



Year/Yıl 2026, Volume/Cilt 39, Issue/Sayı 2, 385-408

<https://doi.org/10.19171/uefad.1776067>

Okul Yöneticilerinin Okul Web Sitelerini Yönetme Becerilerine Dair Görüşleri

Orhan KAYA ¹, Soner DOĞAN ², Emine TUNÇER GÜNAY ³

Özet

Araştırma Makalesi

Makale Geçmişi

Başvuru 01.09.2025,
Kabul 19.01.2026

Anahtar Kelimeler

Okul web siteleri, Okul yöneticileri, Dijital iletişim, Tanıtım ve bilgilendirme, Sosyal medya kullanımı

Bu araştırmanın amacı, okul yöneticilerinin okul web sitelerini yönetme becerilerine ilişkin görüşlerini ortaya koymak ve bu platformların kurumsal tanıtım, bilgilendirme ve paydaşlar arası iletişimdeki rolünü incelemektir. Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması deseniyle yürütülmüştür. Çalışma grubunu, 2024–2025 eğitim-öğretim yılında Sivas ilinde ilkokul, ortaokul, Anadolu lisesi ve Bilim ve Sanat Merkezi kademelerinde görev yapan 14 yönetici oluşturmaktadır. Katılımcılar, amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme ile belirlenmiştir. Veriler, araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmış ve içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Bulgulara göre yöneticiler, okul web sitelerinin en çok tanıtım ve bilgilendirme amacıyla kullanıldığını; sitelerin güncelliği, görsel tasarım niteliği ve koordinasyonun yönetim etkinliğinde belirleyici olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca sosyal medyanın hız, erişim kolaylığı ve etkileşim imkânları nedeniyle tercih edildiği; buna karşın web sitelerinin kurumsal temsil ve şeffaflık açısından önemini koruduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak, web sitelerinin işlevselliğinin artırılması için güncel, erişilebilir, paydaş odaklı ve etkileşimli içeriklerle desteklenmesi önerilmektedir. Bu yönüyle çalışma, okul web sitelerinin yalnızca teknik bir araç değil, okul yöneticilerinin yönetsel becerileri kapsamında ele alınması gereken stratejik bir alan olduğunu ortaya koyarak alanyazına özgün bir katkı sunmaktadır.

School Administrators' Views on Their Competencies in Managing School Websites

Abstract

Research Article

Article History

Received 01.09.2025,
Accepted 19.01.2026

Keywords

School websites, School administrators, Digital communication, Promotion and information, Social media use

This study investigates school administrators' perceptions regarding their skills in managing school websites and examines the strategic functions of these platforms in institutional promotion, information dissemination, and stakeholder communication. Adopting a qualitative research design, the study was conducted as a case study. The research sample consisted of 14 administrators serving in primary schools, secondary schools, Anatolian high schools, and Science and Art Centers (BİLSEM) in Sivas Türkiye, during the 2024–2025 academic year. Participants were selected through maximum variation sampling, a purposive sampling method, to ensure diversity in institutional and demographic characteristics. Data were collected using a semi-structured interview form developed by the researchers and analyzed through content analysis. The findings reveal that administrators primarily utilize school websites for promotional and informational purposes, emphasizing content currency, visual design quality, and coordination as key determinants of management effectiveness. Additionally, while social media platforms are favored for their speed, accessibility, and interactive features, school websites continue to play a crucial role in institutional representation and transparency. The study concludes that enhancing the effectiveness of school websites necessitates the integration of current, accessible, stakeholder-oriented, and interactive content, thereby reinforcing their role as strategic tools for communication and management.

¹ Doktorant , Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, orhan_cu@hotmail.com

² Prof. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, snr312@gmail.com

³ Doktorant-Öğr. Gör. , Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, tuncergunayemine@gmail.com



1. Giriş

Okulların okul dışı paydaşlara yönelik kendini tanıttığı ve bilgilendirme faaliyetlerini yürüttüğü en etkili kanallardan biri okul web siteleridir. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından Bilgi İşlem Grup Başkanlığı eliyle düzenlenen bu siteler, ülke genelindeki okulların standart bir şablon üzerinden daha hızlı, kolay ve güvenli biçimde bilgilendirme yapabilmesini sağlayacak bir yapı sunmaktadır (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2012). Okul web siteleri aracılığıyla eğitsel haberler, ders planları ve ders materyalleri paylaşılabilmekte; öğrenciler, öğretmenler, veliler ve ziyaretçiler için kurumsal bilgilendirme sağlanabilmektedir. Bu içeriklerin tüm paydaşlara hitap edecek biçimde zengin, güncel ve zararlı içeriklerden arındırılmış olması gerekmektedir (Varol & Kubanç, 2012). İnternet sayfalarının kısa sürede hazırlanabilmesi ve geniş kitlelere anlık bilgi aktarabilmesi, okul web sitelerini eğitim kurumları açısından önemli bir iletişim aracı hâline getirmiştir (Ergün & Ergün, 2008).

İnternetin eğitim süreçlerindeki etkisinin artmasıyla birlikte okulların ve okul yöneticilerinin bu alana yönelik ilgisinin de arttığı görülmektedir (Ivers & Barron, 1999). McKenzie'ye (1997) göre okul web siteleri; okulun misyonunu ve faaliyetlerini tanıtmak, akademik programlar hakkında bilgilendirme yapma, öğrenci ve öğretmen çalışmalarını sergileme ve kurumsal kimliği yansıtmak gibi temel işlevler üstlenmektedir. Bu doğrultuda web sitelerinin içeriğinin, hitap ettiği kitleye ve amacına uygun biçimde kurgulanması gerekmektedir (Fidan, 2006). İnternet kullanımının büyük bir bölümünün web sayfaları üzerinden gerçekleştiği düşünüldüğünde, okul web siteleri hem okul-veli iletişimi hem de kurumun dış paydaşlara açılan yüzü açısından işlevsel bir araç olarak değerlendirilmektedir (Taş & Kestellioğlu, 2011; Irgat & Kurubacak, 2002).

Okullarda bilgilendirme faaliyetlerinin etkili biçimde yürütülmesi, yalnızca teknik altyapı ile değil, bu sürecin planlanması ve yönetilmesiyle de yakından ilişkilidir. Açıkalın'a (2016) göre örgütlerde bilgilendirme süreci; hedef kitlenin özelliklerinin tanınması, bilgilerin zamanında ve uygun biçimde sunulması, güncel içeriklerin takip edilmesi ve etkili iletişim tekniklerinin kullanılması gibi unsurları içermektedir. Bu unsurlar okul web siteleri bağlamında ele alındığında, sitelerin işlevselliğinin büyük ölçüde okul yöneticilerinin planlama, koordinasyon ve etik sorumluluklarıyla ilişkili olduğu görülmektedir (Buluç, 2007). Okulların teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak paydaşların ihtiyaç duyduğu bilgi ve belgelere hızlı ve düşük maliyetle erişim sağlaması mümkünken; bilgi kirliliği, kaynak yetersizliği ve yönetim eksikliği gibi durumlar web sitelerinin etkin kullanımını sınırlayabilmektedir (Süleyman Demirel Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı, 2020).

Alanyazında eğitim kurumlarının web sitelerinin pazarlama amacıyla kullanımına (Akkan & Bozyiğit, 2014), okul yöneticilerinin teknoloji liderliği rollerine (Eren & Kurt, 2011) ve eğitim kurumlarına ait web sitelerinin yapısal özelliklerine (Ergün & Ergün, 2008) odaklanan çalışmalar bulunmaktadır. Ancak doğrudan okul yöneticilerinin okul web sitelerini yönetme becerilerine ilişkin görüşlerini merkeze alan çalışmalara rastlanmamaktadır. Mevcut çalışmaların, araştırma konusuyla dolaylı biçimde ilişkili olduğu ve sınırlı boyutlara odaklandığı görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, okul yöneticilerinin okul web sitelerini yönetme becerilerine ilişkin görüşlerini belirlemek; okula ilişkin güncel bilgilerin paylaşımı, web sitelerinin kuruluş amaçlarına uygunluğu, güncellik ve çekicilik düzeyi ile sosyal medya kullanımına yönelik tercih nedenlerini ortaya koymaktır. Bu yönüyle çalışma, okul web sitelerini yalnızca teknik bir araç olarak değil, okul yöneticilerinin yönetsel sorumluluk alanı içinde ele alarak mevcut çalışmalardan ayrılmaktadır.

Bu kapsamda araştırma için oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile aşağıdaki sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır:

1.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu Soruları

1.Okulun tanıtılması ve okula ilişkin güncel bilgilerin verilmesi neden önemlidir? Açıklayınız.

2-Okul yöneticileri okulun tanıtılması ve okula ilişkin bilgi verilmesi konusunda hangi faaliyetlerde bulunmaktadır? Açıklayınız.

3. Okul web sitelerinin kuruluş amaçları nedir? Açıklayınız.

4. Okul web siteniz amacına ulaşmakta mıdır? Açıklayınız.

5. Okul web sitelerinin daha güncel ve cazip hale getirilmesinde okul yöneticilerinin sorumlulukları nelerdir?

6.Sizce okul web sitelerini daha güncel ve cazip hale getirilmesi için okul web sitesinde:

a- Öğrencilere yönelik neler olmalıdır?

b-Öğretmenlere yönelik neler olmalıdır?

c-Velilere yönelik neler olmalıdır?

d- Okul dışından ziyaret edenler için neler olmalıdır?

7- Okul web sitesi yerine sosyal medya platformlarının tercih edilmesinin sebepleri nelerdir?

8- Verilen cümledeki boşluğu sizce nasıl doldurmak daha uygun olur?

a-Okul web sitelerinin daha güncel ve cazip hale getirilmesi okulun gelişiminde sağlar.

b-Okul web sitesi.....gibidir. Çünkü.....

2. Yöntem

Bu bölümde araştırmanın nasıl yürütüldüğüne ilişkin bilgiler ilgili alt başlıklar altında verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Modeli

Yöneticilerin okul web sitelerini yönetme becerilerine dair görüşlerini inceleyen bu araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması deseniyle yürütülmüştür. Durum çalışmaları, bir olgunun kendi bağlamı içinde ele alınarak “nasıl” ve “neden” sorularına yanıt aranan, araştırmacının sürece doğrudan müdahalesinin sınırlı olduğu araştırma desenleri arasında yer almaktadır (Yin, 2017). Bu yaklaşım, belirli bir duruma ilişkin süreçlerin sistematik biçimde incelenmesine ve ayrıntılı veri elde edilmesine olanak sağlamaktadır (Chmiliar, 2010).

Bu çalışmada okul yöneticilerinin okul web sitelerini kullanım amaçları, okul tanıtımına ilişkin görüşleri, web sitelerinde bulunması gereken içerikler ve bu siteleri yönetme becerilerine dair algılarının ortaya konulması amaçlandığından durum çalışması deseninin araştırmanın amacına uygun olduğu değerlendirilmiştir. Araştırmada durum çalışması desenlerinden tekli durum deseni tercih edilmiştir. Yin’e (2017) göre tekli durum deseni, özgün veya belirli bir bağlamda derinlemesine incelenmesi gereken durumların ayrıntılı biçimde ele alınmasına imkân tanımaktadır. Bu bağlamda, okul yöneticilerinin okul web sitelerini yönetme becerilerine ilişkin mevcut durumun bütüncül biçimde ortaya konulması hedeflenmiş; süreç, doğal yapısı içinde ve araştırmacı müdahalesi olmaksızın incelenmiştir. Ayrıca çalışmada okul yöneticilerinin okul web sitelerine ilişkin algılarını daha derinlemesine ortaya koyabilmek amacıyla metafor yönteminden de yararlanılmıştır.

2.2. Çalışma Grubu

Araştırmada 2024–2025 eğitim-öğretim yılında Sivas ilinde bulunan ilkökul, ortaokul, lise ve bilim ve sanat merkezlerinde görev yapan yöneticiler araştırma grubunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada, durum çalışmalarında önemli olduğu kabul edilen “doyum noktasına ulaşma” ilkesi benimsenmiş ve bu yaklaşımın araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanmasına katkı sunacağı düşünülmüştür (Yıldırım & Şimşek, 2011). Görüşmeler sırasında yeni veri üretiminin tekrar etmeye başlaması ve elde edilen kodların yeni bir temaya işaret etmemesi, doyum noktasına ulaşıldığının göstergesi olarak değerlendirilmiştir. Araştırmanın örnekleme, amaçlı örnekleme yaklaşımlarından maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Maksimum çeşitlilik örnekleminin tercih edilmesinin amacı, farklı durumlara genelleme yapmak değil; mümkün olduğunca farklı özelliklere sahip katılımcılardan elde edilen verileri bütünleştirerek ortak örüntüleri ortaya koymak ve ilgili durumu bütüncül bir bakış açısıyla incelemektir (Suri, 2011). Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcılar	Okul Türü	İdari Görev	Kıdem
OM1	Anadolu Lisesi	Okul Müdürü	37
OM2	Anadolu Lisesi	Okul Müdürü	39
MY1	Anadolu Lisesi	Müdür Yardımcısı	33
MY2	Anadolu Lisesi	Müdür Yardımcısı	13
OM3	Bilim ve Sanat Merkezi	Okul Müdürü	30
MY3	Bilim ve Sanat Merkezi	Müdür Yardımcısı	18
MY4	Bilim ve Sanat Merkezi	Müdür Yardımcısı	20
OM4	Ortaokul	Okul Müdürü	21
MY5	Ortaokul	Müdür Yardımcısı	18
MY6	Ortaokul	Müdür Yardımcısı	24
OM5	İlkokul	Okul Müdürü	25
MY7	İlkokul	Müdür Yardımcısı	13
MY8	İlkokul	Müdür Yardımcısı	10
MY9	İlkokul	Müdür Yardımcısı	12

Tablo 1'e göre katılımcıların ilkokul, ortaokul, Anadolu lisesi ve Bilim ve sanat merkezi okullarında görev yapan yöneticiler olduğu, 5'inin okul müdürü 9'unun müdür yardımcısı olarak görev yaptıkları görülmektedir. Katılımcıların kıdemleri ise 10 yıl ile 39 yıl arasında değişkenlik göstermektedir.

2.3. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada verilerin toplanması için araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme formunun kullanılmasının sebebi; Creswell'e (2013) göre yarı yapılandırılmış görüşme formu araştırmaya katkı sunanların fikirlerini rahatlıkla ifade etmelerini sağlaması yönünden avantajlı olması, araştırmacıya zengin bir veri kaynağı oluşturması ve araştırmacının eksik olduğunu düşündüğü alanlarda istediği bilgiye ulaşmasını sağlaması yönünden önemli bir araçtır. Patton'un (1987) vurguladığı bir diğer noktada kapalı uçlu sorularla ortaya konulamayacak, süreç içerisinde ortaya çıkabilecek sonuçlara ulaşabilmek için yarı yapılandırılmış görüşme formları çok önemli bir yere sahiptir. Yarı yapılandırılmış görüşme formlarının tercih edilmesinin bir diğer önemli sebebi de süreci planlı yürütmeyi sağlanması, araştırmacının konumunu korumasına yardımcı olması ve veri toplama sürecinde karşılaşılabilecek sorunları engellemeye katkısı olması olarak ifade edilebilir (Yıldırım & Şimşek, 2011). Görüşme yönteminin bir konu hakkındaki katılımcıların duygu, düşünce ve tavırlarını ortaya koymakta çok önemli olması, hali hazırda var olan bir durumu ortaya koyabilmekteki güçlü yönleri de bu çalışmada tercih edilmesinin önemli bir sebebidir (Briggs, 1986).

Yarı yapılandırılmış görüşme formunu tasarlamak için öncelikle ilgili alanyazın dikkatlice taranmıştır. Alanyazın tarandıktan sonra oluşturulan görüşme formu öncelikle cümlelerin doğru anlaşılabilirliği açısından alanında uzman bir Türkçe öğretmeninden görüş alınarak düzenlenmiştir. Daha sonra hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu eğitim yönetimi alanında uzman bir akademisyene sunularak görüşü alınmıştır. Uzman görüşünden sonra iki Türkçe öğretmeninden ifadelerin dili ve doğru anlaşılabilirliği ile ilgili görüşler alınmış ilgili düzeltmeler yapılmıştır. Sonrasında örneklem dışında iki okul yöneticisine ön uygulama yapılmış ve ifadelerin doğru anlaşılabilirliği, soruların amacına uygunluğu açısından dönütler alınmıştır. Bu aşamadan sonra eğitim yönetimi alanında uzman akademisyenle birlikte son hali oluşturulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili sorular, ikinci bölümde ise okul yöneticilerinin okul web sitelerini yönetme becerisi ile ilgili görüşlerini almayı hedefleyen sorular yer almaktadır.

2.4. Veri Toplama Süreci

Bu çalışmada veri toplama süreci, yarı yapılandırılmış görüşme formunun son halinin oluşturulmasının ardından, araştırma grubunda yer alan okul yöneticileri ile yüz yüze gerçekleştirilen görüşmeler yoluyla yürütülmüştür. Görüşmeler, yöneticilerin görev yaptığı okullarda, katılımcıların rahat ve kendilerini özgürce ifade edebilecekleri bir ortamda gerçekleştirilmiştir. Her bir görüşme ortalama 40-60 dakika arasında sürmüştür. Görüşmeler sırasında araştırmacı, katılımcıların izinleri doğrultusunda ses kayıt cihazı kullanmıştır. Ses kayıtları daha sonra araştırmacı tarafından kelimesi kelimesine yazılı hale getirilmiş ve analiz sürecine dâhil edilmiştir. Veri toplama süreci boyunca katılımcılarla güven ilişkisi kurulmasına özen gösterilmiş, araştırmacı görüşme sırasında yönlendirici tutumdan kaçınmış ve katılımcıların düşüncelerini kendi ifadeleri ile aktarmalarını desteklemiştir. Veri toplama süreci, Creswell'in (2007) belirttiği şekilde esnek, doğal akış içinde ve katılımcıların deneyimlerini derinlemesine anlamayı önceleyen bir yaklaşımla yürütülmüştür.

2.5. Verilerin Analizi

Yapılan bu çalışmada araştırmacılar tarafından geliştiren yarı yapılandırılmış görüşme formu ile elde edilen veriler içerik analizine başvurularak değerlendirilmiştir. Bu süreç sonucunda görüşmelerden elde edilen veriler kodlara, kategorilere ve temalara dönüştürülerek sunulmuştur. Mayring (2000) içerik analizini görüşme sonucunda elde edilen verilerin kurallı ve sistemli bir şekilde analizinin yapılarak yorumlanması şeklinde tanımlamıştır ve bu yöntemin özellikle sosyal bilimlerde sıklıkla kullanıldığını, elde edilen verilerin anlamlı hale gelmesini sağlamak için temalar ve kategoriler şeklinde düzenlenmesi olarak ifade etmiştir. Bu çalışmada, Yıldırım ve Şimşek'in (2013) belirttiği üzere, kategori veya tema oluşturulurken içerik analizinden elde edilen bulguların daha kapsamlı ve birçok ifadeyi içerecek şekilde yapılandırılması gerektiği anlayışı benimsenmiştir. Bu yaklaşımı desteklemek amacıyla, Bilgin'in (2006) ortaya koyduğu kriterler dikkate alınmıştır. Bu kriterlere göre, kategorilerin oluşturulmasında şu ilkelere uyulmuştur:

- **Homojenlik (Benzeşik Ögeler):** Kategoriler, birbiriyle uyumlu ve benzer özellikler taşıyan öğelerden oluşmalıdır.
- **Bütünsellik (Kapsayıcılık):** Oluşturulan her kategori, içine yerleştirilen tüm ifadeleri kapsayacak şekilde geniş ve kapsamlı olmalıdır.
- **Objektiflik (Nesnellik):** Farklı araştırmacılar tarafından yapılan analizlerde benzer kategorilerin ortaya çıkması, kategorilerin nesnel ve tutarlı olduğunu gösterir.

- **Amaca Uygunluk:** Kategoriler, araştırmanın amaçlarını yansıtmak şekilde yapılandırılmalı ve analiz sürecine anlamlı bir katkı sağlamalıdır.

Bu ilkeler, Miles ve Huberman'ın (1994) nitel veri analizinde vurguladığı "tutarlılık" ve "şeffaflık" prensipleriyle de uyumludur. Ayrıca, Creswell'in (2007) belirttiği gibi, kategorilerin oluşturulması sürecinde verilerin derinlemesine incelenmesi ve analitik bir yaklaşım benimsenmesi, bulguların geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmaktadır. Bu çalışmada tüm bu kriterlerin sağlanması ve araştırmanın bilimsel niteliğinin artırılması için alınan diğer tedbirlerin yanında tüm süreç boyunca alanında uzman iki Türkçe öğretmeninden, eğitim yönetimi alanında uzman bir akademisyenden ve başka bir araştırmacıdan sürekli görüş alınarak ilerlenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen ve üzerinde uzlaşılan kod, kategori ve temalar tablolar halinde sunulurken araştırmaya katkı sunan katılımcıların görüşlerinin bir bölümü doğrudan okuyucuya iletilmek üzere araştırma içerisinde verilmiştir. Creswell'in (2007), içerik analizinde kategori oluşturma aşamasının çalışmanın amacına, konusuna ve elde edilen verilere uyumunun kritik önemde olduğunu vurgulamıştır. Araştırmacılar bu hususa titizlikle uyarak çalışmanın geçerliliği ve güvenilirliğine katkı yapacağı düşünülmüştür.

2.6. Geçerlik, Güvenirlik ve Etik

Bir araştırmanın bilimsel bir çalışma statüsü kazanması için öncelikle geçerli ve güvenilir olarak kabul görmesi gerekmektedir (Baltacı, 2019). Nicel araştırmalarda sayısal veriler üzerinden sağlanabilen geçerlik ve güvenilirlik kavramları, doğası gereği nitel araştırmalarda doğrudan kullanılamadığı için nitel araştırmaların doğasına uygun ölçütler aracılığıyla bu durumun aşılması gerekmektedir (Shenton, 2004). Bu çalışmada geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması amacıyla alanyazında önerilen çeşitli stratejiler dikkate alınmıştır.

Geçerliliğin sağlanması için Lincoln ve Guba'nın (1985) önerdiği üçgenleme (triangulation), katılımcı doğrulaması (member checking) ve uzun süreli katılım (prolonged engagement) stratejileri kullanılmıştır. Bu kapsamda üçgenleme, veri kaynağı çeşitliliği temelinde ele alınmış; farklı okul türlerinde (ilkokul, ortaokul, lise ve bilim ve sanat merkezleri) görev yapan yöneticilerden elde edilen veriler karşılaştırılarak benzerlik ve farklılıklar bütüncül biçimde değerlendirilmiştir. Katılımcı doğrulaması için görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular katılımcılarla paylaşılmış ve verilerin doğru anlaşıldığı teyit edilmiştir. Ayrıca görüşme süreci öncesinde katılımcılarla zaman geçirilerek güven ilişkisi kurulmuş, bu durum araştırmanın geçerliliğini artırmaya yönelik bir önlem olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla Miles ve Huberman'ın (1994) önerdiği detaylı dokümantasyon (thick description / denetlenebilirlik), açık kodlama süreçleri (explicit coding procedures) ve araştırmacılar arası uyum (inter-rater reliability) ölçütleri dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın tüm aşamaları ayrıntılı biçimde raporlanmış; veri analizi sürecinde kullanılan kod, kategori ve temalar açık ve anlaşılır biçimde tanımlanmıştır. Araştırmacılar arası uyumun sağlanması amacıyla birden fazla araştırmacı ve eğitim yönetimi alanında uzman bir akademisyen ham verileri birbirinden bağımsız biçimde kodlamış; elde edilen bulgular karşılaştırılarak uzlaşa sağlanmıştır. Miles ve Huberman'ın (1994) görüş birliği formülü kullanılarak hesaplanan kodlayıcılar arası tutarlılık katsayısı 0,90 olarak bulunmuş ve bu değer yüksek düzeyde güvenilirlik göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

Bu araştırmanın, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Bilimleri Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kurulu tarafından 30.04.2025 tarihinde E-50704946-050.04-556835 sayılı kararıyla verilen etik kurul izni bulunmaktadır. Bu araştırmanın planlanmasından, uygulanmasına, verilerin toplanmasından verilerin analizine kadar olan tüm süreçte "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbirisi gerçekleştirilmemiştir. Bu kapsamda katılımcıların gönüllülük esasına göre çalışma grubuna dâhil olmaları sağlanmıştır. Ayrıca veri toplama sürecinde katılımcılara; kimliklerinin gizli tutulacağı, isimlerinin araştırma içerisinde unvanlarına uygun kodlamalarla ifade edileceği, veri toplama sürecinde geçen kişisel konuşmaların araştırmaya yansıtılmayacağı ve araştırmadan dolayı herhangi bir zarara uğramayacakları açık bir biçimde belirtilmiştir. Bu araştırmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

3. Bulgular

Bu bölümde okul yöneticilerinin okul web sitelerini yönetme becerilerine dair görüşlerinin değerlendirilmesi amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorulara, katılımcıların verdikleri cevaplarla elde edilen bulgulara, bu bulgularla elde edilen kod, kategori, tema ve frekans değerlerinin bulunduğu tablolara ve katılımcı görüşlerine yer verilmiştir. Sorulara ilişkin bulgular sekiz tablo ile birlikte sunulmuştur.

Tablo 2. Okulun Tanıtılması ve Okula İlişkin Güncel Bilgiler Verilmesi Neden Önemlidir?

Kategoriler	Kod	f
Tanıtım ve Tercih edilme	İlgilenenlerin okul hakkında doğru ve güncel bilgiye ulaşabilmesini sağlar	11
	Okulun güvenilirliğini artırmasını sağlar	8
	Okula iyi bir imaj oluşturmayı sağlar	5
	Okulun vizyon ve misyonunu tanıtmayı sağlar	3
	Yeni kayıtlar için okulun tercih edilmesini sağlar	3
Toplam		30
Bilgilendirme	Okulda yapılan faaliyetlerden velilerin haberdar olmasını sağlar	8
	Okul-toplum arası iletişimin güçlenmesini sağlar	3
	Yanlış haberlerin önlenmesini sağlar	1
Toplam		12
Dinamizm	Okula dinamizm katar	3
Toplam		3

Tablo 2’de sunulduğu üzere okul yöneticilerinin okulun tanıtılması ve okula ilişkin güncel bilgilerin verilmesinin önemine ilişkin görüşleri tanıtım ve tercih edilme, bilgilendirme ve dinamizm olmak üzere üç kategori altında toplanmıştır.

Tanıtım ve tercih edilme kategorisi, okulun dış paydaşlar tarafından tanınması, güvenilir bir kurum olarak algılanması ve tercih edilme sürecinde görünürlük kazanmasına ilişkin görüşleri kapsamaktadır. Bu kategori altında yer alan *“İlgilenenlerin okul hakkında doğru ve güncel bilgiye ulaşabilmesini sağlar”* kodu, okul web sitelerinin okul hakkında temel ve güvenilir bilgi kaynağı olarak görülmesini ifade etmektedir. Bu kodu destekleyen görüşler MY1 ve MY5 kodlu katılımcı ifadelerinde açık biçimde görülmektedir. Aynı kategori altında yer alan *“Okulun güvenilirliğini artırmasını sağlar”* kodu ise düzenli ve şeffaf bilgilendirmenin okulun kurumsal güven algısını güçlendirdiğine işaret etmektedir. Bu görüş OM5 ve MY1 kodlu katılımcı alıntlarıyla temsil edilmektedir.

Bilgilendirme kategorisi, okulda yürütülen faaliyetlerin veliler ve diğer paydaşlar tarafından izlenebilmesine olanak tanıyan iletişim boyutunu ifade etmektedir. Bu kategori kapsamında öne çıkan *“Okulda yapılan faaliyetlerden velilerin haberdar olmasını sağlar”* kodu, bilgilendirme sürecinin veli katılımı ve okul–veli iletişimi açısından taşıdığı önemi yansıtmaktadır. Bu kod, MY1 ve MY5 kodlu katılımcı ifadelerinde doğrudan karşılık bulmaktadır. Katılımcılar, güncel bilgi paylaşımının velilerin okuldaki süreçlere daha bilinçli ve aktif biçimde dahil olmasını sağladığını vurgulamışlardır.

Dinamizm kategorisi ise okulun güncel, canlı ve gelişime açık bir yapı sergilemesine ilişkin algıları içermektedir. *“Okula dinamizm katar”* kodu, düzenli bilgi paylaşımının okulun durağan bir yapıdan ziyade sürekli gelişen bir kurum olarak algılanmasına katkı sunduğunu göstermektedir. Bu kod, sınırlı sayıda olmakla birlikte bazı katılımcı görüşlerinde açık biçimde ifade edilmiştir.

Katılımcıların okuldaki örgütsel bağlılık düzeyine ilişkin bazı görüşleri aşağıda sunulmuştur:

MY1: *“Biz okulda bir öğrenme iklimi oluşturuyoruz. Dolayısıyla velinin, öğrencinin hatta çevredeki kurumların bizi tanıması çok önemli. Hangi değerleri benimsiyoruz? Hangi projelere imza atıyoruz? Kadromuz, başarılarımız nasıl? Bunları paylaşmazsak okul dışındaki kimse okulun ruhunu hissedemez. Güncel bilgi paylaşımı da bir o kadar kritik konu. Veli okulda ne olup bittiğini bilir, öğrenci kendini değerli hisseder, toplumla daha sağlıklı bir bağ kurulur. Kısaca okulun iletişimi güçlü olursa güven de artar, aidiyette.”*

OM5: *“Tayin döneminde tercih edilen okul olması için diğer okullardaki, illerdeki öğretmenlere de tanıtımı önemlidir.”*

MY5: *“Velilerin, öğrencilerin ve toplumun güncel bilgiye ulaşması çok önemli. Okulun tanıtımı, okulun imajı için önemli. İyi bir imaj velilerin ve öğrencilerin tercihlerini olumlu yönde etkiler.”*

Bu bağlamda değerlendirildiğinde, okul yöneticilerinin okulun tanıtılması ve güncel bilgi sunulmasını yalnızca teknik bir bilgilendirme süreci olarak değil; okulun güvenilirliği, tercih edilebilirliği ve kurumsal canlılığı ile doğrudan ilişkili stratejik bir iletişim alanı olarak ele aldıkları söylenebilir.

Tablo 3. Okul Yöneticileri Tanıtım İçin Hangi Faaliyetlerde Bulunur?

Kategoriler	Kod	f
Basılı ve Görsel Materyaller	Okul web sitesinin ve sosyal medya hesaplarının etkin kullanımı ve güncel olmasını sağlarlar	14
	Afiş, broşür, dergi vb. basılı materyallerin hazırlanmasını sağlarlar	5
	Yapılan faaliyetlerden yerel basını bilgilendirirler	3
	Brifing dosyası hazırlarlar	2
Toplam		24
Etkinlik ve Törenler	Veli toplantılarında okulu tanıtırlar	5
	Tanıtım günleri, ziyaretler yaparlar	4
	Seminer düzenlerler	3
	Kermes, belirli gün ve haftalar vb. programlar düzenlerler	2
	Mezun etkinlikleri yaparlar	1
	Bilim ve teknoloji yarışmalarına katılımı sağlarlar	1
Toplam		16

Tablo 3'te sunulduğu üzere okul yöneticilerinin okulun tanıtımı için gerçekleştirdikleri faaliyetlere ilişkin görüşleri basılı ve görsel materyaller ile etkinlik ve törenler olmak üzere iki kategori altında toplanmıştır.

Basılı ve görsel materyaller kategorisi, okulun tanıtımında yazılı ve dijital iletişim araçlarının sistemli biçimde kullanılmasına yönelik uygulamaları kapsamaktadır. Bu kategori altında öne çıkan *“Okul web sitesinin ve sosyal medya hesaplarının etkin kullanımı ve güncel olmasını sağlarlar”* kodu, yöneticilerin dijital platformları okulun görünürlüğünü artıran temel tanıtım araçları olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Bu kodu destekleyen görüşler MY8, OM2 ve OM4 kodlu katılımcı ifadelerinde açık biçimde görülmektedir. Aynı kategori içerisinde yer alan *“Afiş, broşür, dergi vb. basılı materyallerin hazırlanmasını sağlarlar”* kodu ise okulun fiziki ve kurumsal tanıtımının yalnızca dijital ortamla sınırlı kalmadığını, geleneksel tanıtım araçlarının da bilinçli biçimde kullanıldığını ortaya koymaktadır. Bu görüş, OM2 kodlu katılımcı tarafından dile getirilen ifadelerle temsil edilmektedir.

Etkinlik ve törenler kategorisi, okulun tanıtımının yüz yüze etkileşim ve deneyim yoluyla gerçekleştirilmesine yönelik faaliyetleri içermektedir. Bu kategori altında yer alan *“Veli toplantılarında okulu tanıtırlar”* kodu, yöneticilerin veli toplantılarını yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda okulun vizyonu, faaliyetleri ve başarılarının paylaşıldığı bir tanıtım fırsatı olarak gördüklerini göstermektedir. Bu kod, MY8 ve OM2 kodlu katılımcı görüşlerinde açık biçimde ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra tanıtım günleri, ziyaretler, sergiler ve çeşitli törenler aracılığıyla okulun sosyal ve akademik yönlerinin paydaşlara sunulduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların okul tanıtımı için hangi faaliyetleri yaptıklarına ilişkin bazı görüşleri aşağıda sunulmuştur:

MY8: *“Mesela okul bahçesi düzenlenmesini ya da kütüphane yenilenmesini sosyal medyadan duyurur. Böylece yapılan çalışmalar veliler tarafından görülmüş olur. Okul-aile birliği toplantılarında da yapılan çalışmalar bir sunum haline getirilir.”*

OM2: *“Okul yöneticileri, okulun tanıtımı ve güncel bilgileri paylaşmak için web sitesini ve sosyal medya hesaplarını aktif şekilde kullanır. Veli toplantıları, tanıtım günleri, basın bültenleri ve yerel basın ile iş birliği gibi yöntemlerle okul faaliyetlerini kamuya sunar. Ayrıca afişler ve broşürlerle bilgilendirmeler yaparak toplumla sürekli iletişim halinde olunmasını sağlarlar.”*

OM4: *“Eğitim-öğretim faaliyetlerinin ve sosyal faaliyetlerinin fotoğraf ve videolarını paylaşırlar.”*

Tablo 4. Okul Web Sitesinin Kuruluş Amacı Nedir?

Kategoriler	Kod	f
Okul tanıtımı	Okulun fiziki şartları, personel, misyon-vizyon vb. bilgileri göstermek	11
	Okulun kurumsal bağlantı, adres ve linklerini yayınlamak	2
	Şeffaflığı sağlamak	1
Toplam		14
Bilgilendirme ve Duyuru	Rehberlik, duyurular vb. konularda velileri ve öğrencileri bilgilendirmek	8
	Yapılan faaliyetleri haber vermek	5
	Yapılacak faaliyetleri duyurmak	1
	Bakanlıktan gelen düzenlemeler hakkında bilgilendirme yapmak	1
Toplam		15
Mevzuat	İnternet siteleri ile ilgili bağlı olduğumuz kanunlardaki amaçları yerine getirmek	1
Toplam		1

Tablo 4'te sunulduğu üzere okul yöneticilerinin okul web sitesinin kuruluş amaçlarına ilişkin görüşleri okul tanıtımı, bilgilendirme ve duyurular ile mevzuat olmak üzere üç kategori altında toplanmıştır. Katılımcı görüşlerinin ağırlıklı olarak okul tanıtımı ile bilgilendirme ve duyuru amaçları üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Okul tanıtımı kategorisi, okulun kurumsal kimliğini yansıtan temel bilgilerin paydaşlara sunulmasına yönelik görüşleri içermektedir. Bu kategori altında öne çıkan *“Okulun fiziki şartları, personel, misyon-vizyon vb. bilgileri göstermek”* kodu, web sitesinin okulun kimliğini ve yapısını tanıtan bir vitrini işlevi gördüğünü ortaya koymaktadır. Bu koda ilişkin görüşler MY1 ve OM1 kodlu katılımcı ifadelerinde açık biçimde dile getirilmiştir. Katılımcılar, okulun fiziki olanakları, insan kaynağı ve temel değerlerine ilişkin bilgilerin web sitesi aracılığıyla paylaşılmasının, okulun dış paydaşlar tarafından tanınmasını kolaylaştırdığını vurgulamışlardır.

Bilgilendirme ve duyurular kategorisi, web sitelerinin öğrenci ve velilere yönelik güncel bilgi akışını sağlamasına ilişkin görüşleri kapsamaktadır. Bu kategori altında en fazla ifade edilen *“Rehberlik, duyurular vb. konularda velileri ve öğrencileri bilgilendirmek”* kodu, okul web sitelerinin iletişim ve yönlendirme işlevine işaret etmektedir. Bu kod, MY1 ve OM2 kodlu katılımcı görüşleriyle temsil edilmekte; web sitelerinin yalnızca tanıtım değil, aynı zamanda günlük okul yaşamına ilişkin bilgi paylaşımında aktif bir araç olarak görüldüğünü göstermektedir.

Mevzuat kategorisi ise okul web sitelerinin yasal düzenlemeler ve bakanlık yükümlülükleri doğrultusunda oluşturulmasına ilişkin sınırlı sayıdaki görüşleri içermektedir. *“İnternet siteleri ile ilgili bağlı olduğumuz kanunlardaki amaçları yerine getirmek”* kodu bu kategori altında yer almakta olup, OM1 kodlu katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Bu bulgu, okul web sitelerinin kuruluşunda mevzuat gerekliliğinin yöneticiler tarafından ikincil bir gerekçe olarak algılandığını göstermektedir. Bu dağılım, okul yöneticilerinin okul web sitelerini öncelikle tanıtım ve bilgilendirme işlevleri üzerinden anlamlandırdıklarını; mevzuat boyutunu ise daha çok tamamlayıcı bir unsur olarak ele aldıklarını ortaya koymaktadır.

Katılımcıların okul web sitelerinin kuruluş amaçlarına ilişkin bazı görüşleri aşağıda sunulmuştur:

MY1: *“Duyurular, takvim, sınav tarihleri, e-okul bağlantıları, öğretmen listeleri, adres vb. bu alanlar hem öğrenciler hem de veliler için çok değerli. Ayrıca resmi evraklar, okul başarıları ve yürütülen projeler gibi içerikler duyurulmalı. Okulun neyle meşgul olduğu anlatılmalı.”*

OM2: *“Okul ile veliler ve toplum arasında etkili bir iletişim köprüsü kurmaktır. Eğitimle ilgili güncel bilgi ve duyuruları hızlıca paylaşılmasını sağlar.”*

OM1: *“Okulun tanıtımını, kurumsal bilgileri paylaşmayı sağlar. Eğitim-öğretim faaliyetleri hakkında bilgilendirme yapılır ve okul-aile birliği faaliyetleri duyurulur.”*

Tablo 5. Okul Web Sitesi Amacına Ulaşmakta mıdır?

Kategoriler	Kod	f
Olumlu	Amacına ulaşıyor	7
	Güncel tutulduğunda etkileşim artıyor	2
Toplam		9
Olumsuz	Sosyal medya hesapları daha aktif ve işlevsel	5
	Hala eksiklikleri olduğunu düşünüyorum	3
Toplam		8

Tablo 5'te sunulduğu üzere okul yöneticilerinin okul web sitelerinin amacına ulaşip ulaşmadığına ilişkin değerlendirmeleri olumlu ve olumsuz olmak üzere iki kategori altında toplanmıştır. Katılımcı görüşlerinin sayısal dağılımı, web sitelerinin etkililiği konusunda yöneticiler arasında belirgin bir görüş ayrışması olduğunu göstermektedir.

Olumlu kategorisi, okul web sitelerinin tanıtım ve bilgilendirme işlevlerini yerine getirdiğine yönelik değerlendirmeleri kapsamaktadır. Bu kategori altında öne çıkan "*Amacına ulaşıyor*" kodu, web sitesinin duyuru, etkinlik paylaşımı ve temel bilgilendirme açısından işlevsel bulunduğunu ifade etmektedir. Bu kod, MY4 kodlu katılımcının görüşlerinde açık biçimde görülmektedir. Ayrıca "*Güncel tutulduğunda etkileşim artıyor*" kodu, web sitesinin etkililiğinin doğrudan güncellik düzeyiyle ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır.

Olumsuz kategorisi ise okul web sitelerinin mevcut iletişim ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kaldığına yönelik görüşleri içermektedir. Bu kategori altında en sık dile getirilen "*Sosyal medya hesapları daha aktif ve işlevsel*" kodu, web sitelerinin hız ve etkileşim açısından sosyal medya platformlarıyla karşılaştırıldığında geri planda kaldığını göstermektedir. Bu görüş MY3 kodlu katılımcı tarafından açık biçimde ifade edilmiştir. Aynı kategoride yer alan "*Hâlâ eksiklikleri olduğunu düşünüyorum*" kodu ise web sitelerinin içerik, tasarım ya da kullanım kolaylığı açısından geliştirilmesi gerektiğine yönelik algıyı yansıtmaktadır. Bu dağılımdan bakıldığında, okul web sitelerinin kurumsal bilgilendirme açısından işlevsel görülmesine karşın; hız, etkileşim ve görünürlük gibi iletişim boyutlarında sosyal medya platformlarıyla rekabet etmekte zorlandığını ortaya koymaktadır.

Katılımcıların okul web sitelerinin amacına ulaşip ulaşmadığına dair bazı görüşleri aşağıda sunulmuştur:

MY3: "*Çok fazla değil. Çünkü artık insanlar web sitelerinden daha çok sosyal medya araçlarını takip ediyorlar.*"

MY4: "*Büyük ölçüde evet. Okula ait duyurular, etkinlikler, başarılar ve önemli bilgiler düzenli olarak paylaşılmakta bu sayede öğrenciler, veliler ve öğretmenler bilgiye hızlı ve kolay ulaşabilmektedir.*"

Tablo 6. Okul Web Sitesini Güncel ve Cazip Tutmada Yöneticilerin Sorumlulukları Nelerdir?

Kategoriler	Kod	f
Teşvik ve Güncel içerik	Öğretmenleri yaptıkları etkinlikleri paylaşmaya teşvik etmek, güncel tutmak	13
	Öğrencilerin ve velilerin ilgisini çeken içerikleri web sitesinde yayınlamak	5
	Sosyal medya hesaplarından web sitesine yönlendirmek	2
Toplam		20
Tasarım	Kullanıcı dostu ve erişilebilir olması için iyileştirmeler yapmak, görsel zenginlik katmak	5
	Web sitesinde öğrencilerin içerik oluşturabilecekleri alan tasarlamak	1
Toplam		6
Yönetim	Koordinasyon ekibi kurmak	5
	Etik ve mevzuat yönünden düzenli kontrol ve denetimde bulunmak	2
Toplam		7

Tablo 6'da sunulduğu üzere okul yöneticilerinin okul web sitesini daha güncel ve cazip hâle getirmeye yönelik sorumluluklarına ilişkin görüşleri teşvik ve güncel içerik, tasarım ve yönetim olmak üzere üç kategori altında toplanmıştır. Katılımcı görüşlerinin ağırlıklı olarak teşvik ve güncel içerik kategorisinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Teşvik ve güncel içerik kategorisi, web sitesinin sürdürülebilir biçimde güncel tutulmasında yöneticilerin içerik üretimini destekleyici rollerine odaklanmaktadır. Bu kategori altında öne çıkan “*Öğretmenleri yaptıkları etkinlikleri paylaşmaya teşvik etmek, güncel tutmak*” kodu, web sitesinin etkililiğinin yalnızca teknik düzenlemelerle değil, okul içi paydaşların aktif katılımıyla sağlanabileceğine işaret etmektedir. Bu kod, MY9 ve MY1 kodlu katılımcı görüşlerinde açık biçimde ifade edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin ve velilerin ilgisini çekecek içeriklerin yayımlanmasına yönelik görüşler, güncelliğin aynı zamanda içerik niteliğiyle ilişkilendirildiğini göstermektedir.

Tasarım kategorisi, web sitesinin kullanıcı deneyimine yönelik düzenlemeleri kapsamaktadır. “*Web sitelerinin kullanıcı dostu, erişilebilir ve görsel açıdan zengin tutulması*” kodu, web sitesinin yalnızca bilgi sunan bir platform değil, aynı zamanda kullanıcıların kolaylıkla etkileşime girebildiği bir dijital ortam olarak kurgulanması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu görüş, MY9 kodlu katılımcı tarafından dile getirilen ifadelerle temsil edilmektedir.

Yönetim kategorisi ise web sitesinin işleyişine yönelik örgütsel düzenlemelere odaklanmaktadır. Bu kategori altında yer alan “*Koordinasyon ekibi kurma*” kodu, web sitesi yönetiminin bireysel bir sorumluluk olarak değil, paylaşılan ve planlı bir görev alanı olarak ele alındığını göstermektedir. Bu görüş MY1 kodlu katılımcı tarafından açık biçimde ifade edilmiştir. Aynı kategori altında yer alan etik ve mevzuata uygun denetim vurguları da yöneticilerin web sitesini kurumsal sorumluluk çerçevesinde değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır. Bu yapı, okul yöneticilerinin web sitesi yönetimini teknik bir görevden ziyade; içerik üretimini teşvik eden, kullanıcı deneyimini gözetten ve örgütsel koordinasyon gerektiren bütüncül bir sorumluluk alanı olarak ele aldıklarını göstermektedir.

Katılımcıların okul web sitelerinin daha güncel ve cazip hale getirilmesine yönelik okul yöneticilerinin sorumluluklarına dair görüşlerinin bazıları aşağıda sunulmuştur:

MY9: “*Düzenli zaman aralıklarında ve ihtiyaç oldukça güncellemenin yapılması. Kullanıcı dostu bir arayüzün oluşturulması, fotoğraf ve videoların yüksek kalitede kullanılması, kullanılan metinlerin Türkçe dil ve yazı kurallarına uygun olarak kullanılması, içeriklerin ziyaretçilerin ilgi ve merak duygusuna uygun seçilmesi, geri bildirimleri sürekli takip ederek düzenlemeleri kontrol etmesi gerekir.*”

MY1: “*Biz yöneticiler hem okul içinden gelen içerikleri düzenli toplamaları hem de site güncellemeleri için bir ekip oluşturmalıyız. Bazen öğrenci ve öğretmenlerin yaptıkları güzel şeyler görünmüyor. İşte o noktada devreye biz giriyoruz. Web sitesi sadece BT öğretmenin işi değildir. Biz yöneticiler hem içerik üretimini hem de görünürlüğü yönetmeliyiz. Bir nevi dijital vitrin koordinatörü olmalıyız.*”

MY8: “*Öğrencilerin kendine ait bir köşesinin olmasını sağlamalıyız. Hikâye, şiir, masal, bilmece vb. kendi paylaşımlarını yapabilmeliler.*”

Tablo 7. Okul Web Sitesinde Bulunması Gereken İçeriklere Yönelik Görüşler

<i>Tema</i>	<i>Kategoriler</i>	<i>Kod</i>	<i>f</i>
Öğrencilere Yönelik	Bilgilendirme	Etkinlik takvimi, Duyurular, Sınav tarihleri	12
		Yapılan etkinliklerden, başarılarından haberler	7
		Kulüp faaliyetleri, Eğitsel oyunlar, yarışmalar	7
		Öğrenci başarıları köşesi, dijital ödül panosu	6
		Okul giriş- çıkış saatleri	2
		Beslenme menüsü	1
		Sosyal medya bağlantıları	1
	Toplam		36
	Rehberlik ve Doküman Paylaşımı	Rehberlik ve danışmanlık konuları	3
		Öğrenci blogu (yazı, şiir yazılabilir alan)	3
		Ders materyalleri	2
		Güvenli internet kullanımı rehberi	1
		Kişisel verilerin kullanımına yönelik açıklamalar	1
	Toplam		10

Öğretmenlere Yönelik	Doküman Paylaşım ve Duyuru-bilgilendirme alanı	Ders materyalleri, doküman paylaşım ve ödev alanı	10
		Duyuru yapabileceği bölüm	6
		Öğretmenlerin sınıfça yaptığı etkinlikler	6
		Öğrenciler hakkında görüş blogu	3
		Destek alınabilecek eğitim site linkleri	2
	Edebi ve fikir yazıları		2
	Toplam		29
	Kurumsal Bilgiler	Branşlarla ilgili bilgilendirmeler, değişiklikler	4
		Okulun fiziki şartları, personel, misyon-vizyon vb. bilgiler	2
	Toplam		6
Velilere Yönelik	Duyuru-Bilgilendirme	Duyuru (sınav tarihi, toplantı vb.) ve etkinlik haberleri	14
		Ders giriş-çıkış ve veli görüşme saatleri	7
		Okul-aile birliği bilgilendirme alanı	3
	Toplam		24
	Rehberlik	Rehberlik menüsü	5
		Akademik takip bölümü	4
		Veli iletişim bölümü	4
		Okul kuralları bölümü	2
	Toplam		15
	Kurumsal Bilgiler ve Bağlantılar	e-randevu, e-okul vb. linkler	4
		Okulun fiziki şartları, personel, misyon-vizyon vb. bilgiler	3
		Servis, kantin ve sağlık bilgileri	3
	Toplam		10
Okul Dışı Ziyaretçilere Yönelik	Kurumsal Bilgiler ve Bağlantılar	Okulun fiziki şartları, personel, misyon-vizyon vb. bilgiler	13
		Okulun iletişim ve konum bilgileri	5
		Okul fotoğrafları	3
		Sıkça sorulan sorular bölümü	3
	Toplam		24
	Faaliyet Etkinlikler	Sosyal, sportif ve kültürel faaliyetler, başarılar	6
		Yapılacak etkinliklere yönelik bilgilendirme	3
		Basın-yayında yapılan haberler bölümü	3
	Toplam		12

Tablo 7’de sunulduğu üzere okul yöneticilerinin okul web sitelerinde bulunması gereken içeriklere ilişkin görüşleri öğrencilere yönelik, öğretmenlere yönelik, velilere yönelik ve okul dışı ziyaretçilere yönelik olmak üzere dört tema altında toplanmıştır. Görüşlerin yoğunlaştığı temaların başında velilere ve öğrencilere yönelik içerikler gelmektedir.

Öğrencilere yönelik tema, web sitesinin öğrencilerin okul yaşamına ilişkin bilgilere erişimini ve sürece katılımını destekleyen içeriklere odaklanmaktadır. Bu tema altında ağırlıklı olarak bilgilendirme kategorisinde görüşler ifade edilmiştir. *“Etkinlik takvimi, duyurular, sınav tarihleri”* kodu, öğrencilerin okulda yürütülen akademik ve sosyal süreçleri düzenli biçimde takip edebilme ihtiyacını yansıtmaktadır. Bunun yanı sıra öğrenci başarıları, kulüp faaliyetleri ve rehberlik içeriklerine yönelik beklentiler, web sitesinin öğrenciler açısından yönlendirici bir bilgi kaynağı olarak algılandığını göstermektedir.

Öğretmenlere yönelik tema, web sitesinin mesleki paylaşım ve iletişim alanı olarak kullanılmasına ilişkin görüşleri içermektedir. Bu tema altında en fazla vurgulanan doküman paylaşımı ve duyuru-bilgilendirme alanı kategorisi, öğretmenlerin ders materyalleri, dokümanlar ve ödev içeriklerini paylaşabilecekleri bir dijital ortama duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır. *“Ders materyalleri, doküman paylaşımları ve ödev alanı”* kodu, web sitesinin öğretim sürecini destekleyici bir araç olarak görüldüğünü göstermektedir.

Velilere yönelik tema, web sitesinin okul-aile iletişimini güçlendiren bir bilgilendirme ve rehberlik platformu olarak işlev görmesine odaklanmaktadır. Bu tema altında öne çıkan duyuru-bilgilendirme kategorisi, velilerin okul süreçlerine zamanında ve doğru biçimde erişebilme beklentisini yansıtmaktadır. *“Duyuru (sınav tarihleri, toplantı vb.) ve etkinlik haberleri”* kodu, velilerin okul yaşamına ilişkin güncel gelişmeleri takip etmeyi öncelikli bir ihtiyaç olarak gördüklerini göstermektedir.

Okul dışı ziyaretçilere yönelik tema ise okulun kurumsal kimliğinin dış paydaşlara sunulmasına ilişkin içerikleri kapsamaktadır. Bu tema altında öne çıkan kurumsal bilgiler ve bağlantılar kategorisi, web sitesinin okulun dış dünyaya açılan resmî yüzü olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. *“Okulun fiziki şartları, personel, misyon-vizyon vb. bilgiler”* kodu, okulun temel yapısal ve yönetsel özelliklerinin ziyaretçilere açık ve anlaşılır biçimde sunulmasının önemsendiğini göstermektedir. Bu tematik dağılım, okul web sitelerinin farklı paydaş gruplarına yönelik olarak çok boyutlu bir içerik yapısıyla kurgulanması gerektiğine işaret etmekte; web sitesinin yalnızca bilgi sunan bir platform değil, aynı zamanda etkileşim ve kurumsal temsil işlevi üstlenen bir iletişim alanı olarak algılandığını ortaya koymaktadır.

Katılımcıların okul web sitelerinin güncel ve cazip olması için sahip olması gereken içeriklere yönelik görüşlerinden bazıları aşağıda sunulmuştur:

OM4: *“Öğrencilerde merak uyandıracak haberler ve mini eğitici oyunlar yer alabilir.”*

OM2: *“Güncel öğrenci blogu, oyunlaştırılmış eğitim köşesi, günlük motivasyon ve kariyer tavsiyeleri olabilir.”*

MY6: *“Plan, belge vb. paylaşım alanı olabilir. Dersiyle ilgili içerikleri yükleyebileceği bir alan olabilir. Rehberlikle ilgili dokümanları paylaşacağı bir alan olabilir.”*

MY5: *“Öğretmenlerin kullanacağı kaynaklar olabilir.... Öğrenciler için görüş belirtebileceği bir bölüm olabilir.”*

OM3: *“Velilere yönelik ödev takip bölümü olabilir. Velilerin fikirlerini ve dönütlerini aktarabileceği bir alan olabilir.”*

MY2: *“Okul giriş çıkış saatleri, sınav takvimi, veli toplantısı duyuruları, öğrenciye gerekli olan her tür bilgi burada yer almalıdır. Okulun çevresi ile olan durumu hakkında bilgiler yer almalıdır. Okula ulaşım konusunda otobüs, dolmuş vb. bilgiler yer almalıdır. Kantin, market, yemek vb. bilgiler velinin bilgilenmesi amacıyla paylaşılmalıdır.”*

MY3: *Okulu her yönüyle tanıtıcı bilgiler yer almalıdır. Yeri, konumu, öğrenci sayısı, öğretmen sayısı, öğretmen isimleri, başarıları.”*

OM2: *“Okulu tanıtan video ve sanal tur uygulaması olabilir. Toplum için yapılan projeler yer almalıdır. Neden bu okul? Sorusuna velilerin ve öğrencilerin verdiği cevaplarla tanıtıcı bir bölüm oluşturulabilir.”*

Tablo 8. Okul Web Sitesi Yerine Sosyal Medyanın Tercih Sebeplerine Dair Görüşler

<i>Kategoriler</i>	<i>Kod</i>	<i>f</i>
Kolay erişim ve Hızlı Etkileşim	Daha hızlı ve Daha geniş kitlelere erişim imkânı	13
	Öğrencilerin ve velilerin sosyal medyayı aktif kullanması	8
	Mobil erişim kolaylığı	7
	Etkileşim ve geri bildirim kolaylığı	6
	Görsel içeriklerin zengin, yüksek kaliteli olması	6
	Daha etkili iletişim imkânı	2
	Daha düşük maliyetli olması	1
Toplam		43
Bürokrasi ve Prosedür azlığı	Prosedürlerinde bürokrasinin az olması	2
Toplam		2

Tablo 8’de sunulduğu üzere okul yöneticilerinin okul web siteleri yerine sosyal medya platformlarını tercih etme nedenlerine ilişkin görüşleri kolay erişim ve hızlı etkileşim ile bürokrasi ve prosedür azlığı olmak üzere iki kategori altında toplanmıştır. Katılımcı görüşlerinin büyük bir bölümünün kolay erişim ve hızlı etkileşim kategorisinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Kolay erişim ve hızlı etkileşim kategorisi, sosyal medya platformlarının iletişim sürecinde sağladığı hız, erişilebilirlik ve etkileşim avantajlarına yönelik değerlendirmeleri kapsamaktadır. Bu kategori altında öne çıkan “*Daha hızlı ve daha geniş kitlelere erişim imkânı*” kodu, sosyal medyanın bilgi paylaşımında zaman ve mekân sınırlılığını ortadan kaldıran bir araç olarak algılandığını göstermektedir. Aynı kategori içerisinde yer alan “*Öğrencilerin ve velilerin sosyal medyayı aktif olarak kullanması*” kodu ise sosyal medya platformlarının hedef kitleye doğrudan ve etkili biçimde ulaşmayı kolaylaştırdığını ortaya koymaktadır. Bu kodlar, yöneticilerin iletişim süreçlerinde paydaşların yoğun olarak kullandığı mecraları tercih etme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Bürokrasi ve prosedür azlığı kategorisi, sosyal medya platformlarının içerik paylaşımında daha esnek ve hızlı bir işleyiş sunduğuna yönelik sınırlı sayıdaki görüşleri içermektedir. Bu kategori altında yer alan ifadeler, sosyal medya kullanımının resmî web sitelerine kıyasla daha az onay ve teknik işlem gerektirdiği yönündeki algıyı yansıtmaktadır. Bu yapı, okul yöneticilerinin sosyal medya platformlarını; hız, erişilebilirlik ve etkileşim olanakları nedeniyle iletişim süreçlerinde daha işlevsel bir araç olarak konumlandıklarını; buna karşın web sitelerinin daha çok kurumsal ve resmî bilgilendirme işleviyle ilişkilendirildiğini göstermektedir.

Katılımcıların okul web sitesi yerine sosyal medya platformlarının tercih edilmesinin sebepleri üzerine bazı görüşleri aşağıda sunulmuştur:

MY1: “*Sosyal medya hızlı, pratik ve anlık iletişim için biçilmiş kaftan. Bir duyuruyu sosyal medyaya yüklediğinizde beş dakika içerisinde üç yüz veli görüyor. Oysa aynı duyuruyu web sitesine koyduğunuzda belki fark edilmiyor bile. Ayrıca sosyal medya etkileşimli yani yorumlar geliyor, beğeniliyor, paylaşılıyor. Görsellik daha ön planda.*”

MY9: “*Kullanım prosedürlerinin daha az bürokratik olması işleri kolaylaştırıyor.*”

Tablo 9. Metaforik Benzetmeler

<i>Kategoriler</i>	<i>Kod</i>	<i>f</i>
Web sitelerinin daha güncel ve cazip olması okul gelişiminde sağlar.	Okulun tanıtımını kolaylaştırır	6
	Şeffaflık ve güvenilirlik sağlar	5
	Kurumsal iletişimi güçlendirir	2
	Sosyalleşmeyi sağlar	2
	Olumlu katkı sağlar	2
	Motivasyonu artırır	1
Toplam		18
Okul web sitesi ... gibidir.	Kimlik kartı	4
	Okulun vitrini	3
	Dijital dünyadaki resmi yüzü	1
	Kitap kapağı	1
	Trafik işaretleri	1
	Dijital bir rehber	1
	İnsanın dış görünüşü	1
	Tanıtım aracı	1
	İlaç	1
Toplam		14

Tablo 9’da sunulduğu üzere okul yöneticilerinin okul web sitelerinin daha güncel ve cazip olmasının okula sağlayacağı katkılara ilişkin görüşleri ağırlıklı olarak “okulun tanıtımını kolaylaştırır” ve “şeffaflık ve güvenilirlik sağlar” kodları etrafında yoğunlaşmaktadır. Bu kodlar, web sitelerinin okulun dış paydaşlar tarafından daha kolay tanınmasına, kurumsal güven algısının güçlenmesine ve okul hakkında açık, doğrulanabilir bilgilere erişimin sağlanmasına katkı sunduğunu göstermektedir. Yöneticilerin bu ifadeleri, web sitelerini yalnızca teknik bir bilgilendirme aracı değil, kurumsal güven ve görünürlük oluşturan stratejik bir iletişim unsuru olarak değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır.

Okul web sitelerine ilişkin metaforik benzetmeler incelendiğinde, “kimlik kartı” ve “okulun vitrini” metaforlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu metaforlar, web sitelerinin okul hakkında temel ve öz bilgilerin sunulduğu, dış dünyayla ilk temasın kurulduğu bir alan olarak algılandığını yansıtmaktadır. Web sitesinin kimlik kartına benzetilmesi, okulun ayırt edici özelliklerinin kısa, net ve güvenilir biçimde sunulması beklentisini ifade ederken; vitrin metaforu, web sitesinin okula yönelik ilk izlenimi oluşturan görsel ve içeriksel bir temsil alanı olarak görüldüğünü göstermektedir.

Bunun yanı sıra “trafik işaretleri” ve “ilaç” gibi metaforlar, web sitelerinin işlevsel yönüne dikkat çekmektedir. Trafik işareti benzetmesi, web sitesinin kullanıcıyı doğru bilgiye yönlendiren, yol gösterici bir rehber olarak algılandığını; ilaç metaforu ise ihtiyaç duyulduğunda başvurulana, sorun çözücü ve destekleyici bir kaynak olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Bu metaforlar, okul web sitelerinin yalnızca tanıtım değil, aynı zamanda yönlendirme ve destek sağlama işlevlerini de üstlendiğine işaret etmektedir.

Bu benzetmelerin nedenlerine ve web sitelerinin okula yapacağı katkılara ilişkin bazı öğretmen görüşleri aşağıda sunulmuştur:

MY9: Okul web sitesi “vitrin” gibidir. “Merak uyandırır, tanıtır, istek oluşturur, fikir verir.”

OM3: Okul web sitesi “ilaç” gibidir. “İhtiyaç anında bakılır ve kullanılır.”

MY2: Okul web sitesi “kimlik kartı” gibidir. “Okul hakkında en kısa ve öz bilgiye hızlı bir şekilde ulaşmamızı sağlar.

OM4: Okul web sitesi “kitap kapağı” gibidir. “İçeride neler olup bittiği ile ilgili az-çok fikir edinilir. Ya merak edip çevrilir ya da başka bir sayfaya geçilir.”

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

4.1. Sonuç ve Tartışma

Bu araştırma bulguları, okul web sitelerinin okul yöneticileri tarafından öncelikle tanıtım, bilgilendirme ve kurumsal dinamizm işlevleriyle ilişkilendirildiğini göstermektedir. Tanıtım ve tercih edilme kategorisinde öne çıkan “doğru ve güncel bilgiye erişim” ile “güvenirlilik” vurgusu, okulun sosyal imajının sistemli bilgilendirme pratikleriyle güçlendiğini belirten çalışmalarla örtüşmektedir (Nartgün & Kaya, 2016). Bu bulgu, kurumsal iletişim düzenliliğinin velilerin okul algısı ve güveni üzerinde belirleyici olabileceğine işaret etmektedir. Ayrıca bilgilendirme boyutunda velilerin etkinliklerden haberdar edilmesi ve sürece katılımının desteklenmesi, okul liderliğinin stratejik iletişim pratikleriyle ebeveyn katılımını güçlendirdiğini ortaya koyan derleme bulgularıyla tutarlıdır (Jutara & De Jesus, 2024). Aynı şekilde, Centers for Disease Control and Prevention (CDC, 2024) tarafından yayımlanan raporda da velilerin düzenli olarak bilgilendirildiği okullarda hem akademik başarıların hem de öğrenci davranışlarının daha olumlu seyrettiği vurgulanmıştır. Buna ek olarak, Hodgson (2024) tarafından yayınlanan blog paylaşımında, öğretmen ve veliler arasında kurulan düzenli iletişim köprülerinin, velilerin eğitim süreçlerine daha etkin biçimde katılmasına olanak sağladığı ve bu durumun okulun kurumsal güven algısını güçlendirdiği ifade edilmektedir. Bu bağlamda, güncel bilginin düzenli paylaşımı yalnızca bilgilendirme işlevi değil, aynı zamanda okulun paydaş yönetimi kapasitesine dair kurumsal bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

Okul yöneticilerinin tanıtım faaliyetlerinde basılı/görsel materyaller ile etkinlik ve törenleri birlikte kullanması, tanıtımın yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda okul kimliğini görünür kılan bir kurumsal temsil alanı olarak görüldüğünü düşündürmektedir. Bu bulgu, tanıtım materyallerinin dijital mecralarla entegre biçimde kullanılmasını öneren ulusal yönlendirmelerle uyumludur (MEB, 2021). Görsel sunumların dikkat çekicilik ve mesajın kalıcılığı açısından etkili olduğunu vurgulayan yaklaşım da yöneticilerin pratiklerini anlamlandırmaktadır (Grobelny & Michalski, 2011). Cube Creative’in (2025) önerdiği gibi, profesyonel hazırlanmış görseller ve marka bileşenleri, okulun tercih edilme oranını doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla tanıtım faaliyetleri, okulun prestiji kadar paydaş bağlılığı ve güven algısı üzerinde de stratejik bir işleve sahip olabilir.

Okul web sitelerinin kuruluş amaçlarına ilişkin bulguların tanıtım, bilgilendirme/duyuru ve mevzuat ekseninde kümelenmesi, web sitesinin yalnızca bir “zorunluluk” değil, kurumsal kimliği ve şeffaflığı taşıyan bir yapı olarak algılandığını göstermektedir. Bu bulgu, web sitelerinde bulunması gereken içerikleri güncel biçimde zorunlu tutan ulusal düzenlemelerle desteklenmektedir (MEB, 2018). Benzer şekilde uluslararası alanyazında web siteleri, bilgi sunumunun ötesinde okul-aile ilişkisinin güçlendirildiği bir iletişim köprüsü olarak tanımlanmakta; bu yönüyle mevcut bulgularla tutarlı bir çerçeve sunmaktadır (Taddeo & Barnes, 2014).

Web sitesinin amacına ulaşmasına ilişkin görüşlerde olumlu ve olumsuz değerlendirmelerin birbirine yakın olması, dijital iletişimdeki dönüşümün okul düzeyinde bir gerilim ürettiğini düşündürmektedir. Olumsuz görüşlerde sosyal medyanın “daha aktif ve işlevsel” görülmesi, web sitelerinin resmî ve kurumsal temsil gücüne karşın sosyal medyanın hız ve etkileşim avantajı nedeniyle tercih edilebildiğini göstermektedir. Bu bulgu, sosyal medya araçlarının çift yönlü iletişimi hızlandırdığı ve veli etkileşimini artırdığı yönündeki bulgularla uyumludur (Willis & Exley, 2018; Nichols, 2024). Buradaki gerilim, web sitelerinin resmîlik/şeffaflık işlevi ile sosyal medyanın hız/etkileşim işlevi arasında konumlanmaktadır. Dolayısıyla okul yöneticilerinin dijital iletişim stratejileri, “web sitesi mi sosyal medya mı?” ikileminden ziyade, her bir mecranın işlevsel üstünlüklerinin dengelenmesine dayalı bütüncül bir kurumsal iletişim yaklaşımı gerektirmektedir.

Web sitelerinin güncel ve cazip hâle getirilmesine ilişkin sorumluluklarda teşvik ve güncel içerik, tasarım ve yönetim/koordinasyon vurgusunun öne çıkması, okul web site yönetiminin yalnızca teknik yeterlikle sınırlı olmadığını göstermektedir. Bu sonuç, dijital platformların sürdürülebilirliği için liderliğin içerik yönetimi, kullanıcı deneyimi ve koordinasyon gibi süreçleri yönetmesi gerektiğini belirten çalışmalarla örtüşmektedir (Raptis ve diğerleri, 2024; Torres ve diğerleri, 2024). Niwagaba (2025), eğitim kurumlarında güven ve şeffaflık kültürünün, paydaşlar arası iş birliğini geliştirdiğini, yönetim süreçlerine etik bir temel kazandırdığını ve kurumsal verimliliği olumlu yönde etkilediğini belirtmektedir. Bu bağlamda içerik üretimini öğretmenlerle birlikte yönetecek bir koordinasyon yapısının kurulması, güncellik sorununu azaltan kritik bir örgütsel mekanizma olarak değerlendirilebilir.

Paydaşlara göre web sitesinde bulunması gereken içerikler incelendiğinde, öğrenciler için etkinlik takvimi/duyuru ve etkileşim alanları; öğretmenler için materyal-doküman paylaşımı; veliler için duyuru-rehberlik içerikleri ve okul dışı ziyaretçiler için kurumsal bilgiler ve faaliyet haberleri ön plana çıkmaktadır. Bu sonuçlar, öğrenci katılımını artıran dijital içerik ve Web 2.0 temelli etkileşim araçlarının öğrenme sürecini destekleyebileceğini ortaya koyan çalışmalarla tutarlıdır (Sönmez & Çakır, 2020; Lenao, 2023). Veliler açısından düzenli ve erişilebilir bilgilendirmenin katılımı ve güveni güçlendirdiğini vurgulayan araştırmalar da bulguları desteklemektedir (Bond ve diğerleri, 2024; Laho, 2019). Bu

nedenle paydaş odaklı içerik mimarisi, web sitesinin yalnızca “bilgi panosu” değil, etkileşim ve aidiyet üreten bir platforma dönüşmesini kolaylaştırabilir.

Son olarak metafor bulguları, web sitelerinin çoğunlukla “kimlik kartı” ve “vitrin” gibi metaforlarla kurumsal temsil işlevi üzerinden anlamlandırıldığını göstermektedir. Bu metaforlar, web sitesinden beklenen temel niteliğin “kısa, açık, güvenilir ve doğrulanabilir bilgi” sunumu olduğunu düşündürmektedir. Bu durum, kurum web sitelerinin kimlik taşıyıcı dijital portallar olarak işlev gördüğünü vurgulayan yaklaşımlarla uyumlu biçimde değerlendirilebilir (Negrea, 2025).

Araştırma bulguları, okul yöneticilerinin okul web sitelerini ağırlıklı olarak tanıtım ve bilgilendirme işlevleriyle değerlendirdiğini; web sitesinin güncelliği, görsel niteliği ve içerik koordinasyonunun web sitesinin etkililiğinde belirleyici görüldüğünü ortaya koymuştur. Bununla birlikte, sosyal medya platformlarının hız ve etkileşim avantajı nedeniyle bazı yöneticiler tarafından daha işlevsel değerlendirildiği; ancak web sitelerinin kurumsal temsil ve şeffaflık açısından önemini koruduğu belirlenmiştir. Kesim ve Alabaş (2024) tarafından yapılan nitel çalışmada, okul sosyal medya yöneticileri Instagram ve Twitter gibi platformları; kısa sürede bilgi iletmek, okul faaliyetlerini tanıtmak ve hızlı geri bildirim almak için etkin şekilde kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar, bu araçların çift yönlü iletişimi mümkün kıldığını, öğrenci-veli etkileşimini desteklediğini ve okul kültürünü dış paydaşlara tanıtmada önemli rol oynadığını vurgulamışlardır. Ayrıca, sosyal medyanın iletişim hızını artırarak paylaşımların görünürlüğünü artırdığı ifade edilmiştir. Benzer şekilde, Köseoğlu ve Aydın (2022) tarafından gerçekleştirilen nitel çalışmada, okul sosyal medya yöneticileri sosyal medyayı web sitelerine tercih etmektedir. Katılımcılar, Instagram, Twitter ve Facebook gibi platformların hızlı içerik paylaşımı, görsel etkileşim ve etkin mesaj iletimi sağladığını ifade etmiş; ayrıca sosyal medyanın DM (Direk Mesaj) yoluyla acil iletişim imkânı sunduğunu belirtmişlerdir. Paydaş odaklı içerik beklentileri, web sitelerinin farklı kullanıcı gruplarına göre yapılandırılması gerektiğine işaret etmektedir.

4.2. Öneriler

Elde edilen bulgular doğrultusunda okul web sitelerinin işlevselliğinin artırılması ve daha etkili kullanılabilmesi için uygulayıcı ve politika yapıcılara yönelik öneriler aşağıda sunulmuştur.

Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) için öneriler: Okul web siteleri için asgari içerik standartları (güncellik, duyuru, rehberlik, iletişim, erişilebilirlik) netleştirilmeli ve okullara uygulanabilir bir içerik takvimi/rehberi sağlanmalıdır. Okul yöneticileri ve bilişim koordinatörlerine yönelik kısa ve uygulamalı hizmet içi eğitimler düzenlenmeli; web sitesi güncelleme süreçlerini kolaylaştıracak teknik modüller (mobil uyum, erişilebilirlik, görsel şablonlar) geliştirilmelidir. Resmî web sitesi ile sosyal medya arasında yönlendirme sağlayan entegre çözümler desteklenmelidir.

Okul yöneticileri için öneriler: Okul web sitesi, yalnızca duyuru alanı değil, kurumsal kimliği ve şeffaflığı güçlendiren bir iletişim kanalı olarak sistemli biçimde yönetilmelidir. İçerik üretimi ve güncelleme sorumluluğunu paylaşmak üzere okul içinde görev dağılımı yapılarak küçük bir “dijital iletişim ekibi” oluşturulmalıdır. Web sitesinde paydaşların en çok ihtiyaç duyduğu içerikler (duyurular, takvim, rehberlik, dokümanlar) düzenli aralıklarla güncellenmeli; okulun tanıtımını destekleyecek temel kurumsal bilgiler görünür tutulmalıdır. Sosyal medya paylaşımları, web sitesine yönlendirme yapacak biçimde planlanmalıdır.

Bilişim koordinatörleri için öneriler: Web sitesinin teknik sürdürülebilirliği için düzenli bakım ve güncelleme planı oluşturulmalı; mobil uyumluluk, erişilebilirlik ve kullanıcı dostu tasarım önceliklendirilmelidir. İçeriklerin görsel kalitesi ve düzeni standartlaştırılmalı; öğretmenlerden gelen içeriklerin yayımlanmasında hızlı bir iş akışı kurulmalıdır. Web sitesi ile sosyal medya arasında karşılıklı trafik oluşturacak bağlantılar ve yönlendirmeler aktif kullanılmalıdır.

Bu önerilerin hayata geçirilmesi, yalnızca teknolojik bir iyileşme sağlamayacak; aynı zamanda şeffaflık, katılımcılık ve dijital vatandaşlık değerleri doğrultusunda kurumsal kültürün güçlendirilmesine de katkı sunacaktır.

Kaynakça

- Açıkalın, A. (2016). *Çağdaş örgütlerde insan kaynağının personel yönetimi*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Akkan, E., & Bozyiğit, S. (2014). Eğitim hizmetleri pazarlamasında web sitelerin önemi: Türkiye'deki devlet üniversitelerinin incelenmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 84–99.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*, 5(2), 368–388. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.598299>
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi: Teknikler ve örnek çalışmalar*. Siyasal Kitabevi.
- Bond, A., Moore, G., & Hawkins, J. (2024). Understanding parental involvement with schools and parental engagement with learning across schools in areas of socioeconomic deprivation in Wales. *Educational Review*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/00131911.2024.2432255>
- Briggs, C. L. (1986). *Learning how to ask: A sociolinguistic appraisal of the role of the interview in social science research*. Cambridge University Press.
- Buluç, B. (2007). İlk ve ortaöğretim kurumlarında okul yöneticilerinin bilgilendirme işlevini gerçekleştirme düzeyleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1–23.
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC). (2024). *Parent engagement in schools*. <https://www.cdc.gov/healthy-youth-parent-resources/parent-engagement/index.html> Erişim tarihi: 17.07.2025.
- Chmiliar, L. (2010). Multiple-case designs. A. J. Mills, G. Durepos, & E. Wiebe (Eds.), *Encyclopedia of case study research* (pp. 582–583). Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri* (M. Bütün & S. B. Demir, Çev.; 3. baskı). Pegem Akademi. (Eserin orijinali 2009'da yayınlandı.)
- Cube Creative. (2025). *12 creative branding strategies for K-12 private school: Enhancing enrollment and community engagement*. <https://cubecreative.design/blog/partners/private-school-branding-strategies-that-work> Erişim tarihi: 17.07.2025.
- Eren, E., & Kurt, A. A. (2011). İlköğretim okul müdürlerinin teknoloji liderliği. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 219–238.
- Ergün, M., & Ergün, E. (2008). Web sitelerinin çeşitli özellikleri ve eğitim kurumları web sitelerine yansımaları. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 1(1), 2–19.
- Fidan, N. K. (2006). *İlköğretim okulları web sitelerinin değerlendirilmesi* (Yayın No. 187166) [Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi]. YÖK. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=6c95hxxHlSa5iD11NO188g&no=wwWYb8hNeWolbuANBLISlw>
- Grobelny, J., & Michalski, R. (2011). Various approaches to a human preference analysis in a digital signage display design. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 21(6), 529–542. <https://doi.org/10.1002/hfm.20295>
- Hodgson, D. (2024). *The effect of timely communication on parental involvement*. <https://www.pushetta.com/effect-timely-communication-parental-involvement/> Erişim tarihi: 10.07.2025.
- Irgat, E., & Kurubacak, G. (2002, Aralık 19-21). *Üniversite web sayfalarında yer alması gereken özellikler* [Konferans sunum özeti]. VIII. Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul. <https://inet-tr.org.tr/inetconf8/program/48.html>
- Ivers, K.S. & Barron, A.E. (1999). *The presence and purpose of elementary school web pages*. Information Technology in Childhood Education Annual, 1999(1), 181-191. Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). <https://www.learntechlib.org/primary/p/8841/> Erişim tarihi: 10.07.2025.
- Jutara, J. T., & De Jesus, L. F. (2024). The impact of school leadership on parental involvement: A systematic review of literature. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research and Innovation*, 2(4), 55–68.

- Kesim, B., & Alabaş, R. (2024). Social media use in primary and secondary education institutions as a communication tool in the framework of school culture. *International Journal of Turkish Educational Sciences*, 12(1), 255–297. <https://doi.org/10.46778/goputeb.1371227>
- Köseoğlu, Ö., & Aydın, İ. (2022). Devlet ilkokullarında sosyal medya politikası ve yönetimine ilişkin nitel bir araştırma. *Journal of Political Administrative and Local Studies (JPAL)*, 5(1), 1–25.
- Laho, N. S. (2019). Enhancing school–home communication through learning management system adoption: Parent and teacher perceptions and practices. *School Community Journal*, 29(1), 117–142.
- Lenao, L. (2023). Exploring awareness and use of web 2.0 tools by students at BA Isago University, Botswana. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology*, 19(3), 108–125.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry* (1st ed.). SAGE Publications.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Qualitative Social Research*, 1(2). <https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089>
- McKenzie, J. (1997). *Why in the world wide web?* <http://www.fno.org/mar97/why.html> Erişim tarihi: 10.03.2025.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2012). *Okul web sitesi yönetim paneli kullanımı*. <https://adana.meb.gov.tr/OkulWebSitesiKilavuzu/OkulWebSitesiYonetimPaneliKullanimKilavuzu.pdf> Erişim tarihi: 10.03.2025.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2018). *Okul internet siteleri yönergesi*. https://kirikkale.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2018_12/11161501_meb-okul-internet-siteleri-yonergesi.pdf Erişim tarihi: 13.07.2025.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2021). *Okul tanıtım faaliyetleri uygulama kılavuzu*. https://dogm.meb.gov.tr/pdf/Okul_Tanitim_Kilavuzu_2021.pdf Erişim tarihi: 17.07.2025.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Nartgün, Ş., & Kaya, A. (2016). Özel okul velilerinin beklentileri doğrultusunda okul imajı oluşturma. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 153–167.
- Negrea, X. (2025). University online communication: Between institutional identity and digital interactivity. *Social Sciences and Education Research Review*, 12(1), 411–416. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15804586>
- Nichols, R. J. (2024). *The use of social media by school principals to communicate with the community: A mixed methods study of the perceptions of principals and the community* [Doctoral dissertation, Concordia University]. Pro Quest. https://media.proquest.com/media/hms/PFT/2/OGPuX?_s=K1Rd5PJwi6zo%2BzzkBgCkwbQpECw%3D
- Niwagaba, T. (2025). Building trust and transparency in educational management. *Research Output Journal of Education*, 5(1), 9–13. <https://doi.org/10.59298/ROJE/2025/51913>
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Sage Publications Inc.
- Raptis, N., Psyrras, N., Koutsourai, S. E., & Konstantinidi, P. (2024). Examining the role of school leadership in the digital advancement of educational organizations. *European Journal of Education and Pedagogy*, 5(2), 99–103. <https://doi.org/10.24018/ejedu.2024.5.2.817>
- Shenton, A. K. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for Information*, 22(2), 63–75.
- Sönmez, E. E., & Çakır, H. (2020). Effect of web 2.0 technologies on academic performance: A meta-analysis study. *International Journal of Technology in Education and Science*, 5(1), 108–127. <https://doi.org/10.46328/ijtes.161>
- Suri, H. (2011). Purposeful sampling in qualitative research synthesis. *Qualitative Research Journal*, 11(2), 63–75. <https://doi.org/10.3316/QRJ1102063>
- Süleyman Demirel Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı. (2020). *Bilişim farkındalığı eğitimi 2020*. <https://bidb.sdu.edu.tr/assets/uploads/sites/13/files/bilgi-guvenligi-farkindaligi-egitim-dokumani-11032020.pdf> Erişim tarihi: 12.03.2025.

- Taddeo, C., & Barnes, A. (2014). The school website: Facilitating communication, engagement and learning. *British Journal of Educational Technology*, 47(2), 421–436. <https://doi.org/10.1111/bjet.12229>
- Taş, İ. E., & Kestellioğlu, G. (2011). Halkla ilişkilerde internetin yeri ve önemi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 73–92.
- Torres, J. L., Zerna, L. G., Ampil, F. D., Maldo, L. L., Ramirez, R. M., & Uy, F. (2024). The role of digital leadership in transforming educational systems: A global perspective. *International Multidisciplinary Journal of Research for Innovation, Sustainability and Excellence (IMJRISE)*, 1(1), 379–387.
- Varol, F., & Kubanç, Y. (2012). İlköğretim okulları web sitelerinin kullanılabilirliğinin ve içeriğinin ölçülmesi. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7(1), 410–418.
- Willis, L. D., & Exley, B. (2018). Using an online social media space to engage parents in student learning in the early-years: Enablers and impediments. *Digital Education Review*, 33, 87–104. <https://doi.org/10.1344/der.2018.33.87-104>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *İçerik analizi*. Seçkin Yayıncılık.
- Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.

Extended Abstract

Introduction

The digital transformation of education has fundamentally altered the ways in which schools communicate, represent themselves, and interact with diverse stakeholders. Within this evolving landscape, school websites have become indispensable tools for institutional communication, serving simultaneously as official information hubs, promotional platforms, and cultural gateways. They not only provide updated and accurate information but also reflect a school's credibility, transparency, and responsiveness to the demands of contemporary educational environments.

In the Turkish context, the emergence of school websites in the late 1990s was marked by fragmented and largely voluntary initiatives. These early attempts were characterized by a lack of standardization, limited functionality, and inconsistent updates, thereby undermining their reliability as effective communication tools. Recognizing these shortcomings, the Ministry of National Education (MoNE) undertook significant policy interventions to standardize website design and functionality across the country. By 2012, websites were transformed into structured platforms capable of serving millions of users simultaneously (MEB, 2012). This shift positioned school websites not as optional add-ons but as integral components of institutional governance and representation.

The scholarly literature highlights the multifunctional nature of school websites. McKenzie (1997) outlined four principal purposes: (1) articulating the school's mission, vision, and distinguishing features; (2) informing stakeholders about academic programs, curricula, and activities; (3) showcasing student and teacher achievements; and (4) serving as cultural gateways by providing access to digital exhibitions or institutional archives. Empirical evidence further suggests that stakeholders interpret these functions differently. Parents often perceive school websites as indicators of professionalism and transparency during the school selection process (Irgat & Kurubacak, 2002). Teachers and administrators view them as mechanisms to strengthen communication, disseminate information, and reinforce institutional cohesion, while students benefit from motivational recognition through the digital publication of their accomplishments.

However, persistent challenges limit the potential of school websites. Many suffer from irregular updates, limited interactivity, and aesthetically unappealing designs, which diminish their usability and effectiveness (Buluç, 2007). Social media platforms, particularly WhatsApp, Facebook, and Instagram, often surpass websites in immediacy, accessibility, and interactivity (SDÜ BİDB, 2020). Nevertheless, these platforms cannot replace the institutional and archival functions of websites, which continue to hold unique value as official, credible, and legally binding communication tools. Prior research also indicates that stakeholders' trust is strongly associated with the quality and currency of information provided online (Nartgün & Kaya, 2016; Taddeo & Barnes, 2014).

This tension between websites and social media reflects a broader duality in educational communication: the coexistence of formal, hierarchical channels and informal, participatory platforms. Administrators play a central role in navigating this duality, making decisions that affect not only technical aspects of websites but also broader institutional outcomes such as credibility, stakeholder trust, and school–community partnerships.

Against this backdrop, the present study investigates school administrators' perspectives on managing school websites in Turkey. It aims to uncover their perceived responsibilities, strategies, and conceptualizations in sustaining effective digital communication platforms. The study is guided by the following research questions:

1. Why is it important to promote the school and provide up-to-date information about it? Please explain.
2. What kinds of activities do school administrators carry out to promote the school and provide information about it? Please explain.
3. What are the purposes of establishing school websites? Please explain.
4. Does your school website achieve its intended purposes? Please explain.
5. What are the responsibilities of school administrators in making school websites more up-to-date and attractive?
6. In your opinion, in order to make school websites more up-to-date and attractive, what should be included on the school website for:
 - a) Students?
 - b) Teachers?
 - c) Parents?
 - d) Visitors from outside the school?

7. What are the reasons for preferring social media platforms instead of school websites?

8. How would you appropriately complete the following statements?

a) Making school websites more up-to-date and attractive contributes to school development by

b) A school website is like because

By addressing these questions, this study contributes to the underexplored intersection of educational leadership and digital communication, offering insights with practical and policy implications.

Method

This study employed a qualitative case study design to explore administrators' perspectives in depth. Case studies are particularly suited to answering "how" and "why" questions in real-life contexts where the researcher has little control over events (Yin, 2017). A single-case design was selected because the management of school websites represents a critical yet underexplored issue in the field of educational leadership.

The study group consisted of 14 school administrators working in primary schools, middle schools, Anatolian high schools, and Science and Art Centers (BİLSEM) in during the 2024–2025 academic year. Of the participants, five were principals and nine were vice-principals, with professional experience ranging from 10 to 39 years. Maximum variation sampling was employed to ensure diversity of perspectives, capturing variations across school types, administrative positions, and years of experience (Suri, 2011). This approach increased the richness and transferability of the findings by including administrators from different institutional and demographic backgrounds.

Data were collected through a semi-structured interview form developed by the researchers following an extensive review of relevant literature. The form was piloted with administrators outside the sample and refined with expert feedback. It included demographic questions and open-ended items probing participants' views on the purposes, practices, and challenges of school website management. Semi-structured interviews were chosen because they provide a balance between structure and flexibility, allowing participants to elaborate on their experiences while enabling researchers to probe deeper when necessary (Creswell, 2013).

The data were analyzed using qualitative content analysis (Mayring, 2000). Transcripts were carefully coded, grouped into categories, and synthesized into overarching themes. Several strategies were employed to ensure the trustworthiness of findings: triangulation of multiple researchers, member checking, prolonged engagement with data, detailed documentation of the research process, and inter-rater reliability checks. These measures enhanced the credibility, dependability, and confirmability of the results (Lincoln & Guba, 1985; Miles & Huberman, 1994).

Results

Findings are organized thematically in alignment with the research questions.

1. Importance of Websites for Credibility and Transparency

Administrators unanimously acknowledged the critical role of school websites in enhancing institutional credibility and transparency. They described websites as strategic instruments for building parental trust, strengthening school image, and facilitating access to dynamic information. Several participants emphasized that schools without updated websites risk being perceived as inactive or unprofessional, regardless of their actual quality.

2. Promotional Practices

Administrators reported employing both traditional and digital tools for promotion. While brochures, newsletters, and posters remain in use, websites and social media have become increasingly dominant. Student achievements were particularly highlighted on websites as symbols of institutional success, motivating students and satisfying parents. Events such as open days and parent meetings were supported with online coverage, creating continuity between physical and digital engagement.

3. Purposes of School Websites

Participants identified three primary purposes:

- Promotional tools to present mission, vision, staff profiles, and facilities.
- Informational platforms providing announcements, guidance services, exam schedules, and policy updates.
- Compliance mechanisms fulfilling MoNE's regulatory requirements.

Additionally, some administrators conceptualized websites as “institutional memory banks” preserving schools’ historical narratives.

4. Effectiveness and Challenges

Effectiveness was a contested issue. Administrators noted that regularly updated websites were effective, but their impact was diminishing in comparison to social media. One participant remarked, “Even if announcements are uploaded, parents check WhatsApp groups or Instagram first.” This reflects a gap between formal institutional communication and stakeholders’ informal practices. Nonetheless, administrators recognized the irreplaceable role of websites for official documentation, archiving, and legally binding communications.

5. Responsibilities in Website Management

Administrators identified three domains of responsibility:

- Content management, including motivating teachers to share classroom activities and ensuring timeliness.
- Design responsibilities, focusing on accessibility, user-friendliness, and visual appeal.
- Coordination and oversight, including team formation, ethical compliance, and alignment with MoNE guidelines.

Resistance from teachers, who often perceived uploading materials as additional workload, emerged as a recurring challenge. Some schools addressed this by rotating responsibilities or involving student media clubs.

6. Stakeholder-Specific Content Needs

Administrators highlighted differentiated expectations:

- For students, interactive and motivational content such as digital galleries, blogs, and educational games.
- For teachers, platforms for document sharing, collaboration, and professional resources.
- For parents, practical information such as announcements, exam calendars, and guidance materials.
- For external visitors, transparent details about achievements, facilities, and institutional identity.

In diverse communities, multilingual content was considered vital.

7. Role of Social Media

Social media platforms were recognized as both competitors and complements to websites. Their immediacy, accessibility, and user engagement were unparalleled. However, participants emphasized that social media lacked the official and archival authority of websites. A hybrid model was proposed, where social media posts would link directly to school websites, bridging the gap between formal and informal communication.

8. Metaphorical Conceptualizations

Administrators employed powerful metaphors to describe websites: “identity cards” or “passports” symbolizing legitimacy, “vitrines” or “showcases” representing achievements, “traffic signs” guiding stakeholders, and “medicine” solving communication problems. These metaphors reveal the dual role of websites as both technical tools and symbolic representations of institutional credibility.

Conclusion

This study demonstrates that school websites are recognized as vital instruments for transparency, credibility, and institutional identity. However, their effectiveness is undermined by inconsistent updates and the rising dominance of social media platforms. The findings highlight the necessity of conceptualizing websites not as obsolete technologies but as integral components of a broader digital communication ecosystem. Social media may function as the “voice” amplifying immediacy and reach, but websites remain the “backbone” for legitimacy, archiving, and formal communication.

Stakeholder participation in website management remains underdeveloped. While administrators acknowledge the importance of contributions from teachers, students, and parents, content production remains largely administrator-driven. Broadening participation could enrich content diversity, strengthen ownership, and enhance sustainability.

Suggestions and Recommendations

Based on the findings, several recommendations can be proposed:

1. **Structured Content Management:** Establish teams involving administrators, teachers, and students. Student media clubs could be assigned responsibility for content creation, reducing teacher workload while enhancing student engagement.
2. **Improved Design and Usability:** Invest in mobile-friendly, interactive, and visually appealing designs. Incorporate multilingual features to ensure inclusivity in diverse communities.
3. **Integrated Communication Strategy:** Link websites and social media in hybrid models. Websites should serve as official and archival platforms, while social media should provide immediacy and interaction.
4. **Professional Development:** Provide training for administrators and teachers on digital literacy, ethical standards, and creative content development. Special attention should be paid to strategies for motivating teachers to participate actively.
5. **Stakeholder Engagement:** Create spaces for parents' feedback, opportunities for student-generated content, and platforms for teachers to share resources. This would strengthen school–community partnerships.
6. **Policy Support:** MoNE should update guidelines, allocate resources for maintenance, and include website quality in school evaluation frameworks, ensuring alignment with contemporary digital communication needs.

Yayın Etiği Beyanı

Bu araştırmanın Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Bilimleri Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kurulu tarafından 30.04.2025 tarihinde E-50704946-050.04-556835 sayılı kararıyla verilen etik kurul izni bulunmaktadır. Bu araştırmanın planlanmasından, uygulanmasına, verilerin toplanmasından verilerin analizine kadar olan tüm süreçte “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbirini gerçekleştirilmemiştir. Bu araştırmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Araştırma için birinci yazar %50, ikinci yazar %30 ve üçüncü yazar ise %20 oranında katkı sağlamışlardır.

Çatışma Beyanı

Yazarlar çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması olmadığını, araştırmanın herhangi bir aşamasında maddi veya manevi çıkar sağlanmadığını beyan etmektedir.