

PAPER DETAILS

TITLE: Halkla Iliskiler Lisans Egitiminde Sivil Toplum Kuruluslari ile Is Birligi

AUTHORS: Ayse Banu BIÇAKÇI

PAGES: 293-309

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1512440>

Halkla İlişkiler Lisans Eğitiminde Sivil Toplum Kuruluşları ile İş Birliği

Co-Operating with Civil Society Organisations in Undergraduate Public Relations Education

Ayşe Banu BIÇAKÇI* 

Öz

Sivil Toplum Kuruluşları (STK'lar), demokratik toplumların belkemiğidir. Farklı alanlarda, bağımsız olarak sivil toplumun faydası için çalışan bu kuruluşlar Halkla İlişkiler yönetim ve uygulamaları açısından da önemli merkezlerdir. Ancak Halkla İlişkilerin toplumsal dönüşüme katkı sağlayabilmesi için kurum merkezli bir kavramsallaştırmanın dışına çıkılmalıdır. Alan yazında eleştirel ve kültürel yaklaşımlar ekseninde; postmodernizm, aktivizm gibi konularla bağlantılı, yeni bir Halkla İlişkiler kavrayışı ortaya çıkmaktadır. Halkla İlişkilerin bu tanımının işlevsel hale gelmesi, alandaki öğrencilerin eğitimlerinde sivil toplum konusunda bilinçlenmelerinin desteklenmesiyle mümkündür. Bu bağlamda çalışmada Halkla İlişkiler lisans eğitiminde mesleğin “kamu yararı” boyutuna dair öğrencide nasıl bir anlayış geliştirildiğinin bölüm-STK iş birliklerine dayanarak sorgulanması ve bu yönde öneriler getirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada Türkiye'deki Devlet ve Vakıf üniversitelerinde Halkla İlişkiler eğitimi verilen lisans programları incelenmiştir. STK'larla olası iş birliklerinin varlığı ve niteliği yapılandırılmış görüşme yöntemi ile sorgulanmış ve yüzde 43 oranında katılım sağlanmıştır. Araştırmada sonuç olarak ülkemizdeki Halkla İlişkiler bölümlerinin STK iş birliklerinin ulusal düzeyde, kısa süreli ve sürdürülebilirlikten uzak olduğu, farklı sınıf seviyelerindeki dersler kapsamında konuya yer verildiği ve en çok sağlık alanında çalışmaların yapıldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler Eğitimi, Sivil Toplum, Sivil Toplum Kuruluşları (STK), Aktivizm, Postmodern Halkla İlişkiler

Abstract

Civil society organizations (CSOs) play a crucial role in democratic societies. These autonomous organisations, working for the benefits of the civil society in various fields, are significant hubs for Public

* Doç. Dr. , İzmir Ekonomi Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü (yarı zamanlı), İzmir, Türkiye, E-posta: abanu.bicakci@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7857-1669.

Makale Geçmişi / Article History

Gönderim / Received: 15.01.2021

Düzeltilme / Revised: 10.05.2021

Kabul / Accepted: 16.05.2021

Relations (PR) management and practice. However, as to be able to serve a social transition, PR must be conceptualized beyond a corporate-centric perspective. In the literature, a new PR understanding, associated with the concepts such as postmodernism and activism, is stemming on the axis of cultural-critical tradition. To operationalize this PR definition, the students in the field should be supported to create awareness towards civil society. Within this context, this study aims to question the development of an understanding regarding the “public benefit” dimension in undergraduate PR education, based on the CSO – Department collaborations and to make suggestions thoroughly. This study reviews undergraduate PR programs of the State and Foundation Universities in Turkey. Existence of possible collaborations and their features are scrutinized via structured interviews, which were participated by 43% of the sample. In sum, it was concluded that the collaborations were at a national level, short-termed and far from sustainability, the subject was included in the courses at different grade levels and the most of the studies were conducted in the field of health.

Keywords: Public Relations Education, Civil Society, Civil Society Organizations (CSOs), Activism, Postmodern Public Relations

Giriş

Hyden tarafından sivil toplumun belkemiği olarak tanımlanan Sivil Toplum Kuruluşları (STK’lar) (akt. Bhati, 2013, s. 338), Halkla İlişkiler açısından iki doğrultuda önem taşımaktadır. Birincisi toplumsal amaçlarına erişebilmek yönünde doğru ve etkin bir iletişim planlamasına ihtiyaç duyan STK’lar için Halkla İlişkilerin vazgeçilmez olmasıdır. Lobicilikten fon artırmaya, medya yönetiminden gönüllü ilişkilerine kadar STK’lar için temel pek çok görevde Halkla İlişkiler uzmanlığına ihtiyaç vardır (Brill & Marocco, 2012). Dolayısıyla, işlevselci ana akım bir perspektiften bakıldığında Halkla İlişkiler profesyonellerinin mesleki becerilerini uygulamaları için bu kuruluşlar önemli yapılardır. İkinci ve asıl önemlisi ise sosyokültürel ve siyasal bir olgu olarak kavramsallaştırılan Halkla İlişkilerin toplumsal dönüşümde oynayabileceği roldür. Moloney’in (2006) de belirttiği gibi, sivil toplum Halkla İlişkiler için önemli bir sosyal alandır; ancak bu durumu anlamlandırabilmek için ona yalnızca kurum odaklı bir açıdan bakılarak, kavramın bir kurumun çıkarlarını savunmanın öncelik olduğu bir yönetim işlevi tanımının içine sıkıştırılmaması gerekir.

Halkla İlişkiler, çeşitli akademik çalışmalarda, mesleğin toplumsal dönüşümdeki rolüne odaklanılarak kavramsallaştırılmaktadır. Örneğin Coombs ve Holladay (2012), kurumsal faaliyetleri yönlendiren aktivistlerin Halkla İlişkiler çabalarının yazında görmezden gelindiğini belirterek daha kapsayıcı bir bakış açısıyla kavramsallaştırmanın gerekliliğine vurgu yapar. Holtzhausen (2012) ise postmodern bir çerçeveden bakarak Halkla İlişkileri “aktivizm” olarak tanımlamaktadır. Milenyumun başında alanı sorgulamak ve anlamlandırmak için postmodernizmi alternatif bir teori olarak ortaya koymuş olan yazar, modernist anlayışa dayalı, yani olaylara kurum perspektifinden bakan baskın görüşlere karşı bu yaklaşımı öne sürmüştür. Buna göre dışlayıcı, marjinalleştirici ve mutlak doğruların olduğu öngörüsüne dayanan yönetim söylemi, kurumsal ideolojilerin inşası için Halkla İlişkileri araç olarak kullanır. Bu süreç dahilinde anlam yaratımı, her zaman gücün hizmetindedir (Holtzhausen, 2002, s. 253, 257). Oysa Halkla

İlişkilerin kamuoyu yaratma ve rıza üretme gibi sivil toplum açısından değerlendirilebilecek önemli ideolojik işlevleri de bulunmaktadır (Lamme & Russel, 2010, s. 282).

Halkla İlişkiler alanında eğitim alan öğrencilerin kapsayıcı bir perspektiften bakabilmeleri için müfredatların buna uygun olması gereklidir. Sivil toplumu da içeren bir Halkla İlişkiler tanımının işlevsel hale gelmesi, öğrencilerin lisans eğitiminden başlayarak bu alanda aktif çalışmalarının cesaretlendirilmesi ve çok seslilik yönünde bilinç geliştirmelerinin desteklenmesi ile mümkündür. Farkındalık sahibi öğrenci ve mezunlar, toplumlarda katılımcı demokrasi anlayışının yerleşmesi, gelişmesi için itici güç olurlar. Öğrenciler, böyle bir kavrayış ve duyarlılıkla yetişmelerinin sonucunda, yalnızca bireysel ilgi alanlarında sivil topluma katkı sağlamakla kalmaz; mezun olup iş hayatına atıldıklarında Halkla İlişkiler mesleğinin saygınlığının artmasını da sağlarlar. Onlar, görev aldıkları yerlerde kurumsal aktivizm faaliyetleri yönünde cesur adımlar atarak da toplumsal dönüşümü destekleyebilirler.

Bu çalışmada Halkla İlişkiler, sivil toplum ekseninde kavramsallaştırılmakta, iletişim profesyonellerinin sadece kurumun değil kamunun da yararına faaliyetler yönünde inisiyatif kullanan bilinçli bireyler olmaları gerektiği varsayımından yola çıkılmaktadır. Bu doğrultuda, geleceğin profesyonelleri olan iletişim öğrencilerinin mesleklerinin kamusal işlevinin farkında olabilmesi ve seçenekleri görebilmeleri için STK'lar gibi örgütlü yapılar ile Halkla İlişkiler bölümlerinin iş birliğinin faydalı olduğu öngörülmektedir. Çalışma, Türkiye'deki bu olası iş birliğinin varlığı, boyutları ve kapsamını sorguladığı ve bu doğrultuda öğrencilerin mesleğin kamusal işlevinin farkında olarak seçeneklerini görebilmelerine katkı sağlayacağı için önem taşımaktadır.

Araştırma kapsamında Türkiye'deki Devlet ve Vakıf üniversitelerindeki "Halkla İlişkiler ve Reklamcılık", "Halkla İlişkiler ve Tanıtım" ve "Halkla İlişkiler" isimleri ile eğitim vermekte olan 62 bölümün lisans programları incelenmiştir. Yapılandırılmış görüşme yöntemi ile belirtilen bölümlerin lisans programları dahilinde sivil toplum kuruluşlarıyla ulusal/uluslararası düzeyde iş birliği yapıp yapmadıkları sorgulanarak, bu iş birliklerinin türü (zorunlu/seçmeli ders; bitirme projesi; ajans projesivb.), süresi (bir kerelik/uzun süreli), kapsamı ve çıktıları irdelenmiş ve Halkla İlişkiler eğitimindeki yeri açısından değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularının ülkemizdeki Halkla İlişkiler eğitiminde STK iş birliklerine yönelik bir durum tespiti yapması ve buna dayanarak sivil toplum odaklı bir bakış açısının müfredata entegre edilmesi yönünde fikir vererek, yol gösterici olması amaçlanmaktadır.

Sivil Toplum ve STK'lar

Sivil toplum kavramının tarihi Antik Yunan ve Roma'daki "kamusal alan" tartışmalarına dek uzanmaktadır (Hauser, 1998); ancak taşıdığı anlam zaman içinde değişmiş, dönüşmüş; 18. yüzyılın ikinci yarısından sonra devlet-sivil toplum karşıtlığı çerçevesindeki günümüz modern tanımına yakın bir anlamda kullanılmaya başlanmıştır (Acı, 2005, s. 18-19). 19. yüzyıldan itibaren kapitalizm ve sanayileşme odağındaki orta sınıf burjuva toplumunu ifade etmekte olan sivil toplum kavramı (Koçka, 2004), 1980'lerden sonra hükümet karşıtı bir güç olarak

da karşımıza çıkmaktadır. Görüldüğü üzere farklı açılardan ele alınan sivil toplum “yurttaşlar arasındaki iş birliği ve güvenin evrimi” olarak tanımlanabildiği gibi (Hadenius & Ugglå, 1996, s. 1622), “burjuvazi temeli üzerinde yükselen bir üstyapı kurumu” (Acı, 2005, s. 19) şeklinde de kavramsallaştırılabilmektedir.

Toplum ile devlet arasında adeta bir tampon bölge olarak nitelendirilen sivil toplum Hauser’e (1998) göre “üyelerinin sosyal etkileşim yoluyla çatışma ve uzlaşım arasında bir denge kurduğu, farklılıklara biçilen değer ile tutarlı şekillerde işleyişlerini düzene koymak için uğraşan, devletten bağımsız bir kuruluşlar ağı” olarak tanımlanır (s. 26). Bu bakış açısı Habermas’ın “devletin etki alanı ve ekonomi alanı dışında yurttaşların gönüllü biçimde bir araya gelerek sosyal ilişkiler bazında ürettikleri ve oluşturdukları iletişim yapıları” (aktaran Acı, 2005, s. 24) şeklindeki görece sınırlı sivil toplum yaklaşımı ile örtüşür. Oysa sivil toplumu çok daha geniş perspektiften ele alan araştırmacılar da bulunmaktadır. Örneğin alanın önemli isimlerinden biri olan Keane, (1994) sivil toplum kavramı konusunda uzlaşmaya varmanın zorluğuna değinmekle birlikte kendisi de geniş kapsamlı bir tanım yapar; ekonomik, sosyal, kültürel veya politik bütün toplumsal ilişkilerin, aileden gönüllü kuruluşlara, medya kuruluşlarından siyasi partilere kadar tüm farklı sosyal gruplar arasında yarattığı etkileşim alanını sivil toplum olarak nitelendirir (s. 35-36).

Kavram üzerinde uzlaşının olmaması, bakış açılarının fazlalığından türeyen geniş tanım yelpazesi, devletin nerede bitip sivil toplumun nerede başladığı tartışmaları ekseninde bulanıklaşan zeminde bir yol aranırken, sivil toplumu oluşturan kurumsal yapılara bakılmalıdır. Sivil toplumda faaliyet gösteren farklı büyüklüğü, amacı, yapısı ve kapsamı olan pek çok kuruluş bulunmaktadır. Yazında bu kuruluşları tanımlamak üzere “kâr amacı gütmeyen kuruluşlar” (*non-profit organizations – NPOs*), “kâr amacı gütmeyen sektör” (*non-profit sector – NPS*), “üçüncü sektör” (*third sector*), “gönüllü kuruluşlar” (*voluntary organizations*), “özel gönüllü kuruluşlar” (*private voluntary organizations – PVOs*), “hükümet-dışı kuruluşlar” (*non-governmental organizations – NGOs*), “kâr için olmayan kuruluşlar” (*not-for-profit organizations – NPOs*), “bağımsız sektör” (*independent sector*), “hayırsever yardım kuruluşları” (*charitable organizations*), “hayırsever kuruluşlar” (*philanthropic organizations*) gibi pek çok ifade kullanılmakta (Uslu, 1999, s. 24) ve bu farklılıklar kimi zaman kafa karışıklığına yol açmaktadır.

“Sivil Toplum Kuruluşu” ifadesi hem hukuki belgelerde hem de Batı’daki pek çok ulusal mevzuatta onaylanan (Ryfman, 2006), genel ve kapsayıcı bir ifade olmasından dolayı bu çalışmada tercih edilmiştir. STK’lar küçük, gayri-resmi, topluluk temelli kuruluşlardan, gelişen dünyada yerel ortakları ile işlerini sürdüren büyük, yüksek profilli, uluslararası hükümet dışı kuruluşlara kadar çok geniş bir skalada bulunmaktadır. Bu kuruluşların yönetim yapıları da aynı oranda farklılık göstermektedir (Tomlinson, 2013, s. 43). Ortak özelliklerine bakılacak olursa STK’lar, kamusal alandaki tüm bireylerin gönüllü katılımına açık, bağımsız ya da özerk, heterojen yapıda yasal kurumlardır; hoşgörü ve dayanışma ruhu ile kimi zaman ütöpik olabilen hedeflere ulaşmak için stratejik planlama yapar, iletişim kurar ve faaliyetlerini kendi denetim mekanizmaları ile kontrol ederler. Sezik’in (2019) de belirttiği gibi “demokratik toplumlarda STK’lar, temsil ettikleri kitle ve üyelerinin haklı taleplerini siyaset kurumuna, yasama kurumuna, yürütme erkine ve kamuoyuna aktarma işlevleri görmektedirler” (s. 118). Dolayısıyla demokrasi anlayışının temelinde yer alan

çok sesliliği ve uzlaşma becerisini yansıtmaları açısından STK'ların toplumdaki varlığı kayda değerdir.

STK'ların ülkemizde istenilen derecede etkili olamamalarının önünde bazı engeller vardır. Biber'e (2006) göre Osmanlı'dan beri süregelen güçlü devlet geleneği, Batı'daki anlam ve işleviyle bir sivil alan oluşmasını engellemiş bu da etkili STK'ların ortaya çıkmasını güçleştirmiştir (s. 26). Bunun dışında yaşanan sorunlar; finansal kaynakların yetersizliği, katılım ve bilgi eksikliği, demokrasi eksikliği ve politik güç kaynaklarının baskısı, ideolojilerin ön plana fazla çıkması şeklinde sıralanmaktadır (Sezik, 2019, s. 120). Dernek, kooperatif, kolektif, hayır kurumu gibi farklı isimler altında devletten bağımsız, kâr amacı gütmeyen ve kamu yararına çalışan STK'lar, toplumdaki bireylerde tutum ve davranış değişikliği yaratmak, oluşturulacak kamuoyu baskısı aracılığıyla politika değişikliklerini gerçekleştirmek için etkili iletişim faaliyetlerine ihtiyaç duyarlar. Oysa gönüllülük çerçevesinde, amatör bir ruhla işlerin yürütüldüğü bu kurumların pek çoğunda profesyonel iletişim hizmetlerine erişim sınırlıdır. Bu da hedeflere ulaşmayı zorlaştıran etmenlerdendir.

Halkla İlişkilerin klasik tanımlarında belirtilen “çift yönlü/karşılıklı fayda” ifadesi, bu mesleğin içinde yaşanan topluma ve onu oluşturan bireylere katkısı bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini ifade eder (Coombs & Holladay, 2014; Ledingham, 2003; Kent & Taylor, 2002). Bu noktada yönetim disiplini açısından yapılan tanımlamalar eksik kaldığından, Halkla İlişkilerin sosyo-politik bir çerçevede ele alınarak sivil toplum ekseninde kavramsallaştırılması, indirgemeci yaklaşımların eksikliğini tamamlayabilir.

Halkla İlişkilerin Sivil Toplum Ekseninde Kavramsallaştırılması

Sivil toplum, geleneksel olarak siyaset bilimi kapsamında tartışılan ve çalışılan bir konudur (Doerfel & Taylor, 2004, s. 374). Özellikle 2000'li yıllardan itibaren, eleştirel ve kültürel yaklaşımlar açısından Halkla İlişkiler de sivil toplum ekseninde sorgulanmaya başlanmış, bu da alanı yeniden tanımlama çabalarını beraberinde getirmiştir (Coombs & Holladay, 2012; Demetrious, 2013; Macnamara & Crawford, 2010; McKie & Munshi, 2007; Moloney, 2006). Tüketim ilişkileri bağlamından öteye taşınıp bütün olarak topluma yönelik bağlar kapsamında değerlendirilen Halkla İlişkiler alanı, artık işlevselci (*functionalist*), baskın, ana akım dünya görüşünden ayrılmaya başlamış (Demetrious, 2013), önceki yüzyılın şirketçi (*corporatist*) yaklaşımına alternatif, postmodern değerler üzerinden tanımlanan yeni bakış açıları ortaya çıkmıştır (Holtzhausen, 2012).

Ana akım Halkla İlişkiler çoğulculuk politik felsefesine dayanır. Bu felsefe dahilinde kurum ve hedef kitleleri kendilerine özgü çıkarları bulunan iki ayrı gruptur; bir “sanat ve sosyal bilim” olarak değerlendirilen Halkla İlişkiler de iletişim yönetimi aracılığıyla bu iki grup arasında uyumlu bir denge kurmak için çalışır. Bu yaklaşıma uyan tanımlar pek çok temel ders kitabında yer almaktadır (Cutlip, Center, & Broom, 2000; Hendrix, 2001; Wilcox, Ault, Agee & Cameron, 2000). Buna göre kâr amacı gütmeyen kurumlar pozitif bir vurgu ile ele alınır, genellikle siyasi olarak “iyi huylu” görülür ve büyük şirketlerin örgütsel özelliklerine sahiptir. “Aktivizm” ise bu

kapsamın dışındadır ve kurumları tehdit etme potansiyeli bulunur. Güç ve etkinin toplumda eşit olarak dağıtıldığı varsayımına dayalı çift-yönlü simetrik model (Grunig & Hunt, 1984) adaleti desteklemekten ziyade şirketlerin avantajına olacak çoğulcu idealleri desteklerken aktivizmi marjinalleştirir (Demetrious, 2013, s. 23). Oysa postmodern perspektifte Halkla İlişkilerin kendisi aktivizm olarak nitelendirilmektedir. Böylelikle, hem meslek daha etik uygulamalara yönelmekte, hem de sosyal değişimi kolaylaştırma açısından sivil toplumda hayati bir rol üstlenmektedir (Holtzhausen, 2019). Postmodernizm, genel anlamda, “yaşanan konunun ve durumun çözümlenmesine yönelik, onun tartışılmasını içeren, eleştiri dozu yüksek, bu nedenle ‘sistematik değildir’ denebilecek bir yaklaşımlar bütünü” olarak ele alınabilir (Kahraman, 2007, s. 21).

Aktivizm, bir Halkla İlişkiler stratejisine indirgenmemesi gereken, başlı başına bir çalışma alanı olmasına rağmen her iki alanın da birbirleriyle alışverişinin ve etkileşiminin bulunduğu söylenebilir. Adı (2019), profesyonel iletişimciler ve aktivistlerin amaçlarına ulaşmak için hedef kitle analizinden çeşitli medya taktiklerine kadar ortak pek çok araçtan faydalansalar da genelde birbirlerine karşı ilgisiz olduklarını belirtir (s. 3). Farklı aktivizm düzeylerine sahip Sivil Toplum Kuruluşları (STK) dahilinde iletişim yönetimi genellikle amatörce yürütülmekte olduğunda hedeflere ulaşmada zorluklar yaşanmaktadır. Sivil toplum yararına değişik yapıdaki kurumlar arasında yapılacak iş birlikleri ve kurulacak ortaklıklar tüm toplumun çıkarıdır. Bu birliktelikler, Halkla İlişkiler açısından, şirket, ajans ya da akademi düzeylerinde yapılabilir. Önemli olan bir STK ile iş birliği yapıldığında bunun değer temelli, sürdürülebilir ve işlevsel olmasıdır. Halkla İlişkiler ilişki inşası ve geliştirilmesi işleviyle STK’ların hareketlerini düzenleme, belirsizliği giderme, güven oluşturma ve kurumlar arası ağlar kurma gibi alanlarda bu kurumlara destek olabilir (Taylor & Kent, 2017, s. 18).

Halkla İlişkiler kimi zaman tercih ettiği kurumsal aktivizm stratejisi ile de hassas toplumsal konularda taraf olup, sosyal dönüşümde rol oynamaktadır. Ülkemizde rağbet edilen bir strateji değilse de Amerika gibi pek çok ülkede aktivizm kurum kültürünün bir uzantısı olarak farklı sektörlerden kuruluşların iletişim modelini etkilemekte (Eilert & Cherup, 2020, s. 461) ve bunun sonucunda sadece hükümet politikaları değil iş dünyası da sivil toplumun şekillenmesinde pay sahibi olmaktadır.

Taylor (2018) Halkla İlişkilerin sivil toplumdaki rolünün önemine yönelik şunları belirtmektedir:

Münazara, müzakere, savunuculuk, risk yönetimi, Halkla İlişkiler gibi sivil toplum aktiviteleri halk, kurumlar, örgütler ve hükümet çıkarları arasında bir denge kurmak için uğraşır, dolayısıyla sivil toplum kavramı iletişim ve ilişkilere dayanmaktadır. Bu uğraş hiç bitmez ve bu tekrarlayan sivil toplum sürecini stratejik iletişim yoluyla canlı tutmak herkesin yararına (s. 1).

Halkla İlişkiler profesyonellerinin sivil topluma yönelik bir aksiyon almaları, genellikle gönüllülük doğrultusundaki bireysel istek ve çabaları ile bağlantılıdır. Bu uzmanlar kimi zaman özgeci karakterlerinden dolayı hizmet ettikleri kurumları topluma faydalı işler üretme

doğrultusunda yönlendirirken, kimi zaman da içinde bulundukları iş çevresi –bazen göstermelik de olsa – toplum odaklı çalışmalar yapılmasını dayatır. Örneğin sektördeki rakipler sosyal sorumluluk kampanyaları yaptığı için bunun baskısını hisseden Halkla İlişkiler uzmanları hizmet/danışmanlık verdikleri müşterileri adına STK’lar ile iş birliğine giderek sivil topluma yönelik faaliyetlerde bulunabilirler. Bir iş stratejisi olarak benimsendiğinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramının samimiyeti tartışmalı olmasına rağmen Halkla İlişkiler bu bağlamda “kurumun sağduyusu” şeklinde adlandırılmakta ve alanın bir kurumun etik duruşuna katkı sağladığı düşünülmektedir (Benn, Todd, & Pendleton, 2010, s. 407).

STK’lar ile kâr amacı güden kurumların iş birliğinin yoğun olarak gerçekleştiği KSS alanı, Türkiye’deki Halkla İlişkiler eğitiminde bağımsız ders veya proje şeklinde öğrencilere sunulmaktadır. Kavram genellikle ana akım bir perspektiften, kurumsal bir strateji olarak ele alınmakta, kısa vadeli proje veya kampanya yönetimi üzerinden, uygulamalı bir ders kapsamında verilmektedir (Canpolat, 2013; Öksüz, 2014). Halkla İlişkiler eğitimi sırasında gerçekleşen bu iş birliklerinin hem fonksiyonel anlamda STK’lara, hem de perspektiflerini geliştirme yönünden öğrencilere faydası olduğu düşünülmektedir. Böylelikle öğrenci alanla ilgili öğrendiği kuramsal bilgileri uygulama fırsatı bulmasının yanı sıra Halkla İlişkiler kavrayışını da geliştirerek mesleğin sivil toplumdaki rolünü sorgular. Bu varsayımları sınamak ve tartışmaya açmak amacıyla ülkemizdeki Halkla İlişkiler eğitiminde var olan STK iş birlikleri, takip eden bölümde, nicel ve nitel açılardan ele alınmaktadır.

Araştırma: Halkla İlişkiler Lisans Bölümleri ile STK’ların İş Birliği

Halkla İlişkiler dinamik bir alan olması sebebiyle başlangıcından beri çağın gereklerine ayak uydurmak için kendini yenileyerek evrimleşmiştir. Sosyo-politik ve ekonomik gelişmelere ve değişimlere hızla uyum sağlama çabasıyla içeriği sürekli güncellenen alanın kavramsallaştırılması bu nedenle oldukça güçtür. Halkla İlişkiler eğitimi de bu değişimlere paralel olarak başkalaşmakta, verilen dersler farklı dönemlerin mesleğe bakış açılarını yansıtmaktadır.

Türkiye’de yükseköğrenim kapsamında ilk Halkla İlişkiler dersleri 1965-66 akademik yılında, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi’ne bağlı Basın Yayın Yüksekokulu’nun 3. ve 4. Sınıf öğrencilerine verilmiştir (Okay, 2003, s. 20). İlk yıllarında o zamanın hâkim anlayışı kamu yönetimi perspektifiyle ders programları oluşturulurken, 1970’li yıllardan başlayarak Halkla İlişkiler çağdaş işletmeler bağlamında ele alınmaya başlanmıştır, değişen konjonktüre göre derslerin içerikleri de uyarlanmıştır (Yamanoğlu, Hızal, & Özdemir, 2013, s. 82-83) 1980 sonrası yıllarda neo-liberal politikalar ekseninde ilerleyen ülkemizde Halkla İlişkiler müfredatı da bu doğrultuda farklılaşmaya başlamıştır. Bunun bir yansıması olarak 1988 yılındaki düzenleme ile bölüm adları değişmiş, ilk “Halkla İlişkiler ve Tanıtım” bölümleri kurulmuştur. 1992’de çıkartılan yasa ile de mevcut beş Basın Yayın Yüksekokulu İletişim Fakültelerine dönüştürülmüş, bu tarihten sonra Halkla İlişkiler eğitimi veren bölümlerinin sayısı da giderek artmıştır (Tokgöz, 2003, s. 23).

2020 yılında ortaya çıkan COVID-19 pandemisi eğitimden iş yapma biçimlerine, tüketimden günlük alışkanlıklara pek çok şeyi değiştirmemizi dayatmıştır. Bu yeni durumla birlikte şirketlerin

egemenliğinde tüketimin yüceltildiği bir dünya anlayışının terk edilmesi gerekliliği daha net ortaya çıkmış, dolayısıyla Halkla İlişkilerin şirketlerin çıkarına çalışan bir yönetim unsuru olarak kavramsallaştırıldığı modernist görüşler artık daha sık sorgulanmaya başlanmıştır. Küresel iklim krizinin beraberinde getirdiği salgınlar, doğal felaketler, kaynakların tükenmesi gibi konuların dünyamızın önceliği olması gerekirken Halkla İlişkiler öğrencileri de mesleğin sivil toplumdaki önemi ve fonksiyonu hakkında bilinçlenmelidir. Lisans eğitim programlarından başlayarak STK'lar ile iş birliği yapılması öğrencide bu bilincin yaratılmasında rol oynar. Bu bağlamda çalışmada Halkla İlişkiler lisans eğitiminde mesleğin 'kamu yararı' boyutuna dair öğrencide nasıl bir anlayış geliştirildiğinin bölüm-STK iş birliklerine dayanarak sorgulanması ve bu yönde öneriler getirilmesi amaçlanmaktadır.

Yöntem

Araştırmanın başladığı 2020 yılı mart ayı itibariyle Türkiye'deki Devlet ve Vakıf Üniversiteleri'nde "Halkla İlişkiler ve Reklamcılık", "Halkla İlişkiler ve Tanıtım" ve "Halkla İlişkiler" isimleriyle öğrenci kabul eden 62 bölüm bulunduğu belirlenmiştir. Bunlardan henüz öğrencisi bulunmayan Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü dışındaki 61 bölüm araştırma evrenini oluşturmuştur. Sayı yüksek olmadığı için örneklem seçilmeyip tüm bölümler araştırmaya dahil edilmiştir.

Araştırmada yanıt aranan sorular şunlardır:

AS1: Halkla İlişkiler bölümleri lisans eğitimi kapsamında bir STK ile iş birliği yapılmasını gerekli bulmakta mıdır?

AS2: Halkla İlişkiler bölümleri lisans eğitimi kapsamında bir STK ile iş birliği yapmakta mıdır?

AS3: Yapılan STK iş birliğinin müfredattaki yeri nedir?

AS4: Yapılan STK iş birliğinin yapısı ve kapsamı nasıldır?

AS5: STK iş birliklerinin Halkla İlişkiler öğrencisine katkısı ne yöndedir?

Belirtilen beş araştırma sorusu, çoktan seçmeli veya açık uçlu, yapılandırılmış 12 görüşme sorusu formunda operasyonelleştirilmiş ve uzman görüşleri doğrultusunda son şekillerini almıştır. 61 bölüm başkanına çevrimiçi soru formları iletilmiş; bir aylık süre içinde dijital ortamda toplanan veriler, açık olmayan yanıtların netleştirilmesi, dolayısıyla geçerliliğin artırılması amacıyla telefon görüşmeleri yapılarak genişletilmiştir. Yüzde 43 oranında katılımın gerçekleştiği bu araştırmanın bulguları izleyen bölümde verilmektedir.

Bulgular

Türkiye'de lisans eğitimi veren Halkla İlişkiler bölümlerinin isimleri üç farklı kategoride gruplanmaktadır. Buna göre 27 "Halkla İlişkiler ve Reklamcılık" bölümünden 13'ü (%50), 3 "Halkla İlişkiler" bölümünden 1'i (%3,8) ve çoğunluğu oluşturan 32 "Halkla İlişkiler ve Tanıtım"

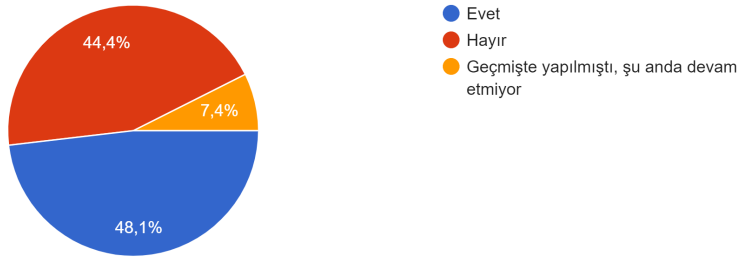
bölümünden de 12'si (%46,2) bu araştırmaya yanıt vermiştir. Toplamda yaklaşık yüzde 43'lük (%42,8) bir yanıt oranına ulaşılmıştır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Üniversiteler

Aksaray Üniversitesi	Bahçeşehir Üniversitesi
Anadolu Üniversitesi	Ankara Üniversitesi
Necmettin Erbakan Üniversitesi	İstanbul Okan Üniversitesi
Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi	Atılım Üniversitesi
Uşak Üniversitesi	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Yeditepe Üniversitesi	Yaşar Üniversitesi
İstanbul Aydın Üniversitesi	Pamukkale Üniversitesi
İnönü Üniversitesi	Akdeniz Üniversitesi
Gümüşhane Üniversitesi	İstinye Üniversitesi
Yozgat Bozok Üniversitesi	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	Kocaeli Üniversitesi
Marmara Üniversitesi	Arel Üniversitesi
Giresun Üniversitesi	Maltepe Üniversitesi

Araştırma kapsamında iletilen soru formuna biri mükerrer olmak üzere 27 yanıt alınmıştır. Buna göre Halkla İlişkiler bölümleri katılımcı olan 26 Üniversite yukarıdaki Tablo 1'de listelenmektedir.

Bölümünüzün 4 yıllık lisans eğitimi kapsamında bir Sivil Toplum Kuruluşu (STK) ile işbirliği yapılmakta mıdır?
27 yanıt

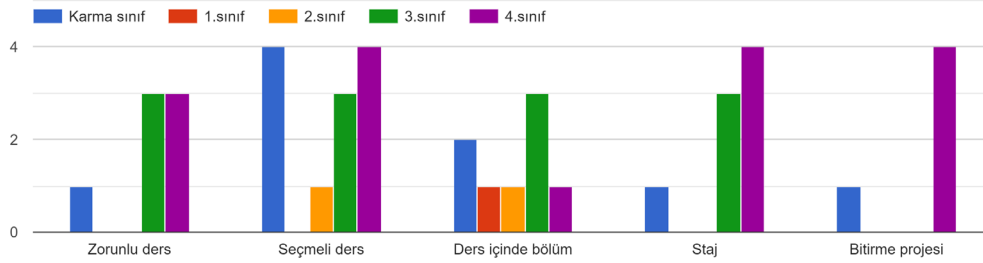


Şekil 1. STK İş Birliğinin Varlığı

Araştırmaya katılan bölümlerin tümü (%100), Halkla İlişkiler eğitimi açısından bir STK ile iş birliği yapılmasının gerekli olduğu kanısındadır. Ancak bu düşüncenin uygulamada aynı oranda karşılık bulamadığı görülmektedir; Şekil 1'de ifade edilen bulgulara göre bölümlerin yarıya yakını

(%44) bir STK ile herhangi bir iş birliği yapmamaktadır. Katılımcıların bir kısmı ise geçmişte iş birliği yapmış olsalar da şu anda bu ilişkinin sürmediğini belirtmiştir (%7,4). Araştırma, bu soruya olumlu yanıt veren 13 bölüm ile devam etmiştir (%48,1).

Lisans eğitimi kapsamında yapılan STK işbirliği aşağıdaki seçeneklerden hangisi/ hangileri ile tanımlanabilir? *
Birden fazla seçenek işaretlenebilir



Şekil 2. STK İş Birliği Sınıf Düzeyi ve Ders Türü

Takip eden soru Halkla İlişkiler lisans eğitimi kapsamında yapılan STK iş birliklerinin hangi sınıf düzeyinde olduğunu ve ne tür bir ders içeriğinde ele alındığını ortaya koymaya yöneliktir. Şekil 2’de görüldüğü gibi karma ya da son sınıf düzeyinde seçmeli derslerin çoğunlukta olduğu (n:4), 1. ve 2. sınıf düzeylerinde hiç zorunlu ders olmamasına rağmen daha üst sınıfların programlarındaki zorunlu ders olarak STK iş birliği yapılan dersler görülmektedir. Ders içinde bir bölüm olarak ele alındığında ise her sınıf seviyesinde ilgili bir ders bulunabilmekte, en çok 3. sınıf dersleri içinde STK iş birliğine rastlanmaktadır. Ağırlıklı olarak son sınıfları ilgilendiren bitirme projesi ve staj gibi ders yapılarında da STK iş birliklerine yer verilmektedir. Bu bulgulara göre müfredatlarında konuya yer veren Halkla İlişkiler Bölümlerin çoğunlukla son iki sene dersleri kapsamında sivil toplum ile ilgili öğrencilerini yönlendirdiklerinden söz edilebilir. Bunun dışında bazı fakülteler, bünyelerindeki ajans ya da atölyeler kapsamında, STK talepleri doğrultusunda, onları müşteri olarak ele alındığı çalışmalar yapılmakta olduğunu eklemiştir.

Bir sonraki soru “Üniversitenizdeki diğer fakülte veya bölümlerin bir STK iş birliğiyle yürüttüğü küçük ölçekli projelere bölüm öğrencileriniz kendi alanlarıyla ilgili konularda destek veriyor mu?” şeklinde yöneltilen ve açıklama isteyen açık uçlu bir soruydu. Bir üniversitede STK’lar ile iş birliği sadece Halkla İlişkiler bölümlerinde yapılmamaktadır. Türkiye’deki üniversitelerin farklı fakülteleri kapsamında ya da üniversite servis dersi olmak üzere “Topluma Hizmet Uygulamaları”, “Sosyal Sorumluluk” ve “Toplumsal Duyarlılık” gibi başlıklar altında pek çok örnek bulunmaktadır. Bu soru, Halkla İlişkiler bölümü öğrencilerinin kendi üniversitelerinde,

ancak bölümleri dışında yapılan diğer sivil toplum odaklı çalışmalara katılım ve katkısını anlamak üzere yöneltilmiştir. Katılımcıların bazıları şu yanıtları vermiştir:

“TEGV, TEMA gibi STK’larda yapılan projelere destek veren öğrencilerimiz var.”

“Öğrenci kulüpleri çeşitli STK’lara yönelik çalışmalar yapıyor.”

“Bölümümüzün öğrencileri Atılım Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi’nin faaliyetlerine katkı sağlıyorlar.”

“Üniversite zorunlu ‘Sosyal Sorumluluk’ dersi kapsamında diğer fakülte öğrencileriyle birlikte çalışılmakta.”

“TEMA Vakfı Temsilcisi seçtik bölümümüzden bir araştırma görevlisi arkadaşı. Öğrencileri bu konularda bilgilendiriyor, öğrenciler de çalışmalara destek oluyor.”

“Öğrencilerimiz diğer bölüm/fakültelerin çalışmalarına tanıtım ve uygulama desteği veriyor, etkinlik organizasyonlarını yürütüyorlar.”

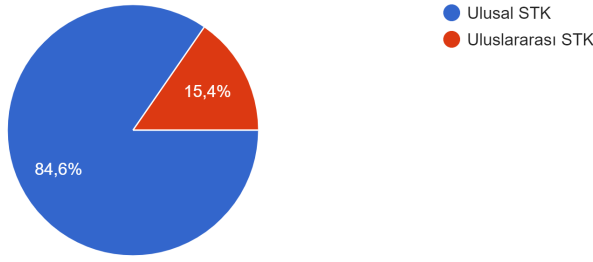
Yukarıdaki olumlu yanıtlar göstermektedir ki lisans öğrencileri alanları ile ilgili edindikleri bilgileri, bir sivil toplum örgütüne destek için kullanmaya aldıkları dersler sırasında başlamaktadır; ancak bu ders seçeneklerini sunan bölümlerin sayısı sınırlıdır. Çoğunlukla her bölüm sadece kendi dersi/projesi ile ilgilenmekte, diğer bölümlerin sivil toplum çalışmalarına fazla katkı sunmamaktadır. Ancak bazı Üniversitelerde (ör. Ankara Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi, Yaşar Üniversitesi) herhangi bir ders kapsamında olmaksızın, Halkla İlişkiler Bölümü öğrencileri Üniversite-STK iş birliği faaliyetlerine destek vermektedir.

“Üniversitenizdeki diğer fakülte veya bölümlerin Avrupa Birliği (AB) ya da başka bir uluslararası fondan hibe alarak, bir STK iş birliğiyle yürüttüğü büyük ölçekli projelere bölüm öğrencileriniz kendi alanları ile ilgili konularda destek veriyor mu?” sorusu araştırmanın devamında katılımcılara yöneltilmiştir. Bir önceki soruda daha küçük çapta yapılan iş birliklerine verilen destek sorgulanırken bu soru ile üniversite dahilindeki büyük çaplı ve fonlanmış, sivil toplum ayağı olan projelere Halkla İlişkiler bölümü tarafından verilmekte olan destek sorgulanmıştır. Araştırmada ilgili soruya pozitif yönde dokuz (n:9) yanıt gelmiştir. Buna göre Anadolu Üniversitesi, Halkla İlişkiler Müdürlüğü’nde çalışan bölüm öğrencilerin ilgili konularda tüm üniversiteye destek verdikleri bir yapılanmanın bulunduğunu belirtmiştir. Bu desteğin hem ulusal hem de uluslararası ölçekteki projelerde geçmişten günümüze dek süregeldiği, tamamlanmış ve devam eden projelerde öğrencilerin alanlarını ilgilendiren konularda çalıştıkları dile getirilmiş, belli bir proje vurgulanmamıştır. Bu soruya verilen bir diğer olumlu yanıt ise Akdeniz Üniversitesi’nin “SivilAnt projesine öğrenci katılım ve desteği”¹ ile ilgilidir.

1 Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilen, Antalya Beyaz Baston Görme Engelliler Derneği liderliğinde 17 kuruluş tarafından sunulan SivilAnt** – Antalya Sivil Platformu projesi, başta Antalya olmak Batı Akdeniz bölgesindeki sorunların çözüm ortağı olmaları konusunda STKlar, akademik camia, yerel yönetimler, kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektör girişimleri arasında diyalog ve iş birliği platformu kurmayı hedeflemektedir (<http://www.sivilant.org/tr/sivilant-projesi>).

Bölümünüzün işbirliği yaptığı STK'ların niteliği nedir?

13 yanıt

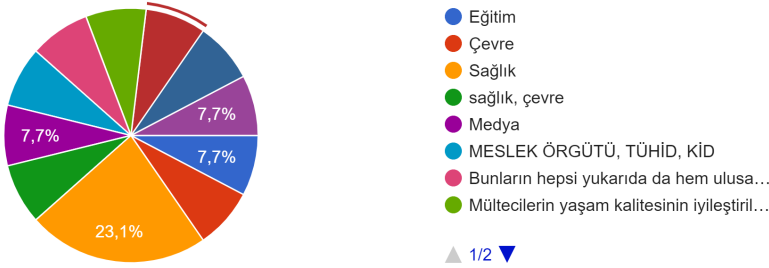


Şekil 3. İş Birliği Yapılan STK'ların Niteliği

Yukarıda yanıtları verilen iki soru ile de bağlantılı olarak, bölümlerin iş birliği yaptıkları STK'ların niteliği – ulusal ya da uluslararası olmalarına göre – de sorulmuştur. Şekil 3'te bulgular grafik ile gösterilmekte olup ağırlıklı olarak yerel, ulusal STK'lar ile iş birliği yapılması beklenen bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır (%84,6). Az sayıdaki uluslararası iş birliğinde (%15,5) ise mültecilere yönelik çalışmalar yapan bölümlerde paydaşların UNICEF gibi uluslararası düzeyde faaliyet gösteren uzman kuruluşlar olduğu belirlenmiştir.

İşbirliği yapılan STK'ların faaliyet alanları nelerdir?

13 yanıt



Şekil 4. İş Birliği Yapılan STK'ların Faaliyet Alanları

İş birliği yapılmakta olan STK'ların hangi alanlarda faaliyet gösterdikleri katılımcılara sorulduğunda oldukça geniş bir yelpazede bulunan yanıtlar alınmıştır. Şekil 4'te yer alan grafikte STK'ların faaliyet alanlarının dağılımı gösterilmektedir. Buna göre yüzde 23'lük bir oran ile en fazla sağlık alanında iş birliği yapıldığı belirtilmiştir (%23,1). Eğitim, çevre gibi genel

kapsamlı STK'lardan hak temelli savunuculuk yapan STK'lara (hayvan hakları, kadın hakları, insan hakları, ayrımcılıkla mücadele vb.) ve iletişim alanını ilgilendiren Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD), Kurumsal İletişimciler Derneği (KİD), Reklamcılar Derneği (RD) gibi meslek örgütleri ve medya odaklı çalışan STK'lara kadar farklı konu, odak ve yapıları bulunan kurumlar ile iş birliklerinin bulunduğu da katılımcılar tarafından belirtilmiştir.



Şekil 5. Bölüm-STK İş Birliğinin Süresi

Sonraki soru Halkla İlişkiler bölümlerinin STK'lar ile yaptıkları iş birliklerinin süresini belirlemeye yöneliktir. Şekil 5'te görülebileceği üzere katılımcıların yüzde 38,5'lik çoğunluğu bu iş birliğinin bir dönem ile sınırlı olduğunu söylemiştir. Bir STK ile 1 yıl kesintisiz ortak çalışma yaptığını söyleyen bölümlerin oranı (%30,8) ile 2 ila 5 yıl arasında süren ortak çalışmaların olduğunu belirten bölümlerin oranı ise (%30,8) aynıdır. 5 yıldan daha fazla sürdürülen bir bölüm-STK iş birliği ise bulunmamaktadır. Bu bulgu, yapılan iş birliklerinin proje bazlı ve sürdürülebilirlikten uzak olduklarını düşündürmektedir.

Araştırmanın son bölümünde yapılmakta olan STK iş birliklerinin Halkla İlişkiler öğrencisine mesleki açıdan nasıl bir katkı sağladığı sorulmuştur. Alınan yanıtlarda iş birliklerinin öğrencilere pek çok katkı sunmakta olduğu belirtilmiştir. Mezunların Türkiye'de iş bulma zorlukları göz önünde bulundurulduğunda en çok vurgulanan fayda, STK iş birliklerinin öğrencilere iş bulma, kariyer ve staj imkanları sağladığı yönünde olmuştur. Bunun yanı sıra öğrenciler toplumumuzdaki kurumların işlevlerini öğrenmekte, üçüncü sektörü, yani STK'ları tanıyarak onların bakış açılarını ve iş yapma biçimlerini de anlamaktadırlar. Bu durum öğrencilerin Halkla İlişkilerin kapsamının sadece kâr amacı güden kuruluşlarla sınırlı olmadığını kavramalarına da yardımcı olabilmektedir. Katılımcıların verdiği yanıtlara göre STK iş birliklerinin öğrencilerin bireysel gelişimlerine katkısının da altı çizilmiştir: "STK'lar ile ortak yapılacak çalışmalar öğrencilerimizin toplumsal sorunlarla ilgili farkındalıklarını artırarak daha bilinçli ve duyarlı bireyler haline

gelmelerine yardımcı olur” şeklinde belirtilmiş; öğrencilerde sosyal sorumluluk bilincinin gelişmesini sağladığı, gönüllülük kavramını pekiştirdiği, kişisel gelişimlerine yardımcı olup, vizyon kazandırdığı gibi konular vurgulanmıştır. STK’lar ile gerçekleşen iş birlikleri kapsamında yapılan sosyal etkinliklerin öğrencilere eğlenceli zaman imkânı sunduğu ifade edilmiş ve bunun psikolojik faydasına değinilmiştir.

Verilen yanıtlara bakıldığında STK iş birliklerinin faydasının iş bulma ve staj imkânı gibi somut bazı çıktılar üzerinden değerlendirildiğini (*n*:6), bunun yanı sıra öğrencilerin kişisel gelişimleri ve değerlere odaklanan yorumların ağırlıkta olduğu (*n*:9) görülmektedir. Bu soruya verilen bazı yanıtlarda “Çoğulcu demokrasilerde sivil toplumun oluşumu ve STK’ların var olan durumlarını sürdürebilmeleri için Halkla İlişkilerin önemli olduğu” ifade edilmiş, “toplumsal değer yaratmanın iyi bir iletişimci olmak için gerekliliği” de vurgulanmıştır. Soruda yer almamakla birlikte bir katılımcı iş birliklerinin “kaynak sıkıntısı olan kuruluşlara (STK) iletişim desteği sağlama” yönünde faydası olacağını özellikle belirterek iş birliklerinin tüm taraflar için faydalı olduğunu hatırlatmıştır. Burada bahsedilen iletişim desteğinin kapsamına fon artırma, stratejik planlama, hedef kitle araştırması, sosyal medya yönetimi, etkinlik yönetimi, kriz ve gündem yönetimi gibi pek çok Halkla İlişkiler konusu girmektedir.

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde bölümler STK iş birlikleri konusunda olumlu görüşler belirtirken, Halkla İlişkiler alanı ile doğrudan bağlantısı bulunan TÜHİD, KİD, RD, İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD) ve Açıkhava Reklamcıları Vakfı (ARVAK) gibi kuruluşlar ile iş birliği yapılmasının öğrenciye sağlayacağı yararlar da vurgulanmıştır. Kaldı ki pek çok Halkla İlişkiler bölümü hali hazırda farklı gerekçelerle (akreditasyon, yarışmalar, staj imkanları, ortak eğitimler vb.) belirtilen STK’lar ile birlikte çalışmaktadır. Bu ortaklıkların yalnızca öğrenciye değil mesleğin gelişmesine de katkı sağladığı bilinmektedir.

Görüşmelerde bir diğer vurgulanan konu da yalnızca büyük şehirlerde değil Anadolu’nun çeşitli kentlerinde öğrenim gören Halkla İlişkiler öğrencilerinin bakış açılarını geliştirmek yönünde bölümlerinin STK’lar ile kurduğu iş birliğinin değerli olduğudur. Bu yanıt, Halkla İlişkiler eğitiminde şehirler arasında farklılıklar olabileceğinin düşünüldüğünü de ifade etmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Halkla İlişkilerin sivil toplum perspektifinden kavramsallaştırıldığı bu çalışmada, Türkiye’deki üniversitelerde Halkla İlişkiler alanında lisans eğitimi veren 61 bölümde STK’lar ile yapılan iş birlikleri incelenmiştir. Araştırmaya katılan 26 bölümün tümü, STK iş birliklerinin eğitim açısından gerekliliği konusunda hemfikir. Yapılan yorumlarda varsayılan iş birliklerinin hem öğrencilere hem de STK’lara iki yönlü fayda sağladığı belirtilmektedir. Ancak konuya yönelik bu olumlu yaklaşımın uygulamada yeterince hayata geçirilemediği görülmüştür, çünkü yanıt veren kurumların ancak yarısı aktif olarak bir STK ile iş birliği içinde olduğunu ifade etmiştir.

Araştırmadan çıkan temel sonuç Halkla İlişkiler eğitiminde STK iş birliklerinin öğrencilere faydalı ve mesleki gelişimleri için gerekli bulunduğu halde bölümlerin STK’larla ortak çalışmalarının kısa süreli ve sürdürülebilir olmadığıdır. Katılımcı hiçbir bölüm bir STK ile

5 yıldan daha uzun süre çalışmamaktadır. Araştırma bulguları STK iş birliklerinin farklı sınıf düzeylerindeki dersler ya da staj veya bitirme projesi kapsamında yapılabildiğini, bunun dışında fakültelere ait atölye, ajans gibi yapılarda proje bazlı çalışmalarda da ele alındığını göstermektedir. Ağırlıklı olarak ulusal STK'lar ile ortaklıkların kurulduğu bu çalışmalarda genellikle daha eski ve köklü Halkla İlişkiler Bölümlerinin öğrencileri, sadece kendi bölümlerinde çalışmakla kalmayıp üniversitelerinin merkezi olarak ya da diğer fakülteler kapsamında yaptığı sivil toplum odaklı faaliyetlere de katkı sunabilmektedir. Bu durumun oturmuş, sistemli bir bölüm kültürünün yansıması olduğu düşünülmektedir. Bölüm yönetimindeki hocaların konuya yönelik bireysel ilgileri de öğrencilerin katılımını olumlu yönde etkilemektedir.

İş birliği yapılan konuların başında sağlık gelmektedir. Bunun dışında eğitim, çevre, haklar (insan, kadın, çocuk, mülteciler vb.), ayrımcılıkla mücadele gibi temel konularda çalışmalar yapılmakta, iletişim alanını ilgilendiren STK'lar (TÜHİD, HİD, İLAD, RD vb.) ile hem iş birliği yapılmakta hem de onların görüşlerinden faydalanılmaktadır. Alandaki bu kuruluşlar ile yapılmakta olan çalışmaların içeriğinin belirleneceği derinlemesine bir akademik araştırma tasarlanmasının Halkla İlişkiler eğitimi açısından faydalı olacağı düşünülmektedir. Belirtilen STK'ların yapıları, mesleğe yönelik bakış açıları belirlendikten sonra sivil toplum odaklı bir Halkla İlişkiler kavramının geliştirilmesi ve bunun uygulamada da hayata geçirilebilmesi için tüm tarafların fikirleri alınarak akademi ile iş birliklerinin daha sürdürülebilir hale getirilmesi önerilmektedir.

Halkla İlişkiler öğrencilerinin yükseköğrenim hayatlarından itibaren sivil toplum kuruluşlarında aktif çalışmalarının alana yönelik kavrayışlarını geliştireceği ve genişleteceği düşünülmektedir. Tüm tarafları dinleyen, geniş bir sosyal çevrenin bir parçası olarak söylemin gücünü bilen ve bu farkındalıkla hareket ederken yalnızca kurumsal ideolojilerin aracı olmayacak öğrenciler yetiştirmek için yapılması gerekenler, üzerinde düşünülmesi gereken bir konudur. İletişim kurmaktaki amacın önceden belirlenmiş stratejik kurumsal hedeflere ulaşmaktan ve bunu mutlak doğru kabul etmekten temellenen tek boyutlu ve indirgemeci bir Halkla İlişkiler kavrayışına dayalı lisans eğitimi, öğrencilerin mesleklerini daha geniş bir çerçeveden görmesini engeller. Sivil toplumdaki rollerini içselleştiren öğrenciler, mezun olup görev aldıkları çeşitli pozisyonlarda bu birikimlerini yansıtarak ülkelerinin ve dünyanın daha demokratik, adil ve yaşanabilir olmasına hizmet ederler. Bu öğrenciler bir STK'da görev alarak bilgi ve birikimlerini profesyonelce değerlendirebilecekleri gibi, kâr amacı güden bir kurumda çalışırken de mesleklerinin "kamu yararı" boyutunu unutmadan, tercih edecekleri etik uygulamalarla ve kurumsal aktivizm gibi stratejilerle, sivil toplumun güçlenmesinde katalizör olurlar.

Sonuç olarak Halkla İlişkiler kapsamındaki lisans eğitiminde STK'lar ile iş birliği yapılan derslerin müfredatta bulunması gerekmektedir. Halkla İlişkiler kavramı ele alınırken konunun sivil toplum ile ilgisi kurulup aktivizm, savunuculuk, sorumluluklar gibi konuların alan ekseninde tartışılması yerinde olacaktır. Modernist anlayışın bir uzantısı olarak, mutlak doğruların varlığı öngörüsüne dayanan yönetim söyleminin kurumsal ideolojileri inşa ederken Halkla İlişkileri nasıl araçsallaştırdığı tartışılabilir. Bu tartışma, yalnızca modernite eleştirisi olarak kalmayıp, Halkla İlişkilerin sivil toplumdaki etki yaratacak unsurlarını da kapsayacak şekilde, postmodern bir

kavrayışla sürdürülebilir. Bu bağlamda güç ilişkileri değerlendirilebilir, dil ve söylem üzerinden oluşturulacak anlamların rıza üretmedeki etkisi tartışılabilir, uzlaşma kavramı eleştirel bir perspektiften ele alınabilir. Postmodern kavramlar ekseninde yapılacak tartışmalar öğrencilerin vizyonlarını geliştirmeye yardımcı olur; böylelikle öğrenciler mesleklerini daha geniş bir sosyo-ekonomik perspektiften algılayarak onu sadece iş dünyasına hizmet eden bir yönetim fonksiyonu olarak görme yanılışına düşmez.

Kaynakça

- Acı, E. Y. (2005). *Kalkınma sürecinin yeni aktörleri sivil toplum kuruluşları: Kalkınma ajan(s)ları mı? Neo-liberal ajanlar mı?*. İstanbul: Günizi Yayıncılık
- Adi, A. (2019). Protest public relations: Communicating dissent and activism – an introduction. A. Adi (Dü.), *Protest public relations: Communicating dissent and activism* içinde (ss. 1-11). Oxon: Routledge.
- Benn, S., Todd, L., & Pendleton, J. (2010). Public relations leadership in corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 96, 403-423.
- Bhati, A. (2013). Role of public relations for effective communications in NGOs. *IJSR – International Journal of Scientific Research*, 2(11), 338-340.
- Biber, A. (2006). *Sivil toplum örgütlerinde halkla ilişkiler*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Brill, P., & Marocco, C. (2012). Not-for-profit public relations. A. Theaker, (Ed.), *The public relations handbook* içinde (ss. 387-410). Oxon: Routledge.
- Canpolat, N. (2013). Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi: Halkla ilişkiler ders programlarının değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi – e-GİFDER*, 2(2), 139-162.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). Privileging an activist vs. a corporate view of public relations history in the U.S. *Public Relations Review*, 38, 347-353.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2014). *It’s not just PR: Public relations in society* (2nd. ed.). West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Cutlip, S., Center, A., & Broom, G. (2000). *Effective public relations*. NJ: Prentice Hall.
- Demetrious, K. (2013). *Public relations, activism and social change: Speaking up*. Oxon: Routledge.
- Doerfel, M. L., & Taylor, M. (2004). Network dynamics of interorganizational cooperation: The Croatian civil society movement. *Communication Monographs*, 71(4), 373-394.
- Eilert, M., & Cherup, A. (2020). The Activist company: Examining a company’s pursuit of societal change through corporate activism using an institutional theoretical lens. *Journal of Public Policy and Marketing*, 39(4), 461-476.
- Grunig, J., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Hadenius, A., & Ugglä, F. (1996). Making civil society work, promoting democratic development: What can states and donors do? *World Development*, 24(10), 1621-1639.
- Hauser, G. (1998). Civil society and the public sphere. *Philosophy and Rhetoric*, 31, 19-40.
- Hendrix, J. (2001). *Public relations cases*. Belmont, USA: Wadsworth Thompson Learning.
- Holtzhausen, D. (2002). Towards a postmodern research agenda for public relations. *Public Relations Review*, 28(3), 251-264.
- Holtzhausen, D. (2012). *Public relations as activism: Postmodern approaches to theory and practice*. NY: Routledge.

- Holtzhausen, D. (2019). 8-Women in PR Podcast. *Women in PR with Ana Adi*. (A. Adi, Röportaj Yapan) SoundCloud.
- Kahraman, H. (2007). *Postmodernite ile modernite arasında Türkiye*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Keane, J. (1994). *Demokrasi ve sivil toplum* (N. Erdoğan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kent, M., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, 28(1), 21-37.
- Koçka, J. (2004). Civil society in a historical perspective. *European Review*, 12(01), 65-79.
- Lamme, M., & Russel, K. M. (2010). Removing the spin: Toward a new theory of public relations history. *Journalism and Communication Monographs*, 11, 280-362.
- Ledingham, J. A. (2003). Explicating relationship management as a general theory of Public Relations, *Journal of Public Relations Research*, 15(2), 181-198.
- Macnamara, J., & Crawford, R. (2010). Reconceptualizing public relations in Australia: A historical and social re-analysis. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 11(2), 17-34.
- McKie, D., & Munshi, D. (2007). *Reconfiguring public relations: Ecology, equity and enterprise*. London: Routledge.
- Moloney, K. (2006). *Rethinking public relations*. Oxon: Routledge.
- Okay, A. (2003). Public relations education in Turkey. *European PR News*, 2(3), 19-27.
- Öksüz, B. (2014). Halkla ilişkiler ve kurumsal sosyal sorumluluk ilişkisi: Halkla ilişkiler öğrencilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 8(3), 55-75.
- Ryfman, P. (2006). *Sivil toplum kuruluşları* (İ. Yerguz, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sezik, M. (2019). Türkiye'de sivil toplum kuruluşlarının işlevleri ve sorun alanları. *Research Studies Anatolia Journal*, 2(4), 118-125.
- sivilant.org. (tarih yok). 11.2.2020 tarihinde <http://www.sivilant.org/tr/sivilant-projesi> adresinden alındı.
- Taylor, M. (2018). Civil society. R. Heath, & W. Johansen, (Ed.), *The international encyclopedia of strategic communication* içinde (ss. 1-7). Wiley Online Library.
- Taylor, M., & Kent, M. (2017). Nation building in the former Yugoslavia. I. Somerville, O. Hargie, M. Taylor, & M. Toledano, *International PR: Perspectives from deeply divided societies* içinde (ss. 9-27). Oxon: Routledge.
- Tokgöz, O. (2003). Türkiye'de iletişim araştırmalarında iletişim eğitimi: Elli yıllık bir geçmişin değerlendirilmesi. *Kültür ve İletişim*, 6(1), 9-32.
- Tomlinson. (2013). *Working with civil society in foreign aid: Possibilities for south-south cooperation*. UNDP. China: UNDP.
- Uslu, İ. (1999). *Bir sosyal siyaset vasıtası olarak kâr gütmeyen kuruluşlar: ABD örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE.
- Wilcox, D., Ault, P., Agee, W., & Cameron, G. (2000). *Public relations strategies and tactics*. NY: Longman.
- Yamanoğlu, M. A., Hızal, S. G., & Özdemir, P. (2013). *Türkiye'de halkla ilişkiler tarihi: Kurumsallaşma yılları 1960-1980*. Ankara: De Ki.