

**EĞİTİM KURUMLARINDA HALKLA
İLİŞKİLER VE ORTAĐĐRETİM
OKULLARINDAKİ UYGULAMALAR**

(Yüksek Lisans Tezi)
Ayőegöl ĐKER (DİNÇER)

Eskişehir, 1993

**T.C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**EĞİTİM KURUMLARINDA HALKLA İLİŞKİLER VE
ORTAÖĞRETİM OKULLARINDAKİ UYGULAMALAR**

**Ayşegül DİKER (DİNÇER)
(Yüksek Lisans Tezi)
DANIŞMAN
Doç.Dr. Hikmet SEÇİM**

Eskişehir, 1993

**Anadolu Üniversitesi
Merkez Kütüphanesi**

ÖZET

Kurumlar ve kişiler ister istemez çevreleriyle ilişki içindedirler. Bu ilişkilerin gelişigüzel yürütülmesi mümkündür. Ancak planlanmış ve belli amaçlara yöneltilmiş ilişkiler hem çok faydalı hem de kaçınılmaz bir zorunluluktur.

Bugün birçok kurum ve kuruluş halkla ilişkilere yer vermektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesinde değişik iletişim araçları kullanılmaktadır. Bunlar yazılı-sözlü ve görsel-işitsel araçlar olarak sınıflandırılmaktadır.

Planlı bir halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesinde en önemli husus, kurumun kendisini kime tanıtacağıdır. Kurumun sesini duyurmak istediği kitleye "hedef kitle" denir. Eğitim kurumlarının hedef kitesi de öğrenciler, öğretmenler, veliler, okuldaki diğer personel ve çevredeki örgütlü gruplardır (dernek, federasyon vb.).

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin yerine getirilmesinde eğitim kurumlarının, hedef kitenin bütün özelliklerini gözönünde bulundurması zorunludur.

SUMMARY

Individuals and institutions are inevitably in contact with their environment. It is possible to execute these relationships haphazardly. However, the relationships that are planned and aimed at certain goals are both very useful and an indispensable necessity. Nowadays a lot of institutions and establishments are taking public relations into account. In realizing the public relations, various means of communication are used. They are classified as written, oral and audio-visual means.

To whom the institution is to present itself is the most important point in carrying out an activity of planned public relations. People whom the institution wants to address to are called 'the target public'. The target public at the educational establishments are the students, the teachers, the parents, the others working at the schools, and the organized groups of people in the environment.

The educational institutions, have to take into consideration all the features of 'target public' in fulfilling the activities of public relations.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
1.GENEL OLARAK HALKLA İLİŞKİLER	3
1.1.Halkla İlişkiler Tanımı	3
1.2.Halkla İlişkilerin Amaçları	4
1.3.Halkla İlişkilerin Temel İlkeleri	6
1.4.Halkla İlişkilerin Tarihçesi	10
1.4.1.Dünyada Halkla İlişkiler	10
1.4.2.Ülkemizde Halkla İlişkilerin Gelişimi	13
2.HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN	
EĞİTİM KURUMLARININ ÖZELLİKLERİ	16
2.1.Okul Yönetiminin Özellikleri	16
2.2.Okulun Amaçları	18
2.3.Bir Örgüt Olarak "Okul"un Özellikleri	20
3.EĞİTİM KURUMLARININ HEDEF KİTLELERİ	22
3.1.Hedef Kitlenin Tanımı	22
3.1.1.Kurum İçi Hedef Kitle	22
3.1.2.Kurum Dışı Hedef Kitle	26
3.2.Hedef Kitlelerle İşbirliği Yolları	32
4.EĞİTİM KURUMLARI VE HALKLA İLİŞKİLER	34
4.1.Okulu Tanıtma	34
4.2.Okul Tanıtımında Kullanılan İletişim Araçları	36
4.2.1.Yazılı Araçlar	36
4.2.2.Sözlü Araçlar	39
4.2.3.Görsel-İşitsel Araçlar	41
4.2.4.Kitle İletişim Araçlarıyla İşbirliği	43
4.3.Okulun Tanıtım Kampanyası	43

5.HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNİN ORGANİZASYONU	46
5.1.Ortaöğretim Kurumlarında	
Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Organizasyonu	49
5.2.Halkla İlişkiler Bölümlerinin Görevleri	54
6.ORTAÖĞRETİM KURUMLARINDA	
HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI	57
6.1.Amaç	57
6.2.Araştırmanın Örnekleme ve Yöntemi	58
6.3.Bulgular	59
6.3.1.Kurum İçi Halkla İlişkiler	60
6.3.1.1.Öğrencilere Yönelik Gerçekleştirilen Faaliyetler	60
6.3.1.2.Öğretmenler ve Eğitimci Olmayan	
Diğer Personelle İlişkiler	62
6.3.2.Kurum Dışı Halkla İlişkiler	63
6.3.2.1.Okul-Aile Birlikleri ve Velilerle İlişkiler	63
6.3.2.2.Mezunlarla İlişkiler	65
6.3.2.3.Basınla İlişkiler	66
6.3.2.4.Diğer Okullarla ve Çevredeki Kuruluşlarla İlişkiler	67
6.4.Sonuç	69
EK: GÖRÜŞME SORULARI	71
YARARLANILAN KAYNAKLAR	73

GİRİŞ

Temel nitelikleri açısından halkla ilişkiler olgusu, çağımıza özgü bir uygulamadır. Bazı halkla ilişkiler uzmanları, halkla ilişkiler uygulamasını eski çağlara kadar götürürlerse de, onun içerik kazanması, düzenli, planlı bir çalışma olarak ortaya çıkması çağımızda gerçekleşmiştir.

Günümüzdeki halk, artık kurum ve kuruluşlardan belirgin görevler bekleyen, bu görevlerin gerçeklerini öğrenmek isteyen halktır. Bu konumuyla yirminci yüzyılın toplumuyla düzenli, aynı zamanda dikkatli bir ilişki kurmak onunla etkileşmek gerekli olmaktadır (1).

Hangi kademedede ve genişlikte olursa olsun bütün eğitim kurumları için halk denilince, akla ilk önce öğretmenler, öğrenciler, gözeticiler, profesörler gelir. Bunların görev yaptıkları kurumların yöneticileriyle ilişkileri, kendi aralarındaki ilişkileri, eğitim ve halkla ilişkiler programlarına katılımları önem kazanmaktadır. Bundan sonra da kurum yöneticilerinin, öğretim ve araştırma personelinin daha yüksek yönetim birimleriyle - diyelim rektörlük ve devletin eğitim otoriteleriyle- kuruma bağlı bulunan kaynaklarla ilişkileri gelir.

Günümüzde tüm okullarda öğrencilerle ilişkiler en önemli ilişkilerdir. Bugün hemen her ülkede görülen öğrenci huzursuzlukları bu ilişkilerin önemini gösterir. Köy okullarından üniversitelere kadar bütün eğitim kurumlarının, toplulukla ilişkiler biçiminde halkla ilişkiler sorunları vardır. Bunun farkında olan ülkeler (ABD, İngiltere, Fransa, Hol-

(1) Kazancı, Metin. **Halkla İlişkiler Kuramsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar**. Savaş Yayınları, No.2, Ankara, 1982, s.1.

landa gibi Avrupa ülkeleri, Hindistan) bir çok eğitim kurumlarında birer halkla ilişkiler görevlisi tayin ederler ya da halkla ilişkiler birimleri oluştururlar (2).

Bu çalışmanın amacı da ülkemizdeki ortaöğretim kurumlarındaki halkla ilişkiler faaliyetlerinin ne düzeyde olduğunu araştırmaktır. Bunun için de öncelikle halkla ilişkiler kavramının tanımından ve tarihsel gelişiminden hareketle eğitim kurumlarındaki durumu incelenmeye çalışılacaktır. Daha sonra da Eskişehir il merkezindeki Milli Eğitim Bakanlığına bağlı ortaöğretim okullarında bir alan araştırması yapılarak halkla ilişkiler uygulamalarının ne şekilde yürütüldüğü incelenecektir.

(2) Orrick, James B. **Halkla İlişkiler** (Çeviren: Oğuz Onaran), Ankara Ün.Siy.Bil.Fak.Yayıncılık No:1, Ankara, 1967, s.92.

1.GENEL OLARAK HALKLA İLİŞKİLER

1.1.Halkla İlişkiler Tanımı:

Kavram olarak çok yeni olan halkla ilişkiler, büyük bir hızla gelişmiş ve artık çağımızda geçerliliğini kazanmış bir bilim ve sanat dalı olarak yerini almıştır. Uzmanlar gerek ortaya koydukları uygulamalar, gerekse yaptıkları açıklamalar ile halkla ilişkilerin pek çok tanımını yapmışlardır. Bu tanımlardan bazıları şunlardır:

Halkla ilişkiler, kişinin ya da bir kurumun halkla ilgisini geliştirme ve anlama yolundaki çabalandır (3).

Halkla ilişkiler; kamu ile bir kurum, firma veya şahıs arasındaki iyi niyeti ve karşılıklı anlaşmayı gerektiren bir bilim ve sanattır (4).

Halkla ilişkiler bir bilim ve çeşitli insan grupları arasında karşılıklı çıkarların korunmasını sağlayacak uyumu yerleştirme sanatıdır (5).

Halkla ilişkiler; kamuyu ilgilendiren ya da ilgilendirmesi istenen kişi ve kuruluşlar ile bunlara ilgi duyan çeşitli kesimlerden, kitleler arasındaki ilişkilerle uğraşan iletişim dalıdır (6).

Halkla ilişkiler, şahıs veya gruplarca, belli kitlelerle sağlam ve doğru temellere dayanan bağların kurulması, onlara seçilmiş ve faydası belli olan yollarla hi-

(3) Encyclopaedia Britannica. 1967. C.18. s.833.

(4) Webster Sözlüğü. New York. 1957. s.1456.

(5) Asna, Alaaddin. "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", AİTİA Dergisi, C.3, S.1, 1971. s.205.

(6) Ana Britannica Ansiklopedisi. C.10. S.313.

tap edilmesi ve onlardan alınan tepkilerin değerlendirilerek tutulacak yönün tayini ve bir taraftan da toplumdan anlayış ve destek görmesi gayesi ile iki yönlü bir haberleşme sisteminin haberleşme sisteminin planlı bir tarzda kurulmasıdır (7).

Bu tanımlardan hareketle halkla ilişkilerin şu şekilde bir tanımını yapabiliriz.

Halkla ilişkiler; kâr amacı güden veya gütmeyen tüm kurum ve kuruluşların, onları ilgilendiren ve ilgilendirmesi istenen kitlelerle (hedef kitle) belirli yöntemler kullanılarak ilişki kurma ve imaj yaratmaya yönelik bir yönetim faaliyetidir.

1.2.Halkla İlişkilerin Amaçları

Halkla ilişkilerin temel amacı, kurum ya da işletme için iyi niyet, destek ve şöhret sağlamaktır. Ancak bu amacın gerçekleşmesini sağlayan daha belirgin amaçlardan söz edilebilir.

Yukarıda verilen tanımlardan da anlaşılabilceği gibi, ilk göze çarpan özellik, halkla ilişkiler faaliyetinin karşılıklı oluşudur. Halkla ilişki kuran kişi ya da kurum karşısındakine bir mesaj verirken, o kitleden bir mesaj almaktadır. Bu da halkla ilişkilerin temel ögesinin iletişim olduğunu göstermektedir. İletişim halkla ilişkilerin en temel konusudur. Sistemli ve bilinçli bir şekilde yürütülen halkla ilişkiler çabalarında en başta yapılan kuruluştan halka, halktan da kuruluşa bilgi akımını sağlamaktır. Bu amaçla çağımızın gelişmiş teknolojisinin verdiği olanaklardan etkin biçimde yararlanılması beklenilmektedir. (8)

(7) Koryürek, E.Cüneyt. "Halkla İlişkiler ve Reklamcılık" içinde: F.Maviş (der.), **Halkla İlişkiler (Seçme Yazılar)**, AÖF Yayını: No: 66, Eskişehir, 1986, s.260.

(8) Yalçındağ, Selçuk. "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", **Halkla İlişkiler Sempozyumu**, TODAİE Yayını No: 221, Ankara, 1987, s.57.

Halkla ilişkilerde bu iki yönlü iletişimin birinci yönünü kurumun ya da işletmenin halka tanıtılması, ikinci yönü de kurumun yaptığı hizmetlerle ilgili olarak halkın beklentileri, dilek ve yakınmalarını öğrenme, başka bir deyişle tanıma oluşturmaktadır.

Uygulamada halkla ilişkilerin başlıca üç aşamadan geçme zorunluluğu vardır. Bunlar:

- a) Dikkat çekmek,
- b) İnanç ve güven vermek,
- c) Anlayışı sağlamaktır.

Bu aşamalardan sonra ulaşılabilecek amaç, halka bir tutum benimsemeleri veya bir hareket tarzını izlemeleri konusunda inanç vermektir (9). Başka bir deyişle halkla ilişkilerin amaçları şu şekilde sıralanabilir (10):

- a) Halkı aydınlatmak, onlara çalışmalarını benimsetmek.
- b) Halkta yönetime karşı olumlu davranışlar yaratmak.
- c) Halkın yönetimle olan ilişkilerinde işlerini kolaylaştırmak (Müracaatı kolaylaştırmak, bilgi vermek vb).
- d) Kararların isabet derecesini artırmak için halktan bilgi almak.
- e) Kanun ve nizamlara uyulmasını sağlamak için bunlar hakkında halka aydınlatıcı bilgiler vermek (Trafik kuralları, yasaklar vb).

(9) Aşkun, İnal Cem. "İşletmelerde Halkla İlişkiler", **ESADER**, C.IX, S.2, (Haziran 1973), s.4.
(10) Tortop, Nuri. "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", içinde: F.Maviş (der.), s.134.

f)Halkla işbirliği sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlamak (okul, hastane, yol yapımı, okul aile birliği toplantıları, vb.).

g)Halkın dilek, istek, tavsiye ve şikayetlerinden yapılan çalışmalardan yararlanmak, aksaklıklann giderilmesi için yapılan çalışmalarda bunlan değerlendirmektir.

1.3.Halkla İlişkilerin Temel İlkeleri

İngiltere'de bulunan Halkla İlişkiler Enstitüsü halkla ilişkilerin iki temel ilkesi olduğunu ifade etmektedir (11):

a)Kamuoyunu araştırıp değerlendirerek organizasyona (firmaya) tanıtmak,

b)Kamuoyu ile işbirliği yaparak, etkili bir iletişimle kamuoyunu etkisi altına almaktır.

Bu ilkeleri gerçekleştirebilmek için de şu aşamalardan geçilmelidir:

a)Hedef kitlenin analizi: İşletmenin müşterileri, hissedarları, satıcılar, personel, rakipler, yöneticiler, yerel yönetim ve basının incelenerek tanınması.

b)Plan-Program: Halkla ilişkiler programı hazırlanırken kamuoyu ile işletme arasında doğru ve etkili bir iletişim kurabilmesi için halkla ilişkiler tekniklerinin bu programda belirtilmesi gerekir.

(11) Cutlip M.S. and Center H.A., **Efective Public Relations**, Prentice Hall, Newjersey, 1971, s.6.

c) Araçların Temini: Programda belirlenen araçların etkili olabilmesi için önceden temin edilip, kullanıma hazır olması gerekir.

Görüldüğü gibi halkla ilişkiler, gerek örgüt içinde, gerekse örgüt dışındaki özellikleriyle çeşitli çevrelere işletmenin veya kurumun konumunu ve görüntüsünü aktarmaktır. Yukarıda saydığımız ilkeler ışığında bu görüntüyü aktarıırken bir takım özelliklere dikkat etme zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir (12):

a) İki yönlü bir iletişim kurmak.

b) Doğru bilgi vermek.

c) İnanlılık.

d) Sabırlı çalışmak.

e) Yaygın sorumluluk.

f) Açıklık.

g) İmaj yaratmak.

a. İki yönlü iletişim kurmak: Halkla ilişkiler karşılıklıdır. İlişkide bulunan kitleye birşeyler verilmekte ve ondan birşeyler alınmaktadır. Bilinçli bir halkla ilişkiler kampanyası ile bir yandan kamuoyuna gerekli bilgiler sunulurken onun ilgi ve desteği kazanılırken, diğer taraftan halkın kurumdan ya da işletmeden beklentisi, istek ve tepkileri anlaşılmasına çalışılmaktadır. (13)

(12) Sabuncuoğlu, Zeyyat. İşletmelerde Halkla İlişkiler. Bursa, 1992, s.39.

(13) Tortop, Nuri. "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", **AİTİA Dergisi**, C.3. S.1, 1971, s.208.

b.Doğru bilgi vermek: Kamuoyunun inanç ve desteğinin kazanılması, halka doğru bilgi vermekle mümkündür. Halkla ilişkiler sanatında yalnız gerçeğin yeri vardır, gerçeğ olan duyurulur, tanıtılır.

Halkla ilişkilerde amaç, bir işletmeyi olmak istediği gibi değil, olduğu gibi tanıtmaktır. Gerçeğ olmayan, yanlış ya da eksik bilgilerle hazırlanmış mesajların ileride gerçeğleri yansıtmadığı anlaşıldığında etkisini silmek daha zordur (14). Halkla ilişkiler ile ilgilenenlerin halkın yanıltılamayacağı ve aldatılamayacağını bilmelerinde yarar vardır.

c)İnandırıcılık: Halkla ilişkilerin metodu inandırmadır. Halkın inanmadığı desteklemediği şeyleri gerçekleştirmek kolay değildir. Halkla ilişkiler çabalarının karşı tarafa güven ve inanç aşılması gerekir. Bir mesajın inandırıcı olması için verilen bilgi ile elde edilen sonucun tutarlı olması gerekir. Sonuçların başarılı olduğunu gören toplum girişilen çabalara destek verir ve toplumla bütünleşme daha kolay sağlanır (15).

d)Sabırlı çalışmak: Halkla ilişkiler sürekli bir faaliyettir. Kurum ya da işletme hedef kitesine bir gün ya da bir ay gibi kısa bir sürede ulaşamaz. Hazırlanan halkla ilişkiler plan ve programları, kamuoyunda etki yaratabilmek için düzenli ve sürekli bir çalışmayı gerektirir. Bu da zamana ve sabırlı bir çalışmaya bağlıdır (16).

e)Yaygın sorumluluk: Halkla ilişkiler çabaları sadece halkla ilişkiler görevlilerinin yapacağı faaliyetler değildir. Yöneticiden başlayarak tüm personelin, hizmetlilerin kendilerini halkla ilişkiler konusunda sorumlu hissetmeleri gerekir. Bu da

(14) Sabuncuoğlu, s.40.

(15) Asna, Alaaddin, **Halkla İlişkiler**, İstanbul: İTİA Yayınları, 1979, s.232.

(16) Tortop, s.208.

halkla ilişkiler eğitiminin hizmetiçi eğitim kapsamına girmesi ve sürekli olmasını gerektirir.

f) Açıklık: Halkla ilişkilerin titizlikle üzerinde durması gereken ilkelerden birisi de açıklıktır. Günümüzün modern işletmecilik anlayışına göre yöneticiler şeffaf olmalıdır. Kurum veya işletmeyle ilgili bilgiler hedef kitleye gerçekleri gizlemeden iletilmeli, örgüt yapısı, finansal durumu, sosyal içerikli çalışmaları açıklanmalıdır. Böylece kamuoyunun destek ve güveni daha çok sağlanacak ve zaman içinde gelişecektir (17).

g) İmaj yaratma: İmaj insanların kafalarında oluşan düşünsel resimlerdir. Bu resimler dolaylı ya da dolaysız algılar ve deneyimler sonucunda oluşmaktadır. Bu bağlamda kişilerin kuruluşlar hakkında duydukları, gördükleri ya da doğrudan kuruluşla ilişki kurduklarında edindikleri izlenimin görüntüsü "kurum imajı" ya da "firma imajı" olmaktadır (18).

Halkla ilişkilerin en önemli ilkelerinden ve belki de amaçlarından birisi kamuoyunda olumlu bir firma imajı yaratma çabasıdır. Eğer bir firma kamuoyunda güvenilir, dürüst ve topluma yararlı hizmetler yaptığı izlenimini yaratmışsa, o firmanın kriz dönemlerinde toplumu ve devleti yanında görme ve krizden kurtulma şansı çok yüksektir. Bir işletmenin başarısı, ürün ve hizmetin maliyeti, kalitesi, firmanın dürüstlüğü ve toplumcu davranışlarıyla kanıtlanır. Bu faktörler de halkla ilişkiler açısından önemli sonuçlar yaratır (19).

(17) Sabuncuoğlu, s.42.

(18) Gökyay, Birtan. "Bir Kuruluşta Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi", **Halkla İlişkiler Semineri**, MPM Yayın No: 106, Ankara, 1971, s.108.

(19) Sabuncuoğlu, s.44.

1.4. Halkla İlişkilerin Tarihçesi

1.4.1.Dünyada Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler, ayrı bir yönetsel uzmanlık dalı olarak dünyada oldukça yenidir. Yapılan incelemelere göre İngiltere'de halkla ilişkiler deyimini ilk kez Amerika Birleşik Devletleri başkanı Thomas Jefferson tarafından 1807 yılında kongreye gönderdiği bir mesajda kullanılmıştır. Deyimi ilk kullananlardan bir diğeri de Dorman Eaton adlı New Yorklu bir hukukçu olmuştur. Bu hukukçu 1882 yılında Yale Üniversitesi Hukuk Fakültesi'ni bitirirken mezunlara hitaben yaptığı konuşmada, "Hukuk Mesleğinin Halkla İlişkileri ve Ödevleri" başlığını kullanmıştır (20).

Halkla ilişkilerde düzenli ve planlı ilk uygulama örneği ise yine Amerika Birleşik Devletlerinde 1896 yılında yapılan seçim kampanyalarıdır. Seçim afişleri, broşürler, basın bültenleri gibi halkla ilişkiler teknikleri bu dönemde planlı olarak kullanılmıştır (21).

20.yüzyıla kadar nispeten küçük kasaba ve kentlere yaşayan insanlar arasındaki çoğu zaman yüzyüze iletişime dayalı ilişkiler, hızlı bir kentleşme sonucu önemli bir nitelik değişikliğine uğramıştır. Kamuoyu gittikçe güç kazanmış, insanlar haklarının bilincine varmaya ve yurttaş olarak kişilik haklarına saygı gösterilmesini istemeye başlamışlardır. Devlet faaliyetlerinin alanı geliştikçe kamuoyu devlet faaliyetleri üzerinde kendisini oldukça hissettiren bir etki yapmaya başlamıştır. Bu etki çalışan grupların bağdaştırılması ve çeşitli gruplarla düzenli iletişim kurulmasını zorunlu kılmıştır. Örgütlerle, onlarla ilgili kişiler ve gruplar arasındaki mesafenin uzunluğu, bu

(20) Mihçioğlu, Cemal. "Halkla İlişkiler Nedir? içinde: F.Maviş (der.), s.16.

(21) Alatlı, İşıl. **Halkla İlişkiler Ders Notları** (yayımlanmamış ders notları), 1985, Eskişehir.

uyumun sağlanması için özel çabalara gereksinim olduğunu göstermiştir. Toplumda ve örgüt yapılarındaki büyüme ve gelişme büyük bir hızla kitle iletişim araçlarının kullanılmasını zorunlu hale getirmiştir.

Böylece kendine özgü bazı tekniklerin kullanılmasını gerektiren halkla ilişkiler alanı gelişmiş ve önem kazanmıştır (22).

20.yüzyılda Ivy Lee adındaki bir gazeteci halkla ilişkilerin gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Günümüzdeki anlamı ve yorumuyla ilk halkla ilişkiler bürosu 1903 yılında ABD'de New York'ta kurulmuştur. Eski bir gazeteci olan Lee, önceleri "Basınla İlişkiler" işlevini yürüten bürosunu daha sonra (1906) beliren gereksinime paralel olarak geliştirmiş ve günümüz halkla ilişkilerini öz bir biçimde oluşturmaya yönelmiştir. Büyük iş adamı John D.Rockefeller'in kişisel danışmanlığını da üstlenen Lee 1914 yılındaki grevler sırasında Colorado'daki tüm gazetelere tam sayfa ilanlar vererek işverenin görüşünü halka açıklamak için büyük bir kampanya başlatmıştır. Lee, Rockefeller hakkındaki "tamahkar ihtiyar kapitalist" imajını "çocuklara bir sent, hayır kurumlarına milyonlarca dolar veren iyi kalpli ihtiyar" olarak değiştirme mucizesini göstererek büyük bir başarı kazanmıştır (23).

Edward L.Bernays'ın 1923 yılında yayınlanan "Crystallizing Public Opinion" (Kamuoyuna Biçim Verme) adlı eseri, bu konuyu ele alan ilk kitap olmuştur. Bernays aynı yıl içinde New York Üniversitesinde bu alandaki ilk dersi okutmuştur. Walter Lippman 1922 yılında "Public Opinion" (Kamuoyu) adlı klasik eserini yayınlamakla kitle haberleşmesi ve kamuoyunun etkilenmesi ile ilgili sorunlara ışık tutmuştur. Sosyal bilimlerin aynı tarihlerde kamuoyu, propaganda süreci ve baskı gruplarının faaliyetleri üzerine yaptıkları incelemeler halkla ilişkilerin gelişmesinde önemli rol oynamıştır (24).

(22) Mihçioğlu, s.16.

(23) Kadıbeşgil, M.Salim, **Halkla İlişkilerde Temel İlkeler**, Tükel Mat.A.Ş., İzmir, 1986, s.19.

(24) Mihçioğlu, s.17.

1929 yılında ABD'de patlak veren büyük Ekonomik Bunalım dönemi ile birlikte daha iyi anlaşılabilir halkla ilişkilerin önemi artmıştır. O güne kadar "lüks" izlenimi veren "bilgi/enformasyon" bir zorunluluk durumuna gelmiştir. Bir anda ülkede sayıları 12 milyon bulan işsizler ordusu ortaya çıkmıştır. Franklin D.Roosevelt "kamuoyunun desteği ile başarıya ulaşılır, onun desteği olmadan hiçbir şey başarılamaz" sözünü yine bu dönemde söylemiştir.

Halkla ilişkilerin danışmanlık fonksiyonu Edward Bernays ile başlamıştır. Bernays programlarında kuruluşların yönetim birimlerinin politikalarını, ne şekilde uygulaması halinde kamuoyunu etkileyebileceklerini, danışmanlık hizmetleri vererek kanıtlamıştır.

Halkla ilişkilerin gelişmesine yönelik önemli adımlar, araştırmaların bilimselleştirilmesiyle başlamıştır. George Gallup, Elmo Roper, Claude Robinson ve diğer araştırmacılar kamuoyunun eğilimlerini belirleyen düzenli, sistematik araştırmalar yapmaları ve halkla ilişkilerin bu araştırmaların sonuçlarından yararlanmaları önemli gelişmeler sağlamıştır. Bunlardan sonraki en önemli gelişme 1944 yılında halkla ilişkilerin ABD'de örgütsel bir bütünlük kazanması olmuştur. American Public Relations Society (APRA) 1948 yılında kurulan Public Relations Society of America ile 1961 yılında birleşmiştir. Günümüzde örgütün 11.800 üyesi bulunmaktadır. Öte yandan yine 1948'de İngiltere'de Halkla İlişkiler Enstitüsü adında bir kuruluş oluşturulmuştur.

ABD'deki gelişmeye paralel olarak Avrupa ülkelerinde de benzer gelişmeler olmuş ve kısa sürede tüm dünyaya yayılmıştır. Halkla ilişkiler artık üniversitelere girmiş, bir bilim olarak kabul edilmiştir (25).

(25) Kadıbeşgil, s.20-21.

1.4.2.Ülkemizde Halkla İlişkilerin Gelişimi

Halkla ilişkilerin tanıtma ve enformasyon işlevleri, tarihin her devrinde değişik biçimlerde uygulanmıştır. Göktürk'lerin Orhun Abideleri bunun ilk örnekleri arasındadır. Selçukluların büyük devlet adamlarından Nizamülmülk'ün "siyasetname" adlı eserinin bazı bölümlerinde, yönetimin halkın tutumu hakkında yeterli ve doğru bilgiye sahip olması gerekliliğine işaret edilmektedir. Aynı kitapta, yabancı ülke temsilcilerine ve elçilere gösterilecek ilginin önemi üzerinde durulmakta, bu kişilere yapılacak muamelelerin temsil ettikleri ülkeye yapılmış olacağı açıklanmaktadır.

Osmanlı döneminde bazı elçilerin seferlere davet edilmesi, devletin zaferlerinin, İslam ülkelerine fetihname ve hediyelerle duyurulması, Fatih döneminde tanınmış sanatçıların ülkeye davet edilmeleri, cuma namazlarında halkla görüşme saatleri ayrılması, halkın şikayetlerinin doğrudan sadrazamlar tarafından dinlenmesi, yönetenlerle-yönetilenler arasındaki iletişim köprülerine örnek olarak gösterilebilir.

Cumhuriyet Türkiye'sinde enformasyon ve tanıtma yolunda bizzat Atatürk tarafından adımları atılmış, yeni cumhuriyetin sesini iç ve dış dünyaya duyurması için 6 Nisan 1920'de Anadolu Ajansı kurulmuş, reformların halka tanıtımı doğrudan büyük önder tarafından yapılmıştır.

Şimdiki adı basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü olan kurum 6 sayılı kanunla 1920 yılında Atatürk'ün önderliğinde kurulmuştur. Büyük önder o zamanki "Matbuat ve İstihbarat Müdiriyet-i Umumiyesi"nin kuruluşu nedeniyle, "milli menfaatlerimizin, haklı ve meşru davamızın savunulması yolunda böyle bir teşkilatlanma silahlanma kadar önemlidir" diyerek iletişimin ve tanıtımın önemini vurgulamıştır (26).

(26) Kadıbeşgil, s.22.

Halkla ilişkiler kavramı ve konuyla ilgili ciddi çalışmalar ülkemizde 1960'larda başlamıştır. Dış İşleri Bakanlığı Enformasyon Genel Müdürlüğü, Milli Savunma Bakanlığı Basın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı gibi kuruluşlar; ülkemizde bir kuruluş içinde tesis edilmiş ilk halkla ilişkiler üniteleri olmakla birlikte, çalışmalarını, bağlı oldukları kuruluşların basın sözcülüğünden öteye gidememiştir (27).

Modern anlamda ilk halkla ilişkiler ünitesi 1960 devriminden sonra kurulan Devlet Planlama Teşkilatında görülmüştür. Teşkilatın kuruluş kanununda, teşkilat şeması içinde yüksek düzeyde yer alan "Temsil Şubesi" Türkiye için çok yeni bir konu olan planlama fikrinin kamuoyuna benimsetilmesinde önemli rol oynamıştır.

1964'te özel bir kanunla kurulan Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü'nün teşkilat şemasında, yine yüksek düzeyde yer alan "Tanıtma ve Halk Eğitimi Müdürlüğü" de kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler çabalarına öncülük eden bir başka kuruluştur. Bu iki kuruluşu, öteki kamu kuruluşlarındaki halkla ilişkiler üniteleri izlemiş, daha sonra özellikle İstanbul ve İzmir'deki özel kuruluşlarda kapılarını halkla ilişkilere açmışlardır.

Bir yandan yukarıda saydığımız bu gelişmeler olurken, diğer yandan da halkla ilişkiler üniversitelere girmeye başlamış ve bilimsel bir nitelik kazanmıştır. İlk kez 1966'da Siyasal Bilgiler Fakültesine bağlı Basın Yayın Yüksek Okulunda bir "Halkla İlişkiler" bölümü kurulmasıyla halkla ilişkiler eğitimi başlamıştır. 1973 yılında İstanbul'daki Gazetecilik Enstitüsü'nün öğrenim süresi dört yıla çıkarılarak adı "Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu" olarak değiştirilmiştir (28).

Daha sonra Ankara, Ege ve Gazi Üniversiteleri bünyelerinde yer alan Basın Yayın Yüksek Okulları ders programları içinde halkla ilişkilere özel bir önem vermeye

(27) Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, C.6, İstanbul: İletişim Yayınları, 1984, s.1670.

(28) Asna, s.10.

başlamış, düzenledikleri seminer, sempozyum ve konferanslarla Türkiye'de bu konunun gelişmesine katkıda bulunma çabası içinde girmişlerdir (29). 1982 yılında ise Anadolu Üniversitesi, İletişim Sanatları adı altında reklamcılık ve halkla ilişkiler konusunda lisans ve lisansüstü eğitime başlayan ilk üniversite olmuştur (30).

Henüz sayıları az olan halkla ilişkiler uzmanları, 1972 yılında bir araya gelerek "Türkiye Halkla İlişkiler Derneği"ni kurmuşlar, ilk çalışma olarak "Sevk ve İdare Demeği" ile ortaklaşa "Halkla İlişkiler Semineri" düzenlemişler ve bu seminer büyük ilgi toplamıştır.

Ankara, İstanbul ve İzmir'de üyeleri bulunan Halkla İlişkiler Demeklerinin başlıca amacı; her meslek kuruluşunda olduğu gibi, halkla ilişkiler mesleğinin gelişmesini kanalize etmek ve bu gelişmeye yardımcı olmaktır. Demek amaçlarını belirlerken iki nokta üzerinde durmuştur (31):

1.Bütün kamu ve özel kuruluşların halkla ilişkiler konusunun bilincine vararak, kadrolarında halkla ilişkiler elemanlarına yer vermek.

2.Kuruluştaki halkla ilişkiler uzmanlarının, batı ülkelerinde olduğu gibi, yüksek düzeylerde çalışarak kuruluşun en başındaki yöneticilere yardımcı olmak.

(29) Göksel, A. Halkla İlişkiler. Bilgehan Basımevi, İzmir, 1988, s.21.

(30) Yüksel, A.Haluk. "İletişim Biçimi Eğitimi Sorunu ve Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi İletişim Bilimleri Fakültesi Modeli", **Kurgu Dergisi**, S.6, Eskişehir, 1989, s.220.

(31) Asna, s.11.

2.HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN EĞİTİM KURUMLARININ ÖZELLİKLERİ

Kurum ve kuruluşların halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütürken, kurumun amaçlarının ve özelliklerinin çok iyi bilinmesi gerekir. Halkla ilişkiler faaliyetini gerçekleştirecek ekip de düzenleyecekleri kampanyalarda bu bilgilerden hareket edecektir. Bu nedenle eğitim kurumlarının özelliklerinin bilinmesinde yarar vardır.

Eğitim kurumları olarak okulların yönetimi ve işleyişi bakımından diğer mal ve hizmet üreten kuruluşlardan çok fazla farkı yoktur. Ancak bazı ayırıcı özellikleri vardır. Konumuz açısından bunları şu ana başlıklar altında inceleyebiliriz.

- 1.Okul yönetiminin özellikleri
- 2.Okulun amaçları
- 3.Bir örgüt olarak okulun özellikleri

2.1.Okul Yönetiminin Özellikleri

Okul yönetimi, kamu yönetiminin özel bir alanı olarak düşünülebilir. Gerçekte eğitim faaliyetlerinin özel sektöre bırakıldığı durumlarda bile, devletin gözetim ve denetimi ile sınırlandırıldığı için bir kamu görevidir. Okul yönetimi, devletin eğitim politika-

larını ve yetkili organların bu politikalar doğrultusunda saptadığı eğitim amaçlarını gerçekleştirmekle yükümlüdür (32).

Okul yönetimini, diğer mal ve hizmet üreten işletmelerin yönetiminden ayıran özellik, eğitimin özelliğinden kaynaklanmaktadır. Eğitimin en önemli konusu insandır. Eğitim yönetimi de insanların oluşturduğu toplumu her yönden geliştirip zenginleştirmeyi amaçlar (33). Dolayısıyla toplumla çok sıkı bir ilişki halindedir.

Okul, ırk, dil, cinsiyet, ekonomik durum, yetişme yeri gibi özellikler yönünden hiçbir ayırım yapılmadan, çevre halkının kendi çocukları tarafından temsil edildiği demokratik bir örneği oluşturmaktadır (34). Bu nedenle de hedef kitlesi çok geniş bir yelpaze oluşturmaktadır.

Okul, toplumdaki tüm grupların dikkatlerinin odak noktasıdır. Hiçbir toplumsal grubun gözardı edemeyeceği kadar önemli bir eğitim kurumudur. Okulun toplumdaki bu kritik durumu, onun da topluma, toplumsal kurum ve kuruluşlara karşı duyarlı olmasını gerektirmektedir. Okul, eğitim konusunda farklı gruplarla ilişki kurmak ve bu ilişkilerinde çok dikkatli ve duyarlı olmak durumundadır (35).

Bu açıklamalardan hareketle, okul yöneticilerinin sorumlulukları, diğer kurum yöneticilerinin sorumluluklarıyla benzerlik taşımaktadır. Okul yöneticisinin sorumlulukları şu şekilde sıralanabilir (36):

(32) Kaya, Yahya Kemal. *Eğitim Yönetimi*, Ankara, 1991, s.45.

(33) Bursalıoğlu, Ziya. *Eğitim Yöneticisinin Davranış Etkenleri*, Ankara Ün. Eğit. Fak. Yayını, No.87, Ankara, 1980, s.3.

(34) Alıç, Mehmed. *Eğitim Biliminde Çağdaş Gelişmeler*, AÖF Yayını No:203, Eskişehir, 1991, s.132.

(35) Aydın, Mustafa. *Eğitim Yönetimi*, Hatipoğlu Yayınevi, Ankara, 1988, s.129.

(36) a.g.k., s.131.

- a)İnsanlarla etkili çalışma:** Burada anlatılmak istenen insanlar, bürokratlar, diğer meslektaşlar, öğretmenler ve öğrencilerdir. Bu insanların hepsi de önemlidir. Ancak yönetim açısından özel önem taşıyan gruplar öğretmenler ile öğrencilerdir.
- b)Etkili bir işletme yönetimi:** Okulun temel etkinliği öğretimdir. Diğer tüm etkinlikler yardımcıdır. Ancak bu etkinlikler uzmanca ve doğru olarak yürütülmezse öğretim programı aksar ve halkın okula olan güveni sarsılır. Okulla sıkı bir ilişki içinde olan çevre, bu hizmetlerdeki yetersizliği çok çabuk fark eder.
- c)Mesleğe hizmet:** Öğretim kurumlarında öğretmenlik yapmak, eğitim konusunda çevreyi aydınlatmak, konferanslar vermek, danışmanlık yapmak, konuyla ilgili yazılar yazmak, mesleğe hizmet olarak düşünülebilir.

2.2.Okulun Amaçları

Okulun amaçları, örgüt içindeki ve dışındaki değerler üzerine kurulur. Örneğin; bir ülkedeki eğitim kurumunun amaçlarını saptamak, sadece o örgüt üyelerinin tekelinde değildir. Eğitim önce sosyal, sonra politik, daha sonra mesleksi bir girişimdir. Önce sosyal bir girişimdir. Çünkü, toplumun yetişmemiş üyelerini eğitmek herşeyden önce, yetişmiş üyelerine düşen bir görevdir. Ayrıca eğitimin girdisinin toplumdaki geldiği, çıktısının da aynı topluma gittiği unutulmamalıdır. Politik bir girişimdir çünkü, demokratik ülkelerde düzenli baskı grupları ve güç yapıları, eğitim üzerine doğrudan veya dolaylı çeşitli etkiler yaparlar. Bu bakımdan, bir eğitim kurumunun amaçlarını saptarken, örgüt

dışındaki değerlerin ne ölçüde dikkate alındığı önemlidir. Örgüt dışı değerler dikkate alınmadığında, halkla örgüt üyeleri devamlı bir sürtüşme içinde kalır (37). Bu da halkla ilişkiler faaliyetinin başarısını etkiler.

Uygulamada eğitim kurumlarının amaçları örgütsel amaçlar ve yönetsel amaçlar olarak gruplandırılabilir (38):

Örgütsel amaçlar,

1-Milli eğitimin amaçları

2-Okulun amaçları

3-Dersin amaçları

4-Konunun amaçları.

Milli eğitimin amaçları, toplumsal felsefe ile tutarlı, Milli Eğitim Politikasına uygun, kapsamlı ve genel nitelikli amaçlardır. Okul, ders ve konu amaçları, birbirleriyle ve Milli Eğitimin amaçlarıyla uyumlu olmak zorundadır.

Yönetsel amaçların işlevi ise, örgütsel amaçları gerçekleştirmektir. Örgütsel amaçların hangi nitelik ve nicelikte gerçekleşeceği, bunun için okulun nasıl işletilmesi gerektiği konusu yönetsel amaçlarla ilgilidir.

(37) Bursalıoğlu, Ziya. **Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış**, Pegem Yayını No:2, Ankara, 1991, s.19.

(38) Aliç, s.133.

2.3. Bir Örgüt Olarak "Okul"un Özellikleri

Okul örgütü, diğer pek çok kurum ve işletme örgütünde olduğu gibi bürokratik ve formal bir örgüttür. Bürokratik bir örgüttür çünkü, örgütün görevleri, konumlar arasında resmi görevler olarak paylaştırılmıştır. Görevler arasında açık ve net bir işbölümü vardır. Konumlar ya da bürolar hiyerarşik bir otorite yapısı içinde örgütlenmiştir. Formal bir örgüttür. Formal örgütten sözedebilmek için üç ögenin bulunması zorunluluğu vardır. Bunlardan ilki ortak bir amacın bulunmasıdır. İkinci öge bu amacı gerçekleştirecek, işbirliği yapacak yeterli sayıda bireyin bulunmasıdır. Üçüncü öge ise ortak amaçların gerçekleşebilmesi için önce ilgililer tarafından bilinmesi, anlaşılması gerekmektedir. Bu nedenle de örgütsel iletişim zorunludur (39). Okul örgütü bürokratik ve formal bir yapıdadır. Ancak benzeri örgütlerden ayıran bazı özellikleri vardır.

Okulun örgüt özelliklerinden birincisi, okulda çeşitli değerlerin bulunması ve bu değerlerin çatışma halinde olabilmesidir. Okulun başlıca görevi içinde olduğu kadar, dışında da çatışan bu sosyal, politik ve ekonomik değerleri uzlaştırmak ve dengelemektir. Okul bireyin topluma uyumunu sağlamak için kurulmuş bir örgüt olduğundan, toplumun koşullarını bireye açıklamak zorundadır (40). İkinci özellik olarak, okul örgütünün ürünü değerlendirme güçlüğü gelir. Okulun amaçları, diğer örgütlere göre daha karmaşıktır. Bu karmaşıklık eğitimcilerin toplum tarafından eleştirilmesini artırmaktadır. Okul örgütünün temel faaliyeti olan öğrenmenin ürünü, insan davranışındaki değişiklik olduğundan, diğer örgütlere oranla üretim hataları hemen fark edilemez. Bunları beklemek, gizlemek ve değerlendirmek zaman ve sabır gerektirir. Üretim hatasını belirlemek ve düzeltmek öğretmen, anne ve babaya düşmektedir (41).

(39) Aydın, s.9.

(40) Lane W.R., Corwin R.G., Manahan W.C. **Foundations of Educational Administration**, MacMillan Comp. New York, 1968, s.62.

(41) a.g.k., s.229.

Okul örgütünün üçüncü özelliği özel bir çevrede oluşudur. Bu özel çevre oluşturulurken, gerçek çevre olmayıp, olması istenen veya olupda istenmeyen kavram ve süreçlerin bu özel çevrede yer alıp almamasına dikkat edilmiştir. Özel çevrenin görevi çocuğa gerçek toplumu kolaylaştırarak, temizleyerek, dengeleştirerek öğretmektir. Okul yönetiminin görevi de okul ve toplum arasındaki köprüyü kurabilmektedir. Okul yönetimi çevreyle iyi ilişkiler kurarak, okul-toplum bütünleşmesini sağlayarak uyumu gerçekleştirecektir. Diğer örgütlerin böyle bir yükümlülükleri olmadığı gibi, hiçbir örgüt topluma okul kadar yakın değildir (42).

Okulun diğer bir özelliği de bürokratik bir kurum oluşudur. Bu özellik çevredeki örgütlü gruplara ve onların baskılarına karşı bir güvenlik sağlamaktadır (43).

Her örgüt gibi okul örgütünün de kendine özgü bir kişiliği vardır. Bu kişilik örgütün havasında görülür. Aynı bölgede bulunan okulların bile kişilikleri birbirlerinden farklıdır. Okul kişiliği okul yöneticisinin liderlik özelliğiyle de yakından ilgilidir. Çok disiplinli bir okul ya da o okulun öğrencileri çok aktif gibi anlatımlar okul kişiliğinin göstergesi olmaktadır (44).

(42) Dewey, John. **Democracy and Education**. MacMillian Comp. New York, 1965, s.25.

(43) Bursalioğlu, s.34.

(44) Bursalioğlu, s.35.

3.EĞİTİM KURUMLARININ HEDEF KİTLELERİ

3.1.Hedef Kitlenin Tanımı

Planlı bir halkla ilişkiler faaliyetinin yürütülmesinde en önemli konu kurumun, işletmenin kendisini kime tanıtacağı konusudur. Kurumun veya işletmenin sesini duyurmak istediği kitleye "hedef kitle" denilmektedir (45).

Hedef kitle temel olarak iki ana başlıkta incelenebilir (46):

1.Kurum içi hedef kitle

2.Kurum dışı hedef kitle

3.1.1.Kurum İçi Hedef Kitle

Halkla ilişkilerin gerçek amacı tanıtımdır. Kampanyalar planlanıp, programlanırken işletme veya kurum önce içerideki çevreye kendisini tanıtmaktadır. Kendi içindeki çevreye ulaşamayan ve öncelikle kendi personeline kurumu tanıtamayan kurum dışı hedef kitle üzerinde başarılı olamaz. İç hedef kitle şu gruplardan oluşur (47):

a)Personel

(45) Ramazanoğlu, Ahmet. "Yönetici Halkla İlişkiler" içinde: F.Maviş (der.), s.45.

(46) Sabuncuoğlu, s.79.

(47) Lesly, Philip. **Lesly's Public Relation Handbook**, PrenticeHall, New York, 1983, s.255.

b)Ortaklar

c)Sendikalar.

Eğitim kurumları açısından i hedef kitle okulu meydana getiren ve onun yapısında yer alan bireyler ve oluşturduğu çevredir. Okul yöneticileri, öğretmenler, öğrenciler, memurlar ve diğer personel bunlar arasındadır (48).

Okul Yöneticileri: Okulun amaçlarını gerçekleştirecek, yapısını yaşatacak ve okulun kişiliğini koruyacak en önemli ge okul yöneticileri ve okul müdürüdür (49).

Okul müdürünün konumu, çevrenin okula ilişkin beklentilerini ve okulun bu beklentileri karşılama gücünü kavramayı gerektirir. evre ile ilişkiler konusunda okul müdürünün sorumlulukları şu şekilde sıralanabilir (50).

a)evre kalkınması,

b)Eğitim gereksiniminin belirlenmesi,

c)ğretim programının yorumlanması,

d)evrenin eğitimi desteklemeye özendirilmesi,

e)Diğer kuruluşların rolünün yorumlanması,

f)evresel değerlerin okul içindeki kadroya yorumlanması,

g)Okul ie evre arasında iletişimin kurulması.

(48) Cutlip & Center, s.574.

(49) Lane-Corwin-Monahan, s.55.

(50) Aydın, s.137.

Okul yöneticileri bu sorumlulukları yerine getirirken çeşitli gruplarla işbirliği yaparlar. Eğitimcilerin literatüründe "Referans grupları" adı verilen bu gruplar arasında üst makamlar (bakanlık yetkilileri vb.) öğretmenler, veliler, öğrenciler, toplumdaki bazı resmi ve özel kurum ve kuruluşlar ile örgütlü olmayan toplumun diğer güçleri yer alır. Bu gruplar okul yönetiminin ayrılmaz bir parçasıdır (51).

Öğretmenler: Bir eğitim kurumu olarak okulun en önemli parçalarından biri öğretmenlerdir. Okula kişilik kazandıran, okulun imajını belirleyen ögeler; öğretmenin sosyal sınıfı, kişiliği, okulla bütünleşmesi, eğitim ve deneyimidir (52).

"Öğretmenin rolü çeşitli alt rollerin bir bileşimidir. Bunlar; çevre ve okuldaki roller olmak üzere iki grupta toplanabilir. Genellikle, öğretmenin hem çevre kalkınması eylemlerine katılması, hem sosyolojik bir yabancı gibi yaşaması beklenir. Öğretmenin çevredeki bireylerden farklı yaşamasının beklenmesi, tarafsız davranması ve kutsal bir imaj olarak görülmesinin bir sonucudur. Okuldaki en önemli rolü ise bilgi yayıcı olmasıdır. Böylece öğretmen, öğrencilerinde toplumca değer verilen değişiklikler meydana getirir. Okuldaki diğer rolleri ise okulda disiplini sağlamak, yargıçlık yapmak, velilerle ilişkilerinde bazen lider, bazen de gözlem yapan grup üyesi olmaktır (53)."

Eğitimci olmayan personel: Okul yöneticileri ve öğretmenler dışında kalan bu gruba okulda çalışan memurlar, hizmetliler ve diğer işçiler girer. Okulu meydana getiren parçalardan birini oluşturdukları için, meslek bakımından eğitimci olmasalar bile dolaylı bir eğitim görevleri vardır. Bu nedenle dikkatle seçilmeleri ve çalıştırılmaları gerekir.

(51) Bursalioğlu, Z.Oğuzkan, T. **İlkokullarda Teşkilat ve İdare**, MEB Basımevi, İstanbul, 1968, s.48.

(52) Mc Cleary L.E. **Secondary Education in The United States**, Harcourt Brace, New York, 1961, s.314.

(53) Bursalioğlu, s.43.

Eğitimci olmayan personelin davranış ve konuşması, görevlerine bağlılıkları, okulun halkla ilişkileri açısından büyük önem taşır. Böyle etkileşim noktalarında bulunan hizmetlilerin bu ilişkilerinin, çeşitli çatışma ve soruşturmalara yol açacak kadar kötü durumlara geldiği görülmüştür. Yine böyle personelden bir veya birkaçının öğretmen kadrosu arasında ikilik yarattığı ve yönetici ile öğretmenin arasını açtığı olmuştur. Bu nedenle eğitimci olmayan personelle ilişkiler, bu personelin motivasyonu, okul yönetimi ve okulun çevredeki imajı için çok önemlidir (54).

Öğrenciler: Öğrenciler, eğitim politikalarının ve okulun oluşumunda hem amaç, hem de eğitim sürecinin sonucunu oluşturan en önemli gruplardır. Eğitim süreci genellikle ve dolaylı olarak çevre kanalıyla gerçekleşir. Çevrenin etkilerini rastlantıya bırakmamak için okul denilen özel bir çevre yaratılmıştır. Bu bakımdan öğretimin genel ilkeleri, bugünkü hayatın sosyo-ekonomik özelliklerine göre, okul öğrenciyi hızla sanayileşen ve şehirleşen bir topluma, demokratik vatandaşlığın gittikçe güçleşen görevlerine, bilimsel yöntem ve üretimin geçerli olduğu bir dünyaya, her öğrencinin beceri ve yeteneklerine göre hazırlanmalıdır (55).

Öğrencilerin okul yönetimi üzerindeki en derin etkisi, okul ortamı içindeki informal örgütlerden en güçlüsünü yaratmasından ileri gelmektedir. Gerçekten de öğrencilerin meydana getirdiği informal örgüt ve bunun parçaları olan çeşitli gruplar, okulu etkileyen dış hedef kitle üzerinde önemli rol oynarlar. Öğrencinin okula uyumu ve başarısı ile topluma uyumu ve toplumdaki başarısı arasında sıkı bir ilişki vardır. Öğrenci ile bu dış hedef kitledeki grupların beklenti dengesi bu ilişkinin bir sonucu olmaktadır. Bir yandan öğretmen ve öğrencinin beklentisi, diğer yandan ana-baba ve diğer toplumsal grupların beklentileri bu dengeyi belirler (56).

(54) Ottoway, A.K.C. *Education and Society*, The Humanities Press, New York, 1962, s.195.

(55) Devey, s.23.

(56) Mc Cleary, s.225.

Merkez örgütü (Bakanlık): Okul yönetimini ve işleyişini, okulun başarısını en çok etkileyen çevre bakanlık çevresidir. Ülkemizde her türlü eğitim ve öğretim faaliyetleri Milli Eğitim Bakanlığı adıyla örgütlenmiştir. Bakanlık; eğitim ve öğretim faaliyetlerini merkezi yönetim örgütü, taşra yönetim örgütü, yurtdışı yönetim örgütü ve her düzeydeki okullar aracılığıyla yürütmektedir. Okul bakanlık ilişkileri hiyerarşik bir düzen içinde gerçekleşmektedir (57).

3.1.2.Kurum Dışı Hedef Kitle

Halkla ilişkiler denildiğinde çoğu kez kurum dışında yer alan gruplar akla gelir. Dış hedef kitlenin iç hedef kitleden daha geniş, sayıca fazla olması nedeniyle de bu doğaldır.

Dış hedef kitleler kurumun veya işletmenin amaçlarına ve faaliyet konusuna göre değişkenlikler gösterir. Ancak çok genel olarak şöyle bir sınıflama yapılabilir (58).

- a) Müşteriler
- b) Bayiler
- c) Kamu kuruluşları
- d) Eğitim kurumları
- e) Meslek örgütleri

(57) Bursalıoğlu, s.55.

(58) Sabuncuoğlu, s.85.

f)Finansal kurumlar

g)Çevreyle ilişkiler (komşu işletme ve kuruluşlar).

Eğitim kurumlarında ise, dış hedef kitle, okulun yapısında olmayıp, okulun yapısını etkileyen ve yönetimde rol oynayan gruplardır. Bunlar (59);

a)Ana-baba (veliler),

b)Okul Aile Birliği, Koruma Demeği,

c)Çevredeki Örgütlü Gruplar,

d)Merkezi yönetimin taşra teşkilatı olarak sınıflandırılabilir.

Ana-baba (veliler):

Demokratik toplumda ana-baba, okul yönetiminde önemli rol oynayan bir ögedir.İlişkilerinde başarılı olmak isteyen okul yönetimi, ana-babanın öğretmenle ilişkisini yakından izlemek zorundadır. Çünkü, ana-baba daha çok öğretmenle ilgilidir ve ana-baba da öğretmen gibi karar sürecine katılan öğelerden birisidir. Eğitim yönetiminin özelliklerinden birisi de eğitim girişimine katılan bireyler ve gruplar arasındaki ilişkilerdir. Bu bakımdan okul yöneticisi, kendisi ile görüşmeyi sıkıntı sayan ana-baba ile de ilişki kurmak zorundadır. Böylece sorumlu olduğu halkla ilişkiler görevini kısmen de olsa, gerçekleştirmiş olacaktır (60).

(59) Cutlip & Center, s.574.

(60) Bursalıoğlu, s.52.

Okul Aile Birliği ve Koruma Dernekleri:

Okullarda yapılan eğitim başarılı olması ve amaçlarına ulaşabilmesi için öğrenci ailesinin ilgi ve yardımına ihtiyaç vardır. Okulda başlayan birçok eğitsel çalışmalar öğrencinin ailesinde ve okul dışındaki çevresinde tamamlanır. Okul yönetimi ailenin katkısını sağlamak üzere öğrenci veli ve ebeveynlerinin bir araya gelerek birlik ve demek kurmalarına yardımcı olur. Ancak, okul müdürü bu kuruluşları okulun emrinde veya okula hizmet etmek zorunda olan kuruluşlar olarak görmeden aralarındaki ilişkileri ilgili kanun ve yönetmeliklere göre düzenler (61).

Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 1739 sayılı kanunla Okul-Aile Birliklerinin kurulmasına izin verilmiş ve görevleri belirtilmiştir. Bu yasaya göre okul-aile birliklerinin görevleri şunlardır (62).

a) Her fırsattan yararlanarak öğrencilerin millet, vatan, bayrak, insanlık sevgilerini, Atatürk ilke ve inkılâplarına,, manevi değerlere bağlılıklarını; dayanışma duygularını pekiştirmeleri amacıyla veliler ve okul müdürlüğü ile işbirliği yapmak.

b) Okulun amaç ve eğitim ilkeleriyle eğitim faaliyetleri hakkında ana ve babaları aydınlatmak.

c) Okulun programı, eğitimle ilgili yönetmelikleri konusunda öğrenci velilerini aydınlatmak.

d) Öğrencilerin sorumluluk yüklenmelerine; dürüst, nazik, saygılı, başarılı ve düzenli olmalarına katkıda bulunmak üzere aile ile işbirliği yapmak; öğrencilerini, başarılarını toplu şekilde ana ve babalarına göstermek için imkânlar hazırlamak.

(61) Taymaz, Haydar. **Uygulamalı Okul Yönetimi**. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No: 166, Ankara, 1989, s.175.

(62) **Resmî Gazete**, 7 Ekim 1983, Sayı: 18184.

e) Çocukların başarılarının artırılması için ana ve babalarla işbirliği yapmak.

f) Öğrencilerin zamanında ve düzenli olarak okula devamlarının sağlanmasında veliler ve okul müdürlüğü ile işbirliği yapmak.

g) Evde ders çalışmak için imkan bulamayan öğrencilere, okulda çalışma ortamı hazırlamak.

h) Öğrencilerin disipline ve toplum düzenine uyum sağlamaları için okul müdürlüğü ve velilerle işbirliği yapmak.

ı) Öğrencilerin yapmaları uygun olmayan işleri, gitmeleri uygun olmayan yerleri okul müdürlüğü ile birlikte tesbit etmek ve ana-babalarla işbirliği yapmak.

j) Öğrencide bulunması istenmeyen israf, gösteriş ve devlet malını hor kullanma gibi kötü davranışları önleyici tedbirleri almak.

k) Özel yetiştirmeye ve teşvike muhtaç çocuklar hakkında gerekli çarelere başvurmak.

l) Resim-iş, müzik, yabancı dil ve beden eğitimi derslerine özel ilgi duyan çocuklara okulda ve çevrede uygun imkânlar hazırlamak.

m) Öğrencilerin sağlıkları olmaları ve bulaşıcı hastalıklardan korunmaları, temizlik alışkanlıkları kazanmaları, düzenli beslenmeleri ve boş zamanlarını değerlendirmeleri konusunda veliler ve okul müdürlüğü ile işbirliği yapmak.

n) Çocukların trafik kazaları ile diğer kazalardan korunmaları ve bu konuda alınacak tedbirlerle ilgili olarak veliler ve okul müdürlüğü ile işbirliği yapmak.

o)Okul çağındaki çocukların bakımı, gelişimi ve eğitimi konularında konferanslar verilmesini sağlamak.

p)Öğrencilerin okul içindeki davranış ve çalışmalarını takip etmek için, ana ve babaların okulu ziyaret etme alışkanlığını kazanmalarına yardımcı olmak.

r)Sınıf öğretmenlerini öğrencilerin ana ve babalarını ziyaret etmeye teşvik etmek.

s)Bakıma, yedirilmeye ve giydirilmeye muhtaç, hasta ve fakir öğrencilere yardım sağlanması için okul koruma demeği ile işbirliği yapmak.

t)İşitme, görme, konuşma, beden ve zihin yönünden özürli veya herhangi bir alanda yetenekli öğrencilerle, eğitimi zor öğrenciler gibi özel eğitime muhtaç çocuklar için tedbirler almak.

u)Tatillerde veya derslerden sonra okulun kitaplık, bahçe, oyun ve spor tesislerinden öğrencilerin, velilerin, ana ve babaların faydalanmalarını sağlayacak tedbirleri almak.

v)Çevrede okuma-yazma bilmeyen veyabelli alanlarda yetişmek isteyen vatandaşları yetiştirmek üzere okulların yaptıkları faaliyetlere yardımcı olmak.

y)Ders yılı içinde ve ders yılı sonunda okulun yapacağı faaliyetlere gerekli katkıda bulunmak."

Koruma demekleri de okullara maddi yardım sağlamak üzere Dernekler Kanununa göre kurulan kuruluşlardır. Okul müdürleri, okulların pekçok ihtiyaçlarını Bakanlık bütçesinden gereğince karşılayamayınca ya da bürokratik kuralların, ödeneklerin har-

canmasındaki zorlukları nedeniyle, okul koruma derneklerinin bağış, yemek, piyango gibi faaliyetler esonucu oluşturdukları fonları kullanmak yoluna gitmektedirler. Ancak ilk olarak 1947 yılında kurulan okul-aile birlikleri ile koruma derneklerinin görevleri 1983 yılında yeniden düzenlenmesine rağmen pek etkili olamamışlardır (63).

Çevredeki Örgütlü Gruplar:

Sosyal ve ekonomik olduğu kadar politik bir girişim olan eğitimi, özellikle örgütlü gruplar etkilemek isterler. Bunların kendilerine özgü kamu yararı kavramları ve buna dayalı eğitim felsefeleri vardır. Böylece okulu bu felsefelerinin çerçevesine sokmaya çalışırlar. Eğer eğitim sistemi, kendi amaçları ve bunların kontrolü konusunda kendi sorumluluğu bakımından sağlam bir felsefeye sahip değilse, baskı grupları karşısında direnemez. Toplumdaki sosyal eylemler de genellikle ekonomik, politik, dini ve benzeri eksenler etrafında demekler ve çeşitli örgütlü grupların etkisi sonucu meydana gelmektedir (64).

Demek, federasyon, meslek kuruluşları, okul ve eğitim yöneticilerinin üzerindeki etkileri bakımından baskı grubu sayılabilirler. Okul yönetiminin bu grupları birini diğerine tercih etmeden tanıması, halkla ilişkiler faaliyetini yürütürken, dengeli bir ilişki kurulmasına dikkat etmesi gerekir (65).

(63) Tezcan, Mahmut. *Eğitim Sosyolojisi*. Ankara, 1991, s.233.

(64) Ottoway, s.199

(65) Bursalıoğlu, s.55.

Merkezi Yönetimin Taşra Teşkilatı

Okul yönetimini etkileyen gruplardan biri de okulun bulunduğu toplumdaki kamu yöneticileridir. Bu, özellikle merkezden yönetilen ülkemizde önemle üzerinde durulması gereken bir konudur. Eğitim yöneticilerini il yöneticilerine bağlayan il idaresi kanununa göre tüm ilk ve orta dereceli okullar bakanlığa ileteceği mesajı önce Milli Eğitim Müdürleri aracılığı ile ilde valiye, ilçede kaymakama, daha sonra vali'ye onaylatmak zorundadır. Bu nedenle herhangi bir sürtüşmeye fırsat vermemek için yerel yöneticilerle ilişkilerin düzenli ve dengeli olması gerekir (66).

3.2.Hedef Kitlelerle İşbirliği Yolları

Okul yöneticisi iç ve dış hedef kitlelerle işbirliği yapabilmek için bir çok faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu faaliyetler arasında okulu tanıtma programları, okul-aile birlikleri, sergiler, gösteriler, toplum refahına yönelik konferanslar sayılabilir. İyi planlanarak yürütülen bir halkla ilişkiler programı, okul-toplum ilişkilerini düzenleyerek okula çok büyük yararlar sağlar.

Okul yöneticisi, amaçlarını gerçekleştirirken bu hedef kitlelerle her zaman fikir birliği içinde değildir. Fikirleri etkilemek için okul yöneticisinin izlemesi gereken yollar şu şekilde sıralanabilir (67):

- a)İlgililerle yüzyüze temas, karşılıklı konuşma ve bir ortak görüşe varmak imkanını elden bırakmamak.

(66) Bursalıoğlu-Oğuzkan, s.21.

(67) a.g.k., s.53.

b)İlgililere konu hakkında geniş ve tam bilgi vermek; böylece gerçeklerin bilinmemesinden veya yanlış anlaşılmasından ileri gelen görüş ayrılıklarını ortadan kaldırmak.

c)Çatışmaya çözüm yolu ararken, fikirlerde açıklık ve dürüstlükten ayrılmamak.

4.EĞİTİM KURUMLARI VE HALKLA İLİŞKİLER

4.1.Okulu Tanıtma:

Bütün toplum, en önemli kamu kuruluşu olan eğitim kurumları hakkında bilgi sahibi olmayı ister. Bu istek toplumun en doğal hakkıdır. Kurum tarafından kendisine bilgi verilse de verilmese de, çeşitli kaynaklardan doğru veya yanlış bilgi edinir. Bu nedenle okul yönetimine önemli görevler düşmektedir. Bu görevlerden birisi de hedef kitleye doğru ve tam bilgiler vererek, onların okula karşı sevgi ve anlayış göstermelerini sağlamaktır. Bunu sağlamak için de çok iyi düzenlenmiş halkla ilişkiler programlarına ihtiyaç vardır. Özellikle günümüzde, ekonomik zorlukların çekildiği dönemlerde, okulun gelirlerini arttırmak ve okula bağış toplamak bakımından bu ihtiyaç daha da artmıştır (68).

Okulu tanıtma programının esasını bilgi vermek oluşturmaktadır. Bilgi verirken, tüm öğretmenlerin ve okul yöneticilerinin görüş birliğinde olmaları ve aşağıda belirtilen ilkelere uymaları esastır (69):

a)Doğruluk: Okul hakkında verilen bilgi herşeyden önce doğru olmalıdır. Okullar hakkında doğruyu bilmek hedef kitlenin hakkıdır.

b)Tarafsızlık: Tarafsızlık, doğrulukla yakından ilgilidir. Okullar hakkında bilgi verilirken öğrencilerden ve okulun çıkarlarından başka amaç olmamalıdır.

(68) Reeder, Word.G. Çev: Oğuzkan, Turhan. **Okul idareciliğinin Esasları**. C.II, Öğretmen Kitapları, No.88, İstanbul, 1974, s.211.

(69) a.g.k., s.212.

c)Devamlılık: Okul tanıtımında üçüncü önemli ilke de devamlılıktır. Okulun tanıtım faaliyetleri devamlı ve bir program dahilinde olmalıdır. Arada bir yapılan tanıtım faaliyetleriyle bilgi vermek yerine, yıl boyunca devamlı ve düzenli olarak bilgi akışı sağlanmalıdır. Sadece yılda bir kez, yıl sonunda gerçekleştirilen faaliyetlerin etkisi geçici olmaktadır.

d)Açıklık ve İlgı Çekicilik: Tanıtım faaliyetleri hedef kitlenin katılabileceği, mesajı anlayabileceği bir şekilde yürütülmelidir. Okulun bilgi verdiği gruplar; öğrenciler, okuldaki görevliler, veliler, okul-aile birlikleri ve çevredeki çeşitli örgütlü gruplardır. Okul yönetimi tanıtım kampanyalarını hazırlarken bu gruplardaki farklı eğitim düzeylerini dikkate almak zorundadır. Mesaj bu kitlenin anlayabileceği ve ilgisini çekebileceği şekilde düzenlenmelidir.

e)Miktar ve Ölçü: Okul tanıtımında diğer önemli bir husus da verilen bilginin miktarı ve ölçüsüdür. Bazı okullar hiç bilgi vermezken, bazıları da yaptıkları her faaliyeti tüm detaylarıyla bildirme yolunu seçmişlerdir. Okul hakkında verilen bilgi yeterli olmalı, ayrıntıya inmemeli, hedef kitleyi ilgilendirmeyecek konuların açıklanmasına girilmemelidir. ABD'de Belmont M.Farley'in yaptığı bir araştırma, ders dışı faaliyetlerle velilerin ikinci derecede ilgilendiklerini, ancak okulların en çok bu konuda bilgi verdiğini, buna karşılık en çok merak ettikleri öğretim metodları, öğrencilerin sağlığı, çalışması gibi konularda yeterli bilgi vermediğini ortaya çıkarmıştır. Halkla ilişkiler programları yapılırken, halkla ilişkilerin iki yönlü bir süreç olduğu gözönüne alınarak, velilerin istekleri doğrultusunda verilecek bilgilerin miktar ve ölçüsü belirlenmelidir.

4.2.Okul Tanıtımında Kullanılan İletişim Araçları

Okul yönetimi halkla ilişkiler programını yürütürken çeşitli iletişim araçlarından yararlanmakta ve bu tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirirken de halkla ilişkiler uzmanlarına ihtiyaç duymaktadır.

Okul tanıtımında kullanılan iletişim araçları üç grupta incelenebilir (70):

- 1.Yazılı araçlar.
- 2.Sözlü araçlar.
- 3.Görsel-işitsel araçlar.

4.2.1.Yazılı Araçlar

Okulların halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan yazılı araçlar, öğrenci yayınları, yıllık rapor, okul sorunlarıyla ilgili özel raporlar gibi araçlardır. Bu araçlarla gerek okul içinde gerekse okul dışında yer alan gruplara, hedef kitleye iletilerek okuldaki gelişmeler konusunda bilgi aktarılır. Amaç, okulu iç ve dış hedef kitleye tanıtmaktır.

Öğrenci Yayınları: Bir okulun tanıtımını sağlayacak en önemli araçlardan birisi haftalık okul gazetesi, aylık okul dergisi, el kitabı veya yıllık öğrenci yayınlarıdır. Bu yayınlar bir taraftan okulun başarılarını, amaçlarını topluma

(70) Sabuncuoğlu, s.101.

yansıtırken, diğer taraftan da öğrencilerin gelişimi ve toplumla bütünleşmesi açısından bir uygulama ortamı yaratmakta, okula olan ilgi ve bağımlılıklarını arttırmaktadır (71).

Broşürler: Broşürler, gazetelerin, radyo ve televizyonun sağlayamadığı yararları sağlar. Broşürler genellikle az sayfalı, ufak bir dergi boyutunda basılan tanıtma araçlarıdır. Genellikle 8-16 sayfa arasında basılır ve en önemli özelliği bol resimli oluşudur. İçinde bol resim ya da tablo yerine bol yazı bulunan broşür amacından uzaklaşmış demektir. Broşürlerin renkli olması, sayfaların sunulan konu bakımından belli bir sıra izlemesi, anlaşılması ve dikkati dağıtmaması bakımından yararlıdır (72).

Okul için hazırlanan broşürlerde okulun tarihsel geçmişi anlamlı bir paket olarak hazırlanır ve basılır. Okulun sosyal faaliyetlerinin bir yönü veya okutulan dersler hakkında bilgiler verilebilir. Okuldan daha önce mezun olmuş ve toplumda önemli yerlere gelmiş ünlülerin okul hakkındaki düşünceleri de broşürlerde yer alabilir (73).

Yıllık Rapor: Yıllık raporlar kurum ve kuruluşların bir yıl içinde yapmış oldukları çalışmalarını özetleyen bir belgedir. İşletmelerde genellikle ortaklara, bankalara ve ilgi duyan kurumlara dağıtılır (74).

Amerika Birleşik Devletleri eğitim sistemine göre de her okulun yılda bir kez hazırlamak zorunda olduğu bu rapor, okul yöneticileri tarafından

(71) Kobre, Sidney. *Successful Public Relation for Colleges and Universities*. Communication Arts Book, New York, 1974, s.22.

(72) Asna, s.154.

(73) Kobre, s.95.

(74) Sabuncuoğlu, s.104.

hazırlanmaktadır. Yıllık rapor hedef kitleye yönelik hazırlanmakta ve dağıtılmaktadır. Yıllık raporlar hazırlanırken şu hususlara dikkat edilmelidir (75).

- Rapor ders yılının sona erdiği bir dönemde yayınlanmalı, ders yılı ile ilgili bütün istatistikler yer almalı ve bir yılın değerlendirmesi yapılmalıdır.
- Rapor yazılırken hedef kitlenin anlayabileceği bir dil kullanılmalı, teknik terimlerin kullanılmasından kaçınılmalıdır.
- Raporun ilgi çekici olabilmesi için şekil, fotoğraf ve grafiklere yer verilmelidir. İstatistik rakamları okumaktansa grafikleri incelemek okuyucuya daha kolay gelmektedir.
- Rapor iyi bir şekilde basılmalı, yazı karakterinin ve puntosunun rahatlıkla okunabilecek büyüklükte olmasına dikkat edilmelidir. Okulun mali kaynakları kısıtlıysa raporlar teksir veya fotokopi ile çoğaltılabilir.
- Rapor, birçok yönüyle haber niteliği taşıdığı için gazeteler ve diğer kitle iletişim araçlarında makale, röportaj, program olarak yer alması sağlanmalıdır.
- Raporun bir nüshası, bir sonraki yılın çalışmalarının programlanması ve gerektiğinde kullanılabilmesi için okulun arşivinde saklanmalıdır.

Okul Sorunlarıyla İlgili Özel Raporlar: Özel raporlarda ele alınacak konuları okulun ihtiyaçları ve ilgileri belirlemektedir. Bu konular okuldan okula değişebileceği gibi her yıl da değişebilir. Bu konular genellikle okulun bütçesi, okula demirbaş alınması, okulun onarılması gibi konular olabilmektedir (76).

(75) Reeder, s.220.

(76) a.g.k., s.219.

4.2.2.Sözlü Araçlar

Yazılı iletişim araçlarının dışında halkla ilişkiler uzmanlarının etkili biçimde yararlanabileceği sözlü iletişim araçları vardır. Bunlar toplantılar, konferanslar, seminerler, yüzyüze görüşmelerdir.

Toplantılar: Sözlü iletişim araçlarından birisi olan toplantılar genellikle kurum dışından gelen kişiler ve hedef kitleyi temsil eden gruplarla yapılır. Halkla ilişkiler açısından toplantılar bilgi verme, değerlendirme ya da bilgi alma amacıyla yapılabilir. Katılanlar karşılıklı görüş ve düşüncelerini açıklayarak bilgi alış-verişinde bulunur ve toplantıyı düzenleyen kurum, toplantıya katılanlara en doyurucu ve tanıtıcı bilgileri sunar (77).

Okullarda en önemli toplantılar okul-aile birlikleri toplantılarıdır. Okul-aile birliklerinin en büyük faydası, öğretmen ve velileri yakınlaştırmak, öğretmenle velilerin, öğretmenle öğrencilerin arasındaki mesafeyi azaltmak, eğitim faaliyetlerine karşı toplumda anlayış sağlamak ve en önemlisi okulun ihtiyaçlarının karşılanmasında ve mali problemlerinin çözülmesinde okula destek sağlamaktır. Okul-aile birlikleri sayesinde okulun halkla ilişkileri tek taraflı olmaktan çıkıp iki yönlü bir iletişime dönüşmektedir (78).

Konferans ve Seminerler: Tek yönlü bir iletişim aracı olan konferans,belli bir süre içinde oldukça geniş bir kitleye değişik görüşlerin iletilmesini sağlar. Konuşmacı ile katılanlar arasında bir diyalog kurulmaması nedeniyle sunulmak istenen konunun ne ölçüde anlaşıldığı bilinmemektedir. Bilinen tek şey, konferans aracılığı ile katılanlara bazı bilgi ve düşüncelerin verilmek istenildiğidir. Konferans sayesinde yazılı olarak

(77) Sabuncuoğlu, s.107.

(78) Reeder, s.220.

veya teker teker karşılıklı ilişki yoluyla çok zaman kaybını gerektirecek bir iletişim olayı sadece birkaç saate sığdırılabilmektedir.

Seminerler ise konferanslara göre daha uzun sürelidir. Katılanların belirli konularda aydınlatılmaları ve güncel sorunların tanıtılması ve tartışılması sağlanır (79).

Okulların halkla ilişkiler programlarının hazırlanması ve uygulanmasından sorumlu olan halkla ilişkiler görevlileri konferansları, seminerleri hedef kitleye duyurmak ve onların katılımını sağlamakla yükümlüdürler. Gençlerin uyuşturucu gibi madde bağımlılığına karşı korunmaları, toplumdaki suç unsurlarının öğretilmesi, sosyal değişimler ve toplumu ilgilendiren benzeri konular konferans konusu olabilir (80).

Yüzyüze Görüşmeler: Sözlü iletişimde en yaygın biçimde kullanılan araç yüzyüze görüşme ya da konuşmadır. Halkla ilişkilerde kurumu temsil eden kişilerle halk grupları arasında yapılan konuşmalardır. Tüzel kişiliğe sahip kuruluşla aynı özelliğe sahip bir başka kuruluş temsilcisiyle yapılan görüşme çoğu zaman yazılı iletişimden daha etkilidir. Çünkü yazılı iletişim daha çok tek yönlü işler, oysa yüzyüze iletişim iki yönlüdür. Bu durumda verici konumunda bulunan kişi karşı tarafın algılama, davranış ve tepkilerini anında saptayabilir. Ayrıca yüzyüze yapılan iletişimin sonucunda alıcı ya da hedef kitle olumlu bir izlenim edinmişse bu izlenimlerini başkalarına aktararak kurum adına bir hizmet getirmiş olacaktır.

Yüzyüze görüşmede kurum temsilcisinin bazı noktalara özen göstermesi gerekir. Bu noktalar şu şekilde sıralanabilir (81);

(79) Sabuncuoğlu, s.108.

(80) Kobre, s.70.

(81) Sabuncuoğlu, s.105.

- Başkasıyla konuşurken nazik, sabırlı, sakin ve güler yüzlü olmalıdır.
- Karşıdaki insanın eğitimi, görünüşü, statüsü ve diğer görünen ve bilinen özelliklerine göre bir davranış içine girilmelidir.
- Halkla ilişkiler bir güven olayıdır. Karşıdaki kişiye güven verici bir davranışa girmeli, bu nedenle konuşulan konuya ilişkin yeterli bilgi taşınmalıdır.
- Konuşurken uzun ve karmaşık bir dil yerine sade, anlaşılır ve net bir dil kullanılmalıdır.
- Kurum tarafından gizli kalması gereken bilgiler karşı tarafa aktarılmamalıdır.
- Karşı tarafın da konuşmasına fırsat vermeli iyi bir dinleyici olunmalıdır.
- Konuşurken kızgın, öfkeli, yüksek tonlu sesten uzak durulmalı, gereksiz tartışmaya girilmemelidir. Konuşma sırasında meydana gelecek bir kopukluğun kurum adına bir negatif imaj şansı oluşturabileceği unutulmamalıdır.
- Konuşmanın iki yönlü bir süreç olduğunu unutmaksızın karşı tarafa bilgi vermek veya belirli konuda onu ikna etmek kadar, onun da vermek istediği mesajlara açık olunmalıdır.

4.2.3. Görsel-İşitsel Araçlar

Görsel ve işitsel araçlar halkla ilişkiler alanında kullanılan ve modern buluşlara dayanan ses ve resim prodüksiyonlarını içerir. Bu araçlar işitsel iletişim tekniğine (rad-

yo), sadece görsel (sessiz film, slayt), hem işitsel hem görsel (sesli film, televizyon, video) olabilir. Ayrıca fotoğraf, şema, grafikler, maket ve planlar da görsel-işitsel araç sayılabilir.

Film ve Video Bantlar: Halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında yer verilebilecek önemli etkinlikler arasında film ve video bant önemli yer tutar. Dökümanter, eğitsel, kültürel veya sadece tanıtım amacına yönelik filmler yapılabilir. Video bantlarda kurumu çeşitli kuruluşlara tanıtmak amacıyla yaygın biçimde kullanılmaktadır. Kurumun fiziksel görütüsü, üretim süreci, sosyal tesisleri ve faaliyetleri video bant aracılığı ile tanıtıma büyük kolaylıklar getirmektedir.

Okullarda okul faaliyetleri filme alınarak, okul tanıtımı için çeşitli toplantılarda gösterilebilir.

Sergiler: Sergi, belli bir yerde halka resim, grafik, fotoğraf, şema, harita vb. gösterilerek bilgi vermek biçimindeki halkla ilişkiler aracıdır.

Uygun yerlerde sergiler düzenlenerek veya mağazalarda anlaşma yoluyla halkın görebileceği yerlerde, öğrencilerin resim, fotoğraf, karikatür vb. çalışmaları tanıtılabilir.

Yarışmalar-Gösteriler: Yukarıda sözü edilen tanıtım araçları dışında kurumlar, geziler, yemek, özel günler, gösteriler gibi araçlar kullanabilirler.

Okullar, öğrenci temsilcileri ile çeşitli yazışmalar düzenleyerek bu araçlardan yararlanabilirler. Müzik, tiyatro, spor gösterileri, münazaralar, spor ve müzik yazışmaları ile tanıtım yapabilirler.

Her okul anma günlerini halka açık yapabilir. Mahalli kurtuluş günleri, turizm, vergi, kütüphane, vb. haftaların kutlamaları halka duyurularak onların katılımı sağlanabilir. Böylece halka okul kapısının her zaman açık olduğu imajı verilebilir (82).

4.2.4.Kitle İletişim Araçlarıyla İşbirliği

Okulun halkla ilişkiler çalışmalarının başarısında kitle iletişim araçlarıyla işbirliğinin rolü büyüktür. Özellikle basınla ilişkiler ayrı bir önem taşır. Halkla ilişkiler görevlileri, o toplumda en çok ilgi gören gazete ve dergilerin özelliklerini, hangi konulara ilgi duyduklarını bilmeli, gazete ve dergi editörlerinin dikkatini okula çekebilmelidirler. Uyuşturucu bağımlılığı, sosyal değişimler gibi konferans konuları basının sürekli ilgi alanına giren konulardır. Haber, makale, inceleme türünden yazıların gazetelerde yayınlanmasını sağlamak halkla ilişkiler bölümlerinin görevleridir. Bölgesel radyo ve televizyonculuğun geliştiği yörelerde bu iletişim araçlarıyla ilişkiler de önem kazanmaktadır (83).

4.3.Okulun Tanıtım Kampanyası

Tanıtımı, bütün kurum ve kuruluşlar halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütürken yapmaktadırlar. Okulların da halkla ilişkiler faaliyetlerini sürdürürken yapmış olduğu tanıtım çalışmaları vardır. Bu faaliyetleri yürütebilmek için ilgili çevrelerin desteğine ihtiyaç duymaktadırlar. Sözgelimi, okul ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için hedef kitlenin mali

(82) Reeder, s.211.

(83) Kobre, s.287.

desteğinin kazanılması okula ek binanın yapılması, okul binasının yer değiştirmesi gibi.

Okul tarafından hangi konuda hedef kitlenin desteğine ihtiyaç duyulduğu belirlendikten sonra, o yönde kampanya hazırlanmalıdır. Kampanyanın konusu ne olursa olsun akıldan çıkarılmaması gereken bazı hususlar vardır. Bu hususlar şu şekilde özetlenebilir (84).

a)Hedef kitleden beklenenlerin akılcı esaslara dayanması: Okulun desteğini istediği kitleden beklentisi aşın olmamalı, hedef kitlenin gücünü aşmamalıdır.

b)Meşru yolların kullanılması: Hedef kitlenin desteğini kazanmak esas amaç olmakla birlikte, bu amacı gerçekleştirebilmek için, yasalara karşı gelmek veya yalan-yanlış bilgi vermek halkı aldatmak doğru değildir ve bu okula zarar verir. Okul imajının olumsuz olmasına neden olur.

c)Öğrencilerin ve okul personelinin katılımının sağlanması: Kampanya mümkün olduğuunca hedef kitlenin katılımıyla gerçekleştirilmelidir. Okul personeli ve öğrencilere, kampanyanın yapılması ve yürütülmesinde görev verilmeli, hedef kitlenin katılımı sağlanmalıdır.

d)Kampanya zamanı: Okul tanıtım kampanyalarında en uygun zaman eğitimin sürdürüldüğu dönemlerdir. Hedef kitlenin okullara gösterdiği ilgi bu dönemlerde daha fazladır. Okulların tatil olduğu dönemlerde yapılan kampanya sonuç vermeyebilir.

(84) a.g.k., s.222.

e)Tanıtım faaliyetinin organizasyonu: Tanıtım faaliyetlerinin organizasyonunda zeki, dinamik, insan ilişkilerinde uzman kişiler yer almalıdır. Kampanya sorumlusu seçildikten sonra, kampanyayı planlayacak ve yürütecek ekipler belirlenir. Ekip üyeleri toplumun tanınmış üyeleri olmalı ve çeşitli meslek gruplarından seçilmelidir. Bu kişiler örneğin, mezunlar demeğinden, okul-aile birliklerinden, yardımlaşma demeklerinden, kadın demeklerinden seçilebilirler. Bu ekip tarafından, kampanyada konuşacak kişiler tespit edilir, yapılacak yayınların düzenlenmesini sağlayacak kişiler belirlenir.

f)Kampanya için yapılacak yayın: Kampanya için hazırlanacak yayınları okul yönetimi, ihtiyaçlarına ve topluma göre belirler. Bu yayınlar; gazetelerde makale, inceleme, gözlem, röportaj şeklinde olabilir. Toplumda tanınmış kişilerin kampanyayı desteklediklerine ilişkin beyanları, sergiler, sinema gösterileri, duvarlara asılacak afişler şeklinde gerçekleştirilebilir.

5.HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNİN ORGANİZASYONU

İşletmelerde halkla ilişkiler faaliyetleri şu şekillerde örgütlenebilir (85):

a)Halkla ilişkiler görevi mevcut bölümlerden (pazarlanma, personel, reklamcılık, çalışma ilişkileri vb.) birinin sorumluluğunda yürütülebilir. Eğitim kurumlarında bu bölümler eğitim, idari işler, rehberlik hizmetleri şeklinde yürütülmektedir.

b)Halkla ilişkiler ile ilgili hizmetler, kurum dışındaki bir büro, reklam ajansı veya danışman bir kişinin sorumluluğuna verilebilir.

c)Sadece halkla ilişkiler ile uğraşacak bir yönetici bu göreve atanabilir.

d)Halkla ilişkiler ile ilgili araştırma, programlama ve diğer görevleri yürütecek uzmanlardan kurulu bir halkla ilişkiler bölümü meydana getirebilir.

e)Halkla ilişkiler politikasını saptayıp, bu konuda kurumun veya işletmenin çeşitli bölümleri arasında düzenleştirmeyi sağlayacak söz konusu bölümlerin (pazarlama, personel, finans, üretim vb. eğitim kurumlarında ise eğitim, rehberlik ve idari) yöneticilerinin katıldığı bir halkla ilişkiler kurulu (komitesi) oluşturulabilir.

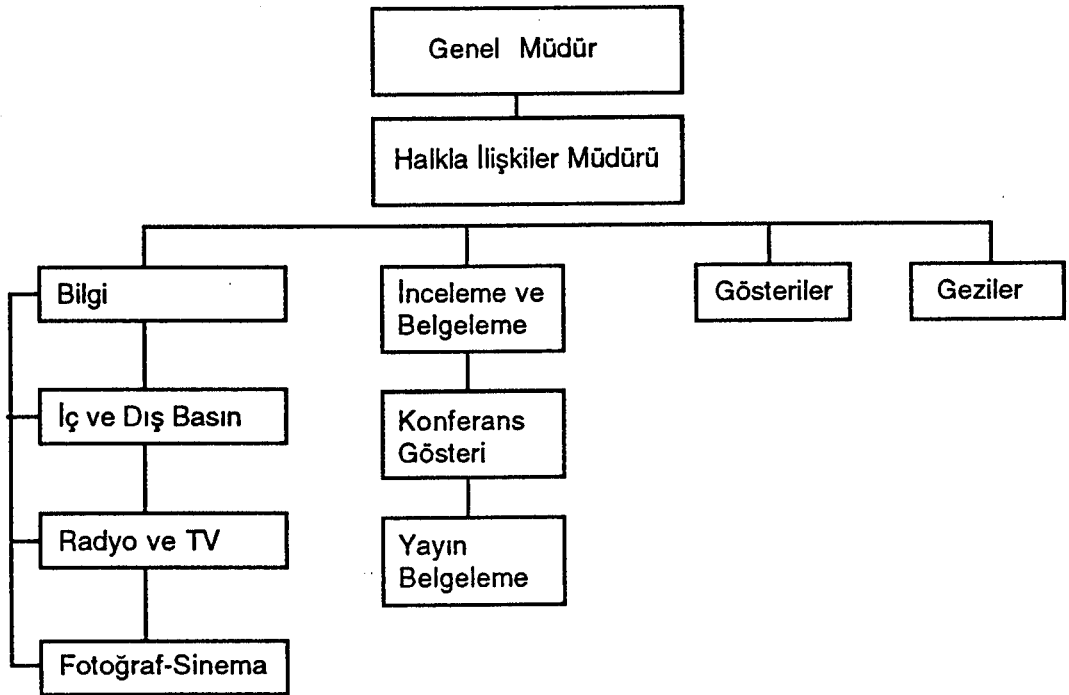
f)Kurum veya işletme her bir fabrika, işletme veya şubelerinde ayrı bir halkla ilişkiler uzmanı ya da yöneticisi görevlendirebilir.

Bu seçenekli örgütlenme biçimlerinden kurum ya da işletme büyüklüğüne, finansal durumuna, personel sayısına, hedef kitlesinin büyüklüğüne ve diğer etkenlere bağlı olarak birisini tercih edebilecektir.

(85) Aşkun, s.18.

Halkla ilişkiler bölümünün çalışmaları çok geniş bir alana yayıldığı ve çok yoğun olduğundan, halkla ilişkiler herkesin yapabileceği bir iş değildir. Uzman kişilerin görev alması gerekir. Halkla ilişkiler uzmanlarının çalıştığı bir işletmede yukarıda sözü edilen işletmenin büyüklüğü, amacı, çevreyle ilişkilerinin yoğunluğu gibi etkenler gözönüne alınarak örgütsel yapılanmaya gidilebilir (86).

Halkla ilişkiler bölümünün iç organizasyonunun düzenlenmesinde standart bir organizasyon şemasından söz etmek mümkün değildir. Her kurum veya kuruluş kendi organizasyonunu değişik biçimlerde yapabilir.

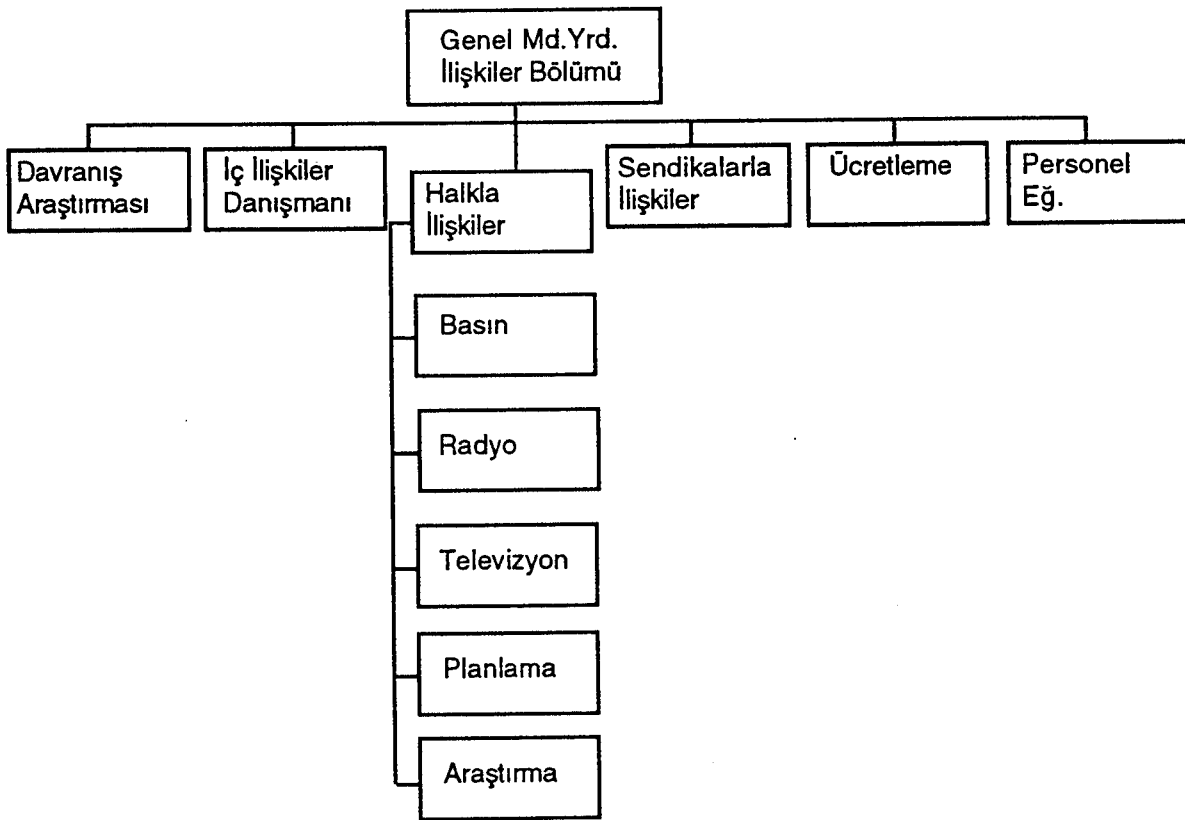


Şekil 1: ABD'de Bir Şirketinin Halkla İlişkiler Bölümünün Örgüt Şeması

KAYNAK: Sabuncuoğlu, Zeyyat. *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. Rota Ofset, Bursa, 1992.

Örnek olarak Şekil 1'in incelenmesinden de görülebileceği gibi, örgüt halkla ilişkiler bölümünün organizasyonunda hemen her tür faaliyetleri için ayrı ayrı birimler oluşturmuştur. Böyle bir örgüt yapısı, fazla personel gerektirdiğinden küçük firmalar için geçerli olamaz (87).

Diğer bir örnek olarak da bir başka Amerikan elektrik şirketinin halkla ilişkiler bölümünün iç örgütlenmesi verilebilir (88).



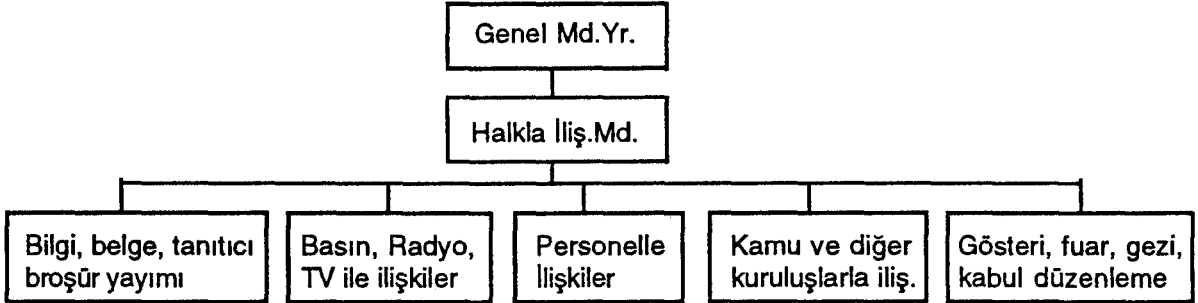
Şekil: 2 ABD'de Bir Firmanın Halkla İlişkiler Bölümünün Şeması

KAYNAK: Göksel, A.Bülent. Halkla İlişkiler. Bilgehan Basımevi, İzmir, 1988.

(87) Göksel, s.116.

(88) Göksel, s.117.

Görüldüğü gibi farklı organizasyon modelleri oluşturulabilir. Ancak halkla ilişkiler bölümlerine bir örnek model vermek gerekirse aşağıdaki örnek verilebilir (89).



Şekil: 3 Halkla İlişkiler Bölümünün Ana Çatısını Gösteren Şema

KAYNAK: Çelebioğlu, Fuat. "Halkla İlişkiler Bölümünün örgütlenmesi", **Halkla İlişkiler Seçme Yazılar**. Derleyen Fermani MAVIŞ, Anadolu Üni. Yayını, Eskişehir, 1986.

Öneri olarak sunulan ve özellikle anonim şirket olarak kurulan kurum ve işletmelerde bu tür örgütlenmenin dinamik yanı unutulmamalıdır. Ana çatısı bu şekilde kalmakla birlikte çeşitli düzenlemeler, değişimler yapılabilir.

5.1.Ortaöğretim Kurumlarında Halkla İlişkiler

Faaliyetlerinin Organizasyonu

Daha önce de belirtildiği gibi halkla ilişkiler sorumluluğu, sadece halkla ilişkiler birimlerinde çalışan uzman ve yetkili kişilerin üzerine yüklenemez. Bir kuruluşun ya da işletmenin genel müdüründen, işçisine; memuruna kadar herkesin halkla ilişkiler sorumluluğu vardır. Ancak bu genel sorumluluğun dışında, belirli bir boyuta ulaşmış her ku-

(89) Çelebioğlu, Fuat. "Halkla İlişkiler Bölümünün Örgütlenmesi", içinde: F.Maviş (der.), s.105.

runluş ve işletmede planlı ve bilinçli bir biçimde yürütölen bir halkla ilişkiler ünitesinin bulunması gereklidir.

Eğitim kurumlarının halkla ilişkiler faaliyetleri de, diğer eğitim ve öğretim faaliyetlerinde olduğu gibi bir organizasyon içinde yürütölmeli ve iyi bir örgütlenme sağlanmalıdır. Bu örgütlenme okulun büyüklüğüne, bulunduğu yöreye ve ölkedeki eğitim sistemine bağlı olarak değişik biçimlerde olabilir.

Küçük işletmelerde olduğu gibi, küçük yerleşim birimlerindeki okullar (köy ve kasabalardaki okullar) dar bir çevrede bulduklarından hedef kitleyle olan ilişkilerinde bir zorlukla karşılaşmazlar. Okul müdürü, halkla ilişkiler sorumluluğunu bizzat yüklenabilir, hedef kitleyle ilişkileri kendisi yürütebilir. Öğretmen ve öğrenci sayısının fazla olduğu okullarda halkla ilişkiler uğraşılan giderek daha yoğunluk kazanabilmektedir. Bu nedenle bu faaliyetleri yürütmek üzere, okul içinde, okul müdürüne bağlı bir organizasyon gerekebilir.

Eğitim kurumlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin organizasyonu aşağıdaki biçimlerde gerçekleştirilebilir.

a)Eğitim kurumlarında, halkla ilişkiler görevi okuldaki diğer eğitim ve öğretim görevlerinden biri gibi düşünölerek bir organizasyon yapılabilir. Böyle bir modelde halkla ilişkiler sorumluluğu eğitimden veya idari işlerden sorumlu müdür yardımcısına verilebilir (90).

b)Halkla ilişkilerle ilgili araştırma, programlama ve diğer görevleri yerine getirecek, uzmanlardan oluşturulmuş bir halkla ilişkiler bölümü meydana getirilebilir.

c)Halkla ilişkiler politikasını saptayıp, bu konuda kurumun çeşitli bölümleri arasında düzenleştirmeyi sağlayacak, sözkonusu bölümlerin (eğitim, personel, vb. yöneticilerinin katıldığı bir halkla ilişkiler komitesi oluşturulabilir (91).

Ülkemizin eğitim sisteminde, halkla ilişkiler bölümü bakanlık düzeyinde düşünölmüş, merkez örgüt şemasında yerini almış, ancak il Milli Eğitim Müdürlükleri ve okullarda bu tür bir hizmete yer verilmemiştir (92).

Milli Eğitim Bakanlığının teşkilat ve görevleri hakkında kanun 12 Mayıs 1982 tarih ve 21226 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanuna göre halkla ilişkiler faaliyetleri Danışma ve Denetim Birimleri arasında yer almaktadır. Danışma ve Denetim birimleri şunlardır:

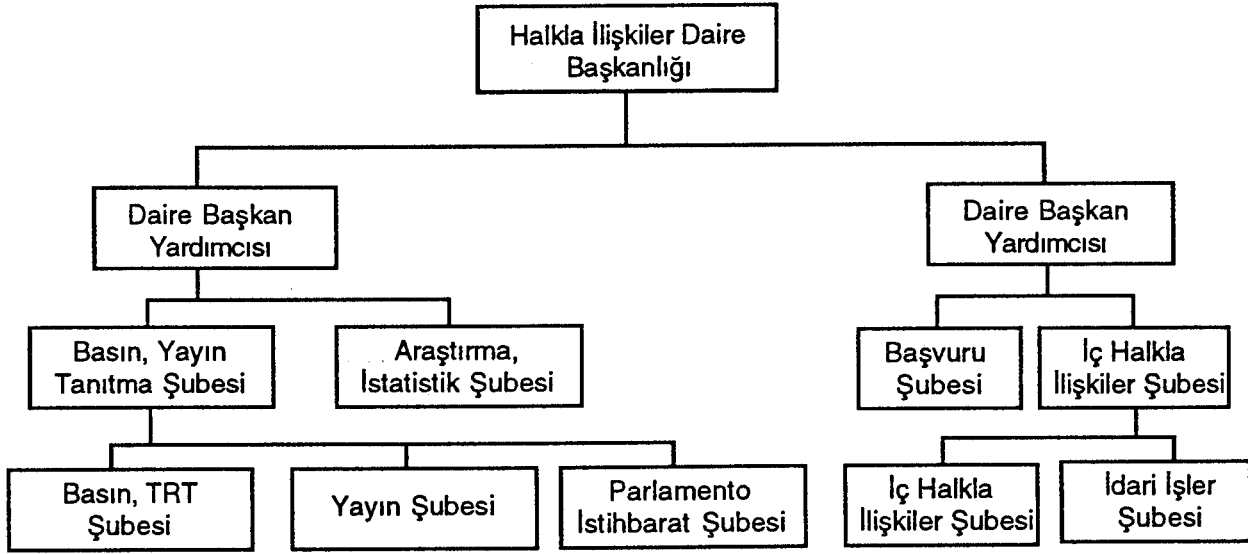
- a)Teftiş Kurulu Başkanlığı,
- b)Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Başkanlığı,
- c)Hukuk Müşavirliği,
- d)Bakanlık Müşavirleri,
- e)Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği.

Danışma ve Denetim birimleri arasında yer alan her bir müşavirliğin görev ve sorumlulukları kanunda maddeler halinde belirtilmiştir. Ancak, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği konusunda bir açıklama yapılmamıştır. Sadece "Bakanlıkta basın ve halkla ilişkilerle ilgili faaliyetleri planlamak ve bu faaliyetlerin belirlenecek usül ve ilkelere göre yürütölmelerini sağlamak üzere Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği teşkil edilebilir" şeklinde bir ifade kullanılmıştır.

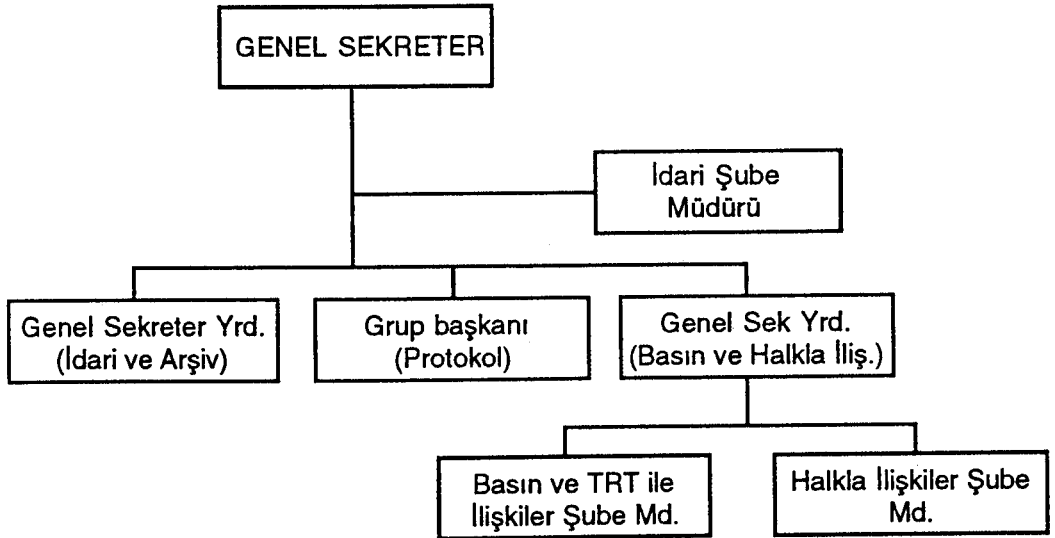
(91) Aşkun, s.89

(92) Açıl, Sumru. **Milli Eğitim Bakanlığı Merkez Örgütünde Halkla İlişkiler Uygulaması Üzerine Bir İnceleme.** TODAİE Uzmanlık Tezi, Ankara, 1983, s.36.

Bu yasaya göre kurulan Milli Eğitim Bakanlığı Halkla İlişkiler Dairesinin örgüt yapısı şu şekilde oluşturulmuştur (93).



Şekil:4 MEB Halkla İlişkiler Dairesi Kuruluş Şeması.

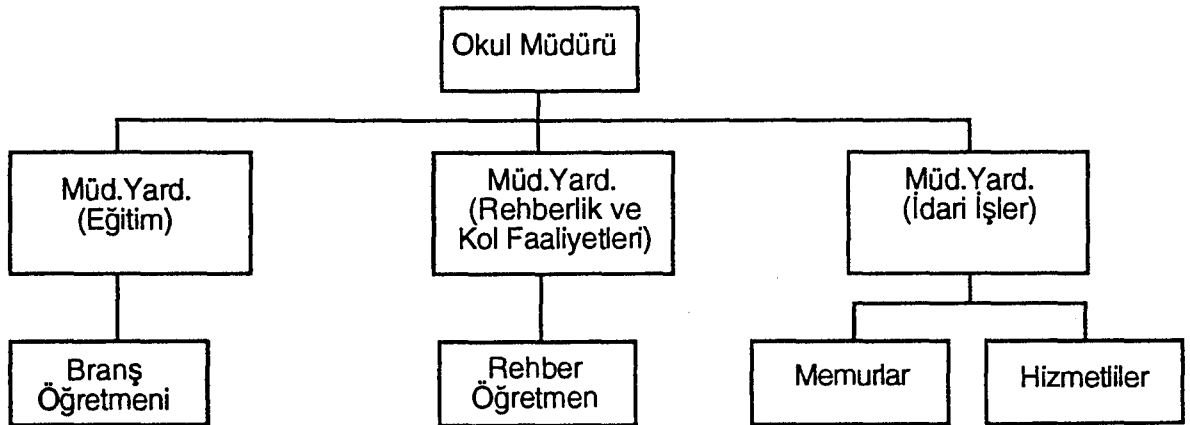


Şekil:5 Bakanlık Genel Sekreterliği Örgüt Şeması

Halkla İlişkiler Daire Başkanlığının görevleri; Bakanlıkla ilgili basında çıkan yayınları takip ederek yanıtlamak, bakanlığa yapılan başvuruları düzenlemek ve kolaylaştırmak, öğretmenlerin bakanlıkla ilgili sorunlarının çözümünde yardımcı olmak, Bakanlığın yapacağı işler konusunda halka bilgi vermek şeklinde sıralanmaktadır. merkezi yönetim anlayışına göre tüm eğitim ve öğretim kurumları bakanlığa bağlı olduğundan iş yükü fazla, iş akımı yavaştır. Sözkonusu olan görevlerde yeterli hız ve sürede yapılamamaktadır (94).

Okullarda ise halkla ilişkiler adı altında bir birim kurulmamış ve görevleri bildirilmemiştir. Ancak bu konuda okul-aile birlikleri ile koruma demekleri işleyiş ve görevleri bakımından okulun halkla ilişkilerini yürütecek kurumlar olarak düşünülebilmektedir.

Ortaöğretim okullarının organizasyon yapısı aşağıdaki gibidir. Bu örnek Eskişehir Anadolu Lisesi'nin organizasyonudur. Diğer ortaöğretim kurumları ile farklılığı sadece uygulanan öğretim programıdır. Diğer liselerinde organizasyonu bu şekildedir.



Şekil: 6 Eskişehir Anadolu Lisesi Yönetim Şeması

Kaynak: Anadolu Lisesi Yönetmeliği.

5.2.Halkla İlişkiler Bölümlerinin Görevleri

Halkla ilişkiler bölümlerinin görevleri genel olarak şu şekilde sıralanabilir (95).

- a)Haberleşme araçlarıyla ilişkiler kurmak, onlara sahip olmak veya yayınlamak.
- b)Haberlerin koordinasyonunu sağlamak.
- c)Halkla ilişkiler politikalarını saptamak.

Eğitim kurumlarındaki halkla ilişkiler bölümlerinin görevleri de benzer şekilde şu şekilde sıralanabilir (96):

- a)Öğretmen ve diğer eğitimci olmayan personele yönelik iletişim programları hazırlamak, uygulanmasında okul yönetimine yardımcı olmak.
- b)Okul-aile birlikleri, okul koruma demeği ve çevredeki diğer örgütlü gruplarla ilişki kurarak okula finansal kaynak sağlamak.
- c)Yerel yönetim ve bölgedeki merkezi yönetim teşkilatına yönelik iletişim programları hazırlamak. Bu programların düzenli olmasını sağlamak.
- d)Yıllık halkla ilişkiler programlarını gözden geçirmek, eksiklikleri tamamlamak.
- e)Diğer okullarla ilişkide bulunmak.

(95) Aşkun, s.10.

(96) Cutlip & Center, s.562.

f)Belirli bir okul imajı oluşturarak, bu imajın oluşmasını sağlamak.

g)Öğrencilere yönelik iletişim programları hazırlamak.

h)Öğrenci velileriyle ilişki kurmak, okul-aile bütünleşmesini sağlamak.

Halkla ilişkiler bölümü bu görevleri yaparken kamuoyu araştırmalarını yürütür. Programları planlar, programın kamuoyu üzerindeki etkisini değerlendirir ve yönetime faaliyetleriyle ilgili önerilerde bulunur.

Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği, halkla ilişkilerin bütün dünyada belli kurallara uyularak yapılmasını sağlamak üzere "Code d'Athènes" olarak anılan kurallar saptamıştır. Amaç; halkla ilişkiler çalışmalarını daha uyumlu kılmak, insan haklarına, moral ve sosyal gereksinimlere daha geniş ölçüde cevap vermek ve kurallara uymama halini halkla ilişkiler görevlileri için ağır bir kusur olarak saptamaktır.

Bu kurallara göre halkla ilişkiler görevlilerinin uymakla yükümlü oldukları hususlar şunlardır (97):

a)İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinde belirtilen haklardan insanların yararlanması için, moral ve kültürel koşulların gerçekleşmesine yardımcı olmak.

b)Belli başlı haberlerin yayınıni kolaylaştırarak, herkesin sorumlu, ilgili ve bilgili olabileceği haberleşme kanallarını ve ortamını yaratmak.

c)Davranışlarının benzer işlerde çalışan diğer meslektaşlarını da etkileyeceğini gözönünde tutmak.

(97) Tortop, s.47.

d)İnsan haklarına ve kişiliğine saygıyı, mesleğin yürütülmesinde daima unutmamak, insanların görüşlerini ifade edebileceği, moral, psikolojik, entellektüel koşulları sağlamak.

e)Tarafların her zaman karşılıklı çıkarları olduğunu dikkate alarak, örgüt ve halkı birlikte düşünmek.

f)Sözlerinde durmak, halkın, diğer memur ve ilgililerin güvenlerini sağlamak için yasalara ve ahlaka uygun davranmak.

g)Gerçekleri diğer yükümlülükler yüzünden saklamamak, haberin doğruluğunu incelemeyi yayınlamamak.

6. ORTA ÖĞRETİM KURUMLARINDA HALKLA

İLİŞKİLER UYGULAMALARI

Tüm kamu kurumları gibi, Milli Eğitim Bakanlığı da halkın refahı için kurulmuş, halkın hizmetine sunulmuş bir kurumdur. Hizmet ettiği kitle öğretmen, öğrenci, veli ve giderek tüm toplumdur. Toplumdaki hızlı değişim, öğretmen ve öğrenci sayısındaki hızlı artış çağdaş yönetimin gerektirdiklerinin kullanılmaması gibi nedenlerle öğretmen, öğrenci ve veli için pek çok sorunları ortaya çıkarmıştır. Halkla ilişkiler de günümüzde yönetimin önemli etkinliklerinden birisidir. Araştırma konumuzu da orta eğitim kurumlarında halkla ilişkiler uygulamaları oluşturmuştur.

6.1. Amaç

Bu araştırmanın amacı, orta öğretim kurumlarında halkla ilişkiler uygulamaları olarak belirlenmiştir. Ortaöğretim, temel eğitime dayalı, en az üç yıllık öğrenim veren genel, mesleki ve teknik öğretim kurumlarının tamamını kapsamaktadır. Orta öğretim kurumlarının girdilerini bir alt kurumdan mezun olanlar ve istekliler oluşturmaktadır. Öte yandan öğrencilerin gelişimi açısından ortaöğretim okulları, ilk ve yükseköğretim öğrencilerinden farklıdır (98). Bu nedenle araştırmanın amacı, ortaöğretim kurumlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin ne şekilde programlanıp yürütüldüğünün belirlenmesi olarak saptanmıştır.

(98) Özsoy, Yahya. *Türk Eğitim Sistemi ve Yönetimi*. Açıköğretim Fakültesi Yay.No. 91, Eskişehir, 1989, s.23.

6.2.Araştırmanın Örneklem ve Yöntemi

Ortaöğretim okullarının bazıları Milli Eğitim Bakanlığı dışındaki diğer bakanlık ve kuruluşlara bağlıdır. Tanım meslek liseleri, askeri liseler, sağlık meslek liseleri, polis kolejleri, maliye okulu, tapu kadastro meslek lisesi vb. gibi (99). Araştırmanın örneklem alanını Milli Eğitim Bakanlığına bağlı, Eskişehir il merkezindeki orta dereceli okullar oluşturmuştur.

Araştırma görüşme yöntemi ile yapılmıştır. Eskişehir il merkezinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı 22 orta dereceli okul bulunmaktadır. Halkla ilişkilerin yönetimi ilgilendiren bir faaliyet olması nedeniyle okul yöneticileri görüşme kapsamına alınmıştır. Eskişehir'deki 22 ortadereceli okuldan 15 okulun müdürü ve müdür yardımcıları olmak üzere toplam 30 kişi ile görüşülmüştür. Görüşme yapılan okullar şunlardır:

- 1.Atatürk Lisesi
- 2.Süleyman Çakır Lisesi
- 3.Cumhuriyet Lisesi
- 4.Kanatlı Lisesi
- 5.Gazi Lisesi
- 6.Bahçelievler Lisesi
- 7.Kılıçoğlu Lisesi
- 8.Anadolu Lisesi
- 9.Kız Meslek Lisesi

(99) a.g.k., s.23.

10.Ticaret Lisesi

11.Teknik Lise

12.Endüstri Meslek Lisesi

13.Mehmet Akif Ersoy Ortaokulu

14.Atatürk Ortaokulu

15.Atatürk Teknik Lisesi.

Görüşme yapılırken okul yöneticileriyle yüzyüze görüşülerek ekte verilen 25 soru sorulmuştur.

6.3.Bulgular

Eskişehir il merkezinde yapılan araştırmada ortaya çıkan en önemli özellik, görüşme yapılan 15 ortaöğretim okulunun 30 yöneticisinin de, yöneltilen sorulara benzer ya da birbirine yakın yanıtlar vermiş olmalarıdır. Eskişehir'deki ortadereceli okulların benzer faaliyetler içinde buldukları belirlenmiştir. Bir-iki okul dışında diğerleri aynı yanıtları vermiştir.

Bu bölüm araştırmanın amaç ve kapsamı bakımından iki kısımda incelenmiştir. Birinci kısımda kurum içi halkla ilişkilere ilişkin bulgular ve yorumlar ele alınmıştır. İkinci kısım ise, görüşme formunda 14. sorudan itibaren sorulan kurum dışı ilişkilere yönelik bilgileri kapsamıştır.

6.3.1.Kurum İçi Halkla İlişkiler

Kurum içi halkla ilişkilerde sözü edilen iç hedef kitledir. Daha önceki bölümlerde açıklanmaya çalışılan iç hedef kitle, okuldaki öğretmenler, öğrenciler ve diğer eğitimci olmayan personelden oluşmaktadır. Yapılan araştırmanın bulguları bu nedenle öncelikle öğrenciler, öğretmenler ve diğer personel olarak değerlendirilmiştir.

6.3.1.1.Öğrencilere Yönelik Gerçekleştirilen Faaliyetler

Eskişehir il merkezindeki 15 ortaöğretim okulunun 30 yöneticisiyle yapılan görüşmede, 15 okulda da öğrencilere yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinde buldukları ortaya çıkmıştır. Ancak, okul yöneticileri bu faaliyetlerin halkla ilişkiler faaliyeti olarak düşünülmediğini, öğrencilerin sosyal gelişimi için gerekli faaliyetler olarak düşünülmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Okullardaki faaliyetler belirli alanlarda yoğunlaşmıştır. Spor faaliyetleri ve duvar gazetelerinin araştırma yapılan tüm okullarda gerçekleştirildiği görülmüştür. Bu faaliyetlerin de okuldaki beden eğitimi öğretmenleri ve kol faaliyetlerini yürüten rehber öğretmenler tarafından yönlendirildiği ortaya çıkmıştır. 2 okul yöneticisi, daha önce günlük gazete ve aylık dergi çalışmaları olduğunu, ancak bunun ayrı bir organizasyon ve çalışma gerektirdiğini, bu yüzden de artık gazete ve dergi çıkarmadıklarını belirtmişlerdir.

Araştırma yapılan okulların hiçbirisinde tiyatro, broşür, afiş çalışmalarının olmadığı belirlenmiştir. Sadece 2 okulda radyo çalışmaları vardır. Bunlar da teknik liselerdir. Öğrenciler radyoyla teknik olarak ilgilenmekte ve okul içine yayın yapılmasını sağlamaktadırlar.

Görüşme yapılan okulların tümünde de, öğrencilere yönelik araştırma ve inceleme gezileri düzenlenmektedir. Bu gezi programları, gezi ve inceleme kolunun bir faaliyeti olarak gerçekleştirilmektedir. Geziler yurt içindeki tarihi ve turistik yörelere yönelik olmaktadır.

Okul yöneticileri her yıl sonunda, yıl içindeki faaliyetlerini velilerin ve çevrenin izleyebilmesi için gösteriler düzenlemekte olduklarını belirtmişlerdir. Sadece meslek liseleri ve Eskişehir Anadolu Lisesinde sergiler düzenlenmekte, bu sergilere veliler, çevredeki kamu ve özel kuruluşların yöneticileri, basın davet edilmektedir. Sergi, gösteri gibi faaliyetleri gerçekleştiren okullar, görüşme yapılan okulların %33'ünü oluşturmaktadır. Diğer %67'lik bir kesim ise bu tür bir faaliyetlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Okullarda öğrencilere yönelik gerçekleştirilen faaliyetler aşağıdaki tablodan da incelenebilir.

Okulun Sosyal Faaliyetleri	Evet	%	Hayır	%	Toplam	
					n	%
Spor (Basketbol, voleybol, futbol)	30	100	–	–	30	100
Müzik	16	53	14	47	30	100
Folklor	22	73	8	27	30	100
Tiyatro	–	–	30	100	30	100
Öğrenci Yayını (duvar gazetesi)	30	100	–	–	30	100
Radyo	4	13	26	87	30	100
Geziler, konferans, seminer	30	100	–	–	30	100
Gösteriler	30	100	–	–	30	100
Afiş broşür	–	–	30	100	30	100
Sergi	10	33	20	67	30	100

Tablo 1: Eskişehir İl Merkezindeki Ortaöğretim Okullarında Öğrencilere Yönelik Faaliyetler.

Tablo 1'den de izlenebileceği gibi okulların tümünde konferanslar düzenlenmektedir. Ancak okul yöneticileri bu konferansları okulların düzenlemediğini, İl Millî Eğitim Müdürlükleri ile konferansı verecek olan kurulun ortak çalışması olduğunu açıklamışlardır. Her yıl öğretim dönemi başında İl Millî Eğitim Müdürlüğü tarafından tüm okullara konferans konuları bildirilmektedir. Okul müdürü de uygun tarihi saptayarak üst makamlara bildirmektedir. Bugüne kadar Eskişehir'deki ortaöğretim okullarında, Emniyet Müdürlüğü Narkotik Şube yetkilileri tarafından uyuşturucu bağımlılığı ve zararları, trafik şube yetkilileri tarafından trafik kuralları, İl Sağlık Müdürlüğü tarafından AIDS hakkında konferanslar verilmiştir. Bu konferanslar sadece öğrencilere yönelik olmakta, okul dışından hiç kimsenin katılımı olmamaktadır.

Bu konuda sadece Eskişehir Anadolu Lisesi farklı görüş bildirmiştir. Okulların diğer ortaöğretim okullarından farklı bir eğitim-öğretim verdiğini belirten okul yöneticileri, her yıl iki kez öğrenci velilerine yönelik konferanslar düzenlediklerini ifade etmişlerdir. Bu iki konferanstan ilki her yıl, öğretim döneminin başında hazırlık sınıfı velilerine yönelik düzenlenmektedir. Öğretim dönemi başlarken ilkokuldan gelen öğrencilere nasıl yardımcı olacakları, evdeki çalışmasının yönlendirilmesi, çocuk psikolojisi gibi konular bu konferansta ele alınmaktadır. İkinci konferans ise öğretim döneminin sonunda mezun olacak öğrenci velilerine yönelik düzenlenmekte yeni bir hayatın başlangıcında velilere düşen görevler, gençlik psikolojisi gibi konular ele alınmaktadır.

6.3.1.2. Öğretmenler ve Eğitimci Olmayan Diğer Personelle İlişkiler

Okullarda iç hedef kitleyi oluşturan öğretmenler ve eğitimci olmayan personel, okullardaki en önemli grupları oluşturmaktadırlar. İç hedef kitle konusu anlatılırken de önemi belirtilen bu gruplar, öğrencilerle ilişkiler ve okul imajının topluma yerleşmesinde önemli rol oynamaktadırlar. Görüşme yapılan okul yöneticilerinden kurum içinde çalışan

personelere yönelik faaliyetler konusunda yöneltilen sorulara aynı yanıtlar alınmıştır. Bunu da şu şekilde ifade etmişlerdir. Kurum içindeki öğretmenler ve diğer eğitimci olmayan personelle ilişkiler, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yönetmeliklerle belirlenmiştir. Bu yönetmeliğe göre her yıl 24 Kasım Öğretmenler Gününde özel bir gece düzenlenmektedir. Bu gecede okulun başarılı öğretmenleri birer şilt ile ödüllendirilmektedir. Bunun dışında diğer personele yönelik bu tür bir düzenleme bulunmamaktadır.

6.3.2.Kurum Dışı Halkla İlişkiler

Kurum dışı halkla ilişkileri, dış hedef kitleyle ilişkiler oluşturmaktadır. Eğitim kurumlarındaki dış hedef kitle ise daha önceki bölümlerde belirtildiği gibi okul-aile birlikleri, veliler, çevredeki diğer kurum ve kuruluşlar, mezunlar derneği, çevredeki örgütlü gruplardır.

6.3.2.1.Okul-Aile Birlikleri ve Velilerle İlişkiler

Görüşme yapılan tüm ortaöğretim okullarının yöneticileri, yine Milli Eğitim Bakanlığı okul yönetmeliğine göre, okul-aile birliklerini oluşturduklarını, okul-aile birliklerinin çalışmalarının da bu yönetmeliğe göre yürütüldüğünü belirtmişlerdir. Okul yöneticileri yaptıkları açıklamalarda, okul-aile birliklerinin en önemli işlevlerinin okula maddi ve manevi destek sağlamak olduğunu ifade etmişlerdir. Aşağıdaki tabloda okul-aile birlikleri tarafından gerçekleştirilen faaliyetler gösterilmiştir.

Okul Aile Bir. Faaliyet	Evet	%	Hayır	%	Toplam	
					n	%
Yemek, çay, kermes	30	100	–	–	30	100
Çevre gezileri	8	27	22	73	30	100
Fakir öğr. yar.	26	87	4	13	30	100
Okul iht.karşılanması	12	40	18	60	30	100

Tablo 2: Okul-Aile Birliklerinin Faaliyetleri.

Görüşme yapılan okulların tümünde de okul aile birlikleri, okulların en önemli gönüllü çalışma gruplarıdır. Tüm okul-aile birlikleri, okullara gelir sağlamak amacıyla bazı faaliyetlerde bulunmaktadır. Tablo 2'de de görülebileceği gibi, %8'lik bir kesimi oluşturan okul yöneticileri, okul-aile birliklerinin diğer okullardan farklı olarak velilere yönelik çevre gezileri düzenlediklerini, böylece okula önemli bir gelir sağladıklarını belirtmişlerdir. Okul-aile birliklerinin diğer bir çalışma konusu da fakir öğrenciler için düzenledikleri yardım kampanyalarıdır. Bu tür yardım kampanyası sadece Eskişehir Anadolu Lisesinde görülmemektedir. Okul yöneticileri bunun nedenini, öğrenci ailelerinin ekonomik düzeylerinin yüksek olmasına bağlamaktadırlar.

Okul yöneticilerinden %12'si, okul-aile birliklerinin çalışmaları ile okulun ihtiyaçlarının büyük bir bölümünün karşılandığını belirtmişlerdir. Okul-aile birliği çalışmalarının okula katkı sağlamaktan uzak olduğunu ifade eden 18 okul yöneticisi ise bunun nedenlerini şu şekilde açıklamışlardır. Bu açıklamalar üç grupta toplanabilir.

1-Okul-aile birliklerinin maddi gücünün olmaması (Kılıçoğlu Lisesi, Gazi Lisesi, Mehmet Akif Ersoy Ortaokulu gibi sosyo-ekonomik yönden zayıf bölgelerdeki okul yöneticileri tarafından belirtilmiştir.)

2-Okul-aile birliklerinin düzenli ve sistemli bir çalışma yapmamaları.

3-Okul-aile birliklerini yönlendirecek, programlayarak faaliyetleri yürütecek bilinçli kişilerin olmaması.

Velilerle iletişim ise veli toplantıları ile sağlanmaktadır. Tüm okullar, yine yönetmelik gereği her yarı yıl bir kez olmak üzere, yılda toplam 2 kez veli toplantısı düzenlemektedirler. Bu toplantılarda veliler, sınıf öğretmenleri ile çocuklarının özel durumlarını, diğer öğretmenler ile de derslerdeki ve okul içindeki durumlarını öğrenme fırsatını bulmaktadırlar. Bunun dışında sınıf öğretmenleri, gerekli gördükleri durumlarda, velilerle görüşme ortamı yaratmaktadırlar.

6.3.2.2.Mezunlarla İlişkiler

Mezunlar dernekleri de, okul-aile birlikleri gibi okul yararına çalışmalar yapan gönüllü gruplardır. Okul imajının oluşmasında önemli rol oynarlar. Görüşme sırasında, bu konuda soru yöneltilen okul yöneticilerinin verdiği yanıtlardan şu bulgular elde edilmiştir.

Okul yöneticileri genellikle mezunlarla bir ilişkilerinin olmadığını, okul bitince mezunların da okulla ilişkilerinin kalmadığını belirtmişlerdir. Ancak iki okulun yöneticileri mezunlarıyla ilişkilerinin devam ettiğini ifade etmiştir. Bu okullardan birisi Eskişehir Anadolu Lisesidir. Mezunlarının Eskişehir Anadolu Lisesi Mezunları Derneği çatısı altında toplandığını, okula önemli katkılar sağladıklarını belirtmişlerdir. Ömek olarak da 1991-1992 öğretim yılında dernek tarafından okula bilgisayarlar hediye edildiğini açıklamışlardır.

Mezunlarla ilişkilerinin devam ettiğini ifade eden diğer okul yöneticileri ise Cumhuriyet Lisesi yöneticileri olmuştur. Belirli bir mezunlar derneği olmadığını, bu konuda çalışmaların devam ettiğini, buna rağmen bir kısım mezunların okulla ilişkilerini sürdürdüklerini belirtmişlerdir. Mezunlar gönüllü olarak okulun spor takımlarında antrenörük, folklor ekiplerinde çalıştırıcı öğretmen olarak görev yapmaktadırlar. Diğer okul yöneticileri ise mezunlarla bir ilişkilerinin olmadığını belirtmişlerdir.

6.3.2.3. Basınla İlişkiler

Tüm kurum ve kuruluşların halkla ilişkiler konusunda gerçekleştirdiği faaliyetlerin en çok yoğunlaştığı alan basınla kurulan ilişkilerdir. Basın denildiğinde ön planda gazete ve daha sonra dergiler gelmektedir. Kamuoyu oluşturmada en etkili araç olarak basının rolünü bugün bütün toplumlar kabul etmektedirler (100).

Okul faaliyetlerinin basına bildirilmesi konusunda görüştüğümüz okul yöneticilerinin %67'si 657 sayılı Devlet Memurları Yasasına bağlı oldukları için basına bilgi veremeyeceklerini, basınla ilişkiye giremeyeceklerini belirtmişlerdir. Basına bilgi veren okul yöneticileri, spor faaliyetleri konusunda beden eğitimi öğretmenleri tarafından basına bilgi verildiğini, bunun dışında basınla ilişkilerinin olmadığını belirtmişlerdir. Basın kendisi izliyor şeklinde görüş bildiren %20'lik bir kesim ise çevredeki spor faaliyetlerinin yerel basın tarafından zaten işlendiğini, bunun dışında kendilerinin basınla ilişki kurmalarının uygun olmadığını ifade etmişlerdir. Yine sadece Anadolu Lisesi yöneticileri, okul faaliyetlerinin, okul-aile birliği ve mezunlar derneği tarafından basına bildirildiğini, bu konuda okul yönetiminin bir çaba göstermesinin gerekmediğini

(100) Sabuncuoğlu, s.91.

belirtmişlerdir. Aşağıda okulların basınla ilişkilerini gösteren tabloda durum daha iyi izlenebilmektedir.

Basına bilgi veriliyor mu?		
	n	%
Evet	10	33
Hayır	20	67
Toplam	30	100

Tablo 3: Ortaöğretim Okullarında Basınla İlişkiler

Basına nasıl bilgi veriliyor?		
	n	%
Okul Md.	–	–
Öğretmenler	6	60
Basın Kendisi İzlüyor	2	20
Diğer	2	20
Toplam	10	100

Tablo 4: Basına Bilgi Veren Okullar Bu Bilgiyi Nasıl Veriyor?

6.3.2.4. Diğer Okullarla ve Çevredeki Kuruluşlarla İlişkiler

Ortaöğretim okullarının yöneticilerinin tümü de diğer okullarla öğrencilerin yarışmalar ve müsabakalar olduğu dönemlerde karşılaştıklarını, bu karşılaşmaların da zaten bir rekabet ortamında olduğunu belirtmişlerdir. Bu yarışmalar ise şiir, kompozisyon, öykü, resim, folklor yarışmaları, spor müsabakaları olarak açıklanmıştır.

Çevredeki diğer kurum ve kuruluşlarla olan ilişkiler ise 5 okul için olumludur diyebiliriz. Aşağıdaki tablodan da izlenebileceği gibi, okullar genellikle çevredeki kurum ve kuruluşlara yönelik faaliyette bulunmamaktadırlar.

Çevredeki kurum ve kuruluşlarla ilişkiniz var mı?		
Evet	5	33
Hayır	10	67
Toplam	15	100

Tablo 5: Ortaöğretim Okullarında Çevreyle İlişkiler.

Çevre kurum ve kuruluşlarla yakın ilişkide olduklarını belirten okullar yine Anadolu Lisesi ve Gazi Lisesi olmuştur. Diğer 3 okul ise Meslek Liseleridir.

Anadolu Lisesi yöneticileri çevredeki kurum ve kuruluşlarla ilişkiler konusunda okul-aile birliklerinin yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Gazi Lisesi ise üniversite kampüsü içinde olmanın bir avantaj olduğunu, bugüne kadar üniversite dışında bir kurumla ilişki kurmaya ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir.

Diğer 3 okul ise meslek lisesi konumunda olmaları nedeniyle çevredeki pek çok sanayi ve ticari kuruluşla ilişki içinde olduklarını, öğrencilerin staj çalışmalar için gerekli olduğunu ifade etmişlerdir.

Görüşme yapılan okul yöneticilerine son olarak halkla ilişkiler konusundaki görüşleri sorulmuş, düşünceleri istenmiştir. Bu konuda sadece Cumhuriyet Lisesi Müdürü halkla ilişkiler konusunu bilmediklerini, bu konuda okul-aile birliklerini ve diğer personeli yönlendiremediklerini ifade etmiştir. Diğer okul yöneticileri ise tanıtıma gerek olmadığını, zaten bakanlıktan da bu konuda bir talimatın bugüne kadar gelmediğini belirtmişlerdir.

6.4.Sonuç

Eskişehir il merkezinde toplam 15 ortaöğretim okulunun 30 yöneticisiyle yapılan görüşmelerde ortaöğretim kurumlarının halkla ilişkileriyle ilgili olarak sonuçlar şu şekilde sıralanabilir.

1-Ortaöğretim okullarında halkla ilişkiler faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Okul yöneticileri bu faaliyetlerin halkla ilişkiler faaliyeti olduğunu bilmemekle beraber, öğrencilerin sosyal ve psikolojik gelişimleri için gerekli görmektedirler. Ancak gerçekleştirilen bu faaliyetler belirli bir programdan ve organizasyondan yoksun olarak yapılmaktadır.

2-Okullarda iç hedef kitleye yönelik çalışmalar yoğun bir şekilde yürütülmektedir. Öğrencilerin rehber öğretmenleri ile yürüttükleri çeşitli kol faaliyetleri (geziler, duvar gazeteleri, spor, folklor vb.) ile öğrencilerle iletişim kurulmaya çalışılmaktadır. Yılda bir kez öğretmenler günü ile öğretmenlere yönelik bir iletişim programı, yine yılda bir kez yıl sonu gösterileri ve yıl içindeki veli toplantılarıyla da velilere yönelik bir iletişim programı gerçekleştirilmektedir. Ancak eğitimci olmayan personel de iç hedef kitle olduğu halde (okuldaki memurlar, hizmetliler) onlara yönelik bir iletişim programı düzenlenmemektedir.

3-Ortaöğretim okulları, okul-aile birlikleri, mezunlar ve çevreyle ilişkiler konusunda bir takım faaliyetler içindedirler. Ancak halkla ilişkiler konusunun bilinmemesi ve okullarda bu konuyla ilgili yönetmelikve program olmaması bu alandaki çalışmalarını yetersiz kılmaktadır. Milli Eğitim sistemimizin merkeziyetçi bir yapıda olması, okul yöneticilerininin yönetmelikler dışında bir faaliyette bulunmalarını engellemektedir.

4-Okullarda velilerle görüşmeler yetersizdir. Bunun nedeni de yine velilerle yapılacak toplantı sayısının belirlenmiş olmasıdır. Okul yöneticilerinin, velilerin ilgisini

okula çekebilmek için daha sistemli ve programlı bir halkla ilişkiler faaliyeti yürütmeleri gerekmektedir.

5-Okul yöneticileri kitle iletişim araçları ile işbirliği yapmamaktadırlar. Okul içinde gerçekleştirilen faaliyetler de (spor, kompozisyo, folklor vb.) elde edilen başarılar çoğu zaman basında yer almamaktadır. Ancak il, bölge ve Türkiye çapındaki başarılarla basında yer verilmektedir. Bunun nedeni de, eğitim sisteminin tek merkezden yönetilmesine ve okuldaki yönetici ve diğer çalışanların devlet memuru olmalarına bağlanmaktadır.

6-Okul yöneticilerinin, çağdaş yönetimin bir fonksiyonu olan halkla ilişkiler konusunda bilgilerinin yetersiz olduğu ortaya çıkmıştır.

7-Halkla ilişkiler açısından diğer okullardan farklı bir özellik gösteren, Eskişehir Anadolu Lisesinin faaliyetleri diğer okullara örnek gösterilebilir. Ancak sözkonusu okulun yöneticilerinin de halkla ilişkiler konusunda bilgi eksiklikleri vardır.

8-Okullarda sistemli ve iyi düzenlenmiş halkla ilişkiler programlarına ihtiyaç vardır. Bu konuda okul yöneticilerinin bilgi eksikliklerinin giderilmesi için bir hizmetiçi eğitim programı düzenlenebilir.

9-Okul-aile birlikleri ve koruma demeklerinin etkili olabilmesi için okul yönetimi tarafından yönlendirilmesi gerekmektedir. Ancak, okul yönetimi halkla ilişkiler konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları için bu görevi yerine getirememektedirler. Okul-aile birlikleri ve koruma demekleri okulun halkla ilişkiler birimleri gibi düşünülebilir ve etkili çalışmalar sağlanabilir.

EK:

GÖRÜŞME SORULARI

- 1-Okulunuzun herhangi bir spor dalında oluşturulmuş takımları var mı?
- 2-İl içinde ve dışında müsabakalara katılıyor musunuz?
- 3-Folklor, tiyatro, müzik faaliyetleri yapıyor mu?
- 4-Bu faaliyetlerdeki başarılarınız basında yer alıyor mu? Basına kim tarafından bildiriliyor?
- 5-Spor, müzik, tiyatro, folklor faaliyetlerinde gösteriler düzenleniyor mu? Kimler davet ediliyor?
- 6-Bugüne kadar hiç öğrenci çalışmalarına yönelik sergiler düzenlediniz mi?
- 7-Okuluza ait broşür, afiş çalışmalarınız var mı?
- 8-Öğrenci yayınlarınız hakkında bilgi verir misiniz?
- 9-Okulun radyosu var mı?
- 10-Okul tarafından çevre gezileri yapıyor mu?
- 11-Geziler kimler tarafından düzenleniyor?
- 12-Gezilere öğrencilerden başka katılan oluyor mu? (Okul-aile birliği, personel, diğer)
- 13-Gezi programlarınız ve izlenimleriniz basında yer alıyor mu?
- 14-Mezunlarınızla ilişkileriniz devam ediyor mu?
- 15-Mezunlarla yaptığınız toplantı ve geceler basında yer alıyor mu?
- 16-Diğer okullarla ilişkileriniz hangi düzeyde?

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- AÇIL, Sumru. **Milli Eğitim Bakanlığı Merkez Örgütünde Halkla İlişkiler Uygulaması Üzerine Bir İnceleme.** TODAİE Uzmanlık Tezi. Ankara, 1983.
- ALATLI, Işıl. **Halkla İlişkiler,** (Yayımlanmamış ders notu), Eskişehir, 1985.
- ALIÇ, Mehmet. **Eğitim Biliminde Çağdaş Gelişmeler,** AÖF Yayını, Eskişehir, 1991.
- ASNA, Alaaddin. **Halkla İlişkiler.** İTİA Yayınları, İstanbul, 1979.
- AŞKUN, İnal Cem. "İşletmelerde Halkla İlişkiler", **ESADER.** Cilt: 9, S.2, Eskişehir, 1973.
- AYDIN, Mustafa. **Eğitim Yönetimi.** Hatipoğlu Yayınevi, Ankara, 1988.
- BURSALIOĞLU, Ziya. **Eğitim Yönetimi Davranış Etkenleri.** Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayını, Ankara, 1980.
- _____. **Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış.** Pegem Yayını, Ankara, 1988.
- BURSALIOĞLU, Z.; Oğuzkan, T. **İlkokullarda Teşkilat ve İdare.** MEB Basımevi, İstanbul, 1968.
- CUTLIP, M.S. and CENTER H.A. **Effective Public Relations.** New Jersey, 1971.
- CUMHURİYET DÖNEMİ TÜRKİYE ANSİKLOPEDİSİ.** C.6, İletişim Yayınları, İstanbul, 1984.
- ÇELEBİOĞLU, Fuat. "Halkla İlişkiler Bölümünün Örgütlenmesi", **Halkla İlişkiler Seçme Yazılar.** Derleyen: Fermani MAVİŞ, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 1986.

17-Düzenlediğiniz mezuniyet, anma ve diğer gecelerde başarılı personele ödül veriliyor mu?

18-Okulda konferans, seminer düzenleniyor mu?

19-Konferanslara okul dışından katılım oluyor mu?

20-Konferanslar basına bildiriliyor mu? Kim tarafından bildiriliyor?

21-Okul-aile birliklerinin çalışmalar hakkında bilgi verir misiniz?

22-Bugüne kadar okul-aile birliklerinin gerçekleştirdiği en önemli faaliyetler hangileridir?

23-Öğrenci velileriyle nasıl iletişim kuruyorsunuz?

-Yazılı

-Sözlü

-Diğer

24-Çevrede bulunan özel ya da kamu kurumlarıyla ilişkilerinizi nasıl düzenliyorsunuz?

25-Bu konuda sizin diğer düşünceleriniz?

DEWEY, J. **Democracy and Education**. New York, 1965.

ENCYCLOPEDIA BRITANNICA. C.18, 1967.

GÖKSEL, A.Bülent. **Halkla İlişkiler**. Bilgehan Basımevi, İzmir, 1988.

GÖKYAY, Birtan. "Bir Kuruluşta Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi", **Halkla İlişkiler Semineri**. MPM Yayını, Ankara, 1971.

KADIBEŞGİL, M.Salim. **Halkla İlişkilerde Temel İlkeler**. Tükel Matbaası, İzmir, 1986.

KAYA, Yahya Kemal. **Eğitim Yönetimi**. Set Ofset Matbaacılık, Ankara, 1991.

KAZANCI, Metin. **Halkla İlişkiler Kuramsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar**. Savaş Yayınları, No.2, Ankara, a 1982, s.1.

KOBRE, Sidney. **Successful Public Relation for Colloges and Universities**. New York, 1974.

KORYÜREK, E.CÜNEYT. "Halkla İlişkiler ve Reklamcılık", **Halkla İlişkiler Seçme Yazılar**. Derleyen: Fermani MAVİŞ, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 1986.

LANE, W.R., Corwin R.G., Monakan, W.C. **Foundations of Educational Administration**, Mac Millian, New York, 1967.

LESLEY, Philip. **Lesly's Public Relation Handbook**. New York, 1983.

MC CLEARY, L.E. **Secondary Education in Thu United States**, Harcaurt Brace, New York, 1961.

MIHÇIOĞLU, Cemal. "Halkla İlişkiler Nedir?" **Halkla İlişkiler Seçme Yazılar**. Derleyen: Fermani MAVİŞ, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 1986.

- ORRICK, James B. **Halkla İlişkiler** (Çeviren: Oğuz ONARAN), Ankara Ün. Siy. Bil. Fak. Yayın No:1, Ankara, 1967.
- OTTOWAY, A.K.C., **Education and Society**. The Humanities Press, New York, 1962.
- ÖZSOY, Yahya. **Türk Eğitim Sistemi ve Yönetimi**. AÖF Yayını, Eskişehir, 1989.
- REEDER, Word G. **Okul İdareciliğinin Esasları**. (Çev.: Turhan OĞUZKAN), Öğretmen Kitapları, İstanbul, 1974.
- Resmî Gazete**. 7 Ekim 1983, Sayı: 18184.
- SABUNCUOĞLU, Zeyyat. **İşletmelerde Halkla İlişkiler**. Rota Ofset, Bursa, 1992.
- TAYMAZ, Haydar. **Uygulamalı Okul Yönetimi**. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No: 166, Ankara, 1989.
- TEZCAN, Mahmut. **Eğitim Sosyolojisi**. Ankara, 1991.
- TORTOP, Nuri. "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", **Halkla İlişkiler Seçme Yazılar**. Derleyen: Feri MANIŞ, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 1986.
- WEBSTER SÖZLÜĞÜ**. New York, 1957.
- YALÇINDAĞ, Selçuk. "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler", **Halkla İlişkiler Sempozyumu**, TODAİE Yayını, Ankara, 1987.
- YÜKSEL, A.Haluk. "İletişim Bilimi Eğitimi Sorunu ve Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi İletişim Bölümleri Fakültesi Modeli", **Kurgu Dergisi**, S.6, Eskişehir, 1989.