

T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANA BİLİM DALI



TÜRKİYE'DEKİ LİBYA OKULLARINDA ÖĞRENCİ
VELİLERİNİN EĞİTİM SÜRECİNDEN MEMNUNİYETLERİ
ÜZERİNE HALKLA İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDEN BİR
ARAŞTIRMA

MOHAMED ADNAN M A ELMASAUDI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DOÇ. DR. KEMAL AVCI

ŞUBAT - 2022

KASTAMONU

TAAHHÜTNAME

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu; ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını, bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini bildirir ve taahhüt ederim.

Mohammed Adnan M A ELMASAUDI

ÖZET**YÜKSEK LİSANS TEZİ****TÜRKİYE'DEKİ LİBYA OKULLARINDA ÖĞRENCİ VELİLERİNİN
EĞİTİM SÜRECİNDEN MEMNUNİYETLERİ ÜZERİNE HALKLA
İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDEN BİR ARAŞTIRMA****MOHAMED ADNAN M A ELMASAUDI****KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANA BİLİM DALI
DANIŞMAN:DOÇ. DR. KEMAL AVCI**

Bilindiği gibi Halkla ilişkilerin birinci amacı işletmelerin iletişimi kullanarak iç ve dış kamuoyu ile ilişkilerini geliştirmesidir. Bu bağlamda aileyi şekillendiren ve toplumun geleceğini etkileyen en önemli kurumlardan biri olarak görülen okullarda da Halkla İlişkiler faaliyetlerinin kayda değer bir rolü bulunmaktadır. En genel anlamıyla okullarda halkla ilişkiler okulun en iyi yönlerini öne çıkarmak ve toplumun desteğini sağlama amacıyla olumlu geri dönüşler alma sürecidir. Bu çalışmada, halkla ilişkiler perspektifinde, öğrencilerin eğitim ve akademik başarıları noktasında önemli rolü bulunan velilerin Türkiye'deki Libya okullarının eğitim süreç ve uygulamalarından memnuniyetini ortaya çıkarılması amacıyla eğitimdeki ana eğilimleri ve öne çıkan ilerlemeler incelenmektedir. Araştırmada Türkiye'de faaliyet gösteren 11 Libya Okulu'nda eğitim gören Libyalı öğrencilerin velileri ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. 224 kişi ile yapılan ankette; katılımcıların çoğunluğunun kadın olduğu, çocuklarının okul ortamından memnun olduğu, söz konusu okullardaki öğretmenlerin eğitim düzeyi ve iletişim becerileriyle ilgili büyük ölçüde olumlu tutuma sahip oldukları ortaya konulmuştur. Diğer yandan veliler, sınıfların mevcudu, öğrenim kalitesi, çocukların kişisel gelişimi, okul kaynaklarına duyulan memnuniyet, yönetim ve okulların eğitim düzeyi konularında büyük oranda memnun olduklarını belirtmişlerdir.

ANAHTAR KELİMELEER:Halkla ilişkiler; Eğitim-Halkla İlişkiler; Türkiye'de ki Libya okulları.

Şubat 2022, 72 Sayfa

ABSTRACT**MSC THESIS****A STUDY FROM A PUBLIC RELATIONS PERSPECTIVE ON PARENTS' SATISFACTION WITH THE EDUCATIONAL PROCESS AND ITS APPLICATION IN LIBYAN SCHOOLS IN TURKEY****MOHAMED ADNAN M A ELMASAUDI****KASTAMONU UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCE
PUBLIC RELATIONS AND ADVERTISING DEPARTMENT
SUPERVISOR:ASSOC. PROF. KEMAL.AVCI**

The primary objective of public relations is to improve the corporate relations with internal and external public opinion by using communication. In this study, Public Relations activities play an important role in schools, which are seen as one of the most important institutions that shape the family and affect the future of society. In its most general sense, public relations in schools is the process of receiving positive feedback in order to bring out the best aspects of the school and to provide community support of the society. In this thesis, the main trends and notable developments in education are examined in order to reveal the satisfaction of parents, who have an important role in the educational and academic success of students, from a public relations perspective,, with the educational processes and practices of Libyan schools in Turkey. In this research, a survey was conducted with the parents of Libyan students studying in 11 Libyan Schools operating in Turkey. In the survey of 224 people; It was revealed that the majority of participants are women, that their children are satisfied with the school environment, and that teachers in these schools have mostly positive attitudes about their level of education and communication skills. On the other hand, parents stated that they are very satisfied with the size of classes, quality of education, personal development of children, satisfaction with school resources, management and educational level of schools.

KEYWORDS:Public relations; Educational-Public Relations; Libyan schools in Turkey.

February 2022, 72 Page

TEŞEKKÜR

Çalışmalarım süresince bilgi ve deneyimi ile bana yol gösteren, tezimin hazırlanmasında katkı sağlayan değerli danışmanım Sayın Doç. Dr. Kemal AVCI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

MOHAMED ADNAN M A ELMASAUDI

Kastamonu, 2022



İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
TEZ ONAYI	ii
TAAHHÜTNAME	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ.....	ix
TABLolar DİZİNİ	x
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xi
1. GİRİŞ.....	1
2. EĞİTİM KURUMLARINDA HALKLA İLİŞKİLER	4
2.1 Halkla İlişkilerin Tanımı	4
2.2 Halkla İlişkilerin İşlevleri.....	5
2.3 Halkla İlişkiler Modelleri	8
2.3.1 Geleneksel Tanıtım Modeli (Basın Ajansı Modeli).....	8
2.3.2 Kamuoyunu Bilgilendirme Modeli	9
2.3.3 İkna Edici İletişim Modeli (İki Yönlü Asimetrik Model).....	9
2.3.4 İki Yönlü Simetrik Model.....	10
2.4 Eğitimde Halkla İlişkiler	11
2.4.1 Okullarda Halkla İlişkiler	17
2.4.2 Okullar ve Veliler Arasındaki İlişkinin Önemi.....	19
2.4.3 Aile-Okul Ortaklıklarının Temel Boyutları	22
2.4.3.1 İletişim kurma	23
2.4.3.2 Evde ve okulda öğrenmeyi birleştirme	24
2.4.3.3 Topluluk ve kimlik oluşturma.....	25
2.4.3.4 Ailenin rolünü tanıma	25
2.4.3.5 Danışmacı karar alma.....	27
2.4.3.6 Okulun ötesindeki işbirliği.....	27
2.4.3.7 Katılım	28
2.4.4 Halkla İlişkilerin Velilerin Eğitim Sürecinden ve Uygulamasından Memnuniyetleri Üzerindeki Rolü	28
2.4.5 Halkla İlişkilerde Stratejik Planlama	30
2.5 Biçimlendirici Araştırma	33
2.5.1 Strateji.....	33
2.5.2 Taktikler.....	34
2.5.3 Değerlendirici Araştırma	35
3. HALKLA İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDEN TÜRKİYE’DEKİ LİBYA OKULLARINDAKİ ÖĞRENCİ VELİLERİNİN EĞİTİM SÜRECİNDEN MEMNUNİYETLERİ	36
3.1 Problem Tanımı.....	36
3.2 Araştırmanın Amacı	36
3.3 Araştırmanın Önemi	36
3.4 Araştırmanın Sınırlılıkları	37
3.5 Araştırma Soruları	37

3.6	Araştırmanın Evreni	37
3.7	Araştırma Ortamı.....	37
3.8	Örneklem Tekniği.....	37
3.9	Örneklem Büyüklüğü.	38
3.10	Pilot Çalışma	38
3.11	Geçerlilik ve Güvenilirlik.....	38
3.12	Veri Analizi	38
3.13	Bulgular.....	38
3.13.1	Demografik Veriler.....	39
3.13.2	Okul Çevresi	42
3.13.3	Öğretmen Kalitesi	44
3.13.4	Öğrenme Fırsatları	48
3.13.5	Kişisel Gelişim.....	53
3.13.6	Velilerle İletişim	55
3.13.7	Okul Kaynakları.....	56
3.13.8	Okul Yönetimi	57
4.	SONUÇ	61
	KAYNAKLAR	63
	EKLER.....	68
	EK A Veli Memnuniyeti Anketi soruları	69

ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2.1 Basın ajansı modeli	9
Şekil 2.2 Kamuoyunu bilgilendirme modeli	9
Şekil 2.3 İki yönlü asimetrik model	10
Şekil 2.4 İki yönlü simetrik model	10
Şekil 3.1 Çalışmaya katılan velilerin cinsiyeti	39
Şekil 3.2 Araştırmaya katılan velilerin yaş dağılımı	40
Şekil 3.3 Velilerin, çocuklarının okuldan keyif alıp almadıklarına ilişkin görüşleri.....	43
Şekil 3.4 Velilerin çocuklarının okullarının güvenliğine ilişkin görüşleri.....	44
Şekil 3.5 Velilerin, çocuğun öğretmenlerinin yüksek standartta olup olmadığına ilişkin görüşleri.....	45
Şekil 3.6 Velilerin öğretmenlerin çocuğun gelişimi hakkında düzenli iletişim kurmalarına ilişkin görüşleri	46
Şekil 3.7 Velilerin öğretmenlerle iletişime geçmeleri gerektiğinde onlara ulaşabilmeleri hakkındaki görüşleri	47
Şekil 3.8 Velilerin, öğretmenlerinin çocuklarına ilgili ve destekleyici bir yaklaşım içinde olup olmadığına ilişkin görüşleri	48
Şekil 3.9 Velilerin çocuklarının eğitim kalitesinden memnuniyeti.....	49
Şekil 3.10 Velilerin, çocuklarının ilgilerinin okulda gelişip gelişmediğine ilişkin düşünceleri	50
Şekil 3.11 Velilerin, sınıf mevcudunun çocuklara uygun olup olmadığına dair görüşleri.....	51
Şekil 3.12 Velilerin çocuklarının çok çalışmaya ve ellerinden gelenin en iyisini yapmaya teşvik edilip edilmediğine dair görüşleri	52
Şekil 3.13 Velilerin çocuklarına yaşlarına uygun ödevler verilip verilmediğine dair görüşleri	53
Şekil 3.14 Velilerin, çocuklarının topluluk faaliyetlerine katılmaya teşvik edilip edilmedikleri konusunda görüşleri	54
Şekil 3.15 Velilerin, öğretmenlerin çocukları kendi öğrenme sürecinden sorumlu tutup tutmadığına dair görüşleri	55
Şekil 3.16 Velilerin karar alma sürecine katılıp katılmadıklarına dair görüşleri	56
Şekil 3.17 Velilerin okuldaki kaynakların kalitesi hakkında görüşleri	57
Şekil 3.18 Velilerin okulun yönetimi hakkında görüşleri	58
Şekil 3.19 Velilerin okul saatlerinin uzunluğundan memnun olma düzeyleri	59
Şekil 3.20 Velilerin endişelerinin okul liderleri tarafından ciddiye alınıp alınmadığına ilişkin görüşleri.....	60

TABLOLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 3.1 Çalışmaya katılan velilerin cinsiyeti eğitim durumu	40
Tablo 3.2 Araştırmaya katılan velilerin medeni durumu	41
Tablo 3.3 Araştırmaya katılan velilerin meslekleri.....	41
Tablo 3.4 Çalışmaya katılan her velilerin çocuk sayısı.....	42
Tablo 3.5 Velilerin, çocuklarının okuldan keyif alıp almadıklarına ilişkin görüşleri.....	42
Tablo 3.6 Velilerin çocuklarının okullarının güvenliğine ilişkin görüşleri.....	43
Tablo 3.7 Velilerin, çocuğun öğretmenlerinin yüksek standartta olup olmadığına ilişkin görüşü	44
Tablo 3.8 Velilerin öğretmenlerin çocuğun gelişimi hakkında düzenli iletişim kurmalarına ilişkin görüşleri	45
Tablo 3.9 Velilerin öğretmenlerle iletişime geçmeleri gerektiğinde onlara ulaşabilmeleri hakkındaki görüşleri	46
Tablo 3.10 Velilerin, öğretmenlerinin çocuklarına ilgili ve destekleyici bir yaklaşım içinde olup olmadığına ilişkin görüşleri	47
Tablo 3.11 Veliler çocuklarının eğitim kalitesinden memnuniyeti.....	48
Tablo 3.12 Velilerin, çocuklarının ilgilerinin okulda gelişip gelişmediğine dair düşünceleri	49
Tablo 3.13 Velilerin, sınıf mevcudunun çocuklara uygun olup olmadığına dair görüşleri.....	50
Tablo 3.14 Velilerin çocuklarının çok çalışmaya ve ellerinden gelenin en iyisini yapmaya teşvik edilip edilmediğine dair görüşleri	51
Tablo 3.15 Velilerin çocuklarına yaşlarına uygun ödevler verilip verilmediğine dair görüşleri	52
Tablo 3.16 Velilerin, çocuklarının topluluk faaliyetlerine katılmaya teşvik edilip edilmedikleri konusunda görüşleri	53
Tablo 3.17 Velilerin, öğretmenlerin çocukları kendi öğrenme sürecinden sorumlu tutup tutmadığına dair görüşleri	54
Tablo 3.18 Velilerin karar alma sürecine katılıp katılmadıklarına dair görüşleri	55
Tablo 3.19 Velilerin okuldaki kaynakların kalitesi hakkında görüşleri	56
Tablo 3.20 Velilerin okulun yönetimi hakkında görüşleri	57
Tablo 3.21 Velilerin okul saatlerinin uzunluğundan memnun olma düzeyleri.....	58
Tablo 3.22 Velilerin endişelerinin okul liderleri tarafından ciddiye alınıp alınmadığına ilişkin görüşleri.....	59

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar

YÖK	: Yükseköğretim Kurulu
EAGÜ	: En Az Gelişmiş Ülkeler
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
EİKO	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
UÖDP	: Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı
Hİ	: Halkla İlişkiler
YDM	: Yapısal Eşitlik Modeli
UNIEF	: Birleşmiş Milletler Uluslararası Çocuk Acil Yardım Fonu

.....

....

....

1. GİRİŞ

Halkla ilişkiler, bir kuruluş ile kamuoyu toplulukları, grupları ve insanlar arasında olumlu bir imaj ve faydalı ilişkiler kurma sürecidir. Aynı zamanda, halkın tutumlarını değerlendiren, kamu çıkarını gözeten bir kişi veya kuruluşun politika ve prosedürlerini belirleyen ve halkın anlayış ve kabulünü elde etmek için bir eylem programı yürüten bir yönetim işlevidir. David Michaelson'ın belirttiği gibi, halkla ilişkiler, bir kuruluş ile kuruluşun başarısının veya başarısızlığının bağlı olduğu çeşitli halklar arasında karşılıklı yarar sağlayan ilişkileri tanımlayan, kuran ve sürdüren yönetim işlevidir” (Michaelson ve Stacks, 2017, s. 4).

Halkla ilişkilerin birincil amacı, iletişim yoluyla işletmelerin iç ve dış kamuoyu ile ilişkilerini geliştirmektir. “Araştırmacılar genellikle halkla ilişkileri örgütsel bir işlev, daha doğrusu, kuruluşların farklı paydaşlarla iletişimsel olarak nasıl ilgilendiklerine odaklanan bir yönetim süreci olarak görürler” (Wehmeier ve Winkler, 2013, s. 281).

Halkla ilişkiler, çevre ile ilgili destek sağlamak için okullarda kendine yer bulmaktadır. Halkla ilişkilerin bu bağlamda en önemli katkısı, okulu sosyal çevreye anlatmak, açıklamak ve ikna etmektir. Okullar dolaylı olarak aileyi şekillendiren ve toplumun geleceğini etkileyen en önemli kurumlardan biri olarak kabul edilmektedir. Okul, aile ve toplum ilişkileri okulun hizmet alanlarından biri olarak görülmektedir.

“Açık bir sistem olarak okullar, çeşitli sosyal gruplarla karşılıklı ilişkilere sahiptir ve ortak çıkarlar bağlamında sosyal çevreleriyle sürekli olarak malzeme, enerji ve bilgi alışverişinde bulunurlar. Sonuç olarak, halkla ilişkilerin okullar ve diğer sosyal kurumlar arasındaki ilişkileri, koordinasyonu ve iletişimi geliştirmek için kullanılması yaygın hale gelmiştir” (Çoruk, 2018, s. 138).

Okulda halkla ilişkiler, toplumun desteğini almak için okulun en iyi yönlerini ortaya çıkarma ve olumlu mesajlar alma sürecidir. Günümüzde insanlar okullar hakkında farklı kaynaklardan birçok bilgiye ulaşabilmektedir. Etkili bir okul halkla ilişkiler programı sadece okuldaki süreçler hakkında bilgi vermekle kalmamalı, aynı zamanda insanlara kullanabilecekleri bilgileri sunarak onlara değer katmalıdır. Bu bağlamda

halkla ilişkiler, okulların gözden kaçırmaması gereken bir işlevdir. “Okul müdürleri hem dış hem de iç hedef gruplarla düzenli temas halinde olmalıdır” (O'Reilly ve Matt, 2013, s. 139). Bu açıdan bakıldığında okul müdürlerinin görüşleri ve duruma bakış açısı okuldaki halkla ilişkiler uygulaması için daha önemli hale gelmektedir.

Eğitim politikaları, veli katılımının yanı sıra ev, okul ve toplum arasındaki ortaklığı da destekler. Okullar, okul ve ev arasında anlayış ve iş birliğini geliştirmek için evden okula ve okuldan eve iki yönlü iletişim kurmalıdır. Okul personelinin ailelerle açık bir iletişim kurması önemlidir. Ayrıca eğitimdeki birçok sorunun çözümünde veli katılımı önemli bir unsurdur ve öğrencilerin akademik başarılarını olumlu yönde etkiler.

Bu tez çalışmasında, Türkiye'deki Libya okullarında eğitim öğretime devam eden öğrenci velilerinin okullara ilişkin görüş ve tutumları araştırılmaktadır. Türkiye'de üç tip okul vardır. Birincisi, devlet okullarıdır. Türk devlet okullarında tüm Türk uyruklu ve yabancı öğrenciler için ilk ve orta öğretim ücretsizdir. Türkiye'de devlet okulları olarak bazı kırsal bölgeler hariç ilk ve orta öğretim okulları ihtiyacı karşılayacak kadar yaygındır

İkincisi, çoğunlukla Türk milli müfredatını takip eden özel okullardır. Adından da anlaşılacağı gibi, bu okulların eğitim, yemek ve konaklama için yıllık ücretleri vardır. Bu okullardan bazıları, daha düşük sosyo ekonomik özelliğe sahip, özel ihtiyaçları olan veya spor ve sanatta akademik başarı sergileyen öğrenciler için çeşitli burslar sunmaktadır. TED Koleji, Bahçeşehir, İstek ve Doğa Okulları, Türkiye'deki özel okulların Türkiye'deki örnekleridir.

Türkiye'de özel okul kategorisine giren uluslararası veya iki eğitim öğretim dili olan okullar da bulunmaktadır. Uluslararası okullar özellikle yabancı uyruklu öğrenciler için kurulmuştur ve bu okullar Türkçe ve başka bir yabancı dilde eğitim vermektedir. Buna göre, Türkiye'deki Libya Okulları uluslararası bir okul olarak sınıflandırılmaktadır.

Bu okullar içerisinde Ankara'daki AFAK International School ve İstanbul'daki Al-Manar International School, İngilizce eğitim vermekteyken, Ankara'daki Alfaezoun

Okulu ve İstanbul'daki kral İdris Alsenussi Okulu Arapça eğitim veren okullardan bazılarıdır.

Bu tezde, halkla ilişkiler bakış açısının velilerin eğitim sürecinden memnuniyetleri üzerindeki önemi vurgulanmış, Türkiye'deki Libya okullarında okuyan çocukları hakkındaki görüşleri araştırılmıştır. Çalışma, velilerin görüşlerini sekiz temel alanda değerlendirmektedir. Bu alanlar şunlardır: Okul Ortamı, Öğretmen Kalitesi, Öğrenme Fırsatları, Kişisel Gelişim, Velilerle İletişim, Okul Kaynakları, Okul Yönetimi.

Çalışmanın Birinci Bölümü'nde literatürün ayrıntılı bir incelemesi sunulmuştur. Literatürdeki halkla ilişkilerin tanımları tartışılmış, halkla ilişkilerde stratejik planlamanın izlediği halkla ilişkiler işlev ve modelleri, eğitimde halkla ilişkilerin ve stratejik halkla ilişkiler planlamasının önemi tanımlanmıştır. İkinci bölümde bu çalışmada izlenen yöntem sunulmuştur. İkinci Bölümde yöntem yaklaşımına genel bir bakış sunulmakta ve kullanılan anket tekniği ayrıntılı olarak tartışılmaktadır. Söz konusu kısımda örnekleme, veri toplama, veri analizi ve sonuçlara ilişkin bilgiler verilmiştir.

2. EĞİTİM KURUMLARINDA HALKLA İLİŞKİLER

2.1 Halkla İlişkilerin Tanımı

Halkla İlişkiler kavramının tanımı üzerine çeşitli açıklamalar geliştirilmiştir. Halkla ilişkiler, “esas olarak, insanların tutumlarını, fikirlerini, inançlarını, ilgilerini ve davranışlarını belirli veya istenen bir yönde etkilemek için eylemleri ve iletişimleri olumlu ve sistematik olarak kullanmakla ilgilidir. Diğer bir ifadeyle, iyi çevresel davranışları benimsemenin yanı sıra kar amacı güden veya kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve hatta uluslar, eyaletler, yerel yönetimler veya topluluklar gibi bireyler ve tüzel kişiler için kalıcı güvenilirlik ve itibar oluşturmaktır (Nwodu, 2007, s. 12). Nwosu'ya göre, dünyada 600'den fazla standart ve kabul edilebilir halkla ilişkiler tanımı vardır (Nwosu, 1996, s. 8). Kavramın anlamını irdelemek üzere bahsi geçen tanımlarından bazılarına yer verilecektir.

Grunig ve Hunt'ın (1984) Halkla İlişkiler tanımı, literatürde sıklıkla atıf yapılan bir referanstır. Bu tanımın yaygın olmasının bir nedeni, birkaç kelime kullanarak çok fazla bilgi iletmesidir. Aynı zamanda, gazeteciliğin rakip yaklaşımları veya öncelikle tüketicilere odaklanan tanıtım temelli pazarlama ve reklamcılık yaklaşımının aksine, mesleğin temellerini doğrudan yönetim içinde ortaya koymaktadır (Asna, 2006, s. 6).

Grunig ve Hunt'ın (1984) ünlü halkla ilişkiler tanımının bileşenleri aşağıdaki gibidir:

- *Yönetim*: Bir işletmenin faaliyetlerinin etkinliğe ulaşmak için en iyi nasıl koordine edileceğine dair bilgilerin bütünüdür.
- *İletişim*: Sadece mesajı alıcıya göndermek değil, aynı zamanda dinleme ve diyalog yoluyla diğerlerinin mesajlarını anlamaktır.
- *Örgüt*: Ortak bir amaç doğrultusunda örgütlenmiş herhangi bir grup; çoğu durumda, bir işletme, bir şirket, bir devlet kurumu veya kar amacı gütmeyen bir gruptur.

- *Kamular*: Ortak bir çıkarla bir arada tutulan herhangi bir insan grubudur. Genellikle kendi kendilerine organize olmaları ve mesajlara uyum sağlamak zorunda olmamaları açısından izleyicilerden ayrılırlar. Kamular, kendilerini organizasyonun belirli amaçlarına veya sonuçlarına bağlayan bir mali çıkarlara sahip olmamaları bakımından paydaşlardan farklıdır. Hedeflenen kitleler ise, ilgi alanlarına göre özel olarak hedeflenmiş bir mesajı alan halklardır.

“Halkla ilişkiler, bir faaliyet, amaç, hareket veya kurum için kamu desteğini harekete geçirmek üzere bilgi, ikna ve uyarılama girişimidir” (Bernays, 2015, s. 33). Halkla İlişkiler, “sosyal açıdan sorumlu bir çerçevede içinde sağlam sonuçlara ulaşmak için koalisyonlar ve politikalar oluşturmak ve geliştirmek, sorunları belirlemek ve yönetmek ve mesajlar oluşturmak için iletişim ve ilişkilerin etik ve stratejik yönetimidir” (Johnston, Zawawi ve Brand, 2009, s. 6). “Halkla İlişkiler, felsefe, sosyoloji, ekonomi, dil, psikoloji, gazetecilik, iletişim ve diğer bilgilerin insani bir anlayış sistemi içinde birleşimidir” (Baus, 1948, s. 36). “Bir örgüt ile kamuları arasındaki iletişimin yönetimi” (Grunig ve Hunt, 1984, s. 7).

2.2 Halkla İlişkilerin İşlevleri

Halkla ilişkilerin çeşitli tanımları, mesleğin iki varlık arasındaki karşılıklı ilişkiyi sürdürmeyi içerdiği şeklindeki ortak bir paydaya işaret etmektedir. Bu durum halkla ilişkiler yönetiminin imaj/itibar oluşturma ve sürdürmeye vurgu yaptığı ve tamamen ilişki yönetimi ile ilgili olduğu anlamına gelmektedir.

Nwodu’ya göre, kamular ve kurumsal organizasyonlar arasındaki, devlet/kamu kurumları ile halk, topluluklar ve toplulukları oluşturan gruplar arasındaki etkileşimi tetikleyecek bir güçlendirici görevi görür. Halkla ilişkilerin bir meslek olarak hem kurumsal hem de toplumsal yaşamda çok büyük roller oynadığını belirtmek önemlidir. “Politikaları, programları ve eylemleri halkın beklentilerini karşılamazsa veya karşılamadığı algılanırsa, hükümet dâhil hiçbir kurum, bırakın gelişmeyi, ayakta bile kalamaz” şeklindeki tanımlamalar göz önüne alındığında, rolü ve önemi belirgin biçimde ortaya çıkmaktadır (Nwodu, 2007, s. 4). Nwodu’ya (2007) göre halkla ilişkiler işlevleri bunlarla sınırlı olmamak üzere aşağıdaki şekildedir:

- a) Kamuoyunun önde gelen kişiler, kurumsal kuruluşlar, hükümet ve topluluklar hakkındaki görüşlerini, tutumlarını ve duygularını belirlemek, yorumlamak ve değerlendirmek.
- b) İyi bir amaç için halkın rızasını ve/veya sempatisini kazanmak amacıyla kısa, orta ve uzun vadeli özel etkinlik veya programları taklit etmek, planlamak ve yürütmek.
- c) Hükümetler ve örgüt ve toplum liderlerinin politikaları, faaliyetleri ve gelecek planları hakkında çeşitli kamuları yeterince bilgilendirmek.
- d) Çatışma yönetimi ve kriz çözümü ile meşgul olmak ve bir kuruluşun, hükümetin/veya topluluğun imajını ve itibarını zedelemesi muhtemel olumsuz eğilim ve basın haberlerini atlatmak.
- e) Bir kuruluşun yönetimi ve/veya devlet görevlileri ile bunların ilgili kamuları ve özneleri arasındaki sağlıklı etkileşimler için eşit şartlar sağlamak.
- f) Kuruluş ile kitle iletişim araçları arasında olumlu bir ilişki sürdürmek ve bunu yaparak olumsuz ve zarar verici kitle iletişim savaşlarından korunmak.
- g) Devlet çıkarlarına karşılık örgütsel çıkarları dengeleyerek optimum ilişki için kamular-özneler arasındaki dengeyi sağlamaya yardımcı olmak.
- h) Örgütlerin işletme amaçlarını geliştirmek için gerekli olan topluluk ilişkilerine katılarak güvenli örgütsel sosyal iklimi elde etmeye çalışmak.

Ahenkle bir arada yaşama ve sürdürülebilir imaj ve itibarın daha iyi bir konuma yükselmesi için kurumsal ve sosyal iklimin sağlanması ve sürdürülmesinde halkla ilişkiler esastır (Botan ve Taylor, 2004, s. 651). Halkla ilişkiler uygulamaları, örgütsel yapı içindeki uyumsuzluğu azaltmada kurum veya kuruluşlar açısından önemlidir. Halkla İlişkiler, bir kuruluş için olumlu bir imaj ve itibar yaratmak ve sürdürmek için eylem ve iletişimin kullanımını vurgular. Yine örgütsel yapı içerisinde yer almasına rağmen işleyişinde etkili olan faktörler ve nihai amaçları

açısından bakıldığında da sosyal ve politik bir olgudur (Çetin, 2003, s. 31). Bu bağlamda Halkla İlişkiler kavramının işlevleri de önem arz etmektedir. Bir Halkla İlişkiler departmanı ya da ajansı, işleyişi bakımından çeşitli türlere ayrılmaktadır. Söz konusu türler, genel itibariyle yedi şekilde sıralanabilmektedir. Buna göre Medya İlişkileri, Yatırımcı İlişkileri, Devlet İlişkileri, Topluluk İlişkileri, İç İlişkiler, Müşteri İlişkileri ve Pazarlama İletişimi türleri mevzu bahistir (Karabacak ve Kazancı, 2019, s. 51). Bu kavramlardan aşağıda kısaca söz edilmiştir:

- *Medya İlişkileri:* Medya kuruluşları ile iyi ilişkiler kurmak ve onların içerik kaynağı olarak hareket etmek.
- *Yatırımcı İlişkileri:* Yatırımcı olaylarının ele alınması, mali raporların ve düzenleyici belgelerin yayınlanması ve yatırımcıların, analistlerin ve medyanın soru ve şikâyetlerinin ele alınması.
- *Devlet İlişkileri:* Kurumsal sosyal sorumluluk, adil rekabet, tüketicinin korunması, çalışanın korunması gibi politikaların yerine getirilmesinde markayı devlet önünde temsil etmek.
- *Topluluk İlişkileri:* Markanın sosyal yönünü ele almak ve çevre koruma, eğitim gibi sosyal iş içinde olumlu bir itibar oluşturmak.
- *İç İlişkiler:* Politikalar, hareket tarzı, kuruluşun sorumluluğu ve sorumlulukları hakkında kuruluşun çalışanlarına danışmanlık yapmak. Özel ürün lansmanları ve etkinlikler sırasında onlarla iş birliği yapmak.
- *Müşteri İlişkileri:* Hedef pazar ve lider tüketicilerle ilişkileri yürütmek. Ayrıca müşterilerin ilgi alanları, tutumları ve öncelikleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için pazar araştırması yapılması ve kazanılan medyayı kullanarak bunları etkilemek için stratejilerin oluşturulması.
- *Pazarlama İletişimi:* Ürün lansmanı, özel kampanyalar, marka bilinirliği, imaj ve konumlandırma ile ilgili pazarlama çalışmalarının desteklenmesidir (Karabacak ve Kazancı, 2019, s. 51).

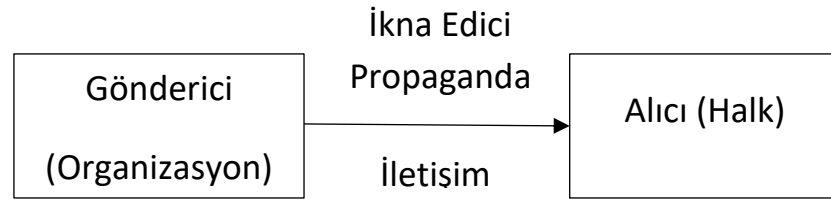
2.3 Halkla İlişkiler Modelleri

Grunig ve Hunt (1984) tarafından, halkla ilişkilerin gelişim sürecini de içine alan dört tür halkla ilişkiler modeli ortaya konulmuştur (Grunig ve Hunt, 1984, s. 25-29). Farklı yönetsel ve örgütsel uygulamaları detaylandıran bu dört halkla ilişkiler modeli, çeşitli organizasyonların rekabette öne geçmek için kılavuzlar, taktikler ve programlar geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. “Bu dört model, Basın Ajansı/Tanıtım Modeli, kamuoyunu bilgilendirme, iki yönlü asimetrik ve iki yönlü simetrik modellerdir” (Grunig ve Hunt, 1984, s. 22). Bu modeller, halkla ilişkilerin çoğu endüstride nasıl çalıştığının anlaşılmasında popülerliği hala korumaktadır (Morris, 2016, s. 16).

2.3.1 Geleneksel Tanıtım Modeli (Basın Ajansı Modeli)

Geleneksel tanıtım modelinde, halkla ilişkiler uzmanları bir müşteri, ürün veya etkinlik için medyada yer almaya çalışır. Bu çabalar, güçlü tanıtım gösterilerinden basit haber konferanslarına ve moda dergilerindeki ünlü röportajlarına kadar değişebilir.

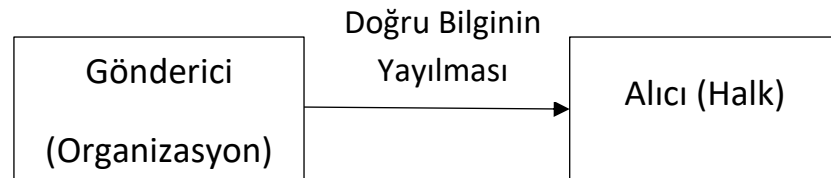
Model, organizasyondan halka tek yönlü bir iletişim ile karakterize edilmiştir. İletişimin amacı, örgütlerin inançlarını desteklemek için propaganda yürütmektir ve kullanılan iletişim stratejileri teorik temelli bir matris içine alınmamıştır. “Bu model, 1850-1899 yılları arasında gerçekleştirilen halkla ilişkiler eylemlerine özgü olarak 19. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkmıştır” (Marin, 2018, s. 49). Bu modelin ana hedefi, izleyicinin belirli bilgilere vereceği tepkiyi manipüle etmektir. tek yönlü bir iletişim modelidir, çünkü bu tür, iletişimin alıcılarına yanıt verme şansı tanınmaz. Bunun yerine, potansiyel müşterilerin zihninde şirketin olumlu bir imajını yaratmaya odaklanır (Canöz ve Nilüfer, 2013, s. 366).



Şekil 2.1 Basın ajansı modeli

2.3.2 Kamuoyunu Bilgilendirme Modeli

Kamuoyunu bilgilendirme modelinin amacı, bilgileri belirli bir hedef kitleye iletmeektir. Bu model, dramatik, geniş medya görünürlüğü elde etmekten çok, bilginin yeterince kişi tarafından alınmasını garanti edecek şekilde o bilgiyi yaymakla ilgilenir. Bu model manipülatif olmasa da, mesajın alıcılar üzerindeki etkinliğini tespit etmek için anketler veya araştırmalar yapmaz. Ana fikri, halka organizasyon hakkında en fazla bilgiyi iletmeekten ibarettir. Halkı bir şirket/kuruluş hakkında eğitmeye odaklanır. Bu bilgileri iletmeek için kullanılan formatlardan bazıları broşürler, dergiler, basın bültenleri ve haber bültenleridir. Gerçek ve mümkün olduğu kadar eksiksiz bilgiyi kullanan tek yönlü bir iletişimdir.



Şekil 2.2 Kamuoyunu bilgilendirme modeli

2.3.3 İkna Edici İletişim Modeli (İki Yönlü Asimetrik Model)

İkna edici iletişim modeli veya iki yönlü asimetrik model, belirli bir davranışı veya bakış açısını benimsemek için belirli bir kitleyi ikna etmeye çalışmaktadır. Bir kuruluş (gönderici) ile alıcı (beklenenler/izleyiciler) arasındaki iletişimi içerir. Bu modelin etkili sayılabilmesi için hedef kitleden ölçülebilir bir yanıt alınması gerekir. Model, “tek yönlü iletişimi reddeder ve bu amaçla geri bildirimi kullanarak kendi kendini uyarlayan iki yönlü bir sisteme geçer. Bilgi akışları asimetriktir ve iletişimi kontrol eden organizasyondur” (Marin, 2018, s. 49).



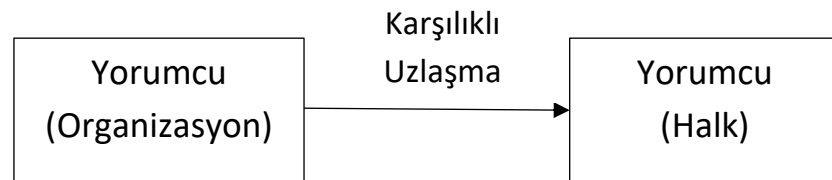
Şekil 2.3 İki yönlü asimmetrik model

Çoğunlukla izleyiciler, davranışları hakkında bilgi edinildikten sonra organizasyonun istediği şekilde davranmaya yönlendirilir. Bu durum modeli dengesiz ve müşteriler için uygun olmayan bir hale getirir. Öte yandan, kâr marjlarını genişletmeye yardımcı olduğu için pazarlama ve reklam şirketlerinin tercih ettiği bir modeldir.

2.3.4 İki Yönlü Simetrik Model

İki yönlü simetrik model, karşılıklı bir tartışmayı kolaylaştırarak ilgili taraflar arasında gerçek bir iletişimi gerektirir ve bu, karşılıklı anlayış ve her iki tarafın isteklerine saygı duyan bir anlaşma ile sonuçlanır. Kuruluşların ve izleyicilerinin samimi ilişkiler sürdürmesini sağladığı için diğerlerinden farklıdır. Bununla birlikte, model kapsamlı bir araştırmayı içerir. Bu modele göre bir şirket ile tüketicileri arasındaki herhangi bir ihtilaf dostane bir şekilde çözümlenmelidir.

Geri bildirim, halkın, kuruluş tarafından yürütülen politikalarla karşılanabilecek ihtiyaçlarını tanımlama yöntemi haline gelir. İletişim artık taraflardan biri tarafından sıkı bir şekilde kontrol edilmemektedir. İletişim taraflardan herhangi biri tarafından başlatılabilir ve bu durum iki yönlülüğü ve modelin simetrisini ortaya koyacaktır.



Şekil 2.4 İki yönlü simetrik model

2.4 Eğitimde Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler, bir eğitim kurumunun program ve hizmetlerini iyileştirmeyi amaçlayan planlı ve sistematik bir yönetim işlevidir. Halkla İlişkiler eğitim kurumlarında kuruluşun rolünün, amaçlarının, hizmetlerinin ve ihtiyaçlarının daha iyi anlaşılmasını sağlamak amacıyla hem iç hem de dış hedef kitleleri içeren kapsamlı bir iki yönlü iletişim sürecine dayanmaktadır. Eğitim programlarındaki Halkla İlişkiler, halkın tutumlarının açıklanmasına, kamu yararına hizmet eden politika ve prosedürlerin tanımlanmasına ve şekillendirilmesine ve bilgilendirme faaliyetlerinin yürütülmesine yardımcı olur (Özer, 2019, s. 456-457).

Halkla ilişkiler, öğrencileri hem akademik hem de ders dışı etkinliklere katılmaya teşvik eden personel ile sıcak ve güvenli bir öğrenme ortamı sunar. Bir müdür ve bir öğretmen, okul ortamını ve hem öğrencileri hem de personeli ilgilendiren konuları tartışmak için öğrencilerle düzenli olarak bir araya gelmektedir. Mümkün olduğunda öğrencilere okul politikaları ve prosedürleri hakkında açıklamalar yapılır. Her okulun, öğrencileri kendilerini etkileyen sorunlarla ilgili karar alma süreçlerine uygun şekilde katılmalarını teşvik eden bir öğrenci-devlet örgütlenmesi vardır. Kuruluşun, düzenli iki yönlü iletişimi teşvik etmek ve velilerle okulun makul karşılıklı beklentilerini yerine getirmesine yardımcı olmak için politikaları ve prosedürleri vardır. Her okul, bölge ve okul kurallarını ve velilerin öğrencilerin eğitimini iyileştirmek için okulla iş birliği yapabilecekleri yolları açıklayan bir kılavuzu öğrencilere ve velilere dağıtır. Veliler ve personel, okulun hedeflerinin belirlenmesinde rol oynar ve düzenli olarak bilgilendirilir. Okulun performansı, personeli ve öğrencileri hakkında önemli olayları, tarihleri ve haberleri iletmek için tutarlı bir okul iletişim aracı/araçları mevcuttur. Bu araçlar velilere ulaştırılır. Okuldaki veli organizasyonu, okul ve veliler arasındaki iletişime katkıda bulunur ve destekler.

Öğretmenlere ve velilere, etkili veli-öğretmen konferanslarının nasıl düzenleneceği konusunda ipuçları verilir. Velilerin ihtiyaç ve programlarını karşılamak amacıyla toplantı saatleri esnek tutulur. Okul personeli, velilerden gelen her türlü soru veya öneriyi yanıtlamaya hazırdır. Problem çözmeyi mümkün olan en erken aşamalarda kolaylaştırmak için bir veli şikâyet süreci mevcuttur. Veliler, belirlenen sorunlara

çözümler araştıran ve öneren okul ve bölge komitelerinde liderlik rolleri almaya teşvik edilir. Düzenli sertifikalara ek olarak öğretmenler, her öğrencinin eğitimdeki gelişimi hakkında velilerle düzenli olarak iletişim kurulmaya çalışılır. Öğrenci davranışı veya eğitimdeki ilerlemeyle ilgili sorunları aktarmanın ve çözümlerin köklü ve etkili bir yolu vardır (Franklin, Hogan, Langley, Mosdell ve Pill, 2009, s. 65).

Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı (UÖDP) da öğretmenlerin müfredatın öğretim hedefleriyle uyumlu ve daha fazla araştırmaya dayalı öğrenmeyi teşvik etmeye çalışmasını önerir. Ancak bu uygulamaların niteliğine ilişkin eldeki bilgiler öğretmenlerin yeni müfredatı daha etkili kullanabileceğini göstermektedir. Örneğin, öğretmenlerin değerlendirme becerileri üzerine yakın zamanda yapılan araştırmalar, bazı kilit alanlardaki boşlukları ortaya çıkarmıştır: Öğrencinin eğitim düzeyi nasıl belirlenebilir ve güçlükler nasıl teşhis edilebilir? (Kitchen, Bethell, Fordham, Henderson ve Li, 2019, s. 15).

Türk okullarının öğrencilere okul saatleri dışında sunduğu eğitim yardımı sınırlıdır. Türk öğrencilerin neredeyse yarısı (%49) ödev odası olmayan okullara, çoğunluğu (%63) ise ödevlere yardımcı olacak personeli bulunmayan okullara gitmektedir (OECD, 2019). Bu kaynaklar özellikle düşük gelirli ailelerden gelen öğrenciler ve ebeveynlik deneyimi az olan aileler için önemlidir. Bu yardım genellikle EİKÖ ülkelerinin çoğunda mevcuttur. Öte yandan Türkiye son zamanlarda engelli öğrencilere yönelik ek destek ve öğrenme fırsatlarını artırmak için adımlar atmıştır. 2017'den 2018'e kadar ortaokullarda destek ve telafi sınıflarının yanı sıra Milli Eğitim Bakanlığı ve United Nations International Children's Emergency Fund (UNICEF)'in ortak girişimi olan ve 2017'de pilot uygulaması yapılan Yetkinlik Eğitim Programı (YEP) uygulanmaya başlanmıştır. YEP, öğretmenlerden ve okul danışmanlarından ekstra yardım almayı sağlayarak temel okuryazarlık ve matematik becerilerinde önemli eksiklikleri olan üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

2017 yılında yapılan bir araştırmaya göre, öğrencilerin ortaokula geçişlerinde okula katılım farklılıkları artmakta ve diğer faktörlerle birlikte fırsat maliyetleri yükseltmektedir (Erg, 2019, s. 16-17). Türkiye'nin batı bölgelerinde ortaöğretime net

kayıt oranı %85'in üzerindeyken, daha az gelişmiş doğu ve güney bölgelerinde %70'in altındadır. Bazı toplumlarda, özellikle bazı öğrencilerin eğitim ve çalışmayı bir arada yürütmesi gereken yoksul kırsal alanlarda okuldan ayrılma daha da erken gerçekleşmektedir (UNICEF, 2011, s. 7). Kırsal alanlardaki hanelerin neredeyse yarısı geçimlik tarımda çalışmaktadır ve bu da öğrencileri etkilemektedir. Düşük düzeyde öğrenme, geri çekilme ve nihayetinde okulu erken bırakma gibi olumsuz bir döngüye neden olur (UNICEF, 2011). Kırsal ve kentsel alanlar arasındaki öğrenme sonuçları açısından Türkiye, üst orta gelirli ülkeler ile EİKÖ ülkeleri arasında en büyük farklılıklara sahiptir (OECD, 2019).

Türkiye, Onuncu Kalkınma Planı'nın küresel ekonomide daha rekabetçi hale gelme hedefine ulaşmak için, gençlerinin becerilerini geliştirmenin önemini farketmektedir. Bu durum, erken çocukluk eğitimi ve orta öğretime erişimi artırmak için daha fazla çaba gerektirmektedir. En önemlisi, her seviyedeki öğretme ve öğrenme uygulamalarının kalitesi büyük ölçüde iyileştirilmelidir (De Wit, Ferencz ve Rumbley, 2013, s. 19).

Daha önce de belirtildiği gibi, 1993-1997 yılları arasında uluslararası öğrenci sayısındaki artış, 1993 yılında kurulan Büyük Öğrenci Projesi burs programı ile doğrudan bağlantılıdır. Bu program, Türkiye Cumhuriyetleri yanı sıra Eski Sovyetler Birliği ve Avrasya'daki Türk ve soydaş topluluklardan gelen öğrencilere yöneliktir. 2004 yılından bu yana, uluslararası öğrenci sayısındaki artış, Türkiye'nin eğitimde uluslararası bir konuma gelmesi kapsamında ve faaliyetlerinde bir değişikliğin sinyalini vermiştir. Daha önce de belirtildiği gibi, Türkiye'nin uluslararasılaşma çabaları 1990'lara dayanmaktadır (Özoğlu, Gür ve Coşkun, 2015, s. 223).

Büyük Öğrenci Projesi tarafından kanıtlandığı gibi, bu erken girişimler öncelikle sosyal ve politik kaygılarla gerçekleşmiştir. Başka bir deyişle, 1990'larda dış politika, Türk eğitiminin küreselleşmesinde kritik bir rol oynamıştır.

Modern Türk uluslararasılaşma hamlesi ise entelektüel ve ekonomik gerekçeleri içerecek şekilde genişlemiştir. İlgili hükümet yetkilileri arasında Türkiye Cumhurbaşkanı, Gümrük ve Ticaret Bakanı ve Yükseköğretim Kurulu Başkanı

(YÖK) da yer almaktadır.

Akademik ve ticari zorunlulukları birleştirerek küreselleşmenin gerekliliği sürekli vurgulanmıştır (Hürriyet, 2011). Uluslararasılaşma, artık Türkiye'nin yükseköğretim sisteminin kalitesini ve rekabet gücünü artırmada kritik bir adım olarak görülmektedir. Ayrıca daha fazla uluslararası öğrenciye sahip olmanın ekonomik faydaları da vurgulanmaktadır (Hürriyet, 2016). Sonuç olarak, tam ücret ödeyen daha fazla denizaşırı öğrenciyi cezbetmek, son zamanlarda Türkiye'nin uluslararasılaşma stratejisinin kritik bir bileşeni olarak ortaya çıkmıştır.

“Türkiye’de 2008 yılına kadar uluslararası öğrenci sayısı 15.000 civarında kalmıştır” (Özer, 2016, s. 57). Yükseköğretim Kurulu'nun (YÖK) aktif olarak sürecin sorumluluğunu alması, prosedür ve uygulamalarda düzenlemeler getirmesi ile bu sayı çarpıcı bir şekilde artmıştır ve yükseliş trendi devam etmektedir. “Örneğin 2013-2014 eğitim öğretim yılında Türk yükseköğretim kurumlarındaki uluslararası öğrenci sayısı 48.183 iken, 2014-2015 eğitim öğretim yılında 72.178'e ve 2015-2016 eğitim öğretim yılında 1,97 kat artarak 95.151'e yükselmiştir” (Özer, 2016, s. 59). Türkiye'nin uluslararasılaşma hedefleri büyüdükçe, ülkenin yükseköğretim kurumlarının daha fazla uluslararası öğrenci çekmesine yardımcı olmak için çeşitli kurumsal, idari ve yasal düzenlemeler yapılmıştır. Örneğin, yükseköğretim sisteminin koordinasyon kuruluşu olan YÖK, 2010 yılında merkezi yerleştirme sınavını iptal etmiştir. Uluslararası öğrencilerin Türk üniversitelerine kabul edilmeleri için bu sınava girmeleri gerekmektedir. Bunun yerine, YÖK her okula kendi yerleştirme kriterlerini belirleme ve uluslararası öğrencileri kendi başına seçme yetkisi vermiştir. Ayrıca, her okulu iyi işleyen bir fakülte konseyi kurmaya teşvik etmiştir. Bu tür çabalar, bireysel kurumlara ve devlet kurumlarına öğrencilerin istek ve memnuniyetsizliklerini daha iyi ele alma ve öğrencilerin Türkiye'de geçirdikleri süre boyunca daha tatmin edici deneyimler yaşamalarına katkı sağlama konusunda yardımcı olacaktır.

Netice itibarıyla bu bölümde, Türkiye'de öğrenim gören uluslararası öğrencilerle yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşmelere dayanan bu nitel araştırma, uluslararası öğrencilerin Türkiye'de eğitim alma kararlarını etkileyen faktörleri ve bir Türk

okuluna kaydolmaktan Türkiye'deki deneyimlerine kadar her aşamada karşılaştıkları zorlukları araştırarak bu ihtiyaçları karşılamayı amaçlamaktadır.

Örneğin, Libyalı öğrenciler, uluslararası öğrencilerin sosyokültürel ve psikolojik uyumlarını etkileyen dil engelleri ve kültürel sözleşmeler nedeniyle yerel halk ve diğer yabancı öğrencilerle sosyalleşme ve bağlantı kurma konusunda sorun yaşamaktadır. Kendi ülkeleri ve ev sahibi ülkeler arasındaki kültürel farklılıklar ne kadar büyük olursa, öğrencilerin uyum sürecinin o kadar zor olacağı belirtilmiştir. Kültürel farklılıklar aynı zamanda öğrencilerin uyumları ve psikolojik iyi oluşları üzerinde etkisi olan yanlış anlamalara da yol açmaktadır (Sherry, Thomas ve Chui, 2010, s. 34).

Kültürel kavram yanılgılarına ek olarak önyargılar veya ayrımcılık, öğrencilerin sosyal ve psikolojik uyumunu olumsuz yönde etkileyen potansiyel bir sosyal sorun olarak tanımlanmıştır. Yabancı bir dilde eğitim almak, uluslararası öğrencilerin karşılaştığı en yaygın akademik zorluklardan biridir. Ayrıca, ev sahibi ülkenin eğitim sistemine, özellikle eğitim normlarına ve uygulamalarına aşina olmamaları nedeniyle, uluslararası öğrenciler çeşitli akademik zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu endişelerin yanı sıra araştırmalar, uluslararası öğrencilerin akademik olarak başarılı olma olasılıklarının daha yüksek olduğunu, çünkü Libyalı bir öğrenci için başarısızlığın çok daha ciddi sonuçları olduğunu göstermektedir. Örneğin, kendi ülkelerinden veya ev sahibi okuldan mali yardım alan Libyalı öğrencilerin akademik performansları beklentilerin altında kalırsa burslarını kaybedebilmektedir.

Daha önce de belirtildiği gibi, uluslararası öğrenciler dil engelleri nedeniyle hem sosyal hem de akademik yaşamlarında zorluklarla karşılaşmaktadır. Bazı öğrenciler, ilk yıllarında Türkçeye yeterince hâkim olmamaları günlük hayatta yanlış anlamalar yaşamaktadırlar. Libyalı öğrenciler tarafından dile getirilen bir diğer endişe de yeterli konut bulunmamasıdır (Gür, Dalmış, Kırmızıdağ, Çelik ve Boz, 2012, s. 15).

Özetle, kültürel farklılıklar, dil engelleri, barınma sorunları ve mali konular, Libyalı öğrencilerin sosyal yaşamlarındaki sorunları arttırmaktadır. Uluslararası öğrenciler evde kaldıklarında sosyal ağlarını kaybettikleri ve yeni arkadaşlar edinmekte

zorlandıkları için farklı kültürel ve sosyal normlara sahip yabancı bir ülkede sıklıkla yalnızlık yaşarlar. Yeni tanıdıklar bulmak ve kendilerini güvende hissettikleri yeni bir sosyal ağ kurmak zaman alır. Çocukların bu dönemi aşırı strese girmeden veya depresyona girmeden atlatmaları çok önemlidir. Sonuç olarak kurumlar, uluslararası öğrencilere kampüse geldikleri andan itibaren destek hizmeti verilmelidir.

Örneğin, oryantasyon sınıflarının ve ders dışı etkinliklerin uluslararası öğrencilerin ilk kültürel şoklarını aşmalarına ve sosyokültürel düzenlemeler yapmalarına yardımcı olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir. Diğer yandan velilerle karşılıklı güven oluşturmak, onları okula güvenmeye teşvik eder ve çocuklarının ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlama çabalarını destekler. Lazar'a göre, veli katılımını artırmak için çeşitli teknikler gerekebilir (Lazar, 2011, s. 1-2). Örneğin araştırmacılar, okulun velilerin ve öğrencilerin güvenini kazanmasının yanı sıra velilere öğrencilerinin okulda güvende olduklarına dair güvence vermesinin de kritik olduğunu belirtmektedirler.

2012'de, okul-aile birliklerini yöneten yeni bir yasa kabul edilmiştir ve bunların sürdürülebilirliği yeniden tesis edilmiştir. İlk iki maddede (1) okul-aile birliklerinin kurulması ve işletilmesi ile bunların Milli Eğitim Bakanlığı okullarındaki yetki ve sorumlulukları ve (2) bu birliklere üye olmak, yardım toplamak, dağıtmak, gelirleri harcamak ve bu faaliyetleri denetlemek gibi kuralların oluşturulmasına değinilmiştir. Okul-aile işbirliğinin yanı sıra okul faaliyetlerine ve finansal tavsiyelere veli katılımının önemi vurgulanmıştır.

Akademik performansın elde edilmesi ve sürdürülmesinde veli katılımının önemi, 2004 ilköğretim müfredatı ve 2006 okul öncesi eğitim müfredatında da ele alınmaktadır. Bu müfredat materyallerinde kullanılan dil, velileri birliğin düzenli etkinliklerine katılmaya, yerel okulda rol oynamaya ve okulu desteklemeye teşvik eder. Sonuç olarak, Türkiye'de okul-aile katılımına ilişkin bir literatür taraması faydalı olabilir (Li ve Hung, 2012, s. 503). Ünüvar'a göre çoğu veli öğretmenlerin onların fikirlerini almadığını (örn. Öneri kutuları olmadığını) veya onları tam olarak bilgilendirmediklerini (ör. Bültenler hazırlayıp dağıtmadığını) bildirmektedir (Ünüvar, 2010, s. 720).

Ayrıca, ankete katılan velilerin yarısı, öğretmenlerin resmi mektup göndermediğini, afiş asmadığını, parti düzenlemediğini, okul etkinliklerinin görüntülerini paylaşmadığını veya veliler için okuma alanı kurmadığını bildirmiştir. Velilerin okul-aile etkinliklerine katılmadığını söyleyen öğretmenlerin oranının, katıldığını söyleyen velilerin oranından daha düşük olduğunu belirtmekte fayda vardır

2.4.1 Okullarda Halkla İlişkiler

Okullarda halkla ilişkiler, birincil misyonu eğitim hizmetleri sunmak olan kuruluşlardaki halkla ilişkiler uygulamasını ifade eder. Bu, hem üniversite öncesi hem de üniversite düzeyindeki kamu ve özel kurumları içerir.

Okullarda halkla ilişkiler, “iyi niyet oluşturmak, halkın, eğitimin değerine yönelik tutumunu iyileştirmek, okullar ve ekosistemleri arasındaki etkileşimi ve iki yönlü simetrik iletişimi artırmak, halka ve çalışanlara hayati/faydalı bilgileri sağlamak ve planlama ve karar alma fonksiyonlarında rol oynamak için tasarlanmış multimedya yaklaşımlarını kullanan, gelişen bir sosyal bilim ve liderlik süreci” olarak tanımlanır. (Kowalski, 2011, s. 14).

Halkla İlişkilerin bölgelerdeki ve okullardaki uygulanmasına hedefleri açıkça ifade eden bir halkla ilişkiler planı kılavuzluk etmelidir. Genellikle benimsenen ve gerçek hedefler arasında belirgin farklılıklar vardır. Örnek olarak, bir bölgenin benimsediği hedefi, iç ve dış ilişkileri geliştirmeyi amaçlayan açık iletişimidir. Halkla ilişkiler hedefleri, bölgelerdeki ve okullardaki belirli koşullara ve ihtiyaçlara göre uyarlanmalıdır ve bunların birçoğu evrensel olarak geçerlidir:

- *Eğitim kalitesini artırmak.* Halkla ilişkiler de dâhil olmak üzere bir okul tarafından sağlanan her idari, öğretim ve destek hizmetinin nihai hedefi öğrencinin öğrenmesini geliştirmektir. Bu nedenle, tüm halkla ilişkiler faaliyetleri, eğitim hizmetlerinin iyileştirilmesine katkıda bulunan faaliyetleri ve sonuçları üretmeli veya etkilemelidir (Armistead, 2000).
- *Açık siyasi iletişimi teşvik etmek.* Kamu çalışanları ve vergi mükellefleri, okul yetkililerinden kendi fikir ve tavsiyelerini savunmalarını bekleseler de, bu fikirlerle

ilgili açık ve adil tartışmaların bir parçası olmak isterler. Bu fırsattan mahrum bırakıldıklarında, toplumu rekabet halindeki çıkar gruplarına ayırmaya hizmet eden örtülü siyasi eylemlere başvurabilirler. Etkili halkla ilişkiler programları aracılığıyla, rakip fikirleri savunanlar, açık ve samimi söylemlerde bulunarak kendilerini ifade edebilmelidir.

- *Okulun veya bölgenin imajını geliştirmek.* İmaj yönetimi, bir organizasyonun imajını çeşitli kitlelere sunmayı gerektirir. Gerçekte okullar benzersiz varlıklardır, çünkü her okulun hizmet verdiği kitle, benimsedikleri felsefe, ihtiyaçları, sorunları, kaynakları, öğretim stratejileri ve kurumsal iklimleri farklıdır. Bu nedenle imaj yönetimi, bölgeler ve okullar için ayrı kimlikler oluşturmaya odaklanmalıdır.

- *Değişim için destek oluşturmak.* Okul gelişimi de dâhil olmak üzere örgütsel gelişim, değişim gerektirir. İşleri farklı şekilde yürütme arzusu hem organizasyonda (örneğin öğretmenlerden veya öğrencilerden gelen muhalefet) hem de daha geniş topluluk ortamında (örneğin velilerden veya baskı gruplarından gelen muhalefet) dirençle karşılaşır. Bu muhalefet, yanlış bilgilere, yanlış anlamalara ve söylentilere dayalı olabilir, ancak halklar değişimin gerekliliğini anladıklarında bile, felsefi olarak onlarla aynı fikirde olmamalarından dolayı belirli girişimleri reddedebilirler. Sonuç olarak, yöneticilerin okulun gelişimini sağlamaya çalışırken çalışanları ve halkı eğitmesi ve ardından karşıt değer ve inançlardan doğan çatışmaları uzlaştırmak için onları söyleme dâhil etmesi gerekir.

- *Bilgi yönetimi.* Geleneksel olarak bilgi, özellikle hayati bilgilere erişimi olan ve bilgilerin dağıtımı üzerinde önemli bir kontrole sahip olan yöneticiler için bir örgütsel güç kaynağı olarak görülür (Kowalski, 2011). Ancak modern örgütlerde bilgi yönetimi, sadece açık ve çok yönlü bir iletişim çerçevesinde doğru bir şekilde algılanabilir. Bilgi yönetiminin amaçları etkili kararlar almak için verilere erişmek, verileri depolamak, analiz etmek, değiş tokuş yapmak ve başka şekillerde kullanmaktır.

- *Pazarlama programları.* Okul seçimi, sözleşmeli okullar ve ödemeler gibi konularda reform girişimlerinin popülaritesinin artması, yöneticileri pazarlamaya

daha fazla dikkat göstermeye sevk etmiştir. Bu işlevin temel özellikleri arasında (a) değerlerin gönüllü alışverişi, (b) hedef kitlelerin belirlenmesi ve (c) tüketicilere duyarlılık yer alır. Pazarlama, halkın okullarından ne beklediğini ve neye ihtiyacı olduğunu belirleyen bir mekanizmadır.

- *İtibar ve sahiplik duygusu oluşturmak.* Mevcut siyasi iklimde, ulusal kamuoyu yoklamaları, halk eğitiminden önemli ölçüde memnuniyetsiz olduğunu ortaya koymaya devam etmektedir. Vergi mükellefleri genellikle yerel okullarla olan ilişkilerini tek taraflı olarak görmekte, okulları maddi olarak desteklemek zorunda bırakıldıklarına, ancak karşılığında çok az şey aldıklarına ya da hiçbir şey almadıklarına inanmaktadırlar. Bu olumsuz tutum, özellikle devlet okullarına devam eden bir çocuğu olmayan vergi mükellefleri arasında yaygındır. Olumlu tutumun yeniden kazanılması ve kolektif bir sorumluluk duygusunun yeniden canlandırılması, okul yetkililerinin tüm halkları anlamlı bir söyleme dâhil etmeleriyle mümkündür.
- *Değerlendirme verilerinin sağlanması.* Yöneticiler, eğitim programlarının etkililiğini değerlendirme sorumluluğuna sahiptir. Bir halkla ilişkiler programı, çeşitli halklardan geri bildirim sağlayarak bu görevleri kolaylaştırabilir (Kowalski, 2011, s. 14-15).

2.4.2 Okullar ve Veliler Arasındaki İlişkinin Önemi

Veliler ve okullar arasındaki ortaklık iki yönlü olmalıdır. Veliler çocuklarının neyi ve nasıl öğrendiği hakkında bilgiye, öğretmenler ise Türkiye'deki Libya okulları ve sosyal gelişim hakkında velilerden önemli geri bildirimlere ihtiyaç duyarlar. Halkla ilişkiler, Türkiye'deki Libya okullarının eğitim başarısında önemli bir rol oynamaktadır (Gunawan, 2016).

Sonuç olarak, yüksek kaliteli eğitim için okullarda aile katılımı kritik öneme sahiptir. Okulların temel işinin bir parçası da veli katılımının sağlanmasıdır.

Aile-Okul Ortaklıkları Çerçevesi, öğretmenler, veliler ve öğrenciler dâhil olmak üzere okul topluluğunun tüm üyeleri arasında uzun vadeli ve etkili iş birlikleri geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu iş birlikleri şunlardır:

- Farklı katkılara saygı gösterirken, her bir ortağın katkısını eşit derecede değerli kabul etmek.
- Öğrencilerin ihtiyaç ve tercihlerine saygı duymak.
- Ailelerin, özellikle yerli ailelerin okullara katılımının önündeki engelleri ele almak ve daha önce dâhil olmayan ailelerin dahil olmasına aktif olarak yardımcı olmak.
- Öğrenciler için daha iyi programlar, fırsatlar ve öğrenim süreçleri yaratmak.
- Ailelere okulun karar verme ve yönetişimine katkıda bulunmaları için uygun fırsatlar vermek.
- Müdürlerin ve öğretmenlerin mesleki doyumuna katkıda bulunmak.

Aile-okul ortaklıkları oluşturmak her zaman kolay değildir. Özveri ve zaman gerektirir. Baskılar ve koşullar nedeniyle, birçok aile çocuklarının okul yaşamlarına aktif olarak dâhil olmak ve çocuklarının okuldan en iyi şekilde yararlanmalarına yardımcı olmak için özel düzenlemelere veya ek desteğe ihtiyaç duyacaktır.

Bu çaba önemli sonuçlar verecektir. Eğitim sistemini ve okulların karşılaştığı zorlukları anlayan aileler, okulların göz ardı edemeyeceği kadar değerli bir destek kaynağıdır. Aileleri çocuklarının öğrenimine dâhil eden okullar, topluluklar oluşturmaya yardımcı olabilecek zengin bir bilgi ve uzmanlık birikiminden yararlanır (Çoruk, 2018, s. 136).

Çerçeve, mevcut en iyi uygulamalara dayanmaktadır ve bu konularda çalışan okullara ve ailelere rehberlik etmek için ulusal olarak üzerinde anlaşmaya varılmış bir yaklaşım sunmaktadır.

Çerçeve, okullarda birçok olumlu gelişmenin ve yeniliğin hâlihazırda meydana geldiğini ve ortaklıklara yönelik tek tip bir yaklaşımın pratik olmadığını kabul etmektedir. Ortaklıklar, aile/topluluk özellikleri, okul büyüklüğü, eğitim düzeyleri ve

öğrenci ihtiyaçları gibi bağlamsal olarak okul ortamına özgü faktörlere dayalı olmakla birlikte, geniş ilke ve stratejiler üzerine kurulmalıdır.

Etkili Aile-Okul Ortaklıklarının temelini oluşturan ilkeler

1. Tüm aileler ve okullar çocukları için en iyisini ister.
2. Tüm çocukların tam potansiyellerine ulaşma fırsatına sahip olma hakkı vardır.
3. Aileler, çocuklarının ilk ve sürekli eğitimcileridir.
4. Etkili okullar, besleyici ve destekleyici bir öğrenme ortamı sağlar.
5. Aileler ve okullar kaliteli öğretime değer verir ve öğretmenlerin mesleki uzmanlığına saygı duyar.
6. Aileler ve okullar, ailelerin çeşitliliğine değer verir ve bunu ortaklıklar ve topluluklar oluşturmak için bir kaynak olarak kullanır.
7. Aile-okul ortaklıkları karşılıklı sorumluluk, saygı ve güvene dayalıdır.
8. Liderlik, ortaklıklar kurmak, sürdürmek ve yenilemek için kritik bir öneme sahiptir.
9. Aile-okul ortaklıkları, öğrenci motivasyonunu ve öğrenmesini geliştirir.
10. Aile-okul ortaklıkları, okullar ve toplulukları arasındaki bağlantıları güçlendirir.
11. Ortaklıklar, aileleri ve okulları destekleyen tüm kuruluşları içerebilir.

Etkili aile-okul ortaklıklarının geliştirilmesini ve sürdürülmesini sağlayan koşulları yaratmak için sistem ve okul seviyelerinde aşağıdaki destekleyici yapıların mevcut olması gerekir:

1. Ortaklıkları planlamak, organize etmek, uygulamak ve değerlendirmek için aile-

okul eylem ekipleri.

2. Etkili ortaklıkların ilke ve uygulamalarını açıkça ifade eden ve bütünleştiren okul politikaları ve prosedürleri.
3. Okul topluluklarının fikirleri, sorunları ve en iyi uygulamaları paylaşmasını sağlamak için destek ağı.
4. Topluma karşı hesap verebilirlik, başarıları raporlama ve ortaklıklarda iyileştirmeyi teşvik etme.

Okul toplulukları, mevcut destekleyici yapılarını, politikalarını ve prosedürlerini gözden geçirmeye ve gerekirse yenilerini geliştirmeye teşvik edilir. Ortaklık planlarını ve faaliyetlerini geliştirmek ve koordine etmek için okul liderlerinden, öğretmenlerden ve velilerden (veli organı tarafından atanan) oluşan özel bir aile-okul eylem ekibi oluşturmak veya velilerden oluşan mevcut bir çalışma grubundan faydalanmak bu kapsamda değerlendirilebilir.

Veliler, kariyerler ve aileler, başarılı bir ortaklığın hazırlanmasına, planlanmasına, uygulanmasına ve gözden geçirilmesine dâhil olacaktır. Ortaklık planları, etkinlikleri geliştiren ve koordine eden öğretmenler, okul liderleri ve velilerden oluşan özel bir aile-okul eylem ekibi, iyileştirme için temel öneme sahiptir.

2.4.3 Aile-Okul Ortaklıklarının Temel Boyutları

Aile-Okul Ortaklıkları Çerçevesi, ortaklık faaliyetlerini planlamak için kılavuz olarak yedi boyutu tanımlar. Bu yedi boyut şunlardır:

1. İletişim
2. Evde ve okulda öğrenimi birbirine bağlamak
3. Topluluk ve kimlik inşa etmek

4. Ailenin rolünü tanımak
5. Danışma yoluyla karar verme
6. Okulun ötesinde işbirliği yapmak
7. Katılım

2.4.3.1 İletişim kurma

Bu boyuta göre etkili iletişim:

- Aktif, kişisel, sık ve kültürel olarak uygundur.
- Okulların, ailelerin kendilerini iyi karşılanmış ve değerli hissetmelerini sağlamak için çaba sarf ettiği yerdir.
- Yalnızca bilgi alışverişini değil, aynı zamanda okulların ve ailelerin birbirleri hakkında bilgi edinme fırsatını da içerir,
- Ailelerin gerçek ortaklar olduğunu ve büyük sorunların çözülmesine yardımcı olabileceğini açıkça ortaya koyar.
- Bu ailelere aktif olarak erişmeye çalışmak da olmak üzere kültürel farklılıklar ve dil farklılıkları arasında köprüler kurar.
- Kültürel ve dilsel çeşitliliği dikkate alır ve tüm ailelerin aynı şekilde iletişim kurduğunu varsaymamalıdır;
- Ailelerin ihtiyaç ve tutumlarına açıktır;
- Ailelerin girdilerini kabul eder ve kutlar;
- Çok boyutludur –resmi veya gayri resmi olabilir veya farklı yerlerde (hem okulda hem de toplum merkezleri gibi diğer sitelerde) gerçekleşebilir ve farklı

yöntemler kullanır (sözlü, yazılı, yüz yüze, telefon, e-posta vb.).

Okullar ve eğitim sistemleri, aile-okul iletişimini ciddiye almalı, buna değer vermeli, tanımalı ve ödüllendirmelidir. Öğretmenlere ve okul liderlerine, onları ailelerle etkili ve ulaşılabilir bir şekilde iletişim kurmaya hazırlayacak eğitim ve öğretim programları sağlamak çok önemlidir. Aileleri okullarla etkin bir şekilde iletişim kurmaları için güçlendirmek ve teşvik etmek de çok önemlidir.

2.4.3.2 Evde ve okulda öğrenmeyi birleştirme

Evde ve okulda öğrenmeyi birleştirme şunları vurgular:

- Ailelerin ve okulların ev ve okul ortamları arasındaki örtüşmeyi anlaması.
- Çocuğun okuldaki başarısı için hem öğretmenlerden hem de velilerden yüksek düzeyde beklenti taşımanın önemi de dâhil olmak üzere, başarılı ortaklıklar ve çocuğun öğrenimi arasındaki bağlantı.
- Her çocukta öğrenmeye karşı olumlu tutumlar oluşturmak için birlikte çalışan aileler ve okullar.
- Ailelerin çocuklarının gelişimi hakkında bilgi sahibi olmalarını ve anlamalarını sağlamak.
- Çocukların hem evden okula hem de okuldan eve getirdikleri bilgi ve becerilere değer veren ve bunları kullanan aileler ve okullar.
- Ailelerin ve okulların ev ortamında öğrenme fırsatlarını tanıması ve kullanması.
- Çocukların eğitime dair karar verme sürecinde öğretmenlerle birlikte çalışan veliler ve okulların velilerin kendi kendine büyümesi, öğrenmesi ve yeni becerilerin geliştirilmesi için bir mekân ve aracı haline gelmesi.

Okul ve aileler arasındaki iletişim anlamlı, açık ve ilgi çekici olmalıdır. Bu iletişimin

sağlanabilmesi için okullar ve aileler arasında iki yönlü iletişim geliştirilmeli ve sürdürülmelidir (Metin, Karaca, İspir, Gül ve Yıldırım, 2017, s. 41). Okullar ayrıca topluluğa neyi neden yaptıklarını anlatmak zorundadır. Çocuklarının başarıları ve başarısızlıkları, güçlü ve zayıf yönleri hakkında velileri bilgilendirmelidirler. İhtiyaçlarını tartışmalı ve bunların önemini açıklamalıdır. “Okul-toplum ilişkileri programları, okul tarafından anlaşılmadan, kurumsallaştırılmadan ve desteklenmeden hiçbir okul-toplum programı başarılı olamaz” (Bergen, 1978, s. 11). İstenilen iletişimi sağlamak için halkla ilişkiler araçları kullanılmalıdır. Sosyal medya, internet teknolojisinin öncülük ettiği araçlardan biridir. “Sosyal medya, yeni medya ve sosyal ağlar olarak adlandırılan uygulamalar, bireylere çok fazla maliyet olmadan iletişim kurma ve anlık bilgiye ulaşma fırsatı sunmaktadır” (Avcı, 2016, s. 641). Ayrıca okullar toplumdaki çeşitli grupları hedeflemek için her türden medyayı kullanabilir: gazeteler, dergiler, haber bültenleri, radyo, televizyon ve internet.

2.4.3.3 Topluluk ve kimlik oluşturma

Topluluk ve kimlik oluşturma bir topluluktaki yaşam kalitesini iyileştiren ve o topluluğun kültürünü, geleneklerini, değerlerini ve ilişkilerini onurlandıran faaliyetleri vurgular. Okullar, öğrencilerin kimlik ve kültür duygularını şekillendiren etkinlikler düzenleyerek her öğrencide bir topluluk duygusu geliştirebilir. Okulların çalışmaları, gençlerin sosyal, duygusal, ahlaki ve ruhsal gelişimini içerir. Sonuç olarak, okullar hem kişisel gelişimi hem de kültürel yenilenmeyi teşvik etmede rol oynamaktadırlar. Okullar, toplulukların bir araya gelip kapasite geliştirme faaliyetlerine katılmaları için bir odak noktası işlevi görebilir.

2.4.3.4 Ailenin rolünü tanıma

Ailenin rolünü tanıma, çocuklarının ilk eğitimcileri olarak velilerin ve ailelerin, çocuklarının tutumları ve akademik başarıları üzerinde uzun vadeli bir etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır. Okul hedeflerini, yönergelerini ve değerleri desteklerken, aynı zamanda çocuklarının okul içinde ve dışında öğrenmelerini teşvik edebilirler. Veliler, okulların çocuklarına güvenli ve şefkatli ortamlar sağlamasını bekler (Rogers, 2007, s. 56).

Aileler ve okullar, ortaklıklarda birbirlerinin rolleri ve öncelikleri hakkında karşılıklı anlayışa şu yollarla ulaşabilirler:

- Karşılıklı anlayışı geliştirmek için çocukların eğitiminde veli ve ailenin rolünü keşfetmek.
- Aile desteği için stratejiler sunmak ve çocukların okuldaki öğrenmelerini teşvik etmek
- Yerel ihtiyaçlara ve önceliklere bağlı olarak okuryazarlık ve aritmetik, ev ve sınıf ödevleri, gençlerde dayanıklılık ve güvenin artırılması, geçişler ve kariyer vb. alanlarda çalıştaylar/tartışmalar/toplantılar ve gösteriler düzenlemek.
- Ailelerin okul hedeflerini, müfredatı ve okulun sosyal hedeflerini anlamalarını sağlamak.
- Okulların aile, veli ve toplum önceliklerini anlamasını sağlamak.
- Okulların velilerin hassasiyetlerine duyarlı olmasını sağlamak.
- Okulların gerçekçi, sabırlı ve cesur olmasını sağlamak.
- Okulların görünür ve ulaşılabilir liderlik gösterdiği bir ortam oluşturmak.
- Okula gelen veliler için gerçek roller yaratarak vb. yollarla okulların velilerin kendilerinin ait olduğunu hissedecekleri bir yer haline gelmesine yardımcı olmak.
- İlişkiler kurmak ve iletişim, işbirliği ve çatışma yönetimi gibi becerilerin geliştirilmesi.

Okul müdürlerinin çeşitli “paydaşlar” ile iletişim kurması gerekir. Paydaşlar, okulla bağlantılı kişilerdir. Okulun eylemlerini, kararlarını, politikalarını, uygulamalarını veya hedeflerini etkileyebilecek veya bunlardan etkilenen herhangi bir kişi veya gruba paydaş denir.

İletişim yönetimine ilişkin bir strateji, okul için bir paydaş haritası oluşturmakla başlamalıdır. Harita, okulların bireysel paydaşlarını çeşitli kategorilerde organize etmek için bir başlangıç noktasıdır. Böylece müdürler, paydaşların okul üzerindeki etkilerini veya okulun onlara ne ölçüde özen göstermesi gerektiğini belirlemek için paydaşları sıralayabilir veya gruplara ayırabilir.

Türkiye'deki Libya okulları örneğinde, okul yönetim kurulu, müfettiş, Libya Eğitim Bakanlığı ve okul üzerinde gücü olan diğer yetkililer birer paydaş grubudur. Okulun tüm çalışanları bir paydaş grubu oluşturabilir.

2.4.3.5 Danışmacı karar alma

Danışmacı karar alma, velilerin kendi çocuklarını ilgilendiren kararlara katılma haklarını vurgular. Veliler, okulun karar verme süreçlerinde önemli bir rol oynayabilir. Ortaklık faaliyetleri kapsamında bu fırsatlardan nasıl yararlanılacağına ilişkin eğitim ve bilgilendirmeler yapılabilir.

Veli katılımı ve okul karar verme sürecine kapsayıcı bir yaklaşım, veliler, topluluk üyeleri, öğretmenler ve okul liderleri arasında paylaşılan bir sorumluluk duygusunun oluşmasını teşvik eder. Buna karşılık, paylaşılan sorumluluk:

- Velilerin değerlerinin ve ilgilerinin dile getirilmesini ve saygı duyulmasını sağlar.
- Okulu topluma karşı daha hesap verebilir kılar.
- Resmi okul yapılarının dışında ailelerin değer ve görüşlerinin aranmasını sağlar ve okul karar alma süreçlerine katılımlarını sağlamak için topluluk içinden velilerle temas kurulmasını sağlar (Phtiaka, 2004, s. 4).

2.4.3.6 Okulun ötesindeki işbirliği

Okulun ötesindeki işbirliği, topluluk kaynaklarının belirlenmesini, bulunmasını ve bütünleştirilmesini vurgular. Daha geniş topluluk, okulları, öğrencileri ve ailelerini güçlendirebilecek ve destekleyebilecek hizmetler sunar. Bunun karşılığında okullar,

aileler ve öğrenciler topluma yardımcı olabilir. Okullar, aşağıdaki gibi ortaklarla giderek daha fazla işbirliği yapmaktadır:

- Yerel işletmeler.
- Okul sonrası bakıcılar.
- Yükseköğretim kurumları
- Vakıflar ve diğer toplum temelli kuruluşlar.

2.4.3.7 Katılım

Katılım, ailelerin zamanının, enerjisinin ve uzmanlığının öğrenme ve okul programlarını birçok yönden destekleyebileceğini vurgulamaktadır. Bu boyut aile üyelerinin

- Sınıflardaki öğrenme etkinlikleri üzerinde öğrencilerle birlikte çalışmasını,
- Sınıf dışındaki diğer okul etkinliklerine veya okul dışındaki faaliyetlere katılmasını
- Öğretmenleri desteklemesini ve onlara değer vermesini içerir.

Aileler okula çok çeşitli şekillerde katılım sağlar ve tüm katkıları değerlidir. Katılım, ailelerin ilgilerini çeken bir şeyi yapma fırsatına sahip olmasını ve doğrudan eğitimle ilgili olmayan aktivitelere katılmasını içerebilir (Mutch ve Collins, 2012, s. 170).

2.4.4 Halkla İlişkilerin Velilerin Eğitim Sürecinden ve Uygulamasından Memnuniyetleri Üzerindeki Rolü

Yoğun bir okul-aile ilişkisi hem çocuklara hem de velilere önemli ölçüde fayda sağlayabilir. Anne ve baba, çocuklarının okuldaki gelişimine katılım gösterdiğinde, çocuğun performansı beklenenden daha yüksek olmaktadır. Veliler, çocuklarının iyi eğitim aldığına inanmasını sağlar.

Okullarda velilerle işbirliği kurmak için çeşitli yollar şunlardır:

1. Öğretmenin ve velilerin okul programını tanınması sağlanır, ardından çocuğun okulda ne öğrendiği konusunda velilerle danışmanlık yapılabilir. Çocuğun bebeklikten yetişkinliğe kadar olan fiziksel, zihinsel ve sosyal gelişimi hakkında veli bilgilendirebilir.
2. Sürekli olması gereken iletişim. Çocuğun okuldaki gelişimi ve gösterebileceği çeşitli sorunlar hakkında veli bilgilendirilmelidir.
3. İletişim karşılıklı olmalı, veli çocuğun sağlığı ve sosyal yaşamı hakkındaki değişiklikleri kuruma (okula) bildirmelidir.
4. Okul yönetim kurulu veya konseyinde veli katılımını içeren gönüllü çalışmalar,
5. Her zaman verilen ödevleri yapmada sağlanan veli destekli evde öğrenim. Ancak, fazla katkılar öğrenciler için yararlı olmayacağı için bu destek uygun ölçülerde olmalıdır. Çocuğun iyi notlar alması için velinin tüm ödevleri tek başına yaptığı durumlar mevcuttur. Ancak bu notlar gerçekçi değildir. Bu tür bir yardım çocuğa daha çok zarar vermektedir.
6. Velilerin karara katılımı. Veli okul müfredatına ve okul politikasına aşina olmalı ve karar vermede ve farklı sorunları çözmede rolünü vermelidir. Örneğin veli, yönetim kurulu üyesi olarak okulun maddi yönüne, okulda öğrenmeye, okula ek maddi kaynak sağlanmasına ve okul manevi yönüne destek verebilir (Rouse, 2012).
7. Daha geniş toplulukla işbirliği velilerin, diğer velilerle veya farklı kurumlardan oluşan toplulukla işbirliğini ifade eder.

Velilerin okulla kurdukları iletişimde sahip oldukları haklar şunlardır:

1. Yürürlükteki eğitim mevzuatı, kurum ve kurumun çocuklarına sunduğu müfredat hakkında eğitim kurumu tarafından bilgilendirilmek.

2. Kurumun güvenlik, sağlık ve evre koşulları ve belirtilen performans standartları hakkında bilgi sahibi olmak.
3. Çocuğunun kurumdaki faaliyetleri hakkında bilgilendirilmek ve okul tarafından düzenlenen ek ders ve ders dışı faaliyetler için onay vermek
4. Kurumun ana faaliyet yönleri ve benzer kurumlara kıyasla başarıları hakkında bilgi sahibi olmak.

Veliler okulla ilişkilerinde şu sorumlulukları yerine getirmelidir:

1. Çocuğunun okula düzenli devam etmesine zen göstermek,
2. Çocuğunun sağlığındaki değişiklikleri ve davranış değişikliklerini bildirmek.
3. Çocuğuyla ilgili konularda toplantılara katılmak.
4. Kurumun ilerlemesine katkıda bulunmak (Weißenrieder, Roesken-Winter, Schueler, Binner ve Blmeke, 2015, s. 284).

2.4.5 Halkla İlişkilerde Stratejik Planlama

Tüm halkla ilişkiler ve benzeri faaliyetlerin merkezinde etkili ve yaratıcı planlama yer alır. Halkla ilişkiler için stratejik planlama, kolej ve niversite ğrencilerinin halkla ilişkileri ve diğer stratejik iletişim anlayışlarını daha iyi anlamaları için yeni bir yol sunar. Hızla değişen bir mesleğe girme konusunda ciddi olan kişilere yöneliktir. (Smith, R. D. 2020, s. 7).

Halkla ilişkiler için stratejik planlama, stratejik iletişimin özelliklerine odaklanır (Smith, R. D., 2020, s. 7). Etkili bir iletişim programı, şirketler ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar ile büyük ve kk girişimler için eşit derecede geçerli olan aşağıdaki özellikleri içerir:

- Hedef kitleler, kaliteli performans ve açık iletişim beklentilerini yükseltmektedir.

Kuruluşlar, yalnızca kaliteli ürün ve hizmetler sunan yüksek bir performansa sahip olduklarında uzun vadede başarılı olurlar. Stratejik iletişim, kuruluşun performansını doğru bir şekilde yansıtarak itibarları artırır.

- Tüm kuruluşlar rekabet ortamında faaliyet gösterir. Rakipler tarafından aranan kamular, tutarlı ve sürekli olarak sadakatlerini kazanan kuruluşlara sadık kalacaktır.
- Tüketim felsefesi toplumun tüm yönlerini ele geçirmiştir ve kuruluşlar, kamularının yararlarına odaklanan müşteri odaklı tutum içinde olmalıdır. İnsanlar, kendi çıkarlarına ve ihtiyaçlarına hizmet ettiğine inandıkları kuruluşları destekler.
- Stratejik iletişim, sorunları tanımlayan, veri toplayan, alternatifleri değerlendiren ve eylemi belirleyen dikkatli bir planlamaya dayalı olarak bir kuruluşun yönetim işlevinin ve karar verme sürecinin bir parçasıdır.
- Medya değişiklikleri genellikle, kuruluşların iletişim biçimini etkilemektedir. “Kitle iletişim araçları”, artık hiçbirinin üstün olmadığı bir noktaya evrilmiştir. Haber ve eğlence arasındaki çizgiler bulanıklaşmıştır. Bu arada artan reklam maliyetleri ve daralan tanıtım bütçeleri, örgütleri daha uygun maliyetli iletişim ve tanıtım araçlarına halkla ilişkiler perspektifiyle yaklaşmaya bakmaya yöneltmiştir (Özgen, 2011, s. 84).
- Rekabetçi bir ortamda tercih edilen strateji, kuruluşların başarıları için önemli olan halkla ilişkileri planladığı ve başlattığı, monolog yerine diyalogu vurguladığı ve hedef kitleleriyle etkileşim kurmak için çeşitli teknikler kullandığı proaktif, iki yönlü bir iletişimdir.
- Kuruluşlar, tesadüften ya da şanstın kaynaklanmayan güçlü bir itibara sahip oldukları ölçüde başarılıdırlar. Stratejik planlama, bir kuruluşun görünürlüğünü ve itibarını tanımlayabilir ve değerlendirebilir. Hiçbir kuruluş, nispeten az sayıda destekçi arasında “en iyi saklanan sır” olmayı göze alamaz. Etkinliğin sürdürülmesi için güçlü ve olumlu bir itibarın geliştirilmesi ve sürdürülmesi gerekir.

Halkla ilişkiler için stratejik planlama, hem mantıklı hem de takip etmesi kolay bir model sunar. Adımlar dört aşamaya ayrılır. Bu modele kısaca Stratejik Halkla

İlişkilerin Dokuz Adımı denir (Smith, R. D., 2020, s. 49). Bu adımların süreci kasıtlıdır ve bunların sırası önemlidir. Bir sorunu belirledikten sonra, dikkatli bir planlama yapılır ve bu planlama reaktif ve iyileştirici faaliyetlerden ziyade proaktif ve önleyici programlara öncelik verir. Aynı zamanda, bu süreçteki adımlar, sürekli izleme, test etme ve gerektiğinde uyarlamaya izin verecek kadar esnektir (Ronald D. Smith, R. D. , 2020, s. 8-9).

Birinci Aşama: Biçimlendirici Araştırma

Adım 1: Durumu Analiz Etme

Adım 2: Organizasyonu Analiz Etme

Adım 3: Halkı Analiz Etme

İkinci Aşama: Strateji

Adım 4: Amaç ve Hedeflerin Belirlenmesi

Adım 5: Eylem ve Müdahale Stratejilerinin Formüle Edilmesi

Adım 6: Etkili İletişimi Kullanmak

Üçüncü Aşama: Taktikler

Adım 7: İletişim Taktiklerini Seçme

Adım 8: Stratejik Planın Uygulanması

Dördüncü Aşama: Değerlendirici Araştırma

Adım 9: Stratejik Planın Değerlendirilmesi

2.5 Biçimlendirici Araştırma

Dokuz adımın ilk aşamasında, bilgi toplamak ve durumu analiz etmek için gerekli olan iletişim planlamasının ön çalışmasına odaklanılır. Planlama görevlisi, üç adımda, organizasyon için mevcut olan bilgilerden yararlanır ve aynı zamanda, planlama sürecinde daha sonra alınacak kararları yönlendirmek için ihtiyaç duyulan ek bilgileri elde etmek için bir araştırma programı oluşturur.

Adım 1: Durumu Analiz Etme. Durumun analizi, sürecin can alıcı başlangıcıdır. İlgili tüm planlama personelinin, müşterilerin, denetçilerin, kilit meslektaşların ve nihai karar vericilerin bu programda ele alınacak fırsatın veya engelin doğası hakkında sağlam bir uzlaşısı içinde olması zorunludur.

Adım 2: Organizasyonu Analiz Etme. Bu adımda organizasyonun üç yönü dikkatli ve samimi bir şekilde ele alınır: (1) iç çevresi (misyon, performans ve kaynaklar), (2) kamuoyu algısı (itibar) ve (3) dış çevre (rakipler, muhalifler ve destekçiler).

Adım 3: Halkları Analiz Etme. Bu adımda, konuyla ilgili kuruluşla etkileşime giren çeşitli insan gruplarının ana kitleleri belirlenir ve analiz edilir. Halkla ilişkiler için stratejik planlama, çeşitli kamular arasında öncelikleri belirlemek için nesnel bir teknik sağlar ve ele alınan belirli bir konuda en önemli olanların seçilmesine yardımcı olur. Bu adımda, her bir kamunun konuyla ilgili istek, ihtiyaç ve beklentileri, örgütle ilişkileri, iletişim ve çeşitli medya ile katılımları ve onları etkileyebilecek çeşitli sosyal, ekonomik, politik, kültürel ve teknolojik eğilimler çeşitli açılardan analiz edilir.

2.5.1 Strateji

Planlama sürecinin ikinci aşaması olan strateji, planlamanın kalbiyle ilgilidir: iletişimin kendisinin doğası kadar iletişimin beklenen etkisi ile ilgili kararlar almayı içerir.

Adım 4: Amaç ve Hedeflerin Belirlenmesi. Adım 4, organizasyon ve ürün/hizmet için aranan nihai pozisyona odaklanır. Bu adım, her bir kilit kamunun farkındalığı,

kabulü ve eylemi üzerinde kuruluşun bırakmayı umduğu etkiyi belirleyen açık, spesifik ve ölçülebilir hedefler geliştirilmesine yardımcı olur. Mesajın kabul görmesi ile ilgili hedeflere çok dikkat edilir, çünkü halkla ilişkiler ve pazarlama iletişimi stratejistleri için bu en önemli alandır.

Adım 5: Eylem ve Müdahale Stratejilerinin Formüle Edilmesi. Kuruluş için bir dizi eylem mevcuttur ve bu adımda çeşitli durumlarda neler yapılabileceği düşünülür. Bu bölüm, girişim ve yanıt tipolojilerini içerir.

Adım 6: Etkili İletişimi Kullanmak. Adım 6, mesajı kilit kitlelere sunacak kaynaklar, mesajın içeriği, tonu ve tarzı, sözlü ve sözlü olmayan ipuçları ve ilgili konular gibi mesajla ilgili çeşitli kararlarla ilgilenir. Nihai amaç olan Adım 3'te kazanılan bilgileri yansıtan bir mesaj tasarlamak için ikna edici iletişim ve diyalogla ilgili araştırmalardan alınan dersler uygulanacaktır.

2.5.2 Taktikler

Taktikler aşamasında, çeşitli iletişim araçları göz önünde bulundurulur ve iletişim planının görünür unsurları oluşturulur.

Adım 7: İletişim Taktiklerini Seçme. Bu envanter, çeşitli iletişim seçenekleriyle ilgilidir. Planlayıcı özellikle dört kategoriyi dikkate alır: (1) yüz yüze iletişim ve kişisel katılım fırsatları, (2) kurumsal medya (bazen kontrollü medya olarak adlandırılır), (3) haber medyası (kontROLSÜZ medya) ve (4) reklam ve tanıtım medyası (kontrollü medyanın başka bir şekli). Bu araçların tümü herhangi bir kuruluş tarafından kullanılabilirken, her araç her konu için uygun değildir. Planlayıcı, inceleme sonrasında taktikleri uyumlu bir iletişim programında paketler.

Adım 8: Stratejik Planın Uygulanması. 8. Adımda, bütçeler ve planlar geliştirerek ve başka şekillerde iletişim programını uygulamaya hazırlanılır. Bu adım, önceki adımda tanımlanan ham maddeleri başarılı halkla ilişkiler ve pazarlama iletişimi için bir reçeteye dönüştürür.

2.5.3 Değerlendirici Araştırma

Son aşama olan Değerlendirme Araştırması, belirtilen hedeflere ne ölçüde ulaşıldığını belirlemenize ve böylece iletişim faaliyetlerini değiştirmenize veya sürdürmenize olanak tanıyan değerlendirme ile ilgilenir.

Adım 9: Stratejik Planın Değerlendirilmesi. Bu, belirtilen hedeflere ulaşmada önerilen her taktiğin etkinliğini ölçmek için özel yöntemlerin uygulanmasını içeren nihai planlama unsurudur.

Özetle, “Halkla İlişkiler için Stratejik Planlama iki kavram üzerine kuruludur. İlk olarak, etkili bir iletişim programının nasıl geliştirileceğini öğrenmek için adım adım bir planlama sistemi gereklidir. İkincisi, etkili yaratıcılığın ani bir ilhamdan ziyade dikkatli ve anlayışlı bir planlamayla ortaya çıkması daha olasıdır” (Smith, R. D., 2020, s. 12)

3. HALKLA İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDEN TÜRKİYE’DEKİ LİBYA OKULLARINDAKİ ÖĞRENCİ VELİLERİNİN EĞİTİM SÜRECİNDEN MEMNUNİYETLERİ

3.1 Problem Tanımı

Çalışma, halkla ilişkiler perspektifinden velilerin Türkiye'deki Libya okullarının eğitim süreç ve uygulamalarından memnuniyetini ortaya çıkarmayı amaçlamakta ve eğitimdeki ana eğilimleri inceleyerek önemli ilerlemeleri vurgulamaktadır.

3.2 Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, halkla ilişkiler perspektifinin velilerin eğitim sürecinden memnuniyetlerini ortaya çıkarmaktır. Çalışma, Türkiye'deki Libya okulları için sekiz temel alanla ilgili velilerin görüşlerine erişmeyi amaçlamaktadır (School, 2016, s. 4-5). Bu alanlar, okul ortamı, öğretmen kalitesi, öğrenme olanakları, kişisel gelişim, veli iletişimi, okul kaynakları ve okul yönetimidir.

3.3 Araştırmanın Önemi

Araştırma Türkiye’deki Libya okullarında eğitimle ilgili veli memnuniyetinin ortaya konulmasının amaçlanması bakımından alanında önemlidir

Okul, aile ve toplum ortaklıkları, öğrencilerin eğitiminde kritik bileşenlerdir. “Aile katılımı, velileri eğitim sürecine dâhil ederek mevcut okul programlarını zenginleştirmek için okullara önemli bir fırsat sunmaktadır” (Đurišić ve Bunijevac, 2017, s. 149).

Halkla ilişkiler uzmanının konumu, okulların örgütlenmesinde giderek daha belirgin ve önemli hale gelmiştir. Ayrıca, velilerin ve ailelerin çocukların eğitim ve yetiştirme sürecinin başarısı üzerinde büyük etkisi vardır. Velilerin katılımı onların evdeki konumlarıyla (çocukların öğrenmesini izleme) ve okulda düzenlenen etkinliklere (veli-öğretmen konferansları, gönüllü faaliyetler, çeşitli veli aktivizmi biçimleri,

veliler için atölye çalışmaları ve seminerler) katılımlarıyla ilgilidir (Kowalski, 2011, s. 17) Velilerin çocuklarının okulları hakkındaki görüşlerinin araştırılmasına önemli bir ihtiyaç olduğu açıktır.

3.4 Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmaya 11 okul dâhil edilmiştir. Bu sınırlama gerekli tüm verileri toplamamıza olanak sağlayacağı düşünüldüğü için yeterli bulunmaktadır.

3.5 Araştırma Soruları

1. Halkla ilişkiler perspektifinin velilerin eğitim sürecinden memnuniyetleri ve Türkiye'deki Libya okullarında uygulanması üzerindeki rolü nedir?
2. Halkla ilişkiler, Türkiye'deki Libya okullarının eğitim süreci başarısını nasıl etkiler?

3.6 Araştırmanın Evreni

Türkiye'deki Libya okulları öğrencilerinin velileri bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır.

3.7 Araştırma Ortamı

Araştırma Ortamı, Türkiye'de bulunan Libya okullarıdır. Türkiye'deki Libya okulları Ankara ve İstanbul olmak üzere iki şehirde bulunmaktadır. Ankara'daki okullar Afaq 17 Şubat Okulu, Alfaezoun Okulu, 17 Şubat Libya Okulu, AFAK Uluslararası Okulu'dur. Çalışma ayrıca İstanbul'daki Kral İdris Alsenussi, Ummah Akademisi, Alfaezoun Okulu, Amjad Aloroba, İstanbul Libya Okulu, Al Manar Uluslararası Okulu, Yakın Doğu Libya Okulu adlı Libya okullarını da içermektedir.

3.8 Örneklem Tekniği

Bu çalışmada çevrimiçi anket (Kolayda örnekleme tekniği) kullanılmıştır. Kolayda

örnekleme, belirli bir zamanda kolay erişilebilirlik, coğrafi yakınlık veya uygunluk gibi belirli pratik kriterleri karşılayan bir evrenin üyelerini söz konusu olduğunda uygulanan ve tesadüfi olmayan bir örnekleme biçimidir.

3.9 Örneklem Büyüklüğü.

Gerçek örneklem büyüklüğü toplam 308 veli arasından seçilen 224 kişidir.

3.10 Pilot Çalışma

Pilot anket olarak otuz anket dağıtılmıştır. Bu küçük örneklem, çalışma anketini değerlendirmek ve test etmek için kullanılmıştır.

3.11 Geçerlilik ve Güvenilirlik

Görünüş geçerliliği ve içerik geçerliliği test edilmiştir ve anketin görünüş geçerliliği ve içerik geçerliliği bulunmaktadır. Anketin Arapçaya çevrilmesinin ardından Test-tekrar test yapılmıştır. Anketin Cronbach alfa değeri; 90'dır.

3.12 Veri Analizi

Elde edilen veriler, ortalama $\pm$ standart sapma, frekans, yüzde ve çapraz tablolar dâhil olmak üzere kullanılan tanımlayıcı istatistikler için IBM SPSS istatistikleri 25.0 kullanılmıştır. Memnuniyet değişkeninin faktör etki düzeyini analiz etmek için çıkarımsal istatistikler (regresyon) kullanıldı.

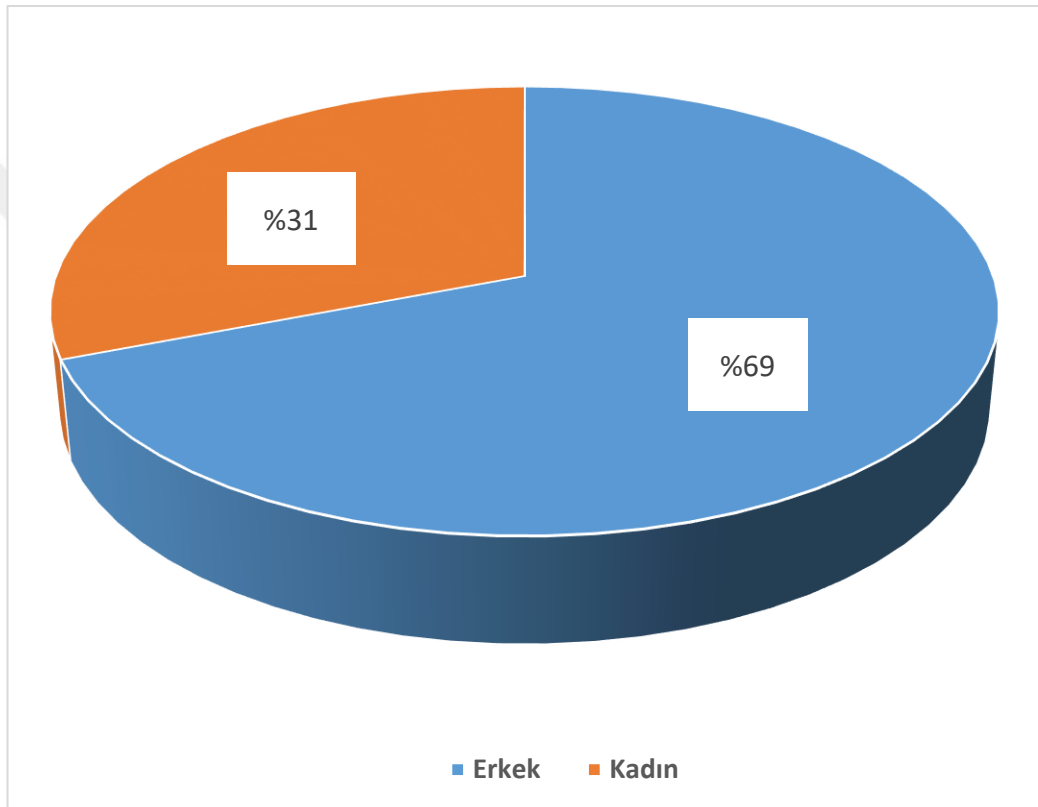
3.13 Bulgular

Araştırma 11 okulda yapılmıştır. Katılımcıların %27,2'si Alfaezoun okulundan, %11,6'sı 17 Şubat'tan Afaq okulundan, %2,7'si 17 Şubat Libya okulundan, %27,2'si Afak Uluslararası Okulu'ndan-Ankara, %14,7'si Kral Idris Alsenussi Libya Okulu'ndan (İstanbul), %4,5'i Ummah Libya Okulu'ndan (İstanbul), %5,4'ü Alfaezoun Okulu'ndan (İstanbul), %0,4'ü Amjad Aloroba Okulu'ndan (İstanbul), %2,2'si İstanbul Libya Okulu'ndan (İstanbul), %2,7'si

Almanar Uluslararası Okulu'ndan (İstanbul) ve %1,3'ü Yakın Doğu Libya Okulu'ndan ibarettir.

3.13.1 Demografik Veriler

Şekil 3.1'de de görüldüğü gibi araştırmaya katılan velilerin çoğunluğunu % 68,3 ile kadın, %31,7 ile erkektir.



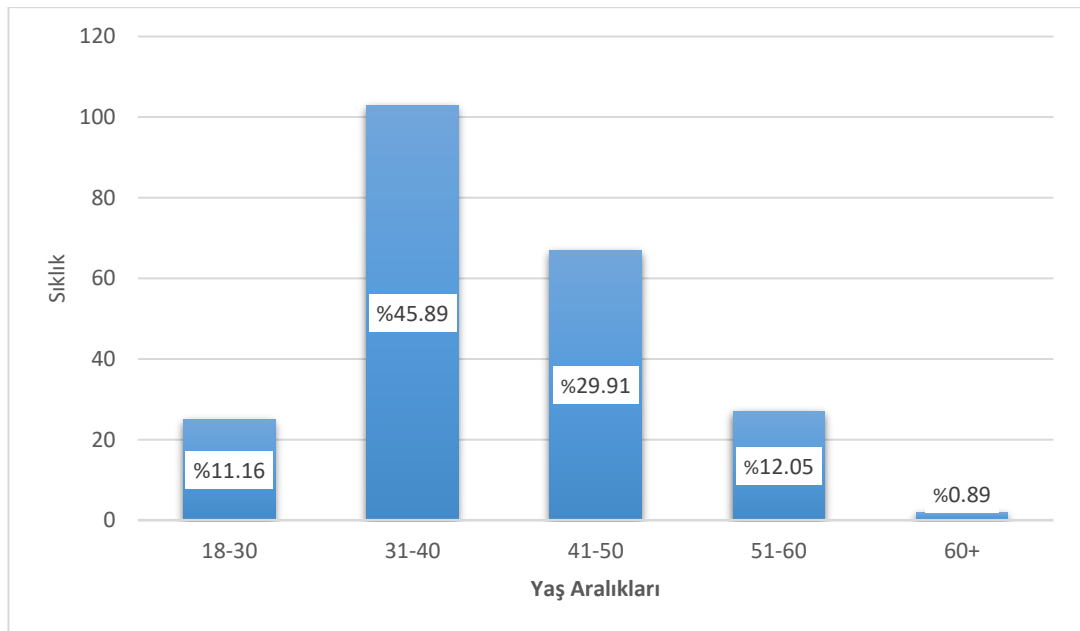
Şekil 3.1 Çalışmaya katılan velilerin cinsiyeti

Velilerin %33,9'u (n=76) lisans derecesine sahiptir. Doktora derecesine sahip velilerin oranı %27,2'dir (n=61). Ayrıca %24,1'i (n=54) yüksek lisans derecesine sahiptir. Velilerin %7,1'i (n=16) yüksek bir enstitü derecesine sahipken, %5,4'ü (n=12) lise mezunudur. Son olarak, sadece %2,2'si (n=5) ortaokul mezunudur. Bu sonuçlar Tablo 3.1'de gösterilmiştir.

Tablo 3.1 Çalışmaya katılan velilerin cinsiyeti eğitim durumu

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Ortaokul	5	2,2	2,2	2,2
Lise	12	5,4	5,4	7,6
Ön Lisans	16	7,1	7,1	14,7
Geçerli Lisans	76	33,9	33,9	48,7
Yüksek lisans	54	24,1	24,1	72,8
Doktora derecesi	61	27,2	27,2	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	

Katılımcıların yaşı 18 ile 60 yaş arasında değişmektedir. En sık görülen yaş grubu %46 ile 31-40 arasında iken, en az katılımcının olduğu yaş grubu %0,9 ile 60 yaş üstü olmuştur. %29,91'i 41-50) %12,05'i 51-60 arasındadır. Şekil 6, velilerin yaş dağılımını göstermektedir.



Şekil 3.2 Araştırmaya katılan velilerin yaş dağılımı

Katılımcıların çoğunluğu %98,2 (n=220) ile evli, %1,8'i (n=4) ise bekârdır. Sonuçlar Tablo 3.2'de gösterilmektedir.

Tablo 3.2 Araştırmaya katılan velilerin medeni durumu

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Evli	220	98,2	98,2	98,2
	Bekâr	4	1,8	1,8	100,0
	Toplam	224	100,0	100,0	

Tablo 3.3, katılımcıların mesleklerini göstermektedir. En sık rastlanan meslek grubu %34,8 ile öğrencidir (n=79) ve en az katılımcının olduğu grup ise %0,8 ile “Diğer” seçeneğini işaretlemiştir (n=18).

Tablo 3.3 Araştırmaya katılan velilerin meslekleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Çalışan	49	21,9	21,9	21,9
	Öğrenci	78	34,8	34,8	56,7
	Öğretmenler	26	11,6	11,6	68,3
	Özel Sektör	53	23,7	23,7	92,0
	Diğer	18	8,0	8,0	100,0
	Toplam	224	100,0	100,0	

Tablo 3.4, her veli için çocuk sayısını göstermektedir. En sık rastlanan sayı iki çocuk %29,9, en az rastlanan sayı ise yedi çocuğu olan anne babalar için %0,4'tür (n=1). Tek çocuğu olan anne babaların oranı %24,1 (n=54), üç çocuklu anne babalarda %23,2 (n=52) dört çocuklu anne babaların oranı ise %19,2'dir (n=43). Ortalama standart sapma ile 2.49 ± 1.1 ve mod 2.0'dır.

Tablo 3.4 Çalışmaya katılan her velilerin çocuk sayısı

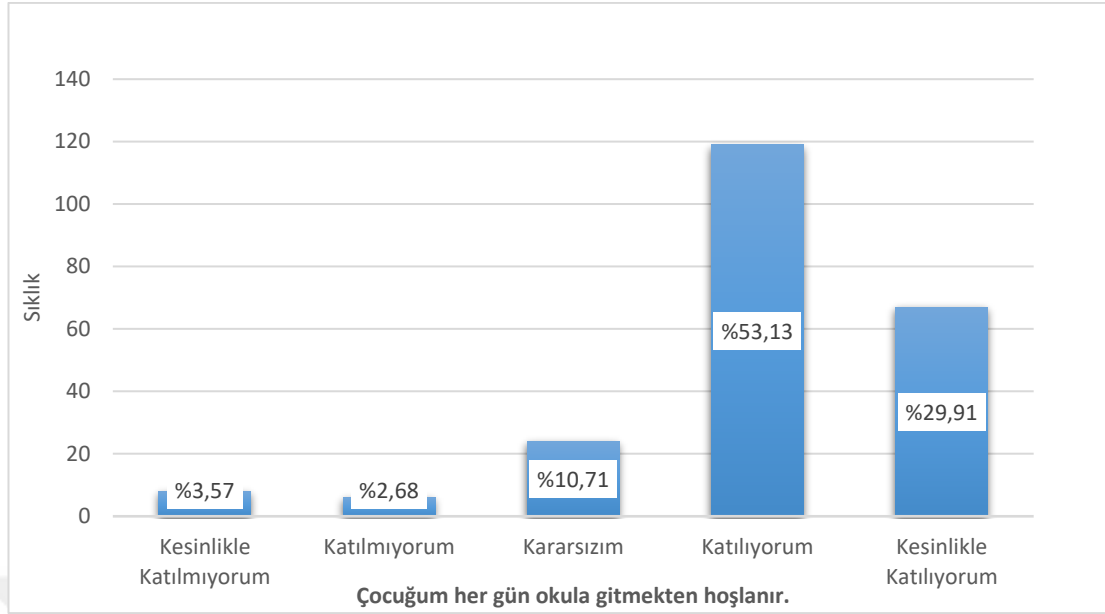
	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1	54	24,1	24,1	24,1
2	67	29,9	29,9	54,0
3	52	23,2	23,2	77,2
Geçerli 4	43	19,2	19,2	96,4
5	7	3,1	3,1	99,6
7	1	0,4	,4	100,0
Total	224	100,0	100,0	

3.13.2 Okul Çevresi

%53,1'lik (n=119) bir oranla velilerin çoğu, çocuklarının okula gitmekten keyif aldığına katılmaktadır. %2,7'si (n=6) ise aynı fikirde değildir. Velilerin %29,9'u (n=67) kesinlikle katılıyorum, %10,7'si ise kararsızım (n=24) yanıtını vermiştir. Tablo 3.5 bu sonuçları göstermektedir.

Tablo 3.5 Velilerin, çocuklarının okuldan keyif alıp almadıklarına ilişkin görüşleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	8	3,6	3,6	3,6
Katılmıyorum	6	2,7	2,7	6,3
Kararsızım	24	10,7	10,7	17,0
Geçerli Katılıyorum	119	53,1	53,1	70,1
Kesinlikle Katılıyorum	67	29,9	29,9	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



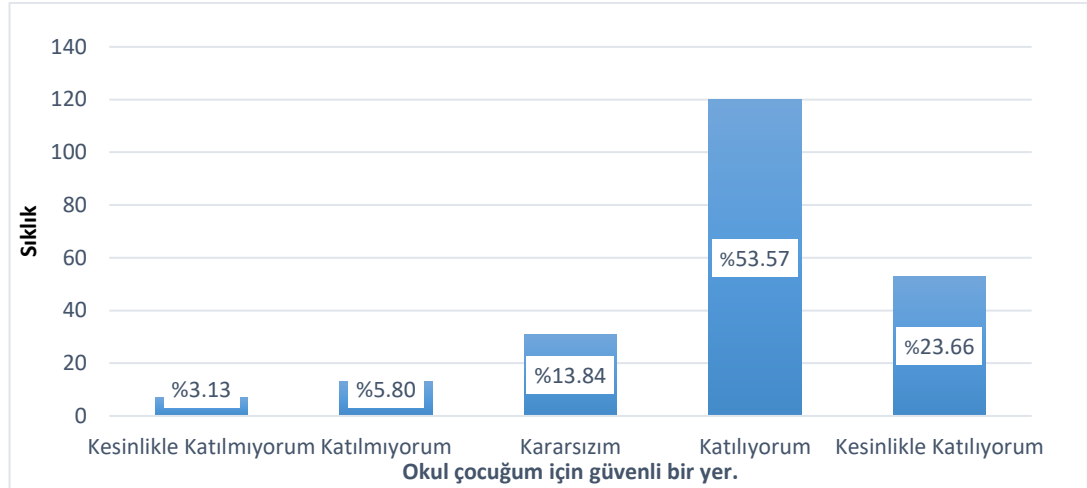
Şekil 3.3 Velilerin, çocuklarının okuldan keyif alıp almadıklarına ilişkin görüşleri

Şekil 3.3'de görüldüğü gibi, velilerin çoğunluğu çocuklarının okula gitmekten keyif aldığına katılmakta, çok daha az sayıda katılımcı ise bu fikre katılmamaktadır.

Veliler %53,6 (n=120) oranında çocukların okullarında güvende olduklarına katılmakta ve %23,7 (n=53) oranında kesinlikle katılmaktadır. Kararsızım yanıtı veren veliler %13,8 (n=31) iken, %5,8 (n=13) katılmıyorum cevabını vermiştir. Sadece %3,1'i kesinlikle katılmıyorum seçeneğini işaretlemiştir. Bulgular Tablo 3.6'da gösterilmiştir.

Tablo 3.6 Velilerin çocuklarının okullarının güvenliğine ilişkin görüşleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	7	3,1	3,1	3,1
Katılmıyorum	13	5,8	5,8	8,9
Kararsızım	31	13,8	13,8	22,8
Katılıyorum	120	53,6	53,6	76,3
Kesinlikle Katılıyorum	53	23,7	23,7	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



Şekil 3.4 Velilerin çocuklarının okullarının güvenliğine ilişkin görüşleri

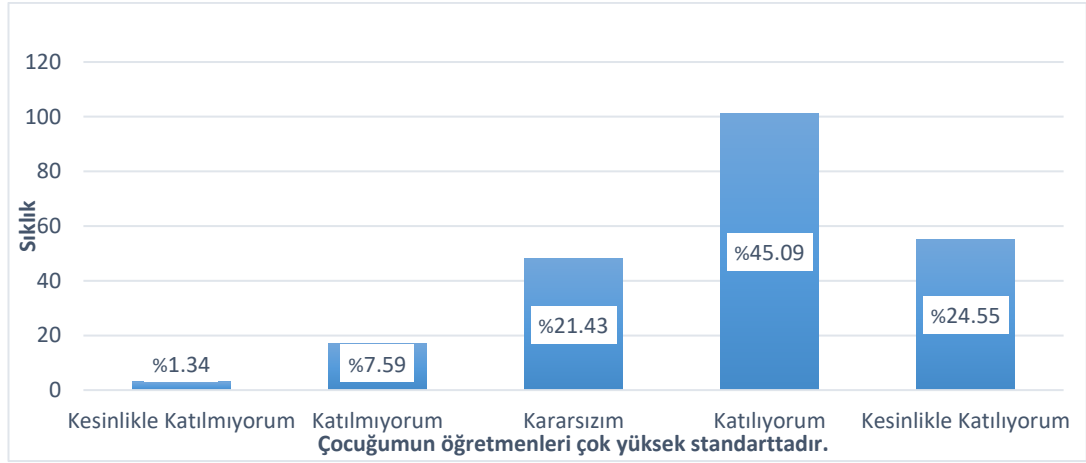
Şekil 3.4'de velilerin %53,6'lık bir oranla çocukların okullarında güvende olduklarına katıldığı, sadece %3,1'inin ise buna kesinlikle katılmadığı görülmektedir.

3.13.3 Öğretmen Kalitesi

Velilerin çoğunluğu, çocukların öğretmenlerinin yüksek standartta öğretim becerilerine sahip olduğu konusunda hemfikirdir. %24,6'sı “Kesinlikle Katılıyorum” (n=55), %45,1'i “Katılıyorum” (n=101) cevabını işaretlemiştir. Velilerin %21,4'ü “Kararsızım” (n=48), %7,6'sı “Katılmıyorum” (n=17) ve %1,3'ü “Kesinlikle Katılmıyorum” (n=3) cevabını vermiştir. Bulgular Tablo 3.7'de gösterilmektedir.

Tablo 3.7 Velilerin, çocuğun öğretmenlerinin yüksek standartta olup olmadığına ilişkin görüşü

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,3	1,3	1,3
Katılmıyorum	17	7,6	7,6	8,9
Kararsızım	48	21,4	21,4	30,4
Katılıyorum	101	45,1	45,1	75,4
Kesinlikle Katılıyorum	55	24,6	24,6	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



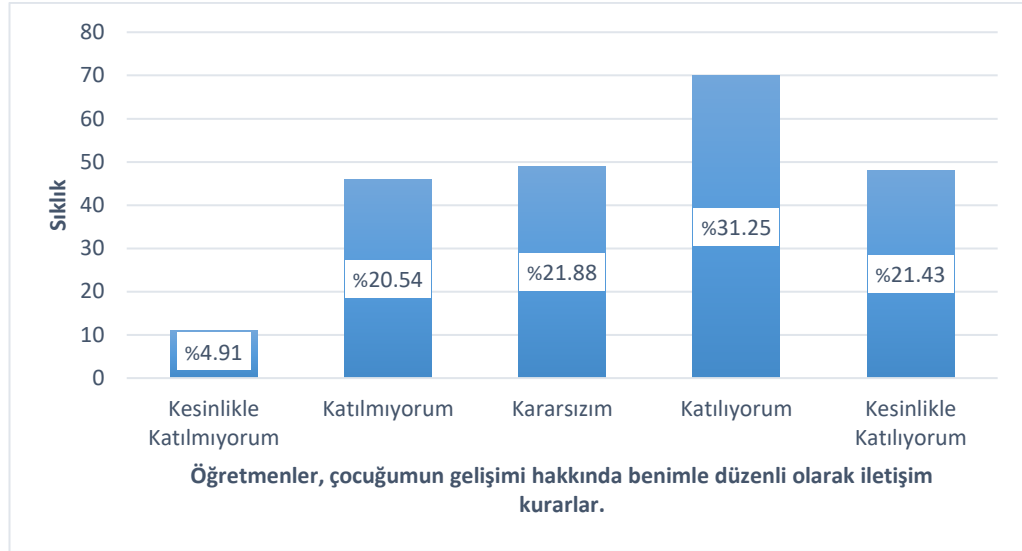
Şekil 3.5 Velilerin, çocuğun öğretmenlerinin yüksek standartta olup olmadığına ilişkin görüşleri

Şekil 3.5, velilerin çok yüksek standarttaki öğretmenlere ilişkin görüşlerinin sonuçlarını göstermektedir. Velilerin çoğu, çocukların öğretmenlerinin yüksek standartta öğretme becerilerine sahip olduğuna katılırken, daha az bir kısmı buna katılmamaktadır.

Tablo 3.8, velilerin, öğretmenlerin çocuklarının gelişimi hakkında düzenli iletişim kurmaları hakkındaki görüşlerini göstermektedir. Velilerin %31,3'ü (n=70) bu görüşe katılırken, %21,4'ü (n=48) katılmamaktadır. Ayrıca, velilerin %21,9'u (n=49) tarafsız bir yanıt vermiş ve %20,5'i (n=46) buna katılmamıştır. Sadece %4,9'u (n=11) kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Tüm sonuçlar Şekil 3.6'da gösterilmiştir.

Tablo 3.8 Velilerin öğretmenlerin çocuğun gelişimi hakkında düzenli iletişim kurmalarına ilişkin görüşleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle Katılmıyorum	11	4,9	4,9	4,9
	Katılmıyorum	46	20,5	20,5	25,4
	Kararsızım	49	21,9	21,9	47,3
	Katılıyorum	70	31,3	31,3	78,6
	Kesinlikle Katılıyorum	48	21,4	21,4	100,0
	Toplam	224	100,0	100,0	



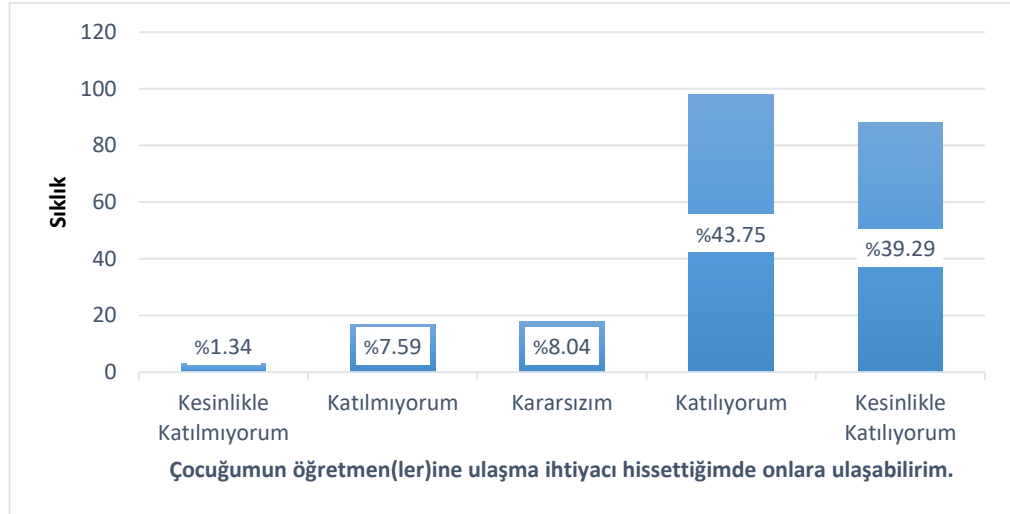
Şekil 3.6 Velilerin öğretmenlerin çocuğun gelişimi hakkında düzenli iletişim kurmalarına ilişkin görüşleri

Şekil 3.6, velilerin yanıtlarının çoğunluğunun üç görüş arasında dağıldığını göstermektedir; “Katılıyorum”, “Kararsızım” ve “Katılmıyorum”.

Tablo 3.9’da velilerin, çocukların öğretmenlerine ihtiyaç duyduklarında ulaşabilmelerine ilişkin görüşlerinin sonuçları yer almaktadır. Velilerin %43.8’i “Katılıyorum” (n=98), %39.3’ü “Kesinlikle Katılıyorum” (n=88) cevabını vermiştir. Velilerin %8.0’ı “Kararsızım” (n=18) yanıtını vermiştir. Velilerin %7,6’sı (n=17) “Katılmıyorum”, %1,3’ü

Tablo 3.9 Velilerin öğretmenlerle iletişime geçmeleri gerektiğinde onlara ulaşabilmeleri hakkındaki görüşleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,3	1,3	1,3
Katılmıyorum	17	7,6	7,6	8,9
Kararsızım	18	8,0	8,0	17,0
Katılıyorum	98	43,8	43,8	60,7
Kesinlikle Katılıyorum	88	39,3	39,3	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



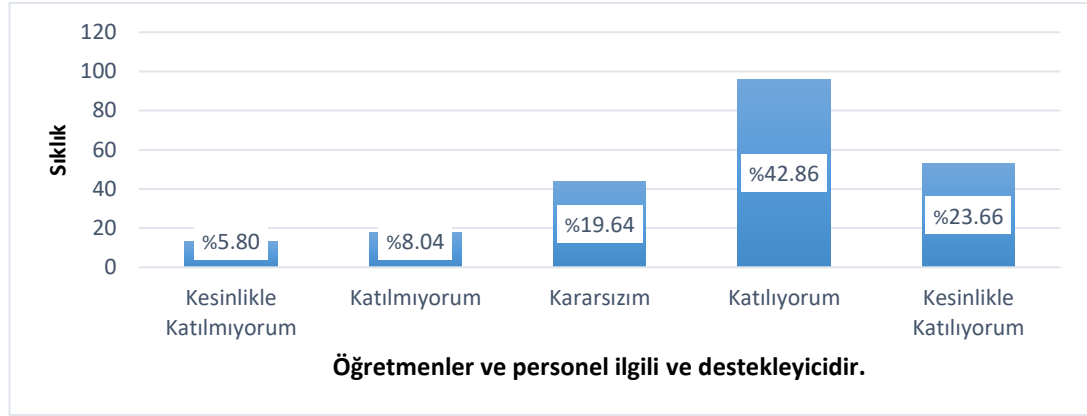
Şekil 3.7 Velilerin öğretmenlerle iletişime geçmeleri gerektiğinde onlara ulaşabilmeleri hakkındaki görüşleri

Şekil 3.7'de görüldüğü gibi, velilerin çoğunluğu ihtiyaç duyduklarında öğretmenlerle iletişime geçebildiklerini beyan ederken, az sayıda veli aynı fikirde değildir.

Tablo 3.10'de velilerin çoğu, çocuklarının okullarında öğretmenin ilgili ve destekleyici bir yaklaşım içinde olduğu sorusuna %42,9 oranında “Katılıyorum” (n=96) ve %5,8 oranında “Kesinlikle Katılıyorum” (n=13) cevabını vermiştir. Velilerin yaklaşık %19,6'sı “Kararsızım” (n=44), %8,0'i “Katılmıyorum” (n=18), sadece %5,8'i “Kesinlikle Katılıyorum” (n=13) şeklinde cevap vermiştir.

Tablo 3.10 Velilerin, öğretmenlerinin çocuklarına ilgili ve destekleyici bir yaklaşım içinde olup olmadığına ilişkin görüşleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle Katılmıyorum	13	5,8	5,8	5,8
	Katılmıyorum	18	8,0	8,0	13,8
	Kararsızım	44	19,6	19,6	33,5
	Katılıyorum	96	42,9	42,9	76,3
	Kesinlikle Katılıyorum	53	23,7	23,7	100,0
	Toplam	224	100,0	100,0	



Şekil 3.8 Velilerin, öğretmenlerinin çocuklarına ilgili ve destekleyici bir yaklaşım içinde olup olmadığına ilişkin görüşleri

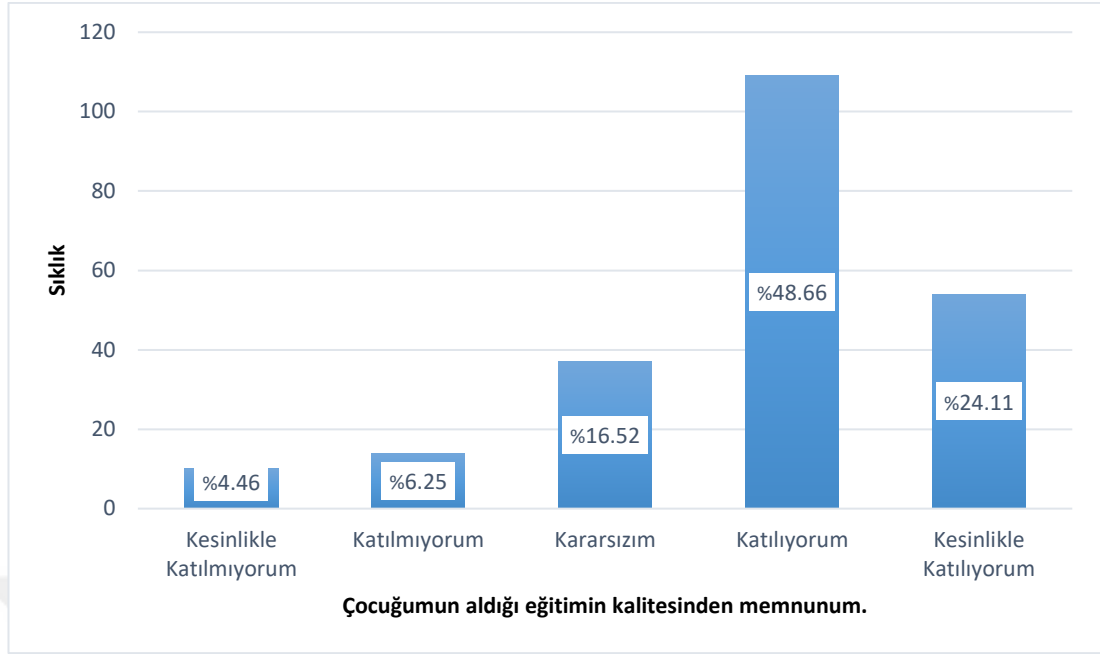
Şekil 3.8’ de gösterildiği gibi, öğretmenin çocuklara yönelik ilgili ve destekleyici bir yaklaşım içinde olduğuna %42,9 ile velilerin çoğu katılırken, sadece %8’i katılmamıştır.

3.13.4 Öğrenme Fırsatları

Katılımcı veliler çocuklarının eğitim kalitesinden memnun olup olmadıklarına dair soruya %48,7 oranında “Katılıyorum” (n=109) ve %24,1 oranında “Kesinlikle Katılıyorum” (n=54) şeklinde bir yanıt vermiştir. Katılımcıların %16,5’i “Kararsızım” (n=37) seçeneğini işaretlerken, %6,3’ü “Katılmıyorum” (n=14), sadece %4,5’i ise “Kesinlikle Katılmıyorum” (n=10) yanıtını vermiştir. Bu sonuçlar Tablo 3.11’de gösterilmektedir.

Tablo 3.11 Veliler çocuklarının eğitim kalitesinden memnuniyeti

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	10	4,5	4,5	4,5
Katılmıyorum	14	6,3	6,3	10,7
Geçerli Kararsızım	37	16,5	16,5	27,2
Katılıyorum	109	48,7	48,7	75,9
Kesinlikle Katılıyorum	54	24,1	24,1	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



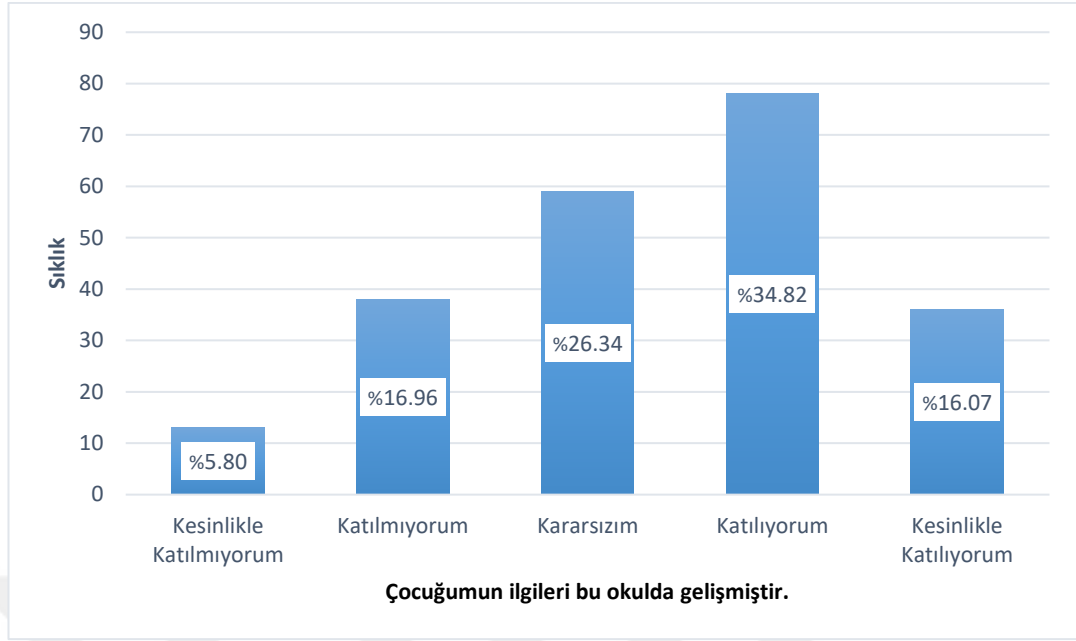
Şekil 3.9 Velilerin çocuklarının eğitim kalitesinden memnuniyeti

Şekil 3.9'da görüldüğü gibi, velilerin çoğunluğu, çocuklarının eğitim kalitesinden memnun olduklarını kabul ederken, daha az sayıda veli bu konuda aynı fikirde değildir.

Veliler, çocuklarının ilgisinin okulda geliştiğine %34,8 oranında “Katılıyorum” (n=78) ve %16,1 oranında “Kesinlikle Katılıyorum” (n=36) yanıtını vermiştir. Velilerin %26,3’ü kararsızdır (n=59). Ayrıca %17,0’ı bu soruyu “Katılmıyorum” (n=38), sadece %5,8’i “Kesinlikle Katılmıyorum” (n=13) yanıtlamıştır

Tablo 3.12 Velilerin, çocuklarının ilgilerinin okulda gelişip gelişmediğine dair düşünceleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	13	5,8	5,8	5,8
Katılmıyorum	38	17,0	17,0	22,8
Kararsızım	59	26,3	26,3	49,1
Katılıyorum	78	34,8	34,8	83,9
Kesinlikle Katılıyorum	36	16,1	16,1	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



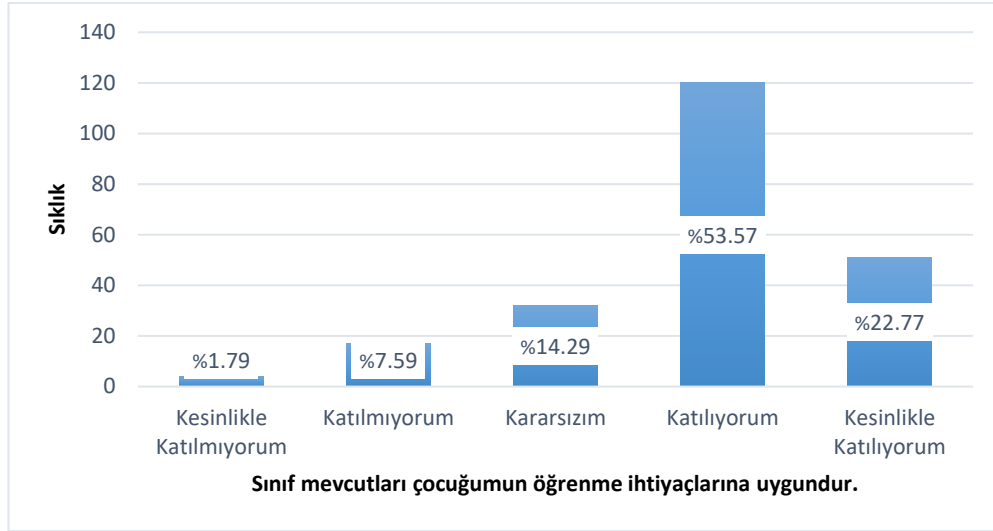
Şekil 3.10 Velilerin, çocuklarının ilgilerinin okulda gelişip gelişmediğine ilişkin düşünceleri

Şekil 3.10, velilerin çocuklarının ilgilerinin okulda geliştiğine dair düşüncelerini göstermektedir. Velilerin yanıtlarının çoğunluğunun “Katılıyorum”, “Kararsızım” ve “Katılmıyorum” arasında dağıldığı görülmektedir.

Velinin sınıf mevcudiyetine ilişkin yanıtları Tablo 14'te gösterilmektedir. Velilerin çoğu sınıf mevcudunun çocuklara uygun olup olmadığı konusunda %53,6 oranında “Katılıyorum” (n=120) ve %22,8 oranında “Kesinlikle Katılıyorum” (n=51) yanıtı verdiği görülmüştür. %14,3’ü “Kararsızım” (n=32) ve %7,6’sı “Katılmıyorum” (n=17), %1,8’i ise “Kesinlikle Katılmıyorum” (n=4) yanıtı vermiştir.

Tablo 3.13 Velilerin, sınıf mevcudunun çocuklara uygun olup olmadığına dair görüşleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	4	1,8	1,8	1,8
Katılmıyorum	17	7,6	7,6	9,4
Kararsızım	32	14,3	14,3	23,7
Katılıyorum	120	53,6	53,6	77,2
Kesinlikle Katılıyorum	51	22,8	22,8	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



Şekil 3.11 Velilerin, sınıf mevcudunun çocuklara uygun olup olmadığına dair görüşleri

Sınıf mevcudunun çocuklara uygun olduğuna dair katılımcı yanıtları Şekil 3.11’de gösterilmiştir. Velilerin çoğu sınıf mevcudlarının çocuklara uygun olduğunu düşünürken, daha az bir kısım da buna katılmamaktadır.

Veliler, %49,6’lık bir oranla çocuklarının çok çalışmaya teşvik edildiğine “Katılıyorum” (n=111) ve %17,9’luk bir oranla “Kesinlikle Katılıyorum” (n=40) yanıtını vermiştir. Katılımcıların %18,8’i “Kararsızım” (n=42) ve %10,7’si “Katılmıyorum” (n=24) cevabını verirken, sadece %3,1’i “Kesinlikle Katılmıyorum” (n=7) şeklinde yanıt vermiştir. Bu sonuçlar Tablo 3.14’de gösterilmektedir.

Tablo 3.14 Velilerin çocuklarının çok çalışmaya ve ellerinden gelenin en iyisini yapmaya teşvik edilip edilmediğine dair görüşleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle Katılmıyorum	7	3,1	3,1	3,1
	Katılmıyorum	24	10,7	10,7	13,8
	Kararsızım	42	18,8	18,8	32,6
	Katılıyorum	111	49,6	49,6	82,1
	Kesinlikle Katılıyorum	40	17,9	17,9	100,0
	Toplam	224	100,0	100,0	



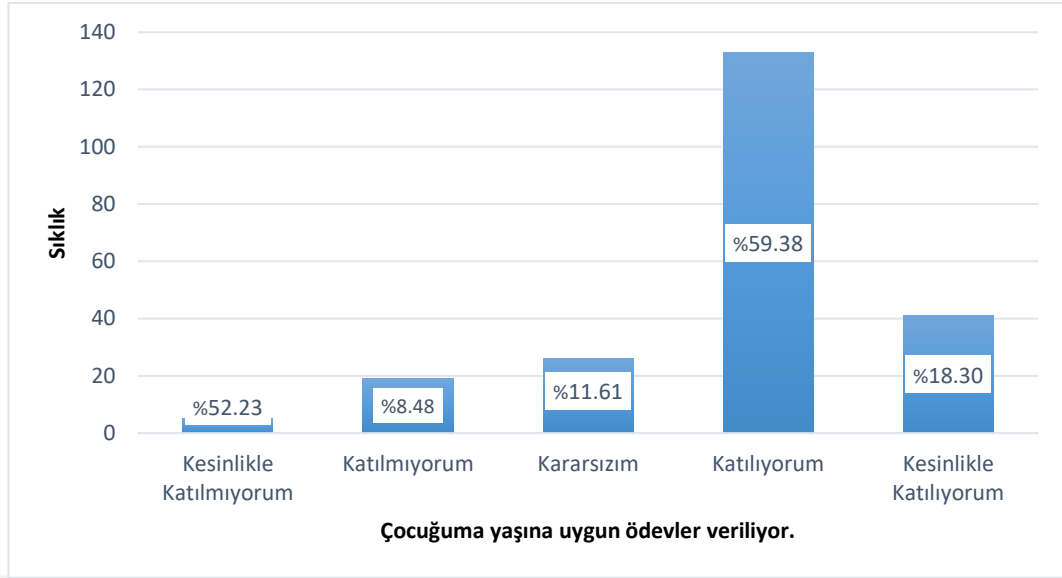
Şekil 3.12 Velilerin çocuklarının çok çalışmaya ve ellerinden gelenin en iyisini yapmaya teşvik edilip edilmediğine dair görüşleri

Şekil 3.12'de görüldüğü gibi, velilerin çoğu (%49,6), çocuklarının çok çalışmaya teşvik edildiğine katılmaktadır. Sadece %10,7 ve %3,1 “Katılmıyorum” ve “Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde cevap vermiştir.

Veliler, çocuklarının yaşlarına uygun ödevler aldığına %59,4 oranında “Katılıyorum” (n=133) ve %18,3 oranında “Kesinlikle Katılıyorum” (n=41) yanıtı vermiştir. Sadece %11,6 kararsızdır (n=26). Ayrıca %8,5'i yanıt olarak “Katılmıyorum” (n=19) ve sadece %2,2'si “Kesinlikle Katılmıyorum” (n=5) yanıtı vermiştir. Bu sonuçlar Tablo 3.15'de gösterilmektedir.

Tablo 3.15 Velilerin çocuklarına yaşlarına uygun ödevler verilip verilmediğine dair görüşleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	5	2,2	2,2	2,2
Katılmıyorum	19	8,5	8,5	10,7
Kararsızım	26	11,6	11,6	22,3
Katılıyorum	133	59,4	59,4	81,7
Kesinlikle Katılıyorum	41	18,3	18,3	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



Şekil 3.13 Velilerin çocuklarına yaşlarına uygun ödevler verilip verilmediğine dair görüşleri

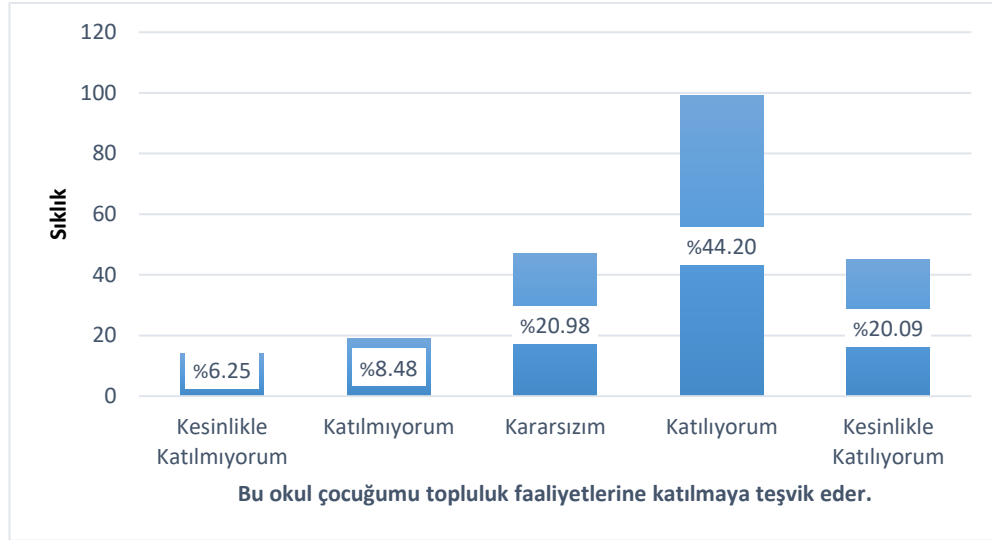
Şekil 3.13'e göre, velilerin çoğu (%59,4) çocuğuna yaşına uygun ev ödevi verildiğine katılmakta, sadece %2,2'si ise kesinlikle katılmamaktadır.

3.13.5 Kişisel Gelişim

Veliler %44,2 oranında okulun çocukları topluluk faaliyetlerine katılmaya teşvik ettiğine katılmaktadır (n=99). Katılımcıların sadece %6,3'ü "Kesinlikle Katılmıyorum" (n=14) yanıtını vermiştir.

Tablo 3.16 Velilerin, çocuklarının topluluk faaliyetlerine katılmaya teşvik edilip edilmedikleri konusunda görüşleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle Katılmıyorum	14	6,3	6,3	6,3
	Katılmıyorum	19	8,5	8,5	14,7
	Kararsızım	47	21,0	21,0	35,7
	Katılıyorum	99	44,2	44,2	79,9
	Kesinlikle Katılıyorum	45	20,1	20,1	100,0
	Toplam	224	100,0	100,0	



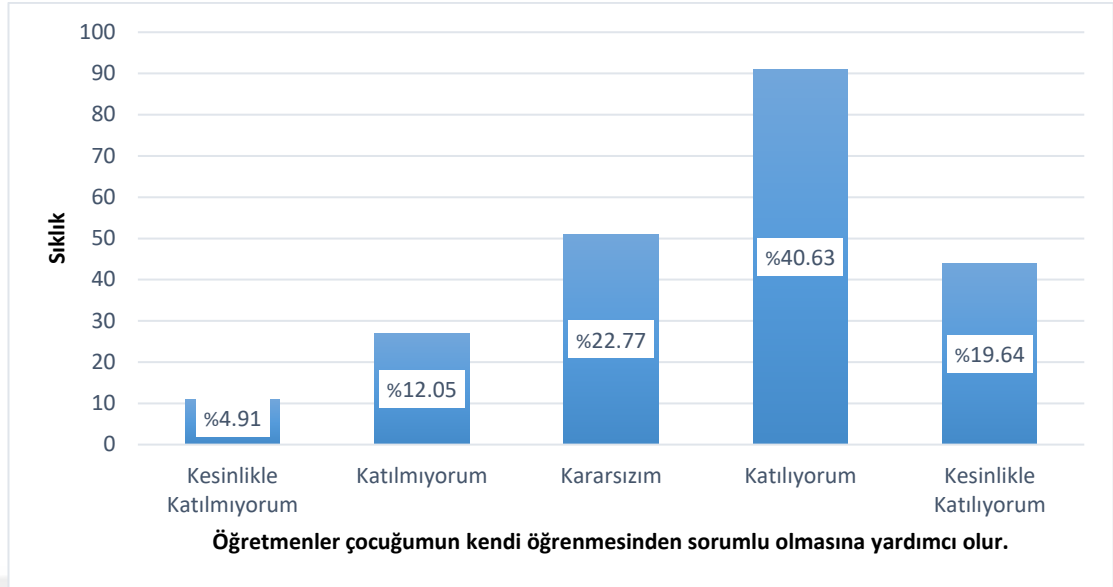
Şekil 3.14 Velilerin, çocuklarının topluluk faaliyetlerine katılmaya teşvik edilip edilmedikleri konusunda görüşleri

Veliler, okulun çocukları topluluk faaliyetlerine katılmaya teşvik ettiğine %44,2 oranında “Katılıyorum”, %6,3 oranında “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtını vermiştir.

Tablo 3.17, öğretmenlerin çocukları kendi öğrenmelerinden sorumlu tutmasına dair velilerin görüşlerini göstermektedir.

Tablo 3.17 Velilerin, öğretmenlerin çocukları kendi öğrenme sürecinden sorumlu tutup tutmadığına dair görüşleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle Katılmıyorum	11	4,9	4,9	4,9
	Katılmıyorum	27	12,1	12,1	17,0
	Kararsızım	51	22,8	22,8	39,7
	Katılıyorum	91	40,6	40,6	80,4
	Kesinlikle Katılıyorum	44	19,6	19,6	100,0
	Toplam	224	100,0	100,0	



Şekil 3.15 Velilerin, öğretmenlerin çocukları kendi öğrenme sürecinden sorumlu tutup tutmadığına dair görüşleri

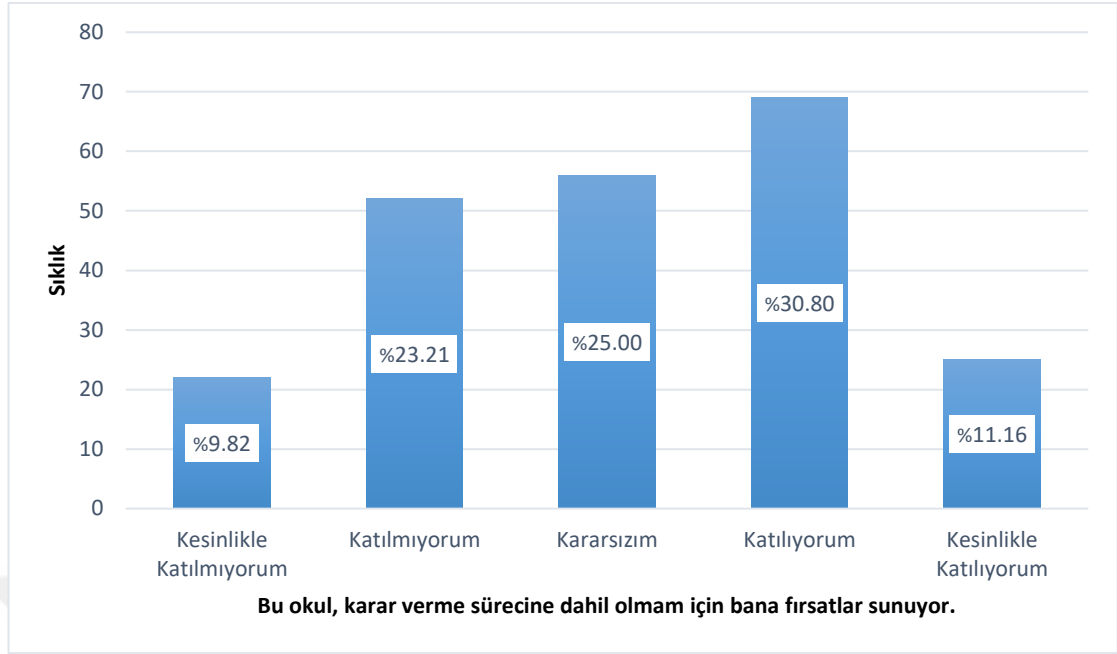
Veliler öğretmenlerin çocukları kendi öğrenme sürecinden sorumlu tuttuğuna %40,6 oranında katılmakta, %4,9 oranında katılmamaktadır.

3.13.6 Velilerle İletişim

Velilerin karar verme sürecine katıldığına katıldığı konusunda katılımcıların %30,8'i "Katılıyorum" (n=69), %9,8'i "Kesinlikle Katılmıyorum" (n=22) yanıtını vermiştir.

Tablo 3.18 Velilerin karar alma sürecine katılıp katılmadıklarına dair görüşleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	22	9,8	9,8	9,8
Katılmıyorum	52	23,2	23,2	33,0
Kararsızım	56	25,0	25,0	58,0
Katılıyorum	69	30,8	30,8	88,8
Kesinlikle Katılıyorum	25	11,2	11,2	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



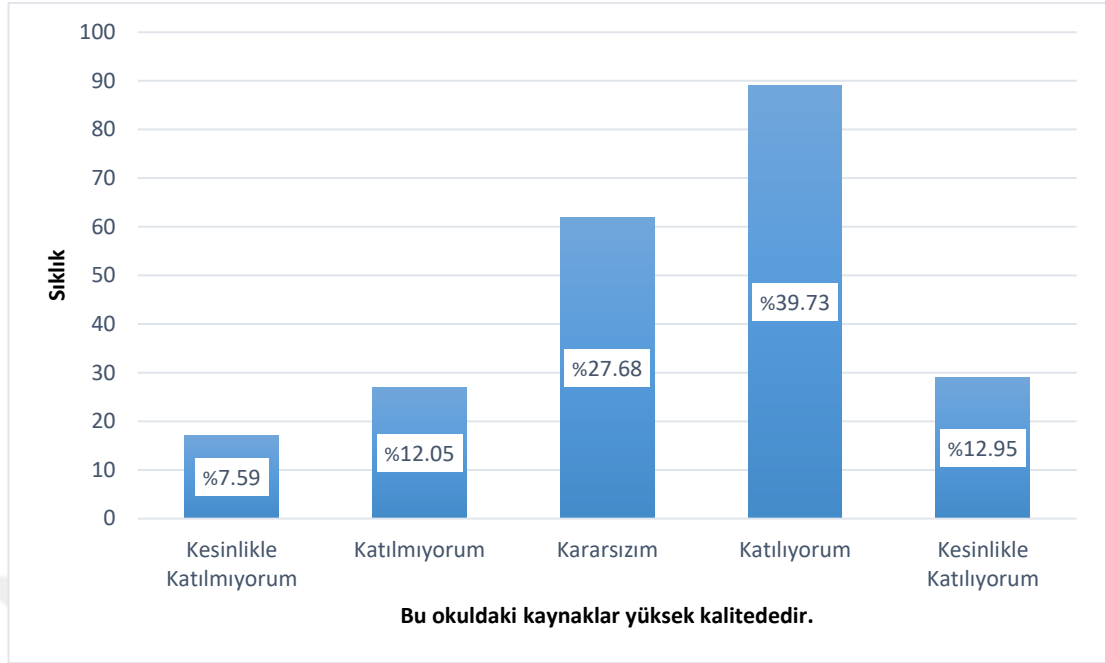
Şekil 3.16 Velilerin karar alma sürecine katılıp katılmadıklarına dair görüşleri

3.13.7 Okul Kaynakları

Velilerin %39,7'si (n=89) okul kaynaklarının yüksek kalitede olup olmadığı konusunda “Kesinlikle Katılıyorum”, %7,6'sı “Kesinlikle Katılmıyorum” (n=17) yanıtını vermiştir.

Tablo 3.19 Velilerin okuldaki kaynakların kalitesi hakkında görüşleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle Katılmıyorum	17	7,6	7,6	7,6
	Katılmıyorum	27	12,1	12,1	19,6
	Kararsızım	62	27,7	27,7	47,3
	Katılıyorum	89	39,7	39,7	87,1
	Kesinlikle Katılıyorum	29	12,9	12,9	100,0
	Toplam	224	100,0	100,0	



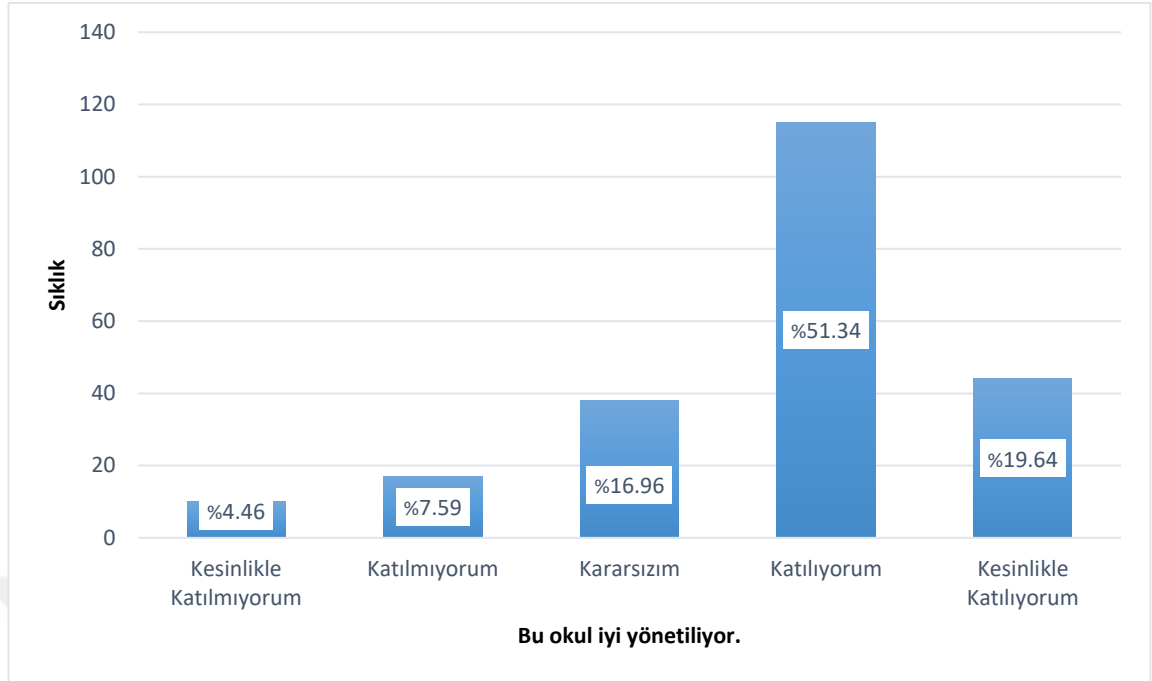
Şekil 3.17 Velilerin okuldaki kaynakların kalitesi hakkında görüşleri

3.13.8 Okul Yönetimi

Tablo 3.20'deki sonuçlar, velilerin %51,3 (n=115) oranında okulun iyi yönetildiği konusuna katılırken, sadece %4,5'in (n=10) kesinlikle katılmadığını göstermektedir.

Tablo 3.20 Velilerin okulun yönetimi hakkında görüşleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	10	4,5	4,5	4,5
Katılmıyorum	17	7,6	7,6	12,1
Kararsızım	38	17,0	17,0	29,0
Katılıyorum	115	51,3	51,3	80,4
Kesinlikle Katılıyorum	44	19,6	19,6	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	

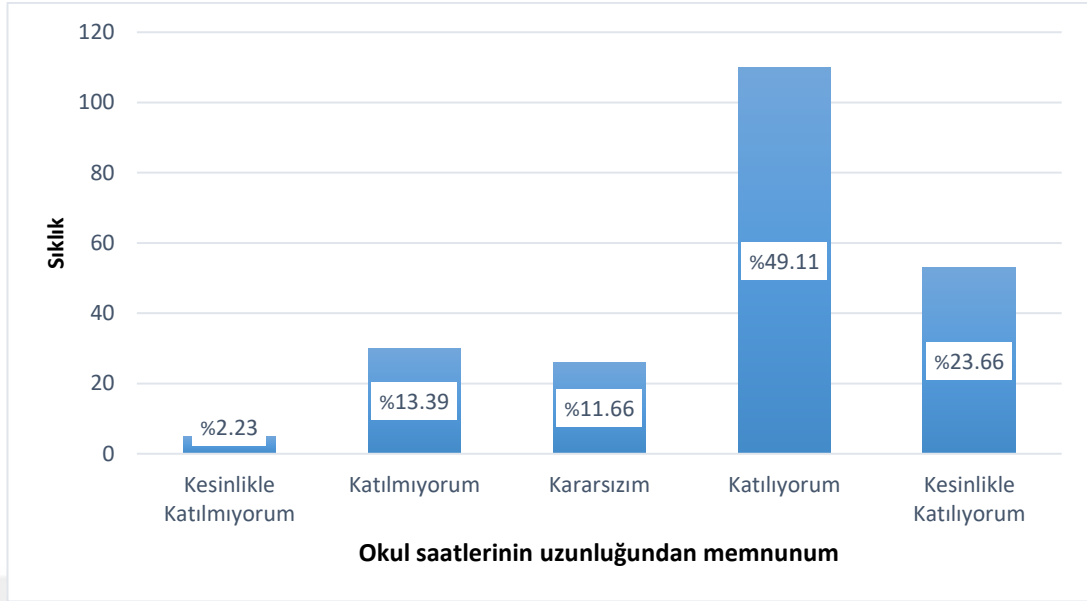


Şekil 3.18 Velilerin okulun yönetimi hakkında görüşleri

Tablo 3.21'e göre velilerin %49,1'i (n=110) okul saatlerinin uzunluğundan memnun oldukları ifadesine "Katılıyorum" derken, %2,2 bu soruya "Kesinlikle Katılmıyorum" (n=5) yanıtını vermiştir.

Tablo 3.21 Velilerin okul saatlerinin uzunluğundan memnun olma düzeyleri

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Kesinlikle Katılmıyorum	5	2,2	2,2	2,2
	Katılmıyorum	30	13,4	13,4	15,6
	Kararsızım	26	11,6	11,6	27,2
	Katılıyorum	110	49,1	49,1	76,3
	Kesinlikle Katılıyorum	53	23,7	23,7	100,0
	Toplam	224	100,0	100,0	

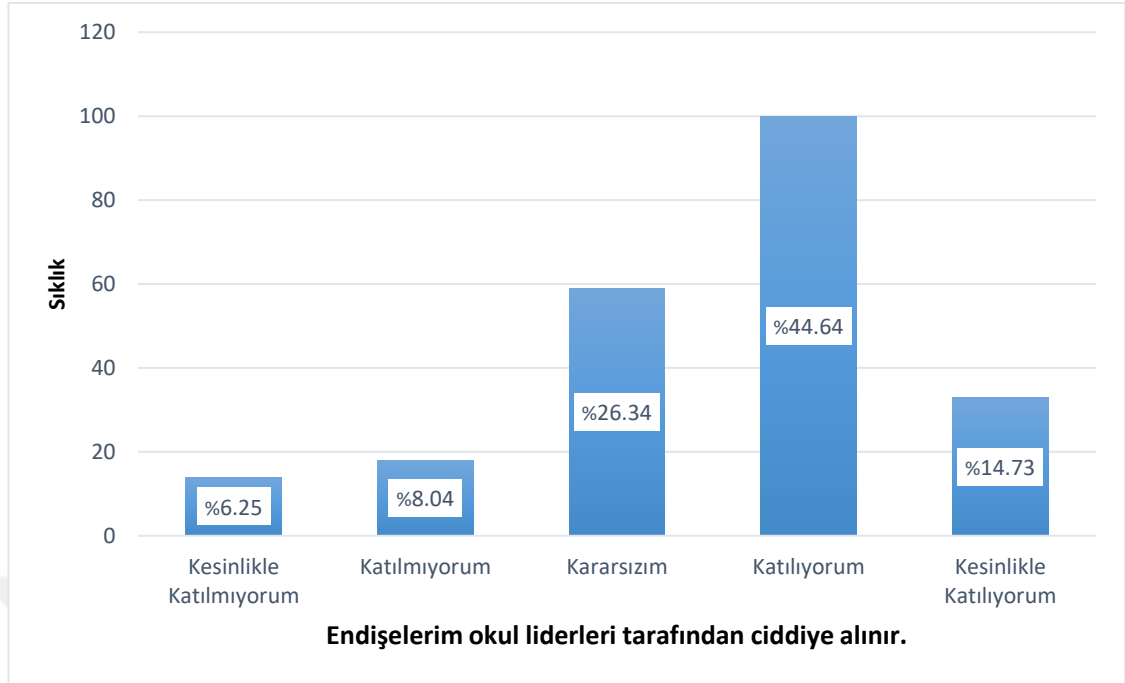


Şekil 3.19 Velilerin okul saatlerinin uzunluğundan memnun olma düzeyleri

Velilerin %44,6'sı (n=100) endişelerinin okul liderleri tarafından ciddiye alındığına katılırken, %8'i (n=18) ise buna katılmamaktadır.

Tablo 3.22 Velilerin endişelerinin okul liderleri tarafından ciddiye alınıp alınmadığına ilişkin görüşleri

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	14	6,3	6,3	6,3
Katılmıyorum	18	8,0	8,0	14,3
Kararsızım	59	26,3	26,3	40,6
Katılıyorum	100	44,6	44,6	85,3
Kesinlikle Katılıyorum	33	14,7	14,7	100,0
Toplam	224	100,0	100,0	



Şekil 3.20 Velilerin endişelerinin okul liderleri tarafından ciddiye alınıp alınmadığına ilişkin görüşleri

Eğitim ve memnuniyet arasında doğrusal regresyon analizi yapılmış ve iki değişken arasında bir ilişki olmadığı gözlenmiştir ($R = 0.068$, $B \text{ memnuniyet} = -734 + 70 \text{ eğitim}$). ANOVA 0.312 olan Regresyon farkı ile bağımlı ve bağımsız değişken arasında anlamlı bir ilişki olmadığı şeklindeki sıfır hipotezi kabul edilmiştir.

4. SONUÇ

Bu çalışma okullardaki en iyi yönleri öne çıkarmak ve topluluk desteğini almak için halkla ilişkilerin önemini vurgulamaktadır. Okulların halkla ilişkiler programları okul süreçleri hakkında bilgi sağlanmasına yardımcı olmakta ve okulların kullanabileceği geri bildirimin alınmasına katkı sağlamaktadır. Bu araştırma 11 okulda yürütülmüştür. Katılımcıların çoğu %27,2 ile Alfaezoun Okulu öğrencilerinin velileridir. Katılımcıların çoğunluğu (%68,3) kadın, %31,7'si erkektir. Katılımcıların çoğu üniversite mezunu ve 2 çocuk sahibidir.

Katılımcıların çoğu okul ortamından memnundur. Çocuklarının okuldan memnun olup olmadıkları sorulduğunda katılımcıların %53,1'i "Katılıyorum", %29,9'u "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını vermiştir.

Öğretmen kalitesi ile ilgili düşünceleri sorulduğunda katılımcıların çoğu çocuğun öğretmeninin yüksek standartta öğretme becerileri olduğunu düşünmektedir. Öğretmenlerin çocuğun gelişimi hakkında düzenli iletişim kurması konusunda katılımcıların %31,3'ü "Katılıyorum", %21,4'ü "Kesinlikle Katılıyorum", %21,9'u "Kararsızım", %20,5'i "Katılmıyorum" ve %4,9'u "Kesinlikle Katılmıyorum" yanıtını vermiştir.

Katılımcıların çoğu ihtiyaç duyduklarında çocuğunun öğretmenine ulaşabildiğini belirtmiştir. Katılımcıların %43,8'i bu soruya "Katılıyorum" darken, %39,29'u "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını vermiştir. Birçok veli (%42,9) çoğu öğretmenin çocuklara karşı ilgili ve destekleyici bir yaklaşım içinde olduğunu belirtmektedir.

Velilerin çoğu, öğrenme fırsatlarından memnundur. Veliler, çocuklarının eğitim kalitesinden memnun olduklarını %48,7 oranında kabul etmektedir.

Velilerin çocuklarının ilgilerinin gelişimi konusundaki yanıtları %34,8 ile "Katılıyorum", %16,0 ile "Kesinlikle Katılıyorum", %26,3 ile "Kararsızım" ve %17,0 ile "Katılmıyorum" arasında dağılmıştır.

Velilerin çoğu (%53,6) sınıf mevcudundan memnundur. Velilerin %49,6'u çocuklarının çok çalışmaya teşvik edildiğine katılmaktadır. Velilerin çoğu (%59,4) çocuğun yaşına uygun ödev verildiği konusuna katılmaktadır.

Velilerin çoğunluğu çocuklarının kişisel gelişiminden memnundur. Veliler çocuklarının topluluk aktivitelerine katılmaya teşvik edildiğine %44,2 oranında katılmaktadır. Ayrıca katılımcıların %40,6'sı öğretmenlerin öğrencileri kendi öğrenme sürecinden sorumlu tuttuğuna katılmaktadır.

Velilerin okulun onları karar alma sürecine dâhil edip etmediğine ilişkin yanıtı %30,8 ile “Katılıyorum”, %25,0 ile “Kararsızım”, %23,21 ile “Katılmıyorum” ve %9,8 ile “Kesinlikle Katılmıyorum” arasında dağılım göstermektedir.

Velilerin çoğu okul kaynaklarından memnundur. Katılımcıların %39,7'si kaynakların yüksek kalitede olup olmadığı sorusuna “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir.

Velilerin çoğu okul yönetiminden memnundur. Velilerin %51,3'ü oranında okulun iyi yönetildiğine katılmaktadır. Velilerin %49,1'i okul gününün uzunluğundan memnun olduğuna, %44,6'sı endişelerinin okul liderleri tarafından ciddiye alındığına katılmaktadır.

Velinin eğitim düzeyi okuldan memnuniyet düzeyi ile anlamlı bir ilişki içinde değildir.

KAYNAKLAR

- Aslan, H., & Karip, E. (2014). Okul müdürlerinin liderlik standartlarının geliştirilmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 20(3), 255-279.
- Asna, A. (2006). *Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Avcı, K., (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının sosyal ilişkilerine etkisi. *Journal of International Social Research*, 9, 641-641. <https://doi.org/10.17719/jisr.20164622631>
- Baus, H. M. (1948). *Public Relations at Work*. Pub. under the sponsorship of American Council on Public Relations by Harper.
- Bergen, T., (1978). The Importance of Strong School-Community Public Relations Programs. *American Secondary Education*, 8(3), 10-14. <http://www.jstor.org/stable/41063510>
- Bernays, E. L. (2015). *Crystallizing public opinion*. Open Road Media.
- Botan, C. H., & Taylor, M. (2004). Public relations: State of the field. *Journal of communication*, 54(4), 645-661.
- Canöz, K., & Nilüfer. (2013). Halkla ilişkilerde kamuyu bilgilendirme modeli: Konya örneğinde 4+ 4+ 4 eğitim sistemine yönelik bir saha araştırması. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*(33), 365-391.
- Çetin, M. (2003). Örgüt kuramları perspektifinden halkla ilişkilerin gelişimi. *İletişim Dergisi*, 18, 31-58.
- Çetinsaya, G. (2014). *Büyüme, kalite, uluslararasılaşma: Türkiye yükseköğretimi için bir yol haritası*. 2. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi Müdürlüğü.
- Coruk, A. (2018). School Principals' Opinions about Public Relations Practices on Schools. *International Journal of Progressive Education*, 14, 136-147. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2018.139.10>
- Çoruk, A. (2018). School Principals' Opinions about Public Relations Practices on Schools. *International Journal of Progressive Education*, 14(2), 136-147.

- De Wit, H., Ferencz, I., & Rumbly, L. E. (2013). International student mobility: European and US perspectives. *Perspectives: Policy and practice in higher education*, 17(1), 17-23.
- Đurišić, M., & Bunijevac, M. (2017). Parental involvement as a important factor for successful education. *Center for Educational Policy Studies Journal*, 7(3), 137-153.
- Erg, E. R. G. (2019). *Öğrenciler ve Eğitime Erişim-Eğitim İzleme Raporu 2019*. <https://www.egitimreformugirisimi.org/egitim-izleme-raporu-2019-ogrenciler-ve-egitime-erisim/> Erişim Tarihi: 27.01.2021
- Farmer, Y. (2018). Ethical decision making and reputation management in public relations. *Journal of Media Ethics*, 33(1), 2-13.
- Franklin, B., Hogan, M., Langley, Q., Mosdell, N., & Pill, E. (2009). *Key concepts in public relations*. SAGE Publications Ltd.
- Grunig, J., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. CBS College Publishing.
- Gunawan, I. (2015). *Penumbuhan Budi Pekerti Peserta Didik Melalui Nilai-nilai dan Etika Kepemimpinan Pendidikan dengan Pendekatan Soft System Methodology*. <http://ap.fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/10/7-Imam-Gunawan.pdf> Erişim Tarihi: 10.01.2021
- Gunawan, I. (2016). Pendekatan Alternatif dalam Pelaksanaan Supervisi Pengajaran. *Premiere Educandum: Jurnal Pendidikan Dasar dan Pembelajaran*, 1(02).
- Gur, B. S., Dalmis, I., Kirmizidag, N., Çelik, Z., & Boz, N. (2012). Türkiye'nin gençlik profili. I. Baskı, Ankara: Seta Yayınları.
- Hürriyet. (2011). Problemsiz bir YÖK bırakıyoruz. *Hürriyet Gazetesi*, Aralık 13.
- Hürriyet. (2016). Yabancı öğrenci sayısı yüzde 182 arttı. *Hürriyet Gazetesi*, Haziran 17.
- Johnston, J., Zawawi, C., & Brand, J. E. (2009). Public relations: An overview. *Public relations: Theory and practice*, 3-25.
- Kalender, A., & Fidan, M. (2008). *Halkla ilişkiler*. Konya: Tablet Yayınları.
- Karabacak, Z. İ., & Kazancı, M. (2019). Türkiye'deki dergi reklamlarında görsel iletişim aracılığıyla yenilik türlerinin sunumu: tüketim toplumu bağlamında bir değerlendirme. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 50-64.

- Kazancı, M. (1997). *Kamuda ve özel sektörde halkla ilişkiler*. 2. Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- Kipping, M., & Tiratsoo, N. (2018). *Americanisation in 20th Century Europe: business, culture, politics. Volume 2*. <https://books.openedition.org/irhis/1928> Erişim Tarihi: 14.03.2021
- Kitchen, H., Bethell, G., Fordham, E., Henderson, K., & Li, R. R. (2019). Higher Education System in Turkey, https://www.yok.gov.tr/Documents/Yayinlar/Yayinlarimiz/2019/Higher_Education_in_Turkey_2019_en.pdf Erişim Tarihi: 20.03.2021
- Kowalski, T. J. (2011). *Public relations in schools*. Educational Leadership Faculty Publications. 49.
- Küçükkurt, M. (1989) Halkla ilişkiler açısından halk kavramı. *Kurgu*, 5(1), 232-243.
- Lazar, D. (2011). *Building trust one parent at a time: One principal's journey in creating relational trust with parents*. Available from ProQuest Dissertations & Theses Global.
- Li, C. K., & Hung, C. H. (2012). The interactive effects of perceived parental involvement and personality on teacher satisfaction. *Journal of Educational Administration*, 50(4), 501-518
- Metin, I., Karaca, M., İspir, İ., Gül, Ç., & Yildirim, L. N. (2017). Sosyal medya platformlarının halkla ilişkiler amaçlı kullanımı: bankalar üzerine inceleme. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 2(2), 41-51.
- Michaelson, D., & Stacks, D. W. (2017). *A professional and practitioner's guide to public relations research, measurement, and evaluation* (Second Edition ed.). Business Expert Press, LLC.
- Morris, K. (2016). Rhetoric or Reality? Corporate Sustainability and Social Responsibility (CSSR) in Multinational Corporations: A Case Study. Honours Thesis, *Bachelor of Arts (Honours) School of Communication & Creative Industries Faculty of Arts and Business*. Avustralya
- Mutch, C., & Collins, S. (2012). Partners in Learning: Schools' Engagement With Parents, Families, and Communities in New Zealand. *School Community Journal*, 22(1), 167-187.
- Nwodu, L. C. (2007). *Corporate public relations management*. Enugu: Precision Publishers Limited.

- Nwosu, I. E. (1996). *Public relations management: Principles, issues and applications*. Aba: Dominican Publishers.
- O'Reilly, F. L., & Matt, J. J. (2013). Public Relations Opportunities for Schools Utilizing Innovations in Virtual Communities. *Journal of Education and Learning*, 2(2), 139-143.
- OECD. (2017). *PISA 2015: Results (Volume III): Students' Well-Being*. PISA: OECD Publishing, Paris.
- OECD. (2019). *Education at a Glance 2019 OECD Indicators*. OECD Paris.
- Ozer, M. (2019). Reconsidering the Fundamental Problems of Vocational Education and Training in Turkey and Proposed Solutions for Restructuring. *Sosyoloji Dergisi/Journal of Sociology*, 39(2).
- Özer, M. (2016). The internationalization of higher education in Turkey: Realities, motivations and opportunities. *Insight Turkey*, 18(4), 53-64.
- Özgen, E. (2011). *Halkla ilişkiler ve yeni medyanın işaret ettiği sorunlar üzerine bir tartışma*.
<http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/Ebru%20O%CC%88ZGEN.pdf> Erişim Tarihi: 01.04.2021
- Özoğlu, M., Gür, B. S., & Coşkun, İ. (2015). Factors influencing international students' choice to study in Turkey and challenges they experience in Turkey. *Research in Comparative and International Education*, 10(2), 223-237.
- Phtiaka, H. (2004). Home school relationships in special and mainstream schools. *Educational Review*, 37, 67-85.
- Rogers, C. (2007). Experiencing an 'inclusive' education: parents and their children with 'special educational needs'. *British Journal of sociology of Education*, 28(1), 55-68.
- Rouse, E. (2012). Partnerships in early childhood education and care: Empowering parents or empowering practitioners. *Global studies of childhood*, 2(1), 14-25.
- School, E. A. C., (2016). *Parent Opinion Survey*. <https://pronto-core-cdn.prantomarketing.com/2/wp-content/uploads/sites/1282/2015/10/2016-Parent-Opinion-Survey-Esperance-Anglican-CommunitySchool-no-comparisons.pdf> Erişim Tarihi: 14.03.2021
- Sherry, M., Thomas, P., & Chui, W. H. (2010). International students: A vulnerable student population. *Higher education*, 60(1), 33-46.

Smith., R. D. (2020). *Strategic Planning for Public Relations*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Unicef. (2011). *UNICEF Annual Report 2010*. Unicef.

Ünüvar, P. (2010). Aile katılımı çalışmalarına yönelik ebeveyn ve öğretmen görüşlerinin karşılaştırılması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18(3), 719-730.

Wehmeier, S., & Winkler, P. (2013). Expanding the bridge, minimizing the gaps: Public relations, organizational communication, and the idea that communication constitutes organization. *Management Communication Quarterly*, 27(2), 280-290.

Weissenrieder, J., Roesken-Winter, B., Schueler, S., Binner, E., & Blömeke, S. (2015). Scaling CPD through professional learning communities: Development of teachers' self-efficacy in relation to collaboration. *ZDM*, 47(1), 27-38.



EKLER

EK A Veli Memnuniyeti Anketi soruları

1. Demografik Sorular

Yaşınız nedir?

- ☐ 18-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 60+

Cinsiyetiniz nedir?

- ☐ Erkek
- ☐ Kadın

Eğitim seviyeniz nedir?

- ☐ İlkokul
- ☐ Ortaokul
- ☐ Lise
- ☐ Yüksek Enstitüsü
- ☐ Lisans
- ☐ Yüksek lisans
- ☐ Doktora derecesi

Medeni durumunuz nedir?

- ☐ Evli
- ☐ Bekâr

2. Sosyoekonomik Sorular

Çocuğunuzun okulunun adı nedir?

- ☐ o Alfaezoun Okulu - Ankara
- ☐ o Afak 17 Şubat Okulu -Ankara
- ☐ o AFAK Uluslararası Okulu-Ankara
- ☐ o 17 Şubat Libya Okulu-Ankara
- ☐ o Kral İdris Alsenussi Libya Okulu-İstanbul
- ☐ o Ummah Academy Libya Okulu-İstanbul
- ☐ o Alfaezoun Okulu – İstanbul
- ☐ o Amjad Aloroba-İstanbul
- ☐ o İSTANBUL Libya okulu
- ☐ o Al Manar Uluslararası Okulu-İstanbul
- ☐ o Yakın Doğu Libya Okulu

Mesleğiniz nedir

- ☐ Öğretmen
- ☐ Çalışan
- ☐ Öğrenci
- ☐ İş
- ☐ Diğer

Bu okulda kaç çocuğunuz var?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8

3. Okul Ortamı soruları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Çocuğum her gün okula gitmekten hoşlanır.					
Okul çocuğum için güvenli bir yer.					

4. Öğretmen Kalitesi soruları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Çocuğumun öğretmenleri çok yüksek standarttır.					
Öğretmenler, çocuğumun gelişimi hakkında benimle düzenli olarak iletişim kurarlar.					
Çocuğumun öğretmen(ler)ine ulaşma ihtiyacı hissettiğimde onlara ulaşabilirim.					
Öğretmenler ve personel ilgili ve destekleyicidir.					

5. Öğrenme Fırsatları soruları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Çocuğumun aldığı eğitimin kalitesinden memnunum.					
Çocuğumun ilgileri bu okulda gelişmiştir.					
Sınıf mevcutları çocuğumun öğrenme ihtiyaçlarına uygundur.					
Çocuğum çok çalışmaya ve elinden gelenin en iyisini yapmaya teşvik edilir.					
Çocuğuma yaşına uygun ödevler veriliyor.					

6. Kişisel Gelişim soruları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Bu okul çocuğumu topluluk faaliyetlerine katılmaya teşvik eder.					
Öğretmenler çocuğumun kendi öğrenmesinden sorumlu olmasına yardımcı olur.					

7. Velilerle İletişim

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Bu okul, karar verme sürecine dâhil olmam için bana fırsatlar sunuyor.					

8. Okul Kaynakları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Bu okuldaki kaynaklar yüksek kalitededir.					

9. Okul Yönetimi sorusu

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Bu okul iyi yönetiliyor.					
Endişelerim okul liderleri tarafından ciddiye alınır.					
Okul saatlerinin uzunluğundan memnunuz					