



PUBLIC RELATIONS IN THE SCHOOL MANAGEMENT SYSTEM

Turgunova Farangiz Bahodir qizi

Tashkent International University of Education Educational Institution

Management Program, Master's Degree student

Abstract

A modern school operates not as a closed system but as an open social institution closely connected with families, the local community, public organizations, and state bodies. This article analyzes the essence, functions, and effective organization of the public relations function within the school management system. Drawing on open-systems theory and the stakeholder approach, it examines how a school can build communication with its internal public (teachers, students) and external public (parents, the mahalla community, social partners, and the media). Based on qualitative-theoretical analysis, it develops practical recommendations for planning public relations, selecting communication channels, building school reputation, and managing communication in crisis situations. The findings are of practical significance for strengthening openness, trust, and cooperation in general secondary schools of Uzbekistan.

Keywords

school management, public relations, open system, stakeholders, communication, parental engagement, school reputation, social partnership, crisis communication, trust.

MAKTAB MENEJMENTI TIZIMIDA JAMOATCHILIK BILAN ALOQALAR

Turg'unova Farangiz Bahodir qizi

Toshkent xalqaro ta'lim universiteti

Ta'lim muassasalarini boshqarish fakulteti magistratura talabasi

Annotatsiya. *Zamonaviy maktab yopiq tizim emas, balki oila, mahalla, jamoat tashkilotlari va davlat organlari bilan uzviy bog'liq ochiq ijtimoiy institut sifatida*





**JOURNAL OF
SCIENCE AND INNOVATIVE RESEARCH STUDIES
VOLUME-1, ISSUE-9, 2026**

faoliyat yuritadi. Ushbu maqolada maktab menejmenti tizimida jamoatchilik bilan aloqalar (public relations) funksiyasining mohiyati, vazifalari va samarali tashkil etish strategiyalari tahlil qilinadi. Ochiq tizim nazariyasi va manfaatdor tomonlar yondashuvi asosida maktabning ichki (o'qituvchilar, o'quvchilar) va tashqi (ota-onalar, mahalla, ijtimoiy sheriklar, ommaviy axborot vositalari) jamoatchiligi bilan muloqotini yo'lga qo'yish masalalari ko'rib chiqiladi. Sifatli nazariy tahlil asosida jamoatchilik bilan aloqalarni rejalashtirish, kommunikatsiya kanallarini tanlash, maktab obro'sini shakllantirish va inqirozli holatlarda muloqotni boshqarish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqiladi. Natijalar O'zbekiston umumta'lim maktablarida ochiqlik, ishonch va hamkorlikni mustahkamlash uchun amaliy ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: maktab menejmenti, jamoatchilik bilan aloqalar, ochiq tizim, manfaatdor tomonlar, kommunikatsiya, ota-onalar bilan hamkorlik, maktab obro'si, ijtimoiy sheriklik, inqirozli kommunikatsiya, ishonch.

Kirish

Ta'lim sohasidagi zamonaviy islohotlar maktabni jamiyat bilan yaqin hamkorlikda faoliyat yurituvchi ochiq institut sifatida qarashni taqozo etmoqda. Maktabning muvaffaqiyati endi faqat ichki pedagogik jarayonlarga emas, balki uning ota-onalar, mahalla, ijtimoiy sheriklar va keng jamoatchilik bilan qura oladigan munosabatlariga ham bog'liq. Shu sababli jamoatchilik bilan aloqalar (public relations) maktab menejmentining mustaqil va muhim funksiyasiga aylanmoqda.

Jamoatchilik bilan aloqalar deganda maktab bilan uning ijtimoiy muhiti o'rtasida ishonch, o'zaro tushunish va hamkorlikni o'rnatish hamda saqlashga qaratilgan tizimli va maqsadli faoliyat tushuniladi [1; 3]. Bu funksiya to'g'ri yo'lga qo'yilganda maktab resurslarga, jamoatchilik qo'llab-quvvatlashiga va ijobiy obro'ga ega bo'ladi; e'tibordan chetda qolganda esa ishonchsizlik, tushunmovchilik va nizolar yuzaga kelishi mumkin.

Ushbu maqolaning maqsadi — maktab menejmenti tizimida jamoatchilik bilan aloqalar funksiyasining nazariy asoslarini yoritish va uni samarali tashkil etish





strategiyalarini ishlab chiqishdir. Buning uchun jamoatchilik bilan aloqalar tushunchasi va nazariy yondashuvlari yoritiladi, maktab jamoatchiligining turlari aniqlanadi, kommunikatsiya kanallari va usullari tahlil qilinadi hamda amaliy tavsiyalar taklif etiladi.

1. Jamoatchilik bilan aloqalarning nazariy asoslari

Maktabni jamoatchilik bilan aloqalar nuqtai nazaridan tushunish uchun ikkita nazariy yondashuv asos bo'ladi. Birinchisi — ochiq tizim nazariyasi, unga ko'ra maktab o'z muhiti bilan doimiy ravishda resurslar, axborot va ta'sir almashib turadi; muhitdan ajralib qolgan tizim rivojlana olmaydi [7]. Ikkinchisi — manfaatdor tomonlar (stakeholder) yondashuvi, unga ko'ra maktab faoliyatidan manfaatdor bo'lgan turli guruhlar mavjud va ularning har biri bilan alohida munosabat qurish talab etiladi [2; 6].

Jamoatchilik bilan aloqalarning mohiyati bir tomonlama axborot tarqatishdan (masalan, faqat e'lon berish) iborat emas. Zamonaviy yondashuvda u ikki tomonlama, dialogga asoslangan kommunikatsiya sifatida tushuniladi: maktab nafaqat o'zi haqida ma'lumot beradi, balki jamoatchilikni tinglaydi, uning fikri va ehtiyojlarini hisobga oladi. Aynan shu dialog ishonch va uzoq muddatli hamkorlikning asosini tashkil etadi.

Jamoatchilik bilan aloqalarning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat: maktab faoliyatida ochiqlik va shaffoflikni ta'minlash; ijobiy obro' va imijni shakllantirish; ota-onalar va jamoatchilikni ta'lim jarayoniga jalb etish; ijtimoiy sheriklik aloqalarini rivojlantirish; hamda tushunmovchilik va nizolarning oldini olish.

Shuni alohida ta'kidlash kerakki, jamoatchilik bilan aloqalar reklama yoki tashviqotdan farq qiladi. Uning maqsadi maktabni sun'iy ravishda "ko'z-ko'z qilish" emas, balki real faoliyat va natijalar asosida haqqoniy ishonch qozonishdir. Yolg'on yoki bo'rttirilgan ma'lumotga asoslangan obro' vaqtinchalik bo'ladi va oxir-oqibat ishonchning yo'qolishiga olib keladi.

2. Maktab jamoatchiligining turlari





JOURNAL OF SCIENCE AND INNOVATIVE RESEARCH STUDIES VOLUME-1, ISSUE-9, 2026

Samarali kommunikatsiya qurish uchun maktab o'z jamoatchiligini aniq belgilab olishi lozim. Uni shartli ravishda ichki va tashqi jamoatchilikka bo'lish mumkin.

2.1. Ichki jamoatchilik. Bunga o'qituvchilar, xodimlar va o'quvchilar kiradi. Ichki jamoatchilik bilan aloqalarning sifati maktabning tashqi obro'siga bevosita ta'sir qiladi: o'z ishidan qoniqqan, ma'lumotdan xabardor va qarorlarga jalb etilgan o'qituvchi maktabning eng ishonchli "elchisi"ga aylanadi.

2.2. Tashqi jamoatchilik. Bunga birinchi navbatda ota-onalar, shuningdek mahalla, hududiy ta'lim organlari, ijtimoiy sheriklar (korxonalar, oliy ta'lim muassasalari, nodavlat tashkilotlar) va ommaviy axborot vositalari kiradi. Ularning har biri maktab bilan turli darajada va turli maqsadlarda munosabatda bo'ladi.

Ota-onalar jamoatchilikning eng muhim guruhi hisoblanadi, chunki ular bir vaqtning o'zida ham ta'lim xizmati iste'molchilari, ham maktabning hamkorlari va qo'llab-quvvatlovchilaridir. Ular bilan muntazam, ochiq va hurmatga asoslangan muloqot maktab menejmentining ustuvor vazifasidir [4].

3. Kommunikatsiya kanallari va usullari

Jamoatchilik bilan aloqalarni samarali yuritish uchun turli kommunikatsiya kanallaridan muvozanatli foydalanish talab etiladi. An'anaviy kanallarga ota-onalar yig'ilishlari, ochiq eshiklar kuni, individual suhbatlar, e'lonlar taxtasi va bosma materiallar kiradi. Bu kanallar bevosita muloqot va ishonch o'rnatishda samarali.

Raqamli kanallar esa tezkorlik va qamrovni ta'minlaydi: maktab veb-sayti, ijtimoiy tarmoqdagi sahifalar, messenjer guruhlar, elektron kundalik va SMS-xabarnomalar. Ular ota-onalarni tezkor xabardor qilish va maktab yutuqlarini keng jamoatchilikka yetkazishda qulay. Biroq raqamli muloqotda axborotning to'g'riligi, muntazamligi va shaxsiy ma'lumotlar himoyasiga alohida e'tibor qaratish lozim [8].

Kommunikatsiyaning samaradorligi kanalni to'g'ri tanlashga bog'liq: rasmiy va muhim ma'lumotlar uchun bir kanal, kundalik operativ xabarlar uchun boshqa kanal





maqsadga muvofiq. Eng muhimi — barcha kanallar orqali uzatiladigan xabar izchil, aniq va maktabning umumiy qadriyatlariga mos bo‘lishi kerak.

Kommunikatsiyada nafaqat axborot uzatish, balki teskari aloqani ta’minlash ham muhim. So‘rovnomalar, taklif va shikoyatlar qutisi, ota-onalar bilan muntazam uchrashuvlar orqali maktab jamoatchilik fikrini o‘rganishi va unga munosabat bildirishi lozim. Aynan teskari aloqa mavjudligi muloqotni haqiqiy dialogga aylantiradi va jamoatchilikning o‘zini eshitilgan his qilishini ta’minlaydi.

4. Jamoatchilik bilan aloqalarni tashkil etish strategiyalari

Jamoatchilik bilan aloqalar tasodifiy tadbirlar emas, balki tizimli va rejalashtirilgan faoliyat bo‘lishi kerak. Quyida uni samarali tashkil etishning asosiy strategiyalari keltiriladi.

4.1. Rejalashtirish va maqsad qo‘yish. Maktab jamoatchilik bilan aloqalar bo‘yicha aniq maqsadlarni belgilashi, maqsadli guruhlarini aniqlashi va yillik kommunikatsiya rejasini tuzishi lozim.

4.2. Ochiqlik va shaffoflik. Maktab o‘z faoliyati, natijalari va muammolari haqida jamoatchilikni ochiq xabardor qilishi ishonchni mustahkamlaydi. Ma’lumotni yashirish yoki kechiktirish esa ishonchni yo‘qotadi.

4.3. Ota-onalar va jamoatchilikni jalb etish. Maktab kengashi, ota-onalar qo‘mitasi va turli tadbirlar orqali jamoatchilikni qarorlar qabul qilishga va maktab hayotiga faol jalb etish hamkorlikni chuqurlashtiradi.

4.4. Ijtimoiy sheriklikni rivojlantirish. Korxonalar, oliy ta’lim muassasalari va nodavlat tashkilotlar bilan barqaror aloqalar maktabga qo‘shimcha resurslar va imkoniyatlar olib keladi.

4.5. Inqirozli kommunikatsiyani boshqarish. Nizoli yoki inqirozli holatlarda (masalan, salbiy voqea yoki mish-mishlar) maktab tezkor, halol va mas’uliyatli muloqot olib borishi obro‘ni himoya qilishning kalitidir [9].





Bu strategiyalarning samaradorligi ularni tizimli va izchil qo'llashga bog'liq. Bir martalik tadbirlar (masalan, faqat yiliga bir marta ochiq eshiklar kuni) barqaror ishonch yaratmaydi. Aksincha, muntazam va rejalashtirilgan muloqot maktab bilan jamoatchilik o'rtasida uzoq muddatli, ishonchga asoslangan munosabatlarni shakllantiradi.

5. O'zbekiston umumta'lim maktablari uchun amaliy takliflar

O'zbekistonda ta'lim tizimini modernizatsiya qilish jarayonida maktablarning jamiyat bilan aloqalarini kuchaytirish muhim yo'nalishlardan biridir. Mahalla instituti, ota-onalar jamoatchiligi va ijtimoiy sheriklikning kuchli an'analari maktab uchun qulay imkoniyatlar yaratadi.

Amaliyotda maktablarga jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha yillik rejani joriy etish, raqamli kommunikatsiya kanallaridan tizimli foydalanish, ota-onalar bilan muntazam va ikki tomonlama muloqotni yo'lga qo'yish, hamda rahbar va o'qituvchilarning kommunikativ kompetensiyalarini oshirish tavsiya etiladi [5; 10]. Bu chora-tadbirlar maktabga nisbatan jamoatchilik ishonchini mustahkamlaydi va ta'lim sifatini oshirishga xizmat qiladi.

Xulosa

Jamoatchilik bilan aloqalar zamonaviy maktab menejmentining ajralmas va strategik funksiyasidir. Maktabni ochiq tizim sifatida qarash va manfaatdor tomonlar yondashuvi uning ijtimoiy muhit bilan ishonch va hamkorlikka asoslangan munosabatlar qurishini taqozo etadi. Ichki va tashqi jamoatchilik bilan izchil, ikki tomonlama muloqot maktab obro'sini mustahkamlaydi, resurslarni jalb etadi va ta'lim jarayoniga jamoatchilik qo'llab-quvvatlashini ta'minlaydi.

Jamoatchilik bilan aloqalarni samarali tashkil etish rejalashtirish, ochiqlik, jalb etish, ijtimoiy sheriklik va inqirozli kommunikatsiyani boshqarish kabi strategiyalarga tayanadi. O'zbekiston umumta'lim maktablari uchun ushbu funktsiyani tizimli joriy etish ochiqlik va hamkorlik madaniyatini rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishidir. Kelgusi





**JOURNAL OF
SCIENCE AND INNOVATIVE RESEARCH STUDIES
VOLUME-1, ISSUE-9, 2026**

tadqiqotlar jamoatchilik bilan aloqalar samaradorligini baholash mezonlarini ishlab chiqishga bag'ishlanishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart & Winston.
2. Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman.
3. Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). Effective Public Relations (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
4. Epstein, J. L. (2018). School, Family, and Community Partnerships: Preparing Educators and Improving Schools (2nd ed.). New York: Routledge.
5. Bush, T. (2020). Theories of Educational Leadership and Management (5th ed.). London: SAGE.
6. Bryson, J. M. (2004). What to Do When Stakeholders Matter: Stakeholder Identification and Analysis Techniques. Public Management Review, 6(1), 21–53.
7. Hoy, W. K., & Miskel, C. G. (2013). Educational Administration: Theory, Research, and Practice (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
8. Sheninger, E. (2019). Digital Leadership: Changing Paradigms for Changing Times (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
9. Coombs, W. T. (2015). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
10. OECD. (2016). School Leadership for Learning: Insights from TALIS 2013. Paris: OECD Publishing.

