

PAPER DETAILS

TITLE: Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler Öğrencileri Eğitimleri Hakkında Ne Düşünüyor?

AUTHORS: Sirma Oya TEKVAR

PAGES: 134-153

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/615388>



[itobiad], 2018, 7 (5): 134/153

**Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler Öğrencileri Eğitimleri
Hakkında Ne Düşünüyor?**

What Public Relations Students at Karabuk University Think About
the Education Provided

Sırma Oya TEKVAR

**Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi/İşletme Fakültesi, Halkla İlişkiler ve
Tanıtım Bölümü**

**Assist. Prof., Karabuk University, Faculty of Business, Public Relations and
Publicity Department**

sirmatekvar@karabuk.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-4793-6346

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Types : Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received : 30.10.2018
Kabul Tarihi / Accepted : 31.12.2018
Yayın Tarihi / Published : 31.12.2018
Yayın Sezonu : Aralık
Pub Date Season : December
Cilt / Volume: 7 Sayı – Issue: 5 Sayfa / Pages: 134-153

Atıf/Cite as: TEKVAR, S . (2018). Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler Öğrencileri Eğitimleri Hakkında Ne Düşünüyor?. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 7 (5), 134-153. Retrieved from <http://www.itobiad.com/issue/41845/465840>

İntihal /Plagiarism: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software. <http://www.itobiad.com/>

Copyright © Published by Mustafa YİĞİTOĞLU- Karabuk University, Faculty of Theology, Karabuk, 78050 Turkey. All rights reserved.

Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler Öğrencileri Eğitimleri Hakkında Ne Düşünüyor?¹

Öz

Halkla ilişkiler mesleği gerek kuramsal gerekse uygulamalar çerçevesinde büyük ölçüde iletişim alanıyla bağlantılıdır. Bu nedenle halkla ilişkiler eğitiminin çoğunlukla üniversitelerin İletişim Fakültelerinde bir bölüm olarak yer alması doğaldır. Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi iletişim alanı dışında veren üç üniversite bulunmaktadır. Bu üç üniversiteden biri İşletme Fakültesi’nde Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü’nün bulunduğu Karabük Üniversitesi’dir. Bu çalışmanın amacı, Karabük Üniversitesi’nde Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü’ndeki lisans öğrencilerinin, eğitimlerini mesleki yeterlik açısından nasıl değerlendirdiklerini anlamak ve aldıkları eğitimdeki memnuniyetlerini değerlendirmektir. Bu çerçevede, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü son sınıf öğrencileri ile Eylül-Kasım 2018 tarihleri arasında, açık uçlu soruların hazırlandığı yazılı görüşmeler ve yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Böylelikle öğrencilerin, aldıkları eğitimle mesleki beklentilerinin ne derece örtüştüğü ve mezun olduklarında meslek hayatına atılmaya kendilerini ne derece hazır hissettikleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler Eğitimi, Halkla İlişkiler Öğrencileri, Öğrenci Memnuniyeti, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, İşletme Fakülteleri

What Public Relations Students at Karabuk University Think About the Education Provided

Abstract

Public relations (PR), as a profession is widely related to communication field in terms of both theoretical and practical aspects. Therefore, it seems natural that public relations are generally located as a department in the Faculty of Communication. On the other hand, three universities including Karabük University locate this department outside that faculty. This study aims to understand how undergraduate students of Public Relations and Publicity Department at Karabük University evaluate the education which they are receiving within the context of professional competence. Thus, the satisfaction of students with the education will also be analyzed from the perspective of different curricula. In this context, written interviews with open ended questions will be conducted with senior students of Public Relations and Publicity Department. Therefore, it was ascertained that to which extent the undergraduate program meets the professional expectations of the students and how much they are ready to enter the business world.

Keywords: Public Relations Education, Public Relations Students, Student Satisfaction, Public Relations and Publicity, Faculty of Business.

¹ Bu çalışma, 23-25 Kasım 2018 tarihinde gerçekleşen 1. Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi’nde yazarın sözlü olarak sunduğu bildirinin genişletilmiş ve güncellenmiş halidir.



Giriş

Gerek kamu gerekse özel sektördeki kurum ve kuruluşların, hızla gelişen teknolojiye ayak uydurmak ve hedef kitlelerin beklentilerini demokratik anlayışta karşılamak durumunda kalması; bu nedenle de bütün ilişkilerini stratejik bir düzende devam ettirmesi zorunluluğu, halkla ilişkileri giderek bir yönetim fonksiyonu haline getirmekte ve halkla ilişkilerin profesyonel kadrolara sahip bir meslek dalı olarak kendini kabul ettirmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla bu alanda yeterli kuramsal bilgi ve uygulama deneyimine sahip, iyi eğitim görmüş profesyonellere ihtiyaç da giderek artmaktadır.

Yakın geçmişe kadar halkla ilişkiler, iletişim çalışmalarına bağlı olarak örgütün amaçlarına ulaşmasında kullanılan planlı iletişim çalışmaları olarak anlamlandırılmış, hem halkla ilişkiler hem iletişim çalışmaları uzun süre tek yönlü ve tek yanlı, pozitivist, mekaniksel, monoloğa dayalı olarak yorumlanmıştır. Ne var ki artık halkla ilişkiler alanının daha kültürel bir bağlamda yorumlanarak dengelenmesi gereği duyulmaktadır. Dolayısıyla halkla ilişkilerin bir sosyal bilim olarak ilerleyebilmesi için kuramcılar ve kuramları uygulayanlar arasında güçlü bir iletişim bağının kurulması gereği ortaya çıkmıştır (Yıldırım Becerikli, 2008: 22, 57). Kaldı ki halkla ilişkilerin; tutundurma stratejileri içindeki işlevi, yönetim felsefesini etkileme gücü, uygulama alanının medya ilişkilerinden sergi-fuar organizasyonlarına, metin yazarlığından endüstriyel ilişkileri geliştirmeye, çalışanlarla iletişimi güçlendirmeye, lobicilik ve uluslararası alanda iletişimi gerçekleştirmeye kadar çok geniş yelpazeyi içermesi, halkla ilişkiler eğitiminin kapsamlı olması zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir (Balta Peltekoğlu, 2016: 149).

Türkiye’de, göreceli yeni sayılan halkla ilişkiler eğitimi 1960’lı yılların ortasında gazetecilik eğitimi çerçevesinde Ankara Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi’nde vermeye başlanmıştır. Daha sonra Marmara Üniversitesi’ne dönüşen Devlet İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi Basın Yayın Yüksek Okulu’nda ve Gazi Üniversitesi’ne dönüşen Ankara İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi’nde halkla ilişkiler eğitimi vermeye başlandı. Bunu Ege ve Anadolu Üniversiteleri takip etmiştir. 1972 yılında Halkla İlişkiler Derneği’nin kurulması, halkla ilişkiler eğitime hız kazandırmıştır. Ancak Basın Yayın Yüksek Okullarında yer alan gazetecilik ve halkla ilişkiler bölümlerinin ayrılarak halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü olarak ayrı bir bölüm haline gelmesi 1988’de gerçekleşmiştir. 90’lı yıllarda ise İletişim Fakülteleri açılmaya başlamış ve halkla ilişkiler eğitimi bu fakültelerde devam etmiştir (Asna, 2004: 152; Tokgöz, 2003: 4).

Yükseköğretim Program Atlası’nın 2017 verilerine göre Türkiye’de, halkla ilişkiler ve tanıtım alanında lisans eğitimi veren 31 üniversitede

bulunmaktadır. Halkla ilişkiler mesleği, gerek kuramsal gerekse uygulamalar çerçevesinde büyük ölçüde iletişim alanıyla bağlantılıdır. Bu nedenle halkla ilişkiler eğitiminin çoğunlukla üniversitelerin İletişim Fakültelerinde bir bölüm olarak yer alması doğaldır. Ne var ki halkla ilişkiler, aynı zamanda kurumların yalnızca iletişim değil, işletme politikalarının ve stratejilerinin belirlenmesinde de yönetsel bir rol oynamak durumundadır. Bu nedenle halkla ilişkiler mesleğinde işletme ve idari bilimler de önemli bir rolü olmalı, halkla ilişkiler uygulayıcılarının bu bilimlerde de yeterli bilgiye sahip olmaları gerekmektedir. Ancak halkla ilişkiler eğitimi veren üniversiteler arasında yalnızca bir üniversitenin İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi bünyesinde ve iki üniversitenin İşletme Fakültelerine bağlı olarak öğrencilere lisans eğitimi verilmektedir. Halkla ilişkiler eğitimi iletişim alanı dışında veren bu üç üniversiteden bir tanesi ise Karabük Üniversitesi'dir.

Bu çalışmanın amacı, Karabük Üniversitesi'nde İşletme Fakültesi'ne bağlı olduğu için İletişim Fakülteleri'nden daha farklı bir eğitim müfredatına sahip olan Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'ndeki lisans öğrencilerinin, eğitimlerini mesleki yeterlilik açısından nasıl değerlendirdiklerini anlamak ve aldıkları eğitimdeki memnuniyetlerini değerlendirmektir. Bu çerçevede, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü son sınıf öğrencileri arasından bu çalışmaya gönüllü olarak katılan öğrencilerle yüz yüze, telefon ve e-posta yoluyla derinlemesine görüşmeler yapılacaktır. Böylelikle öğrencilerin, aldıkları eğitimle mesleki beklentilerinin ne derece örtüştüğü ve mezun olduklarında meslek hayatına atılmaya kendilerini ne derece hazır hissettikleri anlaşılmış olacaktır.

Türkiye'deki Halkla İlişkiler Eğitime Genel Bakış

Özellikle 2000'li yıllardan sonra Türkiye'de İletişim Fakültelerinin sayısı hızla artmaya başlamış, ancak açılan fakültelerin önemli bir çoğunluğu hemen etkin olarak eğitime başlamamıştır. Akademik kadroları ve teknik altyapıları oluşturulmadan alelacele açılan bu fakülteler, iletişim biliminin – dolayısıyla halkla ilişkiler alanının- kuramsal ve uygulama alanındaki niteliğini olumsuz etkileyebilmektedir. Solmaz vd. (2012: 263-265) araştırmasına göre kuram ve uygulama derslerinin oranlarında bir denge yoktur. Kaldı ki bu alanda pek çok akademisyen ve uygulamacı da kuram ve uygulama derslerinin ağırlığı konusunda uzlaşmamaktadır. Araştırma bulgularına göre halkla ilişkiler bölümü olan devlet üniversiteleri Anadolu Bölgesi'nde yoğunlaşmaktadır. Türkiye'de halkla ilişkiler uygulamalarının ilk olarak kamu yönetimi içinde bakanlıklarda ve bağlı kuruluşlarda başladığı göz önüne alınırsa, ilke kurulan halkla ilişkiler bölümlerinin de bürokrasinin merkezine yakın olmasının doğal olduğu düşünülmektedir. Buna karşılık özellikle İstanbul'da halkla ilişkiler bölümü daha çok vakıf üniversitelerindedir. Devlet üniversitelerindeki halkla ilişkiler lisans eğitimine karşıt olarak sektöre yakınlık vakıf üniversitelerinde oldukça önemlidir. Gerek öğrencilerin stajları açısından gerekse sektörde isim



yapmış kişilerin deneyimlerinden faydalanmak açısından İstanbul'daki halkla ilişkiler bölümlerinin çok daha fazla avantajlı olduğu belirtilmiştir.

Halkla ilişkiler eğitimini stratejik iletişim yönetimi açısından ele alan bir çalışmada, müfredatların ağırlıklı olarak teknisyen halkla ilişkiler alanındaki derslerden oluştuğu, devlet üniversitelerinde özel üniversitelere göre halkla ilişkilerin yan alanlarıyla ilgili derslere daha ağırlık verildiği, bu nispette özel üniversitelerin daha çok sektörün ihtiyaçlarına odaklandığı sonucuna varılmıştır. Önceki paragrafta bahsedilen çalışmaya benzer olarak, özel üniversitelerde stratejik halkla ilişkiler derslerinin zorunluluk koşulu devlet üniversitelerine göre daha çoktur. Teknisyen halkla ilişkiler alanındaki dersler ise devlet üniversitelerinde daha yüksek orandadır (Güllüpınar, 2015: 32). Canpolat (2013: 161) ise araştırmasında halkla ilişkiler eğitimi veren kurumlarda halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarına yönelik derslerin genel kültür ve alan derslerinden daha az olduğu sonucuna varmıştır.

Türkiye'de lisansüstü tezlerin halkla ilişkiler alanına katkısını inceleyen Okay ve Okay'ın (2008: 13) çıkardığı ise tezlerin halkla ilişkilerin gelişimine, özellikle de kuram oluşturmaya katkısının ihmal edilebilir olduğudur. Araştırmaya göre yazılan tezler uygulama veya halkla ilişkilerin işlevselliğiyle ilgili olup halkla ilişkiler kuramı geliştiren bir tez 2008 yılına kadar bulunmamaktadır. Yine diğer çalışmalara benzer şekilde Yıldırım Becerikli (2004: 206) de incelemesinde, özel üniversitelerin uygulamalı derslere daha fazla ağırlık verdiğini, buna karşılık kamu ve özel üniversitelerdeki genel formasyon – alan formasyonu dağılımının hemen hemen aynı olduğunu belirtmektedir. Halkla ilişkiler eğitiminde uluslararasılaşmaya değinen Solmaz ve arkadaşları (2017a: 286), Gazi Üniversitesi dışında diğer tüm üniversitelerin halkla ilişkiler bölümlerinde, müfredatlarındaki uluslararasılaşma oranının % 10'un altında olduğunu bulgulamıştır. Araştırma, halkla ilişkiler ders müfredatlarındaki uluslararası içeriğe sahip ders sayısının üniversitelerin tercihlerine bırakılmayıp bir eğitim politikası olarak genele yayılmasının bir zorunluluk haline getirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Bu çalışmada olduğu gibi, halkla ilişkiler eğitimini öğrenci bakış açısından değerlendiren iki çalışmaya erişilmiştir. Selçuk Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencilerine yönelik yapılan bir saha araştırmasına göre, öğrenciler okudukları bölümü yüksek oranda bilinçli seçmişler ve bu seçimde kendi kararları öncelikli olmuş, yine bu öğrencilerin yarıya yakını yeniden seçme şansı olsa yine aynı bölümü seçeceğini belirtmiştir. Bununla beraber araştırma bulgularına göre öğrencilerin staj yapma oranlarında ve öğrencilerin aldıkları eğitimle sektör bağlantısının kurulmasında yetersizlikler tespit edilmiştir. Öğrenciler genel olarak okudukları bölümlerle ilgili olumlu düşüncelere sahiptir (Solmaz, vd., 2017b: 270-271). Ertem Eray



(2016: 66-67) ise İstanbul Üniversitesi Halka İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencilerinin iş-yaşam çatışmasına yönelik algısını araştırmıştır. Bu araştırma, halkla ilişkiler eğitimi ve öğrencilerin aldıkları eğitimi nasıl değerlendirdikleri üzerine doğrudan bir sonuca varmasa da öğrencilerin iş hayatı beklentileri ile aldıkları eğitim arasında bir bağ kurulabilir. Bulgulara göre öğrencilerin iş-yaşam çatışmasına yönelik beklentileri makul düzeyde olup yöneticilerden bekledikleri desteğin yüksek seviyede olduğu ve aileyi destekleyici kuruluşlara yönelik beklentilerin de makul düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır.

Yapılmış olan bu araştırmalar ve incelemeler çerçevesinde, üniversitelerde halkla ilişkiler eğitimi için geliştirilen öneriler ise şöyle toparlanabilir (Bakan, 2002; Güllüpunar, 2015; Güzelcik Ural, 2012; Solmaz, vd., 2012; Yıldırım Becerikli, 2004):

- İletişim fakültelerinin sayısı giderek artmakta, ancak bu fakülteler için gerekli akademik kadro ve alt yapı yeterli düzeyde karşılanamamaktadır. Bu fakültelerin kurulması için bazı kriterler getirilmeli, yeni açılan fakültelerin akademik kadro ihtiyacını karşılamaya yönelik çözümler üretilmeli ve nitelikli öğrenci yetiştirebilmek için akademik kadroların da niteliğine dikkat edilmelidir.
- Dersler kuram ve uygulama çerçevesinde dengeli olmalı, sektörün beklentileri dikkate alınmalıdır. Analiz ve eleştirel düşünme derslerinin sayıca artırılması, öğrencinin kuramsal bilgilerini pratik düzlemlere taşımasını kolaylaştıracaktır. Öğrencilerin rapor hazırlayabilme, var olan raporları analiz edebilme ve araştırma sonuçlarını sunma becerilerini geliştirmeye yönelik derslerin geliştirilmesi gerekmektedir.
- Halkla ilişkiler eğitimi bütüncül bir tarzda ele alınmalıdır. Lisans, yüksek lisans ve doktora eğitim programlarında ders tekrarından kaçınılmalı ve ders içerikleri lisansta daha basit düzeyden doktora doğru daha gelişkin bir yapıya doğru bir çizgi izlemelidir.
- Dinamik bir alan olan halkla ilişkiler ders içerikleri günün ihtiyaçlarına göre güncellenmelidir. Bununla beraber ülke gerçekleri ve ihtiyaçları da müfredatları oluştururken dikkate alınmalıdır.
- Halkla ilişkilerin, gerçekleştirdiği uygulama ve geliştirdiği stratejilerle kurumsal iletişim açısından karar alma süreçlerine en üst düzeyde katılması gerekmektedir. Bunu sağlamanın yolu, mesleğin stratejik eğitim yönüne ağırlık vermektir. Mesleğin teknisyenlik yönünün öğrencilere kazandırılmasından sonra ilerleyen sınıflarda stratejik yönünün öğretilmesi hem kurumsal anlamda hem de halkla ilişkilerin göreceği değer anlamında mesleklesme adına olumlu bir süreci doğuracaktır.



Dünyada Halkla İlişkiler Eğitimi

Çalışma için yapılan literatür taramasında erişilen kaynaklardan en dikkati çeken, halkla ilişkiler eğitimde Avrupa kurumsal eğitime ağırlık verirken ABD'nin uygulamaya daha çok önem veren bir eğitim modelini benimsemiş olmasıdır (Bakan, 2002: 71). Örneğin Portekiz'de halkla ilişkiler eğitimi ağırlık olarak iletişim bilimleri içerikli olup reklamcılık ve gazetecilikle ilgili çalışmalar da eğitime dahil olmaktadır. Buna karşılık doğrudan halkla ilişkiler çalışmalarına ilişkin derslerin yeterli olmadığı, bu alanın akademik ve bilimsel yanı görece yeni olduğu için ideal müfredatın belirlenmesinde zorluklar yaşandığı belirtilmiştir (Marques ve Gonçalves: 2009: 330). Lisansüstü halkla ilişkiler eğitimi için de benzer durum söz konusudur. Beşeri bilimler, sosyal bilimler ve işletme dersleri müfredatın çoğunluğunu oluşturmaktadır (Gonçalves, vd., 2013: 614).

Üniversitelerde ilk olarak 1974 yılında eğitiminin başladığı İspanya'da ise yine benzer olarak halkla ilişkiler alanına doğrudan ve özel olarak odaklı bir eğitimin eksik olduğu ifade edilmiştir. Bölümlerin adı genellikle Reklamcılık ve Halkla İlişkiler olarak geçse de ilgili derslerin ağırlığı eşit olarak dağılmamakta, reklamcılığa halkla ilişkilerden daha çok ağırlık verilmektedir. Bu açıdan İspanya üniversitelerinde halkla ilişkilerin görülmez olduğu betimlemesi yapılmıştır (Xifra, 2007: 212).

Uluslararasılaşma çerçevesinden halkla ilişkiler eğitimine bakıldığında ise İngiltere'de Leeds Beckett Üniversitesi dışında bütün İngiltere üniversitelerin halkla ilişkiler müfredatındaki uluslararasılaşma oranı % 10'un altında kalacak kadar düşüktür. Manchester Metropolitan, Greenwich, West London ve Londra Sanat Üniversitelerinde uluslararasılaşma perspektifinde hiçbir dersin bulunmadığı bulgulanmıştır (Solmaz, vd., 2017: 286).

Amerika Birleşik Devletleri'nde öğrencilerin mesleğe hazır oluşu, halkla ilişkiler eğitim müfredatı ve halkla ilişkiler eğitiminin geleceği üzerine halkla ilişkiler uygulayıcıları ve akademisyenlerle anket çalışması yapan DiStaso ve diğerlerine göre (2009: 266), akademisyenlerle uygulayıcıların halkla ilişkiler eğitiminden beklentileri birbirine yakındır. Araştırmanın bulgularına göre her iki grup da halkla ilişkiler mesleğinin artık düşük ücretli teknik bir iş olmaktan daha iyi ücretli stratejik planlama ve araştırma odaklı bir iş alanına dönüştüğünü, bu nedenle de halkla ilişkiler eğitiminde araştırma, etik ve stratejik planlama derslerine daha fazla ağırlık verilmesini istemektedir.

Amerika'da dokuz üniversitedeki halkla ilişkiler eğitimi öğrenci bakış açısından değerlendiren bir başka çalışmanın bulgularına göre öğrenciler, halkla ilişkiler uygulamaları için belirli beceri ve kavrayışların önemli olduğunu, mesleğe kendilerini hazır hissetmek için finans ve bütçe, yeni



teknolojiler, elektronik iletişim, gelir ve gider profilleri gibi alanlarda daha fazla eğitime ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir (Gower ve Reber, 2006: 190).

Mid-Atlantic Üniversitesi'nde eğitmen-öğrenci etkileşimi, öğrenci-öğrenci etkileşimi ve eğitmenin katılımı üzerinden çevrimiçi halkla ilişkiler eğitiminde öğrencilerin başarı oranını ve memnuniyetlerini inceleyen Moore (2014: 284), iletişimin ne kadar önemli olduğunu ve etkileşimin öğrencinin başarı ve memnuniyetinde olumlu etkilere sahip olduğunu vurgulamıştır. Çalışmaya göre çevrimiçi halkla ilişkiler derslerinde öğrencilerin iletişim stratejilerini geliştirmek için daha ayrıntılı bilgilendirilmeye ihtiyaç duydukları ortaya çıkmıştır.

Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğrencilerinin Eğitimlerini Değerlendirmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma

Karabük Üniversitesi'nde İşletme Fakültesi'ne bağlı olduğu için İletişim Fakülteleri'nden daha farklı bir eğitim müfredatına sahip olan Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'ndeki lisans öğrencilerinin, eğitimlerini mesleki yeterlilik açısından nasıl değerlendirdiklerini anlamak ve aldıkları eğitimdeki memnuniyetlerini değerlendirmek üzere son sınıf öğrencilere Eylül 2018 tarihinde ağ postası ve ağ yazışması aracılığıyla açık uçlu sorulardan oluşan soru kağıdı gönderilmiştir. Öğrencilerle "yazı temelli görüşme" (Geray, 2011: 168) yapılmasının nedeni, eğitim dönemi henüz başlamadığı için öğrencilerin Karabük dışında, farklı illerde bulunmalarıdır.² Öğrencilerden bu soruları yazılı olarak yanıtlayarak e-posta üzerinden göndermeleri istenmiştir. Daha sonra yine aynı katılımcılara 26-30 Kasım 2018 tarihleri arasında, aldıkları eğitimi tekrar değerlendirmeleri istenmiş ve bu bölümün daha çok tercih edilmesi için ne önerdikleri yüz yüze görüşme tekniği ile sorulmuştur.

Katılımcıların son sınıf öğrencisi olarak seçilmelerinin nedeni, üniversitede en uzun süre okuyan grup oldukları için bölümlerini en iyi tanımış ve en çok deneyim sahibi öğrenciler olmaları, böylece en sağlıklı değerlendirmeyi yapabilecek olmalarıdır. Soruların yanıtlanması için bir zaman kısıtlaması getirilmemiştir. Katılımcıların soruları içtenlikle ve rahatlıkla yanıtlayabilmeleri için onlara, çalışmada isimlerinin belirtilmeyeceği söylenmiştir. Bu nedenle katılımcıların yanıtları harflerle kodlanarak bulgulara aktarılmıştır.

Bu çalışmanın sınırlılığı, 2019 yılında mezun olması beklenen katılımcıların sayıca az olmalarıdır. Bu nedenle yazılı ve yüz yüze görüşme tercih edilmiştir. Yine bir sonraki sene sayıları daha fazla olması beklenen alt

² Nitel araştırmalarda bir veri toplama aracı olarak yüz yüze görüşmenin her ne kadar daha yararlı ve değerli olduğu ve öncelikli seçilmesi gereken yöntem olduğu belirtilse de, bunun yapılamadığı durumlarda yazı temelli görüşmelerin de kabul edilir olduğu ifade edilmektedir. Yazı temelli görüşme, yeni iletişim teknolojilerinin yayılması nedeniyle mektup, ağ postası (e-posta) ve ağ yazışması (WhatsApp, sosyal medya, vb.) olarak üç türde olabilir (Geray, 2011: 168-169).



dönem mezunlarıyla benzer bir çalışma yürüterek bulguların bir karşılaştırması yapılabilir. Böylece bu bölümün öğrenci geribildirimlerini ne derece değerlendirdiği ve diyaloga dayalı bir halkla ilişkilere kurumun kendi içinde ne kadar açık olduğu anlaşılabilecektir.

Sorular, öğrencilerin aldıkları eğitimle mesleki beklentilerinin ne derece örtüştüğü ve mezun olduklarında meslek hayatına atılmaya kendilerini ne derece hazır hissettikleri anlamak odaklı hazırlanmıştır. Eylül ayında yapılmış olan yazı temelli sorular beş temel başlık altında toplanabilir (Soru formu Ek'tedir):

- Öğrencilerin Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü seçmede bilinç ve farkındalık düzeyi nedir?
- Öğrenciler aldıkları dersleri nasıl değerlendiriyor?
- Öğrenciler öğretim elemanlarını nasıl değerlendiriyor?
- Öğrenciler bölümün sağladığı olanakları nasıl değerlendiriyor?
- Öğrencilerin mezun olduktan sonra kendilerini mesleğe hazır hissetme durumu nedir?

Kasım ayında yine aynı öğrencilere yüz yüze görüşmede sorulan sorular ise şöyledir:

- Bölümünüzü genel olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Bu bölümün daha çok duyulması ve tercih edilmesi için neler önerirsiniz?

Bulgular

Bu çalışmaya, Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nden 2019 Bahar dönemi mezun olmayı bekleyen 19 öğrenci katılmıştır. Bu öğrenciler aynı zamanda bölümün ilk mezunları olacaktır. Dolayısıyla sonradan gelen Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü sınıflarına göre oldukça düşük sayıdadırlar. Katılımcılardan dördü mezun olduktan sonra halkla ilişkiler mesleğini icra etmeyi düşünmemektedir. Bu nedenle bu dört öğrenciye soruların hepsini yanıtlama zorunluluğu getirilmemiştir. Bulgular değerlendirilirken, mezun olduktan sonra halkla ilişkiler mesleğini yapmak isteyen 15 öğrencinin yanıtları dikkate alınmıştır.

Önceki paragraflarda da belirtildiği gibi, Eylül ayında yazı temelli görüşmeler yapılmıştır. Dolayısıyla bu bölümdeki ilk beş başlık bu e-posta yoluyla edinilmiş verilerden oluşmaktadır. Son başlıktaki veriler ise Kasım ayında yapılan yüz yüze görüşmelerle ortaya çıkmıştır.

Bölümü Seçmedeki Farkındalık ve Bilinç Düzeyi



Katılımcıların 12'si, bölümü isteyerek seçtiğini belirtmiştir. Diğer üçü bölümü isteyerek seçmemiş, ancak bölümü tanıdıktan sonra sevmeye başlamıştır. Sekiz katılımcı, bölümü seçerken başkalarının önerisi, yönlendirmesi veya etkisi olmadığını, kendi kararlarıyla tercihte bulunduğunu belirtmiştir. Diğer katılımcıların çoğunluğu ise hocalarına danıştıklarını ve öneri aldıklarını yazmıştır. Öğrencilerin sekizi halkla ilişkiler bölümünü seçerken, mesleğin iletişim odaklı olduğunu bildiklerini ifade etmişlerdir. Bu çerçevede, öğrencilerde, başlangıçta mesleğin insan ilişkileriyle ilgili, sosyal ve etkin, eğlenceli, reklam ve medya işlerinin olduğu, organizasyonların yapıldığı bir meslek olduğu düşüncesinin baskın olduğu ortaya çıkmıştır. Dört katılımcı başlangıçta halkla ilişkileri sekreterlik ve masa başı iş olarak algılamış, bir katılımcı ise bu mesleğin, işletmelerin yönetim biriminin bir parçası olduğunu bilerek bu bölümü seçtiğini belirtmiştir. Yedi katılımcı, bu alanda iş olanaklarının fazla olduğunu ve hem özel sektörde hem kamuda bulunan, her kurum için gerekli, önemli bir alan olduğunu düşünerek bu seçimi yapmışlardır.

"Halkla ilişkilerin, işletmelerdeki yönetim biriminin bir parçası olduğunu biliyordum. Kamuda ve özel sektörde geniş iş olanaklarına sahip bir meslek." (Katılımcı V'den kişisel e-posta, Eylül 2018).

"Bölümü kazanmadan önce halkla ilişkilerin; toplum yararına yapılan çalışmalar ve projeler yapmakla yükümlü bir meslek olduğunu toplumun istek ve şikayetlerine çözüm getireceğini biliyordum." (Katılımcı P'den kişisel e-posta, Eylül 2018).

"Her kurumda olması gereken bir birim olarak biliyordum." (Katılımcı P'den kişisel e-posta, Eylül 2018).

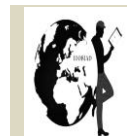
"İletişim, konuşma ve karar alıp uygulama becerilerimi kullanabileceğim bir bölüm olduğu için tercih etmek istemiştım." (Katılımcı Ç1'den kişisel e-posta, Eylül 2018).

Bu verilerden yola çıkarak denebilir ki, katılımcıların neredeyse yarısından fazlası üniversiteye giriş tercihi yaparken, halkla ilişkilerin nasıl bir meslek olduğunu önemli ölçüde bilerek bu bölümü seçmiştir. Bununla beraber, iş olanaklarının da geniş olduğu düşüncesinin bu tercihlerini olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Derslerin Değerlendirilmesi

Öğrencilerin hemen hepsi, uygulamalı derslerin daha verimli ve yararlı olduğunu, ilgilerini daha çok çektiğini ifade etmiştir. Bununla beraber içerik bakımından birbirine benzeyen derslerin de bulunduğunu, bu tür tekrar içerikli derslerin, verilmesi gereken diğer dersleri engellediğini belirtmişlerdir.

"Her dönem aynı derslerin farklı isimlerle önümüze gelmesi bize büyük dezavantajdı. Uygulamaya dayalı daha çok ders olsaydı daha verimli sonuçlar elde edilebilirdi. Mesela şu anda birçoğumuz sunum yapamıyor, sahne korkusu yaşıyor bunu birçok meslektaş adaylarımdan duyuyorum ya da bu mesleğe başladığımız



zaman ne yapacağız, nasıl başlayacağız, buna dair fikrimiz pek yok diyebilirim. Eksiklerimiz çok.” (Katılımcı Ç2’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

“Bazı derslerin içeriğini mesleğim için çok gerekli ve kapsamlı olduğunu düşünüyorum, fakat bazı derslerin de gerekli olan derslerin de verilmesine engel olduğunu görüyorum.” (Katılımcı Ö’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

Katılımcıların hepsi, reklamcılık dersini hevesle ve ilgiyle takip ettiğini belirtmişlerdir. Bunun yanında proje yönetimi, medya planlaması, sosyal sorumluluk uygulamaları, sosyal medya, halkla ilişkiler yazarlığı, sponsorluk ve lobcilik, pazarlama ve marka yönetimi dersleri öğrenciler tarafından en çok ilgi duyulan dersler olarak bulgulanmıştır. Katılımcılar, bu derslerin uygulamalı olduğu için kendilerini mesleki bilgi ve beceri açısından geliştirdiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcılardan yalnızca bir tanesi istatistik dersini ilgiyle takip ettiğini belirtmiş, bir diğeri de hukuk, siyaset bilimi, psikoloji ve sosyoloji derslerini sevdiğini ifade etmiştir.

Matematik temelli iktisat, istatistik ve makro iktisat dersleri öğrencilerin en çok zorlandığı dersler olarak bulgulanmıştır. Katılımcılar bunun nedenini, sayısal becerilerinin ve matematik bilgilerinin yeterli olmadığına ve sayısal derslere ilgi duymadıklarına bağlamışlardır. Katılımcılardan yalnızca bir tanesi aldığı derslerin hiç birinde zorlanmadığını dile getirmiştir. Üç katılımcı ise sayısal odaklı derslerin yanında Türkiye’nin toplumsal yapısı konulu derste zorlandıklarını belirtmiştir.

Katılımcılara eksikliğini hissettikleri ve ders olarak verilmesini istedikleri konular sorulduğunda, altısı yabancı dil bilgisinde kendilerini eksik hissettiklerini ve bu derse ağırlık verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Yine altı katılımcı sunum teknikleriyle ilgili derslerin verilmesi gerektiğini, altı katılımcı da grafik tasarım gibi bilgisayar programlarının öğretilmesini istediklerini dile getirmiştir. Üç öğrenci ise fotoğrafçılık dersi almak istediğini belirtmiştir. Bir katılımcı da kendini zaman yönetimi konusunda eksik hissettiğini belirtmiştir.

“Sonuçta bizler sunum yapacağız sunum derslerimizin olmasını isterdim. Sınıfa sunum yapıyoruz ama çok fazla insanın olduğu yerlerde yapmamız daha faydalı olur. Heyecanımızı yenmemiz gerek. Yabancı dil derslerinin verilmesini isterdim. Kurslara giderek öğrenemiyoruz.” (Katılımcı K’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

“Mesleğe yönelik bilgisayar programları, fotoğrafçılık, grafik tasarım vb. dersler olmalıydı.” (Katılımcı E1’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

“Zaman yönetimi konusunda kendimi hazırlamaya çalışıyorum.” (Katılımcı E2’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

Öğretim Elemanlarının Değerlendirilmesi



Katılımcılar çoğunlukla hocalarından memnun olduğunu, hepsinden farklı konularda bilgi ve deneyim edindiklerini ifade etmiştir. Öğrencilerin memnuniyetlerini belirleyici en önemli etken ise öğretim elemanlarının meslekle ilgili sektör deneyimine sahip olmasıdır. Mesleki deneyimlerini paylaşan hocaların derslerinden daha çok tatmin sağladıkları ortaya çıkmıştır. Bu nedenden dolayı öğrenciler kendilerini şanslı gördüklerini belirtmiştir. Altı katılımcı ise hocalarının bilgili ve alanlarına vakıf olduklarını; ancak bilgilerini öğrencilere aktarmada eksik olduklarını ifade etmişlerdir. Bulgulara göre öğrencilerin memnuniyetsizliklerindeki en büyük etken ise hocaların dersleri slayt okuyarak geçmeleri ve ezbere dayalı bilgi vermeleridir.

Öğrencilerin hemen hepsi hocalarıyla olan iletişimi olumlu değerlendirmektedir. Hocalarının çoğunun öğrenci dostu ve anlayışlı olduklarını, dersle ilgili akıllarına takılan her türlü sorunda öğrencilere zaman ayırıp yardımcı olmaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanında hocalarının, öğrencilerle beraber sosyal etkinliklere de katılması öğrencilerin motivasyonunu artırmaktadır. Bu durumu bir öğrenci şöyle ifade etmiştir:

“Hocalarımızın sosyal insanlar olduğunu görmek ve onlarla gerek okulda gerekse dışarda iletişime kolayca geçmek, etkinliklere beraber katılmak özgüvenimi arttırdığı gibi benim de ileride nasıl bir tutum sağlamam gerektiğini gösteriyor.” (Katılımcı A’dan kişisel e-posta, Eylül 2018).

Katılımcılardan elde edilen yanıtlara göre sınıfın az sayıda olması, öğretim elemanlarının öğrencileri bire bir tanımasını kolaylaştırmakta; dolayısıyla öğrenci ile hoca etkileşimini güçlendirmektedir.

Öğrencilere, ideal halkla ilişkiler hocasının nasıl olması gerektiği sorulduğunda çoğunluğu (10 katılımcı), dersi uygulamalı olarak anlatabilen hocaların ideal olduğunu ifade etmiştir. Dört katılımcı, hocaların mutlaka sektörel deneyiminin olması gerektiğini belirtmiştir. Öğrencilerin hemen hepsi, hocaların anlayışlı, güler yüzlü ve öğrencileriyle etkileşim içinde olmasını istediğini vurgulamıştır.

“Ezber yaptırarak, sırf geçmemiz için ders vermemeli. İleride iş hayatında sorunlarla baş edebilmemiz için bizi hazırlamalı, bize derslerle alakalı görevler vermeli, kendi başımıza bir şeyler yapmamıza imkan tanımalı.” (Katılımcı D’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

“Bu işi hem sahada hem de kağıt üzerinde iyi bilmeli. Öğrencisinin neler ile karşılaşabileceğini bilmeli ve ona göre yol göstermeli.” (Katılımcı Y’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

Bölümün Sağladığı Olanakların Değerlendirilmesi

Katılımcıların tamamına yakını, bilgisayar, internet, teknolojik araç gereçler gibi bölümdeki teknik altyapı ve donanımı yetersiz bulmakta, okulda var olan bilgisayar odalarından hiçbir şekilde yararlanamadıklarını ifade



etmişlerdir. Buna karşılık sınıf, bina, ulaşım kolaylığı gibi fiziki olanakları çoğunlukla yeterli bulmaktadırlar. Bir katılımcı atölye eksikliğine değinmiş, bir katılımcı da sıraların ergonomik olmadığını dile getirmiştir.

Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde staj yapmak zorunlu değildir. Ancak buna rağmen öğrencilerin yarısından fazlası (11 kişi) staj yapmıştır. Stajlarını olumlu değerlendiren bu öğrenciler, staj sayesinde mesleklerini daha iyi tanıdıklarını, iş dünyası hakkında fikir sahibi olduklarını ve gelecek planlarını bu sayede daha iyi yapabileceklerini ifade etmişlerdir. Staj yapan öğrencilerin fazla olması, bu bölümde okuyanların mesleki motivasyonlarının da yüksek olduğunun bir göstergesi olarak düşünülebilir.

Bölümde, öğretim üyeleri ve öğrencilerin kaynaşması, motivasyonun artırılması ve organizasyon, etkinlik yönetimi üzerine öğrencilerin deneyim kazanması amacıyla sosyal ve bilimsel etkinlikler düzenlenmeye gayret edilmektedir. Bu anlamda öğrencilere bu etkinlikleri nasıl değerlendirdikleri sorulduğunda, yarısından çoğu daha fazla etkinlik istediğini, konferans gibi bilimsel etkinliklerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. Bu tür organizasyonların mesleki deneyim ve gelişimlerine katkı sağladığını ifade etmişlerdir.

Mezuniyet Sonrası Planlar ve Beklentiler

Öğrencilere, mezun olduktan sonra kendilerini iş dünyasına atılmaya hazır hissedip hissetmedikleri sorulduğunda, 11 kişi hazır hissettiğini belirtmiştir. Üçü açık olarak hazır hissetmediğini söylerken geri kalanı da kısmen hazır hissettiğini, kendilerini geliştirmeleri gereken alanlar olduğunu ifade etmiştir. Katılımcılar çoğunlukla yabancı dil ve bilgisayar konusunda kendilerini yetersiz görmektedir. İki öğrenci bilgi birikimi ve akademik bilgi açısından kendini yetersiz gördüğünü ifade etmiştir. Öğrencilerin bir kısmı ise deneyim sahibi olmadıklarından endişe duyduklarını belirtmişlerdir.

"Bilgi birikimim yetersiz. Sahada ne yapacağımı tam anlamıyla bilmiyorum, fakat bir yerden başlamak için kendimi hazır hissediyorum." (Katılımcı T'den kişisel e-posta, Eylül 2018).

"Kararsızım. Bunu iş hayatımda anlayacağımı düşünüyorum." (Katılımcı V'den kişisel e-posta, Eylül 2018).

"İş yapabilme yeteneğim var, ancak sorumluluk alacak kadar tecrübem yok henüz." (Katılımcı P'den kişisel e-posta, Eylül 2018).

Öğrencilerin ikisi, mezun olduktan sonra yüksek lisansa başlamayı düşünmektedir. Geri kalanın hemen hepsi ise reklam ve iletişim ajanslarına iş başvurusunda bulunmak istediklerini belirtmişlerdir. Bunun dışında dört öğrenci ise öncelikli kamu kuruluşlarında çalışmak istediğini ifade



etmişlerdir. Bulgulara bakıldığında, öğrencilerin çoğunlukla iş hayatına özel sektörden başlamak istedikleri ortaya çıkmıştır.

“Çoklu ilişkileri kapsayan mesleğimin, bir ucundan da olsa pozisyon gözetmeksizin iş hayatına başlamak istiyorum.” (Katılımcı D’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

“İletişim becerilerimi aktif olarak kullanabileceğim ve masa başında olmayacağım, aktif olarak çalışabileceğim bir pozisyon planlıyorum.” (Katılımcı Ü’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

“Öncelikle yüksek lisans düşünüyorum. Bununla birlikte reklam ajansları, TV, radyo, prodüksiyon şirketleri, özel sektördeki bir çoğuna başvuruyu yapacağım. Eğer bunlar olmazsa devlet dairesini düşünüyorum.” (Katılımcı E2’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

“Yine küçük bir yerde yaşamamın dezavantajıyla belediyede Beyaz Masa’da... Olmazsa başka bir iş alanına yöneleceğim.” (Katılımcı S’den kişisel e-posta, Eylül 2018).

Mezun olduktan beş yıl sonra öğrencilerin kendilerini nerede gördüğü sorulduğunda ise, beş katılımcı kendini idari pozisyonda gördüğünü belirtmiştir. Üç katılımcı ise beş yıl sonrasını öngöremediğini veya bunu düşünmediğini belirtmiştir. Ancak bulgularda dikkati çeken, öğrencilerin geleceğe ilişkin olumlu ve iyimser duygular besledikleridir. Yanıtlarda olumsuz veya kötümser bir ifade bulunmamıştır. Bu anlamda öğrencilerin geleceğe umutla baktıkları söylenebilir.

Genel Değerlendirme ve Öneriler

Katılımcılardan yalnızca ikisi bölümü genel olarak olumsuz değerlendirmiştir. Bunun nedenini ise büyük ölçüde bölümün yeni ve kendilerinin de ilk öğrenciler olmasına bağlamaktadırlar.

“(...) Sebebi biz ilk mezunların gereksiz bütün derslere boğulması.” (Katılımcı Y, yüz yüze görüşme, 26 Kasım 2018).

Bunun dışında öğrenciler kendi bölümlerini olumlu biçimde değerlendirirken, bölümün eğlenceli ve sosyal olduğunu ifa etmiştir. Bu bölümün her ne kadar yeni olduğu için müfredatın tam oturmadığı anlatılmaya çalışılsa da öğrenciler, bölümlerinin gelişeceği ve daha iyi olacağı inancındadırlar.

“Projeler, sunumlar, toplantılar, grup çalışmaları gibi etkinliklerin bu bölümde çok olması hem sosyal zekamızı hem de iletişim becerilerimizi arttırıyor. Karşımızdaki insanı daha kısa sürede anlama, çözüm yolu bulma ve çok yönlü değerlendirme yapabilme yeteneğini bizlere kazandırdığını düşünüyorum.” (Katılımcı Ç2, yüz yüze görüşme, 29 Kasım 2018).

“Bu bölümü okuyan hiçbir kişinin boş kalmayacağını düşünüyorum.” (Katılımcı Ç1, yüz yüze görüşme, 28 Kasım 2018).



"Biraz müfredatı katı buluyorum. İletişime yönelik dersler daha fazla olabilirdi. Onun dışında hocaların öğrencilerine karşı olan ilgisini ve yardımseverliğini çok seviyorum." (Katılımcı Ö, yüz yüze görüşme, 28 Kasım 2018).

"Bizim bölüm kadar aktif bir bölüm ne gördüm ne duydum. Parti, kahvaltı gibi bir sürü etkinliği sadece biz yapıyoruz. Bence bu bizim için çok önemli." (Katılımcı D, yüz yüze görüşme, 30 Kasım 2018).

"Diğer bölümler gibi oku-geç yok. Yaparak, görerek öğreniyoruz. Bu da bize daha fazla katkı sağlıyor." (Katılımcı K, yüz yüze görüşme, 28 Kasım 2018).

Öğrencilerin, Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nün daha çok duyulması ve tercih edilmesi için getirdikleri öneriler ise çok çeşitli olmakla beraber, temelde bölümün reklam ve tanıtımına ağırlık vermesine odaklanmaktadır. Getirilen öneriler çerçevesinde, tanıtım ve reklam çalışmaları ise ağırlıklı olarak sosyal medya üzerinden yapılmalı ve sosyal sorumluluk projeleri diğer üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapılarak artırılmalıdır. Bununla birlikte, yine alanla ilgili yarışmalara katılarak bölümün geniş kitlelere duyurulacağı vurgulanmıştır.

"Bu bölüme dair bir soru-cevap sayfası açılabilir. Dışarıdan gelmek isteyen öğrencilerin bu bölümde okuyan öğrencilerle ve öğretmenlerle rahat bir şekilde konuşabildiği, haberleştiği ve düşüncelerini paylaşabildiği bir ortam bu." (Katılımcı Ç2, yüz yüze görüşme, 29 Kasım 2018).

"Dikkat çekici kampanyalara ve etkinliklere imza atması gerekiyor. Sosyal medyada daha aktif olması gerekiyor." (Katılımcı A, yüz yüze görüşme, 26 Kasım 2018).

"Bölümde araştırma topluluğu kurularak farklı yerlere ziyaretler, turlar düzenlenip bölümden bahsedilebilir." (Katılımcı T, yüz yüze görüşme, 29 Kasım 2018).

"KBÜ HİT olarak mobil uygulama oluşturulabilir. Etkinlikler şehir dışına da aktarılabilir. Örneğin 'KBÜ HİT Şanlıurfa'da sosyal sorumluluk projesinde' gibi..." (Katılımcı V, yüz yüze görüşme, 30 Kasım 2018).

"Bölüm olarak yarışmalara katılarak elde ettiğimiz başarılarla adımızın duyulacağına inanıyorum." (Katılımcı K, yüz yüze görüşme, 28 Kasım 2018).

"Geleneksel organizasyonlara ve festivallere öğrenci göndermeye okul sponsor olursa, HİT öğrencileri tanıştıkları kişilere bölümlerini tanıtabilir." (Katılımcı S, yüz yüze görüşme, 30 Kasım 2018).

Değerlendirme ve Sonuç

Karabük Üniversitesi'nde İşletme Fakültesi'ne bağlı olarak dört yıl önce açılan Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nü öğrencilerin nasıl değerlendirdiğini öğrenmek amacıyla geliştirilen bu nitel çalışmada, 2019 Bahar döneminde mezun olmayı bekleyen öğrencilerle Eylül 2018 tarihinde, WhatsApp ve e-posta üzerinden yazılı görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeye

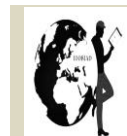


katılan öğrenciler, bölümün ilk mezunları olacaktır. Dolayısıyla ilk mezunların sayısı alt sınıflara göre oldukça düşüktür. Çalışmaya toplam 19 kişi katılmıştır. Mezun olacak tahmini öğrenci sayısı 25 olmakla beraber, derslerin henüz başlamadığı bir döneme bu çalışmanın denk gelmesi, öğrencilere erişimi zorlaştırmıştır. Dolayısıyla Kasım 2018’de öğrencilere yeniden genel bir değerlendirme yapmaları ve bölüm için önerileri olup olmadığı yüz yüze görüşerek sorulmuştur.

Çalışmaya katılan öğrencilerin bu bölümü yüksek oranda bilerek ve isteyerek seçmiş olmaları, kuşkusuz onların öğrenme hevesini ve çabasını artırıcı etkindir. Ancak bulgulardan da anlaşılmıştır ki öğretim elemanlarının da aynı derecede öğretme çabası, ikna ve anlatı becerisi, öğrencilerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama gayreti bütünsel olarak eğitimin niteliğini ve kurumsal motivasyonu artıran belki de en önemli unsurdur. Öğrencilerin akademik birim ile etkileşimi, hoca ile öğrenci arasındaki karşılıklı güven, denetim, memnuniyet ve özverinin de bölümün güçlendirilmesini olumlu etkilediği başka çalışmalarda kanıtlanmıştır (Cho ve Auger, 2013: 263).

Eğitici performansını niteleyen etkenleri değerlendiren Anık’a göre, öğrencinin nezdinde uzmanlık, eğitiminin anlattıkları ile gündelik hayatın hangi sorununa çözüm getirdiğini öğrenciye anlatmasıdır. Eğer bir eğitmen öğrencinin entelektüel ve kültürel birikimine katkı sağlıyorsa, ders içerikleri gündelik sorunlara çözüm getiren nitelikteyse, diyalog kurulabiliyorsa ve katılımcı bir anlayış benimseniyorsa, öğrenciye göre böyle bir eğitim tatminkar ve memnun edicidir. Bununla beraber bir eğitimciden aynı zamanda beklenen, bildiklerini öğrenciyle etkili şekilde paylaşabilmesi, aktarabilmesidir. Aksi durumda eğitici “duayen” bile olsa, dinlemeye ve dikkate almaya değer görülmemektedir (2007: 162-164).

Nitekim bu çalışmanın bulguları da Anık’ın değerlendirmesini desteklemekte ve haklı çıkarmaktadır. Öğrenciler en başta hocalarından dersi uygulamalı ve güncel iş yaşamıyla bağ kurarak anlatmasını beklemektedir. Eğer bir eğitmen bilgi ve deneyimlerini öğrencilerine aktarabiliyor, onlarla kolayca diyalog kurabiliyorsa, empati geliştirebiliyor ve güvene dayalı ilişki kurabiliyorsa, öğrenci çekinmeden soru sorabiliyor, yardım isteyebiliyor ve çözüm bulabiliyorsa, o zaman fiziki ortamların yetersizliği veya kısıtlı olanaklar çok da dikkate alınmıyor veya şikayet halinde dile getirilmiyor. Dolayısıyla öğrencinin öğrenme motivasyonu, kendine güveni ve mesleğini benimsemesi de o derece yüksek oluyor. Zaten bu çalışmanın bulgularında öğrencilerin sıklıkla uygulamalı derslerin verimini ve önemini ifade etmelerinin altında yatan temel etken de işte bu öğrenci-hoca diyalogudur. Buna ek olarak bir ders ne kadar uygulamalı veya güncel yaşama ilişkin olabilirse, öğrencinin gelecekteki iş yaşantısıyla bağ kurabilmesi ve mesleğini benimsemesi de o kadar kolay ve güçlü olmaktadır.



Yine bulgulara dayanarak denebilir ki öğrencilerden gelen geribildirimlerin bölüm yönetimi ve öğretim elemanları tarafından dikkate alınması ve değerlendirilmesi, diyaloga dayalı ideal halkla ilişkiler yaklaşımı açısından da bu mesleğin eğitimini veren bir üniversite kurumu için son derece olumlu ve yapıcı bir tutumdur. Bu çalışmaya katılmış olan son sınıf öğrencilerinin şikayet ve önerileri dikkate alınarak müfredatta bazı değişiklikler yapılmış, sonraki sınıflar için daha iletişim ve uygulama odaklı dersler müfredata eklenerek sayısal ağırlıklı bazı dersler de müfredattan kaldırılmıştır.

Son olarak, içinde son derece geniş bir disiplin ve uygulama yelpazesi barındıran halkla ilişkiler mesleğinin, bizzat uygulamadan, deneylemeden ve yaşamadan gerek kuramsal gerekse eğitsel açıdan her zaman eksik ve gelişime açık kalacağı kaçınılmazdır. İletişim teknolojilerinin günbegün geliştiği, iletişim sektörünün ve piyasa dinamiklerinin hızla değiştiği günümüz iş dünyasına genç nesilleri en iyi şekilde hazırlayabilmek için üniversitelerde eğitimcilere büyük sorumluluk ve çaba düşmektedir.

Kaynakça

- Anık, C. (2007). Eğiticinin Performansını Niteleyen Faktörler. *Bilgi, Güz/2007*, Sayı: 43, 133-168.
- Asna, A. (2004). *Notlar ve Değerlendirmelerle Bir PR'cının Meslek Anıları*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Bakan, Ö. (2002). Halkla İlişkiler Eğitiminde Teori-Pratik Dengesi Bakımından Türkiye İçin Bir Model Önerisi. *Selçuk İletişim*, 2, 2, 64-72.
- Balta Peltekoğlu, F. (2016). *Halkla İlişkiler Nedir?* 9. Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Canpolat, N. (2013). Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitimi: Halkla İlişkiler Ders Programlarının Değerlendirmesine Yönelik Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 2, Eylül 2013, 139-162.
- Cho, M. ve Auger, G. A. (2013). Exploring Determinants of Relationship Quality between Students and Their Academic Department: Perceived Relationship Investment, Student Empowerment, and Student-Faculty Interaction. *Journalism & Mass Communication Educator*, 68 (3), 255-268.
- DiStaso, M. W., Stacks, D. W. ve Botan, C. H. (2009). State of Public Relations Education in the United States: 2006 Report on a National Survey of Executives and Academics. *Public Relations Review*, 35 (2009), 254-269.
- Geray, H. (2011). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş: İletişim Alanından Örneklerle*. 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.



- Gonçalves, G. M. P. (2009). Public Relations in Portugal. An Analysis of the Profession through the Undergraduate Curriculum. *Public Relations Review*, 35 (2009), 328-330.
- Gonçalves, G., de Carvalho Spínola, S. ve Padamo, C. (2013). Analysing Public Relations Education through International Standards: The Portuguese Case. *Public Relations Review*, 39 (2013), 612-614.
- Gower, K. K. ve Reber, B. H. (2006). Prepared for Practice? Student Perceptions about Requirements and Preparation for Public Relations Practice. *Public Relations Review*, 32 (2006), 188-190.
- Güllüpınar, H. (2015). Stratejik İletişim Bağlamında Türkiye'deki Halkla İlişkiler Bölümlerinin Ders Müfredatları Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 1, Mart 2015, 17-35.
- Güzeltik Ural, E. (2012). Etkili Bir Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi İçin Halkla İlişkiler Alanında Ortaya Değişimlerin Eğitime Aktarılması. *e-Journal of New World Sciences Academy*, NWSA-Social Sciences, 3C0095, 7, (2), 161-182.
- Moore, J. (2014). Effects of Online Interaction and Instructor Presence on Students' Satisfaction and Success with Online Undergraduate Public Relations Courses. *Journalism & Mass Communication Educator*, Vol. 69 (3), 271-288.
- Okay, A. ve Okay, A. (2008). Undergraduate and Graduate Public Relations Education in Turkey: A Quantitative Study of Dissertations Contributions to Public Relations Field (1984-2007). *Selçuk İletişim*, 5, 2, 5-14.
- Solmaz, B., Arslan, A., Aydın, B. O. ve Duğan, Ö. (2012). Türkiye'de Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Selçuk İletişim*, (27): 253-269.
- Solmaz, B., Taştekin, H., Yüksek, Ö., Akpınar, K. ve Yay Bakmaz, E. (2017a). Halkla İlişkiler Eğitiminde Uluslararasılaşmanın Önemi: İngiltere ve Türkiye Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (37), 273-288.
- Solmaz, B., Urhan Torun, B., Tarakcı, H. N. ve Yüksek, Ö. (2017b). Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme: Selçuk Üniversitesi Öğrencilerinin Gözünden Halkla İlişkiler Eğitimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38): 256-272.
- Tokgöz, O. (2003). Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi. *Kültür ve İletişim Dergisi*, No: 6, 7-32.
- Xifra, J. (2007). Undergraduate Public Relations Education in Spain: Endangered Species? *Public Relations Review*, 33 (2007), 206-213.



Yıldırım Becerikli, S. (2004). Türkiye'deki Lisans Düzeyindeki Halkla İlişkiler Eğitimine İlişkin Bir Değerlendirme. *2nd International Symposium Communication in the Millennium*, Vol: 2, İstanbul.

Ek

Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler Öğrencileri Eğitimleri Hakkında Ne Düşünüyor?

A. Bölümü Seçmedeki Bilinç ve Farkındalık Düzeyi

- a. Mezun olduktan sonra halkla ilişkiler mesleğini mi icra etmeyi düşünüyorsunuz? (Bu soruyu olumsuz yanıtlayanlar diğer soruları yanıtlamak zorunda değildir.)
- b. Bölümü isteyerek ve bilerek mi seçtiniz?
- c. Halkla ilişkiler mesleği hakkındaki algınız ve düşünceleriniz neydi?
- d. İş olanakları hakkındaki bilginiz neydi?
- e. Bölümü tercih ederken başkalarının etkisi, yönlendirmesi oldu mu?

B. Derslerin Değerlendirilmesi

- a. Bugüne kadar aldığınız dersleri içerik ve kapsam bakımından nasıl değerlendiriyorsunuz?
- b. En çok ilgi duyduğunuz ve hevesle takip ettiğiniz dersler hangileri oldu?
- c. En zorlandığınız dersler hangileriydi? Neden?
- d. Sizi mesleki bilgi ve beceri açısından geliştirdiğini düşündüğünüz dersler hangileri?
- e. Kendinizi meslek hayatında hazır hissettiğiniz ve hissetmediğiniz konular, alanlar hangileri?
- f. Eksikliğini hissettiğiniz ve ders olarak verilmesini istediğiniz konular neler?

C. Öğretim Elemanlarının Değerlendirilmesi

- a. Öğretim elemanlarının mesleki bilgi ve deneyimlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?
- b. Hocalarınızın öğrettikleri sizi tatmin ve ikna etti mi? Nedenleriyle açıklayınız.
- c. Hocalarla olan iletişim ve etkileşiminizi nasıl değerlendiriyorsunuz?



d. Sizce ideal halkla ilişkiler hocası nasıl olmalı?

D. Bölümün Sağladığı Olanakların Değerlendirilmesi

a. Bölümünüzdeki teknik (bilgisayar, teknolojik araç gereçler, internet, vb.) altyapı ve donanımı nasıl değerlendiriyorsunuz?

b. Bölümünüzdeki fiziki (sınıf, bina, ulaşım, vb.) altyapı ve donanımı nasıl değerlendiriyorsunuz?

c. Staj yaptınız mı? Yaptıysanız nasıl değerlendiriyorsunuz? Size nasıl katkısı oldu?

d. Bölümünüzde gerçekleştirilen mesleki gelişim etkinliklerini (organizasyonlar, seminer, konferans, sosyal etkinlikler, vb.) nasıl değerlendiriyorsunuz?

E. Mezuniyet Sonrası Planlar ve Beklentiler

a. Kendinizi iş dünyasına atılmaya hazır hissediyor musunuz?

b. Kendinizi hangi konularda yeterli, hangi konularda yetersiz görüyorsunuz?

c. Mezun olduktan sonra nerelere, hangi pozisyonda iş başvurusunda bulunmayı düşünüyorsunuz?

d. Mezun olduktan beş yıl sonra kendinizi nerede görüyorsunuz?

