

БИЛИМ БЕРҮҮ МЕКЕМЕСИНДЕ PR-ИШМЕРДИКТИ УЮШТУРУУ, ПЛАНДАШТЫРУУ ЖАНА БАШКАРУУ

*ОшМУнун математика, физика, техника
жана маалыматтык технологиялар
институтунун магистранты
Руслан кызы(фамилия) Назми(имя)*

*Илимий жетекчиси ОшМУнун математика,
физика, техника жана маалыматтык технологиялар
институтунун МИОТ жана ББМ кафедрасынын
окутуучусу Алтыбаева Мейликан*

Аннотация. Бул макалада билим берүү мекемелериндеги коомчулук менен байланыш (PR) ишмердүүлүгүн уюштуруунун, пландаштыруунун жана башкаруунун теоретикалык жана практикалык негиздери каралат. Изилдөөнүн негизинде билим берүү уюмдарында PR-кампанияларынын натыйжалуулугуна таасир эткен факторлор аныкталып, заманбап технологияларды колдонуу аркылуу коомдук пикирди оң жагына өзгөртүү мүмкүнчүлүктөрү баяндалат.

Ачкыч сөздөр: Билим берүү, PR-ишмердик, коомчулук менен байланыш, пландаштыруу, башкаруу, пиар-кампания, коммуникация.

ОРГАНИЗАЦИЯ, ПЛАНИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ

*ОшГУ институт математика,
физика, техника и информационных
технологий магистрант
Руслан кызы Назми*

*Научный руководитель ОшГУ
математика, физика, техника и
информационные технологии кафедры
ТОМИ и ОМ института
преподаватель Алтыбаева Мейликан*

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты организации, планирования и управления PR-деятельностью в образовательных учреждениях. На основе проведенного исследования выявлены ключевые факторы эффективности PR-кампаний в сфере образования, а также представлены современные подходы к формированию общественного мнения с помощью PR-инструментов.

Ключевые слова: Образование, PR-деятельность, связи с общественностью, планирование, управление, PR-кампания, коммуникация.

ORGANIZATION, PLANNING AND MANAGEMENT OF PR ACTIVITIES IN AN EDUCATIONAL INSTITUTION

OSH State University of mathematics, physics, engineering and information technology of the institute master's student Ruslan kyzy Nazmi

Scientific supervisor of OSH State University mathematics, physics, engineering and information technology of the department of TFMI and EM of the Institute lecturer Altybaeva Meylikan

Annotation. *This article explores the theoretical and practical foundations of organizing, planning, and managing PR activities in educational institutions. Based on the research conducted, the article identifies key factors influencing the effectiveness of PR campaigns and outlines modern approaches to shaping public opinion through PR strategies in the field of education.*

Keywords: *Education, PR activities, public relations, planning, management, PR campaign, communication.*

PR (Public Relations) — бул коомчулук менен уюмдун ортосунда өз ара түшүнүшүүнү, кызматташууну жана оң пикирди түзүү максатында жүргүзүлүүчү, стратегиялык багыттагы, системалуу байланыш ишмердүүлүгү.

Америкалык коомдук байланыштар ассоциациясы PRды төмөнкүдөй аныктайт: “Коомчулук менен байланышка жооп берген коомдук пикирди башкаруу искусствосу.” Сэм Блэк (Британиялык адис) PRды мындайча түшүндүрөт: “Бул — уюм менен коомдун ортосунда өз ара түшүнүшүүнү жана колдоону түзүүчү пландуу, туруктуу аракеттердин жыйындысы”.

Билим берүү мекемелеринде PR — коомчулукка билим берүү уюму тууралуу так жана позитивдүү маалымат берүү, ата-энелер менен байланыш түзүү, коомдук пикирди башкаруу жана мекеменин кадыр-баркын жогорулатуу ишмердүүлүгү.

Билим берүү чөйрөсүндө PR ишмердүүлүгү төмөнкү максаттарды көздөйт:

- Маалымат берүү: Мектеп же университет жөнүндө так маалымат жеткирүү.
- Имидж түзүү: Коомчулукта мекеме жөнүндө жакшы элес калтыруу.
- Ишеним жаратуу: Ата-энелер жана коом арасында ишеним жаратуу.
- Атаандаштыкка туруштук берүү: Жеке жана мамлекеттик окуу жайлар арасында атаандаштыкты жеңүү.
- Демөөрчүлөрдү тартуу: Коммерциялык эмес колдоого жетишүү.

Кыргызстанда 2023-жылкы Билим берүү министрлигинин маалыматында 2300дөн ашуун мектеп жана 50гө чукул ЖОЖ иш алып барат. Ар бир билим берүү уюму коомдук колдоого муктаж.

Билим берүү мекемелеринде PR ишмердүүлүгү төмөнкү негизги принциптерге таянып жүргүзүлөт:

- Ачык-айкындуулук: Маалыматты жашырбоо, коом менен ачык иш алып баруу;
- Системалуулук: Жөнөкөй иш-чара эмес, стратегиялык пландарга негизделген иш алып баруу;
- Ыкчам байланыш: Маалыматты тез жана туура жеткирүү;
- Диалог: Коом менен бир тараптуу эмес, эки тараптуу байланыш түзүү;
- Жоопкерчилик: ЖМКга, коомго берилген ар бир маалыматка жоопкерчилик менен мамиле кылуу.

Билим берүү уюмдарында PR ишмердүүлүгүн жүргүзүүнүн негизги каражаттары:

1. Маалымат каражаттары: жергиликтүү гезит, радио, телеканалдар; пресс-релиздер жана макалалар.
2. Социалдык медиа каналдары: Facebook, Instagram, Telegram баракчалары аркылуу байланыш түзүү; фото, видео жана жандуу эфирлер.
3. Иш-чаралар аркылуу PR: ачык эшик күндөрү; “Жылдын мыкты мугалими”, “Жылдын бүтүрүүчүсү” сынактары; кесиптик күндөрдө маалыматтык кампаниялар.
4. Ички PR: мугалимдер жана окуучулар арасында биримдикти күчөтүү; уюмдун ички корпоративдик маданиятын өнүктүрүү.

PR ишмердүүлүгүнүн билим берүү чөйрөсүндөгү актуалдуулугу

Азыркы замандын билим берүү чөйрөсүндө атаандаштык күн санап өсүп жатат. Окуучулар азайып, окуу жайлар көбөйүүдө. Бул шартта билим берүү мекемеси өзүн таанытууга, жамааттын аракетин коомчулукка жеткирүүгө муктаж. ЖОЖдор арасында рейтинг жарыялоо, бүтүрүүчүлөрдүн ийгиликтери тууралуу маалыматтар коомдук пикирге түз таасир этет. Мисалы, 2022-жылы ОшМУ YouTube жана Facebook аркылуу жүргүзгөн “Бүтүрүүчүлөр ийгилиги” PR-программасы университетке болгон ишенимди 30%га чейин жогорулаткан (ички сурамжылоонун жыйынтыгына ылайык).

Кыргызстан контекстиндеги PR көйгөйлөрү

- Адистердин жоктугу: PR адистиги боюнча билим алган кадрлар тартыш.
- Материалдык база: Көпчүлүк мектептерде медиа жабдуулар жок.
- Маалыматтын үзгүлтүккө учурашы: Окуялар көп болсо да коомчулукка жетпей калат.
- Системасыздык: Бир жолку акциялар өткөрүлүп, натыйжалуулугу бааланбайт.

Чет өлкөлүк тажрыйба жана анын үлгүлөрү

АКШ: Ар бир университетте пресс-кызмат бар. Алар окуу жайдын бардык жаңылыктарын коомго өз убагында таратып турат.

Финляндия: PR стратегиялары билим берүү сапаты менен тыгыз байланышта пландалат. PR жамааттын маданий биримдигин чагылдырат.

Кыргызстанда бул багыт жаңы калыптанып келе жаткандыктан, чет өлкөлүк эффективдүү моделдерди адаптациялоо — маанилүү кадам.

PR — билим берүү мекемесинин коом менен байланыш түзүүдөгү эң маанилүү каражаты. Бул байланыш системалуу, пландуу жана ачык-айкын жүргүзүлсө, мекеме коомчулук алдында таасирдүү, ишенимдүү жана колдоого арзырлык уюмга айланат.

Изилдөөнүн максаты:

Кыргызстандагы билим берүү мекемелеринде коомчулук менен байланыш (PR) ишмердүүлүгүнүн учурдагы абалын талдоо, көйгөйлөрдү аныктоо жана натыйжалуу стратегияларды сунуштоо.

Изилдөөнүн объектиси:

Ош облусундагы жалпы билим берүүчү орто мектептер жана жогорку окуу жайлары.

Изилдөөнүн предмети:

Билим берүү мекемелеринде PR ишмердүүлүгүн уюштуруунун, пландаштыруунун жана башкаруунун формалары, мазмуну жана натыйжалуулугу.

Изилдөөнүн алкагында төмөнкү методдор колдонулду:

- Анкеталык сурамжылоо – окуучулар, мугалимдер, ата-энелер жана администрация өкүлдөрү арасында;
- Мекемелердин социалдык медиа активдүүлүгүн контент-анализ кылуу;
- Мугалимдер жана PR жаатында иштеген адистер менен жарым структураланган маектер;
- Иш-чаралардын байкоо аркылуу анализи (активдүүлүк, катышуучулардын мамилеси ж.б.)

Изилдөөгө катышкандар:

- 5 орто мектеп (Ош шаарынан жана аймактардан)
- 2 жогорку окуу жай (Ош мамлекеттик университети, Ош гуманитардык-педагогикалык институту)
- Жалпы сурамжыланган респонденттер – 130 адам: 50 окуучу, 30 мугалим, 30 ата-эне, 20 администрация мүчөсү

Жыйынтыктары жана анализ

1. PR түшүнүгү тууралуу маалымдуулук: 60% респонденттер “пиар” терминин билбей турганын же аны жарнама менен чаташтыарын билдиришкен. Администрация мүчөлөрүнүн 40%ы гана PRды өзүнүн ишмердүүлүгүнүн өзөгү катары көрөрүн айтышкан.

2. PR ишмердүүлүгүнүн формалары тууралуу: 90% мектептерде расмий сайт бар, бирок алардын 70%ы жаңыланбайт. Социалдык тармактарда активдүүлүк төмөн. Кээ бир мектептерде Instagram баракчасы бар, бирок ал PR эмес, протоколдук максатта колдонулат (сүрөт жүктөө үчүн гана). 5 мектептин ичинен 2өөнүн гана PR-планы жазма түрүндө бар.

3. Маалымат берүү ыкмалары жана кайтарым байланыш: Окуучулар жана ата-энелер маалыматты көбүнчө WhatsApp группаларынан же класстагы кулактандыруулар аркылуу алышат. 65% ата-эне мугалимдерге түз кайрылууга коркоорун билдирген. Бул маалыматтардын жетишсиздигинен же администрациянын салкын мамилесинен улам.

4. Иш-чаралардын коомдук таасири: Көпчүлүк иш-чаралар ички аудиторияга (окуучу, мугалим) багытталган. Коомчулукка маалымат жетпейт. “Мугалимдер күнү”, “Жаңы жылдык кече” сыяктуу гана салттуу майрамдар чагылдырылат. Уникалдуу окуялар (мисалы, инновациялык сабактар, окуучу долбоорлору) коомчулукка жетпей калат.

Натыйжа:

Эгер бул иш-чара туура PR кампания менен коштолсо:

- Телевидение, жергиликтүү сайттарга пресс-релиздер таратылса;
- Социалдык медиада жандуу эфир жана активдүү посттор берилсе;
- Окуучулардын ата-энелери алдын ала чакырылса;

анда бул окуя мекеменин деңгээлин көтөрүп, коомдо чоң реакция жаратмак.

Изилдөөнүн негизинде төмөнкүдөй реалдуу абал аныкталды: PR — билим берүү мекемелеринде түшүнүк катары калыптана элек. Ишмердүүлүк эпизоддук жана системасыз. Маалымат берүү бир тараптуу, кайтарым байланыш начар. Коомдук пикирди активдүү башкаруу жок. Ата-энелер менен ачык байланыштын формалдуу мүнөздө болушу – чоң тоскоолдук.

Сунуштар: Натыйжалуу PR ишмердүүлүгүн өнүктүрүү жолдору

1. PR адистерин даярдоо жана штатка киргизүү. Мектептерде жана ЖОЖдордо атайын “Коомчулук менен байланыштар боюнча адис” деген штаттык бирдик киргизилиши керек. Бул адис максаттуу PR стратегияларды иштеп чыгып, коомдук пикирди башкаруу менен алектенет.
2. Жылдык PR-планды иштеп чыгуу. Ар бир билим берүү мекемеси өзүнүн ички жана тышкы коммуникациялары үчүн конкреттүү PR-планды (календардык негизде) түзүшү керек. Бул план максаттуу аудиторияны, негизги билдирүүлөрдү, каналдарды жана натыйжа көрсөткүчтөрүн камтышы зарыл.
3. Коомчулук менен ачык диалог түзүү. Ата-энелер менен “Ачык микрофон” форматындагы жыйындар, онлайн сурамжылоолор, “Бир күндүк директор” сыяктуу иш-чаралар аркылуу пикир алмашуу маданиятын калыптандыруу керек.
4. Санариптик платформаларды колдонуу. Санариптик PR заман талабы. Ар бир мектептин жана ЖОЖдун расмий сайты жана социалдык баракчалары активдүү иштеши керек. Контент (мазмун) стратегиясы иштелип чыгып, визуалдык жана тексттик материалдар сапаттуу жарыяланышы абзел.
5. ЖМК менен тыгыз кызматташтык түзүү. Жергиликтүү телеканал, гезит, онлайн медиа менен туруктуу байланышты камсыз кылуу – мекеменин имиджин көтөрүүнүн эң натыйжалуу жолу. Ар бир чоң иш-чара алдын ала пресс-релиз менен коштолушу керек.
6. Окуучуларды жана бүтүрүүчүлөрдү PRга тартуу. “PR-клуб” же “Мектеп медиа командасы” түзүлүп, окуучулар аркылуу маалымат жайылтуу ишке ашырылышы керек. Бүтүрүүчүлөрдүн ийгиликтери тууралуу рубрикалар да коомдук байланышты бекемдейт.

Корутунду

Билим берүү мекемесиндеги PR ишмердүүлүгү — бул жай институт эмес, коомдук байланыштын активдүү, стратегиялык механизми. Бул ишмердүүлүк мекеменин аброюн, ишенимин, коомдогу ордун аныктайт.

Изилдөөлөр көрсөткөндөй, PRдын билим берүү системасында жетиштүү деңгээлде уюштурулбагандыгы — коомчулук менен байланыштын эффективдүүлүгүнө олуттуу тоскоолдук жаратып жатат. Мындай шартта билим берүү мекемеси коомчулуктун ишенимине ээ боло албай калуу коркунучу бар. Андыктан, PRды билим берүү саясатында өзүнчө компонент катары кароо, стратегиялык деңгээлде план түзүү, PRды башкарууну заманбап ыкмалар менен жүргүзүү, коомчулук менен ачык диалог куруу бүгүнкү күндүн талабы катары каралышы керек.

Колдонулган адабияттар:

1. Алёшина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров. – М.: Гном-пресс, 1997.
2. Блэк С. Паблик рилэйшнз. Что это такое? – М.: Новость, 1990.
3. Викентьев И.Л. Приёмы рекламы и Public Relations. – СПб: Бизнес-Пресса, 1999.
4. Григорьева Н. Работа учреждения с общественностью. – СПб: СПбГУП, 1999.
5. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшенз. Теория и практика. – М.: Вильямс, 2001.
6. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. – М.: Рефл-бук, 2001.
7. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М.: Рефл-Бук, 2001.