s javnošću u školi te prisutnoj praksi odnosa s javnošću u školama (Čoruk, 2018). Ispitani ravnatelji bili su pozitivni prema odnosima s javnošću, prva pomisao na spomen odnosa s javnošću jest komunikacija i kooperacija s zainteresiranom javnošću te samostalno predstavljanje institucija. Ravnatelji su dobro upoznati s praksama odnosa s javnošću u organizaciji događaja, stvaranju dobrog imidža profesora i nastavnika, korištenju društvenih mreža i web-sadržaja. Ključna skupina javnosti prema kojoj se obraćaju turski ravnatelji su roditelji koje smatraju saveznicima te bitnim čimbenikom. Slično rezultatima istraživanja Ruže Ljubičić, polovica ispitanih ravnatelja smatra da odgovornost za odnose s javnošću treba biti na ravnatelju. Ravnatelji su također bili mišljenja da bi nastavnici i školska administracija trebali imati edukaciju (treninge i seminare) iz odnosa s javnošću. Uz ravnatelja kao ključnu osobu u školi, njegov bi pomoćnik trebao imati odgovornost za brigu o odnosima s javnošću te bi bilo dobro da se radi o osobi koja je specijalist iz odnosa s javnošću. Fijan i Milas (2018) proveli su istraživanje reputacije struke odnosa s javnošću kod opće javnosti, studenata komunikacijskih znanosti i stručnjaka za odnose s javnošću. Prema istraživanju, sve tri skupine mišljenja su da se ova struka često pokazuje u negativnom svjetlu u medijima. Ljudi koji se ne bave odnosima s javnošću stava su da većina ljudi ima blago pozitivan ili neutralan stav prema odnosima s javnošću kao struke. Stručnjaci odnosa s javnošću i trećina ispitanih studenata komunikacijskih znanosti smatraju da javnost njihovu struku doživljava negativno. S druge strane, istraživanje provedeno u južno-američkim školama opisalo je društvenu ulogu

odnosa s javnošću kao primarni fokus škole, praktičar odnosa s javnošću smatra se nositeljem promjena, a škola bi se kao organizacija trebala integrirati u društvo kako bi doprinijela izgradnji zajednice i širenju zajedničkih interesa (Molleda, 2001).

Za potrebe izrade poslijediplomskog specijalističkog rada Boris Spitzer napravio je istraživanje na prigodnom stratificiranom uzorku po županijama od 202 ispitanika u kojem je utvrdio da skoro polovina ispitanika ima pozitivan stav prema odnosima s javnošću kao struci (Spitzer, 2016). U navedenoj ispitanoj skupini gotovo 62 % ispitanika bilo je fakultetski obrazovano. Trima navedenim istraživanjima, autora Čoruk (2018), Fijana i Milasa (2018) te Spitzera (2016), zajednička je prva asocijacija sudionika na spomen odnosa s javnošću – komunikacija.

U ovom smo se istraživanju usmjerili na ravnatelje srednjih škola smatrajući da oni imaju primarnu ulogu u školskom menadžmentu, to jest, da oni svojim kompetencijama i znanjem određuju konstruktivno i učinkovito vođenje škole. Sukladno zakonu, ravnatelj srednje škole je ovlaštena i odgovorna osoba za funkcioniranje cjelokupnog odgojno-obrazovnog rada u školi (Dragun, 2010). Ravnatelje smo u ovom radu prepoznali kao dobre poznavatelje odgojno-obrazovnih procesa u školi, kao one koji imaju dobar pregled situacije te koji nas mogu o tome informirati.

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Cilj istraživanja

Cilj ovoga istraživanja bio je utvrditi na koji način ravnatelji srednjih škola s područja Grada Zagreba percipiraju odnose s javnošću. Istraživačka pitanja odnose se na percepciju ravnatelja srednjih škola Grada Zagreba o djelatnosti odnosa s javnošću, o korisnosti poslijediplomskih specijalističkih studija kao načina stjecanja dodatnih kompetencija za izvršavanje poslova odnosa s javnošću u vlastitoj instituciji, o financijskim mogućnostima škole za korištenje komunikacijskih usluga agencija za odnose s javnošću i spremnosti financiranja dodatnog

usavršavanja i edukacije u području odnosa s javnošću nekom od djelatnika svoje škole, o potrebi izgradnje imidža škole na čijem su čelu te o svrsishodnosti djelovanja kluba bivših učenika te izdavanju publikacija škole kao alata odnosa škole s javnošću.

Sudionici i postupak

S ciljem otvaranja novih perspektiva, razumijevanja perspektive ravnatelja i stjecanja potpunijeg uvida u područje, s ravnateljima srednjih škola s područja Grada Zagreba provedeni su dubinski intervjui. Sudionici su u uzorak izabrani slučajnim stratificiranim uzorkovanjem. Sa službenih stranica Grada Zagreba preuzet je popis škola s kontaktima (<https://www.zagreb.hr/srednje-skole-grada-zagreba/22067>). Uzorak smo stratificirali u skupine jer smo željeli vidjeti postoje li specifične razlike u mišljenju ravnatelja ovisno o tipu i vrsti odgojno-obrazovne institucije koju vode – javne gimnazije (4), javne strukovne škole (4), javne umjetničke škole (1), javne škole s posebnim uvjetima obrazovanja (1) i privatne škole (4). Korišten je internetski generator slučajnih brojeva (<https://kalkulator.com.hr/generator-slucajnih-brojeva>) koji je odabrao brojeve s popisa srednjih škola na području Grada Zagreba. Četiri rav-

natelja pozvana na sudjelovanje u istraživanju odbila su sudjelovanje. Ukupno je ispitano trinaest ravnatelja srednjih škola s područja Grada Zagreba, od kojih devet žena i četiri muškarca. Svi ravnatelji visoke su stručne spreme te su svi završili svoje studije prije bolonjske reforme (četverogodišnji studij). Jedna ravnateljica završila je doktorski studij u polju humanističkih znanosti i jedna je stekla titulu magistra znanosti u polju medicine. Troje ispitanih ravnatelja prethodno nije radilo u školi u kojoj su postali ravnatelji, dok je desetero radilo u školi u kojoj su postali ravnatelji. Najduže radno iskustvo u srednjoj školi prije izbora na mjesto ravnatelja bilo je 31 godinu. Ravnatelji koji nisu prethodno radili u školi u kojoj su imenovani, dotakli su se teme internih javnosti – zaposlenika u školi pod ovim pitanjem te su rekli da im je takva situacija znala stvarati problem s obzirom na nepoznavanje ljudi i okoline u navedenoj školi. Ispitano je osmero ravnatelja gimnazija, četiri ravnatelja strukovnih škola i jedna ravnateljica umjetničke škole. Ispitana su devet ravnatelja javnih te četiri ravnatelja privatnih škola. Škole ispitanih ravnatelja nalaze se na području gradskih četvrti Donji Grad, Novi Zagreb – istok, Črnomerec, Sesvete, Gornji Grad – Medveščak, Gornja Dubrava i Stenjevec.

Tablica 1 Obilježja sudionika istraživanja prikazana frekvencijama

	N	%
Spol		
Muško	4	30,8 %
Žensko	9	69,2 %
Stupanj obrazovanja		
VSS	11	84,6 %
Magistar znanosti	1	7,7 %
Doktor znanosti	1	7,7 %
Rad u srednjoj školi prije mandata ravnatelja		
Da	10	76,9 %
Ne	3	23,1 %
Vrsta srednje škole		
Gimnazija	8	61,5 %
Strukovna	4	30,8 %
Umjetnička	1	7,7 %

	N	%
Tip srednje škole		
Javna	9	69,2 %
Privatna - uz školarinu	2	15,4 %
Privatna - bez školarine	2	15,4 %
Gradska četvrt		
Donji Grad	3	23,1 %
Novi Zagreb – istok	3	23,1 %
Črnomerec	2	15,4 %
Sesvete	2	15,4 %
Gornji Grad - Medveščak	1	7,7 %
Gornja Dubrava	1	7,7 %
Stenjevec	1	7,7 %

Prosječno vrijeme trajanja intervjua bilo je 80 do 90 minuta. Mlađi ispitanici ravnatelji imaju između 40 i 45 godina, a stariji između 60 i 66 godina. Ispitanici ravnatelji u prosjeku imaju 53 godine i dvanaest su godina na radnom mjestu

ravnatelja. Sudionici su u prosjeku odradili dva mandata na mjestu ravnatelja. U prosjeku je škole ravnatelja sudionika istraživanja pohađalo 450 učenika.

Tablica 2 Obilježja sudionika istraživanja i škola prikazana deskriptivnom statistikom

	N	Min	Max	M	Sd
Dob	13	40,00	66,00	53,62	7,63
Godine rada u srednjoj školi prije izbora na mjesto ravnatelja	13	0,00	31,00	12,92	10,63
Godine rada na mjestu ravnatelja	13	1,00	25,00	8,62	7,29
Broj mandata na mjestu ravnatelja	13	1,00	7,00	2,31	1,84
Broj učenika	13	75	730	456,38	216,34

3. REZULTATI I RASPRAVA

U nastavku slijede kvalitativna analiza i interpretacija rezultata empirijskog istraživanja, prikazana prema postavljenim istraživačkim pitanjima. Odgovori sudionika na pitanja postavljena u intervjuu analizirani su i prikazani u kategorijama, slijedom kojim su postavljena u samom intervjuu, uz izdvojene pojedinačne odgovore u kojima su ravnatelji opširnije progovorili o problematici.

Percepcija ravnatelja o djelatnosti odnosa s javnošću

Sudionike smo zamolili da na Likertovoj skali od 1 do 7 (1 – uopće ne, 7 – u potpunosti) procijeni-

jene koliko im je razumljivo što djelatnici u odnosima s javnošću točno rade. Svi su sudionici stali kako jako dobro poznaju i razumiju čime se djelatnici u odnosima s javnošću bave. Od 13 intervjuiranih ravnatelja, deset je svoje razumijevanje procijenilo brojem 6, dvoje ih smatra da u potpunosti razumiju (ocjena 7), a jedan je sudionik ocijenio svoje poznavanje ocjenom 5.

U idućem pitanju zamolili smo sudionike da navedu nekoliko radnih zadataka koje obavljaju djelatnici u odnosima s javnošću. Većina ravnatelja kao prvi zadatak navela je da djelatnici u odnosima s javnošću surađuju s medijima i novinari. Devet ravnatelja navelo je da djelatnici

ci u odnosima s javnošću pripremaju tekstove ili pišu objave za medije. Malo manji broj njih navodi da djelatnici u odnosima s javnošću vode konferencije za medije i pripremaju materijale za konferencije. Kada smo upitali ravnatelje koji su to materijali, odgovorili su da se radi o pripremljenim objavama s još nekim materijalima kao što su fotografije i godišnji izvještaji firme. Manji dio ravnatelja svjestan je da djelatnici u odnosima s javnošću izrađuju adreme, rade poslove kao što su *press clipping* ili ostvaruju druge suradnje s djelatnicima u medijima. Velik dio sudionika (9) kao prvu pomisao na djelatnike u odnosima s javnošću imaju osobu koja je glasnogovornik te koja javno predstavlja organizaciju. Također, većina sudionika (7) smatra da su odnosi s javnošću blisko povezani s marketingom i oglašavanjem. Više od pola sudionika smatra da praktičari odnosa s javnošću često surađuju s političarima i da rade za političke stranke. Kao jedan od glavnih zadataka koji obavljaju PR-ovci, ravnatelji (6) navode vođenje mrežnih stranica organizacije i društvenih mreža. Odnosi s javnošću se doživljavaju kao moderno i mlado zanimanje, vezano uz internet i digitalnu revoluciju. Ne tako često, ali spominjano, smatraju da PR-ovci vode: komunikaciju u kriznim situacijama (3), bave se analizom, statistikom (3), strateškom komuniciranjem (3), rade u protokolu (2), bave se lobiranjem (2), organiziraju događaje (2) i pripremaju klijente za javne nastupe (2). Većina ravnatelja (10) nikad nije imala poslovni kontakt ni suradnju i ne poznaju nijednu osobu koja se bavi odnosima s javnošću. Dvije ravnateljice u razgovoru su samoinicijativno navele da su čitale udžbenike i knjige iz Odnosa s javnošću. Petero sudionika je nakon prvih pitanja i razgovora o poslovima reklo kako smatraju da su svoje poznavanje struke odnosa s javnošću procijenili visokim, a da su kroz razgovor postali malo svjesniji da ne znaju toliko dobro što djelatnici u odnosima s javnošću u potpunosti rade. Rezultati ukazuju na nedostatan znanje ravnatelja o organiziranom procesu odnosa s javnošću koji je opisan kao sustavno planiran proces koji uključuje sve djelatnike – i nastavnike i administraciju, u kojem je naglašena redovita i kontinuirana komunikacija

s medijima, roditeljima učenika i zajednicom u cjelini (Ediger, 2001).

Na pitanje o reputaciji odnosa s javnošću više od pola sudionika (7) smatra da odnosi s javnošću kao struka imaju dobru reputaciju. Pojam dobre reputacije ponajviše je vezan uz viziju odnosa s javnošću kao nove mlade profesije, kojom bi se rado bavile mlade osobe. Troje sudionika reklo je da nisu sigurni kakvu reputaciju imaju odnosi s javnošću, a troje je uvjeren da odnosi s javnošću imaju negativnu reputaciju. Asocijacije koje vezuju uz PR stručnjake su: komunikacija/komunikativnost/dobar komunikator/glasnogovornici (11); blizak s medijima/novinarima, izjave/konferencije (9); internet, novi mediji, digitalno, vizualna kultura novih generacija (6); komunikacija za vrijeme kriza i strateško komuniciranje (3); upitnost morala, spin doktor, manipulacija i propaganda, političke stranke (3). Važne ljudske osobine potrebne za rad u odnosima s javnošću prema sudionicima su: kreativnost (8); otvorenost/druželjubivost/ekstraverzija/čovjek za društvo (8); moć uvjeravanja ili manipulacije (6); stručnost (5); profesionalnost (5); obrazovanost (3).

Ravnatelje smo pitali koliko su odnosi s javnošću zanimljiv, težak, privlačan, zahtjevan, dobro plaćen, društveno koristan i etičan posao. Većina smatra da je to težak i zahtjevan posao. Također, ravnatelji (8) smatraju da to nije društveno koristan posao, te da nije u potpunosti moralan posao. Zamolili smo ih da objasne svoj stav. Većina se ravnatelja u svom odgovoru osvrnula na to da djelatnike u odnosima s javnošću za svoj rad unajmljuju privatne kompanije koje često puta ne rade u korist javnog interesa. Na pitanje o visini plaće, većina ravnatelja (8) odgovorila je da ne znaju koliko je to dobro plaćen posao.

Većina ravnatelja (7) je bez ikakvog poticaja nakon opisa odnosa s javnošću kao struke, počela govoriti o tome kako se ravnatelje doživljavaju kao profesiju te da postoji stigma izazvana političkim odabirom od strane osnivača te stigma općenito da se u „obrazovanju malo radi“, da se „ide na višemjesečne godišnje“ i da „imaju preveliku plaću za koliko rade“. Pet ravnatelja smatra da bi važnost odnosa s javnošću u obra-

zovanju bilo u „brisanju tih stigma.“ Većina ravnatelja smatra da profesija ravnatelja i djelatnika u školi ima lošiju reputaciju nego djelatnika u odnosima s javnošću.

Većina ravnatelja ovaj posao smatra poželjnom profesijom (8) i jednako toliko bi ovaj posao preporučili svojim učenicima (8). Ravnatelji su stava (10) da za ulazak u ovu profesiju mladi ljudi moraju završiti fakultet, no ne nužno studij odnosa s javnošću. Polovina ravnatelja smatra da bi bilo kvalitetno da mlada osoba završi neki STEM studij te da potom upiše jednogodišnji ili dvogodišnji studij Odnosa s javnošću. Isti ravnatelji smatraju da bi za organizaciju bilo korisno da imaju nekoga tko ima barem osnovno obrazovanje iz te znanstvene ili industrijske grane uz obrazovanje iz odnosa s javnošću. Rezultati na globalnoj razini ne odskaku značajno od rezultata dobivenih ovim istraživanjem. Primjerice, u istraživanju provedenom u međunarodnim školama u dvadeset dvije zemlje diljem svijeta ustanovljeno je da, premda je u svim međunarodnim školama uključenima u istraživanje zaposlena osoba zadužena za odnose s javnošću, u većini slučajeva to nisu bili educirani ni kvalificirani stručnjaci te je identificiran niz potreba za trajnim osposobljavanjem koje u trenutku provođenja istraživanja nisu bile zadovoljene (Bunnell, 2005).

Pozitivnim za percepciju fakulteta i studija ravnatelji ocjenjuju projekte kao što su Djeca medija, gdje studenti komunikacijski znanosti dolaze i održavaju predavanja o medijskoj pismenosti u srednjim školama. Smatraju da je temeljem upravo tih predavanja nekolicina njihovih učenika upisala studij komunikologije i novinarstva. Mišljenja su da ukoliko bi netko s fakulteta održavao besplatne radionice iz odnosa s javnošću i pozvao dio školsko osoblje ili učenike da bi to stvorilo „dugoročniju pozitivnu sliku fakulteta, studija i struke.“

Većina ravnatelja ovaj posao smatra poželjnom profesijom (8) i u jednakom bi broju ovaj posao preporučili svojim učenicima i njihovim roditeljima (8). Ravnatelji smatraju da osoba za ovaj

posao treba biti fakultetski obrazovana, no ne nužno u polju odnosa s javnošću.

Stavovi ravnatelja prema dobivanju dodatnih kompetencija, vještina i znanja za izvršavanje poslova odnosa s javnošću

Na pitanje smatraju li ravnatelji da njihovi stavovi i mišljenja utječu na učenike, nastavnike i drugo osoblje, većina ravnatelja smatra da ima premalo kontakta s učenicima da bi na njihovo mišljenje presudno utjecalo na učenike. Njihov stav je da razrednici imaju najveći utjecaj na učenike prilikom odabira buduće profesije te da bi preporuka razrednika možda imala utjecaj na učenika da upišu studij odnosa s javnošću.

Ravnatelje smo pitali smatraju li da imaju mogućnosti financirati PR aktivnosti. Pitanje je bilo otvoreno i ravnatelji su u odgovorima išli u radikalno različitim smjerovima. Dvije ravnateljice odgovorile su da tijekom godine financiraju PR aktivnosti – izrada godišnjaka/učeničkih listova, organizacija događaja i manifestacija, predstavljanje školskih programa u osnovnim školama itd. Iste ravnateljice smatraju da unutar svoje škole imaju dovoljno ljudskih resursa za provedbu komunikacijskih strategije. Spomenute ravnateljice upoznate su s planiranjem komunikacije te znaju što su komunikacijski planovi.

Ravnatelji srednjih škola s područja Grada Zagreba slabo su upoznati s postojanjem poslijediplomskih specijalističkih i doktorskih studija. Mladi ravnatelji iskazali su želju za dodatnim obrazovanjem te su procijenili da bi im jednogodišnji studij u kojim bi se sažela ključna znanja više odgovarao nego trogodišnji doktorski studij. Većina ispitanih ravnatelja zna na kojim se sveučilištima izvode studiji za ravnatelje i koliko traju, no zbog nesigurnosti njihovog radnog mjesta ne vide korist od završavanja tog studija dok god nije obavezan. Većina ravnatelja smatra da bi takav obavezan poslijediplomski specijalistički studij za ravnatelje, trebao imati barem jedan kolegij iz odnosa s javnošću. Takav kolegij bi im trebao predavati netko iz prakse odnosa s javnošću, a ne netko tko radi na fakultetu, pe-

dagoške naobrazbe. Samo tri ravnatelja znala su za postojanje sveučilišnog poslijediplomskog specijalističkog studija Odnosa s javnošću⁵, a osobni interes prema tom studiju iskazala su dva mlada ravnatelja.

Ravnatelji privatnih škola u kojima se plaća školarina bili bi spremni svojim djelatnicima platiti studij, ukoliko bi imali kakvu korist od toga. Većina ravnatelja javnih škola smatra da njihova škola nema dovoljno sredstava kako bi platila školovanje svojim djelatnicima. Dio ravnatelja smatra da, ako bi se platilo obrazovanje jednom djelatniku, imali bi problema s drugim djelatnicima. Ravnatelji su istaknuli kako bi na školski odbor stavili prijedlog plaćanja studija, da im se ne spočitava da su oni odlučili o korištenju tih sredstava. Ravnatelji su izrazili nesigurnost u tome dobivaju li djelatnici u školama povećanje plaće i koliko ako završe poslijediplomski specijalistički program. Također, veći dio ravnatelja rekao je da ne bi bili spremni izaći u susret nastavniku ili osoblju koje polazi takav studij smanjenjem radnih obveza za vrijeme studija. Devetero ispitanih ravnatelja navelo je kako bi završeni poslijediplomski studij za odnose s javnošću smatrali prednošću temeljem koje bi odabrali kandidata u trenutku kad se provodi postupak zapošljavanja. Takva osoba bi po zapošljavanju, uz svoj posao, obavljala posao odnosa s javnošću u školi. Da zaključimo odgovor na dva istraživačka pitanja, većina ravnatelja smatra korisnim upisivanje poslijediplomskih specijalističkih studija, no izražava zabrinutost da će njihovi djelatnici slabije obavljati posao za vrijeme perioda studija. Većina ispitanih ravnatelja htjela bi gotov proizvod, na natječaju za posao prije bi zaposlili osobu koja uz svoju struku - pedagošku, pravnu ili ekonomsku struku, ima završen poslijediplomski specijalistički studij odnosa s javnošću. Najdraže bi im bilo da si je ta osoba platila sama studij, a taj posao obavljala bi volonterski paralelno sa svojim poslom u školi. Većina ravnatelja srednjih škola iz Zagreba smatra da bi taj posao, kao i do sada, najviše trebao obavljati ravnatelj volonterski uz pomoć svog stručnog tima, a ukoliko bi netko iz tog

stručnog tima imao završen poslijediplomski stručni studij Odnosa s javnošću, to bi bilo korisno za čitav tim. Osim dvoje ravnatelja koji bi platili usluge PR stručnjaka za pojedine edukacije i projekte škole, svi ostali ravnatelji izrazito se protive zapošljavanju stručnjaka za odnose s javnošću u školi. Ravnatelji naglašavaju nedostatak drugih stručnjaka kao što su psiholozi, pedagozi i logopedi u njihovim školama. Tek kada bi ta radna mjesta bila popunjena, uzeli bi u obzir zapošljavanje djelatnika za odnose s javnošću. Ovakav istraživački rezultat suprotan je rezultatu prijašnjeg istraživanja (Ljubičić, 2018: 78) u kojem se 44 % ispitanih ravnatelja javnih škola iz Zadarske županije izjasnilo da se slažu s potrebom zapošljavanja djelatnika za odnose s javnošću u školi na pola radnog vremena, kao i rezultatima istraživanja u kojemu su ravnatelji iz provincije Čanakkale bili pozitivni prema zapošljavanju osobe za obavljanje poslova odnosa s javnošću (Çoruk, 2018). Opravdanje ovoj razlici možemo pronaći u okolnostima kao što su gospodarska kriza zbog rata u Ukrajini, problem s osiguravanje osnovnih uvjeta (plaćanje režija i održavanja objekta škole) za rad, zbog financijskih problema osnivača Grada Zagreba, potresa i pandemije koronavirusa.

Također, osim troje ispitanih ravnatelja privatnih škola, svi ostali ravnatelji smatraju kako njihova škola nema dovoljno sredstava da plati poslijediplomski studij svojim zaposlenicima. Većina ravnatelja (7) bilo bi spremno platiti kraće edukacije iz polja odnosa s javnošću u iznosu maksimalno do 5000 kuna, iako većina njih smatra da njihovi zaposlenici u smislu znanja ili vještina ne mogu dobiti puno od takve edukacije. Suprotno tome ravnateljica jedne privatne škole ističe kako ulaže u svoje djelatnike i smatra da joj se to uvijek pozitivno vraća. Platila je studij bibliotekarstva svojoj djelatnici koja je imala smanjenu satnicu, također prema interesu jednom mladom kolegi edukacije u korištenju Google Ads i Google Analytics. Naglasila je kako je ona vlasnica škole te je svjesna da si drugi ravnatelji javnih škola to ne mogu priuštiti. Zaključno na istraživačko pitanje, od ispita-

⁵ https://www.fpzg.unizg.hr/upisi/upisi_u_poslijediplomske_specijalisticke_studije?@=2f9mu

nih ravnatelja samo dvije ravnateljice spremne su koristiti i platiti usluge agencije za odnose s javnošću. Većina ravnatelja procjenjuje da su takve usluge preskupe za srednje škole.

Stavovi ravnatelja prema izgradnji imidža škole na čijem su čelu i izgradnji osobnog imidža

Četvrti istraživački problem doveo nas je do otkrića da većina ispitanih ravnatelja (11) smatra da se ravnatelji i djelatnici škole trebaju baviti izgradnjom imidža škole na čijem su čelu. Ravnatelji dviju strukovnih srednjih škola rekli su kako su njihove škole prepoznate kao središnje škole za takav tip strukovnog obrazovanja u središnjoj Hrvatskoj te da nemaju problema s upisom učenika, zbog čega smatraju da ne trebaju baviti izgradnjom imidža škole. Stav većine ispitanih ravnatelja odgovara zaključku koji je u svojoj knjizi iznio Lockhart (2010), prema kojemu većina škola provodi neki oblik odnosa s javnošću, ali je pitanje pod kojim nazivom. Škola koja nastoji poboljšati svoje proizvode i usluge, doprijeti do zajednice na pozitivne načine ili komunicirati učinkovitije s unutarnjim i vanjskim javnostima provodi neki oblik odnosa s javnošću, ali mnogim školama nedostaju organizirani, strateški procesi usmjereni na povećanje kvalitete. Na početku svog udžbenika Carlsmith i Railsback (2001: 4-5) navele su dva razloga za prisutnost odnosa s javnošću u školi koje su u intervjuima spomenuli svi ravnatelji javnih gimnazija i privatnih gimnazija kojima je osnivač vjerska zajednica. To su povećana kompeticija između odgojno-obrazovnih institucija i demografski problemi. U uzorku ovoga istraživanja, ravnatelji gimnazija to su uočili na smanjenju razreda, zbog čega se javlja strah da će neki nastavnici izgubiti svoja radna mjesta. Gimnazije se tako bore za svakog učenika, a problem je velik broj gimnazija koje imaju iste obrazovne programe i nalaze se na istom području. Gimnazije koje su u perifernim dijelovima grada imaju širi lokalni kvartovski identitet, no ravnatelji su se požalili kako se u zadnjih 20 godina broj učenika čak u tim gimnazijama smanjio u prosjeku za 100 učenika. Kod ravnatelja gimnazija postoji stav da se aktivnije moraju baviti izgradnjom

identiteta i imidža svojih institucija. Tijekom intervjua smo ih pitali koji su po njima pokazatelji uspješnih srednjih škola. Većina je navela rezultate vanjskog vrednovanja – državne mature i učeničkih natjecanja. Uz to su pokazatelji uspješnosti srednjih škola zadovoljstvo učenika, roditelja i radnog kolektiva, aktivnosti u školi, manifestacije i sl. Ravnatelji (11) smatraju da u Zagrebu postoje škole sa zasluženim dobrim imidžom i reputacijom koja je prisutna u općoj javnosti. Isti ravnatelji također smatraju da se reputacija neke škole može narušiti malicioznošću medija, neprijateljskim stavom nekoga iz interne i vanjske javnosti. Ispitani ravnatelji mišljenja su kako će javne strukovne srednje škole koje imaju nekakav drugi prihod, npr. obrazovanje starijih i stjecanje dodatnih kvalifikacija, biti više zainteresirane za rad na imidžu i suradnju s PR agencijama.

Svi ravnatelji smatraju da se trebaju baviti izgradnjom osobnog imidža. Naglasak na radu na sebi puno je veći kod starijih ravnatelja nego kod onih mlađih. Na upit o potrebi vođenja brige o svom osobnom imidžu kao ravnatelja škole, ravnateljica jedne škole naglasila je nužnost toga riječima: „Naravno, to je bitno, većina roditelja zna barem prezime ravnatelja te se osobnim kontaktima imidž ravnatelja i škole jako brzo širi. Roditelji najčešće imaju samo nekoliko informacija temeljem kojih nas vrednuju... To može biti svašta, znam da je jednom prilikom roditelj moga učenika prokomentirao kakav način života vodi moj sin i koji fakultet je upisao. Samo tih nekoliko činjenica stvaraju njemu sliku škole... Zato govorim svojim djelatnicima, ti si profesor jednako u školi kao na koncertu Bečke filharmonije ili svadbi rođaka 250 kilometra udaljenoj od Zagreba. Snimka već sutra može biti na mobitelima svih roditelja.“ Kod starijih ravnatelja (3) postoji stav da se djelatnici škole i učenici moraju prikladno odijevati i time iskazivati poštovanje ljudima s kojima se susreću. Na potpitanje o uređenju toga kodeksom, dvoje ravnatelja odgovorilo je da su to pokušali „staviti na papir“ kroz odluku školskog odbora, no nisu uspjeli. Stariji ravnatelji rekli su da imaju problema s odijevanjem svojih djelatnika tijekom ljeta, ali s obzirom na to

da se radi o javnim školama, nisu uspjeli uvesti potpuni red. Jedna je ravnateljica mišljenja da o pravilima ponašanja treba razgovarati s roditeljima odmah pri upisu djeteta u srednju školu, no da ravnatelji to izbjegavaju kako ne bi ulazili u konflikt i kako bi bili simpatični roditeljima. Ravnatelji smatraju da osobni imidž ravnatelja najviše kreira osobni izgled, način ponašanja i komunikacija. Smatraju da se osobni imidž treba stvarati od trenutka kada se zaposliš u školi.

Stavovi ravnatelja prema klubovima bivših učenika, izdavanju publikacija škole i organizaciji događaja

Svi sudionici smatraju organizaciju događaja i manifestacija u školi doprinosom dobroj reputaciji. Dio sudionika u ovom se dijelu osvrnuo na imidž škole, istaknuvši da dobra škola mora biti na prvom mjestu kvalitetna: stav je sudionika, ukoliko je škola „mršava“ po pitanju svojih programa i postignuća, nema se smisla baviti predstavljanjem škole javnosti.

Iskazi koje su dali ravnatelji o komunikaciji s vanjskom javnošću (zaposlenicima i učenicima) potvrđuju ono što je kvantifikacijom dobila i Ljubičić (2018: 79) - većina ravnatelja smatra da komunikaciju ponajviše ostvaruju putem vlastite web-stranice. Mlađi ravnatelji (3) su administratori web-stranica, dok kod ostalih ravnatelja (10) materijale na web-stranicu stavlja profesor informatike/informatičar. Kod ostalih materijale za stranicu izrađuje više osoba među kojima su profesor hrvatskog jezika, satničar i knjižničar. Većina ravnatelja (10) smatra da bi vođenje web-stranica trebao voditi ravnatelj, ali da oni zbog obveza ne stignu to obavljati. Dio ravnatelja (6) smatra da njihova web-stranica nije adekvatna, da je zastarjela te da se materijali ne osvježavaju redovito. Glavni kanali komunikacije s javnošću putem interneta za ispitane ravnatelje (13) su društvene mreže Facebook i Instagram. Putem Instragrama obraćaju se učenicima, a putem Facebook-a roditeljima budućih i sadašnjih učenika, bivšim učenicima, općenitoj javnosti. Ukoliko objavljuju neki ozbiljan sadržaj to prvo ide na web-stranicu, a onda se prenosi putem društvenih mreža. Ljubičić (2018) navela je u svom radu da se većina inter-

ne komunikacije vrši putem e-pisma i oglasne ploče. Ispitani ravnatelji (8) smatraju da se većina interne komunikacije u njihovoj školi vrši licem-u-lice, onda putem aplikacija za dopisivanje kao što su Viber, Signal, WhatsApp, Telegram te u manjem broju slučaju drugim načinima komunikacije. Manji dio škola ima račun na YouTubeu kojeg redovito ažuriraju, a samo dvije škole imaju račun na Tik Toku, problem im je izrada zanimljivih, kvalitetnih sadržaja i zato ne koriste te usluge. Mlađi ravnatelji (3) su administratori računa na društvenim mrežama, kod ostalih ravnatelja (10) administrator je profesor hrvatskog ili knjižničar, no sadržaje kod svih izrađuje više osoba iz stručnog tima.

Kao odgovor na zadnje istraživačko pitanje, gotovo svi ravnatelji smatraju pametnim i korisnim organizirati klub bivših učenika svoje škole, no smatraju da nemaju dovoljno ljudskih kapaciteta da bi vodili organizaciju tog kluba. Iznimka su dvije škole u kojima ravnatelji uz bivše učenike aktivno vode klubove bivših učenika. U jednoj školi bivši učenici dolaze na godišnji domjenak te plaćaju kartu, iznos se skupi te se kasnije daruje učeniku slabijeg imovinskog statusa, a bivši se učenici nakon toga fotografiraju u školi i zajedno idu na večeru. Ravnatelji smatraju da je za dobar imidž škole korisno izdavanje novinskih brošura i godišnjaka. Pola ispitanih ravnatelja (7) takvu praksu nastoji održati u svojoj školi, od čega samo dvoje izdaje tiskano papirnato izdanje novinske brosure i godišnjaka. Ravnatelji smatraju da je veliki posao izraditi publikaciju škole, koju u njihovim školama najčešće izrađuju i uređuju profesor hrvatskog jezika i knjižničari. Ravnatelji uglavnom odustaju od tiskanja takvih publika zbog nemogućnosti financiranja takvih projekata.

4. ZAKLJUČAK

Provedeno je istraživanje pokazalo da ravnatelji srednjih škola s područja Grada Zagreba odnose s javnošću doživljavaju kao modernu i mladu struku koja ima dobru reputaciju i koja je usko vezana uz internet i digitalnu revoluciju. S obzirom na to da se radi o novoj struci, uočeno je da ispitani ravnatelji slabo razumiju granice izme-

đu odnosa s javnošću, marketinga, propagande, lobiranja i oglašavanja. Većina ispitanih ravnatelja misli da je to težak i zahtjevan posao te odnose s javnošću vidi kao poželjnu struku koju bi preporučili za posao učenicima svoje škole. Velika većina ispitanih ravnatelja s područja Grada Zagreba smatra da je za obavljanje posla praktičara odnosa s javnošću potrebno završiti fakultet, no ne nužno studij iz područja komunikacijskih znanosti. Većina ravnatelja stava je da razrednici i dobri profesori imaju najveći utjecaj na učenike prilikom odabira buduće profesije, a da je njihov utjecaj na učenike minimalan. Pozitivan utjecaj na percepciju fakulteta, studija i komunikacijskih struka (novinarstva, odnosa s javnošću, komunikologije) kod roditelja, učenika i profesora, prema ispitanim ravnateljima, imaju projekti kao što su Djeca medija, gdje studenti komunikacijskih znanosti dolaze i održavaju predavanja o medijskoj pismenosti u srednjim školama. Ravnatelji su izjavili da smatraju da je upravo temeljem tih predavanja dio

njihovih učenika upisao studij komunikologije ili novinarstva.

Ispitani ravnatelji stava su da u javnosti postoje škole i ravnatelji dobrog imidža, koji ne treba nužno biti zaslužen. Na imidž škole utječu različite stvari kao što su npr. izgled školskog objekta i okoline, uspješnost učenika, nenadane krizne situacije na koje ravnatelji ne mogu utjecati. Stav gotovo svih sudionika istraživanja jest, ukoliko se školom dugoročno strateški upravlja, ako se gradi imidž i pozitivna školska kultura i klima, da će se u dužem periodu stvoriti dobra reputacija škole – upravo tu prepoznaje se značajnost uloge odnosa s javnošću. Na kraju, nasuprot istraživačkih radova koji su se dotakli teme zapošljavanja djelatnika za odnose s javnošću u školi, u ovom se istraživanju, provedenom za vrijeme trajanja različitih kriza, pokazalo da bi ravnatelji pri zapošljavanju preferirali nastavnika koji ima svoju struku, ali je uz nju završio neki stupanj obrazovanja iz odnosa s javnošću.

5. LITERATURA

- Andriyani, D. E. (2020). Public Relations Management in Building the Image of Schools in Senior High School. *Journal of the Community Development in Asia (JCDA)*, 3(3), 1-6.
- Broom, G. M. (2010). *Cutlip & Center's Učinkoviti odnosi s javnošću*. Mate.
- Bunnell, T. (2005). Perspectives on public relations training in international schools. *Journal of Educational Administration*, 43(5), 480-499.
- Carlsmith, L., & Railsback, J. (2000). *The power of public relations in schools*. Northwest Regional Educational Laboratory.
- Čoruk, A. (2018). School Principals' Opinions about Public Relations Practices on Schools. *International Journal of Progressive Education*, 14(2), 136-147.
- Dragun, V. (2010). *Odnosi s javnošću u obrazovanju*. Školske novine.
- Ediger, D. M. (2001). Effective school public relations. *Education*, 121(4).
- Fijan, T., & Milas, Z. (2018). Analysis of Profession Reputation as Possible Indicator of Crisis in Public Relations. *Communication Management Review*, 3(01), 30-56.
- Jakopović, H. (2012). Odnosi s javnošću kao znanstvena grana informacijskih i komunikacijskih znanosti. *Medijske studije*, 3(5), 85-101.
- Kowalski, T. J. (2011). Public relations in schools.
- Lockhart, J. (2010). *How to market your school: A guide to marketing, communication, and public relations for school administrators*. R&L Education.

- Ljubičić, R. (2018). *Stavovi i mišljenja ravnatelja osnovnih i srednjih škola Zadarske županije o uvođenju djelatnika za odnose s javnošću* [Diplomski rad, Sveučilište u Zadru]. Repozitorij Sveučilišta u Zadru. <https://repozitorij.unizd.hr/en/islandora/object/unizd:2228>
- Molleda, J. C. (2001). International paradigms: The Latin American school of public relations. *Journalism Studies*, 2(4), 513-530.
- Skoko, B. (2006). *Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću: knjiga eseja i praktičnih uputa za snalaženje u jednome od najpoželjnijih zanimanja današnjice*. Millenium promocija.
- Spitzer, B. (2016). *Profesija odnosi s javnošću – percepcija među hrvatskim građanima* [Neobjavljeni završni specijalistički rad]. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti u Zagrebu.
- Stanić, I. (2017). *Uloga ravnatelja u stvaranju imidža osnovne škole na primjeru Republike Hrvatske i Republike Makedonije* [Doktorska disertacija, Sveučilište u Osijeku]. Repozitorij Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. <https://dr.nsk.hr/en/islandora/object/dsos%3A37>

PUBLIC RELATIONS IN EDUCATION: ATTITUDES OF PRINCIPALS OF ZAGREB SECONDARY SCHOOLS

SUMMARY

The call to social institutions for public action in modern society obliges educational institutions to be transparent about the achievement of educational goals, and the management staff is invited to think about the image and reputation of their educational institutions. Using the method of in-depth interviews during June and July 2022, the attitudes of principals of secondary schools from the City of Zagreb, from the population chosen by a random stratified sample, were examined: how principals perceive public relations as a profession and practice, how they perceive their role in the process of creating the image and reputation of the institution and personal reputation as a school principal. Most of the interviewed high school principals from the City of Zagreb perceive public relations as a modern and young profession that has a good reputation and is closely related to the Internet and the digital revolution. Almost all interviewed principals believe that it is necessary for principals to work on building their personal image. The opinion of the majority of the participants is that if the school is managed strategically in the long term, if the image and positive school climate and culture are built, that a good reputation of the school will be created in the long term.

Key words: high school, image, perception of the profession, principals, public relations in education