

UOT 371

## TƏHSİL MÜƏSSİSLƏRİNİN FƏALİYYƏTİNDƏ İCTİMAİ ƏLAQƏLƏRİN ROLU

*Fərhad Cabbar oğlu Hüseynov*  
*Azərbaycan Dövlət Bədən Tərbiyəsi və*  
*İdman Akademiyası*  
*farhadland@yahoo.fr*

**Açar sözlər:** *təhsil sistemi, ictimai əlaqələr, tədris prosesi*

*Təhsil xidmətləri sahəsində demoqrafik vəziyyət şiddətli rəqabət yaradır. Mövcud olan vəziyyətdə təhsil sahəsində ictimai əlaqələrin rolu kəskin şəkildə artır. Bu şəraitdə öz məhsulun savadlı irəliləməsi müvəffəqiyyətli fəaliyyətin həlledici faktoruna çevrilə bilər. Buna görə ictimai əlaqələrin fəaliyyəti prosesində effektivli kommunikasiya sisteminin yaradılması təhsil müəssisəsinin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına köməklik edir.*

## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

*Фархад Гусейнов*

**Ключевые слова:** *система образования, социальные отношения, учебный процесс*

*Демографическая ситуация в сфере образования создает жесткую конкуренцию. В сложившейся ситуации роль общественных отношений в сфере образования резко возрастает. В этой ситуации грамотное продвижение своего продукта может стать решающим фактором для успешной работы. Именно поэтому создание эффективной системы коммуникации в процессе социальных отношений способствует повышению конкурентоспособности образовательного учреждения.*

## THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS

*Farhad Huseynov*

**Keywords:** *educational system, social relations, educational process*

*The demographic situation in the field of education creates fierce competition. In this situation, the role of social relations in the field of education increases dramatically. In this situation, competent promotion of your product can be a decisive factor for successful work. That is why the creation of an effective communication system in the process of social relations contributes to the competitiveness of an educational institution.*

Təhsil xidmətləri sahəsində demoqrafik vəziyyət ciddi rəqabət yaradır. Mövcud şəraitdə təhsil sahəsində ictimai əlaqələrin rolu kəskin şəkildə artmışdır. Bu şəraitdə xidmətlərin inkişafı müvəffəqiyyətli fəaliyyətin həlledici faktoruna çevrilə bilər. Buna görə ictimai əlaqələrin fəaliyyəti prosesində effektivli kommunikasiya sisteminin yaradılması təhsil müəssisəsinin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına köməklik edir.

Təhsil sistemində ictimai əlaqələr haqqında ətraflı məlumat verməzdən əvvəl, "ictimai əlaqələr" terminini aydınlaşdırmaq lazımdır.

İctimai əlaqələr fəaliyyəti sahəsini ənənəvi olaraq iş və siyasət sahələrilə əlaqələndirirlər. İctimai əlaqələrdə texnologiyaların savadlı tətbiq edilməsi hər bir sahədə özünü göstərir. Təhsil sahəsi istisna hesab olunmur.

Təhsildə ictimai əlaqələr - təhsil müəssisəsinə və onun təhsil xidmətlərinə müxtəlif kanallar ilə məlumatın ötürülməsi, marağın təmənnaşız təmin edilməsidir. İctimai əlaqələr - təhsil müəssisəsinin işini daha müvəffəqiyyətli olması məqsədilə və onun nüfuzunun artırılması üçün ictimai fikirin təşkilidir. İctimayətlə əlaqələrin savadlı qurulması idarəedici təşkilatlar, valideyinlər, müəllimlər və tələbələr tərəfindən tədris müəssisəsinə etibarlılığı formalaşdırır.

İctimai əlaqələr ilə praktiki olaraq hər bir tədris müəssisəsi şüurlu məşğul olur. Bu valideyin iclasları, bölgə sakinləri və rəhbərliyi, ictimai təşkilatlar ilə işdir.

Müasir dövrdə təhsildə ictimai əlaqələr çox vacibdir. Hər bir təhsil müəssisəsi deyə bilər ki, onların təhsil müəssisəsi ən yaxşısıdır. Lakin bu təhsil ocağının fərqli, unikal olması haqqında digərləri necə məlumat ala bilər, övladları üçün məktəb seçən valideyinləri necə inandırmaq olar? Məlumdur ki, bu gün müəyyən ixtisaslaşmalar ilə heç kimi təcübləndirmək olmaz, hər bir

məktəb və ya lisey, gimnaziya xarici dilin, humanitar və ya sosial-iqdisadiyat sahəsini dərinlən öyrədilməsini təqdim edir. Hazırki şəraitdə valideyinlər övladlarını hansı məktəbə aparılmalarını və əlavə xidmətlərdən nəyi seçmələrin özləri müəyyən edirlər. Lakin onlar, bir qayda olaraq təhsil müəssisəni seçərkən, şəhərdə tam mövcud olanlardan çıxış etmirlər, yalnız yaşayış evinə yaxın olan bir neçə müəssisələr haqqında anlayış və məlumat, inam və etibarlıq yaradanlara üstünlük verirlər. Şagird və onların valideyinləri adətən evə yaxınlıq, rahatlıq və tədris otaqlarının şəraitinə, pedaqoji kollektivin xeyrxahlığına, dərş cədvəlinə, tədris planının xüsusiyyətlərinə, eyni zamanda öz rayonlarında olan məktəbin nüfuzuna xüsusi diqqət yetirirlər.

Öz tədris müəssisəsinin fəaliyyətində ictimai əlaqələrin qurulması üçün sadə reklam bukletlərin hazırlanması kifayət etmir. İctimai əlaqələrlə və şəxsiyyətlər arası əlaqələr prosesində müəssisədə həyata keçirilən təhsil proqramları, unikal şərait və ya müəllimlər, təhsil xidmətlərinin qiymətləri, böyük layihələrdə iştirakı, işçilərin nailiyyətləri, şagirdlərin müvəffəqiyyəti, tədris prosesinin təşkili haqqında həqiqi və inandırıcı məlumat verilməlidir. Tədris planlarından, təhsil prosesinin təşkili, tədris olunan fənlər haqqında məlumatların toplanmasından əlavə olaraq təhsil müəssisəsinin psixoloji iqlimi vacib və müəyyənədicisi rol oynayır. Müəssisənin orijinallığını, keyfiyyətini, qiymətliyini çatdırmaq üçün yalnız ictimai əlaqələrlə fəaliyyəti və şəxsiyyətlərarası ünsiyətlər prosesində çatdırmaq olar. Buna görə ictimai əlaqələrlə fəaliyyət bu sahədə öz spesifikasiyasına malikdir və aparıcı mənə daşıyır, lakin bu sahədə işlərin təşkili kifayət qədər zəifdir [3].

Təhsil mühitində ictimaiyyətlə müvəffəqiyyətli əlaqələr fəaliyyətinin əsas meyarı təhsil xidmətlərinin müxtəlif kateqoriyalı istehlakçılarının tələbatının ödənilməsi hesab edilə bilər. İctimai əlaqələr fəaliyyətinin hədəf nəticəsi: ilk növbədə, təhsildə tədris şəxsiyyətinin ehtiyaclarının təmin edilməsi; ikincisi, təhsil müəssisəsi tərəfindən göstərilən xidmətlərin yüksək keyfiyyəti ilə bağlı ictimai rəy; üçüncü, müəllim heyətinin və təhsil müəssisəsinin heyətinin rifah və şəxsi inkişaf şərtləri ilə təmin edilməsi; dördüncü, təhsil keyfiyyətinin yüksək qiymətləndirilməsi. Düzgün təşkil edilmiş ictimai əlaqələrin vacib bir xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, bu iş bir anlıq nəticəyə deyil, uzunmüddətli faydaların nail olunmasına istiqamətlənib.

Qeyd etmək lazımdır ki, ictimai əlaqələrin vasitələri hər hansı bir təhsil müəssisəsində daha çox və ya az miqdarda istifadə olunur, lakin fəaliyyətlər hadisələrə, parçalanmaya və əksər hallarda reklamlara və hadisələrə qatıla bilər. Açıq təhsil sistemində bir təhsil müəssisəsinin səmərəli fəaliyyəti və inkişafı üçün kifayət deyil. İctimai əlaqələrin söyləri strateji əsasda həyata keçirilməlidir və təşkilatdakı idarəetmə vəzifələrinə uyğun olmalıdır [2].

Bu gün mütəxəssisləri maraqlandıran yalnız bir məsələdir - təhsil müəssisələrində ictimai əlaqələr fəaliyyətində maksimal fayda gətirən iş sisteminin yaradılması aktualdır.

İlk növbədə, bu cür fəaliyyəti təşkil etmək üçün hansı vasitələrdən istifadə edilə bilər. İctimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyəti media, məsləhətləşmələr, sərqi fəaliyyəti, təqdimatlar, hadisələrlə işləməkdən ibarətdir. Bundan əlavə, yerli mətbuat və yerli hakimiyyət orqanları, poliklinikalar, sosial xidmətlər, iri müəssisələr və s. ilə əməkdaşlığı öyrənmək lazımdır.

İctimai əlaqələr üzrə fəaliyyətin bir neçə növü vardır (ictimai əlaqələr və obyektin məqsədindən asılı olaraq fərqlənirlər). İctimai əlaqələr fəaliyyətinin əsas növlərini nəzərdən keçirək.

### **Korporativ ictimai əlaqələr (təşkilatın imicinin formalaşması)**

Bir təhsil müəssisəsinin imici əsasən onun daxilində işləyənlərdən asılıdır. Uşaqları məktəbə apararkən, valideynlər çox hallarda məktəbi yox, ancaq konkret bir müəllimi seçirlər. Lakin təhsil müəssisəsinin bütöv bir təsviri çox vacibdir.

Təhsil müəssisəsinin müsbət imicinin yaradılması üçün onun təsviri vacibdir: nə sizin təhsil müəssisəsi görmək istəyirəm - böyük məktəb evi, uşaq bacarıqlarının inkişafı, yenilikçi platforma üçün elit təşkilat, ziyalılar üçün bir məktəb, yaradıcı laboratoriya? Bunun üçün hansı imkanlar var? Yaxınlıqdakı bir neçə gimnaziya varmı və ya iş sahəsindəki məktəbinizdir? Valideynlərin və şagirdlərin şərti nədir? Bütün bunlar PR-in dəstəklənməsi üçün dəstəklənməlidir və bu səbəbdən hər hansı bir şəraitdə məktəbin effektiv fəaliyyətini təmin etmək üçün marketing tədqiqatları məsələsidir.

Qurumun imicinin mühüm komponenti valideynlərin etimadı təşkil edir. Onlar sakit və əmin olmalıdırlar ki, burada onların uşağına layiqli keyfiyyətli təhsil veriləcək, təhqir etmədən, anlaşıb və dəstəklənəcək.

Belə fəaliyyətə nail olmaq üçün əsas təhsil xidmətləri təşkilatı şagirdlərin valideynlər və ya qanuni nümayəndələrinə özləri haqqında məlumat verilməsi bacarığıdır. Onlara lazımi məlumatın çatdırılması üçün şəraitin yaradılması vacibdir. Burada sözlər belə seçilməlidir ki, çoxsaylı xüsusi terminlərin və ya mürəkkəb elmi ifadələr olmasın. Bu nöqtəyi nəzərdən ən təsiredici üsullardan biri müəssisənin açıq olması, valideynlərə hər hansı dərstdə iştirak etmə və hər hansı müəllimin işinə müşahidə etmək imlanların yaradılması olmalıdır.

İnzibati işçilərin hər hansı çıxışları bu ictimai əlaqələrlə fəaliyyətin bir hissəsidir. Onların çıxış məzmununun hazırlığı - özündə dəqiq və anlayışlı sözlərin, ifadələrin seçilməsini daxil edən böyük yaradıcılıq işidir.

Təhsil müəssisəsinin imicinin vacib təşkilədiçi hissəsi simvol və atributlar, ənənələrin olmasıdır. Bütün bunlar ruh yaradır. Onlara aiddir: himn,

bayraq, emblem, şuar. Əgər bunların yaradılmasına şagird, valideynlər və müəllimlər cəlb edilərsə onlar bu təhsil müəssisinin hissəsi kimi hiss edəcəklər. Cəlbəddici və orijinal görünərsə belə hallar cəmləşdirir və birləşdirir. Qeyd etmək lazımdır ki, ən vacib an - digər təhsil müəssisələrədən fərqləndirici geyim forması və ya digər xarici atributların mövcudluğudur (məsələn, müxtəli rəngli geyimlər və onun üstündə əlavələr). Əgər məktəb geyimlərindən şagirdlər tərəfindən imtina varsa, belə etmək lazımdır ki, onların özlərindən bu təşəbbüs gəlsin. Yaxşı olar ki, məktəbli geyiminin ən yaxşı lahiyəsi müsabiqəsi elan edilsin. Yaxşı olar ki, məktəbli geyimlərinin modellərinin işlənilməsi prosesinə məktəb şurası, müəllimlər və valideynləri cəlb edilsin. Vacibdir ki, belə modellərin yaradılmasında və onların nümayişində fəal iştirak etsinlər. Münsiflər heyətində formal və qeyri formal liderlərin dəvəti vacibdir. Belə halda, şagirdlərin digər müəssisələrədən fərqli edən eyni geyimlərin istifadəsi onların fikri kimi özlərindən irəli gəlir. Şagird və işçilərin geyim kodunun və xarici görünüş və qaydalarının yaradılması, psixoloji durumun yüksəlməsi və özünə giymətin qorunub saxlanması - müsbət sosial-psixoloji iqlim və korporativ mədəniyyəti yaradır.

Ənənəvi tədbirlərin yaradılması və keçirilməsi bu tədbir və bayramlara valideynlərin, rəhbərlərin və media işçilərinin dəvəti korporativ ruhunu ifadə edir (məsələn şagird günü). Şagirdlərə vacibdir ki, onların giymətləndirilməsi nəinki "qiymətlərdə" əks olunsun. Müasir zamanda onların valideynlərinə internet-onlayn vasitəsilə təşəkkürlüyün bildirilməsi və ya mediada dərc edilməsi vacib istiqamətdir. Radio, çap və tv - bu kütləvi süura ən güclü təsir faktoru hesab edilir.

Medianın diqqətinin cəlb edilməsi üçün onun sosial əhəmiyyətinə diqqət yetirmək vacibdir. Düzgün təqdimatla belə xəbər üçün hər bir tədbir xidmət edə bilər - yeni tikinti, son zəng, yeni istiqamətli siniflərin açılması, xarici qonaqların qarşılınması, konkurslar, sərgilər, iş aksiaları, muzeyin işi və s.

Məktəbə peşəkar media işçilərini dəvət etmək lazımdır. Şagirdlərdən jurnalist olmaq arzusunda olanlar üçün gözəl təcrübə ola bilən mətbuat mərkəzini yaratmaq, məktəbin hər hansı əhəmiyyətli hadisə və tədbirləri haqqında mətbuata mətnlərin göndərilməsi məsləhətdir. Müxtəlif mətn formalarının arasında mətbuat şərh, dəvətnamə, arxa plan, sual-cavab siyahısı, şəkil müsahibəsi, tərcümeyi-hal, media bəyanatı, şəkilli məqalə, hadisə, təbrik, məktub və s. Hər birinin yazılış qaydalarını asanlıqla internetdə tapmaq olar.

Media ilə qarşılıqlı fəaliyyət hər iki tərəfin marağı və əməkdaşlığı ilə həyata keçirilir. İnsanlar təhsil sahəsində yeniliklərlə maraqlanırlar. Bir sıra qazetlər, jurnallar və televiziya kanallarında təhsilə həsr olunmuş xüsusi proqramlar mövcuddur. Bu məlumatların bir çox hissəsini onlar özləri əldə edirlər, lakin son illərdə təhsil müəssisələri öz işləri haqqında təhsil prosesində

iştirak edənlərin məlumatlandırılmasına daha böyük diqqət ayırırlar. Oxuculara, tamaşaçılara maraqlı xəbərlər haqqında məlumatları əks etdirən mətbuat vərəqələrini göndərməklə, diqqəti cəlb edirlər. Əlavə olaraq, televiziyanın bir çox jurnalisti maraqlı bir hadisə baş verərsə, hadisə yerinə gəlməyə hazırdır. Bəzi təhsil müəssisələrinin rəhbərliyi belə məlumatların yayılması üçün müxtəlif məlumat mənbələri bu təhsil müəssisəsi haqqında məlumatın dərc edilməsi şansını artırır (köhnə qəzet fayllarını, jurnal məqalələrini, məktubları, şəkilləri görmək); təhsil müəssisəsinin yaranması, onun formalaşması, işləyən və ya tanınmış insanlar ilə bağlı qeyri-adi və ya maraqlı hadisələr; təqaüdçülərin xatirələri (onlar haqqında emosional olaraq video və ya audio daşıyıcılara media haqqında öz hekayələrini yazma bilərsiniz); təhsil prosesinin fotosəkilləri və videoları. Digər insanları təəccübləndirəcək bir şey tapmalıyıq [1].

İctimai əlaqələrin digər istiqaməti - hakimiyyət orqanları, rəhbərlər və ictimaiyyətlə əlaqələndirir. "İctimai" anlayışı (təhsil müəssisəsinə tətbiq edilən) aşağıdakıları əhatə edir:

- təhsil təşkilatının yerləşdiyi ərazinin əhalisi;
- hakimiyyət orqanları;
- məktəbdənkənar tədris-tərbiyə prosesinin yaradılmasına köməklik edən (yol polisi, polis şöbəsi, Fövqəladə Hallar Nazirliyi, idman məktəbləri, kinoteatrlar, muzeylər, klinikalar, veteran təşkilatları, aşpazlar) müxtəlif qurumlar və ictimai təşkilatlar);
- təhsil müəssisəsinin pedaqoji və tələbə qurumları;
- şagirdlərin valideynləri və qanuni nümayəndələri;
- media.

İctimai əlaqələrin fəaliyyətinin sponsorlarla işin qurulması məsləhətdir. Əsas vəzifələrdən biri ondan ibarətdir ki, sponsorluq edən müəssisəsinin rəhbəri davamlı maliyyə yardımını ilə təmin etməyə hazır olsun və bunu zövqlə etsin. Uşaqların onların tanınması üçün onları müxtəlif tədbirlərə dəvət etmək lazımdır, saytda onlara həsr olunmuş bir səhifə açaraq müxtəlif fotosəkilləri paylaşmaq vacibdir. Bahalı hədiyyələrə ehtiyac yoxdur - media vasitəsilə bölgə şöbələrində nə qədər gözəl sponsor olduğunu, rəhbərin adını bütün ölkəyə yaymaq üçün radio vasitəsi ilə salamlayın. Şəxsiyyət əlaqələrini, təşəkkür məktublarını unutmaq lazım deyil (sponsorlar bağışladığı idman avadanlıqları sayəsində, məktəb idman yarışlarında, olimpiadalarda, elmi konfranslarda qazandığı yer və s. iştirak deməkdir), hətta rayon icra hakimiyyətinin saytında təşəkkür məktubunu göndərmək olar - bu çox inandırıcı haldır

Bu gün ictimai əlaqələrlə fəaliyyətlər bir təşkilat, onun istehlakçıları və bütövlükdə cəmiyyət arasında əlaqə qurma, qarşılıqlı anlaşma, yerləşdirmə və əməkdaşlığı təmin edən bir təhsil müəssisəsinin idarə olunması funksiyalarından biri kimi baxıla bilər. Nəticədə, təhsil sahəsində ictimai əlaqələr fəaliyyətinin texnologiyasının istifadəsinin xüsusiyyətlərini bilmək

yalnız bazarda təhsil müəssisəsinin təşviq edilməsi məsələlərini deyil, həm də təşkilatı ictimai rəy və məlumatları inkişaf etdirməklə təmin etmək kimi vacib idarəetmə vəzifələrini həll etməyə kömək edir; ictimai marağın idarə olunması planlaşdırılması; əvvəlcədən tendensiyanı gözləyərək qurumun müxtəlif dəyişikliklərə hazır olmasını dəstəkləyirik.

### ƏDƏBİYYAT

1. Вифлеемский, А. Б. PR-технологии в образовании. Журнал «PR в образовании» № 1, 2003.
2. Ермоленко И. Специфика осуществления PR-деятельности в сфере платного образования / И. Ермоленко // PR в образовании. – 2010. – №4. – с. 4-15.
3. Как «продвинуть» институт – II, PR коммуникации для негосударственного ВУЗа // PR в России. № 12, 2001.
4. Мажевич, Н. М., Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов / А. А. Жабреев, Н. П. Жук. Журнал «Проблемы современной экономики», № 1 (37), 2011.