

## Студија на случај

Фотографија: Marley Clovelly, Pexels

Тане ДИМОВСКИ

# Како училиштата ги ползуваат односите со јавноста и социјалните медиуми за информирање на јавноста

## Апстракт

Интернетот е природна средина за новата генерација. Децата денес не учат како се користи компјутер, туку користат компјутер кога учат. Преку пребарувачот може да се најде одговор на секое прашање што некој би можел да го има. Со други зборови, интернетот навлезе во сите области на човековиот живот. Во иднина, технологијата ќе игра уште поголема улога во животот на луѓето. Сепак, училиштето останува главна институција во насока на образовниот систем на младите. Денес, односите со јавноста и социјалните медиуми се составен дел од образовниот процес, токму во делот на достапноста на информациите до јавноста. Тие претставуваат суштински и цврсто интегриран однос во јавните политики во секое поле од интерес. Нивната употреба во денешниот свет, во ера на брза комуникација, стана дел од нашето секојдневие, бидејќи тие го сумираат јавното мислење. Училиштата успеаја максимално да го искористат овој бесплатен интернет-простор и да ги користат техниките за односи со јавноста и за управување со социјалните медиуми преку поставување фотографии, содржини, коментари, видеа итн., т.е. споделување информативни соопштенија за јавноста, што придонесе за креирање, воспоставување и проектирање слика на образовната институција. Така, училиштата успеаја да ги приближат своите активности и информации до јавноста и да ја сменат долгогодишната навика за непочитување на информациите од јавен карактер.

### Клучни зборови:

Односи со јавноста, социјални медиуми, комуникации

# Вовед

Односите со јавноста се многу важен процес на планирање за вршење влијание врз јавното мислење, т.е. за заемно задоволителна двонасочна комуникација. Односите со јавноста придонесуваат за создавање и за проектирање на совршената слика на институцијата во јавноста. Како што спомнавме, тоа е двонасочен процес во којшто пораката се пренесува до публиката, но мора да има повратна информација, пред сè, поради практичноста на работата. Во последниве години, големиот подем во комуникацијата на интернет ги стави во преден план социјалните медиуми (особено одредени социјални мрежи), коишто се збир од бројни канали за комуникација, интеракција меѓу повеќе луѓе кои можат да споделуваат разновидна содржина и, во исто време, да соработуваат. Дури се смета дека онлајн комуникацијата преку социјалните медиуми може да создаде јавно мислење, односно да придонесе за иницирање одредени активности кај граѓаните за различни прашања. Покрај тоа, социјалните медиуми сè повеќе се користат во односите со јавноста од страна на практичарите. Целта на овој труд е да се нагласи влијанието на односите со јавноста и социјалните медиуми, што е навистина од големо значење и е клучно во процесот на информирање и запознавање на јавноста во делот на образовниот процес.

## Методи на истражување

Методологијата на истражување што се користи во овој научен труд е анализа на содржината во комбинација со квалитативна методологија. Методот на истражување е анализа на документи како извор на податоци. Користејќи анализа на содржината, ќе го измериме и ќе го анализираме присуството, значењата и односите на одредени концепти за употреба на односите со јавноста и социјалните медиуми од училиштата. Изворите на податоци ќе бидат од интервјуа, белешки за теренско истражување, разговори или буквално каква било појава на комуникациски јазик (како што се книги, есеи, дискусии, наслови во весници, говори, медиуми, историски документи).

## Медиумското образование на рана возраст и неговата примена

Образованието за медиумска писменост во Европа се случува во различни контексти, во зависност од различните традиции на училишните системи, а во практиката може да се сретнат различни модели. Најчесто станува збор за медиумска писменост како посебен предмет или нејзино интегрирање, преку различни тематски единици, во повеќе предмети. Секој модел има свои предности и недостатоци. Овој пристап денес го окупира вниманието на експертите, особено поради сознанијата дека медиумското образование како посебен (најчесто избран) предмет е ниско на листата на приоритети за училиштата и за наставниците, додека неговата интеграција во другите училишни предмети го прави „невидлив“. Значи, потешко е да се научи, односно секој наставник учи „по малку“ од материјата. Еден од најважните документи во моментот на полето

на медиумското образование е секако Декларацијата за медиумско образование (Декларација за медиумско образование на Грунвалд), што УНЕСКО ја претстави на Меѓународниот симпозиум во Грунвалд, Германија, во 1982 година. Таа ја нагласува неопходноста од кохерентна и систематска форма на едукација за масовните медиуми како предуслов за современо граѓанство. Во таа насока, надлежните органи во државите исто така повикаа:

1. Да се иницираат и да се поддржат сеопфатни медиумски образовни програми, од предучилишно до универзитетско ниво, како и во доживотното образование и во образованието на возрасните насочени кон развивање знаења, вештини и ставови што ќе го поттикнат нивото на критичка свест и ќе создадат поголема компетентност кај корисниците на електронските и печатените медиуми. Идеално, таквите програми треба да вклучуваат анализа на медиумски производи, употреба на медиумите како средство за креативно изразување и ефикасно користење и учество во достапните медиумски канали;
2. Да се развијат курсеви за обука на наставници и на медијатори, да се зголеми нивното знаење и разбирање за медиумите и да се обучат соодветните методи на настава, земајќи го предвид обемот но фрагментарно знаење за медиумите што многу студенти веќе го поседуваат;
3. Да се поттикнат истражувачки и развојни активности во интерес на медиумското образование, од сферата на психологијата, социологијата и комуникациските науки и
4. Да се обезбеди поддршка и зајакнување на активностите преземени или обезбедени од страна на УНЕСКО, насочени кон поттикнување меѓународна соработка во областа на медиумското образование.

Следеа бројни други конференции, проширувајќи, разјаснувајќи и развивајќи го концептот, теоријата и практиката на медиумското образование. Така, во 1990 година во Тулуз, Франција, новите правци на конференцијата во медиумското образование (*New Directions in Media Education*) го прифатија концептот на медиумска писменост како „знаење за структурата, економијата и функциите на масовниот медиумски систем во општеството, како и аналитичките вештини за читање на естетската и на идеолошката содржина на пораките на масовните медиуми“ (THOMAN, 2000). Утврдено е дека современото општество, од ерата на лингвистичка писменост преминало во ерата на електронска писменост, и затоа медиумската писменост не е луксуз, туку неопходност. Она што е најважно е разбирањето на улогата на медиумските консументи. Ако во 50-тите и во 60-тите години ги сметаа за „табула раса“, сега веќе стануваат активни креатори на содржини и прашањето веќе не е како медиумите влијаат врз луѓето, туку што прават луѓето со медиумите. Целта е да им се овозможи на граѓаните активен однос со медиумите, наместо нивна заштита од потенцијалното штетно влијание на масовните медиуми (преку идеологија на медијација, комерцијализација, платени реклами и содржини со ниски естетски и едукативни вредности). Елементите потребни за развој на медиумското образование се следните:

- a. Воспоставување насоки за наставни програми (на национално или регионално ниво) на соодветни образовни институции,
- b. Програми за обука на наставници на универзитетско ниво (не програми за новинарство, туку образование со посебна специјализација),
- c. Поддршка за наставници – едукативни програми за време на работа, летни курсеви и сл. преку кои наставниците ќе напредуваат во избраната специјализација,
- d. Образовни ресурси за настава – наставници, наставни програми, списоци на активности, видеа, постери и брошури потребни за настава.<sup>1</sup>

1 [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF)

# Обид за примена во основното образование

Важноста на Декларацијата на Грунвалд од 1982 година беше потврдена на состанокот на владата во 2007 година и беше проценето дека таа ќе стане многу поголема за 25 години. На средбата беше истакнато дека сето она што тогаш беше кажано во таа пригода е поблиску во контекст на информатичкото општество и ширењето знаења во глобален контекст. Местото и улогата на медиумите расте во нашите општества, а граѓаните, како никогаш досега, мора да имаат способност критички да анализираат содржини, без разлика на симболичкиот систем што се користи (слика, звук, текст) за да се приспособат на општествените промени. Оттука, постои итна потреба од меѓународна мобилизација за зголемување на медиумската едукација и за вклученост во процесот на сите засегнати страни. Од собирот произлегоа 12 препораки за четири приоритетни активности: развивање концепт за сеопфатно медиумско образование на сите образовни нивоа, обука на наставници и подигнување на свеста на другите чинители во социјалната сфера, истражување и нивно мрежно ширење и меѓународна соработка. Во овој контекст, првите две (од 8 препораки) се чини дека се клучни. Тие вклучуваат:

1. Усвојување инклузивна дефиниција за медиумско образование со три главни цели – пристап до сите видови медиуми што се потенцијални алатки за разбирање на општеството и за учество во демократскиот живот, развивање вештини за критичка анализа на пораките, поттикнување продукција, креативност и интерактивност во различни области на медиумите;
2. Зајакнување на врските помеѓу медиумското образование, културната различност и почитувањето на човековите права преку приспособување на наставните програми на различноста на културниот, образовниот, социјалниот и економскиот контекст;
3. Дефинирање на основните вештини и на системите за оценување. Тие имаат интердисциплинарен карактер и треба да бидат наведени за секое ниво на училишниот систем. Нивната проценка треба да ги земе предвид учениците, како и обуката на наставниците и треба да помогне да се подобри релевантноста и ефективноста на наставните програми за медиумско образование;
4. Интеграција на медиумското образование во почетната обука на наставниците. Тоа е клучен елемент на системот и мора да вклучува теоретски димензии и практични вештини, засновани врз добро познавање на медиумските потреби на младите. Во време на брзи промени, оваа обука мора да се потпира врз институционални активности и индивидуална вмешаност, користејќи наставни помагала кои се тестирани и потврдени од наставниците и учениците;
5. Развивање соодветни и напредни развојни педагошки методи. Главната цел е да се постават нови „активни“ методи што не се компатибилни со веќе подготвени рецепти за предавање, како и да се постигне еволуција на улогата на наставникот и поголемо учество на учениците;
6. Мобилизација на сите учесници во образовниот систем. Интеграцијата на медиумското образование во образовниот систем мора да ги мобилизира сите засегнати страни. Треба да се зголеми свеста кај одговорните за наставните програми, кај директорите на училиштата, кај главните службеници во образованието, со цел да ја преземат одговорноста за легитимизирање на овие активности;
7. Мобилизирање други чинители во социјалната сфера. Медиумското образование не може да се ограничи само на училишната средина и на семејствата, здруженијата и медиумските професионалци. Медиумското образование треба да биде интегрирано во професионалната



обука на новинарите и да вклучува правни лица и етичко знаење. Истото важи и за сите медиумски професионалци, производители на содржини, уредници, радиодифузери итн.;

8. Воведување медиумско образование во рамките на доживотното учење. Медиумското образование не е само за младите, туку и за возрасните чии главни информации и извори на знаење се медиумите. Во овој контекст, медиумското образование е процес на квалитетно доживотно учење. На возрасните треба да им се обезбеди обука која ќе им помогне да станат послободни и поактивни граѓани во општеството. Континуирана обука треба да се спроведува локално, со поддршка од граѓански здруженија, невладини организации и експерти.<sup>2</sup>

## Што претставуваат односите со јавноста?

Односите со јавноста претставуваат суштински елемент во управувањето со секоја транспарентна и одговорна организација. Со имплементирање на односите со јавноста во работата се стекнува позитивна репутација и се гради имиџот на секоја организација. Постојаната двонасочна комуникација со граѓаните и медиумите е обврска и предизвик за секоја организација чија задача е навремено, точно и отворено да ги информира граѓаните за нивната работа, а со тоа да обезбеди заемна доверба и поддршка. Благодарение на односите со јавноста и на нивната употреба во процесот на информирање, граѓаните активно учествуваат во процесот на креирање политики. Во изминатиот период, односите со јавноста во Република Македонија доживеаја вистински „бум“, особено во јавните институции, кои почнаа да ја препознаваат нивната важност. Јавниот сектор ја согледа важноста од применувањето на односите со јавноста во работата бидејќи тоа претставува дел од креирање на имиџот и на позитивниот углед на јавните институции.

Практикувањето на односите со јавноста е предизвик за функционирањето на организациите, пред сè од аспект на потребата од информирање на граѓаните за преземените активности од страна на владините институции во сите сфери на општеството, почнувајќи од креирањето на законите за економија, изградбата на патна инфраструктура, потфатите во културата, туризмот, спортот итн. Вклучувањето на односите со јавноста е чекор напред во насока на професионално планирање, креирање и реализација на двонасочна комуникација со граѓаните. Со навремено, секојдневно и реално информирање на граѓаните за нивната работа, секоја владина институција може да ја очекува нивната доверба, поддршка, но и нивното активно учество во процесот на креирање политики и одлучување. Воспоставувањето односи со јавноста во јавните институции обезбедува првичен контакт на граѓаните со институциите од областа на јавните услуги, за на крај да ја создадат и да ја имаат целокупната слика за институцијата.

Јавните институции се оние што треба јасно да ја искористат можноста да одговорат на потребите на луѓето со тоа што позитивно ќе придонесат за општеството. Понудата на програми и услуги го зголемува интересот на граѓаните. Со подобрување на владината успешност и известување за неа, се добива поддршка. Со развивање на патната инфраструктура се зголемуваат условите и безбедноста на секој граѓанин. Со обезбедување лесен пристап до услугите на јавниот сектор, се зголемува интересот и искористувањето на истите. При погрешно насочување на односите со јавноста во јавниот сектор, активностите на институциите од јавниот сектор се означуваат како

2 Шопар, В. Теменугова, А. Аксентиевска, М. (2018) Медиумската писменост во Македонија: обид за имплементација во основното образование, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Институт за комуникациски студии, Скопје.

неуспешни, а така се означуваат и програмите на институциите од јавниот сектор. Пред сè, ќе се изгуби контактот и комуникацијата со граѓаните, а со тоа ќе се изгуби и реалната слика.

Затоа, кога се зборува за односите со јавноста, тоа значи долгогодишен процес на меѓусебно поврзани активности. Односите со јавноста се суштинска и цврсто интегрирана врска со јавните политики во секое поле од интерес.

Нивната примена во денешниот свет, во ера на брза комуникација, стана секојдневие, затоа што, пред сè, го сублимираме јавното мислење. Во поширока смисла, односите со јавноста подразбираат комуникација, систематски планиран процес на влијание со цел да се добие позитивен ефект, интерактивна комуникација заснована врз отворено, демократско дејствување во корист на организацијата и јавноста. Може да се каже дека односите со јавноста се наука и уметност или анализа на актуелни настани, советување, внесување новини во програмите и реализација. Конкретно, тие претставуваат концепт, реализација на создадените активности и настани што се важни за јавноста или, поедноставно кажано, односите со јавноста се системски процес на комуникација помеѓу организацијата и јавноста, со цел да се подобри имиџот. Прв изразот „односи со јавноста“ го употребил американскиот претседател Томас Џеферсон во своето обраќање до Конгресот во 1807 година. Американскиот историчар Роберт Хејлбронет, во една пригода, ја опишал оваа област како „братство“ од 100.000 членови чијшто заеднички однос е професијата и заеднички проблем им е што никој не може да се договори што е тоа професија.

## Што претставуваат социјалните медиуми?

Социјалните медиуми се динамичен медиум што го промени начинот на којшто работиме. Тие вообичаено се дефинираат како нови извори на онлајн информации што се создаваат, се иницираат, циркулираат и се користат од потрошувачите за размена на информации за производи, услуги, особености и специфичности. Постојат многу различни медиуми, како што се веб-страници, блогови, адреси за е-пошта, социјални мрежи, инстант пораки итн. Многу е важно да се направи разлика помеѓу класичните и социјалните медиуми.

Социјалните медиуми во суштина се места каде што „се собираат луѓе“ со слични интереси. На овој начин се создадени одредени виртуелни заедници што се градат околу одредени теми и информации, коишто можат да комуницираат меѓу себе, да пренесуваат ставови и да коментираат.

Социјалните медиуми се силен инструмент, особено за маркетинг, рекламирање и бесплатно објавување информации, бидејќи тие имаат своја цел.

Социјалните медиуми започнаа со развојот на технологијата во Франција, со откривањето на телеграфот и со појавата на радиото и телевизијата, создавајќи револуција во информациите, но и во создавањето на јавното мислење.

Но, комуникацијата беше еднонасочна. Со појавата на интернетот, којшто поврзува голем број луѓе, се создаде масовна комуникација, прво преку електронска пошта, потоа преку веб-страниците, блоговите, социјалните мрежи, коишто прават вистинска експлозија и се едни од најважните алатки за комуникација во современото општество. Може да се каже дека социјалните медиуми станаа еден од најважните канали за комуникација меѓу луѓето, како и средства за формирање на јавното мислење. Популарноста на социјалните медиуми и мрежи започнува во 1995 година, со појавата на американскиот портал [classmates.com](http://classmates.com). Проектот се покажа како прилично успешен, по што аналогно се појавија и други сервиси.<sup>3</sup>

3 Asatjani, S., (2011) Social Media at School, Sandros Books Publishing, Tbilisi, Georgia

Официјално, социјалните медиуми се појавуваат во 2003-2004 година со My Space, Facebook и LinkedIn. Во Македонија, социјалните медиуми добиваат подем кон крајот на првата деценија од 21 век. Официјално, социјалните медиуми се појавуваат во 2003-2004 година со My Space, Facebook и LinkedIn. Во Македонија, социјалните медиуми добиваат подем кон крајот на првата деценија од 21 век<sup>4</sup>. Социјалните медиуми се социјална структура на јазли (поединци или организации) поврзани едни со други преку вредности, визији, идеи, финансиски интереси, а резултатот од тие структури е сложен. Јазлите се индивидуални „актери“ во мрежата, а врските се реализација помеѓу актерите (Стојановска, 2012). Со правилно користење на услугите и со таргетирање се добиваат ефективни резултати. Поради нивната распространетост, социјалните медиуми се широко користени. Во денешно време е неспатливо луѓето кои се занимаваат со маркетинг, комуникација, медиуми и односи со јавноста да не бидат присутни на социјалните мрежи. Многу е важно да се знае како може успешно да се користат социјалните медиуми, бидејќи предностите се поврзани со транспарентноста, партиципацијата, фокусот на заедницата, големите кориснички можности, разговорот, масовното поврзување. Социјалните мрежи започнуваат со комуникација меѓу младите кои сакаат да контактираат меѓу себе. Нивната употреба и раст се засили во 21 век. Згора на тоа, не само што се зголеми употребата на социјалните мрежи кај луѓето, туку и кај практичарите за односи со јавноста. Дополнително, барем во изминатиот период социјалните мрежи се „креатори“ на јавното мислење, но се соодветни и за маркетинг и рекламирање производи. Социјалните мрежи, како дел од социјалните медиуми, како што претходно забележавме, првпат се појавија во 1995 година, со појавата на американската страница [www.classmates.com](http://www.classmates.com), основана од Ренди Конрадс, кој сакал да најде начин да не престане да контактира со соучениците. Како што растела неговата идеја и се развивал проектот за создавање на првата социјална мрежа, се проширила и покриеноста на корисниците. Конрадс, преку својата веб-страница, овозможи средби помеѓу пријатели и колеги од други институции, организации – градинка, основно и средно училиште, факултет, работа и војска. Во 1997 година на пазарот се појави AOL Instant Messenger, којшто ја популаризираше размената на инстант пораки. Истата година се појави страницата [sixdegrees.com](http://sixdegrees.com), со што овозможи креирање профили и додавање пријатели. Во 2002 година, ова продолжи преку страницата Friendster, што овозможи онлајн поврзување на пријателите. Базата на податоци на корисници на оваа социјална мрежа беше најпопуларна во Азија и таа порасна на 3 милиони во првите три месеци. Ако се спореди со вкупниот број на интернет-корисници во тоа време, може да се заклучи дека 1 од 126 корисници на Интернет имале свој профил на Friendster. Во 2003 година, Том Андерсон и Крис Деволф ја создадоа најголемата интернет музичка библиотека во светот, My Space. Со појавата на оваа страница, социјалните мрежи го добија својот стандардизиран облик, проследено со огромен број слични веб-страници низ светот. Фејсбук се појави на 4 февруари 2004 година. Оваа страница првично се појави како мрежа за поврзување на студентите од американските факултети. Со првиот член на Фејсбук од Универзитетот Харвард, повеќе од половина од вкупно 19.500 студенти отворија свој профил на Фејсбук. Твитер се појави на сцената две години подоцна.<sup>5</sup>

4 <https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/960d8b50-c9e6-48b4-8745-ab68d682b5f9/mapping-digital-media-macedonia-20120625.pdf>

5 Стојановска, С. (2012), Комуникација во државните и приватните училишта (магистерска теза), Филозофски факултет - Институт за педагогија, Скопје

# Практикување на односите со јавноста и на социјалните медиуми во училиштата

Во Македонија, основното и средното образование се задолжителни за сите деца. Со посебни закони, Законот за основно образование и Законот за средно образование, се уредува образовниот процес, дејноста, организацијата, функционирањето и управувањето со двата степени на образование. Законот за основно образование се заснова врз правото на бесплатно и висококвалитетно образование на секое дете (член 3) и ги нагласува основните начела на основното образование, вклучувајќи го најдобриот интерес на детето, еднаквоста, достапноста, пристапноста и инклузивноста, квалитетното образование и меѓународна споредливост на знаењата на учениците и слично (член 4). Законот за средно образование предвидува дека средното образование (гимназиско и стручно) е задолжително за секој граѓанин, бесплатно е и се обезбедува еднакво за сите (член 3). Законот за основно образование ги дефинира целите на основното образование (член 7), вклучувајќи:

- Обезбедување целосен опсег во образовниот процес и одговарање на различните потреби на сите ученици, преку обезбедување суштинско учество на сите ученици во него;
- Постигнување национални стандарди за основно образование од областите: јазична писменост, учење други јазици, математика, природни науки и технологија, дигитална писменост, личен и социјален развој, демократска култура и граѓанство, претприемништво и финансиска писменост, како и уметничко изразување, култура и мултикултурализам;
- Развивање самопочит и свест кај ученикот за сопствената индивидуалност и одговорност за своите постапки;
- Едукација за почитување на различностите, соработката, основните човекови слободи и права;
- Подготовка на ученикот за одговорен живот во слободно, граѓанско и демократско општество;
- Развивање вештини и компетенции за истражување, експериментирање и решавање проблеми;
- Стекнување општи и применливи знаења и вештини потребни во секојдневниот живот или за понатамошното образование;
- Подготовка за понатамошно образование и доживотно учење.

Во денешно време, примарен извор за образование е училиштето, но луѓето собираат и други информации користејќи радио, телевизија, компјутери и интернет, каде што се нашите главни културни алатки за следење, селекција, собирање, складирање и пренос на знаење. Информациите доаѓаат од секаде, веќе нема разлика помеѓу традиционални и дигитални медиуми, луѓето можат да читаат весник, да гледаат телевизија и филмови на компјутер или мобилен телефон. Сепак, зголемувањето на знаењето за користење на масовните медиуми и за комуникација има свои предности и свои недостатоци. Иако треба да ги искористиме нивните заслуги, треба да се обидеме да го избегнеме негативното.

Затоа, треба да ја развиеме медиумската писменост, особено кај децата, населението родено и воспитано во ерата на новите информатички и комуникациски технологии, присутни и дома и на училиште. Односите со јавноста и социјалните медиуми се главната алатка во однос на



споделувањето информации со јавноста надвор од училиштата. Кога училиштата се појавија како социјална институција, а наставата како форма на работа, образованието стана комуникација. Воспитно-образовната комуникација се постигнува во процесот на воспитанието и со воспитно-образовната работа, со пренос на знаење и развој на личноста. Природата и квалитетот на комуникацијата зависи од постигнувањето на целта и целите во наставата. Образовниот процес е комуникација. Во училиштата како организации оваа активност е насочена кон целите на училиштето. Информациите како предмет на комуникација во училиштето можат да бидат со различна содржина. Информациите може да бидат со различен интензитет за правата и за обврските на поединците, засегнатите страни. Многу фактори зависат од комуникацијата во училиштето. Менаџерите треба да бидат ефективни комуникатори, за да постигнат добри резултати во денешните училишта. Без разлика на тоа за каков вид училишна комуникација се работи, најважен е процесот, а не еднонасочната комуникација. Во однос на училишната комуникација, постојат три насоки:

- \* Комуникацијата треба да оди од директорот на училиштето до наставниците и обратно и да се одвива помеѓу наставниците;
- \* Мора да има добар хоризонтален проток на комуникација помеѓу наставниците;
- \* Треба да има комуникација со надворешни фактори, како што се родителите, персоналот и другите образовни институции.

## Студија на случај – Основно општинско училиште „Ѓорѓија Пулевски“

Студијата на случај на Основното општинско јавно училиште „Ѓорѓија Пулевски“ го прикажува начинот на практикување на односите со јавноста и на социјалните медиуми, што ќе придонесе за понатамошно практикување на односите со јавноста и на социјалните медиуми во други училишта.

Училиштето е основано во 1983 година. Има 38 паралелки и 19 училници. Објектот се простира на површина од 4.915 m<sup>2</sup>, додека дворот има површина од 11.757 m<sup>2</sup>. Според основните информации објавени на официјалната веб-страница на Општина Аеродром, неговата адреса е бул. „Јане Сандански“ 27А, електронската адреса на училиштето е [gpulevski@yahoo.com](mailto:gpulevski@yahoo.com), додека веб-страницата е <http://www.ougpulevski-aerodrom.edu.mk>. Бројот на наставници е 69, додека бројот на ученици 994. За информирање и за претставување на училиштето пред јавноста е одговорен директорот на училиштето, Марјан Јовановски. Според анализата на онлајн базата што ја направивме, можеме да заклучиме дека треба да се преземат активности за подобрување на условите за учење, односно реновирање и обуки за вклучување и дигитализација на образовниот процес. Но, тука се и меѓународните успеси на учениците од ова основно училиште.

### ООУ „Ѓорѓија Пулевски“ како дел од проектот Еразмус

*(Објавено на 6.2.2020 година)*

Основното училиште „Ѓорѓија Пулевски“ од Општина Аеродром беше дел од проектот „Еразмус +“ посветен на екологијата, што се одржа во Рига, Латвија, во периодот од 19 до 25 јануари 2020 година. На првата средба, во училиштето-партнер во Рига, беа координаторот на проектот,

наставничката Ана Петровска, уште двајца членови на наставниот кадар, како и директорот на училиштето Марјан Јовановски. Учесниците учествуваа на работилница за навиткување хартија, разменија идеи и нацрт-мерки за спречување на уништувањето на животната средина и искуства од образовниот систем и начинот на работа во своите земји.

## ООУ „Ѓорѓија Пулевски“ инсталира лифт за учениците со физичка попреченост

*(Објавено на 22.7.2019 година)*

Основното училиште „Ѓорѓија Пулевски“ во Општина Аеродром ќе добие лифт со којшто ќе се овозможи и ќе се олесни движењето на лицата со телесен инвалидитет во самиот објект, соопштија од општината. Изградбата на лифтот започна деновиве и се очекува да биде завршен пред почетокот на новата учебна година. Лифтот е донација од Амбасадата на САД, а неговата вредност е околу 57 илјади долари. Вакви лифтови се предвидува и во основните училишта „Љубен Лапе“ и „Лазо Ангеловски“, информираат од општина Аеродром.

## Реновирани целосно неупотребливи училници во ООУ „Ѓорѓија Пулевски“

*(Објавено на 15.3.2021 година)*

Градоначалникот на Општина Аеродром, Златко Марин, денеска изврши увид во реновирањето на училниците во основното училиште МПС „Ѓорѓија Пулевски“, коишто деновиве целосно се реставрираат. Училниците што не се во употреба 15 години деновиве ги реновира Општина Аеродром. Ова е првпат да се реновираат откако е изградено училиштето и наскоро ќе бидат приспособени за настава. Добија нов кат, обновени ѕидови, сосема ново осветлување, како и нови прозорци и врати.

„Многу е важно да се обезбедат подобри услови за учениците и да се овозможи непречена настава“, рече градоначалникот Златко Марин. Тој истакна дека во изминатите години редовно се реновираат сите основни училишта, многу брзо ќе заврши изградбата на 4 нови училници во основните училишта „Лазо Ангеловски“, а наставата веќе нема да треба да се одржува во три различни смени. Исто така, со предвиденото темпо беше изведена и изградбата на новиот објект на училиштето „Димитар Македонски“ во Лисиче.

## „Евроинс“ со нова донација за сензорна соба во ООУ „Ѓорѓија Пулевски“ – Аеродром

*(Објавено на 13.9.2021 година)*

Основното општинско училиште „Ѓорѓија Пулевски“ од Општина Аеродром доби нова сензорна просторија направена со донација на „Евроинс осигурување“, како дел од проектот „Биди ИН, биди инклузивен, биди вклучен“, финансиран од Европската Унија. Ова е втора донација на „Евроинс осигурување“ за целосно опремување на сензорната соба, откако беше отворена сензорна соба во основното училиште „Блаже Конески“ – Аеродром.

На свеченото отворање на сензорната соба присуствуваа извршната директорка на „Евроинс осигурување“, Равила Гоберова, претставници од училиштето, како и претставници од проектот

„Биди ИН, биди инклузивен, биди вклучен“. „Со оваа втора донација, ‘Евроинс осигурување’ уште еднаш ја покажува својата општествена одговорност и безрезервната поддршка што ја дава за најранливите категории. Среќни сме што за краток период успеавме да опреиме две сензорни простории во училиштата „Блаже Конески“ и „Ѓорѓија Пулевски“, наменети за учење и развој на учениците со попреченост. Воедно, благодарни сме за соработката со проектот „Биди ИН, биди инклузивен, биди вклучен“ и можноста за поддршка на инклузивно образование“, истакна Равилова, извршен директор на „Евроинс осигурување“.

## Математичарот Алексиј Тасиќ на 14 години освои златен медал на Меѓународната иранска геометриска олимпијада

*(Објавено на 17.3.2021 година)*

Во општествен тренд кога младите често бегаат од природните науки и се насочени кон општествените, Македонија има поединци кои не само што можат да бидат рамо до рамо со светските таленти туку и да ги освојат најзначајните награди на меѓународните олимпијади. На мејнстрим медиумите тие успеси нема да ги видите, но млади таленти од Македонија стануваат најзначајни македонски амбасадори, кои државата ја афирмираат по успеси и по позитивни вредности. Математичарот Алексиј Тасиќ на 14 години освои златен медал на Меѓународната иранска геометриска олимпијада. Тој учи во Основното училиште „Ѓорѓија Пулевски“ во скопската населба Аеродром и е деветто одделение. Желбата да се натпреварува му ја поттикнала наставничката Билјана уште во четврто одделение. Му понудила да се пријави на општинскиот натпревар по математика. Така тргнала математичката приказна на Алексиј. – Отсекогаш сум ја сакал математиката, но таа љубов навистина почна да се издигнува над другите предмети по мојот прв натпревар – вели тој.

Љубов и вистинска поддршка во интересот кон математиката му дала неговата мајка Елизабета, која е професор по математика. Токму таа, уште кога бил мал и кога го препознала неговиот талент, му дала насоки и знаења што во редовната настава не можеле да бидат опфатени. Потоа искуството покажало дека е многу важно Алексиј да се вклучи и во дополнителни активности во кои ќе работи со деца со исти интереси и со кои ќе споделува идеи.

## Олимпискиот комитет на Македонија и Општина Аеродром го одбележаа денот на спортот

*(Објавено на 6.4.2021 година)*

Во Основното училиште „Ѓорѓија Пулевски“, денеска Олимпискиот комитет и Општината Аеродром го одбележаа 6 април, Меѓународниот ден на спортот.

Присуствуваа претседателот на ОКСМ, Даниел Димевски, и директорот на училиштето, Марјан Јовановски, кои испратија пораки до сите млади за значењето на спортот.

„Спортот може да ги премине сите граници, да го подобри нашето физичко и емотивно здравје и да инспирира надеж меѓу народите, но ќе можеме да се вратиме на ова, само ако закрепнеме подобро и помогнеме во прекинување на пандемијата со тоа што ќе се осигураме дека сите се заштитени од КОВИД-19“, рече Димевски. Во рамките на Меѓународниот ден на спортот, се одржаа натпревари во кошарка, ракомет, велосипедизам, фудбал, одбојка, атлетика и други спортови, со што сите учесници испратија силна порака за соодветен и долгорочен развој на олимпизмот, спортот, здравиот живот и ферплејот.

# Физичкото образование – неопходно за младите и во време на пандемија

(Објавено на 13.4.2021 година)

Стручните лица веќе алармираат – немањето доволно физичка активност може да доведе до сериозни проблеми во развојот на учениците. Маалските кошери. Некогаш главно место за собирање на младите, а денес речиси напуштени. Ваква е сликата низ градските игралишта повеќе од една година откако пандемијата ги прекинала можностите за спортски активности.

„Сите оние спортски натпревари коишто ги организираме како Сојуз на училишни спортови, на ниво на Општина Аеродром, застанаа и не можевме да продолжиме“, вели Дејан Стојанов од Сојузот за училиштен спорт – Општина Аеродром.

Ситуацијата е слична и во училиштата – салите за физичко образование останаа речиси празни. Редовна настава посетуваат само учениците до трето одделение, додека другите останаа да учат од дома. „Вака на далечина можеме да им даваме на децата одредени вежби коишто би можеле да ги работат. Меѓутоа, оние вежби или оние задачи коишто се поврзани со екипни спортови, спортови со топка, факт е дека ниту едно дете дома нема услови за нив. Или, само еден процент, т.е. оние коишто имаат дворови би можеле да ги изведуваат“, објаснува Марјан Јовановски, директор на ООУ „Ѓорѓија Пулевски“ – Скопје.

## Социјални мрежи – Фејсбук

Од социјалните мрежи, Општинското основно училиште „Ѓорѓија Пулевски“ користи Фејсбук, каде што може да се најде под името МПС „Ѓорѓија Пулевски“. Го анализираме нивниот профил и може да се заклучи дека постојано ја ажурираат својата страница. Се споделуваат информации за јавноста и учениците, особено за успехите на учениците, но и за активностите во училиштето.

## Наоди/резултати

Комуникацијата е во сржта на успехот на училиштето во заедницата. Иако проактивна комуникациска политика е од суштинско значење, да се создаде таква политика не е толку лесно како што звучи. Како што еволуираат комуникациите, сепак, дури и стабилна веб-страница не е доволна. Родителите не сакаат да проверуваат веб-страници; тие сакаат информациите да им се „туркаат“ преку социјалните медиуми и вестите. Ангажманот и водството на Општинското основно училиште „Ѓорѓија Пулевски“ во поглед на односите со јавноста и на социјалните медиуми покажува дека практикувањето на комуникациите дава одлични резултати. МПС „Ѓорѓија Пулевски“, со постојаното присуство во медиумите и со презентирањето на сите актуелни активности, покажува дека училиштето гради слика на отворено училиште за медиумите и јавноста. Ангажманот и лидерството од страна на училиштето во поглед на односите со јавноста и на социјалните медиуми покажува дека практикувањето на комуникациите дава одлични резултати. Сите активности што ги презема училиштето „Ѓорѓија Пулевски“ се навремено соопштени во јавноста и учениците и родителите се информирани за сите процедури.



# Заклучок

Односите со јавноста и социјалните медиуми, во однос на училишните области, имаат за цел да воспостават и правилно да ги одржуваат односите меѓу училиштето и неговите засегнати страни за да донесат поефективни одлуки и да функционираат на нивоа што се највисоки досега. Односите со јавноста и социјалните медиуми им даваат можност на училишните области да споделуваат релевантни и точни информации (преку меѓусебна соработка и донесување одлуки) за тоа како училиштето е од корист не само за учениците, туку и за општеството. Последователно, другите засегнати страни (на пример, јавноста, бизнисите, агентите за недвижности итн.) треба да возвратат и да соработуваат со своите локални училишта во партнерство, поддржувајќи ги нивните напори да им дадат исклучителна услуга на учениците. Ефективната, постојана, двонасочна комуникација е во сржта на успешните училишта што им помагаат на учениците да успеат. Учениците едноставно се подобри кога родителите и заедницата се вклучени во училиштата. Резултатите од тестовите се подобри. Стапките на повторување се намалуваат. Стапките на дипломирање се подобруваат. И секој ја разбира и ја цени својата улога во успехот на училиштето.

Солидната комуникација е од суштинско значење за создавање основа за ефективни партнерства со родителите и заедницата. Училиштата и воспитувачите треба внимателно да разговараат и да слушаат додека ја градат колаборативната средина дека е потребен значаен ангажман за вистински да функционира. И родителите имаат многу специфични очекувања од училишната комуникација. Овие барања се прошируваат бидејќи менувањето на медиумите и поголемиот пристап до информации по барање врши поголем притисок врз училиштата да бидат отворени, одговорни и транспарентни. Односите со јавноста и социјалните медиуми им помагаат на училиштата да ги пресретнат луѓето однадвор на значајни начини. Тие ги опфаќаат различните комуникациски потреби што заедниците ги имаат. Ги идентификуваат значајните начини на коишто секој може да има удел во постигнувањата на учениците. И обезбедуваат рамка за одговорност за планирање, следење и оценување на комуникациските достигнувања и нивните врски со успехот на учениците и училиштето. Овој труд ќе придонесе за понатамошно практикување на односите со јавноста и на употребата на социјалните медиуми во други училишта, или со други зборови, ќе ги определи насоките што училиштата треба да ги следат за подобар имиџ.

# Користена литература

Шопар, В. Теменугова, А. Аксентиевска, М. (2018) Медиумската писменост во Македонија: обид за имплементација во основното образование, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Институт за комуникациски студии, Скопје.

Стојановска, С. (2012), Комуникација во државните и приватните училишта (магистерска теза), Филозофски факултет - Институт за педагогија, Скопје

Мицевска, К. (2019), Влијанието на односите со јавноста и социјалните медиуми на јавното мислење (магистерска теза).

Asatjani, S., (2011) Social Media at School, Sandros Books Publishing, Tbilisi, Georgia

## Онлајн извори

<https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/960d8b50-c9e6-48b4-8745-ab68d682b5f9/mapping-digital-media-macedonia-20120625.pdf>

[http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF)

<https://skopskiportal.mk/aerodrom/50832-ou-gjorgijja-pulevski-del-od-proekt-za-ekologija-na-erazmus>

<https://www.slobodenpecat.mk/ou-gorgija-pulevski-dobiva-lift-za-licza-so-fizichka-poprechenost/>

<https://mia.mk/renovirani-celosno-neupotreblivi-uchilnici-vo-ooou-orgi-a-pulevski/>

<https://denesmagazin.mk/evroins-so-nova-donatsija-za-senzorna-soba-vo-ooou-gorgija-pulevski-aerodrom/>

<https://www.fakulteti.mk/job/17032021/matematicharot-aleksij-tasikj-na-14-godini-osvoi-zlaten-medal-na-megjunarodnata-iranska-geometriska-olimpijada>

<https://sportclub.mk/dominatsija-na-skandinavskata-zemja-nitu-sad-nitu-kina-nitu-rusija-nemaat-tolku-medali/>

<https://mk.voanews.com/a/5851718.html>

<https://www.facebook.com/MPSGjorgijja-Pulevski-%D0%9E%D0%9E%D0%A3-%D0%83%D0%BE%D1%80%D1%93%D0%B8%D1%98%D0%B0-%D0%9F%D1%83%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8-Aerodrom-111658040266052>

## Автор

### Тане Димовски



Тане Димовски дипломирал на Факултетот за физичко образование, спорт и здравје при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Магистрирал на Катедрата за односи со јавноста и маркетинг комуникации на Универзитетот на Југоисточна Европа. Моментално е запишан на докторски студии на Економскиот факултет, отсек Маркетинг, при Универзитетот „Свети Климент Охридски“. Неговата докторска работа е поврзана со маркетинг на странски директни инвестиции. Во својата професионална кариера, 15 години го водел Секторот за односи со јавноста и маркетинг комуникации при Агенцијата за млади и спорт, а моментално работи и го води Секторот за образование, спорт, култура и заштита на децата во Општина Аеродром.  
tanedimovski@yahoo.com