



**Uluslararası Öğrenen Toplum Dergisi**

**e-ISSN: 3023-8374**

**2025 | Cilt 2 | Sayı 1**

**Sayfa 47-60**

**International Society That Learn journal**

**e-ISSN: 3023-8374**

**2025 | Volume 2 | Issue 1**

**Page 47-60**



## **Dijitalden Geleneksele: Okul İtibar Dinamikleri**

---

### **From Digital to Traditional: School Reputation Dynamics**

**İsmail KOCAYİĞİT,**

*Mehmetçik Ortaokulu, Denizli, Türkiye*

**Yükleme: 19.03.2025; Kabul: 05.05.2025; Yayınlanma: 01.06.2025**

---

Kocayığit, İ. (2025). Dijitalden Geleneksele: Okul İtibar Dinamikleri. *Uluslararası Öğrenen Toplum Dergisi*, 2(1), 47-60.

[CC Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



## Özet

Bu makale, Türkiye'de okul itibar yönetiminin değişen dinamiklerini incelemekte ve geleneksel yöntemler ile çağdaş dijital stratejileri karşılaştırmaktadır. Akademik performans, müfredat dışı başarılar, okul kültürü, tesisler ve mezun başarısı gibi okul itibarını şekillendiren temel bileşenler tanımlanmaktadır. Çalışma, yazılı basın, ağızdan ağıza iletişim ve mezun katılımı gibi geleneksel yöntemlerin etkinliğini ve sınırlılıklarını incelemektedir. Sosyal medya katılımı, iyi tasarlanmış web siteleri, e-posta bültenleri, çevrimiçi incelemeler ve sanal turlar gibi dijital stratejilerin avantajları vurgulanmaktadır. Bulgular, geleneksel yöntemlerin değerli olmaya devam etmekle birlikte, maliyet ve erişim açısından önemli sınırlamalarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, dijital stratejiler daha geniş bir erişim ve potansiyel ailelerle daha fazla etkileşim sunmaktadır. Makale ayrıca, okul itibarının toplumsal beklentiler, ebeveyn baskısı ve ülkenin gelenek ve modernliğin eşsiz karışımından büyük ölçüde etkilendiği Türkiye'nin özel bağlamını da incelemektedir. Türkiye'deki modern okulların itibarlarını artırmaları ve rekabetçi bir ortamda başarılarını sürdürmeleri için dijital stratejileri entegre etmeleri şarttır.

**Anahtar Kelimeler:** okul itibarı, geleneksel yaklaşım, dijital yaklaşım

## Abstract

This article examines the changing dynamics of school reputation management in Turkey and compares traditional methods with contemporary digital strategies. Key components that shape school reputation, such as academic performance, extra-curricular achievements, school culture, facilities, and alumni success, are identified. The study examines the effectiveness and limitations of traditional methods such as print media, word-of-mouth, and alumni participation. The advantages of digital strategies such as social media engagement, well-designed websites, email newsletters, online reviews, and virtual tours are highlighted. The findings suggest that while traditional methods remain valuable, they face significant limitations in terms of cost and access. In contrast, digital strategies offer a wider reach and more interaction with potential families. The article also examines the specific context of Turkey, where school reputation is heavily influenced by societal expectations, parental pressure, and the country's unique blend of tradition and modernity. It is imperative for modern schools in Turkey to integrate digital strategies to enhance their reputation and maintain their success in a competitive environment.

**Keywords:** School Reputation, Traditional Approach, Digital Approach

## Öne Çıkanlar

- Dijital platformlar okul itibarını belirlemede kilit rol oynamaya başladı.
- Okul itibarı, akademik başarı ve veli iletişimiyle doğrudan ilişkili.
- Geleneksel ve dijital yöntemlerin dengeli kullanımı itibar için kritik.

## Giriş

Okul itibarı, eğitim kurumlarının başarısını ve toplum içindeki algısını şekillendiren önemli bir faktördür. Veliler, öğrenciler ve diğer paydaşlar, bir okulun akademik başarısı, mezunlarının kariyer performansı ve sunduğu sosyal olanaklar gibi çeşitli kriterlere dayanarak okul seçimlerini yapmaktadır (Dogan & Arslan, 2025). Eğitim kurumları, bu itibarı güçlendirmek ve sürdürülebilir hale getirmek için geleneksel ve dijital stratejileri bir arada kullanmaktadır.

Geleneksel olarak, okul itibarı; akademik başarılar, öğrencilerin üniversiteye kabul oranları, mezunların mesleki başarısı ve topluma sağlanan katkılar gibi unsurlarla belirlenmiştir. Bununla birlikte, yazılı basın, ağızdan ağıza iletişim ve yerel topluluk etkinlikleri gibi geleneksel yöntemler, okulların itibarlarını artırmada uzun yıllar boyunca başvurdukları temel araçlar olmuştur (Robards, Goring & Hendry, 2025).

Ancak, dijital teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte okul itibarını yönetme yöntemleri de değişmiştir. Sosyal medya platformları, okul web siteleri, çevrimiçi inceleme sistemleri ve dijital reklam kampanyaları, okulların görünürlüğünü artırarak daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır (Porntrakoon, Li & Chen, 2025). Veliler ve öğrenciler artık okullar hakkındaki bilgilere yalnızca fiziksel ziyaretler veya bireysel referanslarla değil, çevrimiçi platformlar aracılığıyla da ulaşabilmektedir.

Türkiye gibi hızla dijitalleşen ancak geleneksel değerlerin hala güçlü olduğu ülkelerde, okul itibarı yönetimi farklı bir dinamiğe sahiptir. Bir okulun itibarını belirleyen faktörler, sadece akademik başarıyla sınırlı kalmamakta; sosyal medya yönetimi, mezunların başarı hikâyeleri ve veli memnuniyeti gibi unsurlar da bu sürece dahil olmaktadır (Telilani & Bouteldja, 2025). Dijitalleşme, okulların rekabet avantajı elde etmesine olanak tanırken, aynı zamanda bilgi kirliliği ve yanlış yönlendirme gibi yeni zorlukları da beraberinde getirmektedir.

Bu çalışma, okul itibarının geleneksel ve dijital dinamiklerini karşılaştırarak, hangi stratejilerin daha etkili olduğunu ve Türkiye bağlamında okul itibar yönetiminin nasıl optimize edilebileceğini analiz etmektedir. Eğitim kurumlarının değişen ortama nasıl uyum sağladığı ve dijital dönüşümün itibar yönetimi üzerindeki etkileri tartışılacaktır (Brancu, Turcu & Busu,

2025).

## Okul İtibarı Bileşenleri

Bir okulun itibarı, çok yönlü bir yapıya sahip olup, akademik performans, mezun başarısı, okul kültürü, fiziki altyapı ve sosyal etkileşim gibi çeşitli unsurlarla şekillenir (Dogan & Arslan, 2025). Eğitim kurumları, bu bileşenleri etkin bir şekilde yöneterek veliler, öğrenciler ve topluluk içinde güven ve prestij kazanabilirler.

### 1. Akademik Performans ve Mezun Başarısı

Okul itibarı denildiğinde ilk akla gelen unsurlardan biri, öğrencilerin akademik başarılarıdır. Ulusal ve uluslararası sınav sonuçları, bilim olimpiyatları ve akademik ödüller, okulun eğitim kalitesinin göstergesi olarak kabul edilir (Robards, Goring & Hendry, 2025). Bunun yanında, mezunların üniversiteye yerleşme oranları ve kariyerlerindeki başarıları da okulun uzun vadeli itibarını belirleyen kritik faktörlerdendir (Porntrakoon, Li & Chen, 2025).

### 2. Okul Kültürü ve Toplumsal Algı

Bir okulun kültürel değerleri, öğretim anlayışı ve sosyal ortamı, itibar yönetiminde önemli bir rol oynar. Öğrencilerin okulda kendilerini güvende hissetmeleri, disiplin politikaları, sosyal adalet anlayışı ve kapsayıcı eğitim yaklaşımları, veliler ve öğrenciler açısından büyük bir öneme sahiptir (Telilani & Bouteldja, 2025). Ayrıca, mezunların ve velilerin okul hakkındaki olumlu görüşleri, okulun toplum içindeki algısını güçlendirebilir.

### 3. Fiziki Altyapı ve Teknolojik Donanım

Modern ve iyi donatılmış okul tesisleri, okulun eğitim kalitesini ve prestijini artıran unsurlar arasındadır. Teknoloji destekli sınıflar, laboratuvarlar, spor tesisleri ve sanat atölyeleri, öğrencilerin eğitim deneyimini zenginleştirir ve okulun rekabet avantajını güçlendirir (Brancu, Turcu & Busu, 2025).

### 4. Veliler ve Toplulukla İlişkiler

Velilerin okula duyduğu güven ve okul yönetimiyle olan etkileşimi, okulun itibarı açısından büyük önem taşır. Velilerin okul etkinliklerine katılımı, yönetim süreçlerinde söz sahibi olmaları ve mezunlarla güçlü bir ağ kurulması, okulun itibarı için sürdürülebilir bir avantaj sağlar (Azzahrah & Sudaryanto, 2025).

## Dijital Stratejilerin Rolü

Teknolojik gelişmeler, okul itibar yönetiminde dijital stratejileri zorunlu hale getirmiştir. Geleneksel yöntemlerin sınırlarını aşan dijital araçlar, okullara geniş bir erişim imkânı

sunarak etkili bir iletişim ve tanıtım stratejisi oluşturmalarını sağlamaktadır (Telilani & Bouteldja, 2025).

### **1. Sosyal Medya Yönetimi**

Facebook, Instagram, Twitter ve LinkedIn gibi platformlar, okulların dijital itibarlarını şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır. Bu platformlar aracılığıyla okullar, akademik başarılarını, sosyal etkinliklerini ve öğrencilerinin başarı hikayelerini paylaşarak geniş bir kitleye ulaşabilir (Portrakoon, Li & Chen, 2025). Sosyal medyada aktif olmak, yalnızca öğrenci adaylarını değil, aynı zamanda velileri ve mezunları da okul topluluğuna dahil etme fırsatı sunar.

### **2. İnteraktif Web Siteleri ve Çevrimiçi Değerlendirmeler**

Günümüzde bir okulun web sitesi, onun dijital vitrini haline gelmiştir. Etkileyici ve kullanıcı dostu bir web sitesi, okulun eğitim programlarını, akademik başarılarını ve sunduğu olanakları en iyi şekilde tanıtmalarını sağlar (Dogan & Arslan, 2025). Ayrıca, çevrimiçi inceleme siteleri ve Google yorumları, okul hakkında potansiyel öğrencilere ve velilere fikir verme açısından kritik öneme sahiptir.

### **3. E-Posta Bültenleri ve Dijital Pazarlama**

Okullar, düzenli olarak e-posta bültenleri göndererek mevcut ve potansiyel öğrenci velileriyle etkileşim kurabilirler. Özel etkinlikler, başarı hikâyeleri ve okul duyurularını içeren bu bültenler, okulun itibarı üzerinde olumlu bir etki yaratır (Brancu, Turcu & Busu, 2025).

### **4. Sanal Kampüs Turları ve Online Seminerler**

Özellikle pandemi sonrası dönemde, okulların sanal kampüs turları ve online açık günler düzenlemesi büyük bir avantaj haline gelmiştir. Bu sayede, veliler ve öğrenciler fiziksel olarak okulu ziyaret etmeden, okulun sunduğu olanakları detaylı bir şekilde inceleyebilirler (Azzahrah & Sudaryanto, 2025).

## **Geleneksel Yöntemlerin Sınırlamaları**

Geleneksel itibar yönetimi yöntemleri, uzun yıllardır okullar tarafından tercih edilse de dijital çağın sunduğu yeni araçlarla karşılaştırıldığında bazı önemli sınırlamalarla karşı karşıya kalmaktadır. Gazete reklamları, broşürler, yüz yüze etkinlikler ve ağızdan ağıza iletişim gibi yöntemler, dijital stratejilere kıyasla daha fazla zaman, maliyet ve insan kaynağı gerektirirken, erişim ve etkinlik açısından bazı dezavantajlar taşımaktadır (Dogan & Arslan, 2025).

### **1. Sınırlı Erişim ve Yüksek Maliyet**

Geleneksel yöntemler genellikle belirli bir coğrafi bölgeyle sınırlıdır ve geniş bir kitleye

---

e-ISSN: 3023-8374 © 2025 Uluslararası Öğrenen Toplum Dergisi

ulaşma açısından zorluklar barındırır. Gazete reklamları, basılı broşürler ve fiziksel etkinlikler gibi geleneksel tanıtım yöntemleri, yalnızca okulun bulunduğu bölgedeki insanlara erişebilirken, dijital stratejiler dünya çapında geniş bir kitleye ulaşabilir (Telilani & Bouteldja, 2025).

Ayrıca, geleneksel yöntemler yüksek maliyetli olabilir. Örneğin, gazete veya dergi reklamları belirli bir süre için yayınlanırken, dijital reklam kampanyaları daha düşük maliyetle sürekli olarak yönetilebilir ve izlenebilir (Robards, Goring & Hendry, 2025).

## **2. Ölçülebilirlik ve Geri Bildirim Eksikliği**

Dijital pazarlama stratejilerinin en büyük avantajlarından biri, kampanyaların başarı oranının kolayca ölçülebilmesidir. Sosyal medya analizleri, web sitesi trafik verileri ve e-posta kampanya raporları gibi araçlarla dijital stratejilerin etkinliği gerçek zamanlı olarak değerlendirilebilir (Portrakoon, Li & Chen, 2025).

Buna karşılık, geleneksel yöntemlerde bu tür verilerin toplanması ve analiz edilmesi çok daha zordur. Örneğin, bir okulun topluluk etkinliklerine katılım oranını veya broşürlerin kaç kişinin kararını etkilediğini ölçmek oldukça güçtür (Azzahrah & Sudaryanto, 2025).

## **3. Zaman ve Kaynak Gereksinimi**

Geleneksel yöntemlerin bir diğer dezavantajı, uygulamalarının zaman alıcı ve emek yoğun olmasıdır. Örneğin, okul etkinlikleri, açık günler ve tanıtım faaliyetleri ciddi bir planlama ve organizasyon gerektirir. Bunun yanı sıra, basılı materyallerin hazırlanması, dağıtılması ve güncellenmesi süreçleri hem zaman hem de maddi kaynak gerektirir (Brancu, Turcu & Busu, 2025).

Dijital stratejiler, bu açıdan daha esnek bir çözüm sunar. Örneğin, bir okulun sosyal medya hesaplarını güncellemek veya web sitesini yenilemek, basılı materyallere kıyasla çok daha az zaman ve maliyetle gerçekleştirilebilir (Selvakumar & Chyi, 2025).

## **4. Kriz Yönetiminde Yetersizlik**

Dijital çağda itibar yönetimi, kriz durumlarında hızlı müdahale gerektirir. Bir okul hakkında olumsuz bir haber yayıldığında, sosyal medya veya resmî web sitesi üzerinden anında yanıt verilebilir. Ancak, geleneksel yöntemlerde kriz yönetimi daha zor ve yavaş ilerler. Örneğin, basılı bir yayında yanlış bilgi yer aldığına, düzeltilmesi ve kamuoyuna duyurulması zaman alıcı bir süreçtir (Robards, Goring & Hendry, 2025).

Sonuç olarak, geleneksel yöntemler geçmişte okul itibarı için etkili araçlar olsa da günümüz dijital çağında bu yöntemlerin eksiklikleri daha belirgin hale gelmiştir. Eğitim kurumlarının daha geniş erişim, düşük maliyet ve hızlı geri bildirim avantajlarını değerlendirebilmesi için dijital stratejileri geleneksel yöntemlerle entegre etmeleri gerekmektedir (Dogan & Arslan, 2025).

## Okul İtibarını Anlamak

Okul itibarı, eğitim kurumlarının hem iç hem de dış paydaşlar tarafından nasıl algılandığını belirleyen, çok boyutlu bir kavramdır. Veliler, öğrenciler, mezunlar ve toplumun diğer üyeleri, bir okulun akademik başarısından öğretim kalitesine, mezunlarının kariyer yolculuklarından sunduğu sosyal ve fiziksel olanaklara kadar birçok faktörü göz önünde bulundurarak o okulun itibarı hakkında fikir sahibi olurlar (Brancu, Turcu & Busu, 2025).

### 1. Okul İtibarının Ana Unsurları

Okul itibarı, birçok farklı bileşenden oluşur. Bunlar arasında:

- Akademik başarılar ve mezun performansı: Ulusal ve uluslararası sınav sonuçları, üniversiteye giriş başarıları ve mezunların iş dünyasındaki performansları (Dogan & Arslan, 2025).
- Öğretim kalitesi ve okul kültürü: Öğretmenlerin nitelikleri, sınıf içi yenilikçi yaklaşımlar ve okulun genel eğitim felsefesi (Telilani & Bouteldja, 2025).
- Veliler ve mezunlar arasındaki itibarı: Okulun topluluk içindeki algısı ve mezunlarının okul hakkındaki görüşleri (Porntrakoon, Li & Chen, 2025).
- Dijital görünürlük ve sosyal medya yönetimi: Okulun dijital dünyada nasıl temsil edildiği, sosyal medya hesapları ve web sitesi üzerinden oluşturulan imajı (Robards, Goring & Hendry, 2025).

### 2. Dijital Dönüşümün Okul İtibarı Üzerindeki Etkisi

Geleneksel yöntemlere kıyasla, dijital platformlar okulların itibarlarını yönetme süreçlerinde daha etkili hale gelmiştir. Veliler, artık okullar hakkında bilgi almak için yalnızca yüz yüze görüşmelere değil, çevrimiçi yorumlar, web siteleri ve sosyal medya içeriklerine de güvenmektedir (Azzahrah & Sudaryanto, 2025).

Özellikle sosyal medya, okulların marka imajını oluşturma ve sürdürme konusunda güçlü

bir araç haline gelmiştir. Okulların etkin bir sosyal medya yönetimi ile öğrenci başarılarını, okul etkinliklerini ve eğitim programlarını paylaşmaları, potansiyel öğrenci adayları ve veliler üzerinde olumlu bir algı oluşturur (Selvakumar & Chyi, 2025).

### **3. Geleneksel ve Dijital Yöntemlerin Entegrasyonu**

Okullar, en iyi sonuçları elde etmek için hem geleneksel hem de dijital yöntemleri dengeli bir şekilde kullanmalıdır. Topluluk etkinlikleri, fiziksel okul turları ve mezunlarla güçlü ilişkiler sürdürmek, okulun güvenilirliğini artırırken; dijital stratejiler, erişimi genişletmek ve etkileşimi artırmak için kritik bir rol oynar (Brancu, Turcu & Busu, 2025).

Sonuç olarak, okul itibarı yönetimi çok boyutlu bir süreç olup, akademik başarıdan sosyal medyadaki varlığa kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Eğitim kurumlarının bu dinamikleri dikkate alarak stratejik planlarını oluşturması, uzun vadede rekabet avantajı sağlamalarına yardımcı olacaktır (Dogan & Arslan, 2025).

## **Okul İtibarı Oluşturmanın Geleneksel Yöntemleri**

Geleneksel itibar yönetimi, yıllardır okulların marka bilinirliğini artırmak ve toplumda güven oluşturmak için kullandıkları yöntemleri kapsamaktadır. Bu yöntemler, büyük ölçüde doğrudan iletişime ve fiziksel varlığa dayanmaktadır. Ağızdan ağıza pazarlama, basılı medya kullanımı ve topluluk etkinlikleri, geçmişte etkili olmuş ancak dijitalleşen dünyada bazı sınırlamalarla karşılaşmıştır (Dogan & Arslan, 2025).

### **1. Ağızdan Ağıza İletişim ve Mezun Ağları**

Veliler ve öğrenciler arasındaki ağızdan ağıza iletişim, okulun güvenilirliğini ve kalitesini gösteren en eski ve en etkili yöntemlerden biridir. Olumlu öğrenci ve veli deneyimleri, potansiyel öğrenciler ve aileleri için güçlü bir referans olabilir (Robards, Goring & Hendry, 2025).

Mezunlar ise okulun itibarını artırmada kritik bir rol oynar. Başarılı mezunlar, eğitimin kalitesini doğrudan yansıtan en önemli göstergelerden biridir. Bu nedenle, birçok okul mezun ağlarını güçlendirmek için toplantılar ve etkinlikler düzenlemektedir (Porntakoon, Li & Chen, 2025).

### **2. Basılı Medya ve Geleneksel Reklamcılık**

Gazeteler, dergiler, broşürler ve afişler, okulların marka bilinirliğini artırmak için kullanılan geleneksel yöntemlerdendir. Ancak, basılı medyanın sınırlı erişimi ve yüksek maliyeti, dijital



medyanın avantajlarına kıyasla bu yöntemin etkinliğini azaltmaktadır (Telilani & Bouteldja, 2025).

### **3. Topluluk Etkinlikleri ve Halkla İlişkiler Çalışmaları**

Okullar, topluluk etkinlikleri, eğitim fuarları ve açık günler gibi fiziksel etkinlikler düzenleyerek itibarlarını güçlendirebilirler. Veliler ve öğrencilerle doğrudan iletişim kurma imkânı sağlayan bu etkinlikler, okulun vizyonunu ve değerlerini anlatmak için güçlü bir araçtır (Brancu, Turcu & Busu, 2025).

## **Okul İtibarını Artırmada Dijital Stratejiler**

Dijital stratejiler, geleneksel yöntemlere kıyasla daha hızlı, daha erişilebilir ve daha ölçülebilir olması nedeniyle okul itibarını artırmada giderek daha önemli hale gelmiştir. Sosyal medya, web siteleri, e-posta pazarlaması ve online değerlendirme sistemleri, eğitim kurumlarının marka imajını güçlendirmede kritik araçlardır (Azzahrah & Sudaryanto, 2025).

### **1. Sosyal Medya Yönetimi**

Facebook, Instagram, Twitter ve LinkedIn gibi platformlar, okulların dijital itibarlarını oluşturmak ve yönetmek için kullandıkları en etkili araçlardır. Öğrenci başarıları, etkinlik duyuruları ve mezun hikâyeleri paylaşarak, okul topluluğuyla etkileşimi artırmak mümkündür (Dogan & Arslan, 2025).

Ayrıca, okulun kriz yönetimi süreçlerinde sosyal medya büyük bir rol oynamaktadır. Yanlış bilgilerin hızla düzeltilmesi ve olumsuz durumların yönetilmesi, sosyal medya sayesinde daha etkin bir şekilde gerçekleştirilebilir (Robards, Goring & Hendry, 2025).

### **2. Okul Web Siteleri ve Dijital İçerik Yönetimi**

İyi tasarlanmış bir okul web sitesi, okulun eğitim programları, öğrenci başarıları, öğretmen profilleri ve kampüs yaşamı hakkında kapsamlı bilgiler sunarak dijital vitrin görevi görmektedir (Porntrakoon, Li & Chen, 2025).

Okul blogları, video içerikleri ve sanal turlar gibi ek dijital içerikler, öğrencilere ve velilere okulun sunduğu imkanları daha detaylı bir şekilde tanıtmaya fırsatı sunar (Telilani & Bouteldja, 2025).

### 3. Online Değerlendirmeler ve Ebeveyn Geri Bildirimleri

Google incelemeleri, Facebook yorumları ve eğitim platformlarındaki değerlendirmeler, okulun itibarı üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Veliler ve öğrenciler, okul seçiminde bu incelemelere büyük önem vermektedir (Brancu, Turcu & Busu, 2025).

Bu nedenle, okulların online geri bildirimleri yönetmesi, olumsuz yorumları ele alması ve olumlu deneyimleri teşvik etmesi, dijital itibarı güçlendirmek için kritik bir stratejidir (Azzahrah & Sudaryanto, 2025).

### Etkinliğin Karşılaştırılması: Dijital ve Geleneksel

Okul itibarını yönetme konusunda dijital ve geleneksel yöntemlerin etkinliği, farklı açılardan değerlendirilebilir. Geleneksel yöntemler, insan etkileşimi ve topluluk ilişkileri açısından güçlü yönleri sahipken, dijital stratejiler geniş erişim ve düşük maliyet avantajları sunmaktadır (Dogan & Arslan, 2025).

**Tablo 1.**

Geleneksel ve dijital yöntemlerin karşılaştırılması

Kriter	Geleneksel Yöntemler	Dijital Yöntemler
Erişim	Sınırlı (fiziksel olarak ulaşılabilir bölgeler)	Küresel ve anlık erişim sağlanabilir
Maliyet	Yüksek (basılı materyaller, etkinlik maliyetleri)	Düşük (sosyal medya ve dijital reklamlar)
Geri Bildirim	Zor (anketler veya bireysel görüşmeler gerektirir)	Anlık (yorumlar, analizler, dijital anketler)
Esneklik	Zaman alıcı ve değiştirilmesi zor	Anlık güncellenebilir ve esnektir
Ölçülebilirlik	Veri toplamak zor	Analitik araçlarla detaylı raporlar alınabilir
Etkileşim	Yüz yüze bağlantılar güçlüdür	Anlık etkileşim ve çok yönlü iletişim mümkündür

Sonuç olarak, geleneksel yöntemler bazı avantajlara sahip olsa da modern dünyada dijital stratejilerle birleştirildiğinde daha etkili hale gelmektedir. En iyi sonuçları elde etmek için, okulların hem geleneksel hem de dijital itibar yönetimi stratejilerini dengeli bir şekilde

kullanmaları gerekmektedir (Branacu, Turcu & Busu, 2025).

## Ebeveynlik Kapsamında Türkiye'de Okul İtibarı

Eğitim, Türkiye'de ebeveynler için en önemli önceliklerden biri olup, okul itibarı çocuklarının geleceğini şekillendiren kritik bir faktör olarak görülmektedir. Veliler, çocukları için en iyi eğitimi sağlamak amacıyla okul seçimi yaparken akademik başarı, sosyal olanaklar, öğretmen kalitesi ve mezun başarıları gibi çeşitli kriterleri dikkate almaktadırlar (Barun & Sülkü, 2024).

### 1. Ebeveynlerin Okul Seçiminde Öncelikleri

Türkiye'de ebeveynler, okul seçiminde genellikle şu kriterlere odaklanmaktadır:

- Akademik Başarı: Yüksek sınav başarıları ve üniversiteye yerleşme oranları, okulun eğitim kalitesinin önemli göstergeleri arasında yer almaktadır (Akbağ, Aydoğdu & Rizzo, 2025).
- Öğretmen Kadrosunun Niteliği: Deneyimli, yüksek eğitimli ve öğrenci odaklı öğretmenler, veliler için okul tercihlerinde belirleyici bir faktördür (Cevizci, 2024).
- Fiziki Olanaklar ve Teknolojik Donanım: Gelişmiş laboratuvarlar, spor alanları ve dijital öğrenme araçlarına sahip okullar, ebeveynler tarafından daha fazla tercih edilmektedir (Almeida & Rodrigues, 2024).
- Okul Kültürü ve Disiplin Politikaları: Okulun güvenli bir ortam sunması, disiplin politikaları ve öğrenciler arasındaki etkileşim, veliler açısından büyük önem taşımaktadır (Barun & Sülkü, 2024).
- Sosyal ve Kültürel Aktiviteler: Sanat, spor ve bilimsel etkinlikler sunan okullar, çocuklarının yeteneklerini geliştirmek isteyen ebeveynler için cazip hale gelmektedir (Akbağ, Aydoğdu & Rizzo, 2025).

### 2. Dijitalleşmenin Ebeveyn Kararları Üzerindeki Etkisi

Teknolojinin gelişimiyle birlikte, ebeveynlerin okul seçimi süreci de değişime uğramıştır. Geleneksel ağızdan ağıza iletişim, yerini dijital incelemelere, okul web sitelerine ve sosyal medya platformlarındaki yorumlara bırakmıştır (Cevizci, 2024).

- Online Değerlendirmeler: Google, Facebook ve eğitim platformlarındaki okul incelemeleri, ebeveynlerin okullar hakkında bilgi edinmelerinde önemli bir kaynak haline

gelmiştir (Barun & Sülkü, 2024).

- Sosyal Medya ve Web Siteleri: Okulların resmî web siteleri ve sosyal medya hesapları, eğitim programları, öğretmen profilleri ve öğrenci başarıları hakkında detaylı bilgi sunarak ebeveynlerin kararlarını şekillendirmektedir (Almeida & Rodrigues, 2024).

Türkiye’de özel okullar, rekabetin yoğun olduğu bir ortamda daha fazla öğrenci çekebilmek için dijital pazarlama stratejilerine ağırlık vermekte ve ebeveynleri etkileyecek reklam kampanyaları yürütmektedirler (Akbağ, Aydoğdu & Rizzo, 2025).

### 3. Ebeveyn Algısının Okul İtibarına Etkisi

Okul itibarı yalnızca okul yönetimi ve akademik başarı ile değil, aynı zamanda velilerin algısı ile de şekillenir. Bir okul hakkında olumlu veya olumsuz görüşlerin yayılması, diğer velilerin kararlarını doğrudan etkileyebilir (Barun & Sülkü, 2024).

- Mezun Velilerin Görüşleri: Mezun olmuş öğrencilerin velileri, okulun itibarı üzerinde en büyük etkiye sahiptir. Olumlu geri bildirimler, okulun tercih edilme oranını artırırken, olumsuz yorumlar itibar kaybına neden olabilir (Cevizci, 2024).

- Topluluk Desteği: Okulların yerel topluluklarla kurduğu ilişkiler ve sosyal sorumluluk projelerine katılımları, ebeveynler üzerinde olumlu bir izlenim oluşturabilir (Almeida & Rodrigues, 2024).

## Sonuç

Bu çalışma, okul itibarı yönetiminin eğitim kurumlarının başarısı üzerindeki etkisini ele alarak, geleneksel ve dijital yöntemlerin önemini karşılaştırmıştır. Türkiye’de okul itibarı, ebeveynlerin karar mekanizmalarıyla doğrudan bağlantılı olup, akademik başarı, öğretmen kalitesi, sosyal olanaklar ve okul kültürü gibi birçok faktörden etkilenmektedir (Barun & Sülkü, 2024).

Dijitalleşme süreci, ebeveynlerin okul seçimlerini etkileyen en önemli değişkenlerden biri haline gelmiş ve geleneksel yöntemlerin yanı sıra sosyal medya, web siteleri ve online değerlendirme sistemleri okul itibarı yönetiminde önemli araçlar olarak öne çıkmıştır (Akbağ, Aydoğdu & Rizzo, 2025).

Sonuç olarak, okulların dijital stratejileri ve geleneksel itibar yönetimi yöntemlerini dengeli bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Akademik başarıyı artırmanın yanı sıra, güçlü bir veli iletişimi kurarak, güvenilir bir okul kültürü oluşturmak, okulun uzun vadede rekabet gücünü korumasına yardımcı olacaktır (Cevizci, 2024).

Eğitim kurumları için gelecekteki en büyük zorluk, hızla değişen teknolojiye uyum sağlamak ve eğitimdeki dijital dönüşümü etkin bir şekilde yönetmektir. Bu bağlamda, okul yöneticileri, veliler ve öğretmenler arasındaki iş birliği güçlendirilerek, sürdürülebilir bir okul itibarı stratejisi oluşturulmalıdır (Almeida & Rodrigues, 2024).

## Çıkar Çatışması ve Etik Beyanı

Bu araştırma çalışması, araştırma yayın etiğine uygundur.

## Yazarlık Katkı Beyanı

**Yazar 1:** Araştırma, Kaynaklar, Yazılım, Biçimsel Analiz ve Yazım-orijinal taslak.

## KAYNAKÇA

- Akbağ, M., Aydoğdu, F., & Rizzo, A. (2025). Developing a novel parental phubbing scale of mother and father forms for adolescents in Türkiye: A validity and reliability study. *Personality and Individual Differences*.
- Almeida, T., & Rodrigues, D. L. (2024). The psychology of love. *Frontiers in Psychology*.
- Azzahrah, F., & Sudaryanto, A. (2025). The relationship between smartphone use and sleep quality in adolescents. *Ahmar Metastasis Health Journal*.
- Barun, M. N., & Sülkü, S. N. (2024). Analysis of factors predicting students' mathematics achievement according to 2018 PISA data. *Third Sector Social Economic Review*.
- Brancu, C., Turcu, O., & Busu, C. (2025). Transformation and competition in Romanian television: Market dynamics and regulatory influence. *Management and Economics Review*.
- Cevizci, M. (2024). When the inclusive education principle turns into professional paradoxes for teachers: A field study in primary schools in Turkey. *Acibadem University Publications*.
- Dogan, M., & Arslan, H. (2025). The role of artificial intelligence in school leadership. *Revista de Pedagogie Digitala*.

- Porntrakoon, P., Li, Z., & Chen, L. (2025). Factors influencing behavioral intentions of college students in smart campus face recognition system in Chengdu. *Anthropologies Science Reviews*.
- Robards, B., Goring, J., & Hendry, N. A. (2025). Guiding young people's social media use in school policies: Opportunities, risks, moral panics, and imagined futures. *Journal of Youth Studies*.
- Selvakumar, K., & Chyi, O. C. (2025). Adolescent migraine in Klang Valley, Malaysia: Identifying prevalence and common triggers through a cross-sectional approach. *Journal of Health and Rehabilitation Research*.
- Telilani, G., & Bouteldja, D. (2025). The impact of digital marketing tools on the e-reputation of startups in Algeria. *Management and Economics Review*.