

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI
REKLAMCILIK VE TANITIM BİLİM DALI

TÜRKİYE VE ALMANYA'DAKİ HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNİN
KARŞILAŞTIRILMASI VE TÜRKİYE İÇİN YENİ BİR MODEL
ÖNERİSİ

DOKTORA TEZİ

Danışman

Yrd.Doç. Dr. Mehmet FİDAN

Hazırlayan

Makbule Evrim GÜLSÜNLER

KONYA - 2008

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
GİRİŞ	1
AMAÇ	3
ÖNEM	5
VARSAYIMLAR	5
SINIRLILIKLAR	6
YÖNTEM	6
EVREN VE ÖRNEKLEM	7

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

1. HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI	9
2. HALKLA İLİŞKİLERİN AMAÇLARI	13
3. HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİM SÜRECİ	14
3.1. Dünyada Halkla İlişkilerin Gelişimi	15
3.2. Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişimi	17
3.3. Almanya’da Halkla İlişkilerin Gelişimi	20
4. HALKLA İLİŞKİLERİN İLİŞKİLİ OLDUĞU ALANLAR	23
4.1. Reklam ve Halkla İlişkiler	24
4.2. Pazarlama ve Halkla İlişkiler	24
4.3. Propaganda ve Halkla İlişkiler	25
4.4. İletişim ve Halkla İlişkiler	26
5. EĞİTİM AÇISINDAN HALKLA İLİŞKİLER KURAMLARI	26
6. HALKLA İLİŞKİLERİN ÖRGÜTLENMESİ	29
6.1. Halkla İlişkilerde Meslekleşme	30
6.2. Halkla İlişkiler Personeli ve Görevleri	33

İKİNCİ BÖLÜM

EĞİTİM VE HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİ

1. EĞİTİM KAVRAMI	40
2. EĞİTİMİN AMACI VE İŞLEVİ	43
3. EĞİTİMİN DİĞER BİLİMLERLE İLİŞKİSİ	46
3.1. Eğitim ve Felsefe İlişkisi	46
3.2. Eğitim ve Sosyoloji İlişkisi	50
3.3. Eğitim ve Ekonomi ilişkisi	52
3.4. Eğitim ve Psikoloji İlişkisi	53
3.4.1. Öğrenme	54
3.4.2. Öğrenme Kuramları	54
3.4.3. Öğrenmeyi Etkileyen Faktörler	57
4. EĞİTİM PROGRAMLARI	62
4.1. Eğitim Programının Faydaları	63
4.2. Eğitimde Program Geliştirme	64
5. EĞİTİMİN GELİŞİMİ	65
5.1. Türk Eğitim Sistemi	66
5.2. Alman Eğitim Sistemi	72
6. HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİM VE ÖĞRETİMİ	77
7. HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNİN GELİŞİMİ	79
7.1. Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitimi	83
7.2. Almanya’da Halkla İlişkiler Eğitimi	85
8. HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNDE SORUNLAR	87
9. HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİ İLE İLGİLİ ÖNERİLER	90

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE VE ALMANYA'DAKİ HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNİN KARŞILAŞTIRILMASI VE BİR MODEL ÖNERİSİ

1. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ	98
2. YÖNTEM	99
3. VERİLERİN TOPLANMASI	100
4. VERİLERİN KODLANMASI	101
5. ARAŞTIRMANIN GEÇERLİLİĞİ VE GÜVENİRLİĞİ	101
6. ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUMU.....	102
6.1. Türkiye ve Almanya'daki Öğrencilerin Halkla İlişkiler Eğitimine Bakışı	102
6.2. Türkiye ve Almanya'daki Öğretim Görevlilerinin Halkla İlişkiler Eğitimi İle İlgili Düşünceleri.....	174
6.3. Türkiye ve Almanya'da Halkla İlişkiler Bölümü Ders Programlarının İncelenmesi	178
6.3.1. Türkiye'deki İletişim Fakültelerinin Halkla İlişkiler Bölümü Ders Programları	178
6.3.2. Almanya'daki İletişim Fakültelerinin Halkla İlişkiler Bölümü Ders Programları	188
6.3.3. Türkiye ve Almanya'daki Öğrencilerin Anket Sorularına Verdikleri Cevapların Karşılaştırılması	198
6.4. Yeni Bir Model Önerisi	206
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	214
KAYNAKÇA	218
EK : ANKET FORMU ÖRNEĞİ.....	230

TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ

TABLolar:

Tablo 1: Alman Eğitim Sisteminin Şeması.....	76
Tablo 2: Cinsiyet.....	102
Tablo 3: Yaş Dağılımı.....	102
Tablo 4: Üniversite	103
Tablo 5: Fakültemizde ağırlıklı olarak uygulamalı eğitim verilmektedir.....	104
Tablo 6: Fakültemizde ağırlıklı olarak teoriye dayalı eğitim verilmektedir.....	105
Tablo 7: Öğretim elemanları dersin amacını ön planda tutmaktadır	107
Tablo 8: Verilen eğitimde dersin içeriğine uygun yöntem kullanılmaktadır.....	108
Tablo 9: Öğretim elemanları dersi yürütürken gelişmiş bilgi ve teknolojilerden yararlanmaktadır.....	109
Tablo 10: Öğretim elemanları öğrencilere objektif yaklaşmaktadır.....	110
Tablo 11: Bilgiler yeri geldikçe öğrencilere uygulamalı bir şekilde iletilmektedir.	111
Tablo 12: Öğretim elemanları öğrencilere eleştiri yapma imkanı sunmaktadır	112
Tablo 13: Uygulama merkezlerinden ve araçlarından yeteri oranda yararlanabilmekteyiz.....	113
Tablo 14: Öğretim elemanları yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahiptir	114
Tablo 15: Aldığımız dersler bize iş hayatında yardımcı olacaktır.....	116
Tablo 16: Öğretim elemanları kendilerini öğrencilere açık ve net bir şekilde ifade edebilmektedir	117
Tablo 17: Ders programlarımız iş alanında kullanabileceğimiz bilgiler doğrultusunda hazırlanmaktadır	118
Tablo 18: Öğretim elemanları öğrencilerin etkin bir şekilde derse katılmasını sağlamaktadır	119
Tablo 19: Ders içerikleri objektif bir şekilde hazırlanmaktadır.....	120
Tablo 20: Öğretim elemanları verdikleri dersler konusunda bilgilidirler.....	121
Tablo 21: Sunulan öğretim programları mesleki bilgilerin yanında bizleri sosyal hayata hazırlamaya yöneliktir.....	122

Tablo 22: Mesleğimize ilişkin yönlendirmeler yapılmakta ve mesleğimizi sevdirmeye yönünde çaba gösterilmektedir	123
Tablo 23: Aldığımız eğitim bizim için yeterli düzeydedir	124
Tablo 24: Fakültemiz sosyal faaliyetlere yeterince yer vermektedir	125
Tablo 25: Bölümümüzle ilgili staj olanakları sağlanmaktadır	126
Tablo 26: Mesleki deneyime sahip kişilerle görüşme imkanımız fakültemizce sağlanmaktadır	127
Tablo 27: Bölümümüzle ilgili yeterli bilimsel toplantılar, seminerler, konferanslar düzenlenmektedir	128
Tablo 28: Fakültenizde verilen halkla ilişkiler eğitiminden memnun musunuz?....	129
Tablo 29: Fakültenizin akademik kadrosunu yeterli buluyor musunuz?	130
Tablo 30: Aldığımız eğitimin size mesleki hayatınızda yardımcı olacağına inanıyor musunuz?	131
Tablo 31: Sınav sisteminizden memnun musunuz?	132
Tablo 32: Fakültenizde yapılan bilimsel çalışmalardan haberiniz var mı?	133
Tablo 33: Okul dışında yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerini takip ediyor musunuz?	134
Tablo 34: Halkla ilişkiler bölümünü bilinçli ve isteyerek mi tercih ettiniz?	135
Tablo 35: Halkla İlişkiler programında sizce hangi derslere ağırlık verilmelidir?..	136
Tablo 36: Sizce fakültenizin en büyük eksiği nedir?	137
Tablo 37: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Reklamcılık teori dersleri	138
Tablo 38: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Reklamcılık uygulama dersleri	140
Tablo 39: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Halkla ilişkiler teori dersleri	141
Tablo 40: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Halkla ilişkiler uygulama dersleri	142
Tablo 41: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Genel iletişim teori dersleri	143
Tablo 42: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz ? Genel iletişim uygulama dersleri	144
Tablo 43: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz ? Gazetecilik teori dersleri	146

Tablo 44: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Gazetecilik uygulama dersleri	147
Tablo 45: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz ? Radyo TV Sinema teori dersleri	148
Tablo 46: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Radyo TV Sinema uygulama dersleri.....	149
Tablo 47: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Reklamcılık teori dersleri	150
Tablo 48: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Reklamcılık uygulama dersleri	152
Tablo 49: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Halkla ilişkiler teori dersleri	153
Tablo 50: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Halkla ilişkiler uygulama dersleri	155
Tablo 51: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Genel iletişim teori dersleri	156
Tablo 52: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Genel iletişim uygulama dersleri	157
Tablo 53: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Gazetecilik teori dersleri	158
Tablo 54: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Gazetecilik uygulama dersleri	159
Tablo 55: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Radyo TV Sinema teori dersleri	160
Tablo 56: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Radyo TV Sinema uygulama dersleri	161
Tablo 57: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Reklamcılık teori dersleri	162
Tablo 58: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Reklamcılık uygulama dersleri	163
Tablo 59: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Halkla ilişkiler teori dersleri	165
Tablo 60: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Halkla ilişkiler uygulama dersleri	166

Tablo 61: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Genel iletişim teori dersleri	167
Tablo 62: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Genel iletişim uygulama dersleri	168
Tablo 63: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Gazetecilik teori dersleri..	169
Tablo 64: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Gazetecilik uygulama dersleri	171
Tablo 65: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Radyo TV Sinema teori dersleri	172
Tablo 66: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Radyo TV Sinema uygulama dersleri	173
Tablo 67: Türkiye'deki üç üniversitenin genel formasyon derslerinin dağılımı	179
Tablo 68: Türkiye'deki üç üniversitenin kuram derslerinin dağılımı.....	182
Tablo 69: Türkiye'deki üç üniversitenin uygulama derslerinin dağılımı	184
Tablo 70: Türkiye'deki üç üniversitenin genel ders dağılımı.....	186
Tablo 71: Almanya'daki üç üniversitenin genel formasyon derslerinin dağılımı ...	188
Tablo 72: Almanya'daki üç üniversitenin kuram derslerinin dağılımı.....	190
Tablo 73: Almanya'daki üç üniversitenin uygulama derslerinin dağılımı	194
Tablo 74: Almanya'daki üç üniversitenin genel ders dağılımı.....	196
Tablo 75: Öğrencilerin fakülteleri ve halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili ifadelerinin önem sıralaması	198
Tablo 76: Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili görüşleri.....	200
Tablo 77: Öğrencilerin ders içerikleri ile ilgili görüşleri	201
Tablo 78: Öğrencilerin eğitim yeterliliği ile ilgili görüşleri	202
Tablo 79: Öğrencilerin fakülteleri ile ilgili görüşleri.....	202
Tablo 80: İfadelerin önem sıralaması	203
Tablo 81: Türkiye ve Almanya'nın ifadelere verdikleri anlam sırlaması.....	204
Tablo 82: Türkiye ve Almanya'nın akademik kadro ve halkla ilişkiler eğitimi memnuniyeti ilişkisi.....	205

ŞEKİLLER:

Şekil 1: İpra Eğitim Programı.....	81
Şekil 2: Halkla İlişkiler Eğitim Modeli.....	212

GİRİŞ

Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi günümüzde etkili iletişimin önemini de artırmaktadır. Kurumlar içinde ve arasında etkili iletişimi gerçekleştirmek için halkla ilişkilere duyulan ihtiyaç giderek önem kazanmaktadır. Halkla ilişkilere duyulan önem ve yüklenen görevler bu alanda üniversite eğitiminin ne kadar gerekli olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Üniversiteler bilginin üretildiği ve yayıldığı kurumlardır. Bireylerin bilgi yığılması ile karşılaştıkları ortamda üniversitelerin önemi bu nedenle daha fazla artmaktadır. Özellikle ekonominin getirdiği zorluklar üniversitelerin eğitimine de yansımaktadır. Üniversite mezunları çalışabilecekleri iş alanı bulmakta zorluk çekmektedir. Bu durum da akademi dünyası ile özel sektör arasındaki uzaklığı artırmaktadır. Üniversiteler sadece öğrencilerine en iyi eğitim fırsatlarını sunabilmek için değil, aynı zamanda onları toplumsal, teknolojik ve bilimsel öneme sahip karmaşık ama gerçek yaşam sorunlarını çözmelerini sağlayacak becerilerle donatabilmek için de kendi öğretim ve araştırma faaliyetlerini hızla değişen ihtiyaçlara uygun hale getirecek yapısal değişiklikler için, hep bir uğraş içinde olmaları gerekmektedir (Gür, 2003:181).

Türkiye’de iletişim eğitimi özellikle sosyal alanda öğrencilerin tercihlerinin kısıtlı olmasının da etkisiyle yaygınlaşmış, yeni üniversitelerin açılması ile birlikte iletişim fakültelerinin sayısı giderek artmıştır. Bu artış bir çok sorunu da beraberinde getirmiştir. Bugün artık halkla ilişkiler tüm kamu ve kuruluşların yönetim merkezlerinde hizmet veren bir yönetim fonksiyonu olmuştur. Bu sebeple bir halkla ilişkiler uzmanından beklenenlerin boyutu da değişmiştir. Başarılı halkla ilişkiler uygulamacılarına olan talep gün geçtikçe artmaktadır.

Kaliteli bir halkla ilişkiler eğitiminin hedefi bir yandan eğitim programlarını geliştirmek, diğer yandan da öğrencileri uygulama alanında hem bilgi sahibi yapmak, hem uzmanlıklarını geliştirmek, hem de teorik tabanları ile uygulama yönlü becerilerini besleyecek şekilde geliştirmektir (http://public-relations-online.net/education_training.htm).

Lisans düzeyinde ki halkla ilişkiler eğitiminde eğitim ve öğretim programları yönünden fakülteler arasında kısmen benzeşmeler söz konusu olsa da, programların niteliği ve niceliği açısından sorunlar olduğu gözlenmektedir. Eğitim sisteminin gerekli değerlendirme ve gelişmeleri sağlayamadığı sürece mevcut potansiyelini de hizmete sunamayacağı bir gerçektir. Sadece eğitimin herkesin değişmesini istemesi gelişmeyi önermesi yeterli değildir. Kendisinin de, değişme ve gelişme sürecinden yararlanması ve bu gelişmeye açık olması, bunları da ders programlarında göstermesi gereklidir.

Eğitim sistemimizin tümünde olduğu gibi, yüksek öğrenim de istenen düzeyde bir niteliğin sağlanmamış olması önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitelik, öğrenci seçimi, öğretim elemanı, program eğitim süreci, gençlerin sosyal ve kültürel ihtiyaçları vb. belli standartlara ulaşmış unsurları kapsayan geniş boyutlu bir kavram olarak ele alınıp ciddi önlemler getirecek çalışmalara gereksinim duyulmaktadır

Halkla ilişkiler eğitiminin teorik mi yoksa uygulamalı mı verilmesi gerektiği yönündeki tartışmalar ve kararsızlıklar bir problem olarak kendini göstermektedir. Öğrencilerin halkla ilişkiler eğitiminden belediklerinin ne olduğu bir kesinlik kazanmalıdır. Bölüm kimliğinin fakülte kimliğinin önüne geçmesi mevcut problemlerden bir tanesidir. Halkla ilişkiler bölümünde okumak isteyen bir öğrencinin bu bölüme karar vermesinden sonra fakültesini seçmesi gerekmektedir. Özellikle halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencilerin daha önceden halkla ilişkiler hakkında hiçbir bilgisi olmadan bu bölümü seçmeleri eğitimde de sorunlara neden olmakta, bilinçli bir tercihin ne kadar önemli olduğunu bize göstermektedir.

Araştırmada Türkiye ve Almanya'daki eğitim sistemi, halkla ilişkiler eğitimi incelenmiştir. Türkiye ve Almanya'dan üç üniversite seçilmiş, öğrencilere anket uygulanmış, öğretim elemanları ile görüşmeye gidilmiş ve bizzat üniversiteler ziyaret edilerek mevcut durum hakkında bilgi alınarak bu üniversitelerin ders programları incelenmiştir.

Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, halkla ilişkilerin evrimi ele alınmakta, halkla ilişkiler kavramı, Türkiye’de ve Almanya’da halkla ilişkilerin gelişimi hakkında bilgi verilmektedir.

İkinci bölümde ise; eğitim konusuna yer verilmekte, Türkiye ve Almanya’daki eğitim sistemi ve halkla ilişkiler eğitiminin gelişimi konusunda bilgi verilmektedir. Aynı zamanda Türkiye ve Almanya’daki halkla ilişkiler eğitimi ayrıntılı olarak incelenerek eğitim süreci hakkında temel konular anlatılmaktadır.

Üçüncü bölümde ise; Türkiye ve Almanya’daki halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili anket çalışmasının sonuçları değerlendirilmekte, öğretim görevlileri ile yapılan görüşmelere yer verilmekte ve ders programları incelenerek bu konuda öneriler sunulmaktadır.

AMAÇ

Araştırmanın amacı Türkiye ve Almanya’da lisans düzeyinde okutulan halkla ilişkiler müfredat programlarının literatürde belirtilen özellikleri çerçevesinde karşılaştırılarak aralarındaki benzerlik ve farklılıklarının ortaya konulmasıdır.

Amacımız Türkiye ve Almanya’ daki Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümlerinde okutulan ders programlarını inceleyerek her iki ülke içinde geçerli olabilecek ve öğrencileri iş hayatında destekleyecek ve onlara günümüz yaklaşımlarında yol gösterecek sonuçlar elde etmektir. Türkiye’deki halkla ilişkiler eğitimi veren fakültelerin ders programlarını uluslar arası düzeyde eşleştirmek, Türkiye’de ki halkla ilişkiler programlarının izlemesi gereken yolu göstermeye çalışmaktır.

Bu çerçevede çalışmanın temel amaçlar şunlardır:

- Türkiye ve Almanya’daki halkla ilişkiler eğitiminin farklılıklarını veya benzerliklerini ortaya koymak.

- Türkiye ve Almanya’da okuyan halkla ilişkiler bölümü öğrencilerinin halkla ilişkiler eğitimi açısından mevcut eğitim hakkındaki farklı veya ortak görüşlerini göstermek.
- Öğrencilerin aldıkları eğitimden memnun olup olmadıklarını belirlemek.
- Mevcut ders programlarının genel formasyon, kuram ve uygulama yönünden dağılımını ortaya koymak.
- Öğretim görevlilerinin halkla ilişkiler eğitimi hakkındaki görüşlerini tespit etmek.
- Mevcut sorunlardan ve anketlere verilen cevaplardan yola çıkarak halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili önerilerde bulunmaktır.

Bu amaçlardan yola çıkarak bazı araştırma soruları oluşturulmuştur. Bunlar :

- Türkiye ve Almanya’da lisans düzeyi halkla ilişkiler programında okuyan öğrencilerin halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili düşünceleri nelerdir?
- Türkiye ve Almanya’da lisans düzeyi halkla ilişkiler programında okuyan öğrencilerin mevcut ders programları ile ilgili beklentileri nelerdir?
- Türkiye ve Almanya’da lisans düzeyi halkla ilişkiler programında mevcut ders sayıları kaçtır?
- Türkiye ve Almanya’da lisans düzeyi halkla ilişkiler programında genel formasyon, teori ve uygulama dersleri nelerdir?
- Türkiye ve Almanya’da halkla ilişkiler ders programı nasıl oluşturulmaktadır?
- Türkiye ve Almanya’da lisans düzeyi halkla ilişkiler programında ne gibi farklılıklar söz konusudur?
- Türkiye ve Almanya’da lisans düzeyi halkla ilişkiler programında eğitim veren öğretim görevlilerinin mevcut halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili düşünceleri nelerdir?
- Türkiye ve Almanya’da lisans düzeyi halkla ilişkiler programında eğitim veren öğretim görevlilerinin halkla ilişkiler eğitiminden beklentileri nelerdir?
- Kaliteli bir halkla ilişkiler eğitimi nasıl olmalıdır?

ÖNEM

Özellikle yeni bir yüz yıla girerken kendini çarpıcı bir şekilde hissettiren bilgi çağına geçiş ile birlikte kültürde, ekonomide, uluslararası ilişkilerde değerlerde çok önemli değişimler yaşanmaktadır. Bu değişmelerin doğrudan yansıma bulacağı alan eğitimidir. Bir çok alanda değişmeler yaşanıyorsa eğitiminde bu değişmelere ayak yudurması anlayış ve uygulama düzeyinin de değişmesi gerekmektedir. Çalışmamızın önemi de burada ortaya çıkmaktadır sadece mevcut durumu irdelemek değil aynı zamanda geleceğe dönük öneriler de bulunmak da önemlidir.

Halkla ilişkiler psikoloji, siyaset bilimi, sosyoloji ve örgütsel davranıştan medya ve kültürel çalışmalara uzanan bir dizi konuda fikir sahibi yetenekli mezunlar yetiştiren teşvik edici bir müfredat geliştirmelidir. Öğrenciler yalnızca halkla ilişkiler uygulamacıları olarak değil, aynı zamanda vatandaş olarak da karşılaşacakları önemli düşüncelerle bağlantı kurmaya ve mücadele etmeye hazırlanmalıdırlar. Çalışmamız bu noktaları vurgulaması ve bu doğrultuda mevcut ders programlarını hem Türkiye hem de Almanya bakış açısıyla değerlendirmesi açısından önemlidir.

Literatürde halkla ilişkiler eğitimini konu alan farklı araştırmaların bulunmasına rağmen, Türkiye ve Almanya’da lisans düzeyi halkla ilişkiler müfredat programlarının mevcut durumunu karşılaştırmalı olarak ortaya koyan kapsamlı bir araştırma bulunmamaktadır.

VARSAYIMLAR

Araştırmamız mevcut araştırmaların ortaya koymuş olduğu verileri dikkate alarak bazı belli başlı ön kabullerden hareket etmektedir. Ön kabuller bilimsel literatürde varsayım olarak adlandırılır. Her araştırmanın geçerliliği bu varsayımların “doğruluğu” ya da “yanlışlanabilirliği” ile doğru orantılıdır. Bu bağlamda araştırmanın hareket noktasını oluşturan temel varsayımlar şu şekilde formüle edilir:

- Her üniversitenin İletişim fakültelerinde Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümlerinde okutulan ders programları farklıdır .

- Türkiye’de halkla ilişkiler alanında okuyan öğrenciler uygulamalı eğitimi teorik eğitime tercih etmektedir.
- Türkiye ve Almanya’da okuyan öğrencilerin halkla ilişkiler eğitimine bakışları ve beklentileri farklıdır.
- Öğretim elemanlarının halkla ilişkilere ve halkla ilişkiler eğitime bakışları fakülte ve ülke bazında değişmektedir.

SINIRLILIKLAR

Tez olarak hazırlanan çalışmalar belli sınırlılıkları bünyelerinde barındırırlar. Bunlar bu çalışmamız açısından şu şekildedir:

- Çalışma Türkiye ve Almanya’dan üç fakülte ile sınırlıdır.
- Çalışma toplam altı üniversitenin iletişim fakültelerinin halkla ilişkiler bölümünde okuyan öğrenciler ve bu fakültelerde görev yapan öğretim üyeleri ve bu fakültelerin ders programlarını kapsamaktadır.
- Çalışma 2004-2005 dönemi ders programları ile sınırlıdır

YÖNTEM

Çalışmada önce mevcut durumun bir tasnifi yapılmış hem kuramsal hemde ampirik bir yol izlenmiştir. Bunun için önce alanla ilgili kaynaklar hem Türkçe hem de yabancı dilde taranmıştır. Araştırmanın teorik kısmı oluşturulduktan sonra son bölümde uygulama kısmına yer verilmiştir.

Uygulama kısmında bir evren ve buna bağlı bir örneklem belirlenmiştir. Örnekleme yer alan üniversiteler bizzat ziyaret edilerek burada okuyan halkla ilişkiler öğrencilerine anket uygulanmış ve bu anketlerden elde edilen verilerin SPSS 11.0 adlı program ile girişi yapılmıştır. Verilere frekans tabloları ve cross tabb uygulanmış ve öğrencilerin halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili görüşleri alınmış ve karşılaştırılmıştır.

Örnekleme de yer alan fakültelerden her birinden bir öğretim üyesi seçilerek mülakat şeklinde görüşme yapılmış, bu görüşmelerin kaydı alınarak analize tabi tutulmuş ve çıkarımlar elde edilmiştir. Aynı zamanda fakültelerden 2004- 2005 yılı ders programları elde edilerek bunlara içerik analizi uygulanmış hem genel formasyon, hem kuram, hem de uygulama dersleri kategorileştirilmiş ve karşılaştırılmalı olarak incelenmiştir.

Çalışmanın 2004-2005 dönemini kapsammasının temel nedeni; bu dönemin Avrupa Birliğine üyelik için girişimlerin hızlandığı bir dönem olmasıdır. Avrupa Birliğine uyum çalışmaları aynı zamanda eğitim alanında da yapıldığı için halkla ilişkiler eğitimi açısından bu çalışmalara yardımcı olacak bir ön hazırlık için bu yıllarda mevcut halkla ilişkiler incelenmeye alınmıştır.

EVREN VE ÖRNEKLEM

Evren çalışmamızda ulaşılabilen evrendir. Bu yönü ile somuttur araştırmacının ya doğrudan gözleyerek ya da ondan seçilmiş bir örnek küme üzerinde yapılan gözlemlerden yararlanarak, hakkında görüş bildireceği evren çalışma evrenidir (Karasar, 1995:110).

Çalışmanın evrenini Türkiye ve Almanya'da bulunan ve halkla ilişkiler eğitimi veren fakülteler oluşturmaktadır. Almanya'nın seçilmesinin sebebi özellikle Almanya'nın kuramsal zemini oluşturan bir ülke olması ve felsefi anlamda doğurgan olmasıdır.

Bu evrenden kotalı örnekleme yöntemiyle Türkiye'den ve Almanya'dan üç üniversite seçilmiştir. Türkiye'den Selçuk Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi, Almanya'dan ise; Leipzig Üniversitesi, Westfälische Münster Üniversitesi ve Hannover Üniversitesi araştırmaya dahil edilmiştir.

Selçuk Üniversitesi'nde bu fakültede çalışıldığı için, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi olan ve iletişim fakültelerinden en eski olanı olduğu için,

İstanbul Üniversitesi de metropol bir şehir de bulunduğu ve çalışma alanlarının zengin olduğu bir bölgede yer aldığı için seçilmiştir.

Kuramsal bilginin ve felsefi araştırmaların mekanı olduğu için Almanya seçilmiş ve Almanya'nın içinde de halkla ilişkiler alanında ilk eğitim vermeye başlayan Leipzig Üniversitesi ve Münster Üniversitesi ve bunların haricinde de Hannover Üniversitesi seçilmiştir. Bu üniversitelerin 2. sınıf öğrencilerine anket uygulanmış olup onlara fakültelerindeki mevcut halkla ilişkiler eğitimi hakkında sorular yöneltilmiştir.

Anketin haricinde evreni oluşturan fakültelerden birer öğretim üyesi seçilerek toplam altı öğretim üyesi ile görüşme yapılmış ve bunlarında halkla ilişkilere ve halkla ilişkiler eğitimine bakışı irdelenmiştir. Aynı zamanda bu altı üniversitenin 2004-2005 dönemi ders programları araştırmaya dahil edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

İletişim dünyasında önemli bir yere sahip olan halkla ilişkiler mesleğinde, küreselleşme ve yeni iletişim teknolojilerinin de gelişmesi ile birlikte yenilikler ve gelişmeler görülmektedir. Bu gelişmeler halkla ilişkiler mesleğine de yansımaktadır. Sektörün hızla ilerlemesi ile birlikte halkla ilişkiler mesleğinde belirli aksaklıklar, eğitimde ise eksiklikler görülmektedir. Halkla İlişkilerin bir kimlik kargaşası içerisinde olduğu ise yadsınamaz bir gerçektir. Özellikle günümüzde halkla ilişkilerin iletişim bilimine mi yoksa yönetim bilimine mi dahil edilmesi gerektiği tam netlik kazanmamıştır.

1. HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI

İngilizce’de “Public Relations”, Fransızca’da “Relations Publiques” olarak kullanılan bu kelime Türkçe’ye de “Halkla İlişkiler” olarak çevrilmiştir. Burada anahtar görevi üstlenen “public” yada “publiques” sözcükleridir. Halka, kamuya, umuma, genele ilişkin olan bu sıfatlar, relations sözcüğünü nitelemektedir. Burada değinilen halk, kamuya yönelik ilişkilerdir (Bıçakçı, 2002:94).

Kamu kavramı İngilizce’de “public”, Fransızca’da “publique”, İtalyanca’da “publica” sözcükleri ile nitelendirilmektedir. Günümüzde kullanılan anlamını tam olarak yansıtmamakla birlikte Osmanlı İmparatorluğu’ndan günümüze değin “umumiye”, “umumi”, “amme”, “halk” gibi sözcükler kamu kavramını karşılamak amacıyla kullanılmıştır. Kavram ile anlatılmak istenen “halkın tamamı ya da büyük çoğunluğu”dur (Pira, 2004:226).

Günümüzde halk, sözcüğü farklı anlamlarda ve farklı bağlamlarda kullanılmaktadır. Kullanım örgütlü ilişkilerin doğasına ve ideolojik biçimlenmeye göre değişmektedir. Örneğin siyaset sosyolojisinde halk; ülke olarak betimlenen bir

siyasal birimi oluşturan insan kitleleri veya seçmenler olarak ele alınmaktadır. Halk, yönetici sınıfların dışında kalanlar ve yönetilenler olarak da tanımlanmaktadır. Ticari kesimde ise halk bir firmada veya kurumda çalışan kişilerden ve firmanın veya kurumların ilişkide bulunduğu insanlardan oluşmaktadır (Erdoğan, 2002:13).

Halk kavramı küçük bir topluluğu ifade edebildiği gibi, aynı zamanda kamu görevlilerinin ve toplumda kendine yer edinmiş kişilerin dışındakileri de kapsamaktadır. Burada halkın kim olduğunu belirleyen en büyük özellik onun katılımcılığıdır (Ertekin, 2000:11). Grunig ve Hunt (1984:7) halkı organizasyona bağlı olan yöneticiler, hisse sahipleri, tüketiciler, çalışanlar, endüstrideki diğer organizasyonlar, çevreci aktivist gruplar ve genel toplumdan gelenler olarak tanımlamaktadır.

İlişki kavramında en az iki taraftan bahsedilmektedir. Burada geçici veya sürekli olan gerektiğinde tekrarlanan çeşitli yoğunlukta duygu, düşünce, tutum ve inanç yaşayan bağ anlatılmaktadır (Erdoğan, 2006:16). İnsan sürekli olarak bir ilişki ağı içerisinde ve bir birleri ile ilişki içerisinde olduklarında aslında halkla ilişkiler yapmaktadırlar.

Halkla ilişkilerin birden fazla tanımı bulunmaktadır. Bu tanımların bir kısmı halkla ilişkileri sanat olarak kabul ederken, bazıları hem sanat hem de gelişmekte olan bir bilim dalı olarak kabul etmektedirler. Halkla ilişkileri sanat olarak açıklayan tanımlardan birine göre halkla ilişkiler; bir kurumun algılanma birikimidir. Buna göre halkla ilişkiler; “Bir kurumun üretiminin, icraatının, felsefesinin ve başkalarının o kurum hakkındaki sözlerinin ve düşüncelerinin tümünün irdelenmesi, yönlendirilmesi ve yönetilmesi sanatıdır” (Aydede, 2001:14).

Webster Sözlüğü’nde de halkla ilişkiler bilim ve sanat olarak tanımlanmaktadır. Buna göre, “halkla ilişkiler bir kurum, firma veya kişi arasındaki iyi niyeti, karşılıklı anlaşmayı geliştiren bilim ve sanattır” (Hekimgil, 1968:16).

Daha kapsamlı bir başka tanıma göre halkla ilişkiler; “yönetimin izlemekte olduğu politikanın halka benimsetilmesi, çalışmaların devamlı ve tam olarak halka duyurulması, yönetime karşı olumlu bir hava yaratılması ve buna karşılık halkın da

yönetim hakkında ne düşündüğünün, yönetimden ne istendiğinin bilinmesi ve halkla işbirliği sağlanması görevidir” (Tortop, 2003:14; Ertekin, 2000:19).

Genel bir tanım vermek gerekirse; halkla ilişkiler, “grupların tutum ve davranışlarını değerlendiren, birey ve örgütün kamu yararına politika ve kurallarını tespit eden, halkın anlayış ve desteğini kazanmak için faaliyetler planlayan ve icra eden bir yönetim fonksiyonudur” (Cutlip ve Canter, 1985:14). Cutlip’in yaptığı diğer bir tanıma göre halkla ilişkiler “başarısı ve düşüşü halka bağlı olan bir şirket ve halk arasında çıkar ilişkilerini karşılıklı dengeleyen ve kuran idare işlevidir” (Cutlip ve ark., 2000:6).

Halkla ilişkilerin kalıcı tanımlarından birini Edward Bernays 1923 yılında “Crystailizing Public Opinion” kitabında yapmıştır. Burada yapılan tanıma göre halkla ilişkiler; “kamu ile organizasyon arasında uyumu ve anlayışı sağlama”dır (Bernays 1919:11).

İngiliz Halkla İlişkiler Enstitüsü (IPR)’ın tanımına göre halkla ilişkiler; planlanmış ve desteklenmiş çabaları sürdürmek ve halkla kuruluş arasında karşılıklı anlayış ve iyi niyeti sağlamak amacıyla yapılan faaliyetlerdir (Jefkins, 1992:7).

Bu tanımlar göstermektedir ki halkla ilişkiler kurum içi ve kurum dışına yönelik bir iletişim olayıdır. Halkla İlişkiler hedef kitleyi etkileme ve ikna sanatı olup planlı yürütülen bir fonksiyondur. IPRA (International Public Relations Association), CEPP (Confederation Europeén des Relations Publiques), DPRG (Deutsche Public Relation Gesellschaft), PRVA (Public Relations Verband Austria) ve SPRG (Schweizerische Public Relations Gesellschaft)’ın yaptıkları tanımlarda şu unsurlar vurgulanmıştır (Okay, 2001:4-5):

- Genel anlayış, güven ve genel sempati yaratmak, oluşturmak ve bunu geliştirmek,
- Belli bir organizasyon için anlayış, güven ve sempati geliştirirken, çevrelerinde aynı zamanda bir sistem oluşturmak, yapısal olarak değiştirmek, kurumsallaştırmak, sağlamlaştırmak.

- Aynı anlamda güven ve sempatiyi sürekli olarak muhafaza etmek, sürdürmek, iyileştirmek, güçlendirmek ve çoğaltmak.
- Başka organizasyonlar, sistemler, gruplar ile iletişim sağlamak, kurmak ve bunu sürekli olarak muhafaza etmek.
- Organizasyonun, sistemin kendi ilgilerini dışarıya doğru kamuda geçerli kılmak, temsil etmek.
- Organizasyonun, sistem, grup içerisinde kendi ilgilerini açıkça ifade etmek ve bunu devamlı olarak sürdürmek.
- Kamuoyunu, organizasyonun kendi ilgi alanında etkilemek.
- Diğer ilgililerle üretim ve işbirliği amaçlı anlaşma sağlamayı, karşılıklı ilişki kurmayı birlikte hareket etmeyi hedeflemek.
- Anlaşma ve karşılıklı ilişki ile kendi organizasyonunun varlığını ve gelişimini desteklemek.

20. yüzyıldan günümüze kadar yaşanan gelişmeler halkla ilişkilerin yaygınlaşıp önemli bir endüstri haline gelmesine neden olmuş bu durumda; yapılan tanımlara yeni öğelerin eklenmesine sebep olmuştur. Günümüzde halkla ilişkiler; yönetimin temel bir fonksiyonudur. Halkla ilişkiler bir çok izleyici, tüketici veya kamu ile olan ilişkileri düzenlemektedir. Yönetimsel bir etkinliğe başlamadan önce araştırma ve değerlendirme gereksinimlerini karşılamaktadır. Bir kez yapılan bir etkinlik değil, sürekli ve sistematik bir süreçtir.

Halkla ilişkilerin ne olduğuna ait görüş ayrılıkları hala devam etmektedir. Halkla ilişkiler pazarlama stratejisine uyacak şekilde yapılmaya başlanmıştır. İşletme fakültelerinin de halkla ilişkileri ele almaları ve iletişim dersleri vermeleri onun bir pazarlama fonksiyonu olarak ele alınmasına ve pazarlamanın bir alt dalı olarak düşünülmesine neden olmuştur.

Halkla ilişkiler ile ilgili yapılan tanımlar göz önüne alındığında şu sonuçlara ulaşılmaktadır (Okay, 2001:6-7):

- Baştan sona planlanmış: Halkla ilişkiler faaliyeti isteyerek yapılan bir faaliyettir; etkilemek, anlayış kazanmak, bilgi sağlamak ve faaliyetten etkilenenlerden gelen tepkileri almak için dizayn edilmektedir.

- Planlı: Araştırma ve analizi içeren düzenli bir çalışmadır.
- Performans: Etkili halkla ilişkiler bir birey veya kuruluşun performansına ve gerçek politikalarına dayandırılmaktadır.
- Kamu yararı: Bir halkla ilişkiler faaliyetinin yapılmasının nedeni kamu yararına hizmet etmektir. Halkla ilişkiler faaliyetinde amaç kuruluşla hedef kitle arasında karşılıklı yarar sağlamaktır.
- İki yönlü iletişim: Enformasyon materyallerinin yayılması ve hedef kitleden gelen tepkileri toplamak önemlidir.
- Yönetim fonksiyonu: Üst yönetimin karar vermesinde halkla ilişkiler etkilidir. Halkla ilişkiler bir karar alındıktan sonra sadece bilgi vermeyi değil, aynı zamanda danışmanlık yapmayı ve problemleri çözmeyi de kapsamaktadır.

Halkla ilişkilerin sistemli bir şekilde işleyebilmesi için kamulara yönelik araştırmalar yaparak veri elde etmesi zorunludur. Elde ettiği verileri anlamlı bilgilere dönüştürerek iletişim planları yapmak halkla ilişkilerin görevlerindedir. Halkla ilişkilerin araştırmacılık işlevi vardır, bir halkla ilişkilerci sürekli araştırma yapmak durumundadır. Dolayısıyla halkla ilişkiler yöneticisi kamuların beklentisi ve istekleri ile kuruluşun hedefleri arasında bir denge kurmak zorundadır. Halkla ilişkiler yöneticisi üst yönetime danışmanlık yapan bir üst düzey yöneticisi konumundadır (Bıçakcı, 2002:96).

Günümüzde halkla ilişkilerin klasik tanımları değişmeye başlamış algılama yönetimi (perception management) ve itibar yönetimi (reputation management) doğrultusunda da çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Kalender, 1999:25).

2. HALKLA İLİŞKİLERİN AMAÇLARI

Halkla ilişkilerin genel amacı halk ile kuruluş arasında olumlu bir ilişki oluşturmak ve bu ilişkiyi hem koruyup hem de geliştirmek, halkın kuruluşa olan güvenini ve desteğini elde etmektir. Hedef kitlenin ikna edilip etkilenmesi temel

amaçtır. Halkla ilişkilerin amaçları genel olarak değerlendirildiğinde şu konuların dikkate alınması gerekmektedir (Yatkın, 2003:6):

- Hedef kitleyi ve kamuoyunu etkilemek,
- Kurumsal imajı ve kimliği çevreye yansıtarak hedef kitlenin ve kamuoyunun güvenini ve desteğini sağlamak,
- Kurumsal duruş ve prensipler hakkında hedef kitleyi bilgilendirmek,
- Kurum ve hedef kitle arasında olumlu ilişkiler kurmak,
- Halkın yönetimle olan ilişkilerini kolaylaştırmak,
- Politika ve kararların isabetli olmasını sağlamak için halktan bilgi almak ve bu bilgiyi değerlendirmek,
- Yasaklar hakkında aydınlatıcı bilgiler vererek halkın yasalara uymasını sağlamak,
- Hizmetlerin daha iyi görülmesinde halkla işbirliği yapmak,
- Yasalarda ve yönetsel usullerdeki aksaklıkların saptanmasında ve giderilmesinde halkın istek, tavsiye ve şikayetlerinden yararlanarak, yönetim ile çalışanlar ve halk arasında etkin bir iletişim oluşturmak.

3. HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞİM SÜRECİ

Üretici ile tüketici, yönetici ile yönetilen arasında bir bağlantı söz konusudur. Tabi ki bağımlılık günümüzün demokratik yaşam ve liberal ekonomisi için çoğunlukla seçeneğlidir. Bu demektir ki; tüketici için çeşitli üretici alternatifi olduğu gibi yönetilen içinde farklı alternatifler vardır. Üreten tüketen ilişkisi, yöneten yönetilen ilişkisi hep devam etmiş, sadece zamana göre düzenlenmiştir, bu demektir ki; halkla ilişkilerin tarihi de insanlık tarihi kadar eskidir (Kalyon, 2006:13).

Gerçek kimliğini 20. yüzyılda bulmuş olmakla birlikte insanların yöneten ve yönetilen ilişkisi içerisinde bir yönetim birimi etrafında toplandıkları günden itibaren halkla ilişkiler uygulamalarından bahsetmek mümkündür. İnsanları korkutarak yönetmek, yerini ideolojik devlet faaliyetlerinin önem kazanmasıyla birlikte bilgilendirme ve ikna yöntemine bırakırken, halkla ilişkilerin hak ettiği düzeyde

uygulanması ancak bireylerin insan hakları beyannamesinde de belirtilen hak ve özgürlüklerine sahip çıkması ve bu yapısı ile yönetimleri etkilemeye başlaması ile mümkün olmuştur (Göksel ve Yurdakul: 2002: 22).

3.1. Dünyada Halkla İlişkilerin Gelişimi

İnsanların toplum içinde yaşamaya başladıkları ilk andan itibaren halkla ilişkiler vardır. İlk ve orta çağlarda halkla ilişkiler daha çok propaganda niteliği taşımaktadır. Eski Mısır, Mezopotamya ve İran'da yöneticileri halkla sevdiren benimsenmeye yönelik propaganda amaçlı tabletler bulunmuştur. Eski Yunan'daki Agora toplantıları, eski Roma'daki forumlar o dönemin halkla ilişkiler çalışmalarına örnektir.

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren halkla ilişkiler çalışmaları sistematik bir yapıya bürünmeye başlamıştır. 1896 yılında ABD'de yapılan seçim çalışmaları ilk örneklerdir. 1903 yılında ilk halkla ilişkiler bürosu Ivy Lee tarafından New York'da kurulmuştur (Bıçakçı, 1998:122). Ivy Ledbetter Lee aynı zamanda halkla ilişkilerin babası olarak da kabul edilmektedir. Bir kömür madeninin basın işlerini yürüterekten bu alanın gelişmesinin ilk temellerini atmış, halkı görmezden gelmenin, halka yalan söylemenin aslında işletme için hiç de iyi olmadığına dikkat çekmiştir (Grunnig, 2003:3-4).

Halkla ilişkilerde danışmanlık kavramı ilk Edward Bernays tarafından geliştirilmiş olup, o dönemin siyasal ve sosyo ekonomik yapısı ve bu yapıda meydana gelen değişimler halkla ilişkiler alanını etkilemiştir. Önceleri kapitalist sınıfın etkisi altında olan halkla ilişkiler daha sonra kamuoyunun biçimlendirilmesinde etkili olmaya başlamıştır.

1920'lerden itibaren kamuoyunun eğilimlerini belirleyen düzenli ve sistematik çalışmalar hız kazanmıştır. 1929 yılında Amerika'da yaşanan kriz nedeniyle birçok işletme iflasın eşiğine kadar gelmiştir. Bu yaşanan bunalım nedeniyle halkın sisteme yönelik güveninde de sarsılmalar söz konusu olmuştur. İşte bu noktada bu süreci

aşmak için halkla ilişkiler çalışmalarına ağırlık verilmeye başlanmıştır (Bıçakçı 1998:124).

2. Dünya Savaşı döneminde halkla ilişkiler etkinlikleri yoğunluk kazanmıştır. Özellikle radyonun yaygınlaşması, savaşa ilgili haber akışının hızlanmasını kolaylaştırmıştır. Savaş zamanında kamuoyunun desteğini almak için başvuru araçları dan biri halkla ilişkiler olmuştur. Avrupa’da ise halkla ilişkiler 50’li yıllardan sonra hız kazanmaya başlamış, hükümetin öncülüğünde başlatılan çalışmalar daha sonra özel sektöre kaydırılmıştır.

Halkla ilişkilerin tarihsel açıdan bazı temel taşları vardır. Bunlar kısaca şöyledir:

- 1807 yılında “Public Relations” terimi ilk kez bağımsızlık bildirgesinde Thomas Jefferson tarafından kullanılmıştır (Reilly,1987:32-33).
- 1851 yılında Alfred Krupp’ın Londra’daki Dünya Fuarına o ana kadar dökülmüş olan en büyük çelik bloğu getirmesi, kendi tanıtımını yapması ilk tanıtım çalışmalarındandır.
- 1880’li yıllarda P.T. Bannum tanıtım faaliyetleri yapmıştır.
- 1882 Avukat Dorman Eaton “public relations” ifadesini Yale Hukuk okulunda mezunlara verdiği bir seminerde “ iyi insanlarla ilişkiler anlamında kullanmıştır.
- 1889 George Westinghouse kurumun bilgilendirme faaliyetlerini gerçekleştirmesi için Pittsburgh’lu gazeteci E.H. Heinrichs’i görevlendirmiştir.
- 1897 de Amerikalı “Yearbook of Railway” de “public relations” kavramı ilk kez bugün taşıdığı anlamda kullanılmıştır.
- 1905 de Ivy Lee John D. Rockefeller için çalışmaya başlamıştır.
- 1913 Edward L. Bernays halkla ilişkiler faaliyetlerine başlamıştır.
- 1919 da Carl Byoir ve Edward Bernays Litvanya’nın bağımsızlık kampanyası için çalışmışlardır.
- 1920’de General Electric bir tanıtım departmanı kurmuştur.

- 1923’de General Motors kurumsal halkla ilişkiler ilanları serisine başlamıştır.
- 1927’de Arthur Page AT&T’nin halkla ilişkiler başkan yardımcısı olmuştur (Okay, 2001:13-14).

ABD halkla ilişkilerin kökeni kapitalizme dayanmaktadır. Avrupa da ise halkla ilişkilerin daha çok neden ve niçinleri incelenmiştir. Amerika’da halkla ilişkiler daha çok uygulama ağırlıklı inceleme alanı bulurken Avrupa ise; halkla ilişkilere teorik açıdan yaklaşmıştır. Amerika ve Avrupa’daki halkla ilişkiler ad, anlam ve ilişkiler yönünden farklılıklar göstermektedir.

Kuruluşların kamunun güvenini yitirmesi ile birlikte, halkla ilişkilerde yeni adımların atılmaya başlandığını göz ardı etmemek gerekmektedir. Gelişen bu durum; kamu veya özel işletme ve kurumların halkla olan ilişkilerine daha fazla önem vermeleri ve halkın desteğini almalarının önemini ortaya çıkarmış ayrıca, bu gibi alanlarda nelere dikkat edilmesi gerektiğine ilişkin çalışmaların yapılmasına ve halkla ilişkilerin bir disiplin çerçevesinde incelenmesine neden olmuştur (Kalyoncu, 2006:16).

3.2. Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişimi

Cumhuriyetin kurulması ile birlikte Türkiye’de halkla ilişkiler alanında gelişmeler baş göstermeye başlamıştır. Halkla ilişkiler etkinliklerinin en önemlileri 1920’de kurulan Anadolu Ajansı, Hakimiyeti Milliye Gazetesi, Türk Tarih ve Türk Dil Kurumu’dur. 1960 yılından sonra ise halkla ilişkiler çalışmaları bağımsız birimler tarafından yürütülmeye başlanmıştır (Bıçakçı, 1998:125).

Türkiye’de halkla ilişkilerin ilk çalışmaları; 20. yüzyılın ortalarında devlet kuruluşlarında görülmeye başlanmıştır. Dışişleri Bakanlığı ”Enformasyon Genel Müdürlüğü” ve Milli Savunma Bakanlığı “ Basın ve Halkla Münasebet Daire Başkanlığı” Türkiye’de bilinen ilk örneklerdir (Peltekoğlu, 1993:28). Çağdaş anlamda ilk halkla ilişkiler çalışması 1961 yılında kurulan Devlet Planlama

Teşkilatı'nın Koordinasyon Dairesi bünyesinde temsil şubesinin yer alması ile başlamıştır.

Merkezi Hükümet Teşkilatı'nın kuruluş ve görevlerinin ele alındığı kısaca MEHTAP olarak ifade edilen Merkezi Hükümet Teşkilatı Projesi Bakanlar Kurulu'nun kararnamesi ile öngörülmüştür. Bu çalışmanın amacı Merkezi Hükümet Görevleri'nin dağılışı biçimini belirlemek ve bu dağılışı kamu hizmetlerinin en etkin biçimde uygulanmasına olanak verip vermediğini incelemektir (Peltekoğlu, 1998:90). MEHTAP raporunda devlet kuruluşlarının halkla yakın ilişki içerisinde çalışması gerektiği üzerinde durulmuştur.

Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü'nün (TODAİE) yürüttüğü diğer bir çalışma olan KAYA (Kamu Yönetimi Araştırma Projesi) raporunda ise Türk kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulamasının belirli bir anlam kazanarak gelişebilmesinin ön koşulu, yönetimin kendisini halkın hizmetinde bir araç olarak görebilmesi, örgütsel görevlerin yürütülmesinde, kamusal kuruluşlarla ilgili toplumsal kesimler arasında düzenli ve karşılıklı bir bilgi akışı sisteminin kurulabilmesi için varolan halkla ilişkiler birimlerinin görevlerinin iyi tanımlanması ve bu birimlerde görev alacak istihdam edilecek insan gücünün sağlanması ve yetiştirilmesi konusunda öneriler yer almaktadır (Becerikli, 2005:121).

1960'lardan 1980'lere kadar olan dönem Türkiye 'de siyasetin, siyasal rekabetin arttığı, halkın düşüncesinin, oy elde etmenin önem kazandığı, büyük şirketler için halkların tercih ve eğilimlerinin bilinmesinin ve dolayısıyla davranış ve bilinç yönlendirmesinin ortaya çıktığı yıllar olmuştur.

1969 yılında Türkiye'de ilk halkla ilişkiler kitabı Alaaddin Asna tarafından yazılmıştır. Kendisi aynı zamanda 1972 yılında kurulan ilk Halkla İlişkiler Derneği'nin (HİD) başkanlığını yürütmüş ve aynı zamanda 1974 yılında ilk danışmanlık firmasını kurmuştur (Özden ve Saran, 2004:445). Aynı zamanda halkla İlişkiler Derneğinin kurulması da bu işin profesyonel olarak yapılmasının öneminin vurgulandığı bir dönem olmuştur.

1980'lerin ortasından itibaren yeni liberal politikaların kurulması, özel radyo ve televizyonların gelişmesi ile halkla ilişkilerin gelişmesine de bir zemin hazırlanmıştır. 2000'lerde halkla ilişkilerin hem kamu hem de özel sektörde örgütsel yönetim ve karar süreçlerinde önemi anlaşılmaya başlanmıştır (Erdoğan, 2002:115).

Günümüzde halkla ilişkiler zirveye ulaşmıştır. Halkla ilişkiler bütçeleri ikiye katlanmıştır. Halkla ilişkiler ticari ve endüstriyel alanda giderek önem kazanmıştır. Halkla ilişkilerin gelişmesinde etkili olan bir faktörde insana olan ihtiyacın artması ve her türlü sosyal politik organizasyonların büyümesidir. Çalışanların, yatırımcıların, tüketicilerin sayısının büyümesi ile birlikte yöneticilerin iyi bir iletişim sunması giderek zorlaşmaktadır. Halk yöneticilerin sunduğu bilgileri objektif bulmamaktadır.

Halkla ilişkilerin büyümesi de, işletmelerin sosyal sorumluluk anlayışının gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. İşletmelerin finansal bilgileri, sosyal faaliyetleri ve kültürel yapısı hakkındaki bilgiler, halkla ilişkiler birimleri tarafından iletilmektedir. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması ise; halkla ilişkiler standartlarının düzenlenmesini ve geliştirilmesini beraberinde getirmiştir (Canfield, 1973:21).

Yaşanan gelişmeler halkla ilişkilerde kaçınılmaz olarak bazı sorunlara neden olmuştur. Kimi firmalar halkla ilişkilere büyük önem verirken, kimileri, halkla ilişkilerin günümüzde önemini kavrayamamıştır. Özel sektörde halkla ilişkilerin faaliyet alanı; çevrenin etkilenmesi olarak görülürken, kamu kesiminde, örgütün propaganda ve reklam eylemleri dışında kalan tüm etkileşimler olarak algılanmaktadır (Kalender, 1999:26).

Halkla ilişkiler faaliyetleri ile halkla ilişkiler görevlilerinin yaptıkları işlerde uygulamada bazı farklılıklar görülmektedir, bu farklılık kamu ve özel sektörün farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Bazı işletmelerin halkla ilişkilere yükledikleri görevlerde farklı olmaktadır. Kimi firmalar halkla ilişkilere geniş bir görev alanı sunarken kimileri halkla ilişkilerin çalışma alanını daraltmaktadır. Halkla ilişkilerciler, yönetimin kendilerini sorunlardan ve problemlerden de yeterince haberdar etmediğinden şikayetçidir.

Halkla ilişkilerin hızla büyümesi alan içerisinde bilgisi olmayan, bu eğitimi almamış kişilerin de mesleğe girmesini, etik olmayan çalışmaların yapılmasını ve halkla ilişkiler hakkında olumsuz bir imajın oluşmasına neden olmaktadır. Alan araştırmalarının eksikliği de halkla ilişkilerde problemlerin varlığına işaret etmektedir (Canfield, 1973:20).

3.3. Almanya’da Halkla İlişkilerin Gelişimi

Halkla ilişkilerin başlangıcı Almanya’da tartışılan bir konudur. Almanya’da halkla ilişkiler tarihi; 19. yüzyıla ve daha da öncesine kadar uzanmaktadır. Tartışılan konulardan biri de halkla ilişkilerin Amerika’dan Almanya’ya aktarılmasıyla oluştuğu ya da Amerika’da ki gelişimden bağımsız bir şekilde kendiliğinden geliştiği yönündedir. Ancak 2. Dünya Savaşı’ndan sonra Amerika’nın halkla ilişkiler üzerindeki etkisi kesinlikle göz ardı edilmemelidir. Ekonomik ve siyasi yapılanma savaştan sonra Amerikan birlikleri tarafından yönlendirilmiştir. Hitler zamanında halkla ilişkiler alanında bir duraklama dönemi yaşandığından, 1945’den sonra bir meslek alanı olarak halkla ilişkilerde bir artış görülmektedir. Yeni bir iş alanının oluşmasının yanı sıra halkla ilişkilerin teori alanında da gelişmeler görülmektedir.

Halkla ilişkiler Almanya’nın tarihine bağlı olarak gelişmiştir. Bentele (1997:161). Almanya’nın halkla ilişkiler tarihini altı döneme ayırmaktadır:

Profesyonel olarak halkla ilişkiler alanındaki çalışmalar 19. yüzyılın başında başlayıp 1. Dünya Savaşı’nın sona ermesi ile bitmektedir. Bu dönem halkla ilişkilerin birinci dönemi olarak adlandırılmaktadır. Politik ve ekonomik alanda hareket edebilen ilk basın odaları bu dönemde kurulmuştur. Basınla olan ilişkilerin düzenlenmesini, geliştirilmesini sağlayan ilk temel basın standartlarının oluşturulması da bu döneme rastlamaktadır. Halkla ilişkiler açısından bu dönemin karakteristik özellikleri, halkla ilişkilerin hem bilgilendirme hem de manipülasyon için kullanılmış olmasıdır.

Halkla ilişkilerin gelişimi açısından Weimar Cumhuriyeti dönemi ikinci dönem olarak adlandırılmaktadır. (1918-1933) Bu dönem gelişimin ağırlık kazandığı bir dönemdir. Yeni sosyal düzenlemeler bu dönemde gerçekleşmiştir. Devletin baskı ve kontrolünden kurtulmuş, ekonomik özgürlüğünü eline almış demokratik düzenlemelerin yapıldığı bir basının varlığından bu dönemde bahsedebiliriz. Özgürlük alanlarının genişlemesi, halkla ilişkilerin de daha geniş ve daha sosyal alanlarda hizmet etmesine olanak sağlamış, bu sayede halkla ilişkilerin önemi giderek artmıştır.

1933'den 1945'e kadar olan dönem halkla ilişkilerin üçüncü dönemini oluşturmaktadır. Artık nasyonel sosyalistler devreye girmiştir. Bu tabii ki halkla ilişkiler alanında da değişikliklere neden olmuştur. Medya siyasi partilerin tekeli altındadır ve halkla ilişkiler faaliyetleri de bu kontrolle yapılmaktadır. 2. Dünya Savaşı'nın sonuna kadar Almanya'da bu şekilde bir düzen hakimdir.

Alman halkla ilişkiler tarihinin dördüncü dönemi; 2. Dünya Savaşı'nın sonu ile başlamakta olup dirilme dönemi olarak adlandırılmaktadır. Bu dönem Nazi devrinin sonu olup demokratik bir parlamentonun kurulduğu bir dönemdir. Bu dönemde Batı Almanya'da Birleşik Devletler askerleri her yere dağılmıştır. Halkla ilişkiler savaşın izlerini silmek için hareket etmektedir. Alman halkla ilişkiler ajanslarının yanı sıra Birleşmiş Milletler'ini kurduğu ajanslar da Almanya'da hizmet etmektedir.

5. dönem gelişme dönemi olarak adlandırılmaktadır ve 1958 yılında Alman Halkla İlişkiler Birliği'nin kurulması ile başlamıştır. Bu dönemde konferansların düzenlenmesi, tartışma ortamlarının oluşturulması, Deutsche Public Relations Gesellschaft'ın (DPRG) kurulması halkla ilişkilerin daha iyi anlaşılmasını ve kullanım alanlarının genişletilmesini sağlamıştır.

1960'lı yıllarda Doğu Almanya'da sosyalist halkla ilişkiler faaliyetleri başlamıştır. Artık geniş bir alana hizmet eden halkla ilişkiler faaliyetleri söz konusudur. Batı Almanya'da daha çok sosyal alanlarda halkla ilişkiler faaliyetleri yapılırken; Doğu Almanya'da sosyalist bir yapı nedeniyle halkla ilişkiler daha çok siyasi amaçlı olarak kullanılmaktadır. Halkla ilişkilerden bir propaganda aracı olarak

yararlanılmaktadır. Halkla ilişkiler, gazetecilik ve reklamcılıktan ayrı tutularak sadece propaganda yapmak amacıyla kullanılmıştır.

1980'li yılların ortasından yani 1985'den günümüze kadar halkla ilişkiler, altın dönemini yaşamaktadır. Artık bu alanda, profesyonel bir şekilde hareket edilmektedir. Halkla ilişkiler ajansları giderek büyümüş ve genişlemiş ve reklam ajansları ile birlikte hareket etme noktasına gelmiştir. Halkla ilişkiler birimleri üniversitelerde, özel işletmelerde ve diğer sosyal kurumlarda kendine bir yer edinmiştir (Bentele ve Junghaenel, 2004:157-158).

Alman düşünür Jürgen Habermas'ın eserlerinin İngilizce'ye çevrilmesi ABD'de ki halkla ilişkiler tarihinde de büyük değişiklikler oluşturmuştur. Habermas'ın simetrik iletişim, söylem, diyalog, konsensus ile ilgili görüşleri halkla ilişkiler teorilerinin gelişimine büyük katkı sağlamıştır (Nessmann, 2004:152).

Deutsche Werbung dergisinde Public Relations kavramını ilk kez Carl Hundhausen kullanmış 1938 yılında da Zeitschrift für Betriebswirtschaft da Public Relations başlıklı bir makale yayınlamıştır. (Oeckl, 1994:12). Kendisi bu kavramın diğer iletişim kavramlarından ayrı olarak incelenmesi gerektiğini savunmuştur. Prof. Dr. Albert Oeckl'de Carl Hundhausen gibi aynı amaçları halkla ilişkiler açısından savunmuş ve halkla ilişkilerin Almanya'da gelişmesi için yoğun çaba harcamıştır. Halkla ilişkilerde "Public Relations" yerine "Öffentlichkeitsarbeit" kavramı onun tarafından geliştirilmiştir (Flieger, 1987:6).

Almanya'da halkla ilişkilerin duayenlerinden sayılan Albert Oeckl aynı zamanda Alman Halkla İlişkiler Derneği'nin (DPRG) ve Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği'nin (IPRA) başında uzun yıllar görev almıştır. Franz Ronneberger'de Alman halkla ilişkiler tarihinde önemli görevler üstlenmiştir. 1970 ve 1980'lerde halkla ilişkilere teorik bir gözle bakmaya çalışmıştır. Kurum ve hedef kitlenin tutumu arasında değişen ilişkilerin önemli olduğuna dikkat çekmiş ve bu ilişkinin politik bir halkla ilişkilere dayandığına değinmiştir.

(http://de.wikipedia.org/wiki/Public_Relations).

Carl Hundhausen'e göre halkla ilişkiler; güven oluşturmak için kamuya yada ilgili bölümlerine kendini tanıtmaktır. Albert Oeckl ise; 1917'lerde kullanılan "Öffentlichkeitsarbeit" teriminin halkla ilişkilerde "public relations" yerine kullanılması gerektiğini savunmuş ve halkla ilişkileri karşılıklı anlayış için kamu ile birlikte kamu için ve kamuda çalışmak olarak tanımlamıştır (Oeckl, 1976: 11). "Öffentlichkeitsarbeit" terimi bilgi, uyum ve birleştirme sözcüklerinin toplamıdır (Bentele ve Wehmeier, 2003:240). Almanya'da ekonomistler ve halkla ilişkiler uzmanları daha çok PR kelimesini kullanırken, siyasi teşebbüsler "Öffentlichkeitsarbeit" kelimesini tercih etmektedir.

"Öffentlichkeit" kelimesi "public" yani halk kelimesi yerine tam olarak kullanılmamaktadır. Burada kast edilen halkın içinde bulunduğu alandır. İşte bu noktada anlam tartışmaları çıkmaktadır. Jensen'e göre sadece "public relation" denildiği zaman halkın içinde bulunduğu, etkileşim içinde olduğu alan göz ardı edilmektedir. Oysa bu ilişki ağı, halkı çevreleyen ve etkileşim içinde olduğu herkesi de kapsamalıdır. Bu sebeple "öffentlichkeitsarbeit" teriminin kullanılması daha doğru görülmektedir (Van Ruler ve Vercic, 2002:4).

Halkla ilişkiler halkın içinde bulunduğu alanın kalitatif ve kantitatif olarak ölçülmesi ve bunun ortak etkileşim oluşturması olduğu belirten Ronneberger ve Rühl (1992:23) "öffentlichkeitsarbeit" ve "public relations" terimini birleştirmektedirler.

4. HALKLA İLİŞKİLERİN İLİŞKİLİ OLDUĞU ALANLAR

Halkla ilişkilerin ilişkide olduğu bir çok alan söz konusudur. Bu alanların başlıcaları reklam, pazarlama, propaganda ve iletişimdir. Halkla ilişkilerin bu alanlarla olan ilişkisini şu şekilde değerlendirebiliriz:

4.1. Reklam ve Halkla İlişkiler

Reklamın pek çok tanımı bulunmaktadır. Bunlardan biri, reklam “belirli bir kaynak tarafından malların, hizmetlerin veya düşüncelerin para karşılığında iletişim araçları vasıtasıyla tarif edilerek duyulması” şeklinde tanımlanmaktadır (Okay, 2001:35).

Reklamcılar Enstitüsü'nün yaptığı tanıma göre, reklamcılık; “satılmak istenen bir ürünle ilgili olabilecek en ikna edici mesajı doğru insanlara olabilecek en ucuz şekilde sunmaktır” (Theaker, 2006:25). Reklam; bir ürünün ya da bir hizmetin tanıtımı ve satışını amaçlamaktadır. Halkla ilişkiler ise; hizmet ya da ürünü değil bunları üreten resmi ya da özel kuruluşların tanıtımını amaçlar. Kısaca reklamcılık ürün ya da hizmet için olumlu imaj sağlamaya çalışırken, halkla ilişkiler bunu kuruluş için yapmaya çalışmaktadır.

Halkla ilişkiler ve reklam arasındaki farkları genel olarak değerlendirdiğimizde; Reklam kısa sürede sonuç almaya yönelik bir tanıtım etkinliğidir. Halkla ilişkiler ise; uzun süreli bir tanıtım etkinliğidir. Reklam, iletişim araçlarında yer veya zaman satın alarak yapılan bir çalışmadır. Yayın garantisi vardır. Halkla ilişkiler ise; haber niteliği taşıyan etkinlikleri ücretsiz yayınlama çabasıdır.

Reklam çalışmasının sonuçları kısa sürede alınırken, halkla ilişkilerde bu süre uzamaktadır. Kuruluş bünyesinde reklamcılık pazarlama biriminin sorumluluğundadır. Halkla ilişkiler birimi ise üst yönetimle ilişkili ve bağımsızdır. Reklam etkinliğinin hedef kitlesi sınırlıdır. Halkla ilişkiler ise geniş kitleler için stratejiler üretmektedir.

4.2. Pazarlama ve Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler ile karıştırılan bir terim de pazarlamadır. Bunun nedeni de halkla ilişkilerin pazarlama karması olan ürün, yer, fiyat ve promosyonun önemli bir

parçası olarak kabul edilmesindedir. Ürün ve hizmetlerin pazarlanmasında kullanılan araçlardan bir tanesi de halkla ilişkilerdir.

Pazarlama Enstitüsü'nün tanımına göre pazarlama, tüketicinin ihtiyaçlarını olabildiğince kârlı bir şekilde tanımlamak, tahmin ve tatmin etmekten sorumlu olan idari bir süreçtir. Pazarlama kavramının temelinde insan ihtiyaçları ve istekleri vardır. İnsanlar neye ihtiyaç duyar ve arzu ederlerse bu talebe dönüşmektedir. Pazarlamacılar talepleri karşılamak için ürün ve hizmet sunmaktadırlar. Tüketiciler de bu ürün ve hizmetlerin arasından kendisine en fazla kullanımı, değeri ve memnuniyeti sağlayan ürün ve hizmeti seçerler. Pazarlamacılar ürün veya hizmeti bir değer karşılığında tüketiciye sunmaktadırlar (Okay, 2002:53).

Pazarlamada, tüketicilerin ihtiyaç duydukları türde ürünlerin üretilmesi ve satılması söz konusudur. Halkla ilişkilerde ise; bir satış ya da pazarın ihtiyaç duyduğu türde bir mal üretimi söz konusu değildir. Özellikle kâr amacı taşımayan resmi kuruluşlar veya küçük ölçekli kuruluşlar için aynı anlamı taşımaktadırlar. Büyük işletmelerin örgüt yapısından ayrı olarak yer alan pazarlama birimleri şirketlerin amaçları doğrultusunda hedef pazarlar oluşturmak için yapılan inceleme, planlama, uygulama ve denetim etkinliklerini sürdürmektedirler (Bıçakçı, 1998:128).

4.3. Propaganda ve Halkla İlişkiler

“Propaganda; duygusal sözcükler kullanarak ve bir şeyi bir çok kez tekrar ederek, kamuda veya bir kısım halk üzerinde belli davranışların özendirilmesini sağlayan örgütlenmiş bir çaba” (Ertekin, 2000:35) olarak tanımlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında propaganda; tek yönlüdür ve amaç sadece hedef kitleyi etkilemektir. Halkla ilişkilerde ise amaç; doğru bilgiyi en uygun araçlarla vermek ve tartışmaya açmaktır.

Halkla ilişkiler ve propaganda aynı kitle iletişim araçlarını kullanarak kamuoyu oluşturmaya çalışmaktadırlar. Halkla ilişkilerde kaynak, iletişimin etkileşimli olmasını gözeterek mesajını kitlelere benimsetmeye çalışmaktadır. Propaganda ise;

semboller, söz, hareket, jest, resim, müzik ve diğer araçlar yardımı ile kişilerin düşünce, davranış, tutum, amaç, değer ve tavırlarına etki yapmaya çalışmaktadır (Bıçakçı, 1998:128).

4.4. İletişim ve Halkla İlişkiler

Geniş anlamda iletişim canlılar arasında belirli ortak unsurlara dayanan bir süreçtir (Gökçe, 2003:7). Halkla ilişkiler açısından baktığımızda ise; iletişim, iletiler aracılığıyla yapılan bir sosyal etkileşimdir (Fiske, 1996:17). Halkla ilişkilerin temelinde iletişim yatmaktadır. Her halkla ilişkiler olayı aynı zamanda bir iletişim olayıdır. Halkla ilişkileri anlamak için iletişimi de anlamak gerekmektedir (Kazancı, 2002:47). İki öge arasındaki etkileşim iletişim olmaktadır. İletişim dediğimiz zaman kaynaktan, hedefe doğru olan bir bilgi akışından basitçe bahsetmekteyiz. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde belli amaca ulaşmak için iletişim planlamasından bahsedilmektedir. İletişim planlamalarının hazırlanması ilişkilerin daha kontrollü ve amaçların daha geçerli yürütülmesini sağlamaktadır.

Halkla ilişkiler uygulayıcıları halkla ilişkilerin diğer alanlardan da etkilendiğini unutmamalı ve görevlerini bu alanları da dikkate alarak yürütmelidir. Unutmamak gerekir ki bir halkla ilişkiler çalışması yürütülürken ilişkide olunan diğer alanlar göz ardı edilemez, kurum bir bütün olarak ele alınmaktadır, çünkü yapılan her çalışmadan diğer bölümlerde etkilenmektedir. Bu konu halkla ilişkiler eğitimi verilirken de dikkat edilmesi ve eğitime yansıtılması gereken bir husustur.

5. EĞİTİM AÇISINDAN HALKLA İLİŞKİLER KURAMLARI

Yaşamın akışını kuramlardan bağımsız olarak düşünemeyiz, bu sebeple insanın ilişkide olduğu her alanlarda kuramlardan bahsetmekteyiz. Kuramlar bize yaşadığımız dünyayı anlamlandırmamızda yardımcı olmaktadır.

Halkla ilişkilerinde bir disiplin olduğunu ve diğer disiplinlerden etkilendiğini düşünürsek bu alanda da uygulanan belli başlı kuramların olduğunu kabul ederiz. Kuramlar daha sonraki bölümlerde yer alan halkla ilişkiler eğitiminin verilmesinde etkili olmaktadır. Bu kuramlar sistem kuramı, bilgi ve davranış kuramları, toplumsal alışveriş kuramı, yayılma kuramı, toplumsal öğrenme kuramı ve kitle iletişim kuramlarıdır (Bıçakçı, 2002:106-107).

Sistem kuramı halkla ilişkiler alanında sık kullanılan bir kuramdır. “Bir sistemi oluşturan öğelerin gerek birbirleriyle gerekse bu öğelerin çevre ile olan ilişkilerini” açıklamaktadır (Gökçe, 2003:74). Etkileşimli ilişkilere dayalı olan bu kuram da halkla ilişkiler uygulamalarının kurumun çevresi ile uyumlu ilişkiler kurması, kurumun ilgili kamulara tanıtılması ve kamuların istek ve beklentilerinin yönetime iletilmesi ayrıca, çift yönlü bilgi ve kaynak paylaşımı söz konusudur. Sistem teorisi değişik gerçekleri oldukça basit bir şekilde saptama imkanı sağlamaktadır. Bir bütünün kısımlarının nasıl birbirlerini etkilediği konusunda fikirleri formüle dönüştürüp sonuçlarını tahmin etmek için kullanılmaktadır (Okay ve Okay, 2002:66).

Bilgi ve davranış kuramlarında; bilgi ve eylem söz konusudur. Bilişsel yapı, içerik ve bilişsel süreçler geçerlidir. Toplumsal alışveriş kuramına göre birey harekete geçmeden önce davranışların sonuçlarını öngörmektedir. Birey, ödül veya cezayı öngörerek bir davranışta bulunmakta ve stratejilerini belirlemektedir.

Yayılma kuramına göre, bireyler, bir düşünceyi kabul ederken beş evreden geçmektedir. Bu evreler; farkındalık evresi, ilgi evresi, değerlendirme evresi, deneme evresi ve benimseme (uyarlama) evresidir. Bu kuram bize önemli kararları nasıl elde edeceğimizi açıklamak bakımından önem arz etmektedir. Kitle iletişim araçlarının ilk iki evre de önemli olduğunu kişisel ilişkilerin de diğer iki aşamada önemli olduğunu savunmaktadır (Okay, 2002:75). Toplumsal öğrenme kuramına göre; kişisel örneklerin ve kitle iletişim araçlarının yeni davranışları öğrenip kabul etmemizde önemli rolleri vardır.

Kitle iletişim kuramına göre bireylerin tercihlerinin üzerinde medyanın önemli etkisi olduğu kabul edilmektedir. Halkla ilişkiler için bu araçlar önemli bir veri

kaynağı olmaktadır. Bireyi tanıyarak ona uygun mesajların hazırlanmasında bu araçlara sıkça başvurulmaktadır. Halkla ilişkiler kendi kuramsal alanı içerisinde başka kuramlardan da etkilenmektedir. Halkla ilişkilere ait kuramların başında James Grunig'in geliştirdiği dört model gelmektedir (Grunig, 1991:335).

Dört model kuramını Grunig, Todd Hunt ile birlikte geliştirmiştir. Bu kuramın özelliği tek yönlü iletişimden çift yönlü iletişime geçişin söz konusu olmasıdır. Halkla ilişkilerde dört model:

- Tanıtım ya da basın ajanlığı
- Kamunun bilgilendirilmesi
- Çift yönlü asimetrik ilişki
- Çift yönlü simetrik ilişki (Berth ve Sjöberg, 1998:29-30).

İlk iki modelde propaganda ön plandadır ve bir araştırma yapma söz konusu değildir. Kamunun bilgilendirilmesinde; bilgilerin tanımlanması için tek yönlü bir açıklama gerçekleşmektedir ve mesajların sadece yerine ulaşıp ulaşmadığı test edilebilir. Çift yönlü asimetrik modelde; halkla ilişkiler çift yönlü bir iletişim olarak karşımıza çıkmaktadır ve değişimlerin tanımlanmasında sosyal bilimler araştırma metodlarından yararlanmaktadır. Karmaşık bir yaklaşımı betimlemektedir, bu ilişki stratejik hedef kitleleri halkla ilişkiler çalışmalarını yürüten kuruluşun istediği şekilde davranmaya ikna edecek çalışmaları kapsamaktadır. Çift yönlü simetrik model ise dengenin ayarlanması, anlayışın sağlanması için araştırma metodlarını kullanmaktadır (Toth, 2002:244). Bu modelde yer alan uygulayıcılar kuruluş ile hedef kitle arasında ortak bir zemin yakalamayı amaçlayan mediatör görevi görmektedir. Diyaloğa dayanan bu model uygulamalarında, yönetimin aldığı feedback'ten etkilenmesi ve politikasına yön vermesi söz konusudur (Peltekoğlu, 2001:97). En etkili model çift yönlü simetrik iletişimdir. Diyebiliriz ki, stratejilerin geliştirilmesinde karşılıklı anlayış önemlidir. Yalnızca konuşmak değil hem konuşmak hem de dinlemek gerekmektedir.

Grunig ve Hunt'un çalışmaları kadar Glen Broom ve David Dozier'in de çalışmaları halkla ilişkiler açısından önemlidir. Broom ve Dozier'in geliştirdikleri ortak yönelim modeline göre kuruluşlarla hedef kitle arasında farklı ilişki türleri ya

da farklı ortak yönelimler söz konusudur. Farklı ilişki türleri bir kuruluşun ve hedef kitlenin ortak bir konuyu nasıl gördükleri ile ilgili farklılıkları temsil ederken; ortak yönelime göre ise; dürüstlük ve algılanan görüş birliği önemlidir. Bu modele göre halkla ilişkiler programları hazırlanırken dürüstlük ve görüş birliği çok önemlidir (Berth ve Sjöberg, 1998:31).

Halkla ilişkilerin örgütlenmesi, yapılan işlerin tanımlanması, iş etiği ve hakkındaki sunumları, liderlerin söyledikleri, halkla ilişkiler eğitiminin nasıl biçimlendirildiği ve bu alandaki akademisyenlerin halkla ilişkileri nasıl anlamlandırdıkları gibi sorulara yanıtlar, egemen ve alternatif kuramsal açıklamaları da beraberinde getirmektedir (Erdoğan, 2006:182). Halkla ilişkilerin örgütlenmesi ile birlikte halkla ilişkiler dalı bir disiplin haline gelmiş ve bir meslek olarak kabul görmeye başlamıştır.

6. HALKLA İLİŞKİLERİN ÖRGÜTLENMESİ

Örgütlenme, amaca ulaşmak için gerekli olan araç ve olanakları bir düzende toplamak anlamına gelmektedir. İşlerin ve planların gerçekleştirilmesi için örgütlere ve örgütlenmeye ihtiyaç duyulmaktadır. İyi bir örgüt ve örgütlenme ile işler, verimli bir biçimde sonuçlandırabilmektedir. Örgüt bir amaç değil, amaçların gerçekleştirilmesi için bir araçtır (Tortop, 1999:72).

Halkla ilişkilerin örgüt yapısı endüstrinin nasıl biçimlendiğini ve nasıl çalıştığını göstermektedir. Bu örgütlenmeye bakıldığında zaman, halkla ilişkilerin iki ana sektör içinde yer aldığı görülmektedir. Bunlardan bir tanesi; kamu sektörü diğeri ise özel sektördür. Kamu sektöründe örgütlenme; bir kurum içinde bir bölüm olarak görülmektedir. Özel sektörde ise; iki şekilde yer almaktadır. Biri; bir firmanın içinde bir halkla ilişkiler bölümü olarak diğeri ise; halkla ilişkiler firması olarak (Erdoğan, 2002:200).

Kamu kuruluşlarında örgütlenme kurumların yapısına göre değişiklik göstermektedir. Kurumlarda halkla ilişkiler bölümleri halkla ilişkilerin

profesyonelleşmesi ile yaygınlaşmaya başlamıştır. Türkiye’de örgütlenme devlet kurumlarında halkla ilişkiler danışma, enformasyon şeklinde başlamıştır. Sonraları ise, bu kurumlar halkın şikayetlerini alma, kurumun tanıtım ve reklamını yapma görevlerini de üstlenmiştir.

Firmalarda yani özel sektörde örgütlenen halkla ilişkiler stratejik bir yapı içinde halkla ilişkileri ele almaktadır. Firmalarda ve kurumlarda halkla ilişkilerin rolü ve etkinliği örgütün ve kurumun türüne, yönetimin halkla ilişkileri nasıl nitelendirdiğine, hangi konuma yerleştirdiğine, kime karşı ve ne tür sorumluluk verdiği de bağlıdır (Erdoğan, 2002:202).

Halkla ilişkiler firmaları da söz konusudur. Bu firmalar diğer firmalara hizmet vermektedirler. Halkla ilişkiler firmaları diğer firmaların pazarlama, propaganda, reklam promosyon gibi işlerini üstlenmekte, bu firmalara yönelik olumlu bir imaj yaratmaya çalışmaktadırlar.

Halkla ilişkiler biriminin her yer için gerekli standart bir yapısı ve büyüklüğü yoktur. Bu nedenle farklı örgüt yapısı içerisinde örgütün faaliyet alanı ve ölçeğine bağlı olarak değişik türde ve yapıda halkla ilişkiler birimleri görülebilmektedir. Burada unutulmaması gereken halkla ilişkilerin amacının, örgüt amaçları doğrultusunda örgüt imajını çevreye yansıtması gerektiğidir. Bu imajın içinde ne kadar saygınlık, güven, doğruluk gibi değerler varsa, o oranda da halkla ilişkiler başarılı olmaktadır (Kalyon, 2006:145).

6.1. Halkla İlişkilerde Meslekleşme

Halkla ilişkiler dünyada sürekli gelişmekte ve büyümekte olan bir meslek dalıdır, fakat hala gereken saygıyı görmemektedir. Medyanın büyümesi, kanalların artması ve rekabetin bu kanallar arasında gelişmesi toplumu enformasyon ve iletişim toplumuna dönüştürmüştür. Halkla ilişkileri etkileyen en önemli faktörler arasında ülkenin ekonomik ve siyasi sistemi ve bunların gelişimi yer almakta olup bu konuda medyanın etkisi de göz ardı edilememektedir.

Halkla ilişkiler kuramının uygulanması ve araştırılması sürekli incelenmesi ve anlaşılmasındaki gelişmelerle mesleğin her yıl daha kapsamlı ve karmaşık bir hâl aldığı ortadadır. Bu gelişmelerin büyüklüğü o kadar artmıştır ki; günümüzde halkla ilişkiler bölümü genişliği nedeniyle bu bilim dalının öğretildiği üniversitelerin eğitim programlarında, kesin çizgilerle ayrılamamaktadır (Black, 1998:12).

Meslek; bir kişinin hayatını kazanmak ve geçimini sağlamak için sürekli üzerinde çalıştığı iş veya fikir alanı olarak tanımlanabilir. Sosyolojik anlamda meslek; belirli faaliyet alanları etrafında yoğunlaşmış ve biçimlenmiş insani ilişkiler bütünüdür. Mesleki ilişkiler, kendisine özgü ve bu ilişkileri düzenleyip yorumlayan ve kolaylıkla gerçekleşmesini sağlayan bir takım normlar, değerler ve tutumlar geliştirmektedir.

Meslek belirli bir öğrenim ve tecrübe gerektirmektedir ve belirli kurallar dahilinde yapılmaktadır (Ertekin, 2000:75). Kalender'e göre (1999:25) bir uğraşın meslek olabilmesi için; faaliyet alanının belirlenmesi, işin tanımlanması, meslek adamının vazgeçilmez bir rol üstlenmesi, ahlak standartlarının bulunması, eğitim ve işe alma standartlarının olması, meslek görevlilerinin örgütlenmesi ve mesleğin herkes tarafından yapılmayacak bir faaliyet olduğunun kabul edilmesi gerekmektedir.

Halkla ilişkilerin iş alanlarında, toplumda, yönetimde farklı konumları söz konusudur. Yapılan bir araştırmaya göre halkla ilişkilerin konumu sorulduğunda deneklerin %33'ü yönetim pozisyonunda yer aldığını söylerken, %54'ü yönetimden sonra önemli bir pozisyonda olduğunu, %12'si önemli bir konumda olduğunu, sadece %1'lik bir oran düşük önem arz ettiğini savunmuşlardır. Halkla ilişkilerin özgür ve geniş bir alanda hizmet etmesi biraz da işletmenin büyüklüğüne bağlıdır. Günümüzde halkla ilişkilerin yönetsel bir pozisyonda mı, yoksa daha çok tekniğe dayalı uygulamalı bir pozisyonda hareket etmesi gerektiği ayrı bir tartışma konusudur (Theaker, 2006:451). "Özel sektör, kamu sektörü ve bağımsız sektörün enformasyona ulaşmaya, değerlendirmeye ve yaymaya duyduğu büyük gereksinim halkla ilişkilere stratejik bir kimlik kazandırmıştır. Halkla ilişkiler, bu yönüyle yöneticilerin çevresel değişimleri kontrol altına alabildiği ve uygun iletişim

teknikleriyle çözüm üretmeye çalıştığı bir yönetim fonksiyonu olarak üst kademelerde konumlanmıştır” (Yengin, 2004:255).

1961 yılında birleşen ve büyük bir örgüt olan Public Relations Society of America (PRSA) ve American Public Relations Association (APRA) halkla ilişkiler mesleği ile ilgili standartlar ve uyulması gereken ahlaki kuralları saptayarak meslekleşmeyi güçlendirmiştir. Bu kural ve standartlar doğrultusunda mesleğin yerinde yapılması için belirli değerler söz konusu olmaktadır.

Halkla ilişkilerde üç ayrı değer sisteminden bahsedilmektedir. Bu değer sistemleri teknik, yanlı ve karşılıklıdır. Teknik nitelikteki değer yargıları; mesajın düzenlenmesi, doğru olarak iletilmesi, uygun kitlelerin saptanması ve bu sürecin ne denli etkili olduğunun değerlendirilmesi ile ilgilidir. Yanlı, taraf tutan değer yargıları ise; inanç ve ideolojilerden kaynaklanmaktadır. Bu değer yargılarıyla anlatılmak istenen, halkla ilişkilerin hizmet ettiği amaca bağlılık, güvendir. Bu biraz kişisel bir yöndür. Son olarak da karşılıklı değer yargılarından bahsedilmektedir. Bu halkla ilişkiler uzmanının özel isteklerden daha çok, gerçeklerden yola çıkarak hareket etmesidir (Ertekin, 2000:77).

Uluslararası alanda halkla ilişkilerde ilk meslek örgütü 1955 yılında kurulan “International Public Relations Association“ (IPRA), Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği’dir. Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği halkla ilişkileri tüm dünyaya yaymak için ve bu mesleğin belirli kurallar etrafında yapılmasını sağlamak için Atina Kuralları’nı oluşturmuştur. Atina Kuralları’na göre bir halkla ilişkiler uzmanının uyması gereken hususlar şunlardır:

- İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi’nde belirtilen haklardan insanların yararlanması için moral ve kültürel koşulların gerçekleşmesine yardımcı olmak,
- Belli başlı haberlerin serbest yayını kolaylaştırarak, herkesin sorumlu, ilgili ve bilgili olabileceği haberleşme kanalları ve ortamını yaratmak,
- Davranışlarının benzer işlerde çalışan diğer meslektaşlarını da etkileyeceğini göz önünde tutmak,

- İnsan haklarına ve kişiliğine saygıyı, mesleğin yürütülmesinde daima unutmamak, insanların görüşlerini ifade edebileceği moral, psikolojik, entelektüel koşulları sağlamak,
- Tarafların her zaman karşılıklı çıkarları olduğunu dikkate alarak örgüt ve halkı birlikte düşünmek,
- Sözlerinde durmak, halkın memur ve diğer ilgilerin güvenlerini sağlamak için yasalara ve ahlaka uygun hareket etmek,
- Gerçekleri diğer yükümlülüklerinden dolayı saklamamak, haberlerin doğruluğunu incelemeyen yayımlamamak (Ertekin, 2000:78).

Halkla ilişkilerin çalışma alanı ise oldukça zengindir, bunlardan bazıları sıralanacak olursa (Erdoğan, 2002: 211):

- Özel sektör
- Danışmanlık firmaları
- Uluslar arası şirketler
- Devlet kurumları
- Ticari meslek kuruluşları/cemiyetler
- Siyasal kuruluşlar
- Sağlık kuruluşları
- Eğitim kuruluşları
- Yardım ve kültürel örgütler
- Özel çıkar gruplarının örgütleri
- Halkla ilişkiler ve reklamcılık şirketleri

6.2. Halkla İlişkiler Personeli ve Görevleri

Başarılı bir halkla ilişkiler faaliyeti için bilimsel bir çalışmaya ve bu çalışmayı yapabilecek yetenekli personele ihtiyaç duyulmaktadır. Bunu sağlayacak olan halkla ilişkiler görevlisi hedef kitleye dönük ve ona karşı duyarlı olan bir kişiliğe sahip olmalıdır. Olaylara eleştirel bir bakış açısıyla bakan, izleyen, değerlendiren ve gerekli değişiklikleri yapan, araştırma konusunda bilgi sahibi olmuş diğer sosyal

alanları da bilen ve halkla ilişkileri bunlarla ilişkilendirebilen bir kişidir halkla ilişkiler görevlisi. Halkla ilişkiler görevlisinin mevcut kitle iletişim araçlarını en iyi şekilde kullanabilmesi ve bunlardan yararlanması gerekmektedir.

“Halkla ilişkilerin faaliyet alanı; kurumla ilgili kamu arasında iki yönlü iletişime, sosyal sorumluluk duygusuna ve karşılıklı yarara dayalı ilişkileri kurmak ve geliştirmek, örgütün imajını oluşturmak ve sürekliliği ile verimliliğine katkıda bulunmaktır, bu doğrultuda halkla ilişkiler görevlisi kamuya bilgi verme, onlardan gelen açık ve gizli tepkileri, örgüte bildirme, örgüt lehine olumlu bir imaj oluşturma, kamu ve örgütün karşılıklı yarar doğrultusunda bütünleşmesini sağlama, çevreyi gözleyerek örgüt ve kamuya zarar verebilecek gelişmelerin tedbirlerini alma gibi işleri yürütecektir” (Kalender, 1999:26).

Glen Broom ve David Dozier'in (1995:59, akt.: Theaker, 2006:86-87) çalışmalarına göre halkla ilişkiler uzmanlarının büründüğü iki önemli rol vardır. Bunlar iletişim teknisyeni ve iletişim müdürüdür.

İletişim teknisyeni, iletişim programı oluşturan, basın bültenleri hazırlayan, şirket tarafından yayınlanan dergilerin editörlüğünü yapan kişidir. Hangi iletişim mekanizmasının verilmek istenen mesaja daha uygun düştüğünü belirlemek için yapılan araştırmalardan faydalanır, fakat kendisi araştırma yapmaz daha çok uygulama sürecine odaklanır, karar verme sürecinde bulunmaz.

İletişim müdürü, karar verme mekanizmasının önemli bir parçasıdır. İletişim programlarını planlamakta, yönetmekte ve yönetime danışmanlık yapmaktadır. İletişim müdürünün de yerine getirdiği çeşitli rolleri vardır. Teşhis uzmanı bu rollerden biridir. Bu kişi; halkla ilişkilerde sorunları teşhis edip tanımlamakta ve çözebilmek için iletişim programları oluşturup uygulamaktadır.

İletişimci, organizasyon ve halk arasında çift yönlü iletişim kuran arabuluculardır. Hem şirketin hem de paydaşların ortak menfaatine göre hareket etmektedirler. Sorun çözücü de iletişim müdürünün üstlendiği bir diğer roldür. Burada amaç var olan sorunların çözüme ulaşmasını sağlamaktır. İletişime yönelik

ihtiyaçlar ortaya konmakta ve uygulama süreci için tavsiyelerde bulunulmaktadır (Theaker, 2006:87).

Halkla ilişkiler alanında çalışan kişiler şu faaliyetlerde bulunmektedir (Okay ve Okay, 2001:317):

- Yönetime danışmanlık yapmak,
- Yönetimin politik kararlarına katılmak,
- Halkla ilişkiler programları planlamak ve bu programları st yönetime aktarmak,
- Orta düzeydeki yönetimle işbirliği yapmak,
- alışanlarla işbirliği yapmak,
- Konuşmaları dinlemek,
- Konuşma yapmak ve başkaları için konuşma hazırlamak,
- Kurumsal toplantılara konuşmacılar çağırmak,
- Radyo ve televizyon programlarında konuşmacıların yer almasını sağlamak,
- Toplantılar düzenlemek,
- Tanıtım materyalleri hazırlamak,
- Gazeteci ve editörlerle konuşmak,
- Basın konferansları düzenlemek,
- Makaleler yazmak,
- Kamuoyu araştırması yapmak,
- Olayları planlamak ve yönetmek,
- Geziler düzenlemek,
- Mektuplar yazmak,
- Broşür, bülten ve raporlar yazmak,
- Çalışanlara yönelik bültenler hazırlamak,
- Duyuru panoları düzenlemek,
- Posterler hazırlamak,
- Film ve video kasetleri planlamak,
- Slayt hazırlamak,
- Sergi düzenlemek,
- Resim çekmek ve fotoğrafçıları denetlemek,

- Ödüller düzenlemek,
- Ziyaretçileri karşılamak,
- Yardım isteklerini incelemek,
- Halkla ilişkiler programlarını değerlendirmek.

Bu meslekte başarılı olabilmek için yapılacaklar Erdoğan (2006:214) tarafından şu şekilde özetlenmiştir:

- Halkla ilişkiler temel olarak bir gazetecilik girişimidir. Bu nedenle üstün reporting ve araştırma, yazma, düzeltme ve üretim becerisine sahip olunmalıdır.
- Halkla ilişkiler yapacak olanlar aynı zamanda iş bilgi ve becerisine de sahip olmadırlar.
- Ciddi bir sosyal bilimler eğitimi ve belli bir alanda ve endüstride derin bilgiye sahip olma örgütsel tasarım ve kuram bilme de önemlidir.
- İnceleme ve planlama becerisine sahip olma.
- Hayal gücünün yüksek olması.
- Takım oyuncusu olma, bu demektir ki farklı yapılardaki insanlarla bir araya gelerek onlarla çalışabilme.
- Gündemi takip etmek çevrede olan biten hakkında haberdar olmak, bu nedenle dergileri, gazeteleri, mesleki yayınları takip etmek.
- Üstün iletişim becerisine sahip olmak.
- Etkili konuşma ve ikna becerisine sahip olmak
- Yaratıcı olmak.
- Araştırma bilgisine sahip olmak.
- Eleştirel düşünme ve yaratıcı sorun çözme yeteneğine de halkla ilişkiler uzmanı sahip olmalıdır.
- Diğer insanlara duyarlı olmalı ve aynı zaman da verilen işi zamanında bitirmeyi kendisine alışkanlık haline getirmelidir.

Halkla ilişkiler bölümü açısından üst kademede çalışanlar yönetime daha yakın idareci bir görev üstlenirken alt kademede çalışanlar halkla ilişkilerin daha çok

teknik boyutu, uygulamalı boyutu ile ilgilenmektedir. Bıçakçı (1998:131-132) halkla ilişkiler yöneticisinde bulunması gereken özellikleri şu şekilde sıralamıştır:

- Halkla ilişkilerci aynı zamanda bir iletişim uzmanı ve yönetim danışmanı olmalıdır.
- Halkla ilişkilerci sağduyu sahibi, gerçekçi düşünüp bu doğrultuda plan yapabilen inandırma becerisine sahip bir kişilik taşımalıdır.
- Halkla ilişkilerci, gazetecilik, psikoloji, sosyoloji, ekonomi, işletmecilik, hukuk ve edebiyat gibi uzmanlık alanlarına ilişkin geniş bir genel kültüre sahip olmalıdır.

Halkla ilişkiler mesleğini yürütenler, çalıştıkları kurumları kamuoyuna olumlu bir şekilde tanıtmak ve kamuoyu ile kurum arasında iyi ilişkiler kurulmasına yardımcı olmak görevlerini üstlenmiştir. Bu görevleri yerine getirirken kendilerinden sosyal sorumluluğa sahip olmaları ve etik değerlere uygun davranmaları beklenmektedir. Burada önemli olan kurumsal sosyal sorumluluk ve etik değerler ile halkla ilişkilerin sosyal sorumluluk ve etik değerlerin örtüşmesidir. Halkla ilişkiler mesleğinde sosyal sorumluluk ve etik değerlerin uygulanabilmesi, mesajlarda doğruluk ve dürüstlüğü, medya ile ilişkilerde etik değerlere saygıyı, müşterilerle ilgili bilgilerin gizliliğini ve bu konuda güvenilir olmayı gerektirmektedir (Kalyoncu, 2006:158).

Bökellman'ın (1991:66-80, akt.: Bentele ve Junghaenel, 2004:163) yaptığı ampirik bir araştırmaya göre halkla ilişkiler çalışanlarının kendilerinin kabul ettiği üç profesyonel görevleri vardır. Bunlar kurumu tanıtmak, araştırmak ve kurumla halk arasında bağlayıcı bir rol üstlenmektir.

Bir halkla ilişkiler etkinliğinin ise; dört bölümü olduğundan bahsedilmektedir. Bunlar:

- Çözümlemek, araştırmak, sorunları tanımlamak,
- Faaliyet planı hazırlamak,
- Programı anlatmak ve uygulamak,

- Sonuçları izlemek, değerlendirmek ve olası değişiklikleri yapmak (Sjöberg, 1998:15).

Geniş bir bilgi birikiminin gerekli olduğu halkla ilişkiler alanında, başarılı olabilmek için iletişim yöntemleri hakkında bilgi sahibi olmak, yönetim, organizasyon yeteneği, dürüstlük ve güçlü bir kişilik ve liderlik özelliklerine sahip olmak gerekmektedir (Peltekoğlu, 2001:113).

Halkla ilişkiler mesleğini yürütecek olan kişilerin eğitimin yanı sıra bazı özelliklerle de donatılmaları gerekmektedir. Bir halkla ilişkiler uzmanında bulunması gereken nitelikler Asna (1997:256-258) tarafından şu şekilde sıralandırılmıştır:

- Dilini iyi kullanmasını bilmelidir.
- Genel kültür sahibi olmanın yanı sıra sosyal ve ekonomik konularda yeterli eğitimden geçmiş olmalıdır.
- Gazetecilik mesleği, halkla ilişkiler mesleği için ihmal edilmeyecek bir niteliklerdir.
- Dış görünümüne dikkat eden, insanları kendisinden uzaklaştırmamaya özen gösteren kişidir.
- İnsanları sevmelidir.
- Kendi sorunlarını bir taraf bırakacak, kızgınlığını, üzüntülerini içine atıp güler yüzlü olabilecek kadar sabırlı davranmalıdır.
- Görgü kuralları, topluluk içinde davranma biçimi meslekte önemlidir.
- Gerçekleri çabuk kavramayı, kendisini ve olayları dürüstçe değerlendirmeyi ve eleştirmeyi, insanları örgütlemeyi bilen, esneklik, sağduyu, espri ve hayal gücü ile araştırıcılık yapabilen bir kişidir halkla ilişkiler uzmanları.
- Kendine güvenir ve karşısındakilere bu güveni hissettirir.
- Kendi dili dışında iyi konuştuğu dillerin sayısı başarıyı arttırmaktadır.

Endüstrinin büyümesi ve gelişmesi ile birlikte yaşam standartlarında da bir bozulma söz konusu olmuş, sendikalaşma hareketlerinin karşısında bir baskı ortamı oluşmuştur. Böyle bir ortamda insanları ikna ile yönetmenin daha kolay olacağı düşüncesi de böyle bir zamanda gelişmiştir. Basın ajansları halkı en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan gazetelerle yönlendirmeye o zaman çalışmaya

başlamıştır. İşte bu dönemde basın ajansı yoluyla eski gazeteciler yeni bir meslek edinmişlerdir. 1917’de Amerikan halkının 1. Dünya Savaşı’na katılması için yoğun propaganda yapan Creel Komisyonu, halkla ilişkiler mesleğini oluşturulmasında önemli olmuştur (İşler, 2005:88). Bu yeni meslek kapitalist endüstrinin gelişmesi ile birlikte büyüyüp genişlemiş, nitelikli elemana olan ihtiyaç artmış bu durum da eğitime yansımış ve yeni bir meslek dalının oluşması için ilk adımların atılmasını sağlamıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

EĞİTİM VE HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİ

Öğrenebilen, öğrenme yeteneğine sahip olan insan yapıp deneyerek, deneyerek yanılarak öğrenmektedir ve öğrendiklerini, uygular, sınar, geliştirir ve başkalarına öğretir (Güvenç, 1987:314). Öğrenme bir uyum sürecidir (Yılmaz ve Sünbül, 2004:3). Bireylerin doğru ya da bilgili olduğuna inandıkları şeylerin toplumsal ortam tarafından belirlendiği böyle olmasa, bile etkilendiği düşüncesi eskilere dayanmaktadır (Burke, 2000:3). Bu toplumsal ortam içerisinde eğitim ön plana çıkmaktadır.

Bir ülkenin kalkınması sadece ekonomiye değil aynı zamanda sosyal, kültürel, alanlarında gelişmesine bağlıdır. Bu anlayış içinde eğitim çok önemlidir. Eğitim, insanlığın doğuşundan beri daima mevcuttur. Günümüzde de uygarlık düzeyi ne olursa olsun her toplumda eğitim var olmuştur. Nüfusu sınırlı olan ilkel bir kabilede, insanoğlu bir taraftan temel ihtiyaçlarını karşılamak için kullandığı araçları geliştirmiş, bir taraftan da toplumdaki bireylere eğitim vermeye çalışmıştır. Böyle bir toplumda birey, canlı- cansız çevre ile etkileşim yoluyla eğitilmiştir. Öğrenmenin olduğu her durumda insan; davranışlarını değiştiren bir eğitim sürecinden bahsedilmektedir (Varış, 1998:6).

1. EĞİTİM KAVRAMI

Her insan sahip olduğu bir çok yetenek ve ihtiyaçları ile dünyaya gelmektedir. İhtiyaçlarının karşılanması ve yeteneklerinin geliştirilmesi için hayatları boyunca süren bir yetiştirme yetiştirilme süreci içine girmektedirler. Eğitim de bu süreci kapsayan bir kavramdır (Ergun ve Ergezer, 1999:1).

Genel olarak eğitimden bahsedildiği zaman okula gitme ve öğretim kastedilmektedir. Bu anlamda zihnin neredeyse her niteliği, eğitimin bir ürünü

olmaktadır. Mesela merhamet ve sebat gibi nitelikler eğitimin ürünüdür. Yani zihnin bu gibi niteliklerinin eğitimin ürünü olduğunu söylemek, onların öğrenilmiş olduğunu söylemektir. Bu anlamda eğitim her türlü araçsal değerle bağdaştırılabilmektedir (Yayla t.y.).

Eğitim insan üzerine bir etkidir. Bir kişinin iyi eğitilmiş olduğundan bahsedildiği zaman sadece fiziki nitelikleri değil aynı zamanda eğitimin bilişsel açıdan insanı geliştirmeyi amaçladığı da düşünülmelidir (Adams, 1994:170).

Eğitim, insanları belirli amaçlara göre yetiştirme sürecidir. Bu sürecin sonucunda birey farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma eğitim sürecinde kazanılan bilgi, beceri, tutum ve değerler yoluyla gerçekleşmektedir (Fidan ve Erden, 1998:5). Enformasyon “çiğ”, özgül ve pratik olanı tanımlarken, bilgi, “pişmiş” işlenmiş ya da sistemleştirilmiş olandır (Burke, 2000:12). Bu sistemleşmiş olan bilgilerin aktarımında ise eğitim kurumlarından yararlanılmaktadır.

Eğitim toplumsal bir kurumdur. Toplumsal kurum belli bir alanda insanlar arasında oluşan ilişkiler olgusunu anlatan bir kavramdır. Bir toplumun amacı sonsuza kadar yaşamaktır. Toplumun yaşayabilmesi için gereksinimlerini karşılayabilmesi, gereksinimlerini engelleyen sorunları çözmesi zorunludur.

Toplumda gereksinimlerin karşılanması, sorunların çözülmesi insanlar arasında düzenli ilişkilerin kurulmasını gerektirir (Başaran, 1988:14). Bu da eğitim vasıtasıyla olmaktadır. Çocukların eğitime başladıkları ilk yer ailedir. Ailede verilen eğitim planlı, programlı olmayabilir. Aile bireyleri çocuklarına daha çok içgüdüsel yaklaşmaktadırlar. Bireyin eğitiminden sorumlu olan, planlı ve programlı bir şekilde işlemlerini sağlayan kurumların başında eğitim kurumu olarak okul gelmektedir.

Okul, toplumun ve bireylerin gereksinimleri uygun olarak önceden belirlenmiş programlar doğrultusunda öğretim aktiviteleri sunan, öğrencilerde istenilen davranış değişikliklerinin ulaşılmaya çalışıldığı yerdir (Toprakçı, 2002:293). Okul toplumun eğitim alanında yaşama gereksinimlerini karşılamak sorunlarını çözmek için ortaya çıkan toplumca benimsenen yasa ve kurallara uygun olarak işleyen toplumsal dokudur. Eğitim kurumu toplumu yaşatmayı yükleneyecek olan insanı yetiştirmektedir.

Eğitim kurumlarının oluşmasında savunma, çalışma, din ve hukuk kurumlarının buyk etkisi olmuştur (Başaran, 1988:14).

Okul, bireylere gelişme ve toplumsal hareketlilik ortamı yaratmaktadır. Bireylerin işçi, memur, vatandaş ve anne- baba olarak yeterliliklerini sağlamakta ve geliştirmektedir. Okul aynı zamanda toplumun ekonomik kalkınmasına katkıda bulunup, toplumsal sorunların ozmlenmesine de yardımcı olmaktadır (Güçlüol, 1990:31).

“Okul önceden belirlenmiş eğitim politikalarına uygun olarak, eğitmek istediği bireylere yeni davranışlar kazandıracak, istenmeyen davranışlarını azaltacak ya da kaldıracak yaşantılar hazırlayıp sunan toplumsal bir kurumdur” (Nural, 2002:294).

Okul çalışmalarıyla toplumun sosyal dokusunu etkilemektedir. Bir toplumu tanımadan önce okulları hakkında bilgi alarak o toplum hakkında fikir yürütmek mümkün olmaktadır (Varış, 1998:117). Bir taraftan geniş bir toplum analizine; diğer taraftan bireyin gelişmesine göre formüle edilen eğitim, ğretim amaçlarının gerçekleşmesi için çeşitli ders konularını ve etkinliklerini en etkin yöntem ve tekniklerle öğreterek, sonuçları değerlendiren ve gelişmeyi planlayan okul, diğer toplumsal kurumlar gibi içinde bulunduğu toplumun özelliklerini yansıtılmaktadır.

Waller okul kültürünü incelemiş ve okulun özelliklerini şu şekilde sıralamıştır (akt.:Toprakçı, 2002:294):

- Belirli bir nüfusu vardır.
- Açıkça ifade edilmiş siyasal bir yapısı vardır.
- Üyeler arasında sıkı birbirine bağlı toplumsal ilişkiler sistemini temsil eder.
- Üyeler arasında biz duygusu vardır.
- Kendine özgü bir kültürü vardır.

Toplumun bireyleri kendi kültürünün istek ve beklentilerine uygun şekilde etkilenmesine ve değiştirilmesine kültürlenme denir. Kültürlenme amaçlı (kısıtlı) yapılan kısmı eğitimidir. Amaçlı kltrlenmeye “formal eğitim”, yaşam içinde kendiliğinden oluşan eğitime ise “informal eğitim” denir (Toprakçı, 2002:122).

Formal eğitim amaçlı bir program çerçevesinde yürütülmektedir. Eğitim baştan sona kadar kontrollü olarak yapılmaktadır, formal eğitime örnek olarak okulları vermekteyiz. Formal eğitim örgün ve yaygın eğitimden oluşmaktadır. Örgün eğitim belirli yaş grubundaki ve aynı seviyedeki bireylere amaca göre hazırlanmış programlarla okul çatısı altında düzenli olarak yapılan eğitimidir. Okul öncesi eğitimi, ilk öğretimi, orta öğretimi ve yüksek öğretimi kapsamaktadır (Türk, 1991:110).

Yaygın eğitim yetişkinlere okuma- yazma öğretmek, temel bilgiler vermek en son devam ettiği öğretim kademesinde edindikleri bilgi ve yetenekleri geliştirmek ve hayatlarını kazanmalarını sağlayıcı yeni nitelikler kazandırmak amacıyla verilen okul dışı eğitimidir (Adem, 1981:2). Yaygın eğitim, örgün eğitim sistemine hiç girmemiş, herhangi bir kademesinde bulunan veya bu kademelerden birinden ayrılmış olan bireylere ilgi ve gereksinim duydukları alanda örgün eğitimin yanında ve dışında düzenlenen eğitim faaliyetlerinin tümünü kapsamaktadır (Toprakçı, 2002:123).

İnformal eğitim de ise birey her şeyi yaşamdan kendisi tecrübe ederek öğrenmektedir. Birey karşılaştığı durumlar sonucu bir şeyler öğrenmektedir. Burada birey çevresinde olup bitenleri gözlemleyerek öğrenme yoluna gitmektedir.

2. EĞİTİMİN AMACI VE İŞLEVİ

Eğitimin bireyler üzerinde oluşturmak istediği, hedeflediği belirli amaçları söz konusudur, bu amaçlar; zamana, topluma, öğrencilerin yaşına, sınıflarına ve derslerin içeriğine göre değişmektedir. Burada amaç öğrencilerde henüz oluşmamış ama eğitim vasıtasıyla elde edecekleri değişiklikler yaratmaktır.

Eğitimin amacı; sadece belli başlı bilgilerin kuşaklara aktarılması ve onların yetiştirilmesi değildir veya amaç sadece bireylere bir diploma kazandırmak olmamalıdır. Eğitim bireyin her anında onu değiştirecek bir amaçtır. Bu açıdan baktığımızda eğitimin amaçlarını şu şekilde sıralayabiliriz (Er, 1997:67):

- Toplumun yaşam geleneğini ve sürekliliğini sağlamak,

- Kùltürü zenginleştirip, biçimlendirerek, toplumun yenileşmesine katkıda bulunmak,
- İyi üretici ve tüketiciler yetiştirerek ekonomik verimi artırmak ve bu yolla toplumun refah düzeyini yükseltmek,
- Siyasal bilinç uyandırarak yetiştirdiği bireyleri sorumlu vatandaşlar haline getirmek,
- Çocuğu ya da genci sosyalleştirerek, onun toplumun fonksiyonel bir üyesi olmasını sağlamak.

Değişme ve değişmenin varolduğu, bugünkü sorunlarla çözümlerinin dünkülere ve yarınkilere benzemediği gerçeği dikkate alınırđa eğitimin çok daha farklı işlevleri olduğu gerçeği de göz ardı edilemez (Güçlüol, 1990:31). Öğrencilerin, eğitilenlerin akademik başarılarını arttırmak, onların kişisel gelişimlerine hız kazandırmak, toplumsal kalkınma doğrultusunda gerekli davranışların öğretilmesini sağlamak temel amaçtır.

Eğitimin amaçları öğrenme yoluyla gerçekteşmektedir. Öğrenme de öğretmeyle mümkün olmaktadır. Öğrenme bireyi toplumsal bir varlık yapan ve onu diğer varlıklardan ayıran önemli bir özelliğidir. Bireyin çevresi ile etkileşim kurması sonucu meydana gelen davranış değişiklikleri öğrenmenin bir sonucudur. Öğretme ise öğrenmeyi amaçlayan bir etkinliktir. Bilinçli ve amaçlı olarak yapılmaktadır (Fidan ve Erden, 1993:13).

Eğitim amaçlarının yerine getirilmesinde bazı faktörler etkili olmaktadır. Bunlar (Ergün, 1999:27):

- Motivasyon teknikleri
- Ders metodları
- Dersin sosyal organizasyon biçimleri
- Öğretmen şahsiyeti ve davranışları
- Okul sistemleri

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte bireylerin kendi eğitim programlarına katkı yapma oranları da artmaktadır. Öğrencinin kendi

öğrenmelerinden sorumlu olduğu, ilgili konuları bizzat kendisinin araştırarak, gözlemleyerek ve yorumlayıp uygulayarak kazandığı bir eğitim ve öğrenme ortamının yaratılması bireyin aktif katılımı için çok önemli olmaktadır (Oktay, 2004:25). Eğitimin amaçları doğrultusunda oluşan belli başlı işlevleri vardır ve bu işlevler doğrultusunda eğitim bir anlam kazanmaktadır. Eğitimin toplumsal, siyasal, ekonomik ve bireyi geliştirme işlevleri vardır. Toplumsal işlev açısından baktığımızda toplumun kültürünü aktarma, ve toplumun kültürünü değiştirme ve toplumsallaştırma işlevi vardır. Toplumsallaştırma işlevi içerisinde bireyin kişilik edinmesi de söz konusu olmaktadır.

Siyasal işlev açısından toplumlar, varlıklarını korumak ve devamını sağlamak istemektedirler. Siyasal bilinç kazandırma ve siyasal lider yetiştirme de bu işlev sayesinde gerçekleşmektedir.

Ekonomik işlev üretici bireyler yetiştirmenin yanı sıra bilinçli tüketicilerin yetiştirilmesinde de bize yardımcı olmaktadır. Eğitimin bireyi geliştirme işlevi ise, bireyin, sosyal, bedensel ve zihinsel gelişimine yardımcı olarak onların doğal ve toplumsal çevrelerinden en iyi biçimde yararlanmalarını sağlamaktır. Dolayısıyla eğitim çabalarının genel amacı yetişmekte olan kuşakların topluma sağlıklı ve verimli bir şekilde uyum sağlamalarına yardım etmektir.

Ülkelerin ekonomik, teknik ve sosyal yönden ilerlemesi o ülkenin nitelikli insan gücü kaynağına bağlıdır. İnsan gücünün oluşturulması da eğitimin işidir. En geniş anlamıyla eğitim, sosyal yaşamı sürdürme aracı olarak tanımlanmaktadır. Sosyal grubun amaç ve alışkanlıklarından habersiz ve bunlara kayıtsız olarak dünyaya gelenleri, amaçlar ve alışkanlıklar doğrultusunda bilinçlendirmek ve aktif olarak bilgilendirmek gerekir. Bu boşluk ise ancak eğitimle doldurulabilmektedir (Uğurlu, t.y.).

3. EĞİTİMİN DİĞER BİLİMLERLE İLİŞKİSİ

Eğitimin gelişmesinde bir çok bilim etkili olmaktadır. Bu bilim dalları kendi alanlarında eğitimi etkilemektedir.

3.1. Eğitim ve Felsefe İlişkisi

Tarihsel süreç içerisinde ele aldığımız zaman felsefenin kültürden kültüre farklılık gösterdiğini görmekteyiz. Felsefenin ne olduğuna dair çok farklı görüşler vardır. Bunlardan bir tanesi felsefe, insanın yaşadığı dünyanın yapı ve işleyişini anlama çabasıdır. Bir başka görüşe göre ise felsefe; gerçeği bulma ve öğretme yönündeki çabalardır. Gerçeği bir bütün olarak araştırmayı ve insanın aklını kullanarak etrafında olup bitenleri anlamaya ve aydınlatmaya çalışması felsefe olarak tanımlanmaktadır (Ergün, 1999:10).

Felsefe özünde bilgiyi barındırmaktadır. Eğitimin aslında bilginin sevilmesi ve yayılması yatmaktadır. İşte iki kavram bu noktada birbiri ile örtüşmektedir. Felsefe eğitim, kültür, toplum, bilim, ekonomi gibi bir çok disiplinle etkileşim halindedir. Eğitimin tam anlamıyla gerçekleşmesi için felsefe gibi diğer bilimlere başvurması gerekmektedir. Eğitim felsefesi kuramları, sistemleri, yenilikleri, teknolojiyi yakından izler buralardan elde ettikleri ile hem kendini oluşturur hem de onların gelişmesine yardımcı olmaktadır. Eğitim felsefesi bize eğitimin temelinde nelerin yattığını anlamlandırmamızda yardımcı olmaktadır.

“Eğitim felsefesi, felsefenin ve felsefi tutum ve yöntemlerin eğitim bilimi dikkate alınarak ve onunla uygun bir şekilde eğitim olgu ve uygulamalarına uygulanmak üzere bilimle üstü kuramsal geçerliliğe ulaşma, böylece eğitimbiliminin ufuklarını genişletme prosedürlerinin tümüdür” (Değirmencioğlu, 1997:32). Genel felsefe belirli ilke ve temel davranışları belirlerken eğitim felsefesi de eğitim sürecinin biçimlendirilmesinde ilke olarak ideal yaşamı amaçlar (Varış, 1998:70). Eğitim felsefesinin temel amacı eğitimin ne olduğunu açıklamaya yardımcı olmaktadır.

Eğitim felsefesi ahlaki ve sosyal felsefenin bir parçası olup; amaç, yöntem, program gibi eğitim sorunlarını ahlak ve sosyal felsefenin bir problemi olarak ele almaktadır. Aynı zamanda eğitim felsefesi eğitimi engelleyen sorunları eğitime yön veren kavramlarla açıklamaya çalışmaktadır (Ergün,1999:13).

Eğitimin oluşmasında belirli davranış modelleri ve eğitim kuramları etkili olmaktadır. Bunlar eğitim alanında meydana gelen sorunların felsefi bir şekilde irdelenmesi için yardımcı olmaktadır. Bunlardan bir tanesi de klasik görüştür. Bu görüşe göre eğitimde dini geleneklerin çok büyük etkisi söz konusudur. Bu durumda eğitimin şekillenmesinde liberal eğitimin gelişmesi yani zgr bireylerin yetiştirilmesi esastır. Diğer bir aşamada haçlı seferlerin eğitime etkisi ve rönesansın etkisidir. Klasik görüşe göre eğitimin ana amacı, “sezgi yeteneğine sahip, zihinsel yönden parlak liderler yetiştirmektedir” (Varış, 1998:76).

Eğitimde kullanılan diğer bir görüş de esası görüştür. Bu görüşe göre fikir ve içerik geçmiş kültür ve deneyimlerden alınmaktadır. Elde edilen bilgi ve kültür öğretimin içeriğine yansımaktadır ve konu eğitimin merkezinde yer almaktadır. Esası görüş, geçmiş deneyimleri kullanarak gerçekte zamanın genel sorunlarıyla uğraşmaktadır. Bu görüşü benimsenler daha çok programların konu alanı üzerinde durur ve zamanın tecrübesinden geçmiş, kalıcı temel konuların ve değerlerin seçimine önem vermektedir. Bu görüşe göre geçmişten gelen temel bilgi ve değerlerin önemli yanları korunup yeni kuşaklara öğretilirse yeni kuşaklar geçmişin başarılarını daha rahat kullanabilirler (Fidan ve Erden, 1993:130). Bu görüşün dayandığı temel ilkeler şunlardır (Fidan ve Erden, 1993:130) :

- Öğrenmenin doğasında çok ve sıkı çalışma ve zorlanma vardır.
- Eğitimde ve öğretimde girişim öğrenciden çok öğretmende olmalıdır.
- Eğitim sürecinin özünü, konu alanın çok iyi düzenlenmesi oluşurmaktadır.
- Okulda zihinsel disiplin yaklaşımının geleneksel yöntemleri kullanılmalıdır.

Diğer bir görüş ise deneyci görüştür. Deneyci eğitimin amacı bireyin çevresine uyumuna ve çevresini geliştirmeye yardımcı olmaktır. Bunun için farklı aşamalar ayarlanmıştır. Ampirizm; burada önemli olan gerçeğin ne olduğudur. Bu bilgiye de yaşadıklarımız sonucunda ulaşılmaktadır. Eğitim sistemi de buna bağlı olarak

doğrudan elde edilen deneyimler tarafından oluşturulmaktadır (Varış, 1998:76). Deneyci görüşün gelişmesinde etkili olan bir diğer görüşte doğalcılıktır. Bu görüşe göre toplumsal kurallar bireyi özünden uzaklaştırdığı için eğitimin doğal bir gelişim izlemesi gerektiği yönündedir.

Varoluşçu görüşe göre ise; insan ön plandadır. İnsan kendi kararlarını kendisi vermelidir. Okul programları çocukların gelişmesine yardımcı olacak nitelikte hazırlanmalıdır. Öğretim süreci içerisinde birey mevcut seçenekler içerisinde kendisi doğruyu bulmalı ve seçmelidir (Fidan ve Erden, 1993:133). Varoluşçu görüşe göre eğitimin amacı, özgürlüklerin olmasıdır. “Böyle bir görüşün benimsenmesinde öğretmenin rolü ne rekabet eden bir kişilik olarak hizmet eden idealci ve bilgi veren gerçekçi, ne de sorun yaratan durumlarda danışman olarak hizmet eden bir davranış kalıbı değildir” (Varış, 1998:80).

Diğer bir görüşte yararcılıktır (pragmatizm). Bu görüşe göre eğitim kişiyi yaşantıları yoluyla yeniden yetiştirme sürecidir. Bu nedenle eğitimde içerik değişen koşullara göre yeniden düzenlenmelidir. Öğretmen sadece içeriğe bağlı kalmayarak öğrencileri sosyal alan içinde teşvik etmelidir (Değirmencioğlu, 1997:43).

Gerçekler ve değerler durmadan değişmektedir. Gerçeği de insan çevre ile olan ilişkisi belirlemektedir. Okul hayata hazırlık değil bizzat hayatın kendisi olmalıdır. Pragmatist eğitim, hem öğrenciye verilecek bilgi ve becerileri hem de araştırma yöntemini önemli kabul etmektedir. Gelişmeye ve faydaya yönelik bir gençlik amaçlamaktadır (Ergün, 1999:78). Bu görüşün ilkeleri özetlenecek olursa (Fidan ve Erden, 1993:128-129):

- Eğitim aktif ve çocuğun ilgilerine göre olmalıdır.
- Öğrenmede problem çözme esastır.
- Okul yaşama hazırlıktan çok yaşamın kendisi olmalıdır.
- Öğretmenin görevi yönetmek değil rehberlik etmektir.
- Okul, öğrencileri yarışmadan çok işbirliğine özendirmeli ve yönetmelidir.
- Demokratik bir eğitim ortamı olmalıdır.

Gerçekçi görüşe karşı yeniden yapılanma (reconstructionism) oluşturulmuştur. Bu akımdaki temel görüşlere göre eğitimin amacı toplumu yeniden düzenlemek ve topluma gerçek demokrasi anlayışını yerleştirmektir. Bu durumda eğitim açık, seçik bir sosyal reform hareketi geliştirmek için kullanılan önemli araçlardan bir tanesidir. Temel sorumlulukta okullara verilmiştir. Bu görüşün ilkelerini T. Barneid şu şekilde özetlemiştir (Varış, 1998:81):

- Eğitim modern dünyanın toplumsal ve ekonomik güçleriyle kültürün temel değerlerini gerçekleştirecek yeni bir toplumsal yapıya uyumlu duruma getirmelidir.
- Yeni toplum düzeni, temel kurum ve kaynakları toplumun kendisi tarafından kontrol edilen gerçek bir demokrasi olmalıdır.
- Çocuk, okul ve eğitim, toplumsal ve kültürel etkenler tarafından koşullandırılmalıdır.
- Öğretmen sorunlara karşı geliştirilen yeniden yapılandırıcı nitelikte çözümün öncelik ve geçerliliğine öğrencileri demokratik kurallar çerçevesinde inandırılmalıdır.
- Eğitimin amaç ve sonuçları, davranış bilimlerinin bulguları ile uyumlu ve varolan kültürel çıkmazın istemlerini karşılamak için tamamen yeniden düzenlenmelidir.

Eğitim felsefesi, eğitime yön veren amaçları şekillendiren ve eğitim uygulamalarına yol gösteren bir disiplin, bir sistemdir. Eğitim felsefesinin işlevleri şu şekilde özetlenebilir (Fidan ve Erden, 1993:134):

- Eğitim hedeflerinin seçiminde, hedeflerin topluma, bireylere uygunluk derecesinin tayin edilmesini ve hedefler arası tutarlılığın kontrol edilmesini sağlamak.
- Eğitim bilimleri ve eğitimle ilgili diğer bilimlerin bulgularını bütünleştirerek eğitim uygulamalarına çok yönlülüğü ve geniş bir açıdan bakmayı gerektirmektedir.
- Eğitimde geçmişle bugün, bugünle gelecek arasında anlamlı bir bağ kurulmasını sağlamaktadır.

- Eğitim faaliyetlerinin dayandığı kuramsal temelleri inceler ve eleştirir.
- Eğitim felsefesi bilimsel bilgiler ile uygulama sonuçlarını birleştirerek ülkenin toplumsal, ekonomik yapısı ve değerleri ile tutarlı teoriler geliştirmektedir.
- Eğitimci ve öğretmenlere eğitimi bütün yönleriyle görmelerinde yardımcı olmaktadır.

3.2. Eğitim ve Sosyoloji İlişkisi

Sosyoloji toplumsal olayları inceleyen bir bilimdir. Sosyal ya da toplumsal ilişki birbirinden haberdar olan en az iki kişi arasında gerçekleşmektedir. Sosyolojinin tam olarak ne olduğunu öğrenmek için sosyal yapı ve kültüründe tanımlanması gerekmektedir. Sosyal ya da toplumsal yapılar içinde sosyal ilişki ve olayların gerçekleştiği, sosyal grup ve kurumların yer aldığı sosyal varlıklardır. Bireyler bu yapılar içerisinde üstlendikleri sosyal değerleri yerine getirmektedir. Sosyal değerler toplumun çoğunluğu tarafından kabul edilmiş ortak duygu ve düşüncelerdir.

Sosyoloji bireyin toplumsal yapı içerisindeki yerini, konumunu sosyal statüsünü belirlemektedir. Birey birden fazla statüye sahip olabilmektedir. Bir kişi hem anne, hem ev kadını, hem eş olabilmektedir. Bireyin statüsüne uygun olarak yapması gereken hareketler de bireyin sosyal rolünü oluşturmaktadır.

Eğitim sosyolojisi; sosyal ilişkileri, sosyal politikayı, kültür toplum ilişkilerini, sosyal değişimleri çeşitli çevrelerin bireyler üzerindeki etkisini, sosyal sorumlulukları, sosyal kurum olarak okul ve buna benzer kurum ve kuruluşları eğitim açısından bilimsel metotlarla inceleyerek genellemeye çalışan bir sosyoloji dalıdır (Arvasi, 1998:27).

Eğitim sosyolojisinin konuları incelendiği zaman, bu bilimin konuları ana hatları ile şu şekilde özetlenebilir (Er, 1997:73-74): Eğitimle ilgili sosyal ilişkiler, eğitim-kültür toplum ilişkileri, eğitimin diğer toplumsal kurumlar ile olan ilişkileri,

okulda, toplumda ve ailede olan eğitim, sosyalleşme süreci, sosyal değişme, eğitim ilişkisi, eğitimde fırsat eşitliği, eğitimin sosyal ekonomik ve politik işlevleri, eğitim politikaları ve bunların eğitime etkisi, sosyal bütünleşme ve çözülme ile eğitimin karşılıklı etkileşimi, eğitim topluluklarının yapısı ve ödevleri, öğretmen ve öğrenci ilişkileri.

Eğitim sosyolojisi, bilimsel yöntemlerle ilgili bilgi toplamaya yardımcı olmaktadır. Bunun içinde araştırmalar yapmaktadır. Bu araştırmalarda kullandığı araştırma yöntemleri; içerik çözümlemesi, katılımcı gözlem, deneysel araştırma, örnek olay, istatistiksel çözümleme, model kurma ve sosyometri olarak sıralanabilir (Er, 1997:75).

Okul bir eğitim ve kültür kurumudur. Kültürün genç kuşaklara aktarılmasında okulun önemi çok fazladır. Bir toplumda kültür birkaç yolla aktarılmaktadır. Aileden ve sosyal çevreden sonra bu aktarma işini yapan en önemli kurum okuldur. Okullar ailenin ve sosyal çevrenin düzensiz ve rastgele yaptıkları bu aktarma işini amaçlı ve bilinçli bir şekilde yapmaktadırlar (Öztürk, 1993:136).

Eğitim sosyolojisinin amaçları hem topluma yönelik amaçlar hem de bireyi hedef alan amaçlar olarak ikiye ayrılabilir (Er, 1997:67-68):

Topluma yönelik amaçlar;

- Toplumun yaşam geleneğini ve sürekliliğini sağlamak,
- Kültürü zenginleştirip biçimlendirerek, toplumun yenileşmesine katkıda bulunmak,
- İyi üretici ve tüketiciler yetiştirerek ekonomik verimi artırmak, bu yolla da toplumun refah düzeyini yükseltmek,
- Siyasal bilinç uyandırarak yetiştirdiği bireyler sorumlu vatandaşlar haline getirmek.

Bireyi hedef alan amaçlar;

- Çocuğu ya da genci sosyalleştirerek, onun toplumun fonksiyonel bir üyesi olmasını sağlamak,

- Bireyi kendi amaçların tespit edebilen, çevresini denetim altına almayı başarabilen, akılcı ve mantıklı davranışlara sahip olan ve kendisini objektif olarak ifade edebilen toplumsal bir varlık haline getirmek,
- Bireye iyi bir yaşam tarzı sağlamak, yaratıcı ve yansıtıcı düşünmeyi öğretmek, bedensel ve ruhsal gelişimini istenilen yönde oluşturmak,
- Bireye, değişik durumlara uyum sağlama, çeşitli düzeylerdeki kişilerle etkileşim kurabilmek ve benzeri konularda temel beceriler kazandırmak,
- Bireyin karar alma yetilerini geliştirmek, var olan olumsuz davranışlarını düzeltmektir.

Eğitim sosyolojisi hem bireyi, hem de toplumu birer bütün olarak ele almaktadır ve bir bütün olarak incelemektedir (Öztürk, 1993:56).

3.3. Eğitim ve Ekonomi ilişkisi

Ekonomi az kaynakların kullanılması sonucu ulusal kalkınmayı hızlandıran bir bilimdir. Şayet ülke ekonomi biliminin gösterdiği kurallar doğrultusunda yönetilirse ulusal kalkınma daha az zorlayıcı bir şekilde gerçekleşecektir (Başaran, 1983:144). Eğitim ekonomiye bağımlı olduğu gibi, ekonomide eğitime dayanmaktadır.

Eğitim kurumlarının işlevi toplumdaki bireylere belli beceri kazandırarak onları üretici durumuna getirmek ve endüstri, tarım, hizmet alanlarında toplumun ihtiyacı olan insan gücü yetiştirmektir. Eğitim kurumları bu işlevleri yerine getirerek toplumun ekonomik yönden kalkınmasına ve gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Fidan ve Erden, 1993:62).

Eğitim bireyin çevresini kontrol altına alma ve ona yön verme olanağı sağlamaktadır. Gerek doğuştan getirilen, gerekse sonradan kazanılan becerileri kullanabilme, büyük oranda eğitimle belirlenmektedir. Bu durumda diyebiliriz ki eğitim, ekonomik gelişmenin temel ve aktif ögesi olan insan kaynağının oluşturulması ve geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır (Varış, 1998:133).

Bireylerin ekonomik düzeyi biz ne kadar istemesek de onların eğitim düzeylerini etkilemektedir. Okuma yazma oranlarına bakıldığında ekonomik geliri düşük olan kişilerde okuma yazma oranının da düştüğü görülmektedir. Eğitim sistemi bir taraftan ulusal kalkınmaya gereken insan gücünü yetiştirirken diğer taraftan da ekonomi kuralları doğrultusunda hareket etmek zorundadır (Başaran, 1983:145).

3.4. Eğitim ve Psikoloji İlişkisi

Psikoloji, insan ve hayvan davranışlarıyla ve bilişsel süreçleriyle ilgilenmektedir İnsan bir canlı olarak çevresine uyum sağlamak ve kendi içinde dengeli bir gelişme sağlamak ister. Psikoloji de elde ettiği yasaları yine insana uygulayarak onun davranışlarını açıklayabilir, önceden kestirebilir, kontrol edebilir. Böylece, insana bu gelişim ve uyum sürecinde yardımcı olabilir. Günümüzde psikolojinin bulgularından, çok değişik alanlarda yararlanılır. Eğitim, tıp, endüstri, ekonomi gibi olaylarda psikolojik bilgiler, insanların daha başarılı olmasını sağlamaktadır. Büyüme, gelişme, yetenekler, ilgi, zeka, heyecan, bellek, düşünme, öğrenme konularında elde edilen psikolojik bilgilerin eğitim alanında kullanılması ile bu alanda başarı yükselmiş, daha sağlıklı, daha modern bir eğitim anlayışı gelişmiştir (www.psikolojidunyasi.com).

Bireyin gelişmesinde temel kavramlar ve ilkeler vardır. Bunlar büyüme, olgunlaşma, öğrenme ve harekete geçme durumudur. Büyüme organizmanın bedensel olarak büyümesidir. Olgunlaşma vücudun belirli bir duruma gelerek kendisinden beklenenleri yerine getirecek duruma gelmesidir. Öğrenme olgunlaşmanın yanında çevreden etkilenecek bireyin bazı davranışların nasıl yapılacağını bilmesidir. Harekete geçme durumu ise olgunlaşma ve öğrenme ile birlikte belirli davranışları yapabilecek duruma gelmesidir (Fidan ve Erden, 1998:121-122).

Bir davranış değiştirme süreci olan eğitimin; öğretim, planlama, değerlendirme ve yönetim gibi her alanında psikoloji bulgularından yararlanılmaktadır. Öğrenmenin

gerçekleştirilmesi, öğrencilerde istenilen davranış değişikliklerinin oluşturulması için öğrencilerin gelişim özelliklerinin ve öğrenme-öğretme sürecinin bilinmesi gerekmektedir. Bu nedenle öğretim programı insanın gelişim ve öğrenme özelliklerine uygun olarak hazırlanmalıdır (Toprakçı, 2002: 152).

Eğitim psikolojisi, gelişim ve öğrenme psikolojisinin bulgularından yararlanarak etkili öğrenme-öğretme ortamının hazırlanması konusunda eğitime önemli katkılarda bulunmaktadır. Böylelikle etkili bir eğitim ortamının hazırlanmasında, psikolojinin farklı alanlarında yapılan araştırma bulgularından ve elde edilen bilgilerden yararlanılmaktadır (Toprakçı, 2002: 152).

3.4.1. Öğrenme

Doğa her canlıyı yaşamını sürdürebilmesi için gerekli bir takım sistemle donatmıştır. İnsan dışındaki canlılar beslenme, korunma ve üreme gibi biyolojik işlemleri içgüdü adı verilen değişmez davranış kalıpları ile yerine getirmektedir. İnsan çevresine esnek bir şekilde uyum gösteren, çevresini etkileyip değiştirme gereksinimlerini karşılayabilen bir varlıktır (Koyun ve Deryabulut, 2000:13). Öğrenme geçmiş deneyimlerimize bağlı olarak davranışlarımızda görülen sürekli değişimdir (Yüksel, 1994:74). Unutmamak lazım ki öğrenme sürekli olmaktadır. Okulda öğrenme belli hedefler için maksatlı yapılan faaliyetler sonucu meydana gelmektedir. Öğrenme süreci bireyin öğrendiklerini davranışa dönüştürmesi ile sonuçlanmaktadır.

3.4.2. Öğrenme Kuramları

Eğitim, öğrenme ile yakından ilişkilidir, bu nedenle bu alanda yapılan kuramlarında bilinmesi ve incelenmesi gerekmektedir. Öğrenme kuramları; davranışçı, bütünlük, bilişsel ve işlevsel fonksiyonalist yaklaşım olarak ele alınmaktadır.

Yapılan ilk çalışmalar hep davranışçı yaklaşım üzerinde olmuştur. Bu yaklaşıma göre öğrenme koşullanmaya ve model almaya bağlıdır. Burada iki türlü koşullanmadan bahsedilmektedir; klasik koşullanma ile edimsel koşullanma. Klasik koşullanma, 20. yüzyılın başında Pavlov tarafından geliştirilmiştir.

Başlangıçta hayvanlar, daha sonra da insanlar üzerinde yapılan deneyler insanların bazı duygu ve davranış biçimlerini koşullanma yoluyla öğrendiklerini bize göstermiştir (Yöndem, 2002: 172). Örneğin ata ilk defa binen bir kişi attan düşerse, bir daha ata binmeden önce hep o korkuyu yaşayacaktır.

Davranışçı yaklaşımın içinde yer alan kuramlardan biri de edimsel koşullanmadır. “Edimsel Koşullanma; Skinner’e göre sadece tepkiler değil, edimler de öğrenebilir. Dolayısıyla edimsel koşullanma ödüle götüren veya cezadan kurtaran bir davranış olmalıdır. Edimsel koşullanma ile klasik koşullanma arasında farklar vardır. Bunlar uyarıcının türü, öğrenilen davranışın türü, davranışın pekiştirmeyle olan ilişkisi”dir (Yöndem, 2002: 172).

Edimsel koşullanmada Thorndike öğrenmeyi bir problem çözme olarak görmüştür. Çözümün deneme yanılma yöntemiyle ortaya konulduğunu savunmuştur. Skinner’e göre edimsel koşullanmada olumlu, olumsuz pekiştiriciler etkili olmaktadır. Bu koşullanmaya göre eğitimde başarısız olmanın en büyük nedenlerinden bir tanesi yanlış pekiştirme yöntemlerinin kullanılmasıdır. Ceza faktörünün burada dikkatli kullanılması gerekmektedir.

Davranışçı yaklaşım öğrenmeye uyarlandığında şu ilkeler ortaya çıkmaktadır (Fidan, Erden, 1998:150):

- Öğrenci öğrenme sürecinde aktif olmalıdır.
- Öğrenmede pekiştirme önemlidir. Pekiştirme sayesinde davranışların tekrar sıklığı artmaktadır.
- Tekrar özellikle becerilerin kazanılmasında ve öğrenilenlerin kaybolmaması açısından önemlidir.
- Öğrenmede güdülenme çok önemlidir.

Davranış yaklaşımının diğer öğrenme yöntemi de model alma yoluyla öğrenmedir. Bir davranışın öğrenilmesi için bireyin o davranışı bizzat kendisinin yapması gerekmeyebilir. Birey çevresindeki kişilerin davranışlarını takip ederek de öğrenme yoluna gidebilmektedir. Model alma yöntemiyle gerçekleşen öğrenmeler şunlardır (Erden, 1998:110):

- Yeni davranışların kazanılması,
- Daha önce var olan davranışların kuvvetlenmesi, harekete geçilmesi,
- Var olan olumsuz davranışların yapılmasından kaçınılması.

Bütünlük yaklaşımı (Gestalt) ise; Almanya'da gelişmiştir ve uyarıcıları ayrı olarak değil bir bütün olarak görmektedir. Öğrenmede zihinsel süreçlerin ve algılamanın önemli rol oynadığını savunmaktadır (Toprakçı, 2002: 175). Bu yaklaşımı kullananlara göre öğrenme bir anlama ve kavrama işidir ve bireylerin öğrenmesinde daha önce edindiği tecrübeler ve bilgiler etkili olmaktadır.

Bilişsel kuramcılar öğrenme sürecinin doğrudan gözlemlenmeyen insanın zihninde oluşan süreçlerle ilgili olduğunu savunmaktadırlar. Bu yaklaşım daha çok öğrenme ve öğretme sürecinde yeni gelen bilgilerin algılanması, önceki bilgilerle karşılaştırılması, öğrenilen bilgilerin kodlanması ve hatırlanması süreçleriyle ilgilenebilir (Yöndem, 2002: 175).

Bu kurama göre öğrenme anlama ve kavrama üzerine kurulmuştur. Biliş kuramının öğrenme için ilkeleri (Fidan ve Erden, 1998:160):

- Öğrenme durumunun ya da öğrenme probleminin algılamaya etki eden yönleri çoktur.
- Anlayarak kavrayarak öğrenme ezberlemeden daha kalıcıdır.
- Öğrenci öğrenme ile yaşantısı arasındaki ilişkiyi kendi keşfederse öğrenme daha kalıcı olmaktadır.
- Öğrenmede geçmiş deneyimler önemlidir. Yeni öğrenmeler eski bilgilerin üstüne eklenmektedir.
- Öğrencinin öğrenmeye aktif katılımı önemli olmaktadır.

- Dış koşullar öğrenilecek konunun özelliğine ve öğrencinin koşullarına göre düzenlenmelidir.
- Geribildirim sağlanmalıdır.
- Öğrencinin bir amacı olmalı ki güdülensin ve başarılı olsun.

İşlevsel Fonksiyonalist yaklaşım, olay ve olguları, örf ve âdetleri açıklayabilmek için bu öğelerin yerine getirdikleri işlevleri ya da rolleri dikkate almak gerektiği düşüncesinden yola çıkmaktadır. Bu yaklaşımda amaç çevreye uyum sağlamaktır. Bu tür uyum sağlayıcı davranışlar sadece öğrenilerek elde edilmektedir.

3.4.3. Öğrenmeyi Etkileyen Faktörler

Öğrenme; “fizyolojik, biyolojik, psikolojik ve sosyal bir dizi değişimin etkileşimiyle oluşan ve yaşam boyu devam eden süreçlerin ürünüdür” (Yöndem, 2002: 178). Öğrenmeyi etkileyen faktörleri bireysel ve çevresel olarak ikiye ayrılmaktadır.

Bireysel Faktörler; bireyin doğuştan gelen özelliklerini değiştirmek çok zordur ama bazı özellikleri de bireyler dışarıdan öğrenerek edinmektedirler. Her bireyin kendine has bireysel özellikleri vardır. Bunlarda bireylerin öğrenme derecelerini ve alanlarını etkilemektedir. Öğrenciler arasında farklıklar söz konusudur.

İnsanlar yaşamları süresince belirli dönemlerde bedensel, duygusal, sosyal ve zihinsel yönlerden belli değişiklikler göstermektedirler. Yürümeyi, konuşmayı, meslek sahibi olmayı insanlar belirli yaşlarda belirli olgunlukta öğrenirler ve belirli yaşlarda gerçekleştirmesi beklenir (Fidan ve Erden, 1998:120).

Gelişimde belirli ilkeler vardır:

- Gelişim; kalıtım ve çevre etkileşimin ürünüdür.
- Gelişimde belli eğilimler vardır:
 - Gelişim baştan ayağa, merkezden dışa doğrudur.

- Gelişim genelden özele doğrudur.

- Gelişim süreklidir ve belli aşamalar içinde gerçekleşir.
- Gelişim bir bütündür, bir gelişim alanı diğeri ile ilgilidir.
- Gelişimde bireysel farklılıklar vardır (Fidan ve Erden, 1998:123).

Özellikle okullar öğrenmenin gerçekleştiği ana merkezlerdir. Farklı bireysel özelliklere sahip bir çok öğrenci burada bir araya gelmektedir. Bu merkezlerde öğrencilerin duyuşsal ve düşünsel gelişimine uygun eğitim ortamları hazırlanmalıdır ve öğretmenler belirli mesleki öngörülere sahip olmalıdırlar. Aynı zamanda iyi bir öğrenmenin gerçekleşmesi için bireylerin belirli bir yaş sınırına gelmiş olmaları gerekmektedir (Yöndem, 2002: 179).

Öğrenmenin olumlu bir şekilde gerçekleşmesi için öğretmen sınıf içerisinde uygun ve kontrol edilebilir bir kaygı ortamı yaratmalıdır. Öğrencilerin öğrenme düzeylerini etkileyen en önemli değişken ise onların geçmişte edindikleri bilgilerdir. Öğrenci daha önce ne kadar bilgi edinirse yeni bilgilerini bu bilgilerin üstüne ekler ve bunlar arasında bir ilişki kurmaya çalışır ve böylece daha başarılı bir öğrenme politikası işlemiş olmaktadır (Yöndem, 2002: 180).

Öğrenmeyi etkileyen bir diğerk faktörde bireyin okul, aile ve arkadaş çevresidir. Bireyin öğrenmeyle karşılaştığı ilk alan ailedir ve bu kişiler bireyin kişiliğini önemli ölçüde etkilemektedir. “Ailenin çocuğa sağladığı ekonomik koşullar ve uygun bir fiziksel mekanın yanı sıra aile üyelerinin öğrenciyi akademik yönden desteklemesi, ona akademik rehberlik yapması ve başarı beklentisinin yüksek olması da öğrencilerin başarısını etkilemektedir” (Toprakçı, 2002: 181).

Öğrenmenin gerçekleşmesinde başka etkenlerde önemli bir yer tutmaktadır, bunlar bireylerin öğrenme sürecinin farklı olmasına neden olmaktadır. Bunlar zeka ve yetenek, ilgi ve güdüdür.

Öğrenme gücü olarak tanımlanan zeka, bir eğitim programının etkili bir biçimde yürütülebilmesi için bu programa alınacak bireylerin seçimi söz konusu olduğunda gündeme gelen bir özelliktir (Koyun ve Deryabulut, 2000:30).

Zeka ve yetenek birinci derecede öğrenme gücü olarak tanımlanmaktadır. Eğitim programlarında öğrenci seçimi ve öğretimin bireysel gereksinimlerine uyarlanabilmesi için öğrencilerin yetenek alanlarının ve düzeylerinin bilinmesi gerekmektedir (Koyun ve Deryabulut, 2000:30).

İnsanların bir işte başarılı olabilmeleri için gerekli olan becerilerin yanı sıra o işi yapmaya istekli olması da gerekmektedir ilgi bu noktada önemli bir yer tutmaktadır. Başarılı olmak isteyen öğrenciler bir okula veya bir mesleğe yerleştirilirken ilgilerinin hangi alana kaydığına bilmeleri gerekmektedir.

İlgi kişinin çevresi ile etkileşimi sırasında doyum sağladığı ve bu nedenle özgür olduğunda istekle yöneldiği davranışlardır. İlgii özentiden ayıran en önemli unsur zeka veya yetenektir (Koyun ve Deryabulut, 2000:79).

Güdü, öğrenme durumlarında davranışı yöneten önemli bir unsurdur. İlgi ise genel güdüyü oluşturan öğelerin en önemlisi olarak davranışı başlatma, yönlendirme ve sürdürmede etkili olan bir iç uyarıcıdır (Koyun ve Deryabulut, 2000:81).

Belirli bir davranışı gördüğümüzde aslında bu davranışın güdülendiğini görmekteyiz. Güdünün kaynağı ise bilginin fizyolojik, psikolojik ya da toplumsal gereksinimlerdir. Güdü belirli bir durumda belirli amaçlara ulaşmak ve gerekli davranışları gösterebilmek için bireyi harekete geçiren ve yönlendiren güçtür (Koyun ve Deryabulut, 2000:167).

Öğrenme güdüsü bireyin öğrenme etkinliklerini anlama ve kendisi için yararlı bulduğu amaçlar doğrultusunda bu etkinliklerden yararlanma çabası olarak tanımlanmaktadır. Maslow'a göre insanlar hep bir istek içerisindedirler, ve ihtiyaçları onların tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Bu nedenle Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisini oluşturmuş ve önemliden az önemliye doğru sıralamıştır. Bunlar: fizyolojik gereksinimler, güvenlik gereksinimleri, ait olma gereksinimi, saygı gereksinimi, kendini gerçekleştirme gereksinimidir (Koyun ve Deryabulut, 2000:168).

Öğrencinin öğrenmeye karşı güdülenmesinden öğretmen sorumludur. Kelly güdülenmeyi dört kategoriye ayırmıştır ve bu şekilde güdülenmenin gerçekleşeceğini savunmaktadır. Bunlar dikkat, ilişki, güven ve doyumdur (Koyun ve Deryabulut, 2000:168). İlk önce öğrencinin dikkati çekilmelidir sonra konuyla ilgili ilişki kurulmalıdır ve öğrenci kendini güvende hissetmelidir. En sonunda doyum söz konusudur. Öğrenmenin, bir şey başarmanın duygusu ile doyum gerçekleşmiş olmaktadır.

Öğrenme biçimi bireyden bireye farklılıklar göstermektedir. Eğitim konusunda öğrenme biçiminin nasıl gerçekleşeceğine dikkat etmek gerekmektedir. Bireyin kendisini çevreleyen uyarıcıları algılama, işleme, düzenleme ve anlamlandırma konusundaki tutarlı ve karakteristik yaklaşımdır. Öğrenme biçimi bir yapı olarak görülürse bunu değiştirmek gerçekten zordur. Böyle bir durumda eğitimciler kendi yaklaşım ve materyallerini öğrencilerin öğrenme biçimlerine uyarlamaya çalışırlar. Öğrenme biçimi süreçle ilgiliyse o zaman eğitimciler öğrenciler tarafından kullanılan ve öğrenmeye engel oluşturduğu düşünülen süreçleri değiştirmeye çalışırlar. Şayet hem süreç hem de yapı olarak öğrenme biçimi görülürse o zaman içerik ve uygulama arasında bir etkileşimin varlığı benimsenmektedir (Koyun ve Deryabulut, 2000:81).

Öğrenme biçimi ve öğrenme stratejisi birbirinden farklıdır. Öğrenme biçimi sabit bir şekilde bireyin bilgiyi algılama, işleme, düzenleme ve anlamlandırmasıdır. Öğrenme stratejisi ise toplumsal çevre içinde öğrenilen ve çeşitli durumlarla baş edebilmek için geliştirilen bir yaklaşımdır.

Eğitimde öğrencilerin bireysel farklılıkları uzun zamandır tartışılmaktadır. Eğitimciler çoğu zaman öğrencilerin yeni öğrenecekleri konunun alt yapısını oluşturacak bilgiyle donatılmış olmalarını istemektedirler. Ama unutmamak lazım ki öğrencilerin sahip olduğu ön bilgi ile eğitimcinin verdiği bilgi bir birleriyle örtüşmelidir. Ancak bu şekilde öğrenme daha kolay gerçekleşmiş olur, yoksa bilgiler birbirinden farklı olmaktadır. Eğitimin temel amacı bilginin iletilmesidir.

Bilgiyi üç sınıfa ayırabiliriz:

- Söyletme anlatma yoluyla anlatmayı baz alan bilgi

- Gerçek bilgi,
- Sözsüz bilgi (Çakmak,2003:29).

Descartes' e göre gerçek bilgi yaparak denenerek öğrenilen bilgidir. Gerçek bilgiye götüren öğrenme; faaliyeti anlatma, gösterme, uygulama, hata düzeltme yoluyla işlemektedir (Çakmak, 2003:29) . Gerçek bilgi merakla dayalı kuşku ve sorgulama ile ortaya çıkmaktadır. Bir problemden yola çıkarak eğitim yapılırsa öğrenci düşünmeyi, öğrenmeyi, sorgulamayı, bilgi kaynaklarına ulaşmayı sebep sonuç arasında ilişki kurmayı öğrenmektedir.

Eğitimin temel amacı bireylerin öğrendiklerini en iyi şekilde nasıl kullanabileceklerini bilmeleridir. Bireyler eğitim sürecine başlamadan önce belirli birikimlere sahiptirler. Bu birikimleri bireyler çevrelerinden elde etmektedirler. Eğitim alanına girdiklerinde ise mevcut bilgiler genişletilir ve güçlendirilir. Geleneksel anlayışa göre öğrenme bilgi ya da deneyimlerin birikimlerinden ibarettir. Ön bilgi yeni bilgilerin üzerine ekleneceği bir zemindir.

Öğrenmenin gerçekleşmesi değil, bu öğrenmenin nasıl gerçekleşeceği de önemlidir. Etkili bir öğrenmenin gerçekleşmesi için;

- Yeni bir konunun öğretimine başlamadan önbilgi harekete geçirilmelidir.
- Soru sormak özendirilmelidir.
- Geçmiş yaşantılarla bağlantı kurulmalıdır.
- Yeni bilgi açıklanarak sunulmalıdır.
- Öğrenme için anlamlı bir bağlam yaratılmalıdır.
- Önbilginin miktar ve niteliğine karşı duyarlı davranılmalıdır.
- Öğrenmede transfer özendirilmelidir.
- Önbilginin yeniden düzenlenmesine fırsat tanınmalıdır.
- Öğrencilerin içinde buldukları çevreyle etkileşim özendirilmelidir.
- Tartışmalar desteklenmelidir.
- Gözlem yapmaya ve çıkarımlarda bulunmaya olanak sağlanmalıdır.
- Bilginin uygulanması ve yansıtılmasına ortam hazırlanmalıdır.
- Sağlıklı işleyen bir değerlendirme sistemi kurulmalıdır.

- Öğrencilerin kendi kararlarını vermeleri desteklenmelidir (Koyun ve Deryabulut, 2000:158-159-160).

4. EĞİTİM PROGRAMLARI

Eğitim ve öğretim işi programlı olarak yapılması gereken bir iştir. Okul eğitimi planlı ve düzenli bir süreci gerektirmektedir.

Eğitim programı ve kapsamına baktığımızda şu şekilde nitelendirebiliriz. Eğitim programının herhangi bir eğitim kuruluşunda veya herhangi bir eğitim aşamasında milli eğitim amaçlarını, eğitim kuruluşlarının amaçlarını, bu amaçlara ulaşmak için belirlenmiş öğretim ve ders programlarını, ders içi ve ders dışı etkinliklerini, içeriğin etkinliklerinin kazandırılmasını sağlayacak süreç, metot ve tekniklerini, amaçlara ne dereceye kadar ulaşıldığını kontrol etme işlevine sahip değerlendirme etkinliklerini kapsadığını söyleyebiliriz” (Büyükkaragöz, 1997:1-2).

Eğitim programları bireyin geçmiş durumları ve bugünkü durumları ele alınarak düzenlenmelidir. Bir toplumsal kurum olarak eğitim insanlık tarihinin her anında ortaya çıkmıştır. Eğitim ile kazandırılan bilgi, beceri ve yeterlilikler bunları elde etmek için kullanılan yol, yöntem ve araçlar toplumdan topluma göre farklılık göstermektedir (Uras, 2002:190). Eğitim programı içinde öğretim programını, okul programını, müfredat ve ders programını kapsamaktadır.

Öğretim programı belli bir öğretim basamağındaki çeşitli sınıf ve derslerde okutulacak konuları, bunların amaçlarını her dersin sınıflara göre haftada kaç saat okutulacağını ve öğretim tekniklerini gösteren bir programdır (Büyükkaragöz, 1997:2).

Öğretim programlarının sosyal ihtiyaçlara cevap verebilmesi için bazı tedbirlerin alınması gerekmektedir (Arvasi, 1998:116).

- Programlar ihtiyaçlara cevap verebilmek için esnek ve çerçeve programlar niteliğinde olmalıdır. Katı ve ayrıntılı bir biçimde hazırlanmamalı, okula ve eğitici kişiye insiyatif tanınmalıdır. Yeni gelişmeler rahatça işlenmelidir.
- Programlar; uygulama, araştırma projelerine yer verecek şekilde olmalıdır. toplumun problemlerine çözüm önerileri getirmeye çalışılmalıdır.
- Bu programlar değişen zaman ve mekana uyumlu olmalıdır.

Müfredat programı, daha çok eskiden kullanılan bir terimdir, çünkü eskiden öğretim programları birbiri ardına sıralama anlamına gelen müfredat niteliği taşımaktaydı (Büyükkaragöz, 1997:2). Öğretmeni yeni konuları ele almaktan alıkoyan ve belli kalıplaşmış konulara yer vermekte zorlayan bir programdır. Bu sebeple artık bunun yerini öğretim programı kavramı almaktadır (Yılmaz, Sünbül, 2004:61).

Ders programı bir dersin amacı, içeriği, öğretme-öğrenme süreçleri ve değerlendirmeden oluşan programdır. Ders programı hazırlanırken bu programın ne amaçla hazırlandığı özellikle dikkate alınması gereken bir konudur. Programın amacı göz önünde bulundurulduğunda alınan derslerin ve içeriklerinin o mesleğe uygun, öğrenciye fayda sağlayacak, aldığı bilgileri uygulama dökebileceği nitelikte olması önem arz etmektedir.

4.1. Eğitim Programının Faydaları

Eğitim programlarının hazırlanması öğretimin gerçekleştirilmesine yol gösterici nitelik taşımaktadır. Hazırlanan programlar öğrencilerin okudukları bölüm çerçevesindeki ihtiyaçlarını karşılayabilmeli öğrencileri mesleğin şartlarını yerine getirecek duruma gelmelerini sağlayacak bilgi ve donanımları içermelidir. İyi hazırlanmış bir eğitim programı:

- Eğitim faaliyetlerine yön verir.
- Aynı eğitim basamağındaki okullarda eğitimin aynı amaçlar çerçevesinde hemen hemen aynı yönde gerçekleşmesini sağlar.

- Eğitimde verimi artırır.
- Mesleğe yeni başlayan öğretmenlere rehberlik etmektedir (Büyükkaragöz, 1997:3).

İyi bir eğitim programının işlevsel ve esnek olması gerekmektedir. İşlevsel olması verilen konuların hayata aktarılabilir bir fayda içermesi demektir. Verilen konular bireyin ve toplumun ihtiyaçlarına cevap verebilecek türden olması gerektiği anlamına gelmektedir. Esnek olmasının nedenlerini ise şu şekilde açıklayabiliriz (Büyükkaragöz, 1997:5):

- Bir ülkede ki okulların buldukları yerlerin çevre ve iklim bakımından farklı olması nedeniyle programlar hazırlanırken o ülkenin koşullarına uygun hazırlanmalıdır.
- Öğrenciler arasında bireysel farklılıkların olması sebebiyle aynı yaştaki öğrenciler çevrelerinin ve ailelerin de etkisiyle birbirinden farklılıklar göstermektedirler. Programlar bu nedenle her öğrenciye uyumlu olmalıdır.
- Bilimsel teknolojik ve toplumsal alanlarda hızlı gelişmelerin meydana gelmesidir.

4.2. Eğitimde Program Geliştirme

Toplumdaki yeni gelişmelere bağlı olarak belli bir öğretim programının ya da tüm programların genel ve özel amaçlar, ders konuları, öğretim metotları ve değerlendirme yolları bakımından araştırma yoluyla düzeltilip, yenileştirilmesi ve önerilen hususlar denendikten sonra genelleştirilmesine denmektedir (Büyükkaragöz, 1997:57). Eğitimde program geliştirme süreci şu aşamalardan oluşmaktadır:

- Program Hazırlama

Program oluşturan öğeler ve bunların arasındaki ilişkileri belirleme evresidir. Burada önemli olan hedeflerin belirlenmesi ve bunların hedef davranışa dönüştürülmesidir. Bir öğretim programı hazırlanırken önce öğretim hedefleri belirlenmektedir. Öğretim hedefleri eğitimin genel hedeflerinden toplumsal, bireysel

gerçeklerden ve konu alanının özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Hedefler belirlenirken eğitimin genel hedefleri, toplumun imkanları, ilgileri ihtiyaçları ve beklentileri, konu alanının özellikleri, öğrencilerin gelişim durumları ve ihtiyaçları incelenmektedir (Büyükkaragöz, 1997:61).

Hedefler belirlendikten sonra çözümlenip hedef davranışlara dönüştürülmelidir. Hedef davranışlar belirlendikten sonra bu davranışları öğrenciye kazandırmaya yönelik öğretim durumları ile öğrencinin kazanıp kazanmadığını ya da ne derece kazandığını ortaya çıkarıcı deneme-ölçme durumları hazırlanıp düzenlenmektedir

- Program Deneme

Bu evre hazırlanan programın denenmesi için gerekli şartları sağlama, elde edilen verileri toplama ve çözülmeye hazır duruma getirme evresidir (Büyükkaragöz, 1997:64).

- Program Değerlendirme

Programın uygulanması sonucunda öğrenci davranışlarının değerlendirilip istenilen öğrenme düzeyine ulaşıp ulaşılmadığının kontrol edilmesidir. Bu evre bize programın sağlamlığı ve etkisi hakkında bilgi vermektedir.

- Program Düzeltme

Değerlendirmenin sonucunda ne tür değişikliklerin yapılacağını kararlaştırma ve bu değişiklikleri yapma evresidir (Büyükkaragöz, 1997:65).

5. EĞİTİMİN GELİŞİMİ

Eğitim her zaman ve her uygarlık için önce ailede başlamış ve daha sonraki aşamalarda aile dışı kurumlardan yardım alınmıştır. Roma eğitiminin özelliği daha çok hitabet üzerinde durmasıdır. Hıristiyanlığın etkisi roma okullarına karşı tepkiler doğurmuştu. Bu durumda kilise tarafından kendi okulları açılmıştır.

Antik Yunan'daki eğitim, insanların sınıfları doğrultusunda yapılmaktaydı. Bir öğretmen gözetiminde eğitim alabilmek için seçkinler sınıfından olmak gerekiyordu. Din adamları, askerler ve yöneticilerden oluşan aristokratlar ile köylü ve köleler farklı eğitim almaktaydı (Toprakçı, 2002:49).

Ortaçağ'da ise daha çok tarıma dayalı bir eğitim sisteminden bahsedebilmekteyiz. Bu çağda dini eğitim ön plandadır. Bilgiler kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır. Rönesans ta ise kültür ve eğitim alanında bir canlanma söz konusu olmuştur. Matbaanın icadı ile de bu canlanma bir ivme kazanmıştır. Dönemin düşünsel temeli ise aydınlanma hareketi ile sağlanmıştır. Bu felsefeye göre insan eğitimle insanlaştırılmaktadır.

Modernleşmenin artması ile birlikte bilim tüketimi artmış, eğitim bilimleri gelişmiştir. Artık öğrencilere nasıl öğretiriz sorusunun yerini onların öğrenmesine nasıl yardımcı oluruz sorusu almıştır (Toprakçı, 2002:54). Modernleşme ile birlikte Türk eğitim sisteminde de değişiklikler olmuştur ve Türk eğitim sistemi de kendi ülkesinin kültürel yapısı doğrultusunda işlerlik kazanmıştır.

5.1. Türk Eğitim Sistemi

Eğitim insanlık ile başlar ve insanın hayatı boyunca da devam etmektedir. İlk zamanlar çocukların eğitiminden aileler sorumlu iken, insan toplulukları toplum niteliğine kavuştukça bireylerin eğitiminden de toplumlar sorumlu olmaya başlamıştır (Konan, 2002:265). Türkçe'de, eğitim kavramı 1940'lardan beri maarif, tedarik, talim ve terbiye gibi sözcüklere karşılık gelecek şekilde kullanılmaktadır (Başaran, 1984:14). Eğitiminin gelişim sürecine baktığımız zaman, İslam öncesi Türklerde eğitim, obanın yönetimindeydi. Buralarda hayatta kalma dersleri verilmekteydi. Bunlar savaş eğitimi, avcılık, hayvancılık, tarım gibi konuları kapsamaktaydı. Okuma ve yazma eğitimi ise daha çok seçkinlerde görülmekteydi (Başaran, 1994:22). İslamiyet'in kabul edilmesinden sonra ise medreseler yaygınlaşmıştır ve göçebelikten yerleşik düzene bir geçiş söz konusu olmuştur.

1839 da başlayan Tanzimat'a kadar Osmanlı milletlerine eğitim hizmeti veren beş tür eğitim kuruluşu vardır. Medrese, Sıbyan okulu, Enderun, Ahi örgütleri ve gayri müslim azınlık okulları.

Medrese on birinci yüzyılın başlarında görülmeye başlayan ve Osmanlı Devleti'nin yükselme çağında büyük kentlerde kurulan bir din okuludur. Medreseler devlet okulu değildir. Zenginlerin kurdukları vakıfça idare edilen medreselerde ders verecek hocalar şeyhülislam tarafından seçilirdi (Başaran, 1988:93).

Sıbyan okulu iki üç yıllık bir öğretimle kuran okumayı, din bilgileri, becerileri, biraz yazma ve hesap yapmayı öğretmekteydi. Parasız eğitim veren sıbyan okulunun giderleri bir vakıf düşüncesiyle zenginler tarafından karşılanmaktaydı (Çınar, 2002:64). Müslüman olmayan halkın çocukları bir saray okulu olan Enderun da yetiştirilmekteydi. Burada çocuklar askeri yöntemle yetiştirilip onlara devlet yönetimi ile ilgili bilgiler verilmekteydi (Başaran, 1988:94). Ahilik devletin yardım olmadan el sanatlarında halkın insan gücü gereksinimlerini karşılayan halk örgütleridir (Başaran, 1988:95). Bu eğitim kuruluşlarında usta çırak ilişkisi ön plana çıkmaktaydı.

Osmanlı eğitimi uzun yıllar mektep-medrese ikili sistemi üzerine kurulmuştur. Medreseler; bugünkü anlamda orta, yüksek ve hatta yüksek lisans ve doktora kademelerini kapsayan bir eğitim veriyordu. Bu ikili sistemin dışında hafız yetiştiren Darülhuffazlar, tıp eğitimi yapılan Darüşifalar da mevcuttu. Bu sistem uzun yüzyıllar Osmanlı Devleti'nin genel ihtiyaçlarını karşılamıştır (Ergün t.y.).

Avrupa'nın felsefe, bilim ve teknolojide gelişmesi ile birlikte, Osmanlı İmparatorluğu da bu gelişmelerden etkilenmeye başlamıştır. Tanzimat döneminden sonra Osmanlı Devleti'nde yaşanan zorluklar modernleşmeyi beraberinde getirmiştir bu da ordu ve eğitim sistemine yansımıştır. Yeni okul sistemleri kurulmuş, orta ve yükseköğretimde yeni düzenlemeler yapılmıştır. Abdülmecit zamanında üniversite kurulmasına izin verilmiş bu eğitimi verecek öğretmenler Avrupa da yetiştirilmiştir (Çınar, 2002:67).

Batı tipi eğitim kurumları sadece Osmanlı devlet görevlilerinin kurduklarından ibaret değildi. Yabancı devletler ve Osmanlı uyruğundaki Hıristiyan toplumlar da kendi çıkarları için batı tipi eğitim kurumları kuruyorlardı. Öyle ki, 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Osmanlı ülkesinde mektep-medrese sistemi, Batı örneğine göre oluşturulan Osmanlı eğitim sistemi, yabancı devletlerin ve azınlıkların okul sistemleri olmak üzere, amaç olarak birbirlerinden oldukça farklı dört sistem hüküm sürmüştür (Ergün t.y.).

Osmanlı döneminden sonra cumhuriyet döneminde eğitim de büyük gelişmeler Atatürk döneminde yaşanmıştır. Eğitim konusunda reformlar yapılmış ve öğrencilerin eğitilmesi için bazı olanaklar seferber edilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti 1924 yılında “Tevhid-i Tedrisat Kanunu” çerçevesinde aşağı yukarı bin yıllık geçmişi olan medreseleri kapatıp öğrenci ve öğretmenlerini ortaöğretim kurumlarına aktardığında, medreselerden de önemli bir direniş görmemiştir. Zaten medreseler doğal ömürlerini bitirmişlerdi. II. Abdülhamit döneminde uygulanan medrese öğrencilerine askerden muafiyet uygulaması da bu kurumların disiplinini alabildiğine bozmuş, ciddi din eğitimini ilk başlardaki gibi Fatih ve Beyazıt Camilerine kaçırtmıştı. Dolayısıyla medreselerin klasik sistemde devam etmesi zaten mümkün değildi. Medreselerin ıslahı için hazırlanan program taslaklarına bakıldığında, bu kurumların büyük ölçüde Batı tipi eğitim kurumlarının programlarını taklit etmeye başladığı, bugünkü İmam-Hatip Liselerinin programlarına benzer programlar uygulamak istedikleri görülüyordu (Ergün t.y.).

1928 yılında Latin alfabesinin kabul edilmesi Türk Eğitim Sistemini önemli ölçüde etkilemiştir (Fidan ve Erden, 1998:191). İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra görülen bir nüfus patlaması ile birlikte öğrenci sayısı artmış bu da orta ve yüksek öğretimde ki öğrenci sayısına yansımıştır. 1996- 2000 yıllarını kapsayan yedinci beş yıllık kalkınma eğitimdeki eksiklikleri gidermek amacıyla nitelikli eğitim programlarının geliştirilmesi insan gücünün eğitilmesi, üniversitelerde merkezîyetçi yaklaşımın kalkması ve bu kurumlarda bilimsel özerkliğin sağlanması üzerinde durulmuştur (Varış,1998:38).

Özellikle Cumhuriyetin kurulmasıyla 1930'lu yıllarda eğitim de kalkınma görülmüştür. Bu amaçla köy, kız sanat ve erkek sanat olmak üzere enstitüler kurulmaya başlanmıştır. Türk eğitim sisteminin tarihine baktığımızda eğitimde değişimler ve gelişmeler; toplumsal, ekonomik ve siyasal alandaki değişim ve gelişmelere bağlı ve paralel hareket etmektedir.

Toplum, eğitimin amaçlarını istediği şekilde belirlemektedir ve daha sonra bu amaçların davranışa dönüşmesi ile birlikte toplumda eğitimden etkilenmektedir. Eğitimi etkileyen dış etkenleri sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel olarak ayrılabilir. İç etkenler ise eğitimin alt sistemleridir. İlköğretim, orta öğretim, yüksek öğretim, M.E.B. gibi. Bu sistemde görev yapan kişiler eğitim üzerinde etkili olmaktadır (Konan, 2002:288).

Türk Eğitim Sistemi;

- T.C. Anayasası
- Eğitim ve öğretimi düzenleyen yasalar
- Hükümet Programları
- Kalkınma Planı
- Milli Eğitim Şuraları
- Ulusal Programa göre düzenlenmektedir (Toprakçı, 2002:267).

Türk eğitim sistemi okul öncesi eğitim, ilk öğretim, orta öğretim ve yüksek öğretim olarak ayrılmaktadır. Okul öncesi eğitim zorunlu ilköğretim çağına gelmemiş çocukların bedensel, zihinsel ve sosyal planlanmış bir ortam içinde onları ilk öğretime hazırlayan bir kurumdur.

İlköğretim eğitimi; 6-14 yaşındaki çocukların eğitimini kapsamaktadır. Zorunlu verilen bir eğitim şekli olup devlet okulları tarafından parasız eğitim verilmektedir. Burada amaç öğrencileri ilgi ve yetenekleri doğrultusunda yetiştirmektedir. Eğitim süresi sekiz yıldır ve öğrenciler bu süre sonunda ilk öğretim diploması ile belgelendirilmektedir.

İlköğretim, eğitimin temel taşıdır. Bu kurumlarda bireylere toplum içinde diğer kişilerle uyum içinde yaşamaları için gerekli olan temel bilgi ve beceriler kazandırılmaktadır. İlk kademesini ilkokul, ikinci kademesini ortaokul oluşturmaktadır.

Orta öğretim; en az dört yıllık genel, meslek ve teknik öğretim kurumlarını kapsamaktadır. Öğrencilere genel bir kültür vermek, birey ve toplum sorunlarını tanıtmak ve çözüm yolları aramak, ülkenin sosyo ekonomik ve kültürel kalkınmasına katkıda bulunacak öğrenciler yetiştirmek, eğitimin bu aşamasında amaçtır. Öğrencileri mesleğe, yüksek öğretime ve geleceğe hazırlamak orta öğretimin görevlerindedir. Ortaöğretim parasız olarak verilmektedir.

Yüksek Öğretim; “Yüksek Öğretim, orta öğretime dayalı en az iki yıllık yüksek öğrenim veren eğitim kurumlarının tümünü kapsamaktadır. Yüksek öğretimin amacı ülkenin bilim politikasına toplumun yüksek düzeyde ve çeşitli kademelerdeki insan gücü gereksinimine göre ilgi, yeti ve yetenekleri doğrultusunda yetiştirmek, bilimsel alanlarda araştırmalar yapmak araştırma-inceleme sonuçlarını gösteren ve bilim tekniğın ilerlemesini sağlayan her türlü yayım yapmaktır. Hükümet tarafından istenecek inceleme ve araştırmaları sonuçlandırarak düşüncelerini bildirmek, Türk toplumunun genel seviyesini yükseltici ve kamuoyunu aydınlatıcı bilimsel verileri sözlü ve yazı ile halka yaymak ve yaygın eğitim hizmetinde bulunmaktır” (Konan, 2002:274).

Yüksek Öğretim üniversitelerin çatısı altında verilmektedir. Yüksek Öğretim alabilmek için öğrenciler orta öğretimden sonra Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi'nin (ÖSYM) yılda bir kez yaptığı sınava girmek mecburiyetindedir. Öğrenciler bu sınavdan aldıkları puanlar neticesinde bir eğitim kurumuna yerleştirilmektedir. Üniversitelerin temel görevi bilgi üretmek ve bilime katkıda bulunmaktır. Eğitim- öğretim üniversitenin vitrini ve pazarıdır (Altunaya, 2000:89).

Yüksek Öğretim Türkiye’de ikiye ayrılmaktadır. Bunlar üniversitelere bağlı yüksek okullar ve fakültelerdir. Yüksek okullar daha çok mesleğin uygulamasına yönelik pratik veren kurumlar olup iki yıllık bir eğitim vermektedir. Fakülteler ise en az dört yıllık eğitim veren, yine aynı şekilde üniversitelerin bünyesinde bulunan,

pratik bilginin yanında teorik bilgide veren, bilim adamları, akademisyenler yetiştiren kuruluşlardır.

Yüksek Öğretimi veren üniversiteler devlet bünyesinde kurulabildikleri gibi özel, vakıf üniversiteleri olarak da kurulabilmektedir. Yüksek öğretim de çağı yakalamış bir ülkenin ekonomik bünyesinde güçlü bir yapı oluşturacağı ve geleceğe güvenle bakacağı herkes tarafından kabul edilmektedir. Bu nedenle yüksek öğretim sürekli gözden geçirilmelidir.

Eğitim de özellikle yüksek öğretimde belli başlı sorunlar günümüzde kendini göstermektedir. Bunlardan en önemlisi de gençlerin eğitim beklentilerinin karşılanamamasıdır. Yaklaşık olarak her ilde bir üniversite ve fakültenin kurulması tek başına yeterli değildir bunların yeterli ve kalifiyeli öğretim kadrolarında sahip olmaları gerekmektedir. Üniversitelerdeki seçmeli ders sistemleri yaygınlaştırılmalıdır bu şekilde diğer bölümlerde okuyan öğrencilerinde aynı dersleri seçme hakkına sahip olmaları sağlanmalıdır.

Yüksek Öğretimin düzenli olarak işlemesi için oluşturulan bir yüksek öğretim kurumu Türkiye’de hizmet vermektedir. Yüksek Öğretim Kurumu, yüksek öğretimi bütün yurttaki koordine eden ve danışmanlık işlevini yerine getiren bir kurum olmalıdır. Kurulun görevi üniversiteler arası alınan kararları hükümete iletmek, üniversiteler arasında dayanışma ve işbirliğine katkıda bulunmak, yüksek öğretim kurumları ile ilgili gerekli raporları hazırlamaktır. Yüksek Öğretim Kurulu üniversitelerin dayanışma ve işbirliği içinde çalışmalarını denetlemelidir aksi halde üniversiteler dağınık ve birbirinden habersiz hareket edeceklerdir (Oktay, 2004:98).

Eğitiminin gelişimine dikkatlice bakacak olursak genel bir toparlama yapabiliriz. Izgar ve Gürsel’e göre eğitimde gelişmeyi dört madde de toplayabiliriz. Bunlara göre birinci gelişme eğitime başlama yaşının indirilmesi ve eğitim sürecini bitirme yaşının ise uzatılmasıdır. Zorunlu eğitim yaşı giderek yükselmektedir. İkinci gelişme ise iletişim olanaklarının artması ile birlikte bireyin daha fazla iletişim araçlarına maruz kalarak bu kaynaklardan bir şeyler öğrenmeye başlamasıdır. Üçüncü gelişme ise eğitimin bireyi bir bütün olarak etkilemesidir. Sadece zihinsel eğitim yönünden değil, eğitim bireyin bütün hayatını ve hareketlerini etkilemektedir.

Son gelişme ise eğitim süreci ve kademelerinde kendini göstermiştir (Izgar ve Gürsel, 2001:9-10).

5.2. Alman Eğitim Sistemi

Almanya’da temel yasanın gereği olaraktan bütün okullar devletin denetimine tabidir. Almanya’nın federatif yapısı nedeniyle eğitim işlerindeki yetkiler federal devlet ve eyaletler arasında paylaşılmıştır. Eyaletler özellikle genel bilgiler veren okullar, meslek okulları ve çocuk yuvalarından sorumludurlar. Bu nedenle Almanya’da eyaletlerde farklı eğitim sistemleri ve okul çeşitleri vardır.

Almanya da federatif bir örgütlenme söz konusudur. 16 federal eyalet, eğitim politikalarını yapısını ve içeriğini bizzat kendilerini belirlemektedir. Bugünkü Alman eğitim sistemi Anglosakson eğitim gibi ne yerel, yani belediyelerin ve özel inisiyatiflerin elindedir, nede Fransız sistemi gibi büyük ölçüde standartlığa, merkezi yönlendirmeye tabidir. Bu sisteme göre eyaletlerin kendilerine özgü kültürel bağımsızlıkları vardır. 1969 yılında kurulan Eğitim Bakanlığının da karar verme yetkisi sınırlı iken koordine edici ve büyük ölçüde sınırlandırılmış bir düzenleme otoritesi mevcuttur (Schreier, 1998:10).

Okul sisteminde ortak ve temel benzerlikler 1971 yılında yapılan Hamburg Anlaşması ile güvence altına alınmıştır. Eyaletler bu anlaşma ile okula gitme zorunluluğu, örgütlenme biçimleri, sınavların tanınması gibi konularda bağlayıcı düzenlemeler kararlaştırmışlardır. Almanya’da eyaletlerin Kültür Bakanları Daimi Konferansında liselerde üst kademenin yeniden düzenlenmesi, lise bitirme sınavlarındaki talepler arasında bir uyum sağlanması, okullarda verilen diplomaların karşılıklı olarak tanınması gibi bazı kararlar almıştır. Bu sayede okul işletmelerinde nispeten gerekli olan tekdüzelik ve benzerlik sağlanmış olmaktadır (Kappler ve Grevel, 1994:404).

Okula gitme zorunluluğu altı yaşından 18 yaşına kadardır. Çocuk bu sürenin ilk dokuz yılında bazı eyaletlerde on yıl tam devre okula, daha sonrada belirli sürede eğitim veren meslek okullarına gitmektedir. Resmi okulların hepsi ücretsizdir.

Okul öncesi eğitim veren çocuk yuvaları aslında ilk önce Almanya'da kurulmuştur. Burada amaç çocukta sorumluluk duygusu yaratmak ve topluma uyumlu kişilik duygusu geliştirmektir. Aile içindeki eğitim ve öğretimi tamamlamak maksadıyla 3-6 yaş grubu için açılan, ancak devam zorunluluğu olmayan anaokulları eğitim sisteminin dışındadır. Bunların çoğu kiliseler, yardım kuruluşları, belediyeler, dernekler ve işletmeler tarafından kurulup, finanse edilmektedir (Kappler ve Grevel, 1993:406). Bir çeşit özel öğretim kurumu niteliğinde olan anaokulları da devletin gözetim ve denetiminde görevlerini yapmakta, eyaletler ve belediyelerden maddi destek almakta, veliler de gelir durumlarına göre bu kuruma giden çocukları için belirli bir ücret ödemektedirler. 1 Ocak 1996 tarihinden itibaren bütün Federal Almanya'da her çocuğun hukuken anaokuluna gitme hakkı vardır (http://digm.meb.gov.tr/yurtdisigorev/rehber/Rehber_III_almanya.html).

Okul sistemine baktığımız zaman okul öncesi eğitimden sonra çocuklar altı yaşından sonra Grundschule adı verilen temel okula gitmektedirler. Bu okullar genellikle dört yıl, Berlin ve Brandenburg da ise altı yıl eğitim vermektedirler. Bu dört yılın sonunda öğrenciler başarı durumlarına ve isteklerine göre başka modelde okula gitmektedirler (Kappler ve Grevel, 1993:406).

Almanya'da çocuklar dördüncü sınıftan sonra not ortalamalarına bağlı olarak Gymnasium'a veya beşinci sınıftan sonra Realschule'ye gidebilmekte, not ortalamaları yetmediği takdirde Esas okul adı verilen Hauptschule'ye de devam edebilmektedir. 9. sınıftan sonra biten Hauptschule eğitimi bireylere bir meslek kazandırmak için verilen meslek stajları ile devam etmektedir. Liseyi bitirmeyen gençler meslek eğitimi almaktadırlar. Bu eğitim Almanya'da zorunludur. 370 meslek dalında eğitim verilmektedir bunlar arasında erkekler daha çok motorlu taşıt teknisyenliği, elektrik tesisatçılığı, boyacılık ve marangozculuğu seçerken, kızlar berberlik, satıcılık, hekim ve diş hekim yardımcılığı seçmektedirler.

Bu öğrenciler haftanın bir ya da iki günü üç yıl süre ile meslek okuluna devam etmektedirler. Diğer günlerde ise mesleklerini uygulamak için zorunlu olarak bir yerde çalışarak pratik yapmaktadırlar. 18 yaşını doldurmamış ve başka bir okula gitmeyen herkes bu meslek okuluna gitmek zorundadır.

Gymnasium 5. sınıftan 13 sınıfa kadar süren bir eğitim vermektedir bazı eyaletlerde 12. sınıfa kadardır. Bu okullar üst düzey eğitim vermektedir. Bu okullarda kur sistemi söz konusudur. Öğrenciler ilgilerini çeken ve ilerlemek istedikleri dersleri seçmektedirler. Bu sayede yüksek okullara geçiş de kolaylıklar sağlanmaktadır. Alınan diploma lise diplomasıdır ve üniversite eğitimi, yüksek öğretim için gerekli ve geçerlidir (Baumert ve diğ., 1994, 486).

Bütün bu üç okul sistemini kapsayan Gesamtschuleler de Alman eğitim sisteminde bulunmaktadır. Bunlar entegre okuldur ve 5. sınıftan 10 sınıfa kadar sürmektedir. Entegre okulların diplomaları bütün eyaletler tarafından kabul görmektedir.

Almanya'da yüksek eğitim alanında sistem, Üniversiteler/ Universitaet ve Meslek Yüksek Okulları / Fachhochschule şeklindeki bir temel ayrıma dayanır. Yüksek eğitimin omurgasını ve yabancı öğrencilere yönelik en geniş alternatifleri teknik üniversite ve klasik üniversite olmak üzere iki formda bulunan üniversiteler sunar. Meslek Yüksek Okulları ise toplum ve ekonomideki yetişmiş nitelikli personel ihtiyacına cevap vermeye yönelik kısa süreli (3 yıl) ve mesleki odaklı eğitim kurumlarıdır. Genellikle bir üniversiteye bağlı olarak eğitim verirler (<http://www.turkstudent.net/art/26>, 01.02.2007).

Fachhochschule olan Meslek yüksek okullarının amacı uygulama ve yaratıcı faaliyet gösterme yeteneği kazandırmaktır. İçerik tamamen mesleki bilgilere dayalıdır. Bu okulların doktora, master verme yetkileri yoktur. İki türlü sınav sistemleri vardır bir ön sınav ki bu sınav dört sömesterden sonra yapılmaktadır, birde diploma ana sınavı vardır, bu da akademik mezuniyet sınavıdır.

Üniversiteler her biri kendi dekanına bağlı olan çeşitli fakültelerden oluşan kendi akademik kadrolarına sahip olan kurumlardır. Her fakültenin değişik dallar

içinde kendi bölümleri söz konusudur. Lisans eğitimi 4 dönemlik temel eğitim aşaması (Grundstudium) ve 5 dönemlik asıl eğitim aşaması (Hauptstudium) dan oluşmaktadır

Almanya'da öğrenciler doğrudan üniversiteye başvurumaktadırlar. Başvuruların fazla olması durumunda kontenjan sınırlaması söz konusudur:

- Kontenjanların %45 'i Abitur (Bitirme) sınavlarındaki notların %55'i ile giriş sınavlarında alınan notların %45'i nin toplanması ile elde edilmektedir.
- Kontenjanların %10'u Abitur (Bitirme) sonuçlarına bakılmaksızın giriş sınavlarındaki başarıya göre doldurulmaktadır.
- Kontenjanların %20'si daha önceki yıllarda başvuran ve bekleme listesinde bulunan adaylardan oluşmaktadır.
- %15'i mülakatla seçilir. Mülakata yukarıdaki şartlarda başarısız olanlar alınır.
- %10'u ise yabancı uyruklu olanlara ve başka programdan mezun olanlara ayrılmaktadır (Çakmak, 2003:213).

Temel eğitim aşaması bir Ara Baraj Sınavı (Zwischenprüfung) ya da Ön lisans Sınavı (Diplom-Vorprüfung) ile biter. Bu sınavlar sonunda alınan diploma kişiye Hauptstudiumun kapısını açar. Öğrenciler bu aşamada konuyla ilgili temel dersleri alırlar, akademik çalışma metotlarını öğrenirler ve staj yaparlar. Hauptstudium (Ana eğitim) aşamasında ise ders seçenekleri daha fazladır. Seçilen branşın derslerinin yanı sıra alınan seçmeli dersler öğrenciye kendi gelişimine katkıda bulunmasını sağlar. Bu aşama Diplom, Magister ya da Bachelor's dereceleri alınarak ya da belli dallarda devlet tarafından yapılan sınavlardan (Staatsexamen) sonra tamamlanmaktadır. Öğrenim sürecinde dersler, alıştırılmalar, seminer çalışmaları, stajlar genellikle yerine getirilmesi gereken formlardır.

Tablo 1: Alman Eğitim Sisteminin Şeması (Kappler ve Grevel, 1993:407)

Eğitim (Çeşitli genel eğitim ve mesleksel eğitim)					Sınıflar
Meslek niteliği	Genel yükseköğretim		Yükseköğretim diploması		13 12 11 10
Teknik okul	Gece lisesi/kolej		Üniversite/Teknik üniversite Pedagoji yüksekokulu Meslek yüksekokulu İdari bilimler yüksekokulu Sanat yüksekokulu Entegre yüksekokul		
Meslek diploması	Teknik yüksekokula geçiş		Olgunluk		
Ortaöğretim bitirme			Lise son devre (Lise, Meslek lisesi, Teknik lise, Entegre okul)		
İşletme ve meslek okulunda meslek eğitimi	Meslek tekâmül okulu	Meslek Lisesi	Teknik Lise		
Mesleki temel Eğitim Yılı					
Hauptschule'de 9. veya 10. sınıflardan sonra bitirmeler/Ortaokul bitirme					
Özrümler Okulu	Hauptschule (Esasokul)	Realschule (Ortaokul)	Lise	Entegre Lise	10 9 8 7 6
Yön tayin dönemi					5
Özrümler Okulu	Grundschule (Temelokul)				4 3 2 1
Özrümler Yuvası	Çocuk yuvaları				

Türk eğitim sistemi ile Alman eğitim sistemini karşılaştırdığımızda pek de birbirleriyle örtüşmediklerini görmekteyiz. Burada Almanya'nın eyaletlerden oluşması ve kendi içinde farklılıklar göstermesi önemli bir etken olmaktadır. Ama burada unutulmaması gerekir ki iki eğitim sistemi de öğrenci odaklı olmaktadır. Yeni bir meslek olarak görülen Halkla ilişkiler Türkiye'de olduğu gibi Almanya'da yeni eğitim programlarına bir bilim dalı olarak dahil edilmektedir. Halkla ilişkiler eğitimi Türkiye'de olduğu gibi Almanya'da da yeni disiplindir ve araştırmalar yeni yapılamaya başlanmıştır.

6. HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİM VE ÖĞRETİMİ

Eğitim, sosyal bir kurumdur ve ancak grup içinde mümkündür. Eğitim ailede başlar ve gittikçe genişlemektedir. Eğitim diğer sosyal kurumları da etkilemektedir. Bu nedenle gelişmek isteyen her toplum öncelikli olarak eğitime gereken önemi ve değeri vermek zorundadır. Toplumun diğer sosyal kurumları da eğitim üzerinde etkili olmaktadır. Bir ülkenin sosyal, kültürel, ekonomik ve politik yapısı o ülkenin eğitimine yansımaktadır. Eğitim diğer sosyal kurumlarla dayanışma içinde bulunmalı, onların durumları da göz önüne alınarak planlanmalıdır (Arvasi, 1998:25-26).

Er'e göre (1997:61-61) toplumun yaşamasının, başka bir söyleyişle toplumun varlığının, birliğinin işlerliğinin, devamlılığının birinci nedeni o toplumu oluşturan insanlardır. İkinci nedeni ise yetiştirilen yeni üyeler, yeni kuşaklardır. Toplumların yaşamasının üçüncü kaynağı ise doğal kaynaklardır. Bunlar toplumu kalkındıracak kaynaklardır. Dördüncü bir nedende yeni kültürel değerler üretecek, toplumsal kurumları geliştirecek, toplumsal davranış ve rolleri yenileyip çağa uyarlayarak ilerlemektir. Bunların hepsi de eğitimle yakından ilgilidir.

Halkla ilişkiler bilgiyi üretip, dağıtan, bilginin değişimini, depolanmasını, yeniden düzenlenip kullanılmasını sağlayan bir bilgi işidir. Bu bilgi çağında da halkla ilişkilerin önemli bir yeri vardır. Kültürün evrenselleşmesini belirleyen en önemli faktörlerden bir tanesi eğitimidir. Ancak 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren

eğitim kurumları olarak okulların, üniversitelerin gelişimci ve değişimci niteliklerini yitirmeye başladıklarını görmekteyiz (Çakmak, 2003:66). Halkla ilişkiler alanında beceri veya alınan eğitimden çok, kişisel iletişim yönünden incelenmesi nedeniyle çok farklı geçmişli olan kişiler bu alanda çalışmaktaydı, medya ile olan ilişkilerin genişlemesi ile birlikte bu alan gazetecilik eğitime kaymış, böylelikle ilk örnekleri ABD’de olmak üzere, gazetecilik eğitimi veren kurumlar eğitim programlarına halkla ilişkiler derslerini ilave etmiştir (Peltekoğlu, 2001:115). Bu şekilde halkla ilişkiler artık üniversite eğitime katılmıştır.

Üniversiteler gerçekleri arayan bilim üreten ve onu yayan kurumlardır (Timur, 2000:11). Üniversite eğitiminin meslek eğitimi anlamına geldiği durumda, kendilerine meslek arayan gençler için iletişim eğitimi geniş ve cazip iş umutlarıyla en önemli seçeneklerden bir tanesi haline gelmiştir (İşler, 2000:89). Bu üniversitelerin içinde halkla ilişkiler eğitimi veren fakülteler bulunmaktadır. Halkla ilişkilere baktığımızda halkla ilişkilerin az sayıda üniversitede tek bir bölüm olarak yer aldığı görülmektedir. Halkla ilişkiler bölümleri ya ana bölüm içinde yer almakta ya da ana ilgi odakları gazetecilik, işletme yönetimi, kamu yönetimi, iletişim veya benzer alanları barındıran okulların bir bölümü olmaktadır (Berth ve Sjöberg, 1998:22).

Halkla ilişkiler eğitimi başarılı bir meslek süreci için tek başına yeterli değildir. Eğitimin yanında aynı zamanda genel kültürün bilinmesi, sistematik bir çalışma programının olması ve dilin iyi kullanılması gerekmektedir. Üniversiteler bireylerin bilimsel hedeflerine ulaşmak için çalışmaktadırlar, içerik analizi yapmakta, medyanın yapısını incelemekte ve bu incelemelerden eğitime de yansıtacak sonuçlar bulmaya çalışmaktadırlar (Ludwig, 1997:122). Bu da göstermektedir ki; halkla ilişkiler daha yeni bir disiplin olarak karşımıza çıkmaktadır ve tam olarak hangi ana bölüme dahil edileceği bir tartışma konusu olarak sunulmaktadır.

Halkla ilişkiler eğitimi almış kişilerin iş bulma süreçlerinde sorunlar yaşadığı bir gerçektir. Halkla ilişkiler eğitimi almamış olan kişilerin de bu mesleği yapma olanağına sahip olmaları ve halkla ilişkiler mesleğin çok geniş bir alana hizmet etmesi sorunların nedenlerinden bir kaçıdır. Bu nedenle halkla ilişkiler yapacak

kişiden muhasebe, finans, kamu yönetimi, mühendislik, eğitim, ilaç, siyaset bilimi gibi alanlardan da bilgi sahibi olunması istenmektedir. Bu noktada halkla ilişkiler eğitimi verilirken bu alanlardan da bilgilerin verilmesi gerektiği ön plana çıkmaktadır. ABD’de yapılan bir araştırmaya göre, halkla ilişkiler alanında çalışacak olan kişilerde dört yıllık lisans eğitiminin yanında, haber bülteni yazmak, işletme ve sosyal bilimler alanında eğitim ve deneyim, kişilik özellikleri, yazma yeteneği ve halkla ilişkiler alanında deneyim sahibi olmak aranmaktadır (Peltekoğlu, 2001:112).

7. HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNİN GELİŞİMİ

Halkla ilişkiler eğitiminin geçmişine şöyle bir baktığımızda bu eğitimin aslında iletişim eğitimi ile başladığını görmekteyiz. Gazetecilik eğitiminin başlaması ile birlikte iletişim eğitiminin de temelleri atılmıştır. Dünyada çağdaş anlamda ilk gazetecilik iletişim eğitimi 1908 yılında ABD’de Missouri Üniversitesi’nde görülmeye başlanmıştır. 20. yüzyıla gelindiğinde ise ABD’de gazetecilik eğitimi veren okulların sayısı yaklaşık olarak 100’e ulaşmıştır (Mutlu, 2000:235).

İlk halkla ilişkiler dersleri ABD New York Üniversitesi’nde Edward Bernays tarafından vermeye başlanmıştır. New York Üniversitesi’nden sonra ise 1929 yılında Yale, Harvard ve Columbia Üniversiteleri halkla ilişkiler dersleri vermeye başlamışlardır (Kadıbeşgil, 1999:20). Aynı zamanda halkla ilişkiler alanında yayınlanan ilk kitapta Edward Bernays’ın “Crystallizing Public Opinion” Kamuoyunun Kristalleşmesi adlı eseridir.

Halkla ilişkilerin tam olarak ne olduğu konusunda ve içeriği hakkında fikir birliğine varılamadığı için eğitimi de yavaş adımlarla gelişmiştir. 1946 yılında gazetecilik adı altında 23 okulda halkla ilişkiler dersi vermeye başlanmış ve 1964 yılında ise 24 üniversite halkla ilişkiler diploması vermeye başlamıştır (Seçim, 1993:36).

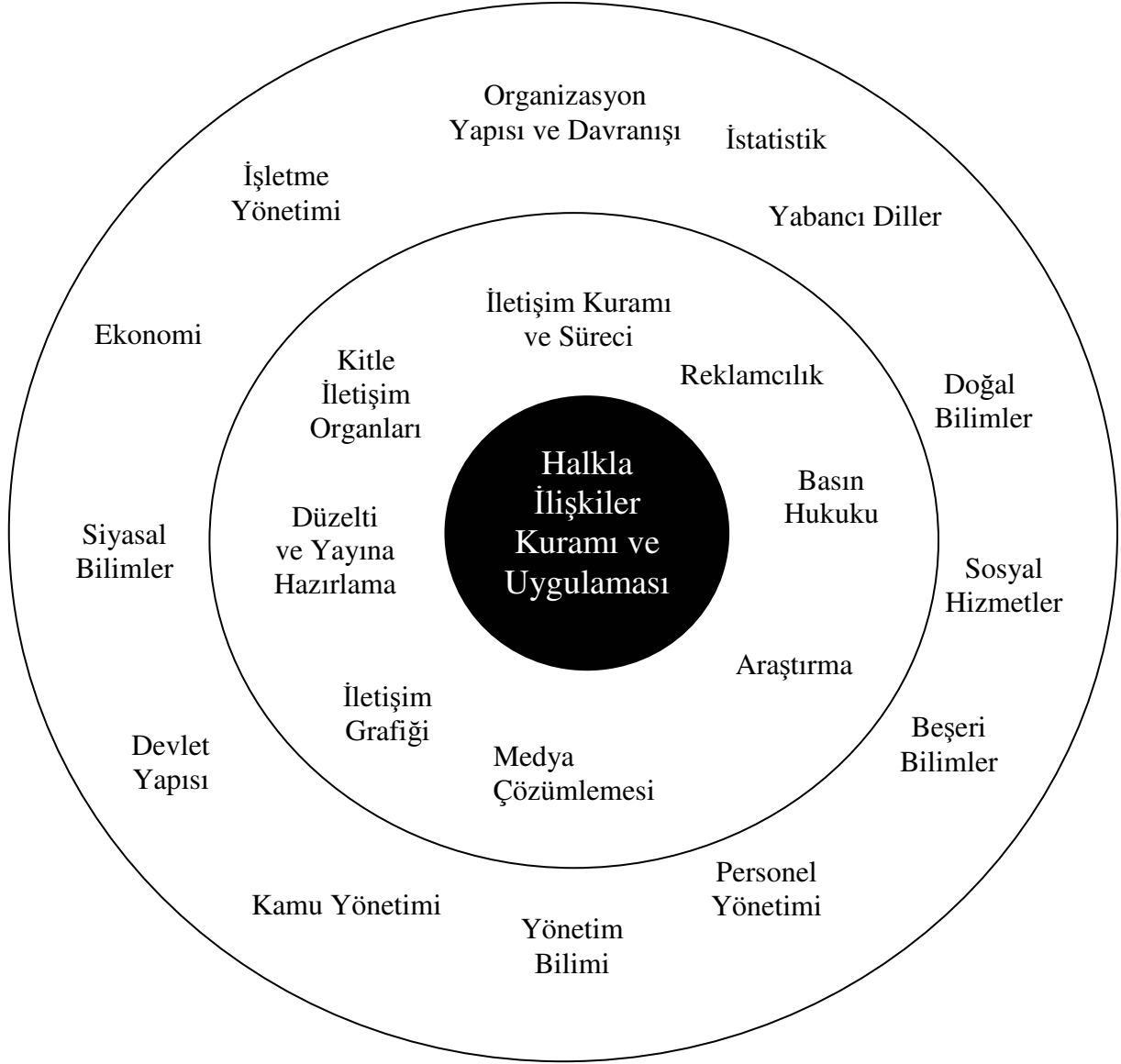
Halkla İlişkiler Araştırması ve Eğitim Kurumu (Foundation for Public Relations Research and Education) 1975 yılında halkla ilişkiler lisans, master ve

doktora programlarına yönelik “Halkla İlişkiler Eğitime İlişkin Bir Tasarım” başlıklı bir müfredat önerisinde bulunmuştur. İkinci bir öneri ise; 1985 yılında Mezuniyet Çalışmaları Ulusal Komisyonu (National Commission on Graduate Study) tarafından halkla ilişkiler mezunlarına yönelik bir öneridir. Üçüncü rapor ise; Lisans Düzeyinde Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu (Commission on Undergraduate Public Relations Education) tarafından 1987 de sunulan rapordur. 1999 yapılan Halkla İlişkiler Eğitim Komisyonu’nun raporunda ise; uluslar arası halkla ilişkilerin bilgilerinin değerine dikkat çekilmiştir (Becerikli, 2005:47).

Müfredat üzerinde yoğunlaşan bir çalışma Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi Komisyonu tarafında 1985’de geliştirilmiştir. Bu modelin iki amacı vardır. Birincisi eğitim standartları ve mesleki beklentiler açısından halkla ilişkiler konusunda lisans seviyesindeki mevcut eğitim durumunu incelemek, ikinci amaç ise model bir müfredat hazırlamak ve halkla ilişkiler konusundaki mesleki ihtiyaçları karşılayacak lisans seviyesindeki eğitim durumu ve uygulama ile ilgili gelişme sağlayacak tavsiyelerde bulunmaktır (Aldoory ve Toth, 2000:118). Lisans eğitim komisyonun aldığı kararlara göre halkla ilişkiler beş açıdan geliştirilebilmektedir. Bunlardan birincisi halkla ilişkiler eğitimi için geliştirilen modeller; teori, pratik, araştırma ve kültür alanlarıyla ilgili olmalıdır, ikincisi modeller etik çerçeveye sunulmalıdır. Üçüncüsü eğitsel süreç içerisinde teknoloji ile bütünleşme sağlanmalıdır, modeller görsel okuryazarlık alanlarının ortaya çıkışını vurgulamalıdır ve en son olarak ta modeller halkla ilişkiler yaklaşımına çok kültürlü ve uluslar arası bir yaklaşım getirmelidir (Toth, 1999:48).

IPRA (International Public Relations Association) aracılığıyla eğitim konusunda bir görüş birliği sağlanmıştır ve bu görüş birliğine göre halkla ilişkiler mesleğini yürütecek olan öğrencilerin eğitim programları iç içe geçmiş üç daire ile gösterilebilmektedir (Şekil 1). İç dairede halkla ilişkiler uygulaması ile ilgili ders ve konulara, ikinci dairede genel iletişim konularına, üçüncü dıştaki ve en büyük olan dairede ise temel konuları içeren genel, sosyal ve beşeri bilgilere yer verilmiştir (IPRA, 1990:2).

Şekil 1: İpra Eğitim Programı



Sharpe ve Grunig'in 1985'de yaptıkları araştırmalara göre Sharpe halkla ilişkiler öğrencilerinin özgür sanatlar tabanı kazanmaları gerektiğini söylemiş aynı zamanda öğrencilerin iş ve yaşam deneyimlerini halkla ilişkiler pratiğine oturtmaları gerektiğini vurgulamıştır. Grunig ise halkla ilişkilerin gazetecilik ile bağlantısı olduğuna değinmiş, gazetecilik, yayıncılık ve reklamcılık gibi diğer meslekler ile birlikte halkla ilişkiler eğitiminin de geniş özgür eğitim, iletişim becerileri, yönetim için gerekli bilgi, örgüt bilgisi ve deneyim bilgisine sahip olmaları gerektiğini vurgulamıştır (McDonald ve Carrick, 1991:13).

1986 yılında ise Wakefield ve Cottone (1986: 38) adlı araştırmacılar halkla ilişkiler eğitiminin 1980'den sonrasının nasıl olması gerektiğini şu şekilde sıralamışlardır: 1. Halkla ilişkiler, uygulayıcıları için artan talebe yanıt verebilmelidir. 2. İletişim alanındaki kuramsal ve metodolojik gelişmelere ayak uydurmalıdır. 3. Öğrencileri hem ulusal hem de uluslar arası genişleyen dünyaya hazırlamalıdır. 4. Planlama, yönetim, beşeri ilişkiler, işletme, metin yazımı, reklamcılık gibi konulara hazırlamalıdır. 5. Halkla ilişkiler mesleğinin özel gereksinimleri saptanmalıdır (akt. McDonald ve Carrick, 1991:10).

Heath ise halkla ilişkilerin gelişimi için uygun eğitim ve araştırmanın gerekli olduğuna değinmiştir ve bu konu ile ilgili yaptığı araştırma sonucu şu verilere ulaşmıştır: 1. Halkla ilişkiler bir iletişim disiplini iğerisine yerleştirilmelidir. 2. Yapılan araştırmaların teorisi deneysel bir biçimde test edilip geliştirilmelidir. 3. Disiplin, bilgi ve ikna arasında yapay farklılıklar oluşturulmamalıdır. 4. Yardımcı disiplinler mümkün olduğunca geniş olmalı ve her bir uygulayıcısının gereksinimlerine göre düzenlenmelidir. 5. İdeal ders programı uygulayıcılara, hizmet ettikleri örgütlere katkıda bulunacak şekilde düzenlenmelidir (Heath, 1991:187).

Wright'a göre Amerika'da halkla ilişkiler; "bir bilgi birikimine, profesyonel bir topluma, etik kodlara, uygulamacıların yeterliliği için bir teftiş sistemine, düzensizliklerin bildirilmesi için yeniden gözden geğirme ve tenkiti içeren bir sürece, halkla ilişkiler araştırmasını ve eğitimini ilerletmek için bir yapılanmaya, üniversite düzeyinde belirli bir müfredat programına sahiptir" (akt.L'Etang ve Pieczka, 2002:26).

Taylor'a (2001:75-79) göre halkla ilişkiler eğitimcileri müfredatlarına uluslararası bir boyut kazandırmaları gerekmektedir. Bunun için çeşitli başlıklar düzenlenmiştir. Bu başlıklar kişiler arası iletişim ve örgütsel iletişim alanında kültürel değişimlerin dikkat edilmesi, toplumsal faktörlerin halkla ilişkiler üzerindeki etkisine dikkat edilmesi, uluslararası açıdan etik konusuna dikkat edilmesi, uluslar arası uzmanların mesleki gelişiminin aynı yönde olması ve dünyadaki olayların göz ardı edilmemesi olarak sunulmaktadır.

Avrupa’da ise; akademisyenler disiplinlerarası yaklaşımları kabul etmektedir. Teoriye daha fazla ağırlık vermekte, sosyoloji ve siyaset biliminden yararlanmaktadırlar. Avrupa’nın katı teorik yaklaşım gelenekleri vardır. Bu Birleşmiş Milletler’de çok fazla uygulanmamaktadır ve orada uygulama daha fazla ön plandadır.

7.1. Türkiye ‘de Halkla İlişkiler Eğitimi

Halkla ilişkiler eğitimini bilimsel bir temele oturtmak, ileriye dönük yeniliklerden haberdar olup bunları uygulamaya koymak ve bireyleri mesleğe yetiştirirken yenilikleri de ders programlarına ekleyerek onları mesleğe hazırlamak iyi bir halkla ilişkiler görevlisi yetiştirmek için önem arz etmektedir.

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitiminin temellerini iletişim eğitimi, gazetecilik eğitimi atmıştır. 1950 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü gazetecilik/iletişim eğitimi vermeye başlamış, 1965 yılında ise Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu’nda gazetecilik/iletişim eğitimi programa dahil edilmiştir (Tokgöz, 2003:7).

1965 yılından yürürlüğe giren kanunla birlikte özel yüksek okulların açılmasına izin verilmiştir, bu nedenle gazetecilik eğitiminde özel yüksek okullar da eğitim vermeye başlamışlardır. 1975 yılında Eskişehir’de Enstitü Sinema ve Televizyon Yüksek Okulu açılmış, bu fakülteye basın yayın bölümü de eklenerek 1980 yılında fakültenin adı İletişim Bilimleri Fakültesi olarak değiştirilmiştir (Tokgöz, 2003:11).

Özellikle halkla ilişkiler eğitiminin verilmesi 1960’dan sonrasına rastlamaktadır. Devlet Planlama Teşkilatı’nın kurulması halkla ilişkilerin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. 1972 yılında Halkla İlişkiler Derneği’nin kurulması halkla ilişkiler eğitimine başka bir ivme kazandırmıştır. 1988 yılında ise Yüksek Öğretim Kurulu’nun isteği ile birlikte Basın Yayın Yüksek okullarında

verilen gazetecilik ve halkla ilişkiler bölümleri ikiye ayrılmış gazetecilik ve halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü iki ayrı bölüm olarak kurulmuştur.

1988 yılından itibaren yeni bölümlerin ortaya çıkması ile birlikte Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) sınavı ile bu bölümlere öğrenci alınmaya da başlanmıştır. Bu da iletişim eğitiminde yaşanan mevcut sorunların artmasına neden olmuştur. 1992 yılında yapılan yasa değişikliği ile birlikte bir çok üniversite de iletişim fakülteleri açılmış aynı zamanda bir çok bölümde de iletişim, halkla ilişkiler radyo televizyon eğitimi verilmeye başlanmıştır. 1990'dan itibaren Türkiye'de iletişim eğitimi veren fakültelerin sayısı da artmaya başlamıştır. Türkiye'de devlet ve vakıf üniversitelerinin hepsinde lisansüstü eğitim görülmemektedir. Doktora eğitimi ise Ankara, İstanbul, Marmara, Ege, Anadolu ve kısmen Selçuk Üniversitesi'nde verilebilmektedir. YÖK (Yüksek Öğretim Kurumu) ile başlayan lisansüstü eğitim ile birlikte devlet ve vakıf üniversitelerinde akademik kadrolarda yer alabilmek ve yükselebilmek için lisansüstü çalışmalar kadar bilimsel araştırmalar yapmak da önemlidir. Yardımcı doçent, doçent ya da profesör olabilmek için yapılan iletişim araştırmalarının sayısı artarken, yapılan çalışmaların iletişim alanında yenilikleri ve gelişimi de beraberinde getirdiği görülmektedir. Yüksek lisans, doktora tezleri, makaleler, bildiriler, ders kitapları gibi akademik çalışmalar iletişim alanındaki literatürün zenginleşmesine de neden olmuştur (Tokgöz, 2006:4).

1993 yılından itibaren iletişim fakültelerinin bölümlerine Yüksek Öğretim Kurulu tarafından anabilim dalları yerleştirilmeye başlanmıştır. Gazetecilik bölümünün altına "genel gazetecilik, basın yayın tekniği, basın ekonomisi ve işletmeciliği, bilişim ve bilgisayar teknolojileri", radyo televizyon ve sinema bölümünün altına "radyo televizyon, sinema, iletişim bilimi, grafik sanatlar ve fotoğrafçılık", halkla ilişkiler bölümüne ise "halkla ilişkiler, kişilerarası iletişim, araştırma yöntemleri, reklamcılık ve tanıtım" ana bilim dalları konulmuştur (Tokgöz, 2003:23).

Lisansüstü eğitim Türkiye'de iletişim alanında iki aşamalı olarak başlamıştır. Birinci aşamada iletişim alanında lisansüstü eğitim için yurtdışında eğitim olanaklarına başvurulmuştur. İkinci aşamada Türkiye'de iletişim alanında lisansüstü

eğitim veren programlar açılmıştır. Her ikisinde de amaç iletişim eğitimi verecek kadroların yetiştirilmesidir (Tokgöz, 2003:25).

“İletişim fakültelerinin bağlı bulunduğu üniversitelere ait sosyal bilimler enstitülerinde yürütölen disiplinlerarası nitelikte olan programlarda düzenlemeye gidilmiştir. İletişim fakültelerinin bölümleri Sosyal Bilimler Enstitülerinde anabilim dalı haline gazetecilik, radyo televizyon ve sinema halkla ilişkiler ve tanıtım getirilmiştir. Yüksek lisans ve doktora programları anabilim dalları ile düzenlenerek öğrenciler bu programlara kabul edilmeye başlanmıştır” (Tokgöz, 2003:26).

İletişim eğitimi alan öğrencilerin ne yazık ki büyük bir çoğunluğu hangi bölümden mezun olurlarsa olsunlar Türkiye’de çok zor iş bulabilmektedir. İletişim sektöründe alaylı mektepli ayrımı söz konusudur, ve bir çok sektörde alaylılar tercih edilmektedir. Her mezun olana sektörde iş yoktur. Bu da beraberinde bir çok sorunu getirmektedir ve iletişim alanında iş verenlerle birlikte çözölmösi gereken en önemli sorunlardan bir tanesidir.

7.2. Almanya ‘da Halkla İlişkiler Eğitimi

Almanya da halkla ilişkiler eğitiminin nasıl verilmesi gerektiği uzun süre tartişma konusu olmuştur. 1989 yılında Freien Universitaet Berlin (FU Berlin) de bilim dalı olarak ilk defa halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü oluşturulmuş, 1994 yılında Leipzig Üniversitesi bu bölümü bilim dallarına eklemiştir.

1960 - 1970’li yıllarda Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) ve birkaç özel okul halkla ilişkiler dalında birkaç hafta süren kurslar ve seminerler düzenlemeye başlamıştır. Bu seminer ve kurslar hâla ilgili birimler tarafından verilmektedir. 1980’li yılların sonunda halkla ilişkiler bir çok üniversite ve meslek okullarının iletişim programlarında kendine yer bulmuştur. Halkla ilişkiler konulu seminerler Erlangen-Nürnberg, Bamberg, Berlin, Bochum ve München üniversiteleri tarafından düzenlenmeye başlanmıştır. Günümüzde ise iletişim bilimlerinin

bulunduğu bir çok üniversite artık halkla ilişkiler bölümüne veya derslerine yer vermektedir (Bentele ve Junghaenel, 2004:161).

1990'lardan sonra Almanya'da halkla ilişkiler eğitiminde patlamalar yaşanmıştır. Almanya'da halkla ilişkiler diyalog merkezlidir. Halkla ilişkiler uzmanlarının motivasyon yapısı, değer kavramları ve mesleki etikleri ya da kullanılan araçlarla ilgili Almanya' da yapılmış ampirik araştırmalar mevcuttur (Bentele ve Grazyana, 1996:358).

Halkla ilişkiler Almanya'nın doğusu ve batısında farklı şekillerde uygulanmaktadır. Batıda halkla ilişkiler gelişmişken doğuda ekonomiye de bağılı olarak batıdaki gibi bir gelişme görülmemektedir. 1999'dan itibaren Almanya'da halkla ilişkiler diploması almak mümkündür. Halkla ilişkiler eğitimi vermeyen birkaç üniversite ve akademilerde özel halkla ilişkiler kursları düzenlemektedir.

Almanya'da verilen halkla ilişkiler eğitimi ders programlarının içeriği bir çok özel kurum tarafından farklı şekillerde ve içeriklerde düzenlenmiştir. Almanya 'nın bir çok eyaletten oluşması ve her eyaletin farklı bir eğitim sistemine sahip olmasını bu farklı içeriklerin var olmasına neden olarak gösterebiliriz.

Bir çok üniversite ve yüksek okulda halkla ilişkiler eğitimi verilmektedir. Bu eğitim farklı bölümlerde verilmektedir. Gazetecilik, iletişim bilimleri, medya bilimleri ve kamu bilimleri bunlardan sadece bir kaçıdır.

Halkla ilişkileri temel alan fakülteler olduğu gibi ağırlıklı olarak halkla ilişkiler dersleri veren fakültelerde söz konusudur. Halkla ilişkiler eğitimini temel alan kurumları olarak Leipzig Üniversitesi, Hannover yüksekokulunu sayabiliriz, medya yöneticiliğinde okuyan veya medya iletişimi veya gazetecilik okuyan bir kişi de ağırlıklı olarak halkla ilişkiler dersleri alabilmektedir, bu eğitimde Klagenfurt üniversitesi, Berlin üniversitesi vs. de verilmektedir (Kramer, 2003:20).

1997 yılında Halkla ilişkiler Eğitim Komisyonu (Commission on Public Relations Education) 1997 yılında lisans ve lisansüstü halkla ilişkiler programlarını incelemek ve önerilerde bulunmak için kurulmuştur. "1999 Commission on Public Relations Education adı altında yapılan inceleme halkla ilişkileri eğitiminin nasıl

olması gerektiğine ilişkin görüş ve önerileri bir rapor haline getirmiştir. Buna göre kaliteli bir halkla ilişkiler eğitimi gerçekleştirebilmek için öncelikle halkla ilişkilerin doğasını, önem ve gerekliliğini kavramak ve eğitimle ilgili tüm aktiviteleri de bu gerçeğin üzerine yapılandırmak gerekmektedir. Eğitime ilişkin bu temel hazırlık sürecinden sonra amaçlara ulaşmada kullanılacak eğitim programlarının yani lisans ve lisans üstü düzeydeki bir halkla ilişkiler eğitimi için müfredatları, ders içerikleri belirlenmeli, verilecek eğitimin temel karakteristik özellikleri tespit edilmelidir. Söz konusu temel karakteristik özellikleri eğitim sürecine yansıtabilmek için gerekli olan bilgi-belge ve dokümanlara ilişkin ciddi araştırmaların yapılması ve bunların temin edilmesi de halkla ilişkiler eğitiminden beklenen başarının sağlanmasında büyük önem taşımaktadır. Elbette ki bu sürecin işlerliğinin sağlanabilmesi için de gerekli kriterlere sahip eğitimci ve profesyonellerden yararlanılması gerekmektedir” (Kocabaş, Pira ve Sohodol, 2004:225).

8. HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNDE SORUNLAR

Eğitim konularında belli başlı sorunlar söz konusudur. Bu sorunlardan bir tanesi okulların ekonomiyle uyumunun doğası ve gücü etrafında dönen yapısal siyaset tartışmalarıdır. Buna örnek olarak liberal eğitimin mi yoksa mesleki eğitimin mi verilmesi gerektiğini verebiliriz, diğer bir sorun da üniversitenin yönetim yapısındaki çatışmalardır. Türkiye’de vakıf üniversiteleri yani özel üniversitelerle devlet üniversiteleri arasında sayıca dengenin olmasından kaynaklanan insan sermayesi halkla ilişkiler eğitimde görülen sorunlardan bir diğeridir. Kültür sermayesi politikası da yani hangi derslerin okutulacağı bu derslerin içeriğinin ne olacağı, hangi kitapların okutulacağı yönünde oluşan bilginin doğası üzerinde yer alan çatışma ve sorunlardır (İşler, 2005:85).

25 ülkenin 37 akademisyenleri bir araya gelerek halkla ilişkiler eğitimde ki farklılıkları ortaya koymak amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Delphi çalışması olarak adlandırılan bu çalışmada Avrupa’daki akademisyenler halkla ilişkileri kendi ülkeleri bazında ele almaya çalışmışlardır. Ülkeler halkla ilişkileri; isimlendirme,

ilişki ve iletişimin tartışılması, alanın parametreleri, halkla ilişkilerin tek başına bir araştırma alanı olarak kabul edilmesi ve alanın tanımlanması olarak ele almışlardır ve bu konularda öneriler sunmuşlardır (Van Ruler ve Vercic, 2002:1-13).

Buradan çıkan sonuçlar neticesinde halkla ilişkiler sadece bir fenomen değildir aynı zamanda planlanmış stratejik bir süreçtir. Bu nedenle halkla ilişkiler halkın içinde bulunduğu iletişim odaklı yaklaşımlar ve diğer disiplinlerde düşünülerek ele alınmalı ve bu unsurlar eğitim verilirken göz önünde bulundurulmalıdır.

Halkla İlişkiler; psikoloji, siyaset bilimi, sosyoloji, örgütsel davranıştan medya ve kültürel çalışmalara kadar uzanan bir çok konuda fikir sahibi olmayı gerektirmektedir. Bu nedenle halkla ilişkiler uygulamacıları geniş bir alanda hizmet edebilmeli ve ders müfredatları da bunu sağlayacak şekilde düzenlenmiş olmalıdır. Farklı konular kendi kavramsal çerçevelerini ve kültürlerini de beraberinde getirdiğinden halkla ilişkilerin aynı zamanda dünyayı farklı bir bakış açısından daha esnek ve duyarlı görme özelliği de söz konusudur. Bu da halkla ilişkiler eğitimcilerin farklı uzmanlık alanları hakkında bilgi sahibi olmalarını, ders programlarının bu uzmanlık alanları doğrultusunda düzenlenmiş olmasını gerektirmektedir (L'Etang ve Pieczka, 2002:39).

Halkla ilişkilerle ilgilenen sosyologlar, psikologlar ve diğer sosyal bilimciler “kuramsal araştırma” yapmaktadırlar. İnsanların nasıl iletişim kurdukları ve birbirleri ile nasıl ve ne şekilde iletişime geçtiklerini incelemektedirler. Ama aslında ideal olan halkla ilişkiler uzmanlarının sosyal bilimcilerden öğrendiklerini kendi geliştirdiği ilkelerle çalıştıkları kurumlarda uygulamalarıdır (Sjöberg, 1998:26).

Bir halkla ilişkiler uzmanı çok geniş bir alana hizmet etmektedir. Bu nedenle bilgisinin de çok geniş bir alana yayılmış olması gerekmektedir. Derslerin sadece iletişim bilgisi etrafında dönmesi öğrencilerin yeterli bilgi almasını engellemektedir. Kuramsal bilginin yanı sıra alan bilgisi ve becerinin birlikte yer aldığı hayata ve uygulamaya katkıda bulunan bir üniversite eğitimine ihtiyaç duyulmaktadır (Kazancı, 2003:137).

Bardhan'nın (2003:171) öğrenciler üzerinde yaptığı bir araştırmaya göre lisans öğrencileri kendilerinin ilgisiz olarak görüldüklerinden yakınmaktadır. Onlara göre temel pedagojik bir bağlantı eksikliği söz konusudur ve halkla ilişkilerin uluslar arası çok kültürlü olduğunun gösterilmesi gerekmektedir. Uluslar arası halkla ilişkileri tanımlayan çok kültürlü derslerin eksikliğinden yakınmaktadır ve müfredatın bu global bilgileri de içermesi gerektiğini savunmaktadır. Halkla ilişkilerin teoriye mi yoksa uygulamaya mı yönelik eğitim vermesi gerektiği tartışılan bir konu olmuştur. Bazı araştırmacılar teorik bir eğitimin daha uygun olacağını savunurken, bazı araştırmacılarda uygulamalı eğitimin daha önemli olduğuna dikkat çekmiştir.

Kent ve Taylor'a (2005:18) göre halkla ilişkilerin amacı toplumun üretken bireylere ihtiyacı olduğu için bireyi entelektüel olarak yetiştirmek, eğitmektir. Hazırlanan programların sadece uygulamaya dönük olarak hazırlanması temel araştırmaların yerini uygulamalı araştırmaların alacağı anlamına gelmektedir. Bu da bilimselliğin geride kalmasına neden olacaktır. Bu noktada hem teori, hem de uygulamayı dengede tutmak önemli olmaktadır.

Soloski (1994:6) makalesinde ders programlarına yönelik ortak eleştirileri dikkate almıştır ve buna göre iletişim içinde olanlar akademik programların ihtiyaçları karşılamadığı ve akademisyenlerin daha çok teorik bazda derslere yer verdikleri için eleştirildiklerine dikkat çekmiştir. Soloski akademisyenlere öğrencilere eleştirel düşünmeyi öğretmeyi ve onların teknoloji üzerinde değil süreç üzerinde odaklanmaları gerektiği konusunda müfredata bağlı kalmaksızın ve müfredatın akademik gereklilikleri sağlayacak mesleki yeterlilik kazandıracak şekilde eğitilmesini teklif etmiştir (akt. Aldoory ve Toth, 2000:117).

258 kişilik bir halkla ilişkiler uygulayıcı ve eğitimciden oluşan araştırma grubu halkla ilişkiler eğitimini 5 boyutta incelemiştir. Bunlar halkla ilişkiler eğitiminin genel algılanması, eğitim, öğrenci ve uygulama için arzu edilen eğitim sonuçları, öğrenci çalışmalarının ve öğrenimlerinin değerlendirilmesi, halkla ilişkiler müfredatı ve öğretim teknikleri. Sonuçlar göstermiştir ki eğitimciler ve uygulayıcılar halkla ilişkiler eğitiminin doğru yolda ve sistematik bir değerlendirmede önemli bir

konumda olduğunda hem fikirdirler. Ayrıca halkla ilişkiler eğitiminin nasıl yapılması gerektiği konusunda ortak karar içinde olup, öğretim ve metotları konusunda tercihleri yüksek oranda benzerlik göstermektedir (Turk, Stacks ve Botan, 1999:9).

9. HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİ İLE İLGİLİ ÖNERİLER

Halkla ilişkiler alanının sadece iletişim ile ilgisi yoktur, onun bir çok alan ve disiplinle ilgisi söz konusudur. Kuramsal derslere gerektiği kadar yer verilmelidir. Ama aynı zamanda özel işletmelerinde beklentileri de göz ardı edilmemelidir. Bu durumda konu ile ilgisi olan derslerin ayıklanması ile birlikte başarılı bir halkla ilişkiler programı için aynı zamanda fazla tekrarı önlenmesi gerekmektedir (Kazancı, 2003:135).

1975 yılında Association of European Journalists (AEJ) ve Public Relations Society of America (PRSA) toplulukları ortak bir araştırma komisyonu kurarak halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili bazı sonuçlara ulaşmışlardır. Bunlar :

- Halkla ilişkiler eğitim programı, halkla ilişkiler ve iletişim ile ilgili edebi ve sanatsal içeriğe sahip olmalıdır,
- Uygulayıcılar için diploma şartı aranmalıdır.
- Halkla ilişkiler programı gazetecilik veya iletişim fakültelerinde yer almalıdır.
- Programın %25 uygulamaya, %75'i teoriye dayanmalıdır,
- Geleneksel yapıdan ayrı ele alınmalıdır (Fischer, 2000:16).

Gibson'a göre (1992:46) endüstriye yönelik bir halkla ilişkiler eğitiminde belirli sonuçlara ulaşmak istenmektedir. Bu sonuçlar;

- İş ve halkla ilişkiler pratiğine uygun tutumlar geliştirmek,
- Öğrenciye iletişim, analiz, araştırma ve yönetim becerileri kazandırmak,
- Öğrencilerin etik, iletişim teorisi, ikna, kitle iletişim, halkla ilişkiler, sosyal psikoloji, psikoloji ve işletme hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamak,
- Profesyonel meslek örgütlerine üye olmak,

- Öğrencilerin özgeçmiş ve iş dosyası hazırlamalarına yardımcı olmaktır.

IPRA'nın (Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği) eğitim programlarına ve düzeylerinin gelişimine yardım etmek için belirli düşünceleri söz konusudur. Bunlar IPRA'nın Altın Kitap Serisi'nde öneriler olarak şöyle yer almıştır (Sjöberg, 1998:39-40):

- Tam gün olarak halkla ilişkiler eğitimi üniversitelerde yüksek lisans düzeyinde verilmelidir.
- Halkla ilişkiler hem akademik, hem de mesleki açılardan vurgulanarak bir sosyal bilim olarak okutulmalıdır.
- Halkla ilişkiler dersleri bu alanda hem akademik, hem de mesleki yönlerinde yeterli deneyim ve anlayışa sahip kişiler tarafından verilmelidir.
- Nitelikli eğitimciler bulununcaya kadar halkla ilişkiler programlarının başlatılmaması gerekmektedir.
- Halkla ilişkiler çalışanları için düzenlenen eğitim ve mesleki geliştirme programlarına belli standartlar getirilmelidir. Bu eğitim olanakları mesleki konularda bilgilerin yenilenmesi yanında halkla ilişkilerle ilgili diğer bilim dallarını da kapsamalıdır.
- IPRA, halkla İlişkiler kuruluşları ve üniversite yetkilileri ile denge görevi üstlenmelidir.
- Akademisyenlerle, halkla ilişkiler uygulayıcıları arasında karşılıklı yarar sağlanması için çaba gösterilmelidir.
- Eğitim dünyasında ve çalışmalarında araştırmalar teşvik edilmeli, sonuçların değerlendirilmesi için yöntemler araştırılmalıdır.
- Mesleki ilerleme programları bütün ülkelerde genişletilmelidir.
- Her türlü araç kullanılarak halkla ilişkiler konusundaki ders kitapları ve makalelerin nitelik ve niceliğin artırılması teşvik edilmelidir.
- Farklı ülkelerdeki halkla ilişkiler eğitimcileri arasında düzenli bilgi alışverişi olmalıdır.
- Ulusal ve bölgesel halkla ilişkiler dernekleri eğitim ve mesleki ilerleme programlarına öncelik verilmelidir.

Halkla ilişkiler görevlilerinin temel görevlerinden bir tanesi ve en önemlisi bilgi akışının düzenli ve sağlıklı bir şekilde yürütülmesidir. Bunun için mevcut iletişim olanakları yenilenmeli ve bu yenilikler eğitim sisteminde de yer almalıdır. İşte bu noktada kopukluklar söz konusu olmaktadır. Eğitim sistemimizin belirli noktalarında eksiklikler görülmekte ve bu eksikliklerin giderilmesine, eğitim programlarının yenilenmesi ve güncellenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Gable'in yaptığı araştırmaya göre halkla ilişkiler eğitiminin ve müfredatının geliştirilmesi, iş ahlakına duyulan güvenin yeniden temin edilmesi, ekonomideki kötü gidiş ve müşterilerin işi ucuza bitirme eğilimlerine direnerek stratejik yaklaşımın oturtulması, ajanslara yönelik mesleki standartların yukarı çekilmesi, topluma sağladığı katkıların vurgulanması açısından halkla ilişkilerin kamu menfaati yönünün ortaya konulması gerekmektedir (akt. Theaker, 2006:459).

Önemli olan sadece öğretim programlarının düzenlenmesi, ders programlarının yenilenmesi değildir, aynı zamanda öğretim elemanlarının da nitelikli ve amacı ön planda tutan kişiler olmaları da gerekmektedir. Halkla ilişkiler derslerinin bu alanda akademik birikimi ve mesleki deneyimi olan kişiler tarafından verilmesi gerekmektedir.

Halkla ilişkiler eğitimcilerinin edindikleri deneyimlerle harmanlanmış akademik güvenilirliğe sahip olmaları, bilgilerle donatılmaları gerekmektedir. Halkla ilişkiler eğitimcileri yetkin, öğretme, araştırma yapma ve halkla ilişkiler mesleğine, topluma hizmet etme yeteneği ve isteğine sahip olmalıdır (Sjöberg, 1998:19).

Uygulama alanında çalışan halkla ilişkilercilerden de eğitim süresince yararlanılabilir. Saha da çalışan halkla ilişkilerciler fakültelere davet edilerek onların derslere katılmaları ve mesleki birikimlerini öğrencilerle paylaşmaları istenilebilir (Black, 1998:18).

İletişim fakültelerinin hem özel de hem de devlet üniversitelerinde sayısının artması ile birlikte öğretim kadrosunun da yetersiz kaldığı görülmektedir. İletişim fakültelerinde iletişim eğitimi almış öğretim üyelerinin sayısı yetersizdir. Bu kişilerin aynı zamanda nitelikli olması da gerekmektedir. Kısaca diyebiliriz ki iletişim eğitimi

verecek kişiler yetişse bile iletişim fakültelerindeki artış bu kadroların sınırlı kalmasını veya yetersiz kalmasını da beraberinde getirmektedir (Tokgöz:2003:29). İletişim fakültelerinin lisans, yüksek lisans ve doktora derslerinin işlevsel olarak düzenlenmesi gerekmektedir. Aynı zamanda, iletişim fakülteleri yetiştirdiği insan gücünü donanımlı olarak yetiştirmeli, sektörün öne sürdüğü koşulları göz ardı etmemelidir. Yetiştirilen eğitim kadrosunun da iletişim eğitiminde ki son gelişmeleri izleyen kişiler olarak yetiştirilmeleri sağlanmalıdır. Eğitici eğitim çok önemlidir eğer öğretim kadrosu nitelikli olursa öğrencilerde nitelikli olarak yetiştirilecektir, bu unutulmaması gereken bir gerçektir (Tokgöz, 2003:31). Halkla ilişkilerde yeterli basılı materyallerin, kaynakların edebi eserlerin olması halkla ilişkiler eğitiminin sağlıklı ve kaliteli verilmesi için önemli bir konudur. Unutmamak gerekir ki halkla ilişkiler toplumu ve ekonomiyi geliştirici roller üstlenmektedir, bu sebeple halkla ilişkilerin toplumdaki rolü dikkate alınarak basılı materyallerin, yazılı kaynakların sayısını arttırmak gerekmektedir, bu bize bazı halkla ilişkiler derslerinde öğrendiklerimizi diğer alanlarda uygulamayı mümkün kılmaktadır (Vasques ve Botan, 1999:114).

Öğrencilere staj süresi tanımakta da, da eğitim için önemli bir konu olabilmektedir, fakat bu sürenin iyi ayarlanması ve iyi kontrol edilmesi gerekmektedir. Öğrencilerin staj döneminin sunduğu fırsatlardan gerçekten yararlanıp, yararlanmadıkları staj eğitimi aldıkları işletme ile koordineli bir şekilde kontrol edilmelidir. Bazı konulara dikkat edilerek yapılan bir halkla ilişkiler eğitimi daha kaliteli ve etkili olmaktadır. Bu konular;

- Halkla ilişkiler eğitimi alacak öğrencilerin sahip olması gereken nitelikler ve eğitim sürecinde öğrencinin rolü
- Halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencilerin eğitim süresi boyunca kendilerini geliştirmeleri gereken yan dallar
- Halkla ilişkiler eğitimi veren fakültelerin sahip olması gereken nitelikler
- Halkla ilişkiler eğitimine ilişkin derslerin içerik ve yeterliliği
- Uygulanması gereken eğitim metotları
- Halkla ilişkiler eğitimi veren eğitimcilerin sahip olması gereken nitelikler ve eğitimcinin rolü

- Eğitimci ve öğrenciler arasında iletişim ve işbirliği sağlayacak bir ortam yaratılması
- Profesyonel halkla ilişkiler uygulamacılarının eğitim sürecine katkı sağlayabileceği noktalar
- Profesyonel halkla ilişkiler uygulamacıları ile eğitimci ve öğrenciler arasında sağlıklı bir iletişim ve işbirliği sağlayacak bir ortam yaratılması
- Halkla ilişkiler alanındaki eğitim ve gelişmenin sürekli kılınması
- Halkla ilişkiler eğitiminin kalite ve etkinliğinin nasıl ölçümleneceğidir.

Tüm bu temel başlıklar altında şekillenen halkla ilişkiler eğitimiyle ilgili tartışma ve

gelişmeler hem akademik çevrelerce hem özel sektör kuruluşları hem de halkla ilişkiler alanında faaliyet gösteren dernekler tarafından da desteklenmeli ve başarılı bir halkla ilişkiler eğitimi için dikkatli olarak yürütülmelidir (Kocabaş, Pira ve Sohodol, 2004:224-225).

Eğitimde kaliteyi yakalayabilmek için mevcut öğrenme durumuna ve amacına uygun ders araçları seçilmelidir. Ders araçlarından faydalanmadan önce, seçilecek ders aracının dersin amacına ve öğrenme durumuna uygun olup olmadığı, onu destekleyip desteklemediği araştırılmalıdır (Barkan ve Eroğlu, 2006).

Başarılı bir şekilde hazırlanmış bir halkla ilişkiler programı mezunlarına şu özellikleri katacağı bir gerçektir (Russell, 1999:101):

- Küresel bir perspektif geliştirme,
- Halkla ilişkilerin yönetim takımındaki rolünü bilme,
- İletişim ve halkla ilişkiler teorisini anlama,
- Araştırma becerisini geliştirme,
- Kişilerarası iletişim becerisi geliştirme,
- Sosyal sorumluluk geliştirme,
- Proje/kampanya yönetme,
- İletişim teknolojilerinden faydalanma,
- Mesleğe katkı sağlama,
- İşletmenin stratejik iletişimini yönetme,
- Çeşitliliğe tepki verebilme,
- Sürekli eğitimi sağlayabilme.

1992 yılında yapılan bir çalışmaya göre halkla ilişkiler eğitimi verilirken bazı hususlar dikkate alınmalıdır. Okuma yazma becerisi, ikili ilişkiler, eleştirel iletişimin planlanması, ve diğer sosyal bilim derslerinin insan iletişimi, algı psikolojisi, öğrenme ve motivasyon, ikna ve kitle iletişimin eğitime katılması, halkla ilişkiler programlarında ders programları hazırlanırken dikkate alınması gereken bir husustur (Fischer, 2000:18). Schwartz, Yarbrough ve Ahakra (1992; akt:Fischer, 2000:18) halkla ilişkiler eğitiminde programda yer alması gereken derslerin içerikleri şu şekilde sıralamışlardır:

- Yazma becerileri,
- Stajerlik,
- Problem çözme becerileri,
- Medya ilişkileri,
- Sunum- konuşma,
- Yönetim bilimi,
- Kişisel sanat bilgisi,
- Yayın analizi,
- Araştırma,
- İşletme ve finans bilgisi,
- Halkla ilişkiler durum analizi,
- Etik,
- Medya yapım becerisi,
- Kampanya planlaması,
- İkna/ motivasyon,
- Genel sosyal bilimler,
- Düşünce kavramları,
- Algı psikolojisi,
- Hedef kitle analiz teknikleri,
- Liderlik,
- Uluslararası meslek bilgileri,

Halkla ilişkiler eğitiminde yatan önemli bir sorun da aslında finansal desteğin az olmasından kaynaklanmaktadır. Eğer üniversitelerden bilimsel bir dayanak

geliştirmeleri bekleniyorsa ve aynı zamanda uygulamaya yönelik araştırmalar yapması ve ders programlarını bu doğrultuda düzenlemeleri bekleniyorsa bunun için yeterli fonların ayrılması gerekmektedir. Üniversitelerin doktora programlarının artması aynı zamanda halkla ilişkiler eğitiminin genişletilip, niteliğinin de artmasına yardımcı olacaktır. Araştırmaların artması demek aynı zamanda halkla ilişkiler danışmanlığı yapan kuruluşlar, şirketler, devlet kurumları ve diğer kesiminde yeterli kaynağa ulaşması anlamına gelmektedir (Black, 1990:33).

Yüksek öğretimde kalite önemlidir. Kalite sayesinde öğrencinin topluma bağlılığını arttıracak sosyal, psikolojik, ilmi ve ahlaki değerlerini geliştirecek sistemler sağlanmaktadır. Kaliteli eğitim, öğretim kurumlarının mevcut olanaklarını en iyi şekilde kullanarak, öğrenciye bilgiye ulaşmayı bilgiyi üretmeyi öğreten ve kendi alanında uluslar arası düzeyde rekabet edebilecek kabiliyete sahip bireyler yetiştirme kapasitesidir. Başka bir deyişle öğrencilerin yeteneklerini geliştiren, muhakeme yeteneği kazandıran kuşku duymayı, eleştirmeyi ve düşünmeyi öğreten eğitim kalitelidir (Varinli ve Uzay, 1997:158).

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi almış olan kişilerin bu mesleği yapmaları gerektiği ve bu mesleği yapmak için üniversite eğitiminin alınması gerektiği özellikle vurgulanmalıdır ki şu an mevcut olan yapıda gerçekten bu işin ehli olan kişiler çalışsın. Türkiye’de özellikle bu mesleğin tam oturmamasından dolayı bir kargaşa yaşanmaktadır. Teknolojinin ilerlemesi halkla ilişkilere katkı sağladığı gibi halkla ilişkiler eğitimi almamış kişilerin de bu mesleği yapmaların olanak sağlamıştır. Sektöre baktığımızda bu mesleği daha çok bu alanda eğitim almamış kişilerin özellikle mankenlerin yürüttüğü bir gerçektir.

Halkla ilişkiler eğitiminin daha çok Amerika odaklı verildiği apaçık ortadadır. Bunun halkla ilişkiler uygulama ve araştırmalarında sorunlar doğuracağı kesindir. Bir çok akademisyen kabul etmektedir ki halkla ilişkiler kültürel yapıya bağlı olarak yapılmaktadır ve her ülkenin kültürel yapısı diğerinden farklıdır. Bu noktada halkla ilişkiler eğitiminin, her ülkenin kendi kültürel yapısına uygun bir şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Ders müfredatları ve ders içeriklerini hazırlarken diğer ülkelerin de ders programları dikkate alınmalı ve incelenmelidir. İnceleme

sonucunda halkla ilişkiler eğitiminde ders programı hazırlanırken ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel yapısı, halkla ilişkiler mesleğinin yürütüldüğü işletmeler ve alanlar dikkate alınarak, bu işletmelerle koordineli bir ders programı oluşturulmalıdır.

Çalışmamızın üçüncü bölümünde Türkiye ve Almanya’da okuyan öğrencilerin anketleri incelenecek, öğretim üyeleri ile yapılan görüşmeler de verilen cevaplar halkla ilişkiler eğitimi açısından dikkate alınacak ve bizzat gidilerek elde edilen ders programları genel formasyon, teori ve uygulama dersleri kategorileri altında incelenecektir. Bu inceleme sonucunda mevcut halkla ilişkiler eğitimi açısından neler yapılabileceği, nelerin değişmesi gerektiği ve kaliteli bir halkla ilişkiler için hangi önerilerin yapılabileceği sunulacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE VE ALMANYA'DAKİ HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNİN KARŞILAŞTIRILMASI VE YENİ BİR MODEL ÖNERİSİ

Üniversiteler öğrencilerine en iyi eğitim fırsatlarını sunabilmek için büyük bir çaba içerisinde olmak durumundadır. Bunun yanında kendi öğretim ve araştırma faaliyetlerini yenileyerek gelişen teknolojiye ve bilim dünyasında ki yeniliklere adapte olmak zorundadır.

Halkla ilişkiler mesleğinde de sürekli bir gelişim görülmektedir. Ama bu gelişimin eğitim programlarına yansımaları zaman almaktadır. Disiplinlerarası şekilde öğretilen halkla ilişkiler, akademisyenlerden ve öğrencilerden entelektüel bir esneklik talep etmekte ve bu şekilde genç mezunların mükemmel bir eğitim almalarına olanak sağlamaktadır (Becerikli, 2004:201). Halkla ilişkiler ders programlarının kendilerini sürekli yenileyerek iş dünyasına ayak uydurması halkla ilişkilerde daha kaliteli bir eğitim vermek açısından önemli olmaktadır.

Çalışmanın uygulama kısmının yer aldığı bu bölümde Türkiye ve Almanya'nın halkla ilişkiler eğitimi karşılaştırılacaktır. Bu karşılaştırmada hem öğrencilerin görüşü, hem de öğretim elemanlarının görüşü ele alınacak, ders programları incelenerek halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili mevcut durum saptanmaya çalışılarak eğitim konusunda öneriler sunulacaktır.

1. UYGULAMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Evren dediğimiz zaman araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği canlı ya da cansız elamanlar kastedilmektedir (Karasar, 1998:109). Örneklem ise genel olarak bir bütün içinden seçilen parçalardan oluşmaktadır. Çalışma örneklem üzerinde yapılır ve evreni temsil eder.

Çalışmamızın evreni Türkiye ve Almanya da yer alan Halkla ilişkiler eğitimi veren fakültelerden oluşmaktadır. Türkiye de halkla ilişkiler eğitimi veren 32 iletişim fakültesi bulunmaktadır. Almanya’da ise halkla ilişkiler eğitimi veren fakültelerin sayısı 24 dır.

Örnekleme Türkiye ve Almanya’dan üç üniversite oluşturmaktadır. Bu üniversiteler kotalı örnekleme seçilmiştir. Örnekleme oluşturan altı üniversiteden 2. sınıfta okuyan öğrencilere anket uygulanmıştır. Öğrencilerin hepsine ulaşılmaya da kontenjanların %75’ne ulaşılmaya çalışılmıştır.

Ayrıca belirlenen altı üniversitede halkla ilişkiler alanında görev yapan öğretim elemanları ile mülakat yapılmış olup, bu altı üniversitenin ders programları incelenmiştir.

2. UYGULAMANIN YÖNTEMİ

Çalışmamızda farklı yöntemlerden yararlanmaya çalışılmıştır. İlk etapta nicel araştırma yöntemlerinden alan araştırması kullanılmıştır. Örneklem için Türkiye ve Almanya’dan üçer üniversite seçilmiş ve burada halkla ilişkiler bölümünde okuyan 2. sınıf öğrencilerine fakültelerinde verilen halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili düşüncelerini almak üzere bir takım sorular sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar SPSS 11.00 (Statistical Package for the Social Sciences) programı aracılığıyla bilgisayara aktarılmış ve frekans tablolarına dönüştürülüp bazı verilere cross tab uygulanmıştır.

Bazı anket soruları kendi içinde dört bölümde kategorileştirilmiş ve bu kategoriler ile öğrencilerin bu faktörlere verdikleri önem sıraları elde edilmeye çalışılmıştır. Eğitim konusunda öğrencilere sorulan sorularda öğrencilerin, ders içerikleri, eğitim yeterliliği, öğretim elemanları ve fakülteleri ile ilgili düşünceleri kategorileştirilmiştir. Öğrencilerin halkla ilişkiler eğitiminde hangi kriterlere önem verdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Anket haricinde çalışmamızda yer alan üniversitelerin halkla ilişkiler bölümü hocalarıyla mülakat yapılmış, onlardan fakültelerindeki halkla ilişkiler eğitimi ile

ilgili ve genel olarak halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili düşünceleri alınmış ve incelenmiştir.

Son olarak da araştırmaya katılan üniversitelerin ders programları incelenmiştir. Araştırmaya katılan üniversitelerin ders programları bizzat fakülteler ziyaret edilerek temin edilmiş ve bu ders programlarına kısmi içerik analizi uygulanarak kategorileştirmelere gidilmiştir. Türkiye ve Almanya’da halkla ilişkiler eğitiminde verilen ders programları birbirleriyle karşılaştırılarak, öğrencilerinde anketlere verdikleri cevaplar dikkate alınarak Türkiye için yeni bir model önerisine gidilmiştir.

3. VERİLERİN TOPLANMASI

Veri, belirli bir amaç doğrultusunda yer alan bilgi kaynağı ile simgesel biçim arasında bir köprüdür (Aziz, 1990:111)

Araştırmanın 1. ve 2. bölümünde Türkiye ve Almanya’daki eğitim sistemi incelenmiş halkla ilişkilerin gelişimi ve eğitimi ile ilgili veriler alan araştırması yapılarak toplanmıştır. 2. sınıf halkla ilişkiler öğrencilerinden bir örneklem oluşturulmuş ve bunlar üzerinde anket uygulamasına gidilerek fakültelerinde verilen halkla ilişkiler eğitimi ve mevcut ders programları hakkında bilgi almak için sorular yöneltilmiştir.

Halkla ilişkiler eğitimi veren öğretim elemanları ile birebir görüşülerek onlardan mevcut eğitim sistemlerini değerlendirmeleri ve fakülteleri hakkında bilgi vermeleri istenmiştir. Bizzat fakülteler ziyaret edilerek, halkla ilişkiler bölümlerinde okutulan ders programları toplanmıştır.

4. VERİLERİN KODLANMASI

Araştırma kapsamında öğrencilere uyguladığımız anketten elde edilen veriler SPSS ortamında bilgisayara aktarılmış ve bunlar frekans tablosuna ve çapraz tabloya dönüştürülerek yorumlanmıştır. Bazı veriler anlamları açısından kategorileştirilerek ağırlık ortalamaları ve standart sapmaları elde edilerek öğrencilerin hangi ifadelere daha çok önem verdikleri hesaplanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın diğere bir bölümünde de kategorileştirilen bu ifadelere t test uygulanmış olup Almanya ve Türkiye'deki öğrencilerin anket sorularına verdikleri önemler arasındaki farklar hesaplanmaya çalışılmıştır.

Fakültelerin öğretim görevlileri ile yapılan görüşmeler, görüşme tekniği doğrultusunda kasetlere kaydedilmiş ve daha sonra çözümlenerek, araştırılan konu ve varsayımlar doğrultusunda bazı önemli sorular ve bunlara verilen cevaplar dikkate alınmıştır. Üniversitelerin ilgili bölümlerinden elde edilen ders programları kısmı içerik analizi yapılarak 3 bölümde kategorileştirilmiş, Türkiye ve Almanya olarak ayrı ayrı kodlanmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN GEÇERLİLİĞİ VE GÜVENİRLİĞİ

Geçerlilik, yapılan araştırmada elde edilen verilerin konuyu gerçekte olduğu gibi tanımladığı yolunda dayanakların bulunması ve güvenilirlikte verilerin sağlıklı ve doğru olduğunun uygun yöntem ve tekniklerle ölçülmesi olarak tanımlanmaktadır (Yumlu, 1994:81).

Araştırma açısından bakıldığında anketlere güvenilirlik testleri uygulanmış olup başka bir araştırmacı tarafından verilerin güvenilirliği incelenmiştir. Görüşme tekniğinde kaset çözümlenmeleri başka kişiler tarafından tekrar incelenerek güvenilirlikleri test edilmiştir. Ders programlarında yapılan kısmi içerik analizinde oluşturulan kategoriler yine başka araştırmacılar tarafından değerlendirilerek var olan ders programlarını tekrar kategorileştirmeleri istenmiş ve yapılan çalışma ile kıyaslanarak araştırmanın geçerliliği sağlanmıştır.

6. ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUMU

6.1. Türkiye ve Almanya'daki Öğrencilerin Halkla İlişkiler Eğitimi Bakışı

Araştırmanın uygulama kısmının ilk bölümünde Türkiye ve Almanya'da halkla ilişkiler bölümünde okuyan öğrencilere yönelik yapılan anket ve bu ankete verilen cevaplar yer almaktadır. Uygulanan anketle öğrencilerin halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili düşünceleri halkla ilişkiler eğitiminden beklentileri elde edilmeye çalışılmıştır. Türkiye ve Almanya'daki farklı fakültelerdeki öğrencilerin halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili ve verilen derslerle ilgili düşünceleri ortaya konulmak istenmiştir.

Tablo 2: Cinsiyet

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kadın	142	55,7	55,7
Erkek	113	44,3	44,3
Toplam	255	100,0	100,0

Tablo 3: Yaş Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
18 ve altı	17	6,7	6,7
19-25	213	83,5	83,5
26 ve üstü	25	9,8	9,8
Toplam	255	100,0	100,0

Tablo 2 ve 3 ankete katılan öğrencilerin cinsiyet ve yaş dağılımlarını göstermektedir. Bu iki tabloya baktığımızda ankete katılan 255 kişiden 142'sinin kadın, 113'ünde erkek olduğunu görmekteyiz. Aynı zamanda ankete katılanların %83.5'u yani 213 kişi 19-25 yaş dağılımı içinde yer almaktadır.

Tablo 4: Üniversite

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Selçuk Üniversitesi	106	41,6	41,6
Anadolu Üniversitesi	67	26,3	26,3
İstanbul Üniversitesi	31	12,2	12,2
Universitaet Leipzig	13	5,1	5,1
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	12	4,7	4,7
Fachhochschule Hannover	26	10,2	10,2
Toplam	255	100,0	100,0

Araştırmamıza toplam 255 öğrenci katılmıştır. Bunların dağılımına baktığımızda 106 kişi Selçuk Üniversitesi'nden, 67 kişi Anadolu Üniversitesi'nden 31 kişide İstanbul Üniversitesi'nden ankete katılmıştır. Almanya'dan da Leipzig Üniversitesi'nden 13 Münster Üniversitesi'nden 12 Hannover'den de 26 kişi ankete katılmıştır.

Tablo 5: Fakültemizde ağırlıklı olarak uygulamalı eğitim verilmektedir

Üniversite	Fakültemizde ağırlıklı olarak uygulamalı eğitim verilmektedir.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	6	57	3	39	1	106
	5,7%	53,8%	2,8%	36,8%	,9%	100,0%
	17,1%	45,6%	21,4%	52,0%	16,7%	41,6%
	2,4%	22,4%	1,2%	15,3%	,4%	41,6%
Anadolu Üniversitesi	4	33	9	20	1	67
	6,0%	49,3%	13,4%	29,9%	1,5%	100,0%
	11,4%	26,4%	64,3%	26,7%	16,7%	26,3%
	1,6%	12,9%	3,5%	7,8%	,4%	26,3%
İstanbul Üniversitesi		14	2	11	4	31
		45,2%	6,5%	35,5%	12,9%	100,0%
		11,2%	14,3%	14,7%	66,7%	12,2%
		5,5%	,8%	4,3%	1,6%	12,2%
Universitaet Leipzig	2	9		2		13
	15,4%	69,2%		15,4%		100,0%
	5,7%	7,2%		2,7%		5,1%
	,8%	3,5%		,8%		5,1%
Westfaellische Wilhelms Universitst Münster	2	8		2		12
	16,7%	66,7%		16,7%		100,0%
	5,7%	6,4%		2,7%		4,7%
	,8%	3,1%		,8%		4,7%
Fachhochschule Hannover	21	4		1		26
	80,8%	15,4%		3,8%		100,0%
	60,0%	3,2%		1,3%		10,2%
	8,2%	1,6%		,4%		10,2%
TOPLAM	35	125	14	75	6	255
	13,7%	49,0%	5,5%	29,4%	2,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	13,7%	49,0%	5,5%	29,4%	2,4%	100,0%

Araştırmaya katılan öğrencilere fakültelerinde ağırlıklı olarak uygulama eğitim verildiğine katılıp katılmadıkları sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan 106 kişiden 57'sinin bu görüşe katıldığını görmekteyiz. Anadolu Üniversitesi'nden ise 67 kişiden 33'ünün katıldığını, 4 kişinin ise bu görüşe kesinlikle katılıyorum dedikleri dikkat çekmektedir. İstanbul Üniversitesi'ne baktığımızda ise ankete katılan 31 kişiden 11 kişinin uygulamalı eğitim verildiğine katılmadıkları, 4 kişinin ise kesinlikle katılmadıkları verilen cevaplardır. Araştırmanın Almanya bölümünde ise Leipzig Üniversitesi'nden 9 kişinin uygulamalı eğitim verildiğini savundukları görülmektedir. Westfaellische Wilhelms

Üniversitesi'nden 8 kişi katılıyorum, Fachhochschule Hannover'den ise 21 kişi kesinlikle uygulamalı eğitim verildiğini beyan etmişlerdir.

Genel olarak baktığımızda araştırmaya katılan üniversitelerin çoğunda (%49) fakültelerinde uygulamalı eğitimin olduğunu kabul ettiklerini, %13.7'sinde kesin olarak bu görüşü kabul ettiğini görmekteyiz. %29.4 ise bu görüşe katılmamıştır. Burada özellikle dikkat çeken nokta ise İstanbul Üniversitesi'nde bu konuda bir kararsızlığın görülmesi ve bu fakülteden ankete katılanların yaklaşık yarısının fakültelerinde uygulamalı eğitim verildiğini kabul etmedikleri görülmektedir. Özellikle Almanya'ya baktığımızda ise araştırmaya katılanların çoğunun uygulamalı eğitim verildiğini kabul ettiğini görmekteyiz.

Tablo 6: Fakültemizde ağırlıklı olarak teoriye dayalı eğitim verilmektedir

Üniversite	kültümüzde ağırlıklı olarak teoriye dayalı eğitim verilmektedir					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	15	50	10	28	1	104
	14,4%	48,1%	9,6%	26,9%	1,0%	100,0%
	31,9%	39,4%	66,7%	44,4%	100,0%	41,1%
	5,9%	19,8%	4,0%	11,1%	,4%	41,1%
Anadolu Üniversitesi	1	35	5	26		67
	1,5%	52,2%	7,5%	38,8%		100,0%
	2,1%	27,6%	33,3%	41,3%		26,5%
	,4%	13,8%	2,0%	10,3%		26,5%
İstanbul Üniversitesi	5	20		6		31
	16,1%	64,5%		19,4%		100,0%
	10,6%	15,7%		9,5%		12,3%
	2,0%	7,9%		2,4%		12,3%
Universitaet Leipzig	6	7				13
	46,2%	53,8%				100,0%
	12,8%	5,5%				5,1%
	2,4%	2,8%				5,1%
Westfaellische Wilhems Universitaet Münster	9	3				12
	75,0%	25,0%				100,0%
	19,1%	2,4%				4,7%
	3,6%	1,2%				4,7%
Fachhochschule Hannover	11	12		3		26
	42,3%	46,2%		11,5%		100,0%
	23,4%	9,4%		4,8%		10,3%
	4,3%	4,7%		1,2%		10,3%
TOPLAM	47	127	15	63	1	253
	18,6%	50,2%	5,9%	24,9%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	18,6%	50,2%	5,9%	24,9%	,4%	100,0%

Fakültemizde ağırlıklı olarak teorik eğitim verilmektedir görüşüne Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan 104 kişiden 50 kişi katılmış, 15 kişi de bu görüşe

kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Anadolu Üniversitesi'nden 35 kişi İstanbul Üniversitesi'nden de 20 kişi bu görüşe katılmışlardır. Almanya'dan ankete katılanlara baktığımızda ise Leipzig Üniversitesi'nden ankete katılanların hepsi fakültelerinde teorik eğitim verildiği görüşüne katılmışlardır. Aynı şekilde Münster Üniversitesi'nden ankete katılan 12 kişi fakültelerinde ağırlıklı olarak teorik eğitim verildiğini kabul etmiş, Hannover'den ise ankete katılan 26 kişiden sadece 3'ü bu görüşü kabul etmemiş geri kalan 23 kişi ise bu görüşü benimsemiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilere baktığımızda burada da %50.2'lik bir oranın fakültelerinde teorik eğitim verildiğini kabul ettiğini %24,9'luk bir oranın ise bu görüşü kesinlikle kabul etmediğini görmekteyiz.

Buradan çıkan sonuca göre İstanbul Üniversitesi hariç bütün diğer fakülteler öğrencilerin gözünde hem teorik hem de uygulamalı eğitim vermektedir. Hannover'de ise uygulamalı eğitim biraz daha ağır basmaktadır.

Tablo 7: Öğretim elemanları dersin amacını ön planda tutmaktadır

Üniversite	Öğretim elemanları dersin amacını ön planda tutmaktadır.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	7	58	18	19	2	104
	6,7%	55,8%	17,3%	18,3%	1,9%	100,0%
	25,0%	38,7%	40,9%	70,4%	66,7%	41,3%
	2,8%	23,0%	7,1%	7,5%	,8%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	4	48	7	7		66
	6,1%	72,7%	10,6%	10,6%		100,0%
	14,3%	32,0%	15,9%	25,9%		26,2%
	1,6%	19,0%	2,8%	2,8%		26,2%
İstanbul Üniversitesi	3	22	5	1		31
	9,7%	71,0%	16,1%	3,2%		100,0%
	10,7%	14,7%	11,4%	3,7%		12,3%
	1,2%	8,7%	2,0%	,4%		12,3%
Universitaet Leipzig	2	10	1			13
	15,4%	76,9%	7,7%			100,0%
	7,1%	6,7%	2,3%			5,2%
	,8%	4,0%	,4%			5,2%
Westfaellische Wilhem: Universitst Münster	2	3	7			12
	16,7%	25,0%	58,3%			100,0%
	7,1%	2,0%	15,9%			4,8%
	,8%	1,2%	2,8%			4,8%
Fachhochschule Hannover	10	9	6		1	26
	38,5%	34,6%	23,1%		3,8%	100,0%
	35,7%	6,0%	13,6%		33,3%	10,3%
	4,0%	3,6%	2,4%		,4%	10,3%
TOPLAM	28	150	44	27	3	252
	11,1%	59,5%	17,5%	10,7%	1,2%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	11,1%	59,5%	17,5%	10,7%	1,2%	100,0%

“Öğretim elemanları dersin amacını ön planda tutmaktadır” ifadesine Selçuk Üniversitesi’nden %55.8’lik bir oran katılırken, %18’lik bir oran bu ifadeye katılmamıştır. Anadolu Üniversitesi’nden ise çok büyük bir oran %72.7 aynı şekilde İstanbul Üniversitesi’nden de %71’lik bir oran bu ifadeyi kabul etmiştir. Almanya’daki fakültele baktığımızda ise Leipzig Üniversitesi’nden %76.9’un bu ifadeyi benimsediğini, Hannover’den de %38’lik bir oranın bu fikre kesinlikle katıldığı, Münster Üniversitesi’nde ise yarıdan fazla bir oranın %58’in bu konuda bir fikir beyan etmediği görülmektedir.

Araştırmaya katılan üniversitelerin %59.5’un öğretim elemanların ilk etapta dersi ön planda tuttıkları görüşüne bu sonuçlardan ulaşabilmekteyiz.

Tablo 8: Verilen eğitimde dersin içeriğine uygun yöntem kullanılmaktadır

Üniversite	Verilen eğitimde dersin içeriğine uygun yöntem kullanılmaktadır					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	5	54	20	23	3	105
	4,8%	51,4%	19,0%	21,9%	2,9%	100,0%
	17,9%	39,7%	46,5%	59,0%	75,0%	42,0%
	2,0%	21,6%	8,0%	9,2%	1,2%	42,0%
Anadolu Üniversitesi	3	47	7	10		67
	4,5%	70,1%	10,4%	14,9%		100,0%
	10,7%	34,6%	16,3%	25,6%		26,8%
	1,2%	18,8%	2,8%	4,0%		26,8%
İstanbul Üniversitesi		19	6	5	1	31
		61,3%	19,4%	16,1%	3,2%	100,0%
		14,0%	14,0%	12,8%	25,0%	12,4%
		7,6%	2,4%	2,0%	,4%	12,4%
Universitaet Leipzig	3	5	3			11
	27,3%	45,5%	27,3%			100,0%
	10,7%	3,7%	7,0%			4,4%
	1,2%	2,0%	1,2%			4,4%
Westfaellische Wilhe Universitst Münster	2	3	5	1		11
	18,2%	27,3%	45,5%	9,1%		100,0%
	7,1%	2,2%	11,6%	2,6%		4,4%
	,8%	1,2%	2,0%	,4%		4,4%
Fachhochschule Hannover	15	8	2			25
	60,0%	32,0%	8,0%			100,0%
	53,6%	5,9%	4,7%			10,0%
	6,0%	3,2%	,8%			10,0%
TOPLAM	28	136	43	39	4	250
	11,2%	54,4%	17,2%	15,6%	1,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	11,2%	54,4%	17,2%	15,6%	1,6%	100,0%

Verilen eğitimin ders içeriğine uygun olarak yapılıp yapılmadığı araştırılmak istendiğinde Selçuk Üniversitesi'nden 59, Anadolu Üniversitesi'nden 50, İstanbul Üniversitesi'nden de 19 kişinin verilen eğitimde uygun yöntem kullanıldığını ifade ettiği görülmektedir. Almanya'da ise Leipzig'den 8, Münster'den 5, Hannover'den de 23 kişinin bu ifadeye katıldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Münster Üniversitesi'nden beş kişi bu konuda fikir beyan etmemiştir. Almanya ve Türkiye'de ise bu konuda bir fikir birliğinin olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Öğretim elemanları dersi yürütürken gelişmiş bilgi ve teknolojilerden yararlanmaktadırlar

Üniversite	Öğretim elemanları dersi yürütürken gelişmiş bilgi ve teknolojilerden yararlanmaktadırlar.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	3	24	18	48	12	105
	2,9%	22,9%	17,1%	45,7%	11,4%	100,0%
	7,3%	31,6%	51,4%	57,8%	66,7%	41,5%
Anadolu Üniversitesi	1,2%	9,5%	7,1%	19,0%	4,7%	41,5%
	7	32	8	19		66
	10,6%	48,5%	12,1%	28,8%		100,0%
İstanbul Üniversitesi	17,1%	42,1%	22,9%	22,9%		26,1%
	2,8%	12,6%	3,2%	7,5%		26,1%
	2	5	5	13	6	31
Universitaet Leipzig	6,5%	16,1%	16,1%	41,9%	19,4%	100,0%
	4,9%	6,6%	14,3%	15,7%	33,3%	12,3%
	,8%	2,0%	2,0%	5,1%	2,4%	12,3%
Westfaellische Wilhems Universitet Münster	3	5	3	2		13
	23,1%	38,5%	23,1%	15,4%		100,0%
	7,3%	6,6%	8,6%	2,4%		5,1%
Fachhochschule Hannover	1,2%	2,0%	1,2%	,8%		5,1%
	7	5				12
	58,3%	41,7%				100,0%
TOPLAM	17,1%	6,6%				4,7%
	2,8%	2,0%				4,7%
	19	5	1	1		26
TOPLAM	73,1%	19,2%	3,8%	3,8%		100,0%
	46,3%	6,6%	2,9%	1,2%		10,3%
	7,5%	2,0%	,4%	,4%		10,3%
TOPLAM	41	76	35	83	18	253
	16,2%	30,0%	13,8%	32,8%	7,1%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
TOPLAM	16,2%	30,0%	13,8%	32,8%	7,1%	100,0%

Araştırmamızda verilen diğer bir ifadede öğretim elemanlarının dersi yürütürken gelişmiş bilgi ve teknolojilerden yararlandıkları ile ilgilidir. Selçuk Üniversitesi'nden 48 kişi (%45.7) bu fikre katılmazken yine aynı şekilde İstanbul Üniversitesi'nden de %41.9'luk bir oran bu fikre katılmamıştır. Türkiye'den araştırmaya dahil ettiğimiz Anadolu Üniversitesi'nde ise örneklemin %48'i öğretim elemanlarının gelişmiş bilgi ve teknolojilerden yararlandığını savunmuştur. Almanya'dan araştırmaya katılan öğrencilerin de büyük bir çoğunluğu özellikle Münster Üniversitenin %100'ü bu görüşe katılmıştır.

Tablo 10: Öğretim elemanları öğrencilere objektif yaklaşmaktadır

Üniversite	Öğretim elemanları bize objektif yaklaşmaktadır.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	6	46	29	21	3	105
	5,7%	43,8%	27,6%	20,0%	2,9%	100,0%
	22,2%	35,9%	51,8%	60,0%	42,9%	41,5%
	2,4%	18,2%	11,5%	8,3%	1,2%	41,5%
Anadolu Üniversitesi	9	34	15	9		67
	13,4%	50,7%	22,4%	13,4%		100,0%
	33,3%	26,6%	26,8%	25,7%		26,5%
	3,6%	13,4%	5,9%	3,6%		26,5%
İstanbul Üniversitesi	2	24	3	1	1	31
	6,5%	77,4%	9,7%	3,2%	3,2%	100,0%
	7,4%	18,8%	5,4%	2,9%	14,3%	12,3%
	,8%	9,5%	1,2%	,4%	,4%	12,3%
Universitaet Leipzig	6	7				13
	46,2%	53,8%				100,0%
	22,2%	5,5%				5,1%
	2,4%	2,8%				5,1%
Westfaellische Wilhe Universitst Münster	2	7	3			12
	16,7%	58,3%	25,0%			100,0%
	7,4%	5,5%	5,4%			4,7%
	,8%	2,8%	1,2%			4,7%
Fachhochschule Hannover	2	10	6	4	3	25
	8,0%	40,0%	24,0%	16,0%	12,0%	100,0%
	7,4%	7,8%	10,7%	11,4%	42,9%	9,9%
	,8%	4,0%	2,4%	1,6%	1,2%	9,9%
TOPLAM	27	128	56	35	7	253
	10,7%	50,6%	22,1%	13,8%	2,8%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	10,7%	50,6%	22,1%	13,8%	2,8%	100,0%

Öğretim elemanlarının objektif yaklaşımını ölçmek amacıyla verilen ifadeye Selçuk Üniversitesi'nden 105 kişiden 46'sı katılıyorum demiş, 29 kişi fikrim yok, 21 kişi de katılmıyorum demiştir. Anadolu Üniversitesi'nden 67 kişiden 34'ü katılıyorum derken, 15 kişi fikrim yok, 9 kişide katılmadığını belirtmiştir. İstanbul Üniversitesi'ne bakıldığında ise 31 kişiden büyük bir çoğunluğun (24 kişi) bu görüşe katıldığını, sadece 2 kişinin katılmadığı görülmektedir. Leipzig Üniversitesi'ne baktığımızda 13 kişiden hepsinin bu görüşe katıldığını, Münster' den 12 kişiden 9 kişinin katıldığını, 3 kişinin ise fikir belirtmediğini, Hannover' den ise toplam 12 kişi bu görüşe katıldığını toplamda da 7 kişinin katılmadığını anket sonuçlarından elde etmekteyiz.

Tablo 11: Bilgiler yeri geldikçe öğrencilere uygulamalı bir şekilde iletilmektedir

Üniversite	Bilgiler yeri geldikçe bize uygulamalı bir şekilde iletilmektedir.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	9	53	13	29	1	105
	8,6%	50,5%	12,4%	27,6%	1,0%	100,0%
	26,5%	39,0%	46,4%	52,7%	100,0%	41,3%
	3,5%	20,9%	5,1%	11,4%	,4%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	5	41	9	12		67
	7,5%	61,2%	13,4%	17,9%		100,0%
	14,7%	30,1%	32,1%	21,8%		26,4%
	2,0%	16,1%	3,5%	4,7%		26,4%
İstanbul Üniversitesi	1	18	4	8		31
	3,2%	58,1%	12,9%	25,8%		100,0%
	2,9%	13,2%	14,3%	14,5%		12,2%
	,4%	7,1%	1,6%	3,1%		12,2%
Universitaet Leipzig	2	6	2	3		13
	15,4%	46,2%	15,4%	23,1%		100,0%
	5,9%	4,4%	7,1%	5,5%		5,1%
	,8%	2,4%	,8%	1,2%		5,1%
Westfaellische Wilher Universitst Münster	1	8		3		12
	8,3%	66,7%		25,0%		100,0%
	2,9%	5,9%		5,5%		4,7%
	,4%	3,1%		1,2%		4,7%
Fachhochschule Hannover	16	10				26
	61,5%	38,5%				100,0%
	47,1%	7,4%				10,2%
	6,3%	3,9%				10,2%
TOPLAM	34	136	28	55	1	254
	13,4%	53,5%	11,0%	21,7%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	13,4%	53,5%	11,0%	21,7%	,4%	100,0%

Ankete katılan öğrencilere bilgilerin kendilerine uygulamalı bir şekilde iletildiği görüşüne katılıp katılmadıkları sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden %50.5'luk bir oran Anadolu Üniversitesi'nden 61.2, İstanbul Üniversitesi'nden de %58.1'lik bir oran bu ifadeye katıldıklarını söylemişlerdir. Yine aynı şekilde Leipzig Üniversitesi'nden %46.2, Münster'den %66.7 bir oran bu ifadeye katılmıştır. Hannover'den ise %61.5'lik bir oran bu ifadeye kesinlikle katılıyorum, geri kalan %38.5'luk oran da katılıyorum demiştir. Bu fakültede bu görüşe katılmayan yoktur.

Genel olarak diyebiliriz ki bu soruyu cevaplayan 254 kişiden 136'sı uygulamalı eğitimin verildiğine katılmış, 34 kişi kesinlikle katılmış, 55 kişi de katılmamıştır. Hem Almanya hem de Türkiye'de bilgilerin uygulamalı olarak verildiği görüşü hakimdir diyebiliriz.

Tablo 12: Öğretim elemanları öğrencilere eleştiri yapma imkanı sunmaktadır

Üniversite	Öğretim elemanları bize eleştiri yapma imkanı sunmaktadır.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	9	59	14	22	1	105
	8,6%	56,2%	13,3%	21,0%	1,0%	100,0%
	19,6%	41,8%	63,6%	53,7%	33,3%	41,5%
	3,6%	23,3%	5,5%	8,7%	,4%	41,5%
Anadolu Üniversitesi	11	39	6	11		67
	16,4%	58,2%	9,0%	16,4%		100,0%
	23,9%	27,7%	27,3%	26,8%		26,5%
	4,3%	15,4%	2,4%	4,3%		26,5%
İstanbul Üniversitesi	5	21	1	2	1	30
	16,7%	70,0%	3,3%	6,7%	3,3%	100,0%
	10,9%	14,9%	4,5%	4,9%	33,3%	11,9%
	2,0%	8,3%	,4%	,8%	,4%	11,9%
Universitaet Leipzig	4	7		2		13
	30,8%	53,8%		15,4%		100,0%
	8,7%	5,0%		4,9%		5,1%
	1,6%	2,8%		,8%		5,1%
Westfaellische Wilhe Universitst Münster	6	5	1			12
	50,0%	41,7%	8,3%			100,0%
	13,0%	3,5%	4,5%			4,7%
	2,4%	2,0%	,4%			4,7%
Fachhochschule Hannover	11	10		4	1	26
	42,3%	38,5%		15,4%	3,8%	100,0%
	23,9%	7,1%		9,8%	33,3%	10,3%
	4,3%	4,0%		1,6%	,4%	10,3%
TOPLAM	46	141	22	41	3	253
	18,2%	55,7%	8,7%	16,2%	1,2%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	18,2%	55,7%	8,7%	16,2%	1,2%	100,0%

Selçuk Üniversitesi'ndeki öğrencilere öğretim elemanları eleştiri yapma imkanı sunmaktadır denildiğinde %56.2'lik bir oran bu düşünceye katılmış, %21 ise katılmamıştır. Anadolu Üniversitesi'ndeki öğrencilerden ise %58'i bu düşünceye katılırken, %16.4'ü katılmamıştır. %70'lik bir katılım oranı ise İstanbul Üniversitesi'nde görülmektedir. Leipzig Üniversitesi'nden araştırmaya katılan öğrencilerden %53.8'i öğretim elemanlarının öğrencilere eleştiri yapma imkanı tanıdıkları düşüncesine katılırken, %30.8'i kesin katılmıştır. Münster Üniversitesi'nden de öğrencilerin %50 si kesin olarak katılıyorum derken, %41'i de katılıyorum demiştir. Münster Üniversitesi'nden bu görüşe katılmayan yoktur. Hannover'e baktığımızda ise öğrencilerin %42'si kesin katılmış, %38.5'i de katılmıştır.

Genel olarak bu ifadeyi yorumladığımızda öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğunun hem Türkiye’de hem de Almanya’da öğrencilere öğretim elemanlarını eleştirme imkanı tanıdıklarını görmekteyiz.

Tablo 13: Uygulama merkezlerinden ve araçlarından yeteri oranda yararlanabilmekteyiz

Üniversite	Uygulama merkezlerinden ve araçlarından yeteri oranda yararlanabilmekteyiz.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	8	38	10	39	11	106
	7,5%	35,8%	9,4%	36,8%	10,4%	100,0%
	13,8%	45,8%	40,0%	54,2%	64,7%	41,6%
	3,1%	14,9%	3,9%	15,3%	4,3%	41,6%
Anadolu Üniversitesi	9	30	12	12	4	67
	13,4%	44,8%	17,9%	17,9%	6,0%	100,0%
	15,5%	36,1%	48,0%	16,7%	23,5%	26,3%
	3,5%	11,8%	4,7%	4,7%	1,6%	26,3%
İstanbul Üniversitesi		6	2	21	2	31
		19,4%	6,5%	67,7%	6,5%	100,0%
		7,2%	8,0%	29,2%	11,8%	12,2%
		2,4%	,8%	8,2%	,8%	12,2%
Universitaet Leipzig	9	4				13
	69,2%	30,8%				100,0%
	15,5%	4,8%				5,1%
	3,5%	1,6%				5,1%
Westfaellische Wilhe Universitet Münster	10	2				12
	83,3%	16,7%				100,0%
	17,2%	2,4%				4,7%
	3,9%	,8%				4,7%
Fachhochschule Hannover	22	3	1			26
	84,6%	11,5%	3,8%			100,0%
	37,9%	3,6%	4,0%			10,2%
	8,6%	1,2%	,4%			10,2%
TOPLAM	58	83	25	72	17	255
	22,7%	32,5%	9,8%	28,2%	6,7%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	22,7%	32,5%	9,8%	28,2%	6,7%	100,0%

Uygulama merkezlerinden ve araçlarından yeteri oranda yararlanabilmekteyiz ifadesine Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin; %36.8’i katılmazken, %35.8 katılmıştır. Anadolu Üniversitesi’ne baktığımızda ise %44.8’lik bir oranın bu düşünceye katıldığını sadece, %17.9’unun ise katılmadığı görülmektedir. İstanbul Üniversitesi’nde ise bu ifadeye katılmayanlar çoğunluktadır. %67.7 gibi bir oran bu düşünceye katılmadığını belirtmiş, sadece %19.4’lük bir oran katılmıştır.

Almanya’da ise durum farklıdır. Hem Leipzig hem de Münster Üniversitesi’nde öğrenciler bu ifadeye farklı oranlarda katılıyorum ve kesin katılıyorum demiştir. Hannover Üniversitesi de aynı şekilde bir kişi hariç, bu kişi fikir beyan etmemiştir herkes bu görüşe katılmıştır.

Burada dikkat çeken nokta şudur ki; Türkiye’de Anadolu Üniversitesi hariç diğer üniversitelerin çoğunluğu yeterli derecede uygulama merkezlerinden yararlanmadığını söylerken, Almanya’da öğrencilerin hepsi bu konuda üniversitelerinden memnundur.

Tablo 14: Öğretim elemanları yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahiptir

Üniversite	Öğretim elemanları yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahiptir.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	7	54	19	23	3	106
	6,6%	50,9%	17,9%	21,7%	2,8%	100,0%
	16,3%	38,0%	63,3%	67,6%	75,0%	41,9%
	2,8%	21,3%	7,5%	9,1%	1,2%	41,9%
Anadolu Üniversitesi	2	47	8	8	1	66
	3,0%	71,2%	12,1%	12,1%	1,5%	100,0%
	4,7%	33,1%	26,7%	23,5%	25,0%	26,1%
	,8%	18,6%	3,2%	3,2%	,4%	26,1%
İstanbul Üniversitesi	1	25	3	1		30
	3,3%	83,3%	10,0%	3,3%		100,0%
	2,3%	17,6%	10,0%	2,9%		11,9%
	,4%	9,9%	1,2%	,4%		11,9%
Universitaet Leipzig	7	6				13
	53,8%	46,2%				100,0%
	16,3%	4,2%				5,1%
	2,8%	2,4%				5,1%
Westfaellische Wilher Universitst Münster	12					12
	100,0%					100,0%
	27,9%					4,7%
	4,7%					4,7%
Fachhochschule Hannover	14	10		2		26
	53,8%	38,5%		7,7%		100,0%
	32,6%	7,0%		5,9%		10,3%
	5,5%	4,0%		,8%		10,3%
TOPLAM	43	142	30	34	4	253
	17,0%	56,1%	11,9%	13,4%	1,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	17,0%	56,1%	11,9%	13,4%	1,6%	100,0%

Öğrencilerin gözünde öğretim elemanlarının yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahip olup olmadıklarını ölçmek üzere sorulan anket sorusuna Selçuk

Üniversitesi'nden 54 kişi katılıyorum derken, 23 kişi katılmıyorum demiş, 19 kişi ise fikir beyan etmemiştir. Anadolu Üniversitesi'ne baktığımızda ise 47 kişi bu ifadeye katılıyorum derken, 8 kişi katılmıyorum demiştir, aynı şekilde bu düşünceye 25 kişi de İstanbul Üniversitesi'nden katılıyorum demiştir.

Leipzig Üniversitesi'ne baktığımızda ankete katılan 13 kişiden 7'si kesin katılıyorum, 6'sı da katılıyorum diyerek öğretim elemanlarını yeterli gördüklerini ifade etmişlerdir. Münster Üniversitesi'nden ankete katılan 12 kişinin hepsi bu ifadeye katıldıklarını Hannover'den ise; 2 kişi hariç 14 kişi kesin katılıyorum, 10 kişi de katılıyorum diyerek öğretim elemanlarının yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahip olduklarına inandıklarını söylemişlerdir.

Anketlerden elde ettiğimiz toplam sonuçlara baktığımızda ise %56'lık bir oran bu ifadeye katıldıklarını belirtirken sadece %13.4'lük bir oran bu ifadeye katılmamıştır.

Tablo 15: Aldığımız dersler bize iş hayatında yardımcı olacaktır

Üniversite	Aldığımız dersler bize iş hayatında yardımcı olacaktır.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	14	58	17	14	3	106
	13,2%	54,7%	16,0%	13,2%	2,8%	100,0%
	29,8%	39,7%	44,7%	70,0%	75,0%	41,6%
	5,5%	22,7%	6,7%	5,5%	1,2%	41,6%
Anadolu Üniversitesi	17	39	6	4	1	67
	25,4%	58,2%	9,0%	6,0%	1,5%	100,0%
	36,2%	26,7%	15,8%	20,0%	25,0%	26,3%
	6,7%	15,3%	2,4%	1,6%	,4%	26,3%
İstanbul Üniversitesi	3	21	6	1		31
	9,7%	67,7%	19,4%	3,2%		100,0%
	6,4%	14,4%	15,8%	5,0%		12,2%
	1,2%	8,2%	2,4%	,4%		12,2%
Universitaet Leipzig	3	6	4			13
	23,1%	46,2%	30,8%			100,0%
	6,4%	4,1%	10,5%			5,1%
	1,2%	2,4%	1,6%			5,1%
Westfaellische Wilhems Universität Münster	1	9	1	1		12
	8,3%	75,0%	8,3%	8,3%		100,0%
	2,1%	6,2%	2,6%	5,0%		4,7%
	,4%	3,5%	,4%	,4%		4,7%
Fachhochschule Hannover	9	13	4			26
	34,6%	50,0%	15,4%			100,0%
	19,1%	8,9%	10,5%			10,2%
	3,5%	5,1%	1,6%			10,2%
TOPLAM	47	146	38	20	4	255
	18,4%	57,3%	14,9%	7,8%	1,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	18,4%	57,3%	14,9%	7,8%	1,6%	100,0%

Ankete katılan öğrencilere aldıkları derslerin kendilerine iş hayatında yardımcı olduğuna inandıkları sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden %54.7 kişi Anadolu Üniversitesi'nden %58.2, İstanbul'dan da %67.7 bu görüşe katılmıştır. Leipzig Üniversitesi'nden bu görüşe katılanların oranı %46.2 kesin katılanlar ise %23.1 oranındadır. Münster'den %75 Hannover'den ise %50'lik bir katılım olmuştur. Genelde baktığımızda hem Türkiye hem de Almanya'dan bu görüşe %57.3'lük bir oran katılmış, %18.4'lük bir oran ise kesin katılmıştır, katılmayanların oranı ise %7.8'dir.

Tablo 16: Öğretim elemanları kendilerini öğrencilere açık ve net bir şekilde ifade edebilmektedir

Üniversite	Öğretim elemanları kendilerini açık ve net bir şekilde ifade edebilmektedir.				TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	6	51	34	15	106
	5,7%	48,1%	32,1%	14,2%	100,0%
	20,7%	32,9%	81,0%	51,7%	41,6%
Anadolu Üniversitesi	2,4%	20,0%	13,3%	5,9%	41,6%
	9	45	3	10	67
	13,4%	67,2%	4,5%	14,9%	100,0%
İstanbul Üniversitesi	31,0%	29,0%	7,1%	34,5%	26,3%
	3,5%	17,6%	1,2%	3,9%	26,3%
	1	22	4	4	31
Universitaet Leipzig	3,2%	71,0%	12,9%	12,9%	100,0%
	3,4%	14,2%	9,5%	13,8%	12,2%
	,4%	8,6%	1,6%	1,6%	12,2%
Westfaellische Wilhems Universität Münster	2	11			13
	15,4%	84,6%			100,0%
	6,9%	7,1%			5,1%
Fachhochschule Hannover	,8%	4,3%			5,1%
	3	9			12
	25,0%	75,0%			100,0%
TOPLAM	10,3%	5,8%			4,7%
	1,2%	3,5%			4,7%
	8	17	1		26
TOPLAM	30,8%	65,4%	3,8%		100,0%
	27,6%	11,0%	2,4%		10,2%
	3,1%	6,7%	,4%		10,2%
TOPLAM	29	155	42	29	255
	11,4%	60,8%	16,5%	11,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	11,4%	60,8%	16,5%	11,4%	100,0%

Öğrencilere öğretim elemanlarının kendilerini açık ve net ifade edip etmedikleri sorulmuştur. Selçuk Üniversitesi'nden 57, Anadolu Üniversitesi'nden 54, İstanbul Üniversitesi'nden 23 kişi, Leipzig'den 13, Münster'den 12, Hannover'den ise 25 kişi katılıyorum ve kesin katılıyorum demiştir. Anket sonuçlarına baktığımızda bu ifadeye kesin katılmıyorum diyen yoktur. Özellikle Almanya'dan katılmıyorum diyen yoktur. Diyebiliriz ki Almanya'da ki öğrencilerin hepsi öğretim elemanlarının kendilerini net ifade ettiğini söylemektedir. Türkiye'den de büyük bir çoğunluk bu görüşe katılmaktadır.

Tablo 17: Ders programlarımız iş alanında kullanabileceğimiz bilgiler doğrultusunda hazırlanmaktadır

Üniversite	Ders programlarımız iş alanında kullanabileceğimiz bilgiler doğrultusunda hazırlanmaktadır.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	8	40	29	24	5	106
	7,5%	37,7%	27,4%	22,6%	4,7%	100,0%
	30,8%	39,2%	42,6%	49,0%	55,6%	41,7%
Anadolu Üniversitesi	3,1%	15,7%	11,4%	9,4%	2,0%	41,7%
	5	24	22	15	1	67
	7,5%	35,8%	32,8%	22,4%	1,5%	100,0%
İstanbul Üniversitesi	19,2%	23,5%	32,4%	30,6%	11,1%	26,4%
	2,0%	9,4%	8,7%	5,9%	,4%	26,4%
		15	7	8	1	31
Universitaet Leipzig		48,4%	22,6%	25,8%	3,2%	100,0%
		14,7%	10,3%	16,3%	11,1%	12,2%
		5,9%	2,8%	3,1%	,4%	12,2%
Westfaellische Wilhems Universitest Münster		8	3		2	13
		61,5%	23,1%		15,4%	100,0%
		7,8%	4,4%		22,2%	5,1%
Fachhochschule Hannover		3,1%	1,2%		,8%	5,1%
		7	4	1		12
		58,3%	33,3%	8,3%		100,0%
TOPLAM		6,9%	5,9%	2,0%		4,7%
		2,8%	1,6%	,4%		4,7%
	13	8	3	1		25
TOPLAM	52,0%	32,0%	12,0%	4,0%		100,0%
	50,0%	7,8%	4,4%	2,0%		9,8%
	5,1%	3,1%	1,2%	,4%		9,8%
TOPLAM	26	102	68	49	9	254
	10,2%	40,2%	26,8%	19,3%	3,5%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	10,2%	40,2%	26,8%	19,3%	3,5%	100,0%

Ders programlarının iş alanında kullanılabilir bilgiler doğrultusunda hazırlandığına Türkiye’den ankete katılan öğrencilerin çoğu katılmaktadır, burada dikkatimizi çeken bir nokta ise fikrim yok diyenlerin sayısının da fazla olmasıdır. Almanya’da ki üniversitelerin sonuçlarına baktığımızda burada da anket ifadesine katılanların çoğunlukta olduğunu görmekteyiz.

Tablo 18: Öğretim elemanları öğrencilerin etkin bir şekilde derse katılmasını sağlamaktadır

Üniversite	Öğretim elemanları öğrencilerin etkin bir şekilde derse katılmasını sağlamaktadır.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	9	39	24	33	1	106
	8,5%	36,8%	22,6%	31,1%	,9%	100,0%
	28,1%	45,3%	49,0%	47,1%	25,0%	44,0%
	3,7%	16,2%	10,0%	13,7%	,4%	44,0%
Anadolu Üniversitesi	9	21	14	21	1	66
	13,6%	31,8%	21,2%	31,8%	1,5%	100,0%
	28,1%	24,4%	28,6%	30,0%	25,0%	27,4%
	3,7%	8,7%	5,8%	8,7%	,4%	27,4%
İstanbul Üniversitesi	3	8	8	11	1	31
	9,7%	25,8%	25,8%	35,5%	3,2%	100,0%
	9,4%	9,3%	16,3%	15,7%	25,0%	12,9%
	1,2%	3,3%	3,3%	4,6%	,4%	12,9%
Universitaet Leipzig		10		3		13
		76,9%		23,1%		100,0%
		11,6%		4,3%		5,4%
		4,1%		1,2%		5,4%
Westfaellische Wilher Universität Münster	2	6	1	2	1	12
	16,7%	50,0%	8,3%	16,7%	8,3%	100,0%
	6,3%	7,0%	2,0%	2,9%	25,0%	5,0%
	,8%	2,5%	,4%	,8%	,4%	5,0%
Fachhochschule Hannover	9	2	2			13
	69,2%	15,4%	15,4%			100,0%
	28,1%	2,3%	4,1%			5,4%
	3,7%	,8%	,8%			5,4%
TOPLAM	32	86	49	70	4	241
	13,3%	35,7%	20,3%	29,0%	1,7%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	13,3%	35,7%	20,3%	29,0%	1,7%	100,0%

Öğretim elemanlarının öğrencilerin etkin bir şekilde derse katılmasını sağladıkları yönündeki ifadeye Selçuk Üniversitesi'nden 106 kişiden 36'sı katılıyorum derken, 33 kişi katılmıyorum demiştir. Anadolu Üniversitesi'nden ise ankete katılan 66 kişiden 21 kişi eşit olarak katılıyorum ve katılmıyorum demiştir. İstanbul Üniversitesi'nden ise 31 kişiden 11 kişi bu ifadeye katılmamış, 8 kişi katılmış, 8 kişi de fikrim yok demiştir.

Almanya'daki üniversitelere baktığımızda ise genelde bu düşünceye katılanların çoğunlukta olduğunu görmekteyiz. Leipzig Üniversitesi'nden 9, Münster'den 6 kişi katılıyorum derken Hannover' den 9 kişi kesin katılıyorum demiştir.

Türkiye’de öğretim elemanlarının öğrencilerin derse aktif etkin bir şekilde katılmaları sağlanmadığı görüşü hakim iken, Almanya’da öğrencilerin büyük bir çoğunluğu derse aktif katılmaları sağlanmak için çalışıldığı görüşü hakimdir.

Tablo 19: Ders içerikleri objektif bir şekilde hazırlanmaktadır

Üniversite	Ders içerikleri objektif bir şekilde hazırlanmaktadır.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	4	50	30	15	4	103
	3,9%	48,5%	29,1%	14,6%	3,9%	100,0%
	16,0%	38,8%	41,7%	68,2%	100,0%	40,9%
	1,6%	19,8%	11,9%	6,0%	1,6%	40,9%
Anadolu Üniversitesi	8	31	24	4		67
	11,9%	46,3%	35,8%	6,0%		100,0%
	32,0%	24,0%	33,3%	18,2%		26,6%
	3,2%	12,3%	9,5%	1,6%		26,6%
İstanbul Üniversitesi	2	14	12	3		31
	6,5%	45,2%	38,7%	9,7%		100,0%
	8,0%	10,9%	16,7%	13,6%		12,3%
	,8%	5,6%	4,8%	1,2%		12,3%
Universitaet Leipzig	2	9	2			13
	15,4%	69,2%	15,4%			100,0%
	8,0%	7,0%	2,8%			5,2%
	,8%	3,6%	,8%			5,2%
Westfaellische Wilhen Universitst Münster	3	6	3			12
	25,0%	50,0%	25,0%			100,0%
	12,0%	4,7%	4,2%			4,8%
	1,2%	2,4%	1,2%			4,8%
Fachhochschule Hannover	6	19	1			26
	23,1%	73,1%	3,8%			100,0%
	24,0%	14,7%	1,4%			10,3%
	2,4%	7,5%	,4%			10,3%
TOPLAM	25	129	72	22	4	252
	9,9%	51,2%	28,6%	8,7%	1,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	9,9%	51,2%	28,6%	8,7%	1,6%	100,0%

Ders içerikleri objektif bir şekilde hazırlanmaktadır görüşüne Selçuk Üniversitesi’nden %48.5’luk bir oran katılıyorum, %29’luk bir oran fikrim yok, sadece %14.6’lık bir oran katılmıyorum demiştir. Anadolu Üniversitesi’ne baktığımızda orada da bu görüşe katılanların oranının %46.3 olduğunu, fikrim yok diyenlerin ise %35.8’lik bir oranda olduğunu katılmayanların ise sade %6 olduğunu görmekteyiz. İstanbul Üniversitesi’nde de %45.2 bu görüşe katılmış, %38.7 fikir beyan etmemiş ve sadece %9.7 katılmamıştır. Almanya’da ki üniversitelerde Leipzig

Üniversitesi'nden %69, Münster'den %50, Hannover'den de %73'lük bir katılım olmuştur. Burada katılmıyorum veya kesinlikle katılmıyorum diyenler çıkmamıştır.

Tablo 20: Öğretim elemanları verdikleri dersler konusunda bilgilidirler

Üniversite	Öğretim elemanları verdikleri dersler konusunda bilgilidirler.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	10	67	14	13	2	106
	9,4%	63,2%	13,2%	12,3%	1,9%	100,0%
	23,3%	41,6%	56,0%	65,0%	40,0%	41,7%
	3,9%	26,4%	5,5%	5,1%	,8%	41,7%
Anadolu Üniversitesi	9	44	7	6	1	67
	13,4%	65,7%	10,4%	9,0%	1,5%	100,0%
	20,9%	27,3%	28,0%	30,0%	20,0%	26,4%
	3,5%	17,3%	2,8%	2,4%	,4%	26,4%
İstanbul Üniversitesi	2	25	2	1	1	31
	6,5%	80,6%	6,5%	3,2%	3,2%	100,0%
	4,7%	15,5%	8,0%	5,0%	20,0%	12,2%
	,8%	9,8%	,8%	,4%	,4%	12,2%
Universitaet Leipzig	5	8				13
	38,5%	61,5%				100,0%
	11,6%	5,0%				5,1%
	2,0%	3,1%				5,1%
Westfaellische Wilher Universitst Münster	8	3	1			12
	66,7%	25,0%	8,3%			100,0%
	18,6%	1,9%	4,0%			4,7%
	3,1%	1,2%	,4%			4,7%
Fachhochschule Hannover	9	14	1		1	25
	36,0%	56,0%	4,0%		4,0%	100,0%
	20,9%	8,7%	4,0%		20,0%	9,8%
	3,5%	5,5%	,4%		,4%	9,8%
TOPLAM	43	161	25	20	5	254
	16,9%	63,4%	9,8%	7,9%	2,0%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	16,9%	63,4%	9,8%	7,9%	2,0%	100,0%

Öğretim elemanlarının verdikleri dersler konusunda bilgili oldukları görüşünün hakim olup olmadığını ölçmek amacıyla verilen ifadeye Türkiye'deki üç üniversite de büyük bir çoğunlukla katılmış ve kesin katılmıştır. Selçuk Üniversitesi'nden %63, Anadolu Üniversitesi'nden %65, İstanbul Üniversitesi'nden ise %80'lik bir katılım olmuştur. Almanya'daki üniversitelere baktığımızda Leipzig Üniversitesi'nden katılmıyorum ve kesin katılmıyorum diyenlerin oranı %100 dür. Diğer iki üniversiteden de 1'er kişi hariç ki bu kişilerde fikrim yok demiştir, diğer kişiler kesin katılmıyorum veya katılmıyorum demişlerdir.

Tablo 21: Sunulan öğretim programları mesleki bilgilerin yanında bizleri sosyal hayata hazırlamaya yöneliktir

Üniversite	Sunulan öğretim programları mesleki bilgilerin yanında bizleri sosyal hayata hazırlamaya yöneliktir.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	5	51	23	22	3	104
	4,8%	49,0%	22,1%	21,2%	2,9%	100,0%
	16,7%	43,6%	54,8%	40,7%	33,3%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	2,0%	20,2%	9,1%	8,7%	1,2%	41,3%
	13	31	6	13	4	67
	19,4%	46,3%	9,0%	19,4%	6,0%	100,0%
İstanbul Üniversitesi	43,3%	26,5%	14,3%	24,1%	44,4%	26,6%
	5,2%	12,3%	2,4%	5,2%	1,6%	26,6%
		16	6	7	2	31
Universitaet Leipzig		51,6%	19,4%	22,6%	6,5%	100,0%
		13,7%	14,3%	13,0%	22,2%	12,3%
		6,3%	2,4%	2,8%	,8%	12,3%
Westfaellische Wilhems Universitaet Münster		5	3	5		13
		38,5%	23,1%	38,5%		100,0%
		4,3%	7,1%	9,3%		5,2%
Fachhochschule Hannover		2,0%	1,2%	2,0%		5,2%
	1	5	2	4		12
	8,3%	41,7%	16,7%	33,3%		100,0%
TOPLAM	3,3%	4,3%	4,8%	7,4%		4,8%
	,4%	2,0%	,8%	1,6%		4,8%
	11	9	2	3		25
TOPLAM	44,0%	36,0%	8,0%	12,0%		100,0%
	36,7%	7,7%	4,8%	5,6%		9,9%
	4,4%	3,6%	,8%	1,2%		9,9%
TOPLAM	30	117	42	54	9	252
	11,9%	46,4%	16,7%	21,4%	3,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	11,9%	46,4%	16,7%	21,4%	3,6%	100,0%

Bu ifade öğretim programlarının mesleki bilgilerin yanı sıra sosyal hayata da öğrencileri hazırlayıp hazırlamadıklarını ölçmek amacıyla sorulmuştur. Türkiye’den ankete dahil ettiğimiz üniversitelerden biri olan Selçuk Üniversitesi’nden %49’u bu ifadeye katılmış, %21’i katılmamış, %22’si de fikrim yok demiştir. Anadolu Üniversitesi’nden katılım %46’dır. Sadece katılmıyorum diyenlerin oranı ise %19’dur. İstanbul Üniversitesi’nden %51’lik bir oran katılırken, %22 de bu görüşe katılmamıştır.

Almanya’dan ankete katılan öğrencilerin dağılımına baktığımızda Leipzig Üniversitesi’nde bir kararsızlık olduğunu görmekteyiz. Burada %38.5 katılırken yine aynı şekilde %38.5 da verilen ifadeye katılmamıştır. Münster Üniversitesi’nde de %41 katılırken, %33 katılmamıştır. Hannover Üniversitesi’ne baktığımızda ise burada ki öğrencilerin %44’ü kesin katılıyorum, %36’sı da katılıyorum demiştir.

Diğer Almanya'daki üniversitelere nazaran Hannover Üniversitesi'nde öğretim elemanlarının öğrencileri sosyal hayata da hazırladıkları görüşü daha baskındır.

Tablo 22: Mesleğimize ilişkin yönlendirmeler yapılmakta ve mesleğimizi sevdirmeye yönünde çaba gösterilmektedir

Üniversite	Mesleğimize ilişkin yönlendirmeler yapılmakta ve mesleğimizi sevdirmeye yönünde çaba gösterilmektedir.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	11	48	16	29	1	105
	10,5%	45,7%	15,2%	27,6%	1,0%	100,0%
	45,8%	42,5%	30,2%	58,0%	11,1%	42,2%
	4,4%	19,3%	6,4%	11,6%	,4%	42,2%
Anadolu Üniversitesi	5	29	16	11	5	66
	7,6%	43,9%	24,2%	16,7%	7,6%	100,0%
	20,8%	25,7%	30,2%	22,0%	55,6%	26,5%
	2,0%	11,6%	6,4%	4,4%	2,0%	26,5%
İstanbul Üniversitesi		17	3	8	3	31
		54,8%	9,7%	25,8%	9,7%	100,0%
		15,0%	5,7%	16,0%	33,3%	12,4%
		6,8%	1,2%	3,2%	1,2%	12,4%
Universitaet Leipzig	3	2	5	1		11
	27,3%	18,2%	45,5%	9,1%		100,0%
	12,5%	1,8%	9,4%	2,0%		4,4%
	1,2%	,8%	2,0%	,4%		4,4%
Westfaellische Wilhems Universitet Münster		4	8			12
		33,3%	66,7%			100,0%
		3,5%	15,1%			4,8%
		1,6%	3,2%			4,8%
Fachhochschule Hannover	5	13	5	1		24
	20,8%	54,2%	20,8%	4,2%		100,0%
	20,8%	11,5%	9,4%	2,0%		9,6%
	2,0%	5,2%	2,0%	,4%		9,6%
TOPLAM	24	113	53	50	9	249
	9,6%	45,4%	21,3%	20,1%	3,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	9,6%	45,4%	21,3%	20,1%	3,6%	100,0%

Mesleğimize ilişkin yönlendirmelerin yapıldığına ve mesleği sevdirmeye yönünde çabaların gösterildiğine dair verilen ifadeye Selçuk Üniversitesi'nden %45.7 katılıyorum derken, %27.6 katılmıyorum demiştir. Anadolu Üniversitesi'nden ifadeye katılanların oranı %43.9, katılmayanların oranı da %16.7'dir, İstanbul Üniversitesi'nden %54.8'lik bir katılım vardır, katılmayanların oranı ise %25.8'dir. Leipzig Üniversitesi'nden %45.5'lik bir oran bu ifadeye fikrim yok demiştir. Bu ifadeye katılanların oranı 18.2 iken, katılmayanların oranı %9'dur. Münster Üniversitesi'nde fikrim yok diyenler %66.7 oranı ile çoğunlukta iken katılanların oranı %33.3'dür, katılmayanlar ise yoktur. Hannover'deki dağılıma baktığımızda bu ifadeye katılanların oranı %54.2 iken fikrim yok diyenler %20.8'dir.

Tablo 23: Aldığımız eğitim bizim için yeterli düzeydedir

Üniversite	Aldığımız eğitim bizim için yeterli düzeydedir.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	4	25	17	45	13	104
	3,8%	24,0%	16,3%	43,3%	12,5%	100,0%
	15,4%	37,3%	32,7%	52,9%	59,1%	41,3%
	1,6%	9,9%	6,7%	17,9%	5,2%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	6	18	18	21	4	67
	9,0%	26,9%	26,9%	31,3%	6,0%	100,0%
	23,1%	26,9%	34,6%	24,7%	18,2%	26,6%
	2,4%	7,1%	7,1%	8,3%	1,6%	26,6%
İstanbul Üniversitesi		5	9	12	4	30
		16,7%	30,0%	40,0%	13,3%	100,0%
		7,5%	17,3%	14,1%	18,2%	11,9%
		2,0%	3,6%	4,8%	1,6%	11,9%
Universitaet Leipzig	3	6	2	2		13
	23,1%	46,2%	15,4%	15,4%		100,0%
	11,5%	9,0%	3,8%	2,4%		5,2%
	1,2%	2,4%	,8%	,8%		5,2%
Westfaellische Wilhe Universitst Münster	5	3	2	1	1	12
	41,7%	25,0%	16,7%	8,3%	8,3%	100,0%
	19,2%	4,5%	3,8%	1,2%	4,5%	4,8%
	2,0%	1,2%	,8%	,4%	,4%	4,8%
Fachhochschule Hannover	8	10	4	4		26
	30,8%	38,5%	15,4%	15,4%		100,0%
	30,8%	14,9%	7,7%	4,7%		10,3%
	3,2%	4,0%	1,6%	1,6%		10,3%
TOPLAM	26	67	52	85	22	252
	10,3%	26,6%	20,6%	33,7%	8,7%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	10,3%	26,6%	20,6%	33,7%	8,7%	100,0%

Türkiye ve Almanya’da eğitim gören öğrencilere aldıkları eğitimin yeterli olup olmadığını ölçmek için verilen ifadeye Selçuk Üniversitesi’ndeki öğrencilerin sadece %24’ü katılırken bu ifadeye katılmayanların oranı %43.3’dür. Anadolu Üniversitesi’nden %31’lik bir oran eğitimin yeterli olmadığını söylerken yeterli olduğunu söyleyenlerin oranı %26.9’dur. İstanbul Üniversitesi’nden ifadeye katılmayanların oranı %40’dır.

Almanya’da ki üniversitelere baktığımızda ise eğitimin yeterli olduğuna inananların oranı Leipzig Üniversitesi’nde %46.2, Hannover’de %38.5, Münster’de ise kesin katılanların oranı %41.7’dir. Bu ifadeye katılmayanların oranı ise Leipzig’de %15.4, Münster’de %8.3, Hannover’de ise %15.4’dür

Genele baktığımızda ise araştırmaya katılanların %33.7'sinin aldıkları eğitimi yeterli bulmadıklarını, %26.6'sının ise yeterli bulduklarını görmekteyiz. Sonuç olarak Türkiye'deki öğrencilerin eğitimi yeterli bulmadıkları, Almanya'dan araştırmaya katılanların ise aldıkları eğitimi yeterli buldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 24: Fakültemiz sosyal faaliyetlere yeterince yer vermektedir

Üniversite	Fakültemiz sosyal faaliyetlere yeterince yer vermektedir.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	10	37	17	38	4	106
	9,4%	34,9%	16,0%	35,8%	3,8%	100,0%
	27,0%	38,9%	50,0%	52,1%	25,0%	41,6%
Anadolu Üniversitesi	3,9%	14,5%	6,7%	14,9%	1,6%	41,6%
	20	32	1	13	1	67
	29,9%	47,8%	1,5%	19,4%	1,5%	100,0%
İstanbul Üniversitesi	54,1%	33,7%	2,9%	17,8%	6,3%	26,3%
	7,8%	12,5%	,4%	5,1%	,4%	26,3%
	1	8	13	9	31	
Universitaet Leipzig	3,2%	25,8%	41,9%	29,0%	100,0%	
	1,1%	23,5%	17,8%	56,3%	12,2%	
	,4%	3,1%	5,1%	3,5%	12,2%	
Westfaellische Wilherr Universitst Münster	2	9	2			13
	15,4%	69,2%	15,4%			100,0%
	5,4%	9,5%	5,9%			5,1%
Fachhochschule Hannover	,8%	3,5%	,8%			5,1%
	2	7	2	1		12
	16,7%	58,3%	16,7%	8,3%		100,0%
TOPLAM	5,4%	7,4%	5,9%	1,4%		4,7%
	,8%	2,7%	,8%	,4%		4,7%
	3	9	4	8	2	26
TOPLAM	11,5%	34,6%	15,4%	30,8%	7,7%	100,0%
	8,1%	9,5%	11,8%	11,0%	12,5%	10,2%
	1,2%	3,5%	1,6%	3,1%	,8%	10,2%
TOPLAM	37	95	34	73	16	255
	14,5%	37,3%	13,3%	28,6%	6,3%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
TOPLAM	14,5%	37,3%	13,3%	28,6%	6,3%	100,0%

Fakültemizde sosyal faaliyetlere yeterince yer verilmektedir ifadesine Selçuk Üniversitesi'nden %35.8 katılmazken, %34.9'da katılmıştır. Anadolu Üniversitesi'nden katılanların oranı %47.8, katılmayanların oranı ise %19.4'dür. İstanbul Üniversitesi'nde ise araştırmaya katılmayanlar %41.9'dur, katılanlar ise sadece %3.2 dir. Leipzig Üniversitesi'nde katılanların oranı %69.2, Münster'de %58.3, Hannover'de ise %34.6'dır.

Tablo 25: Bölümümüzle ilgili staj olanakları sağlanmaktadır

Üniversite	Bölümümüzle ilgili staj olanakları sağlanmaktadır.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	6	37	21	33	9	106
	5,7%	34,9%	19,8%	31,1%	8,5%	100,0%
	22,2%	46,8%	32,8%	55,0%	37,5%	41,7%
Anadolu Üniversitesi	2,4%	14,6%	8,3%	13,0%	3,5%	41,7%
	4	13	30	11	9	67
	6,0%	19,4%	44,8%	16,4%	13,4%	100,0%
Istanbul Üniversitesi	14,8%	16,5%	46,9%	18,3%	37,5%	26,4%
	1,6%	5,1%	11,8%	4,3%	3,5%	26,4%
		10	7	10	3	30
Universitaet Leipzig		33,3%	23,3%	33,3%	10,0%	100,0%
		12,7%	10,9%	16,7%	12,5%	11,8%
		3,9%	2,8%	3,9%	1,2%	11,8%
Westfaellische Wilherr Universitet Münster		4	5	3	1	13
		30,8%	38,5%	23,1%	7,7%	100,0%
		5,1%	7,8%	5,0%	4,2%	5,1%
Fachhochschule Hannover		1,6%	2,0%	1,2%	,4%	5,1%
	9	3				12
	75,0%	25,0%				100,0%
TOPLAM	33,3%	3,8%				4,7%
	3,5%	1,2%				4,7%
	8	12	1	3	2	26
TOPLAM	30,8%	46,2%	3,8%	11,5%	7,7%	100,0%
	29,6%	15,2%	1,6%	5,0%	8,3%	10,2%
	3,1%	4,7%	,4%	1,2%	,8%	10,2%
TOPLAM	27	79	64	60	24	254
	10,6%	31,1%	25,2%	23,6%	9,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	10,6%	31,1%	25,2%	23,6%	9,4%	100,0%

“Bölümümüzle ilgili staj olanakları sağlanmaktadır” ifadesine Selçuk Üniversitesi’nden 106 kişiden 37 si katılırken, 33 kişi katılmamış, Anadolu Üniversitesi’nden 67 kişiden 30 kişi fikrim yok, 12 kişi katılıyorum, 11 kişi ise katılmıyorum demiştir. İstanbul Üniversitesi’nden ankete katılan 30 kişiden 10 kişi katılmış, 10 kişi de katılmamıştır.

Almanya’daki üniversitelere baktığımızda Leipzig Üniversitesi’nden 5 kişi fikrim yok, 4 kişi katılıyorum, 3 kişi de katılmıyorum demiştir. Münster Üniversitesi’nden ankete katılan 12 kişiden 9’u kesin katılıyorum, 3’ü de katılıyorum, Hannover’den ankete katılan 26 kişiden de 12 ‘si katılıyorum, 8’i de kesin katılıyorum demiştir.

Tablo 26: Mesleki deneyime sahip kişilerle görüşme imkanımız fakültemizde sağlanmaktadır

Üniversite	Mesleki deneyime sahip kişilerle görüşme imkanımız fakültemizde sağlanmaktadır.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	6	35	19	29	15	104
	5,8%	33,7%	18,3%	27,9%	14,4%	100,0%
	15,4%	37,2%	38,8%	55,8%	78,9%	41,1%
	2,4%	13,8%	7,5%	11,5%	5,9%	41,1%
Anadolu Üniversitesi	9	23	22	11	2	67
	13,4%	34,3%	32,8%	16,4%	3,0%	100,0%
	23,1%	24,5%	44,9%	21,2%	10,5%	26,5%
	3,6%	9,1%	8,7%	4,3%	,8%	26,5%
İstanbul Üniversitesi		14	4	11	2	31
		45,2%	12,9%	35,5%	6,5%	100,0%
		14,9%	8,2%	21,2%	10,5%	12,3%
		5,5%	1,6%	4,3%	,8%	12,3%
Universitaet Leipzig	6	7				13
	46,2%	53,8%				100,0%
	15,4%	7,4%				5,1%
	2,4%	2,8%				5,1%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	5	7				12
	41,7%	58,3%				100,0%
	12,8%	7,4%				4,7%
	2,0%	2,8%				4,7%
Fachhochschule Hannover	13	8	4	1		26
	50,0%	30,8%	15,4%	3,8%		100,0%
	33,3%	8,5%	8,2%	1,9%		10,3%
	5,1%	3,2%	1,6%	,4%		10,3%
TOPLAM	39	94	49	52	19	253
	15,4%	37,2%	19,4%	20,6%	7,5%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	15,4%	37,2%	19,4%	20,6%	7,5%	100,0%

“Mesleki deneyime sahip kişilerle görüşme imkanı fakültemizde sağlanmaktadır” ifadesine Selçuk Üniversitesi’nden %33.7’si katılmış, %27.9 katılmamıştır. Anadolu Üniversitesi’nden ifadeye katılanların oranı %34.3, katılmayanların oranı ise %16.4’dür. İstanbul Üniversitesi’nden katılanların oranı %45.2, katılmayanların oranı %35.5’dir. Leipzig ve Münster Üniversitesi’nde bu ifadeye katılmayanlar yoktur, katılanların oranı Leipzig’de %53.8, kesin katılanların oranı %46.2. Münster’de ise katılanların oranı %58.3, kesin katılanların oranı %41.7’dir. Hannover’de kesin katılanlar %50, katılanlar %30.8’dir.

Tablo 27: Bölümümüzle ilgili yeterli oranda bilimsel toplantılar, seminerler, konferanslar düzenlenmektedir

Üniversite	Bölümümüzle ilgili yeterli bilimsel toplantılar, seminerler, konferanslar düzenlenmektedir.					TOPLAM
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Selçuk Üniversitesi	8	30	15	39	13	105
	7,6%	28,6%	14,3%	37,1%	12,4%	100,0%
	21,1%	41,7%	37,5%	48,1%	56,5%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	3,1%	11,8%	5,9%	15,4%	5,1%	41,3%
	10	22	13	19	3	67
	14,9%	32,8%	19,4%	28,4%	4,5%	100,0%
Istanbul Üniversitesi	26,3%	30,6%	32,5%	23,5%	13,0%	26,4%
	3,9%	8,7%	5,1%	7,5%	1,2%	26,4%
		3	6	16	6	31
Universitaet Leipzig		9,7%	19,4%	51,6%	19,4%	100,0%
		4,2%	15,0%	19,8%	26,1%	12,2%
		1,2%	2,4%	6,3%	2,4%	12,2%
Westfaelische Wilhems Universitet Münster	8	5				13
	61,5%	38,5%				100,0%
	21,1%	6,9%				5,1%
Fachhochschule Hannover	3,1%	2,0%				5,1%
	7	3	2			12
	58,3%	25,0%	16,7%			100,0%
Westfaelische Wilhems Universitet Münster	18,4%	4,2%	5,0%			4,7%
	2,8%	1,2%	,8%			4,7%
	5	9	4	7	1	26
Fachhochschule Hannover	19,2%	34,6%	15,4%	26,9%	3,8%	100,0%
	13,2%	12,5%	10,0%	8,6%	4,3%	10,2%
	2,0%	3,5%	1,6%	2,8%	,4%	10,2%
TOPLAM	38	72	40	81	23	254
	15,0%	28,3%	15,7%	31,9%	9,1%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	15,0%	28,3%	15,7%	31,9%	9,1%	100,0%

Selçuk Üniversitesi'ndeki öğrencilerin %37.1'i bölümlerinde yeterli oranda bilimsel toplantı, seminer ve konferansların düzenlenmediğini savunurken, düzenlendiğini söyleyenlerin oranı %28.6'dır. İstanbul Üniversitesi'nde de düzenlenmediği görüşünü savunanların oranı %51.6'dır. Aksini düşünenlerin oranı ise sadece %9.7'dir. Leipzig ve Münster üniversitelerine baktığımızda iki fakülte'deki öğrencilerin hepsi bu görüşe katıldıklarını veya kesin katıldıklarını ifade etmişlerdir. Sadece %16.7'lik bir oran Münster Üniversitesi'nde fikrim yok demıştır. Hannover'de %34.6'lık bir oran bilimsel toplantıların düzenlendiğini söylerken %26.9 düzenlenmediğini söylemektedir.

Tablo 28: Fakültenizde verilen Halkla İlişkiler eğitiminden memnun musunuz?

Üniversite	Fakültenizde verilen Halkla İlişkiler eğitiminden memnun musunuz?					TOPLAM
	Kesinlikle Evet	Evet	Kararsızım	Hayır	Kesinlikle Hayır	
Selçuk Üniversitesi	1	42	32	29	2	106
	,9%	39,6%	30,2%	27,4%	1,9%	100,0%
	7,1%	36,2%	44,4%	58,0%	66,7%	41,6%
	,4%	16,5%	12,5%	11,4%	,8%	41,6%
Anadolu Üniversitesi	7	25	22	12	1	67
	10,4%	37,3%	32,8%	17,9%	1,5%	100,0%
	50,0%	21,6%	30,6%	24,0%	33,3%	26,3%
	2,7%	9,8%	8,6%	4,7%	,4%	26,3%
İstanbul Üniversitesi		13	11	7		31
		41,9%	35,5%	22,6%		100,0%
		11,2%	15,3%	14,0%		12,2%
		5,1%	4,3%	2,7%		12,2%
Universitaet Leipzig	3	8	2			13
	23,1%	61,5%	15,4%			100,0%
	21,4%	6,9%	2,8%			5,1%
	1,2%	3,1%	,8%			5,1%
Westfaellische Wilhem Universitet Münster	1	11				12
	8,3%	91,7%				100,0%
	7,1%	9,5%				4,7%
	,4%	4,3%				4,7%
Fachhochschule Hannover	2	17	5	2		26
	7,7%	65,4%	19,2%	7,7%		100,0%
	14,3%	14,7%	6,9%	4,0%		10,2%
	,8%	6,7%	2,0%	,8%		10,2%
TOPLAM	14	116	72	50	3	255
	5,5%	45,5%	28,2%	19,6%	1,2%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	5,5%	45,5%	28,2%	19,6%	1,2%	100,0%

“Fakültenizde verilen Halkla ilişkiler eğitiminden memnun musunuz?” ifadesine Selçuk Üniversitesi’nden %39.6’lık bir oran evet derken, %30.2’lik bir oran kararsız kalmış, %27.4 ise hayır demiştir. Anadolu Üniversitesi’nden ankete katılanların %37.3’ü memnun olduklarını belirtirken, %32.8 kararsız kalmış, %17.9’da memnun olmadıklarını belirtmişlerdir. İstanbul Üniversitesi’ne baktığımızda da bu soruya evet diyenlerin oranı %41.9, kararsız kalanlar %35.5, hayır diyenlerin oranı da %22.6’dır. Türkiye’de ki üniversitelere baktığımızda kararsızların çokluğu dikkat çekmektedir. Almanya’daki üniversitelere baktığımızda, Leipzig Üniversitesi’nde halkla ilişkiler eğitiminden memnun olanların oranı %61.5, kesinlikle memnun olanların oranı %23.1’dir. Münster Üniversitesi’nden bu soruya hayır diyenler çıkmamıştır. Evet diyenlerin oranı %91.7, kesinlikle evet diyenlerin

oranı %8.3'dür. Hannover'deki öğrencilere baktığımızda aldıkları eğitimden memnun olanların %65.4 olmayanların oranı ise sadece %7.7'dir.

Genel olarak baktığımızda hem Türkiye, hem de Almanya'dan ankete katılan toplam 255 öğrencinin %45.5 aldıkları eğitimden memnun olduklarını belirtmiş, %28.2'i kararsız olduklarını, %19.6'sı da memnun olmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 29: Fakültenizin akademik kadrosunu yeterli buluyor musunuz?

Üniversite	Fakültenizin akademik kadrosunu yeterli buluyor musunuz?					TOPLAM	
	Kesinlikle Evet	Evet	Kararsızım	Hayır	Kesinlikle Hayır		
Selçuk Üniversitesi		26	23	45	12	106	
		24,5%	21,7%	42,5%	11,3%	100,0%	
		25,7%	45,1%	56,3%	66,7%	41,6%	
Anadolu Üniversitesi		10,2%	9,0%	17,6%	4,7%	41,6%	
	2	32	16	17		67	
	3,0%	47,8%	23,9%	25,4%		100,0%	
İstanbul Üniversitesi		40,0%	31,7%	31,4%	21,3%	26,3%	
		,8%	12,5%	6,3%	6,7%	26,3%	
	1	12	9	8	1	31	
Universitaet Leipzig		3,2%	38,7%	29,0%	25,8%	3,2%	100,0%
		20,0%	11,9%	17,6%	10,0%	5,6%	12,2%
		,4%	4,7%	3,5%	3,1%	,4%	12,2%
Westfaellische Wilhem Universitet Münster		5	1	5	2	13	
		38,5%	7,7%	38,5%	15,4%	100,0%	
		5,0%	2,0%	6,3%	11,1%	5,1%	
Fachhochschule Hannover		2,0%	,4%	2,0%	,8%	5,1%	
	1	7	2	2		12	
	8,3%	58,3%	16,7%	16,7%		100,0%	
TOPLAM		20,0%	6,9%	3,9%	2,5%	4,7%	
		,4%	2,7%	,8%	,8%	4,7%	
	1	19		3	3	26	
TOPLAM		3,8%	73,1%		11,5%	11,5%	100,0%
		20,0%	18,8%		3,8%	16,7%	10,2%
		,4%	7,5%		1,2%	1,2%	10,2%
TOPLAM	5	101	51	80	18	255	
	2,0%	39,6%	20,0%	31,4%	7,1%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	2,0%	39,6%	20,0%	31,4%	7,1%	100,0%	

Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilerin %42.5 akademik kadroyu yeterli bulmadıklarını söylerken, yeterli olduğunu söyleyenlerin oranı ise %24.5'dir. Anadolu Üniversitesi'ndeki öğrencilerin ise %47.8'i yeterli bulduklarını, %25.4'de yeterli bulmadığını belirtmişlerdir. İstanbul Üniversitesi'ndeki öğrencilerin %38.7'si akademik kadroyu yeterli bulurken, %25.8 yetersiz bulmuş, %29 ise kararsız

kalmıştır. Burada dikkat çeken bir nokta ise Selçuk Üniversitesi’ndeki öğrencilerin akademik kadroyu yetersiz bulmalarıdır.

Almanya’dan ankete katılan öğrencilere baktığımızda Leipzig Üniversitesi’nden %38.5 akademik kadroyu yeterli bulurken %38.5’de yeterli bulmamaktadır. Münster Üniversitesi’ne baktığımızda ise %58.3 akademik kadroya yeterli derken, %16.7 yeterli değil demiştir. Hannover Üniversitesi’nden ise bu soruya evet diyenlerin oranı %73.1’dir, hayır diyenler ise %11.5’dir. Araştırmaya katılanların %39.6’sı yeterli derken, %31.4 yetersiz demiştir.

Tablo 30: Aldığınız eğitimin size mesleki hayatınızda yardımcı olacağına inanıyor musunuz?

Üniversite	Aldığınız eğitimin size mesleki hayatınızda yardımcı olacağına inanıyor musunuz?					TOPLAM
	Kesinlikle Evet	Evet	Kararsızım	Hayır	Kesinlikle Hayır	
Selçuk Üniversitesi	5	47	32	18	4	106
	4,7%	44,3%	30,2%	17,0%	3,8%	100,0%
	22,7%	33,8%	55,2%	62,1%	66,7%	41,7%
	2,0%	18,5%	12,6%	7,1%	1,6%	41,7%
Anadolu Üniversitesi	10	39	9	7	1	66
	15,2%	59,1%	13,6%	10,6%	1,5%	100,0%
	45,5%	28,1%	15,5%	24,1%	16,7%	26,0%
	3,9%	15,4%	3,5%	2,8%	,4%	26,0%
İstanbul Üniversitesi	2	20	5	3	1	31
	6,5%	64,5%	16,1%	9,7%	3,2%	100,0%
	9,1%	14,4%	8,6%	10,3%	16,7%	12,2%
	,8%	7,9%	2,0%	1,2%	,4%	12,2%
Universitaet Leipzig		8	5			13
		61,5%	38,5%			100,0%
		5,8%	8,6%			5,1%
		3,1%	2,0%			5,1%
Westfaellische Wilhems Universität Münster	2	8	1	1		12
	16,7%	66,7%	8,3%	8,3%		100,0%
	9,1%	5,8%	1,7%	3,4%		4,7%
	,8%	3,1%	,4%	,4%		4,7%
Fachhochschule Hannover	3	17	6			26
	11,5%	65,4%	23,1%			100,0%
	13,6%	12,2%	10,3%			10,2%
	1,2%	6,7%	2,4%			10,2%
TOPLAM	22	139	58	29	6	254
	8,7%	54,7%	22,8%	11,4%	2,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	8,7%	54,7%	22,8%	11,4%	2,4%	100,0%

“Aldığınızın eğitimin size mesleki hayatınızda yardımcı olacağına inanıyor musunuz” sorusuna Selçuk Üniversitesi’nden %44.3 evet derken, %17 hayır, %30.2

kararsızım demiştir. Anadolu Üniversitesi'nden %59.1 evet, %10.6 hayır, İstanbul Üniversitesi'nden ise %64.5 evet, %9.7 hayır demiştir. Leipzig Üniversitesi'nden %61.5 aldıkları eğitimin mesleki hayatlarında yardımcı olduğuna inanırken, %38.5 kararsız kalmıştır. Münster Üniversitesi'nden %66.7 evet derken, %8.3 hayır demiştir. Hannover Üniversitesi'nden %65.4 evet derken, %23.1 kararsız kalmıştır.

Tablo 31: Sınav sisteminizden memnun musunuz?

Üniversite	Sınav sisteminizden memnun musunuz?					TOPLAM
	Kesinlikle Evet	Evet	Kararsızım	Hayır	Kesinlikle Hayır	
Selçuk Üniversitesi	2	52	14	32	6	106
	1,9%	49,1%	13,2%	30,2%	5,7%	100,0%
	40,0%	43,3%	28,6%	47,8%	42,9%	41,6%
	,8%	20,4%	5,5%	12,5%	2,4%	41,6%
Anadolu Üniversitesi	1	25	18	20	3	67
	1,5%	37,3%	26,9%	29,9%	4,5%	100,0%
	20,0%	20,8%	36,7%	29,9%	21,4%	26,3%
	,4%	9,8%	7,1%	7,8%	1,2%	26,3%
İstanbul Üniversitesi	1	17	7	6		31
	3,2%	54,8%	22,6%	19,4%		100,0%
	20,0%	14,2%	14,3%	9,0%		12,2%
	,4%	6,7%	2,7%	2,4%		12,2%
Universitaet Leipzig		8	3		2	13
		61,5%	23,1%		15,4%	100,0%
		6,7%	6,1%		14,3%	5,1%
		3,1%	1,2%		,8%	5,1%
Westfaellische Wilher Universitet Münster		7	5			12
		58,3%	41,7%			100,0%
		5,8%	10,2%			4,7%
		2,7%	2,0%			4,7%
Fachhochschule Hannover	1	11	2	9	3	26
	3,8%	42,3%	7,7%	34,6%	11,5%	100,0%
	20,0%	9,2%	4,1%	13,4%	21,4%	10,2%
	,4%	4,3%	,8%	3,5%	1,2%	10,2%
TOPLAM	5	120	49	67	14	255
	2,0%	47,1%	19,2%	26,3%	5,5%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	2,0%	47,1%	19,2%	26,3%	5,5%	100,0%

Öğrencilere mevcut sınav sistemlerinden memnun olup olmadıkları sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden %49.1 memnun olduklarını, %30.2'de olmadıklarını belirtmişlerdir. Anadolu Üniversitesi'nden %37.3 bu soruya evet derken, %26.9 hayır demiştir. İstanbul Üniversitesi'ne baktığımızda ise ankete katılanların %54.8 evet derken, %19.4 'de hayır demiştir. Leipzig Üniversitesi'ne

baktığımızda %61.5 bu soruya evet demiş, %15.4 ise kesinlikle hayır demiştir. Münster Üniversitesi'nin %58.3'ü memnun olurken %41.7 kararsız kalmıştır. Almanya'dan ankete katılan diğer bir üniversite olan Hannover'de memnun olanların oranı %42.3 olmayanların oranı ise %34.6'dır.

Tablo 32: Fakültenizde yapılan bilimsel çalışmalardan haberiniz var mı?

Üniversite	Fakültenizde yapılan bilimsel çalışmalardan haberiniz varmı?					TOPLAM
	Kesinlikle Evet	Evet	Kararsızım	Hayır	Kesinlikle Hayır	
Selçuk Üniversitesi	3	27	12	57	7	106
	2,8%	25,5%	11,3%	53,8%	6,6%	100,0%
	100,0%	39,7%	37,5%	41,9%	43,8%	41,6%
	1,2%	10,6%	4,7%	22,4%	2,7%	41,6%
Anadolu Üniversitesi		16	7	43	1	67
		23,9%	10,4%	64,2%	1,5%	100,0%
		23,5%	21,9%	31,6%	6,3%	26,3%
		6,3%	2,7%	16,9%	,4%	26,3%
İstanbul Üniversitesi		6	3	20	2	31
		19,4%	9,7%	64,5%	6,5%	100,0%
		8,8%	9,4%	14,7%	12,5%	12,2%
		2,4%	1,2%	7,8%	,8%	12,2%
Universitaet Leipzig		10	1	2		13
		76,9%	7,7%	15,4%		100,0%
		14,7%	3,1%	1,5%		5,1%
		3,9%	,4%	,8%		5,1%
Westfaellische Wilhem: Universitet Münster		4	3	5		12
		33,3%	25,0%	41,7%		100,0%
		5,9%	9,4%	3,7%		4,7%
		1,6%	1,2%	2,0%		4,7%
Fachhochschule Hannover		5	6	9	6	26
		19,2%	23,1%	34,6%	23,1%	100,0%
		7,4%	18,8%	6,6%	37,5%	10,2%
		2,0%	2,4%	3,5%	2,4%	10,2%
TOPLAM	3	68	32	136	16	255
	1,2%	26,7%	12,5%	53,3%	6,3%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	1,2%	26,7%	12,5%	53,3%	6,3%	100,0%

Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilerin %53.8'i fakültelerinde yapılan bilimsel çalışmalardan haberdar olmadıklarını söylerken, %25.5'i de haberdar olduklarını belirtmişlerdir. Anadolu Üniversitesi'nden %64.2 bu soruya hayır derken, evet diyenlerin oranı %23.9'dur, İstanbul Üniversitesi'nden de haberdar olmayanların oranı %64.5 haberdar olanların oranı ise %19.4. Leipzig Üniversitesi'nden bu soruya evet diyenler %76.9 iken hayır diyenlerin oranı %15.4'dür. Münster Üniversitesi'ne baktığımızda fakültelerinde yapılan bilimsel

çalışmalardan haberdar olmayanların oranı %41.7, olanların oranı ise %33.3'dür. Hannover'deki öğrencilerin de %34.6'sı haberdar olmadıklarını %19.2'de haberdar olduğunu ifade etmişlerdir. %53.3'lük bir oran bilimsel çalışmalardan haberdar olmadığını belirtmiştir. Sadece Leipzig Üniversitesi'ndeki öğrenciler yapılan bilimsel çalışmalardan haberdar olduklarını dile getirmişlerdir .

Tablo 33: Okul dışında yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerini takip ediyor musunuz?

Üniversite	Okul dışında yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerini takip ediyor musunuz?					TOPLAM
	Kesinlikle Evet	Evet	Kararsızım	Hayır	Kesinlikle Hayır	
Selçuk Üniversitesi	5	68	4	27	2	106
	4,7%	64,2%	3,8%	25,5%	1,9%	100,0%
	50,0%	47,2%	28,6%	32,5%	50,0%	41,6%
	2,0%	26,7%	1,6%	10,6%	,8%	41,6%
Anadolu Üniversitesi	1	30	5	31		67
	1,5%	44,8%	7,5%	46,3%		100,0%
	10,0%	20,8%	35,7%	37,3%		26,3%
	,4%	11,8%	2,0%	12,2%		26,3%
İstanbul Üniversitesi		14	3	14		31
		45,2%	9,7%	45,2%		100,0%
		9,7%	21,4%	16,9%		12,2%
		5,5%	1,2%	5,5%		12,2%
Universitaet Leipzig	3	10				13
	23,1%	76,9%				100,0%
	30,0%	6,9%				5,1%
	1,2%	3,9%				5,1%
Westfaellische Wilherr Universitest Münster		3	1	7	1	12
		25,0%	8,3%	58,3%	8,3%	100,0%
		2,1%	7,1%	8,4%	25,0%	4,7%
		1,2%	,4%	2,7%	,4%	4,7%
Fachhochschule Hannover	1	19	1	4	1	26
	3,8%	73,1%	3,8%	15,4%	3,8%	100,0%
	10,0%	13,2%	7,1%	4,8%	25,0%	10,2%
	,4%	7,5%	,4%	1,6%	,4%	10,2%
TOPLAM	10	144	14	83	4	255
	3,9%	56,5%	5,5%	32,5%	1,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	3,9%	56,5%	5,5%	32,5%	1,6%	100,0%

Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan 106 öğrenciden 68'i okul dışında yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerini takip ettiklerini söylerken, 27 kişi ise takip etmediğini belirtmişlerdir. Anadolu Üniversitesi'nden 67 kişiden 31'i takip etmediklerini, 30 kişi takip ettiklerini İstanbul Üniversitesi'nden 31 kişiden 14 kişi bu soruya evet 14 kişi de hayır olarak cevap vermiştir. Almanya'dan ankete katılan öğrencilerden Leipzig Üniversitesi'nden 13 kişiden 10'u bu soruya evet derken 3 kişi de kesinlikle evet demiştir. Münster Üniversitesi'ndeki 12 öğrenciden 7'si bu soruya hayır derken evet diyenler ise 3 kişidir. Hannover'den ankete katılan 26 kişiden ise 19'u evet şıkkını tercih etmiş, 4 kişi ise hayır tercih etmiştir.

Tablo 34: Halkla ilişkiler bölümünü bilinçli ve isteyerek mi tercih ettiniz?

Üniversite	Halkla ilişkiler bölümünü bilinçli ve isteyerek mi tercih ettiniz?					TOPLAM
	Kesinlikle Evet	Evet	Kararsızım	Hayır	Kesinlikle Hayır	
Selçuk Üniversitesi	31	58	1	14	2	106
	29,2%	54,7%	,9%	13,2%	1,9%	100,0%
	38,8%	43,9%	6,7%	58,3%	50,0%	41,6%
	12,2%	22,7%	,4%	5,5%	,8%	41,6%
Anadolu Üniversitesi	29	30	2	4	2	67
	43,3%	44,8%	3,0%	6,0%	3,0%	100,0%
	36,3%	22,7%	13,3%	16,7%	50,0%	26,3%
	11,4%	11,8%	,8%	1,6%	,8%	26,3%
İstanbul Üniversitesi	8	16	3	4		31
	25,8%	51,6%	9,7%	12,9%		100,0%
	10,0%	12,1%	20,0%	16,7%		12,2%
	3,1%	6,3%	1,2%	1,6%		12,2%
Universitaet Leipzig	5	8				13
	38,5%	61,5%				100,0%
	6,3%	6,1%				5,1%
	2,0%	3,1%				5,1%
Westfaellische Wilhelms Universität Münster	3	5	4			12
	25,0%	41,7%	33,3%			100,0%
	3,8%	3,8%	26,7%			4,7%
	1,2%	2,0%	1,6%			4,7%
Fachhochschule Hannover	4	15	5	2		26
	15,4%	57,7%	19,2%	7,7%		100,0%
	5,0%	11,4%	33,3%	8,3%		10,2%
	1,6%	5,9%	2,0%	,8%		10,2%
TOPLAM	80	132	15	24	4	255
	31,4%	51,8%	5,9%	9,4%	1,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	31,4%	51,8%	5,9%	9,4%	1,6%	100,0%

Ankete katılan öğrencilerden halkla ilişkiler bölümünü bilinçli ve isteyerek mi tercih ettikleri sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden %54.7 isteyerek tercih

ettiklerini, %13.2 ise isteyerek tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Anadolu Üniversitesi'ne baktığımızda buradaki öğrencilerin %44.8'i bu soruya evet, %43.3'ü ise kesinlikle evet demişlerdir. Tercih etmeyenlerin oranı ise %6'dır. İstanbul Üniversitesi'ne baktığımızda %51.6 evet derken, %25.8 kesinlikle evet demiştir. Leipzig ve Münster Üniversitesi'nden bu soruya hayır diyen çıkmamıştır. Oranlara baktığımızda Leipzig'den %61.5 evet, %38.5 kesinlikle evet demiş, Münster'den de %41.7 evet, %25 kesinlikle evet demiştir. Münster'den kararsız kalanların oranı %33.3'dür. Hannover'e baktığımızda ise %57.7 bilinçli bir tercih yaptıklarını belirtmiş, %7.7 ise bu soruya hayır cevabını vermiştir.

Genelde öğrencilerin dağılımına baktığımızda %51.8 bu soruya evet cevabını vermiş, %31.4 kesinlikle evet demiştir, hayır diyenlerin oranı ise %9.4'dür.

Tablo 35: Halkla İlişkiler programında sizce hangi derslere ağırlık verilmelidir?

Üniversite	Halkla İlişkiler programında sizce hangi derslere ağırlık verilmelidir?					TOPLAM
	Mesleki uygulama dersleri	Teorik dersler	Hiçbiri	Hepsi	Diğer	
Selçuk Üniversitesi	70	5	3	26	1	105
	66,7%	4,8%	2,9%	24,8%	1,0%	100,0%
	51,1%	14,3%	50,0%	35,6%	33,3%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	27,6%	2,0%	1,2%	10,2%	,4%	41,3%
	38	6		21	2	67
	56,7%	9,0%		31,3%	3,0%	100,0%
İstanbul Üniversitesi	27,7%	17,1%		28,8%	66,7%	26,4%
	15,0%	2,4%		8,3%	,8%	26,4%
	13	5		13		31
Universitaet Leipzig	41,9%	16,1%		41,9%		100,0%
	9,5%	14,3%		17,8%		12,2%
	5,1%	2,0%		5,1%		12,2%
Westfaellische Wilhems Universität Münster		10		3		13
		76,9%		23,1%		100,0%
		28,6%		4,1%		5,1%
Fachhochschule Hannover		3,9%		1,2%		5,1%
	4	5		3		12
	33,3%	41,7%		25,0%		100,0%
TOPLAM	2,9%	14,3%		4,1%		4,7%
	1,6%	2,0%		1,2%		4,7%
	12	4	3	7		26
TOPLAM	46,2%	15,4%	11,5%	26,9%		100,0%
	8,8%	11,4%	50,0%	9,6%		10,2%
	4,7%	1,6%	1,2%	2,8%		10,2%
TOPLAM	137	35	6	73	3	254
	53,9%	13,8%	2,4%	28,7%	1,2%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	53,9%	13,8%	2,4%	28,7%	1,2%	100,0%

Öğrencilere bir halkla ilişkiler programında hangi derslere ağırlık verilmesi gerektiği sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılanların %66.7'sinin mesleki uygulama dersi, %24.8'de hem mesleki hem de teorik dersleri seçtiğini görmekteyiz. Anadolu Üniversitesi'ne baktığımızda burada ki öğrencilerin de %56.7'si mesleki uygulama dersleri tercih etmiş, %31.3'de hepsi diyerek hem mesleki hem de teorik dersleri kast etmiştir. İstanbul Üniversitesi'ndeki öğrencilerin %41.9'u mesleki uygulama derslerini, %41.9'da hepsini tercih etmiştir.

Almanya'daki üniversitelere baktığımızda Leipzig Üniversitesi'ndeki öğrencilerin %76.9'u teorik dersleri tercih ederken, %23.1'de hem teorik hem de uygulama derslerine eşit ağırlık verilmesi gerektiğini söylemişlerdir. Münster Üniversitesi'ne baktığımızda %41.7 teorik derslere ağırlık verilmeli derken, %33.3 mesleki uygulama derslerini tercih etmiştir. Hannover'de ise %46.2'lik bir oran mesleki uygulama derslerini, %26.9'da hepsini tercih etmiştir.

Tablo 36: Sizce fakültenizin en büyük eksiği nedir?

Üniversite	Sizce fakültenizin en büyük eksiği nedir?					TOPLAM
	Eğitim	Akademik Kadro	Sosyal Faaliyetler	Uygulama Birimleri	Diğer	
Selçuk Üniversitesi	8	30	13	50	2	103
	7,8%	29,1%	12,6%	48,5%	1,9%	100,0%
	42,1%	54,5%	27,1%	46,3%	18,2%	42,7%
	3,3%	12,4%	5,4%	20,7%	,8%	42,7%
Anadolu Üniversitesi	5	11	10	29	8	63
	7,9%	17,5%	15,9%	46,0%	12,7%	100,0%
	26,3%	20,0%	20,8%	26,9%	72,7%	26,1%
	2,1%	4,6%	4,1%	12,0%	3,3%	26,1%
İstanbul Üniversitesi	2	3	7	17	1	30
	6,7%	10,0%	23,3%	56,7%	3,3%	100,0%
	10,5%	5,5%	14,6%	15,7%	9,1%	12,4%
	,8%	1,2%	2,9%	7,1%	,4%	12,4%
Universitaet Leipzig		5	5	3		13
		38,5%	38,5%	23,1%		100,0%
		9,1%	10,4%	2,8%		5,4%
		2,1%	2,1%	1,2%		5,4%
Westfaellische Wilhems Universität Münster		1	1	7		9
		11,1%	11,1%	77,8%		100,0%
		1,8%	2,1%	6,5%		3,7%
		,4%	,4%	2,9%		3,7%
Fachhochschule Hannover	4	5	12	2		23
	17,4%	21,7%	52,2%	8,7%		100,0%
	21,1%	9,1%	25,0%	1,9%		9,5%
	1,7%	2,1%	5,0%	,8%		9,5%
TOPLAM	19	55	48	108	11	241
	7,9%	22,8%	19,9%	44,8%	4,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	7,9%	22,8%	19,9%	44,8%	4,6%	100,0%

Ankete katılan öğrencilere fakültelerindeki en büyük eksiğin ne olduğu sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden %48.5 uygulama birimleri, %29.1 akademik kadroyu eksik bulmuşlardır. Anadolu Üniversitesi'ne baktığımızda %46'lık bir oranın burada da uygulama birimlerini eksik buldukları %17.5'da akademik kadroyu eksik bulduklarını belirtmişlerdir. İstanbul Üniversitesi'ne baktığımızda %56.7 uygulama birimlerini eksik bulmuş, %23.3 'de sosyal faaliyetlerin eksik olduğunu ifade etmişlerdir.

Almanya'daki öğrencilere baktığımızda Leipzig Üniversitesi'ndeki öğrencilerin %38.5 akademik kadroyu eksik bulurken, %38.5 da sosyal faaliyetlerin eksik olduğunu söylemişlerdir. Münster Üniversitesi'nden ankete katılanların %77.8 uygulama birimlerini eksik bulmuşlardır. Hannover'de ise %52.2'lik oranla sosyal faaliyetlerin eksiği dikkat çekmektedir. Bunu %21.7 ile akademik kadro izlemektedir.

%44.8'le uygulama birimlerini eksik bulanların oranı fazladır. Bunu %22.8 ile akademik kadro izlemektedir. %19.9 'la sosyal faaliyetler eksik bulunmuştur.

Tablo 37: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Reklamcılık teori dersleri

Üniversite	Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Reklamcılık teorik dersler					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	5	71	9	18	2	105
	4,8%	67,6%	8,6%	17,1%	1,9%	100,0%
	31,3%	54,2%	20,9%	51,4%	25,0%	45,1%
Anadolu Üniversitesi	2,1%	30,5%	3,9%	7,7%	,9%	45,1%
	10	35	21	1		67
	14,9%	52,2%	31,3%	1,5%		100,0%
İstanbul Üniversitesi	62,5%	26,7%	48,8%	2,9%		28,8%
	4,3%	15,0%	9,0%	,4%		28,8%
	1	9	4	12	5	31
Universitaet Leipzig	3,2%	29,0%	12,9%	38,7%	16,1%	100,0%
	6,3%	6,9%	9,3%	34,3%	62,5%	13,3%
	,4%	3,9%	1,7%	5,2%	2,1%	13,3%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster		5	6	2		13
		38,5%	46,2%	15,4%		100,0%
		3,8%	14,0%	5,7%		5,6%
Fachhochschule Hannover		2,1%	2,6%	,9%		5,6%
		9	2	1		12
		75,0%	16,7%	8,3%		100,0%
TOPLAM		6,9%	4,7%	2,9%		5,2%
		3,9%	,9%	,4%		5,2%
		2	1	1	1	5
TOPLAM		40,0%	20,0%	20,0%	20,0%	100,0%
		1,5%	2,3%	2,9%	12,5%	2,1%
		,9%	,4%	,4%	,4%	2,1%
TOPLAM	16	131	43	35	8	233
	6,9%	56,2%	18,5%	15,0%	3,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	6,9%	56,2%	18,5%	15,0%	3,4%	100,0%

Fakültelerinde öğrencilerin hangi dersleri yetersiz bulduklarını ölçmek amacıyla sorulan soruda reklamcılık teori dersleri Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan 105 kişiden 71'i tarafından yeterli bulunmuş, 18 kişi ise bu dersleri yetersiz görmüşlerdir. Anadolu Üniversitesi'nden ankete katılan 67 kişinin 35'i reklamcılık teori derslerinin yeterli olduğunu belirtirken, 21 kişi bu konuda kararsız olduklarını ifade etmişlerdir. İstanbul Üniversitesi'ne baktığımızda 31 kişiden 12'si bu derslerin yetersiz olduğunu söylemiş, 9 kişide yeterli olduğunu söylemiştir.

Türkiye'deki fakültelelere baktığımızda İstanbul Üniversitesi hariç diğer üniversiteler büyük bir çoğunlukla reklamcılık teori derslerinin yeterli olduğunu belirtmiştir.

Almanya'daki üniversitelerin sonuçları ise şöyledir. Leipzig Üniversitesi'nde 13 kişiden 6'sı fikrim yok derken, 5 kişi yeterli bulmuştur. Münster'de 12 kişiden 9'u reklamcılık teori dersleri yeterli görürken, 2 kişi fikrim yok demiş 1 kişi de yetersiz olduğunu söylemiştir. Hannover'de ise bu soruyu sadece 5 kişi cevaplandırmıştır. Cevaplandırmayanlar bu fakültede fazladır. Cevaplayanların arasında 2 kişi yeterli görmüş 1 kişi fikrim yok, 1 kişi yetersiz, 1 kişide çok yetersiz demiştir.

233 kişiden 131'i bu reklamcılık teori derslerini yeterli, 16'sı kesinlikle yeterli bulmuş, 43 kişi fikrim yok demiş, 35 kişi yetersiz, 8 kişi de çok yetersiz bulmuştur.

Tablo 38: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Reklamcılık uygulama dersleri

Üniversite	Reklamcılık uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	2	39	17	40	7	105
	1,9%	37,1%	16,2%	38,1%	6,7%	100,0%
	20,0%	55,7%	28,3%	55,6%	33,3%	45,1%
Anadolu Üniversitesi	,9%	16,7%	7,3%	17,2%	3,0%	45,1%
	4	18	29	13	3	67
	6,0%	26,9%	43,3%	19,4%	4,5%	100,0%
İstanbul Üniversitesi	40,0%	25,7%	48,3%	18,1%	14,3%	28,8%
	1,7%	7,7%	12,4%	5,6%	1,3%	28,8%
		5	3	15	8	31
Universitaet Leipzig		16,1%	9,7%	48,4%	25,8%	100,0%
		7,1%	5,0%	20,8%	38,1%	13,3%
		2,1%	1,3%	6,4%	3,4%	13,3%
Westfaellische Wilhem: Universität Münster		5	6		2	13
		38,5%	46,2%		15,4%	100,0%
		7,1%	10,0%		9,5%	5,6%
Fachhochschule Hannover		2,1%	2,6%		,9%	5,6%
	3	1	4	4		12
	25,0%	8,3%	33,3%	33,3%		100,0%
TOPLAM	30,0%	1,4%	6,7%	5,6%		5,2%
	1,3%	,4%	1,7%	1,7%		5,2%
	1	2	1		1	5
TOPLAM	20,0%	40,0%	20,0%		20,0%	100,0%
	10,0%	2,9%	1,7%		4,8%	2,1%
	,4%	,9%	,4%		,4%	2,1%
TOPLAM	10	70	60	72	21	233
	4,3%	30,0%	25,8%	30,9%	9,0%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	4,3%	30,0%	25,8%	30,9%	9,0%	100,0%

Reklamcılık uygulama derslerine baktığımızda Selçuk Üniversitesi'nden 40 kişi bu derslerin yetersiz olduğunu söylerken, 39 kişi bu dersleri yeterli bulmuştur. Anadolu Üniversitesi'nden 29 kişi fikrim yok derken, 18 kişi bu dersleri yeterli bulmuş ve 13 kişi ise yetersiz bulduklarını dile getirmişlerdir. İstanbul Üniversitesi'nden ankete katılan 31 kişiden 15'i reklamcılık uygulama derslerini yetersiz, 8 kişi ise çok yetersiz bulmuşlardır, yeterli bulanların sayısı sadece 5'tir.

Almanya'dan Leipzig Üniversitesi'nden 6 kişi fikrim yok derken, 5 kişi dersleri yeterli bulmuştur, Münster'deki 12 öğrenciden 4'ü fikrim yok, 4'ü yeterli, 3'ü de çok yeterli şıkkını işaretlemiştir. Hannover'deki öğrencilerin ise çoğu bu soruyu cevaplamamış cevaplayan 5 kişiden 2'si de yeterli, 1'i çok yeterli, 1'i çok yetersiz demiştir.

Genele baktığımızda ankete katılan 233 kişiden 72'si reklamcılık uygulama derslerini yetersiz bulurken 70'i yeterli bulmuş, 60 kişi de fikrim yok demiştir. Türkiye de Selçuk ve İstanbul Üniversitesi'nde reklamcılık ve uygulama dersleri yetersiz bulunmuş Anadolu Üniversitesi ise bu konuda kararsız kalmıştır. Almanya'da genelde kararsızlık hakim olmuştur.

Tablo 39: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Halkla İlişkiler teori dersleri

Üniversite	Halkla İlişkiler teorik dersler					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	11	62	8	22	2	105
	10,5%	59,0%	7,6%	21,0%	1,9%	100,0%
	26,2%	45,3%	19,5%	78,6%	33,3%	41,3%
	4,3%	24,4%	3,1%	8,7%	,8%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	5	30	28	2	2	67
	7,5%	44,8%	41,8%	3,0%	3,0%	100,0%
	11,9%	21,9%	68,3%	7,1%	33,3%	26,4%
	2,0%	11,8%	11,0%	,8%	,8%	26,4%
İstanbul Üniversitesi	3	24	2	1	1	31
	9,7%	77,4%	6,5%	3,2%	3,2%	100,0%
	7,1%	17,5%	4,9%	3,6%	16,7%	12,2%
	1,2%	9,4%	,8%	,4%	,4%	12,2%
Universitaet Leipzig	8	2	3			13
	61,5%	15,4%	23,1%			100,0%
	19,0%	1,5%	7,3%			5,1%
	3,1%	,8%	1,2%			5,1%
Westfaellische Wilhems Universitet Münster	6	6				12
	50,0%	50,0%				100,0%
	14,3%	4,4%				4,7%
	2,4%	2,4%				4,7%
Fachhochschule Hannover	9	13		3	1	26
	34,6%	50,0%		11,5%	3,8%	100,0%
	21,4%	9,5%		10,7%	16,7%	10,2%
	3,5%	5,1%		1,2%	,4%	10,2%
TOPLAM	42	137	41	28	6	254
	16,5%	53,9%	16,1%	11,0%	2,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	16,5%	53,9%	16,1%	11,0%	2,4%	100,0%

Halkla ilişkiler teori derslerinin yeteri olup olmadığını ölçmek için sorulan bu soruya Selçuk Üniversitesi'nden %59 yeterli diye cevap verirken, %21 bu derslerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'ndeki öğrencilerin ise %44.8'i yeterli derken, %41.8'i fikrim yok demiştir, sadece %3 bu derslerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. İstanbul Üniversitesi'nden büyük bir çoğunluk %77.4 bu dersleri yeterli görürken sadece %3.2'lik bir oran bu derslerin yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Leipzig Üniversitesi'nden %61.5 bu dersleri çok yeterli görmüş, yetersiz gören ise çıkmamıştır. Münster Üniversitesi'nden de yetersiz olarak gören

yoktur %50 çok yeterli, %50 yeterli diye cevap vermiştir. Hannover Üniversitesi'ne baktığımızda %50 yeterli, %16.5 çok yeterli demiş sadece %11.5 bu derslerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. Genelde hem Almanya hem de Türkiye'de halkla ilişkiler dersleri %53.9 oranı ile yeterli görülmüştür.

Tablo 40: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Halkla ilişkiler uygulama dersleri

Üniversite	Halkla ilişkiler uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	4	35	9	47	10	105
	3,8%	33,3%	8,6%	44,8%	9,5%	100,0%
	11,8%	46,7%	18,8%	58,0%	62,5%	41,3%
	1,6%	13,8%	3,5%	18,5%	3,9%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	6	16	29	13	3	67
	9,0%	23,9%	43,3%	19,4%	4,5%	100,0%
	17,6%	21,3%	60,4%	16,0%	18,8%	26,4%
	2,4%	6,3%	11,4%	5,1%	1,2%	26,4%
İstanbul Üniversitesi	2	9	5	12	3	31
	6,5%	29,0%	16,1%	38,7%	9,7%	100,0%
	5,9%	12,0%	10,4%	14,8%	18,8%	12,2%
	,8%	3,5%	2,0%	4,7%	1,2%	12,2%
Universitaet Leipzig	5	3	3	2		13
	38,5%	23,1%	23,1%	15,4%		100,0%
	14,7%	4,0%	6,3%	2,5%		5,1%
	2,0%	1,2%	1,2%	,8%		5,1%
Westfaellische Wilhems Universitest Münster	4	4	1	3		12
	33,3%	33,3%	8,3%	25,0%		100,0%
	11,8%	5,3%	2,1%	3,7%		4,7%
	1,6%	1,6%	,4%	1,2%		4,7%
Fachhochschule Hannover	13	8	1	4		26
	50,0%	30,8%	3,8%	15,4%		100,0%
	38,2%	10,7%	2,1%	4,9%		10,2%
	5,1%	3,1%	,4%	1,6%		10,2%
TOPLAM	34	75	48	81	16	254
	13,4%	29,5%	18,9%	31,9%	6,3%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	13,4%	29,5%	18,9%	31,9%	6,3%	100,0%

Ankete katılan Selçuk Üniversitesi'ndeki öğrencilerin % 44.8' halkla ilişkiler uygulama derslerini yetersiz bulurken, %33.3'ü bu dersleri yeterli bulmuştur. Anadolu Üniversitesi'nden %43.3 bu soruya fikrim yok derken halkla ilişkiler uygulama derslerini yeterli bulanların oranı %23.9, yetersiz bulanların oranı da %19.4'dür. İstanbul Üniversitesi'nden %38.7 bu dersleri yetersiz bulmuş, %29 da yeterli bulmuştur. Almanya'daki üniversitelerde ise Leipzig Üniversitesi'nden %38.5 bu derslerin çok yeterli olduğunu, %23.1 yeterli olduğunu, %23.1 de fikirlerin olmadığını dile getirmiştir. Münster Üniversitesi'nde de %33.3 halkla ilişkiler

uygulama derslerini çok yeterli, %33.3 yeterli görmüştür, yetersiz görenlerin oranı ise %24'dir. Hannover'den ankete katılanların %50'si bu dersleri çok yeterli görürken, %30.8 yeterli görmüş, sadece %15.4 bu dersleri yetersiz görmüştür.

Türkiye'deki üniversitelerden Selçuk ve İstanbul Üniversitesi'nde çoğunluk halkla ilişkiler uygulama derslerini yetersiz görmekte, Anadolu Üniversitesi'nden ise büyük bir çoğunluk fikrim yok demektedir. Almanya'da ise halkla ilişkiler uygulama dersleri çoğunluk tarafından yeterli görülmüştür.

Tablo 41: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Genel iletişim teori dersleri

Üniversite	Genel iletişim teorik dersler					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	11	57	17	19		104
	10,6%	54,8%	16,3%	18,3%		100,0%
	28,2%	44,2%	34,0%	57,6%		41,1%
	4,3%	22,5%	6,7%	7,5%		41,1%
Anadolu Üniversitesi	9	32	24	1	1	67
	13,4%	47,8%	35,8%	1,5%	1,5%	100,0%
	23,1%	24,8%	48,0%	3,0%	50,0%	26,5%
	3,6%	12,6%	9,5%	,4%	,4%	26,5%
İstanbul Üniversitesi	2	19	4	5	1	31
	6,5%	61,3%	12,9%	16,1%	3,2%	100,0%
	5,1%	14,7%	8,0%	15,2%	50,0%	12,3%
	,8%	7,5%	1,6%	2,0%	,4%	12,3%
Universitaet Leipzig	1	6	3	3		13
	7,7%	46,2%	23,1%	23,1%		100,0%
	2,6%	4,7%	6,0%	9,1%		5,1%
	,4%	2,4%	1,2%	1,2%		5,1%
Westfaellische Wilhem: Universitst Münster	6	4	1	1		12
	50,0%	33,3%	8,3%	8,3%		100,0%
	15,4%	3,1%	2,0%	3,0%		4,7%
	2,4%	1,6%	,4%	,4%		4,7%
Fachhochschule Hannover	10	11	1	4		26
	38,5%	42,3%	3,8%	15,4%		100,0%
	25,6%	8,5%	2,0%	12,1%		10,3%
	4,0%	4,3%	,4%	1,6%		10,3%
TOPLAM	39	129	50	33	2	253
	15,4%	51,0%	19,8%	13,0%	,8%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	15,4%	51,0%	19,8%	13,0%	,8%	100,0%

Fakültenizde genel iletişim teorik dersleri yetersiz mi diye sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılanların %54.8'i yeterli, %18.3'ü de yetersiz olduğunu belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden ankete katılanlara baktığımızda %47.8 bu dersleri yeterli görürken, %35.8 fikrim yok demiştir, sadece %1.5 bu

dersleri yetersiz görmüştür. İstanbul Üniversitesi'nden %61.3 genel iletişim teori derslerini yeterli görmüş, %16.1 yetersiz bulmuştur. Almanya'dan Leipzig Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilerden %46.2'si bu dersleri yeterli, %23.1 ise yetersiz görmüş, %23.1'de fikrim yok demiştir. Westfaellische Wilhems Münster Üniversitesi'nde ise ankete katılanlardan %50'si bu dersleri çok yeterli görmüş, %33.3 de yeterli görmüştür, yetersiz görenlerin oranı ise sadece %8.3'dür. Hannover'den ankete katılanların %42.3'ü yeterli görürken, %38.5 genel iletişim teorik derslerini çok yeterli görmüştür. %15.4 ise bu dersleri yetersiz görmüştür.

Genele baktığımızda %51'lik bir oran bu derslerin yeterli olduğunu belirtirken, %19.8 bu dersleri çok yeterli görmüştür, Genel iletişim teorik derslerinin yetersiz olduğunu söyleyenlerin oranı ise %13'dür.

Tablo 42: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Genel İletişim uygulama dersleri

Üniversite	Genel İletişim uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	6	21	26	45	7	105
	5,7%	20,0%	24,8%	42,9%	6,7%	100,0%
	42,9%	30,0%	36,1%	50,6%	77,8%	41,3%
	2,4%	8,3%	10,2%	17,7%	2,8%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	3	15	37	12		67
	4,5%	22,4%	55,2%	17,9%		100,0%
	21,4%	21,4%	51,4%	13,5%		26,4%
	1,2%	5,9%	14,6%	4,7%		26,4%
İstanbul Üniversitesi		2	7	20	2	31
		6,5%	22,6%	64,5%	6,5%	100,0%
		2,9%	9,7%	22,5%	22,2%	12,2%
		,8%	2,8%	7,9%	,8%	12,2%
Universitaet Leipzig		11		2		13
		84,6%		15,4%		100,0%
		15,7%		2,2%		5,1%
		4,3%		,8%		5,1%
Westfaellische Wilhems Universitest Münster	2	5	1	4		12
	16,7%	41,7%	8,3%	33,3%		100,0%
	14,3%	7,1%	1,4%	4,5%		4,7%
	,8%	2,0%	,4%	1,6%		4,7%
Fachhochschule Hannover	3	16	1	6		26
	11,5%	61,5%	3,8%	23,1%		100,0%
	21,4%	22,9%	1,4%	6,7%		10,2%
	1,2%	6,3%	,4%	2,4%		10,2%
TOPLAM	14	70	72	89	9	254
	5,5%	27,6%	28,3%	35,0%	3,5%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	5,5%	27,6%	28,3%	35,0%	3,5%	100,0%

Genel iletişim uygulama derslerine baktığımızda Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılanların %42.9'u bu dersleri yetersiz bulmuş, %24.8 fikrim yok demiş, %20'lik bir oran ise bu derslerin yeterli olduğunu belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'nin %55.2'si fikrim yok derken, %22.4'de bu dersleri yeterli görmüştür. %17.9 da bu derslerin yetersizliğini dile getirmiştir. İstanbul Üniversitesi'nden de %64.5 genel iletişim uygulama derslerini yetersiz görmüş, %22.6 fikrim yok demiş, yeterli görenlerin oranı ise sadece %6.5'dir. %84.6 Leipzig Üniversitesi'nden yeterli tercihini işaretlerken, %15.4'de yetersiz şikkını tercih etmiştir. Münster'den ise %41.7 yeterli demiş, yetersiz diyenlerin oranı ise %33.3'dür. Hannover'deki öğrencilerin de büyük bir çoğunluğu %61.5 genel iletişim teorik derslerini yeterli bulmuş, yetersiz bulanların oranı ise %23.1'dir.

%35'lik bir oran genelde genel iletişim uygulama derslerinin yetersiz olduğunu belirtmiştir, bu derslerin yeterli olduğunu savunanların oranı ise %27.6'dır. %28.3 de fikrim yok demiştir. Türkiye'deki fakülteler genel iletişim uygulama derslerini yetersiz bulurken, Almanya'daki fakülteler yeterli görmüştür.

Tablo 43: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Gazetecilik teori dersleri

Üniversite	Gazetecilik teorik dersler					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	6	21	57	15	2	101
	5,9%	20,8%	56,4%	14,9%	2,0%	100,0%
	24,0%	35,6%	42,2%	53,6%	100,0%	40,6%
	2,4%	8,4%	22,9%	6,0%	,8%	40,6%
Anadolu Üniversitesi	3	7	53	3		66
	4,5%	10,6%	80,3%	4,5%		100,0%
	12,0%	11,9%	39,3%	10,7%		26,5%
	1,2%	2,8%	21,3%	1,2%		26,5%
İstanbul Üniversitesi	2	5	19	5		31
	6,5%	16,1%	61,3%	16,1%		100,0%
	8,0%	8,5%	14,1%	17,9%		12,4%
	,8%	2,0%	7,6%	2,0%		12,4%
Universitaet Leipzig		9	4			13
		69,2%	30,8%			100,0%
		15,3%	3,0%			5,2%
		3,6%	1,6%			5,2%
Westfaelische Wilhems Universitst Münster	4	7	1			12
	33,3%	58,3%	8,3%			100,0%
	16,0%	11,9%	,7%			4,8%
	1,6%	2,8%	,4%			4,8%
Fachhochschule Hannover	10	10	1	5		26
	38,5%	38,5%	3,8%	19,2%		100,0%
	40,0%	16,9%	,7%	17,9%		10,4%
	4,0%	4,0%	,4%	2,0%		10,4%
TOPLAM	25	59	135	28	2	249
	10,0%	23,7%	54,2%	11,2%	,8%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	10,0%	23,7%	54,2%	11,2%	,8%	100,0%

Ankete katılan öğrencilere gazetecilik teori derslerinin yeterli olup olmadığı sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden bu soruyu cevaplayan 101 kişiden 57'si fikrim yok derken, 21 kişi yeterli görmüş, 15 kişi ise yetersiz bulmuştur. Anadolu Üniversitesinden 66 kişi bu soruyu cevaplandırmış, 53'ü fikrim yok derken, 7'si yeterli bulmuş, 3 kişi ise bu derslerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. İstanbul Üniversitesi'nden 31 kişi anketi cevaplandırmış, 19 kişi fikrim yok demiş, 5'er kişide yeterli ve yetersiz görmüştür. Leipzig Üniversitesi'nden 13 kişi ankete katılmış, 9 kişi bu derslerin yeterli olduğunu söylemiş, 4 kişi ise fikrim yok demiştir. Münster Üniversitesi'ne baktığımızda ise 12 kişiden 7'si gazetecilik teorik derslerini yeterli görürken, 4 kişi ise bu derslerin çok yeterli olduğunu belirtmiştir. Yetersiz görenler ise yoktur. Hannover Üniversitesi'nden toplam 26 kişiden 10 kişi bu derslerin çok yeterli olduğunu 10 kişi yeterli olduğunu belirtirken yetersiz görenler 5 kişidir.

Burada dikkatimizi çeken Türkiye'den araştırmaya katılan üç fakültenin de çoğunluk olarak fikrim yok şikkını tercih etmesidir. Almanya'ya baktığımızda ise

çoğunluk bu dersleri yeterli görmüştür. Genelde 249 kişiden 135 fikrim yok derken, 59 kişi yeterli, 28 kişi de yetersiz şikkını tercih etmiştir.

Tablo 44: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Gazetecilik uygulama dersleri

Üniversite	Gazetecilik uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	2	15	68	14	2	101
	2,0%	14,9%	67,3%	13,9%	2,0%	100,0%
	14,3%	36,6%	45,3%	35,0%	50,0%	40,6%
Anadolu Üniversitesi		7	55	4		66
		10,6%	83,3%	6,1%		100,0%
		17,1%	36,7%	10,0%		26,5%
İstanbul Üniversitesi		2	21	8		31
		6,5%	67,7%	25,8%		100,0%
		4,9%	14,0%	20,0%		12,4%
Universitaet Leipzig		3	4	3		13
		23,1%	30,8%	23,1%		100,0%
		21,4%	2,7%	7,5%		5,2%
Westfaellische Wilhem: Universität Münster		1	1	5		12
		8,3%	8,3%	41,7%		100,0%
		7,1%	,7%	12,5%		4,8%
Fachhochschule Hannover		8	1	6	2	26
		30,8%	3,8%	23,1%	7,7%	100,0%
		57,1%	,7%	15,0%	50,0%	10,4%
TOPLAM		14	150	40	4	249
		5,6%	60,2%	16,1%	1,6%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	5,6%	16,5%	60,2%	16,1%	1,6%	100,0%

Selçuk Üniversitesi'nden 101 kişiden 68'i, gazetecilik uygulama derslerinin yeterli olup olmadığı hakkında fikirleri olmadığını belirtirken, 15 kişi bu derslerin yeterli olduğunu, 14 kişi ise yetersiz olduğunu belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden ankete katılan 66 kişiden 55'i bu konuda fikrim yok derken, 7 kişi bu dersleri yeterli bulmuş, 4 kişi ise yetersiz bulmuştur. İstanbul Üniversitesi'nden 31 kişi ankete katılmış, 21 kişi fikrim yok derken, 8 kişi bu dersleri yetersiz bulmuş sadece, 2 kişi bu derslerin yeterli olduğunu ifade etmişlerdir. Leipzig'den katılan 13 kişiden 4'ü fikrim yok derken, 3'er kişi çok yeterli, yeterli ve yetersiz bulmuşlardır. Münster'den katılan 12 kişi den 5 kişi gazetecilik uygulama derslerini yeterli, 5 kişi

de yetersiz bulmuştur. Hannover'deki 26 kişiden 9'u yeterli derken, 8 kişi çok yeterli demiş, 6 kişi ise yetersiz demiştir.

Toplam 249 kişiden ankete katılan 150 kişi fikrim yok derken, 41 kişi yeterli 40 kişide gazetecilik uygulama derslerinin yetersiz olduğu yönündeki şıkkı tercih etmiştir.

Tablo 45: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Radyo TV Sinema teori dersleri

Üniversite	Radyo TV Sinema teorik dersler					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	4	20	63	13	1	101
	4,0%	19,8%	62,4%	12,9%	1,0%	100,0%
	13,3%	31,3%	49,2%	54,2%	33,3%	40,6%
	1,6%	8,0%	25,3%	5,2%	,4%	40,6%
Anadolu Üniversitesi	5	12	48		1	66
	7,6%	18,2%	72,7%		1,5%	100,0%
	16,7%	18,8%	37,5%		33,3%	26,5%
	2,0%	4,8%	19,3%		,4%	26,5%
İstanbul Üniversitesi	3	7	17	4		31
	9,7%	22,6%	54,8%	12,9%		100,0%
	10,0%	10,9%	13,3%	16,7%		12,4%
	1,2%	2,8%	6,8%	1,6%		12,4%
Universitaet Leipzig	2	8		3		13
	15,4%	61,5%		23,1%		100,0%
	6,7%	12,5%		12,5%		5,2%
	,8%	3,2%		1,2%		5,2%
Westfaellische Wilherr Universitet Münster	6	6				12
	50,0%	50,0%				100,0%
	20,0%	9,4%				4,8%
	2,4%	2,4%				4,8%
Fachhochschule Hannover	10	11		4	1	26
	38,5%	42,3%		15,4%	3,8%	100,0%
	33,3%	17,2%		16,7%	33,3%	10,4%
	4,0%	4,4%		1,6%	,4%	10,4%
TOPLAM	30	64	128	24	3	249
	12,0%	25,7%	51,4%	9,6%	1,2%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	12,0%	25,7%	51,4%	9,6%	1,2%	100,0%

Radyo TV Sinema teori dersleri Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan 101 kişinin 20'si tarafından yeterli görülürken, 13 kişi bu dersleri yetersiz bulmuştur 63 kişi tarafından ise fikrim yok cevabı verilmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden 66 kişi bu soruyu cevaplandırmış, 12 kişi yeterli derken, 48 kişilik çoğunluk bu derslerle ilgili fikirlerinin olmadığını ifade etmişlerdir. İstanbul Üniversitesi'ne baktığımızda 7

kişi yeterli, 4 kişi ise bu dersleri yetersiz bulmuştur. Fikrim yok diyenler bu fakülte de çoğunluktadır. 17 kişi fikrim yok demiştir. Leipzig Üniversitesi'nden 13 kişi bu soruyu cevaplandırmış bunların 8'i bu dersleri yeterli, 2'si çok yeterli görürken, 3 kişi yetersiz görmüştür. Münster Üniversitesi'nden ise 12 kişiden 6'sı çok yeterli, 6'sı da yeterli görmüştür. Yetersiz görenler bu fakülte de yoktur. Hannover'den 11 kişi yeterli, 10 kişi çok yeterli demiş, 4 kişi de yetersiz demiştir.

Türkiye'de ki fakültele re baktığımızda burada ankete katılan öğrencilerin çoğunun fikrim yok dediğini, Almanya'daki öğrencilerin ise büyük bir kısmının Radyo TV ve Sinema teori derslerinin yeterli bulduğunu görmekteyiz.

Tablo 46: Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz? Radyo TV Sinema uygulama dersleri

Üniversite	Radyo TV Sinema uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim Yok	Yetersiz	Çok Yetersiz	
Selçuk Üniversitesi	4	11	62	19	3	99
	4,0%	11,1%	62,6%	19,2%	3,0%	100,0%
	25,0%	22,0%	46,3%	45,2%	60,0%	40,1%
	1,6%	4,5%	25,1%	7,7%	1,2%	40,1%
Anadolu Üniversitesi	2	11	50	2	1	66
	3,0%	16,7%	75,8%	3,0%	1,5%	100,0%
	12,5%	22,0%	37,3%	4,8%	20,0%	26,7%
	,8%	4,5%	20,2%	,8%	,4%	26,7%
İstanbul Üniversitesi	1	6	17	7		31
	3,2%	19,4%	54,8%	22,6%		100,0%
	6,3%	12,0%	12,7%	16,7%		12,6%
	,4%	2,4%	6,9%	2,8%		12,6%
Universitaet Leipzig		8	3	2		13
		61,5%	23,1%	15,4%		100,0%
		16,0%	2,2%	4,8%		5,3%
		3,2%	1,2%	,8%		5,3%
Westfaellische Wilher Universitest Münster		7	1	4		12
		58,3%	8,3%	33,3%		100,0%
		14,0%	,7%	9,5%		4,9%
		2,8%	,4%	1,6%		4,9%
Fachhochschule Hannover	9	7	1	8	1	26
	34,6%	26,9%	3,8%	30,8%	3,8%	100,0%
	56,3%	14,0%	,7%	19,0%	20,0%	10,5%
	3,6%	2,8%	,4%	3,2%	,4%	10,5%
TOPLAM	16	50	134	42	5	247
	6,5%	20,2%	54,3%	17,0%	2,0%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	6,5%	20,2%	54,3%	17,0%	2,0%	100,0%

Bu soruya 99 kişi cevap vermiş, bunlardan 62 tanesi fikrim yok derken, 19 kişi yetersiz, 11 kişide yeterli demiştir. Anadolu Üniversitesi'nden 50 kişi fikrim yok demiş, 11 kişi bu dersleri yeterli görmüş, sadece 2 kişi bu dersleri yetersiz görmüştür. İstanbul Üniversitesi'ne baktığımızda 17 kişi fikrim yok şıkkını tercih ederken, 7 kişi bu dersleri yetersiz görmüş, 6 kişi de bu dersleri yeterli bulmuştur. Almanya'dan Leipzig Üniversitesi'nden 13 kişi ankete katılmış, bunlardan 8 tanesi bu dersleri yeterli görürken, 3 kişi fikrim yok demiş, 2 kişi ise yetersiz bulmuştur. Münster'deki fakülteye baktığımızda 7 kişi bu derslerin yeterli olduğunu belirtirken 4 kişi yetersiz olduklarını belirtmiştir. Hannover'de ise 9 kişi bu derslerin çok yeterli olduğunu söylemiş, 7 kişi ise derslerin yeterli olduğunu belirtirken, 8 kişi bu derslerin yetersizliğini dile getirmiştir.

Türkiye'deki halkla ilişkiler öğrencileri Radyo TV Sinema uygulama derslerinin yeterliliği konusunda, Radyo TV Sinema ve teorik dersleri gibi fikrim yok derken, Almanya'daki öğrencileri bu derslerin yeterli olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 47: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Reklamcılık teori dersleri

Üniversite	Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Reklamcılık teorik dersler					TOPLAM
	Çok Gereкли	Gereкли	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	31	60	7	5	2	105
	29,5%	57,1%	6,7%	4,8%	1,9%	100,0%
	41,3%	48,0%	24,1%	71,4%	100,0%	44,1%
	13,0%	25,2%	2,9%	2,1%	,8%	44,1%
Anadolu Üniversitesi	22	31	13	1		67
	32,8%	46,3%	19,4%	1,5%		100,0%
	29,3%	24,8%	44,8%	14,3%		28,2%
	9,2%	13,0%	5,5%	,4%		28,2%
İstanbul Üniversitesi	17	8	5			30
	56,7%	26,7%	16,7%			100,0%
	22,7%	6,4%	17,2%			12,6%
	7,1%	3,4%	2,1%			12,6%
Universitaet Leipzig		10	3			13
		76,9%	23,1%			100,0%
		8,0%	10,3%			5,5%
		4,2%	1,3%			5,5%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	2	9	1			12
	16,7%	75,0%	8,3%			100,0%
	2,7%	7,2%	3,4%			5,0%
	,8%	3,8%	,4%			5,0%
Fachhochschule Hannover	3	7		1		11
	27,3%	63,6%		9,1%		100,0%
	4,0%	5,6%		14,3%		4,6%
	1,3%	2,9%		,4%		4,6%
TOPLAM	75	125	29	7	2	238
	31,5%	52,5%	12,2%	2,9%	,8%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	31,5%	52,5%	12,2%	2,9%	,8%	100,0%

Ankete katılan öğrencilere fakültelerinde hangi tür derslerin gereksiz olduğunu ölçmek amacıyla sorular sorulmuştur. Reklamcılık teori dersleri ile ilgili ayrıntı istendiğinde Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılanların %57.1'i bu derslerin gerekli olduğunu, %29.5'i ise bu derslerin çok gerekli olduğunu belirtirken, gereksiz olduğunu söyleyenlerin oranı %4.8'dir.

Anadolu Üniversitesi'nden ankete katılanların %46.3'ü reklamcılık teorik derslerini gerekli görürken, %32.8 bu dersleri çok yeterli görmüş, sadece %1.5 bu derslerin gereksizliğini dile getirmiştir. İstanbul Üniversitesi'ne baktığımızda %56.7 çok gerekli derken, %26.7 gerekli demiş, %16.7 fikrim yok demiştir. Gereksiz diyenler İstanbul Üniversitesi'nden yoktur. Almanya'dan Leipzig Üniversitesi'nden ankete katılanların %76.9'u bu dersleri gerekli görürken, %23.1 ise fikrim yok demiştir. Münster Üniversitesi'nden %75 gerekli derken, %16.7 bu dersler için çok gerekli demiştir. Hannover'deki öğrencilerin de %63.6'sı bu dersler için gerekli şikkını tercih etmiş, %27.3 çok yeterli, %9.1 ise gereksiz demiştir.

Genele baktığımızda hem Türkiye hem de Almanya'da reklamcılık teori dersleri %52.5 oranla gerekli görülmüş, %31.5'da çok gerekli görmüştür. Sadece %2.9 bu dersleri gereksiz görmüştür.

Tablo 48: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Reklamcılık uygulama dersleri

Üniversite	Reklamcılık uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	48	49	5	2	1	105
	45,7%	46,7%	4,8%	1,9%	1,0%	100,0%
	40,3%	55,7%	20,8%	33,3%	100,0%	44,1%
	20,2%	20,6%	2,1%	,8%	,4%	44,1%
Anadolu Üniversitesi	42	13	12			67
	62,7%	19,4%	17,9%			100,0%
	35,3%	14,8%	50,0%			28,2%
	17,6%	5,5%	5,0%			28,2%
İstanbul Üniversitesi	19	7	4			30
	63,3%	23,3%	13,3%			100,0%
	16,0%	8,0%	16,7%			12,6%
	8,0%	2,9%	1,7%			12,6%
Universitaet Leipzig		10	3			13
		76,9%	23,1%			100,0%
		11,4%	12,5%			5,5%
		4,2%	1,3%			5,5%
Westfaellische Wilher Universitet Münster	5	5		2		12
	41,7%	41,7%		16,7%		100,0%
	4,2%	5,7%		33,3%		5,0%
	2,1%	2,1%		,8%		5,0%
Fachhochschule Hannover	5	4		2		11
	45,5%	36,4%		18,2%		100,0%
	4,2%	4,5%		33,3%		4,6%
	2,1%	1,7%		,8%		4,6%
TOPLAM	119	88	24	6	1	238
	50,0%	37,0%	10,1%	2,5%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	50,0%	37,0%	10,1%	2,5%	,4%	100,0%

Selçuk Üniversitesi'nden %46.7 reklamcılık uygulama derslerini gerekli, %45.7'de çok gerekli görmüş, gereksiz görenlerin oranı ise sadece %1.9'dur. Anadolu ve İstanbul Üniversitesi'ne baktığımızda burada dikkat çeken buradan reklamcılık uygulama derslerinin gereksiz veya çok gereksiz olduğuna dair hiçbir yanıt alınmamasıdır. Anadolu Üniversitesi'nden %62.7 bu dersleri çok gerekli %19.4 ise gerekli görmüş, İstanbul Üniversitesi'nden de %63.3 çok gerekli, %23.2 de gerekli demiştir. Leipzig Üniversitesi'nden %76.9 gerekli yanıtını verirken gereksiz diyenler çıkmamış, sadece %23.1 fikrim yok demiştir. Münster'den %41.7 gerekli, %41.7 de çok gerekli demiştir, gereksiz diyenlerin oranı ise %16.7'dir. Hannover'den %45.5 çok gerekli şikkını, %36.4 gerekli şikkını tercih etmiş, %18.2 ise gereksiz demiştir.

Hem Türkiye hem de Almanya'ya baktığımızda reklamcılık uygulama dersleri her iki ülkedeki öğrenciler tarafından %50 oranında çok gerekli %37 oranında ise gerekli görülmüştür, gereksiz görenlerin oranı ise sadece %2.5'dur.

Tablo 49: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Halkla İlişkiler teori dersleri

Üniversite	Halkla İlişkiler teorik dersler					TOPLAM
	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	37	59	5	3	1	105
	35,2%	56,2%	4,8%	2,9%	1,0%	100,0%
	34,9%	51,3%	20,0%	50,0%	100,0%	41,5%
	14,6%	23,3%	2,0%	1,2%	,4%	41,5%
Anadolu Üniversitesi	19	30	16	2		67
	28,4%	44,8%	23,9%	3,0%		100,0%
	17,9%	26,1%	64,0%	33,3%		26,5%
	7,5%	11,9%	6,3%	,8%		26,5%
İstanbul Üniversitesi	18	7	4	1		30
	60,0%	23,3%	13,3%	3,3%		100,0%
	17,0%	6,1%	16,0%	16,7%		11,9%
	7,1%	2,8%	1,6%	,4%		11,9%
Universitaet Leipzig	8	5				13
	61,5%	38,5%				100,0%
	7,5%	4,3%				5,1%
	3,2%	2,0%				5,1%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	2	10				12
	16,7%	83,3%				100,0%
	1,9%	8,7%				4,7%
	,8%	4,0%				4,7%
Fachhochschule Hannover	22	4				26
	84,6%	15,4%				100,0%
	20,8%	3,5%				10,3%
	8,7%	1,6%				10,3%
TOPLAM	106	115	25	6	1	253
	41,9%	45,5%	9,9%	2,4%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	41,9%	45,5%	9,9%	2,4%	,4%	100,0%

Halkla ilişkiler teori dersleri Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilerin %56.2'si tarafından gerekli görülürken, %35.2'si tarafından çok gerekli görülmüştür. Gereksiz görenlerin oranı ise %2.9'dur. Anadolu Üniversitesi'nden %44.8 bu derslerin gerekliliği olduğunu belirtirken, %28.4 ise bu derslerin çok gerekli olduğunu belirtmiştir, %23.9 ise bu konuda fikrim yok demıştır. İstanbul Üniversitesi'nden ankete katılanlara baktığımızda %60'lık bir oran bu derslerin çok gerekli olduğunu belirtirken, %23.3 gerekli olduğunu ifade etmişlerdir, gereksiz olduğunu söyleyenlerin oranı ise %3.3'dür. Almanya'daki üniversitelere baktığımızda üç üniversitenin de ortak noktası gereksiz, çok gereksiz hatta fikrim yok sonucunun hiç çıkmamasıdır. Üç üniversitede farklı oranlarda gerekli, ve çok

gerekli şıkkı tercih edilmiştir. Leipzig Üniversitesi'nde okuyanların %61.5'i çok gerekli şıkkını, %38.5 da gerekli şıkkını tercih etmiştir. Münster Üniversitesi'nden %83.3 halkla ilişkiler teorik derslerini gerekli, %16.7 çok gerekli görmüştür, Hannover Üniversitesi'nde %84.6 çok gerekli, %15.5 de halkla ilişkiler teorik derslerine gerekli demiştir.

Hem Türkiye hem de Almanya'da halkla ilişkiler teorik dersleri gerekli ve çok gerekli görülmüştür. Özellikle Almanya'da bu konuda tam bir fikir birliği vardır.

Tablo 50: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Halkla ilişkiler uygulama dersleri

Üniversite	Halkla ilişkiler uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	57	42	4	1	1	105
	54,3%	40,0%	3,8%	1,0%	1,0%	100,0%
	36,5%	55,3%	21,1%	100,0%	100,0%	41,5%
	22,5%	16,6%	1,6%	,4%	,4%	41,5%
Anadolu Üniversitesi	40	16	11			67
	59,7%	23,9%	16,4%			100,0%
	25,6%	21,1%	57,9%			26,5%
	15,8%	6,3%	4,3%			26,5%
İstanbul Üniversitesi	19	7	4			30
	63,3%	23,3%	13,3%			100,0%
	12,2%	9,2%	21,1%			11,9%
	7,5%	2,8%	1,6%			11,9%
Universitaet Leipzig	8	5				13
	61,5%	38,5%				100,0%
	5,1%	6,6%				5,1%
	3,2%	2,0%				5,1%
Westfaellische Wilhelms Universitst Münster	6	6				12
	50,0%	50,0%				100,0%
	3,8%	7,9%				4,7%
	2,4%	2,4%				4,7%
Fachhochschule Hannover	26					26
	100,0%					100,0%
	16,7%					10,3%
	10,3%					10,3%
TOPLAM	156	76	19	1	1	253
	61,7%	30,0%	7,5%	,4%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	61,7%	30,0%	7,5%	,4%	,4%	100,0%

Ankete katılan öğrencilere halkla ilişkiler uygulama derslerinin gerekli olup olmadığı sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden %54.3 bu dersleri çok gerekli, %40 gerekli görmüştür, gereksiz görenlerin oranı ise sadece %1'dir. Anadolu Üniversitesi'nden de %59.7 bu dersleri çok gerekli, %23.9 ise gerekli görmüştür. Gereksiz görenler ise hiç yoktur. İstanbul Üniversitesi'nde bu derslerin gereksiz olduğunu söyleyenler yoktur, çok gerekli görenlerin oranı %63.3, gerekli diyenlerin oranı ise %23.3'dür. Almanya'daki üniversitelerde gereksiz, çok gereksiz hatta fikrim yok diyen yoktur. Leipzig Üniversitesi'nden %61.5 çok gerekli %38.5 gerekli derken, Münster Üniversitesi'nde %50 çok gerekli, %50 de gerekli demiştir. Hannover'de ise tam bir fikir birliği vardır. Anketi cevaplayanların %100'ü bu derslerin çok gerekli olduğunu belirtmiştir.

Türkiye ve Almanya’da halkla ilişkiler uygulama dersleri ilk etapta çok gerekli görülmektedir.

Tablo 51: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Genel iletişim teori dersleri

Üniversite	Genel iletişim teorik dersler					TOPLAM
	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	20	62	14	7	2	105
	19,0%	59,0%	13,3%	6,7%	1,9%	100,0%
	24,4%	50,0%	38,9%	77,8%	100,0%	41,5%
Anadolu Üniversitesi	7,9%	24,5%	5,5%	2,8%	,8%	41,5%
	23	26	17	1		67
	34,3%	38,8%	25,4%	1,5%		100,0%
İstanbul Üniversitesi	28,0%	21,0%	47,2%	11,1%		26,5%
	9,1%	10,3%	6,7%	,4%		26,5%
	13	11	5	1		30
Westfaellische Wilher Universitester Münster	43,3%	36,7%	16,7%	3,3%		100,0%
	15,9%	8,9%	13,9%	11,1%		11,9%
	5,1%	4,3%	2,0%	,4%		11,9%
Universitaet Leipzig	3	10				13
	23,1%	76,9%				100,0%
	3,7%	8,1%				5,1%
Fachhochschule Hannover	1,2%	4,0%				5,1%
	3	9				12
	25,0%	75,0%				100,0%
TOPLAM	3,7%	7,3%				4,7%
	1,2%	3,6%				4,7%
	20	6				26
	76,9%	23,1%				100,0%
	24,4%	4,8%				10,3%
	7,9%	2,4%				10,3%
	82	124	36	9	2	253
	32,4%	49,0%	14,2%	3,6%	,8%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	32,4%	49,0%	14,2%	3,6%	,8%	100,0%

Genel iletişim teori derslerini Selçuk Üniversitesi’nden ankete katılanların %59’u gerekli, %19’u çok gerekli görmüştür. Gereksiz diyenlerin oranı ise %6.7’dir. Anadolu Üniversitesi’nden %38.8 de gerekli cevabını verirken, %34.3 çok gerekli demiştir, sadece %1.5 bu dersleri gereksiz bulmuştur. İstanbul Üniversitesi’nden %43.3 bu dersleri çok gerekli bulurken, %36.7 gerekli, sadece %3.3 gereksiz demiştir. Almanya’dan ankete katılan üç üniversitenin ortak özelliği bu üniversitelerden sadece gerekli, çok gerekli cevabının alınmasıdır. Leipzig Üniversitesi’nden %76.9 gerekli, %23.1 çok gerekli cevabı alınırken, Münster’deki

öğrencilerin %75'i gerekli, %25'i de çok gerekli cevabını vermiş, Hannover'deki öğrencilerin %76.9 çok gerekli, %23.1 de gerekli demişlerdir.

Genelde %49 gerekli, %32.4 de çok gerekli cevabını vermiş, sadece %3.6 genel iletişim teori derslerini gereksiz bulmuştur.

Tablo 52: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Genel İletişim uygulama dersleri

Üniversite	Genel İletişim uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	38	47	14	4	2	105
	36,2%	44,8%	13,3%	3,8%	1,9%	100,0%
	34,5%	48,5%	38,9%	50,0%	100,0%	41,5%
	15,0%	18,6%	5,5%	1,6%	,8%	41,5%
Anadolu Üniversitesi	30	21	15	1		67
	44,8%	31,3%	22,4%	1,5%		100,0%
	27,3%	21,6%	41,7%	12,5%		26,5%
	11,9%	8,3%	5,9%	,4%		26,5%
İstanbul Üniversitesi	14	10	6			30
	46,7%	33,3%	20,0%			100,0%
	12,7%	10,3%	16,7%			11,9%
	5,5%	4,0%	2,4%			11,9%
Universitaet Leipzig	3	8		2		13
	23,1%	61,5%		15,4%		100,0%
	2,7%	8,2%		25,0%		5,1%
	1,2%	3,2%		,8%		5,1%
Westfaellische Wilhen Universitester Münster	3	7	1	1		12
	25,0%	58,3%	8,3%	8,3%		100,0%
	2,7%	7,2%	2,8%	12,5%		4,7%
	1,2%	2,8%	,4%	,4%		4,7%
Fachhochschule Hannover	22	4				26
	84,6%	15,4%				100,0%
	20,0%	4,1%				10,3%
	8,7%	1,6%				10,3%
TOPLAM	110	97	36	8	2	253
	43,5%	38,3%	14,2%	3,2%	,8%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	43,5%	38,3%	14,2%	3,2%	,8%	100,0%

Genel İletişim uygulama dersleri Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin %44.8'i tarafından gerekli görülmüş, %36.2'si ise; bu dersleri çok gerekli görmüştür. Gereksiz diyenlerin oranı %3.8'dir. Anadolu Üniversitesi'nden %44.8 bu dersleri çok gerekli bulmuş, %31.3'de gerekli bulmuştur, gereksiz bulanların oranı %1.5'dir. Ankete katılan İstanbul Üniversitesi öğrencilerinden %46.7'si çok gerekli şikkını, %33.3'ü gerekli şikkını tercih etmiş gereksiz şikkını tercih edenler çıkmamıştır.

Leipzig Üniversitesi'nde %61.5 genel iletişim uygulama derslerini gerekli, %23.1 çok gerekli bulurken %15.4 bu dersleri gereksiz bulmuştur. Münster Üniversitesi'ndeki öğrenciler de %58.3 oranı ile bu dersleri gerekli, %25 ile çok görmüş, %8.3 ile gereksiz görmüştür. Hannover'deki öğrencilerin %84.6'sı çok gerekli, %15.4'ü gerekli demiştir. Bu üniversiteden bu tür derslerin gereksiz olduğunu söyleyenler çıkmamıştır. Genele baktığımızda genel iletişim uygulama derslerinin öğrenciler tarafından gerekli görüldüğü sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 53: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Gazetecilik teori dersleri

Üniversite	Gazetecilik teorik dersler					TOPLAM
	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	12	30	51	8	1	102
	11,8%	29,4%	50,0%	7,8%	1,0%	100,0%
	22,6%	38,0%	47,7%	80,0%	100,0%	40,8%
	4,8%	12,0%	20,4%	3,2%	,4%	40,8%
Anadolu Üniversitesi	9	16	40	2		67
	13,4%	23,9%	59,7%	3,0%		100,0%
	17,0%	20,3%	37,4%	20,0%		26,8%
	3,6%	6,4%	16,0%	,8%		26,8%
İstanbul Üniversitesi	12	6	12			30
	40,0%	20,0%	40,0%			100,0%
	22,6%	7,6%	11,2%			12,0%
	4,8%	2,4%	4,8%			12,0%
Universitaet Leipzig	5	6	2			13
	38,5%	46,2%	15,4%			100,0%
	9,4%	7,6%	1,9%			5,2%
	2,0%	2,4%	,8%			5,2%
Westfaellische Wilhen Universitst Münster	4	8				12
	33,3%	66,7%				100,0%
	7,5%	10,1%				4,8%
	1,6%	3,2%				4,8%
Fachhochschule Hannover	11	13	2			26
	42,3%	50,0%	7,7%			100,0%
	20,8%	16,5%	1,9%			10,4%
	4,4%	5,2%	,8%			10,4%
TOPLAM	53	79	107	10	1	250
	21,2%	31,6%	42,8%	4,0%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	21,2%	31,6%	42,8%	4,0%	,4%	100,0%

Selçuk Üniversitesi'nden %50 fikrim yok derken, %29.4 bu derslerin gerekli olduğunu, %7.8 de gereksiz olduğunu belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden yine aynı şekilde fikrim yok diyenlerin oranı fazladır. %59.7 fikrim yok derken, gerekli diyenler %23.9'dur, gereksiz diyenlerin oranı ise sadece %3'dür. İstanbul

Üniversitesi'ne baktığımızda öğrencilerin %40'ı bu dersleri gerekli görürken, %40'ı fikrim yok demiştir, bu derslerin gereksiz olduğunu söyleyenler ise çıkmamıştır.

Leipzig Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilere gazetecilik teori dersleri sorulduğunda %46.2 bu derslerin gerekli olduğunu belirtirken, %38.5 bu derslerin çok gerekli olduğunu belirtmiş, %15.4 ise fikrim yok demiştir. Münster Üniversitesi'ne baktığımızda %66.7 bu derslerin gerekli olduğunu, %33.3 ise çok gerekli olduğunu ifade etmişlerdir. Hannover'den de %50 gerekli, %42.3 ise çok gerekli demiştir.

Tablo 54: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Gazetecilik uygulama dersleri

Üniversite	Gazetecilik uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	20	23	51	7	1	102
	19,6%	22,5%	50,0%	6,9%	1,0%	100,0%
	29,4%	36,5%	47,2%	70,0%	100,0%	40,8%
	8,0%	9,2%	20,4%	2,8%	,4%	40,8%
Anadolu Üniversitesi	14	13	39	1		67
	20,9%	19,4%	58,2%	1,5%		100,0%
	20,6%	20,6%	36,1%	10,0%		26,8%
	5,6%	5,2%	15,6%	,4%		26,8%
İstanbul Üniversitesi	12	5	13			30
	40,0%	16,7%	43,3%			100,0%
	17,6%	7,9%	12,0%			12,0%
	4,8%	2,0%	5,2%			12,0%
Universitaet Leipzig	5	6	2			13
	38,5%	46,2%	15,4%			100,0%
	7,4%	9,5%	1,9%			5,2%
	2,0%	2,4%	,8%			5,2%
Westfaellische Wilhem: Universitest Münster	5	5	1	1		12
	41,7%	41,7%	8,3%	8,3%		100,0%
	7,4%	7,9%	,9%	10,0%		4,8%
	2,0%	2,0%	,4%	,4%		4,8%
Fachhochschule Hannover	12	11	2	1		26
	46,2%	42,3%	7,7%	3,8%		100,0%
	17,6%	17,5%	1,9%	10,0%		10,4%
	4,8%	4,4%	,8%	,4%		10,4%
TOPLAM	68	63	108	10	1	250
	27,2%	25,2%	43,2%	4,0%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	27,2%	25,2%	43,2%	4,0%	,4%	100,0%

Gazetecilik uygulama derslerinin gerekli olup olmadığı sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden %50 fikrim yok derken, gerekli olduğunu söyleyenlerin oranı %22.5, gereksiz olduğunu ifade edenler ise %6.9'dur. Anadolu Üniversitesi'nden de

büyük bir çoğunluk %58 fikrim yok derken %20.9 bu derslerin çok gerekli olduğunu, belirtmiştir, sadece %1.5 bu dersleri gereksiz görmüştür. İstanbul Üniversitesi'nden de %43.3 fikrim yok demiş, %40 ise gazetecilik uygulama derslerinin çok gerekli olduğunu dile getirmiştir. Gereksiz diyenler çıkmamıştır. Leipzig Üniversitesi'nden %46.2 gerekli, %38.5 da çok gerekli derken, buradan da gereksiz olduğuna dair bir cevap alınmamıştır. Münster'den %41.7 çok gerekli, %41.7 de gerekli cevabı alınmış sadece %8.3 gereksiz demiştir. Hannover'e baktığımızda %46.4 çok gerekli, %42.3 gerekli derken, %3.8 gereksiz yanıtını vermiştir. Genelde %43.2'lik fikrim yok cevabı çoğunlukta olup, bunu %27.2 ile çok gerekli cevabı izlemektedir.

Tablo 55: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Radyo TV Sinema teori dersleri

Üniversite	Radyo TV Sinema teorik dersler					TOPLAM
	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	10	28	55	8	1	102
	9,8%	27,5%	53,9%	7,8%	1,0%	100,0%
	18,5%	37,8%	50,9%	61,5%	100,0%	40,8%
	4,0%	11,2%	22,0%	3,2%	,4%	40,8%
Anadolu Üniversitesi	9	20	37	1		67
	13,4%	29,9%	55,2%	1,5%		100,0%
	16,7%	27,0%	34,3%	7,7%		26,8%
	3,6%	8,0%	14,8%	,4%		26,8%
İstanbul Üniversitesi	12	5	13			30
	40,0%	16,7%	43,3%			100,0%
	22,2%	6,8%	12,0%			12,0%
	4,8%	2,0%	5,2%			12,0%
Universitaet Leipzig		8	2	3		13
		61,5%	15,4%	23,1%		100,0%
		10,8%	1,9%	23,1%		5,2%
		3,2%	,8%	1,2%		5,2%
Westfaellische Wilher Universitst Münster	6	5	1			12
	50,0%	41,7%	8,3%			100,0%
	11,1%	6,8%	,9%			4,8%
	2,4%	2,0%	,4%			4,8%
Fachhochschule Hannover	17	8		1		26
	65,4%	30,8%		3,8%		100,0%
	31,5%	10,8%		7,7%		10,4%
	6,8%	3,2%		,4%		10,4%
TOPLAM	54	74	108	13	1	250
	21,6%	29,6%	43,2%	5,2%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	21,6%	29,6%	43,2%	5,2%	,4%	100,0%

Öğrencilere Radyo TV ve Sinema ile ilgili düşünceleri sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'ndeki öğrencilerin %53.2'si bu derslerin gerekliliği hakkında fikirlerinin

olmadığını belirtmişlerdir. Gerekli görenlerin oranı %27.5 iken gereksiz diyenler %7.8'dir. Anadolu Üniversitesi'ndeki öğrencilerinde büyük bir kısmı %55.2 bu dersler hakkında fikrim yok derken, %29.8 gerekli, %1.5 gereksiz cevabını vermiştir. İstanbul Üniversitesi'ndeki öğrencilerin %43.3'ü fikrim yok demiş, %40 çok gerekli, %16.7 gerekli cevabını vermiştir. Leipzig Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilerin bu derslerle ilgili düşüncelerine baktığımızda ise %61.5 gerekli cevabını verirken, %23.1 gereksiz cevabını vermiştir. Münster'den %50 Radyo TV ve Sinema derslerinin çok gerekli olduğunu söylemiş, %41.7 gerekli olduğunu belirtmiştir. Hannover'den de %65.4 bu dersleri çok gerekli görürken, sadece %3.8 gereksiz olarak görmüştür.

Tablo 56: Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz? Radyo TV Sinema uygulama dersleri

Üniversite	Radyo TV Sinema uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim Yok	Gereksiz	Çok Gereksiz	
Selçuk Üniversitesi	19	22	51	7	1	100
	19,0%	22,0%	51,0%	7,0%	1,0%	100,0%
	25,7%	35,5%	51,0%	63,6%	100,0%	40,3%
	7,7%	8,9%	20,6%	2,8%	,4%	40,3%
Anadolu Üniversitesi	17	17	33			67
	25,4%	25,4%	49,3%			100,0%
	23,0%	27,4%	33,0%			27,0%
	6,9%	6,9%	13,3%			27,0%
İstanbul Üniversitesi	12	5	13			30
	40,0%	16,7%	43,3%			100,0%
	16,2%	8,1%	13,0%			12,1%
	4,8%	2,0%	5,2%			12,1%
Universitaet Leipzig		8	2	3		13
		61,5%	15,4%	23,1%		100,0%
		12,9%	2,0%	27,3%		5,2%
		3,2%	,8%	1,2%		5,2%
Westfaellische Wilhen Universitst Münster	6	5		1		12
	50,0%	41,7%		8,3%		100,0%
	8,1%	8,1%		9,1%		4,8%
	2,4%	2,0%		,4%		4,8%
Fachhochschule Hannover	20	5	1			26
	76,9%	19,2%	3,8%			100,0%
	27,0%	8,1%	1,0%			10,5%
	8,1%	2,0%	,4%			10,5%
TOPLAM	74	62	100	11	1	248
	29,8%	25,0%	40,3%	4,4%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	29,8%	25,0%	40,3%	4,4%	,4%	100,0%

Radyo TV ve Sinema uygulama derslerine baktığımızda Selçuk Üniversitesi'nden %51 fikrim yok derken, %22 bu derslerin gerekli olduğunu %7 ise gereksiz olduğunu belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden de %49.3 bu tür dersler hakkında fikrim yok derken, %25.4 çok gerekli, %25.4'de gerekli cevabını vermiştir. İstanbul Üniversitesi'nden de bu derslerin gereksiz olduğuna dair bir cevap alınmamış, %43.3 fikrim yok cevabını verirken, %40 ise bu dersleri çok gerekli gördüğünü belirtmiştir. Leipzig Üniversitesi'nden %61.5 gerekli derken, %23.1 gereksiz, Münster'den %50 çok gerekli derken sadece, %8.3 gereksiz demiştir. Hannover Üniversitesi'nden ise %76.9 çok gerekli, cevabını vermiş gereksiz diyenler çıkmamıştır. Ankete katılan bütün üniversitelerin dağılımına baktığımızda %40.3 fikrim yok derken, %29.8 Radyo TV Sinema derslerini çok gerekli görmüştür, gereksiz diyenlerin oranı ise sadece %4.4'dür.

Tablo 57: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Reklamcılık teori dersleri

Üniversite	Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Reklamcılık teorik dersler					TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	Çok Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	31	58	6	8	1	104
	29,8%	55,8%	5,8%	7,7%	1,0%	100,0%
	43,1%	44,3%	28,6%	61,5%	100,0%	43,7%
Anadolu Üniversitesi	17	38	8	3		66
	25,8%	57,6%	12,1%	4,5%		100,0%
	23,6%	29,0%	38,1%	23,1%		27,7%
İstanbul Üniversitesi	20	9	2			31
	64,5%	29,0%	6,5%			100,0%
	27,8%	6,9%	9,5%			13,0%
Universitaet Leipzig	2	8	3			13
	15,4%	61,5%	23,1%			100,0%
	2,8%	6,1%	14,3%			5,5%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	1	10	1			12
	8,3%	83,3%	8,3%			100,0%
	1,4%	7,6%	4,8%			5,0%
Fachhochschule Hannover	1	8	1	2		12
	8,3%	66,7%	8,3%	16,7%		100,0%
	1,4%	6,1%	4,8%	15,4%		5,0%
TOPLAM	72	131	21	13	1	238
	30,3%	55,0%	8,8%	5,5%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	30,3%	55,0%	8,8%	5,5%	,4%	100,0%

“Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı” denildiğinde ve reklamcılık teori dersleri hakkında öğrencilerin düşünceleri alınmaya çalışıldığında Selçuk Üniversitesi’nden %55.8 bu derslerin faydalı olduğunu belirtirken, %29.8 bu derslerin çok faydalı olduğunu dile getirmiştir, bu tür derslerin faydalı olmadığını söyleyenlerin oranı ise %7.7’dir. Anadolu Üniversitesi’nden %57.6 faydalı derken, %25.8 çok faydalı demiş, %4.5 ise bu derslerin faydasız olduğunu söylemişlerdir. İstanbul Üniversitesi’nden ankete katılanların %64.5 reklamcılık teori derslerini çok faydalı görürken, %29 da bu dersleri faydalı bulmuştur. Bu derslerin faydalı olmadığını söyleyenler yoktur. Leipzig Üniversitesi’ne baktığımızda ise %61.5 bu dersleri çok faydalı bulmuş, %15.4 ‘de çok faydalı olduğunu belirtmiştir. Münster’de %83.3’lük bir oran bu derslerin faydalı olduğunu belirtirken, %8.3’de çok faydalı demiştir. Hannover’den ankete katılanların %66.7’si faydalı derken, sadece %16.7’lik bir oran bu derslerin faydalı olmadığını belirtmiştir. Hem Türkiye hem de Almanya’da reklamcılık teori derslerinin faydalı olduğuna dair bir görüş birliği mevcuttur.

Tablo 58: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Reklamcılık uygulama dersleri

Üniversite	Reklamcılık uygulama dersleri				TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	67	29	5	3	104
	64,4%	27,9%	4,8%	2,9%	100,0%
	43,5%	43,9%	33,3%	75,0%	43,5%
	28,0%	12,1%	2,1%	1,3%	43,5%
Anadolu Üniversitesi	54	8	5		67
	80,6%	11,9%	7,5%		100,0%
	35,1%	12,1%	33,3%		28,0%
İstanbul Üniversitesi	22	8	1		31
	71,0%	25,8%	3,2%		100,0%
	14,3%	12,1%	6,7%		13,0%
Universitaet Leipzig	2	9	2		13
	15,4%	69,2%	15,4%		100,0%
	1,3%	13,6%	13,3%		5,4%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	6	5	1		12
	50,0%	41,7%	8,3%		100,0%
	3,9%	7,6%	6,7%		5,0%
Fachhochschule Hannover	3	7	1	1	12
	25,0%	58,3%	8,3%	8,3%	100,0%
	1,9%	10,6%	6,7%	25,0%	5,0%
TOPLAM	154	66	15	4	239
	64,4%	27,6%	6,3%	1,7%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	64,4%	27,6%	6,3%	1,7%	100,0%

Ankete katılan öğrencilerden reklamcılık uygulama dersleri ile ilgili düşünceleri istendiğinde Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılanların %64.4'ü bu tür derslerin çok faydalı olduğunu, %27.9'u faydalı olduğunu belirtirken, %4.8'de faydasız olduğunu belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden %80.6 çok faydalı, %11.9 faydalı cevabını vermiş, bu fakülteden faydasız cevabı alınmamıştır. Türkiye'den araştırmaya katılan İstanbul Üniversitesi'nden %71 bu tür derslerin çok faydalı olduğunu, %25.8 de faydalı olduğunu ifade etmişlerdir. Leipzig Üniversitesi'nden elde edilen sonuçlara baktığımızda %69.2 faydalı, %15.4 de çok faydalı cevabını vermiştir. Münster Üniversitesi de %50 çok faydalı, %41.7 faydalı demiş bu iki üniversitede faydasız yanıtını vermemiştir. Hannover'den ankete katılanların %58.3'ü faydalı derken, %25 çok faydalı demiş, sadece 1 kişi %8.3 faydasız yanıtını vermiştir.

%64.4 genelde reklamcılık uygulama derslerinin çok faydalı olduğunu, %27.6'da faydalı olduğunu belirtirken sadece %1.7 bu derslerin faydalı olmadığını ifade etmiştir. Çok faydasız yanıtı ise hiçbir üniversiteden alınmamıştır.

Tablo 59: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Halkla ilişkiler teori dersleri

Üniversite	Halkla ilişkiler teorik dersler					TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	Çok Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	38	56	8	2	1	105
	36,2%	53,3%	7,6%	1,9%	1,0%	100,0%
	36,9%	44,8%	42,1%	40,0%	100,0%	41,5%
	15,0%	22,1%	3,2%	,8%	,4%	41,5%
Anadolu Üniversitesi	18	36	10	2		66
	27,3%	54,5%	15,2%	3,0%		100,0%
	17,5%	28,8%	52,6%	40,0%		26,1%
	7,1%	14,2%	4,0%	,8%		26,1%
İstanbul Üniversitesi	22	9				31
	71,0%	29,0%				100,0%
	21,4%	7,2%				12,3%
	8,7%	3,6%				12,3%
Universitaet Leipzig	5	8				13
	38,5%	61,5%				100,0%
	4,9%	6,4%				5,1%
	2,0%	3,2%				5,1%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	2	10				12
	16,7%	83,3%				100,0%
	1,9%	8,0%				4,7%
	,8%	4,0%				4,7%
Fachhochschule Hannover	18	6	1	1		26
	69,2%	23,1%	3,8%	3,8%		100,0%
	17,5%	4,8%	5,3%	20,0%		10,3%
	7,1%	2,4%	,4%	,4%		10,3%
TOPLAM	103	125	19	5	1	253
	40,7%	49,4%	7,5%	2,0%	,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	40,7%	49,4%	7,5%	2,0%	,4%	100,0%

Halkla ilişkiler teori dersleri Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilerin %53'ü tarafından faydalı görülürken, %36.2'si tarafından çok faydalı görüşmüştür, %1.9 bu derslerin faydasız olduğunu beyan etmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden %54.6 faydalı, %27.3 çok faydalı cevabını vermiş, %3 de faydasız demiştir. İstanbul Üniversitesi'nin sonuçlarına baktığımızda bu tür derslerin faydalı olmadığına inanların olmadığını %71'in bu dersleri çok faydalı bulduğunu %29'da faydalı bulduğunu görmekteyiz. Almanya'da araştırma yaptığımız üniversitelerden Leipzig Üniversitesi'nde de faydasız şikkını işaretleyenlerin olmadığını %61.5 faydalı, %38.5 de çok faydalı cevaplarının alındığını görmekteyiz. Münster Üniversitesi'nden de %83.3 faydalı, %16.7 de çok faydalı cevabını vermiş, Hannover'den %69.2 çok faydalı, %23.1 faydalı cevabı çıkmış, %3.8 faydasız cevabını vermiştir. Öğrencilerin halkla ilişkiler teori derslerini faydalı buldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 60: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Halkla ilişkiler uygulama dersleri

Üniversite	Halkla İlişkiler uygulama dersleri				TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	73	25	5	2	105
	69,5%	23,8%	4,8%	1,9%	100,0%
	38,8%	51,0%	45,5%	33,3%	41,3%
	28,7%	9,8%	2,0%	,8%	41,3%
Anadolu Üniversitesi	51	10	5	1	67
	76,1%	14,9%	7,5%	1,5%	100,0%
	27,1%	20,4%	45,5%	16,7%	26,4%
	20,1%	3,9%	2,0%	,4%	26,4%
İstanbul Üniversitesi	26	5			31
	83,9%	16,1%			100,0%
	13,8%	10,2%			12,2%
	10,2%	2,0%			12,2%
Universitaet Leipzig	5	5		3	13
	38,5%	38,5%		23,1%	100,0%
	2,7%	10,2%		50,0%	5,1%
	2,0%	2,0%		1,2%	5,1%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	7	4	1		12
	58,3%	33,3%	8,3%		100,0%
	3,7%	8,2%	9,1%		4,7%
	2,8%	1,6%	,4%		4,7%
Fachhochschule Hannover	26				26
	100,0%				100,0%
	13,8%				10,2%
	10,2%				10,2%
TOPLAM	188	49	11	6	254
	74,0%	19,3%	4,3%	2,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	74,0%	19,3%	4,3%	2,4%	100,0%

Halkla ilişkiler uygulama dersleri Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilerin %69.5 tarafından çok faydalı, %23.8'i tarafından faydalı görülürken, sadece %1.9 bu tür derslerin faydasız olduğunu belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'ne baktığımızda %76.1 çok faydalı, %14.9 faydalı demiş, faydasız diyenler ise %1.5'dur. İstanbul Üniversitesi'ndeki öğrencilerin %83.9'u çok faydalı, % 16.1'i faydalı cevabını vermiş faydalı olmadığını söyleyenler çıkmamıştır. Leipzig Üniversitesi'nden %38.5 çok faydalı %38.5 faydalı derken, %23.1 faydalı olmadığını iddia etmiştir. Münster'deki öğrencilerin de %58.3'ü çok faydalı, %33.3'ü de faydalı cevabını vermiştir. Hannover'den ankete katılan öğrencilerin hepsi halkla ilişkiler uygulama derslerinin faydalı olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 61: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Genel iletişim teori dersleri

Üniversite	Genel iletişim teorik dersler				TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	25	59	15	4	103
	24,3%	57,3%	14,6%	3,9%	100,0%
	30,9%	45,0%	48,4%	50,0%	41,0%
	10,0%	23,5%	6,0%	1,6%	41,0%
Anadolu Üniversitesi	18	33	13	2	66
	27,3%	50,0%	19,7%	3,0%	100,0%
	22,2%	25,2%	41,9%	25,0%	26,3%
	7,2%	13,1%	5,2%	,8%	26,3%
İstanbul Üniversitesi	20	10	1		31
	64,5%	32,3%	3,2%		100,0%
	24,7%	7,6%	3,2%		12,4%
	8,0%	4,0%	,4%		12,4%
Universitaet Leipzig	3	10			13
	23,1%	76,9%			100,0%
	3,7%	7,6%			5,2%
	1,2%	4,0%			5,2%
Westfaellische Wilhem Universitst Münster	2	9		1	12
	16,7%	75,0%		8,3%	100,0%
	2,5%	6,9%		12,5%	4,8%
	,8%	3,6%		,4%	4,8%
Fachhochschule Hannover	13	10	2	1	26
	50,0%	38,5%	7,7%	3,8%	100,0%
	16,0%	7,6%	6,5%	12,5%	10,4%
	5,2%	4,0%	,8%	,4%	10,4%
TOPLAM	81	131	31	8	251
	32,3%	52,2%	12,4%	3,2%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	32,3%	52,2%	12,4%	3,2%	100,0%

“Fakültenizde genel iletişim teori dersleri faydalı mı” diye öğrencilere sorulduğunda Selçuk Üniversitesi’nden bu soruyu cevaplayan 103 kişiden 59’u faydalı, 25’i de çok faydalı cevabını vermiş, 4 kişi ise bu tür derslerin faydalı olmadığını belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi’nden ise 66 kişi bu soruyu cevaplandırmış, 33’ü faydalı derken, 18’i çok faydalı demiş, 2 kişi ise faydalı değildir cevabını tercih etmiştir. İstanbul Üniversitesi’nin sonuçlarına baktığımızda burada 31 kişinin bu soruyu cevaplandığı bunlardan da 20’sinin çok faydalı, 10 kişinin de faydalı cevabını verdiğini, 1 kişinin de fikrim yok dediğini görmekteyiz. Leipzig Üniversitesi’nden katılan 13 kişinin 10 tanesi faydalı 3 tanesi de çok faydalı cevabını vermiştir. Münster’den elde edilen cevaplara baktığımızda 9 kişinin faydalı

dediğini sadece 1 kişinin bu tür dersleri faydalı bulmadığını da görmekteyiz. Hannover'den ise 26 kişi anketi cevaplandırmış bunlardan 13 tanesi bu tür dersleri çok faydalı, 10 tanesi de faydalı bulduğunu dile getirmiştir 1 kişi ise bu tür derslerin faydalı olmadığını söylemiştir. Genele baktığımızda 251 kişi ankete katılmış 131 kişi genel iletişim teori derslerini faydalı 81 kişi ise çok faydalı bulmuştur. Sadece 8 kişi bu derslerin faydasız olduğunu söylemiştir.

Tablo 62: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Genel İletişim uygulama dersleri

Üniversite	Genel İletişim uygulama dersleri				TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	49	37	16	2	104
	47,1%	35,6%	15,4%	1,9%	100,0%
	36,0%	44,0%	55,2%	50,0%	41,1%
	19,4%	14,6%	6,3%	,8%	41,1%
Anadolu Üniversitesi	35	21	11		67
	52,2%	31,3%	16,4%		100,0%
	25,7%	25,0%	37,9%		26,5%
	13,8%	8,3%	4,3%		26,5%
İstanbul Üniversitesi	22	8	1		31
	71,0%	25,8%	3,2%		100,0%
	16,2%	9,5%	3,4%		12,3%
	8,7%	3,2%	,4%		12,3%
Universitaet Leipzig	3	10			13
	23,1%	76,9%			100,0%
	2,2%	11,9%			5,1%
	1,2%	4,0%			5,1%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	7	5			12
	58,3%	41,7%			100,0%
	5,1%	6,0%			4,7%
	2,8%	2,0%			4,7%
Fachhochschule Hannover	20	3	1	2	26
	76,9%	11,5%	3,8%	7,7%	100,0%
	14,7%	3,6%	3,4%	50,0%	10,3%
	7,9%	1,2%	,4%	,8%	10,3%
TOPLAM	136	84	29	4	253
	53,8%	33,2%	11,5%	1,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	53,8%	33,2%	11,5%	1,6%	100,0%

Selçuk Üniversitesi'nden anketi cevaplayan 104 kişiden 49'u genel iletişim uygulama derslerini çok faydalı bulurken, 37 tanesi faydalı bulmuş sadece 2 kişi bu derslerin faydalı olmadığını belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden katılan 67 kişiden de 35 tanesi çok faydalı, 21 tanesi de faydalı cevabını vermiş, faydalı olmadığını söyleyenler çıkmamıştır. İstanbul Üniversitesi'nde de 31 kişiden 22'si

çok faydalı, 8'i de faydalı cevabını vermiştir. Bu üniversiteden de faydasız sonucu çıkmamıştır. Almanya'dan ankete katılan öğrencilere baktığımızda Leipzig Üniversitesi'nden 13 kişi katılmış, bunlardan 3 tanesi çok faydalı 10 tanesi de faydalı cevabını vermiştir. Münster'den katılan 12 kişiden de 7 tanesi çok faydalı derken 5 tanesi de faydalı demiştir. Hannover Üniversitesi'nden katılanların sayısı 26'dır. 20 kişi çok faydalı 3 kişi de faydalı derken, 2 kişi faydalı olmadığını söylemiştir.

Toplam 253 kişiden 136'sı genel iletişim uygulama derslerinin çok faydalı olduğunu, 84 kişi ise faydalı olduğunu söylemiş, 29 kişi fikrim yok demiş ve sadece 4 kişi bunlardan 2 tanesi Selçuk Üniversitesi'nden 2 tanesi de Hannover'den bu derslerin faydalı olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 63: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Gazetecilik teori dersleri

Üniversite	Gazetecilik teorik dersler				TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	9	33	52	6	100
	9,0%	33,0%	52,0%	6,0%	100,0%
	24,3%	35,1%	50,0%	50,0%	40,5%
	3,6%	13,4%	21,1%	2,4%	40,5%
Anadolu Üniversitesi	7	20	33	5	65
	10,8%	30,8%	50,8%	7,7%	100,0%
	18,9%	21,3%	31,7%	41,7%	26,3%
	2,8%	8,1%	13,4%	2,0%	26,3%
İstanbul Üniversitesi	10	10	11		31
	32,3%	32,3%	35,5%		100,0%
	27,0%	10,6%	10,6%		12,6%
	4,0%	4,0%	4,5%		12,6%
Universitaet Leipzig	3	4	6		13
	23,1%	30,8%	46,2%		100,0%
	8,1%	4,3%	5,8%		5,3%
	1,2%	1,6%	2,4%		5,3%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	1	11			12
	8,3%	91,7%			100,0%
	2,7%	11,7%			4,9%
	,4%	4,5%			4,9%
Fachhochschule Hannover	7	16	2	1	26
	26,9%	61,5%	7,7%	3,8%	100,0%
	18,9%	17,0%	1,9%	8,3%	10,5%
	2,8%	6,5%	,8%	,4%	10,5%
TOPLAM	37	94	104	12	247
	15,0%	38,1%	42,1%	4,9%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	15,0%	38,1%	42,1%	4,9%	100,0%

Selçuk Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilere gazetecilik teorik derslerin faydalı olup olmadığı sorulduğunda %52 bu konuda fikrim yok derken, %33 bu derslerin faydalı olduğunu belirtmiştir, faydalı değildir diyenlerin oranı ise sadece %6'dır. Anadolu Üniversitesi'nden katılanların da %50.3 fikrim yok derken, faydalı diyenler %30.8, faydalı değildir diyenler ise %7.7'dir. İstanbul Üniversitesi'nden %35.5 fikrim yok demiş, %32.3 çok faydalı, %32.5 da faydalı cevabını vermiştir. Bu derslerin faydalı olmadığını söyleyenler bu fakülteden yoktur. Leipzig Üniversitesi'ne baktığımızda burada da büyük bir çoğunluğun bu %46.2 fikrim yok dediğini görmekteyiz ama genele baktığımızda faydalı diyenler fazladır, çünkü geri kalan %30.8 faydalı, %23.1 de çok faydalı cevabını vermiştir. Münster Üniversitesi'nden %91.7 faydalı, %8.3 de çok faydalı cevabı çıkmıştır. Hannover'e %61.5 faydalı cevabı, %26.9 çok faydalı cevabı çıkmış, %3.8 faydalı değildir demiştir.

Hem Türkiye hem de Almanya'ya baktığımızda özellikle Türkiye açısından fikrim yok diyenlerin fazla olduğunu görmekteyiz. Almanya'da da Leipzig Üniversitesi'nde fikrim yok diyenler çoğunlukta iken diğer üniversiteler gazetecilik teorik derslerin bu bölüm için faydalı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Tablo 64: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Gazetecilik uygulama dersleri

Üniversite	Gazetecilik uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	Çok Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	21	20	53	6		100
	21,0%	20,0%	53,0%	6,0%		100,0%
	30,4%	32,3%	52,0%	54,5%		40,5%
	8,5%	8,1%	21,5%	2,4%		40,5%
Anadolu Üniversitesi	17	14	31	3		65
	26,2%	21,5%	47,7%	4,6%		100,0%
	24,6%	22,6%	30,4%	27,3%		26,3%
	6,9%	5,7%	12,6%	1,2%		26,3%
İstanbul Üniversitesi	11	8	11	1		31
	35,5%	25,8%	35,5%	3,2%		100,0%
	15,9%	12,9%	10,8%	9,1%		12,6%
	4,5%	3,2%	4,5%	,4%		12,6%
Universitaet Leipzig		5	5		3	13
		38,5%	38,5%		23,1%	100,0%
		8,1%	4,9%		100,0%	5,3%
		2,0%	2,0%		1,2%	5,3%
Westfaellische Wilher Universitst Münster	6	5	1			12
	50,0%	41,7%	8,3%			100,0%
	8,7%	8,1%	1,0%			4,9%
	2,4%	2,0%	,4%			4,9%
Fachhochschule Hannover	14	10	1	1		26
	53,8%	38,5%	3,8%	3,8%		100,0%
	20,3%	16,1%	1,0%	9,1%		10,5%
	5,7%	4,0%	,4%	,4%		10,5%
TOPLAM	69	62	102	11	3	247
	27,9%	25,1%	41,3%	4,5%	1,2%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	27,9%	25,1%	41,3%	4,5%	1,2%	100,0%

Gazetecilik uygulama derslerinin faydalı olup olmadığı sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden %53 fikrim yok derken, %21 bu derslerin çok faydalı olduğunu söylerken, %20 de faydalı olduğunu söylemiştir, sadece %6 bu derslerin faydasız olduğunu söylemiştir. Anadolu Üniversitesi'nde de %47.7 fikrim yok derken, %26.2 çok faydalı demiştir. Gazetecilik uygulama derslerinin faydasız olduğunu söyleyenlerin oranı ise %4.6'dır. İstanbul Üniversitesi'nde de fikrim yok diyenlerin oranı %35.5 iken %35.5 bu derslerin çok faydalı olduğunu belirtmiş, %3.2 bu dersleri faydasız bulmuştur. Leipzig Üniversitesi'nden %38.5 faydalı derken, %38.5 fikrim yok demiştir, çok faydasız diyenlerin oranı ise %23.1'dir. Münster Üniversitesi'ne baktığımızda %50 çok faydalı, %41.7 faydalı derken %8.3 fikrim yok cevabını vermiştir. Hannover Üniversitesi'nin verdiği cevaplar ise %53.8 çok faydalı, %38.5 faydalı ve %3.8 faydasızdır.

Genele baktığımızda %41.3 fikrim yok demıştır. Bu dersler %27.9 ile çok faydalı bulunmuştur.

Tablo 65: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Radyo TV Sinema teori dersleri

Üniversite	Radyo TV Sinema teorik dersler				TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	8	31	54	7	100
	8,0%	31,0%	54,0%	7,0%	100,0%
	17,4%	35,6%	52,4%	63,6%	40,5%
	3,2%	12,6%	21,9%	2,8%	40,5%
Anadolu Üniversitesi	7	26	30	2	65
	10,8%	40,0%	46,2%	3,1%	100,0%
	15,2%	29,9%	29,1%	18,2%	26,3%
	2,8%	10,5%	12,1%	,8%	26,3%
İstanbul Üniversitesi	11	7	13		31
	35,5%	22,6%	41,9%		100,0%
	23,9%	8,0%	12,6%		12,6%
	4,5%	2,8%	5,3%		12,6%
Universitaet Leipzig	5	3	3	2	13
	38,5%	23,1%	23,1%	15,4%	100,0%
	10,9%	3,4%	2,9%	18,2%	5,3%
	2,0%	1,2%	1,2%	,8%	5,3%
Westfaellische Wilhems Universitet Münster		11	1		12
		91,7%	8,3%		100,0%
		12,6%	1,0%		4,9%
		4,5%	,4%		4,9%
Fachhochschule Hannover	15	9	2		26
	57,7%	34,6%	7,7%		100,0%
	32,6%	10,3%	1,9%		10,5%
	6,1%	3,6%	,8%		10,5%
TOPLAM	46	87	103	11	247
	18,6%	35,2%	41,7%	4,5%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	18,6%	35,2%	41,7%	4,5%	100,0%

Radyo TV Sinema teori derslerine baktığımızda Selçuk Üniversitesi'nin %54'ü fikrim yok derken, %31 bu dersleri faydalı bulmuş, sadece %7 bu derslerin faydalı olmadığını belirtmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden %46.2 fikrim yok cevabını vermiş, %40 faydalı derken, %3.1 bu derslerin faydasız olduğunu ifade etmiştir. İstanbul Üniversitesi'nden ankete katılan öğrencilerden %41.9 fikrim yok demiş, %35.3 çok faydalı, %22.6 ise faydalı cevabını vermiştir.

Almanya'dan ankete katılan öğrencilerin verdiği cevaplar da ise Leipzig Üniversitesi'nden %38.5 Radyo TV Sinema derslerini çok faydalı bulurken, %23.1 faydalı bulmuş, %15.4 ise faydalı olmadığını söylemiştir. Münster Üniversitesi'nden katılanlara baktığımızda ise %91.7 faydalı cevabını vermiş, %8.3 ise fikrim yok demıştır. Hannover'den ankete katılan öğrenciler ise Radyo TV Sinema derslerinin

faydalı olup olmadığı konusunda %57.7 oranında çok faydalı derken, %34.6 faydalı demiştir, faydalı olmadığını söyleyenler ise çıkmamıştır.

Tablo 66: Fakültenizde sizce hangi tür dersler faydalı? Radyo TV Sinema uygulama dersleri

Üniversite	Radyo TV Sinema uygulama dersleri					TOPLAM
	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim Yok	Faydasız	Çok Faydasız	
Selçuk Üniversitesi	22	19	53	6		100
	22,0%	19,0%	53,0%	6,0%		100,0%
	26,2%	35,2%	54,6%	66,7%		40,5%
	8,9%	7,7%	21,5%	2,4%		40,5%
Anadolu Üniversitesi	20	17	28			65
	30,8%	26,2%	43,1%			100,0%
	23,8%	31,5%	28,9%			26,3%
	8,1%	6,9%	11,3%			26,3%
İstanbul Üniversitesi	12	5	13	1		31
	38,7%	16,1%	41,9%	3,2%		100,0%
	14,3%	9,3%	13,4%	11,1%		12,6%
	4,9%	2,0%	5,3%	,4%		12,6%
Universitaet Leipzig	2	3	3	2	3	13
	15,4%	23,1%	23,1%	15,4%	23,1%	100,0%
	2,4%	5,6%	3,1%	22,2%	100,0%	5,3%
	,8%	1,2%	1,2%	,8%	1,2%	5,3%
Westfaellische Wilhems Universitst Münster	6	6				12
	50,0%	50,0%				100,0%
	7,1%	11,1%				4,9%
	2,4%	2,4%				4,9%
Fachhochschule Hannover	22	4				26
	84,6%	15,4%				100,0%
	26,2%	7,4%				10,5%
	8,9%	1,6%				10,5%
TOPLAM	84	54	97	9	3	247
	34,0%	21,9%	39,3%	3,6%	1,2%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	34,0%	21,9%	39,3%	3,6%	1,2%	100,0%

Radyo TV Sinema uygulama derslerine baktığımızda Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler öğrencilerinin %53'ü fikrim yok, %22'si çok faydalı, %6'sı ise faydasız cevabını vermiştir. Anadolu Üniversitesi'nden ankete katılanların ise %43.1'i fikrim yok derken, %30.8'i çok faydalı, %26.2'si de faydalı cevabını vermiştir. İstanbul İletişim Halkla İlişkiler öğrencileri de çoğunluk olarak %41.9 fikrim yok demiştir, çok faydalı diyenler %38.7 iken faydasız diyenler %3.2'dir. Almanya'dan ankete katılan Halkla İlişkiler öğrencilerinin verdikleri cevapları incelediğimizde Leipzig Üniversitesi'nden %23.1 fikrim yok, %23.1 faydalı derken, %23.1 de çok faydasız demiştir. Münster ve Hannover Üniversitesi'nde ise sadece çok faydalı ve faydalı cevabı alınmıştır. Münster Üniversitesi'nde %50 çok faydalı, %50 faydalı cevabını vermiş, Hannover Üniversitesi'nde de %84.6 çok faydalı, %15.4 de faydalı demiştir. Almanya'dan elde

edilen cevaplara baktığımızda çoğunluğun Radyo TV ve Sinema derslerini faydalı bulduğunu, Türkiye'deki öğrencilerin ise; bu soruya daha çok fikrim yok cevabını verdiğini görmekteyiz.

6.2 Türkiye ve Almanya'daki Öğretim Görevlilerinin Halkla İlişkiler Eğitimi İle İlgili Düşünceleri

Çalışmamızın diğer bir bölümünde araştırmaya katılan fakültelerin öğretim görevlilerine mevcut ders programları hakkında sorular sorulmuştur. Altı tane fakülteden altı öğretim elemanı ile görüşülmüş, onlardan halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili düşünceleri alınmıştır. Verilen cevapların hepsi kasete kaydedilip, tek tek incelenmiştir. Bu sorulardan araştırmamız açısından önemli olanlar dikkate alınarak bazı soruların cevaplarına yer verilmiştir. Öğretim görevlilerinin de görüşlerini dikkate alarak uygulamalı mı yoksa teorik eğitimin mi ağırlıklı olması gerektiği konusunda çıkarımlar elde edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın bu bölümünde görüşme tekniğine başvurulmuş ve öğretim görevlilerine birkaç soru yöneltilmiştir. Yapılan mülakat sonucunda öne çıkan noktalar şöyledir:

Eğitim açısından daha çok teoriye dayalı mı yoksa uygulamalı mı eğitim verdikleri sorulduğunda Selçuk Üniversitesi Halkla İlişkiler Bölüm Başkanı olan Doç Dr. Ahmet Kalender kendilerinin böyle bir ayrıma gitmediklerini, fakültelerinde uygulama birimlerinin fazla olduğunu belirtmiştir. Alınan teorik eğitimin uygulama ile bütünleşmesi gerektiğini 1. ve 2. sınıflarda teorik temelli eğitimin, 3. ve 4. sınıflarda ise uygulamalı eğitimin verildiğini ifade etmiştir. Kendi görüşü sorulduğunda ise halkla ilişkilerin %90 teoriye, %10 da bunu uygulamaya dökmek olduğunu teorik birikimin uygulamaya aktarılması gerektiğine ne çok fazla teori ne de çok fazla uygulamalı eğitim verilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir.

Anadolu Üniversitesi'nden görüştüğümüz Doç. Dr. Ferruh Uztuğ ise kurumsal bilginin yanında uygulamanın da önemli olduğunu ve teorik eğitim mi uygulamalı

eğitim mi diyerek bir ayırım yapmanın mümkün olmadığını belirtmiştir. Teori ve uygulamanın iletişimde iç içe olduğuna dikkat çekmiştir.

İstanbul Üniversitesi'nde görevli olan Doç Dr. Aydemir Okay ise fakültelerinde daha çok teorik eğitim verildiğini 3. ve 4. sınıflarda verilen uygulamalı eğitimin yeterli olmadığını belirtmiş, kendisi de önce teorik sonra uygulamalı eğitimin verilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Almanya'da ki üç üniversitenin hocalarına da aynı sorular yöneltildiğinde Hannover Üniversitesi'nden Prof. Dr. Annette Uphaus Wehmeier, kendilerinin daha çok uygulamalı eğitim verdiklerini hem teori hem de uygulamanın önemli olduğunu belirtmiştir. Leipzig Üniversitesi Bölüm Başkanı olan Prof. Dr. Günter Bentele ise fakültelerinde hem teori, hem de uygulama ağırlıklı eğitim verdiklerini teorinin sağlam temellere oturtulmasının uygulama açısından önemli olduğunu söylemişlerdir.

Münster Üniversitesi'nde görev yapan Prof. Dr. Ulrike Röttger'de daha çok teoriye dayalı eğitim verdiklerini uygulama derslerinin de programlarında bulunduğunu belirtmiştir.

Genel olarak hem Türkiye' örneklemimizi oluşturan üç üniversiteyi hem de Almanya'daki üç üniversiteyi karşılaştırdığımızda daha çok teorik bazda eğitim verildiğini ve uygulamalı eğitimin de bunun üzerine kurulduğunu görmekteyiz.

Yine öğretim görevlilerine fakültelerindeki ders programlarını nasıl belirledikleri, diğer fakültelerle kıyasladıklarında ortak yönler veya farklılıklar olup olmadığı sorulduğunda Selçuk Üniversitesinden Doç. Dr. Ahmet Kalender belirli bir modeli örnek almadıklarını, yabancı üniversitelerin müfredatlarını da incelediklerini ifade etmiş, diğer üniversitelerle sadece derslerin adında farklılıklar olduğuna ama derslerin içeriklerinin aynı olduğuna dikkat çekmiştir.

Anadolu Üniversitesinden Doç. Dr. Ferruh Uztuğ ise Uluslar arası Halkla İlişkiler Derneği'ne akredite bir kurum olduklarını ve ders programını hazırlarken bu kurumla birlikte hareket ettiklerini belirtmiştir. Diğer fakültele nazaran kendi

fakültelerinde daha fazla uygulama yapıldığını halkla ilişkileri bütünleşik iletişim olarak gördüklerini ve diğer fakültelerden farklı bir ders işleniş tarzını benimsediklerini savunmuştur.

Doç. Dr. Aydemir Okay ise İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde ders programı hazırlanırken izlenimlere ve ekollere dikkat çektiklerini, ders adlarının farklı olsa da ders içeriklerinin aynı olduğuna inandığını belirtmiştir. Türkiye'de ders programlarının birbirlerinden çok da farklı olmadığını, hocaların ders programları hazırlarken diğer fakülteleri de inceledikleri sonucuna verilen cevaplardan ulaşabiliriz.

Almanya'nın ders programlarını nasıl oluşturduğuna baktığımız da ise Hannover Üniversitesi'nde örnek alınan bir modelin olmadığını görmekteyiz. Leipzig Üniversitesi ise temel eğitimlerinin iki yıl sürdüğünü ve ders programlarını bu şekilde hazırladıklarını ve bu programı hazırlarken Almanya'daki gelişimi de dikkate aldıklarını belirtmiş, ilk iki yıldan sonra ise seçmeli derslere ağırlık verdiklerini söylemişlerdir. Münster Üniversitesi ise bu sorumuza alanın ağırlığı doğrultusunda ders programı hazırladıklarını uygulamalı derslerde öğrencilere geniş bir yelpaze sunmaya çalıştıklarını belirtmişlerdir. Diğer üniversitelerle de aralarında pek fark olmadığına da dikkat çekmektedirler.

Genel olarak Almanya'da halkla ilişkiler mesleğinin yeni olması sebebiyle ders programı hazırlanırken fakültelelere çok geniş bir alan sunulmadığını görmekteyiz. Almanya'da ki halkla ilişkiler eğitimi veren kurumların az olması nedeniyle ders programlarının hazırlanmasında bazı zorluklar yaşanıldığını belirtebiliriz.

Halkla ilişkiler eğitimi veren fakültelerde halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencilere aynı zamanda gazetecilik, reklamcılık ve radyo televizyon ve sinema derslerinin de verildiği görülmektedir. Bu tür derslerin halkla ilişkiler bölümü açısından gerekli olup olmadığı araştırmaya katılan hocalarımıza sorulmuştur. Doç. Dr. Ahmet Kalender, bu derslerin zorunlu olmamakla birlikte yararlı olduğuna halkla ilişkileri bitirmiş bir kişinin aynı zamanda bu alanlarda da çalışabildiğine dikkat çekmiştir. Halkla ilişkiler bölümünü diğer bölümlerden soyutlayamayacağımıza

değinen Doç. Dr. Ahmet Kalender bütün bölüme iletişim olarak bakmak gerektiğini vurgulamıştır.

Doç Dr. Ferruh Uztuğ ise bu konuda bütünleşik iletişim kavramının devreye girdiğini her bölümün diğer bölümleri de dikkate alması gerektiğini belirtmiştir. İstanbul Üniversitesi'nden Aydemir Okay'da halkla ilişkilerin yapısına uygun olan derslerin ders programında yer alması gerektiğini, diğer derslerin halkla ilişkilere yardımcı dersler olarak programa dahil edilmesi gerektiğini söylemiştir.

Hannover'den Annette Uphaus Wehmeier halkla ilişkilerin pazar odaklı yapıldığına bu sebeple reklam derslerinin zaten müfredatta yer alması gerektiğine, önemli olanın halkla ilişkilerin diğer bölümlerden hangi yönlerde ayrıldığına dikkat edilmesine ve ağırlıklı olarak halkla ilişkiler dersleri olması gerektiğine değinmiştir. Prof. Dr. Günter Bentele ise halkla ilişkilerin disiplinler arası bir meslek olduğunu ve bu alandan derslere de ihtiyaç duyulduğunu vurgulamış, Münster Üniversitesi'nden Prof. Dr. Ulrike Röttger de aynı görüşü belirtmiştir.

Araştırmaya katılan öğretim görevlilerine halkla ilişkiler eğitiminde gördükleri en büyük problem nedir diye sorulduğunda Selçuk Üniversitesi'nden Doç. Dr. Ahmet Kalender kavram kargaşasının varlığından bahsetmiştir. Anadolu Üniversitesi'nden Doç. Dr. Ferruh Uztuğ ise eğitim sistemine iyi bir iletişim ve pazarlama bilgisinin kazandırılması gerektiğine, sosyal bilimler derslerine de ağırlık verilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. İstanbul Üniversitesi'nden görüş aldığımız Doç. Dr. Aydemir Okay ise en büyük sorun olarak yeni üniversitelerin açılmasını ve bunların eğitim kadrolarının eksik olmasını göstermiştir. Okay'a göre akademisyenler yeterince yetiştirilip ondan sonra eğitim vermeleri desteklenmeli ve öğretim üyelerinin dersleri verecek nitelikte bilgilerle donatılmaları gerekmektedir.

Almanya'da ki öğretim görevlilerinin halkla ilişkiler eğitimi alanında gördükleri en büyük problemler ise Hannover Üniversitesi'nden Prof. Dr. Annette Uphaus Wehmeier'e göre halkla ilişkiler meslek alanının dar olması ve bunun yanında mezun olan kişilerin aynı zamanda gazetecilik, reklamcılık, televizyonculuk mezunlarıyla rekabet etme durumlarının olmasıdır. Prof. Dr. Günter Bentele'ye göre ise halkla ilişkilerin sadece kadınlar tarafından yürütülen bir meslek olarak görülmesi

bir problemdir. Aynı zamanda işletmelerin halkla ilişkilere daha fazla önem vermeleri konusunda üniversitelere büyük görevler düştüğünü ifade etmektedir.

Münster Üniversitesi'nden Prof. Dr. Ulrike Röttger ise halkla ilişkilerin Almanya'da daha yeni bir meslek olduğunu ve Türkiye'nin tam tersi olarak Almanya'da çok fazla bu alanda eğitim veren kurumların olmamasının bir eksiklik olarak gördüğünü belirtmektedir.

Öğretim görevlileri ile yapılan görüşmeler sonucunda görülmektedir ki Türkiye'de halkla ilişkiler eğitimi veren fakültelerin sayısı Almanya'ya nazaran daha fazladır. Hem Türkiye'de hem de Almanya'da halkla ilişkiler disiplinler arası bir meslek olarak görülmektedir ve halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencilerin aynı zamanda diğer bölümlerden de bunlar gazetecilik, reklamcılık ve radyo tv ve sinema alanları ile ilişkili dersler almaları gerektiği vurgulanmaktadır. Halkla ilişkiler ders programı hazırlanırken diğer fakültelerin de dikkate alındığı fakat halkla ilişkiler mesleğinin yeni olmasının ders programı hazırlanırken problemler yaşattığı ve halkla ilişkilerin bir anlam kargaşası içinde olduğu da ortak bir görüştür.

6.3. Türkiye ve Almanya'da Halkla İlişkiler Bölümü Ders Programlarının İncelenmesi

Türkiye ve Almanya'daki iletişim fakültelerinin ders programları ve ders içerikleri elde edilerek bunlar ayrıntılı olarak incelenmiştir. Buradaki amaç ders içerikleri konusunda Türkiye ve Almanya'daki mevcut durumu analiz etmek ve farklılıkları görmektir.

6.3.1. Türkiye'deki İletişim Fakültelerinin Halkla İlişkiler Bölümü Ders Programları

Örneğimiz içerisinde bulunan Türkiye'de eğitim veren üç fakültenin ders programları elde edilmiş ve bunlar daha sonra kısmi içerik yöntemi kullanılarak üç

kategoriye ayrılarak incelenmiştir. Ders programları genel formasyon, kuram ve uygulama dersleri olarak kategorileştirilmiş ve dersler bu kategoriler altında değerlendirilmiştir.

Selçuk Üniversitesi'ne baktığımızda 2004-2005 yılı ders programında 8 dönemde toplam 93 ders vardır. Bunların 36'sı zorunlu ders olup geri kalan 57 tanesi ise seçmeli derslerden oluşmaktadır. Öğrenciler kredileri doğrultusunda dönemlerinde verilen ve ilgi alanlarına giren seçmeli dersler arasından seçim yapmaktadır.

İstanbul Üniversitesi'nde toplam 70 ders verilmektedir. Bu derslerin 48 tanesi zorunlu derslerden oluşurken, 22 tanesi de seçmeli dersten oluşmaktadır. Zorunlu derslerin sayısı İstanbul Üniversitesi'nde seçmeli derslerden daha fazladır.

Araştırmamıza katılan diğer bir üniversite de Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'dir. Bu fakülte'deki toplam ders sayısı 68'dir. Burada da zorunlu dersler seçmeli derslerden daha fazladır. Zorunlu ders sayısı 40 iken, seçmeli derslerin sayısı 28'dir. Her fakültenin ders programları ayrı ayrı incelenmiş, özellikle ders içerikleri tek tek değerlendirilerek belirlenen kategoriler içine yerleştirilmiştir. Yapılan incelemelerden sonra genel formasyon dersleri açısından şöyle bir tablo oluşmaktadır:

Tablo 67: Türkiye'deki üç üniversitenin genel formasyon derslerinin dağılımı

GENEL FORMASYON DERSLERİ	SELÇUK İLETİŞİM		İSTANBUL İLETİŞİM		ANADOLU İLETİŞİM		TOPLAM	
	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli
ATATÜRK İLK. VE İNK. TARİHİ I-II	X		X		X		6	
TÜRK DİLİ I-II	X		X		X		6	
YABANCI DİL I-II	X		X				4	

KLAVYE I-II	X X						2	
TÜRK KÜLTÜR UYGARLIĞI		X			X		1	1
SANAT VE ESTETİK I-II		X	X X		X		3	1
FELSEFEYE GİRİŞ					X		1	
PSİKOLOJİ	X			X	X		2	1
SOSYOLOJİ I-II	X				X X		3	
GENEL İŞLETME	X		X		X(İNG)		3	
HUKUKUN TEMEL KAVRAMLARI	X		X	X			2	1
SOSYAL PSİKOLOJİ	X		X		X(İNG)		3	
YABANCI DİLDE OKUMA VE KONUŞMA	X						1	
SOS.BİL. ARAŞT. YÖNTEMLERİ	X				X		2	
SİYASET BİLİMİ		X						1
SOSYAL DÜŞÜNME		X						1
SOSYAL BİLİMLER İÇİN İSTATİSTİK	X		X			X	2	1
SİYASAL DÜŞÜNCELER		X	X			X	1	2
KAMUOYU ARAŞTIRMAL ARI		X	X				1	1
ALGI PSİKOLOJİSİ		X						1

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ		X						1
AKADEMİK YABANCI DİL I-II		X			X(İNG)		2	2
PROPAGANDA		X						1
ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR		X						1
AVRUPA BİRLİĞİ NORMLARI		X		X				2
KÜLTÜREL ANTROPOLOJİ			X			X	1	1
BEDEN EĞİTİMİ						X		1
GRAFİK				X		X		2
MÜZİK						X (İNG)		1
RESİM						X		1
KARİKATÜR						X		1
TİYATRO						X		1
TOPLAM	16	13	15	4	15	9	46	26

Selçuk Üniversitesi'nin ders programına baktığımızda genel formasyon ağırlıklı 29 ders görmekteyiz. Bunların 16 tanesi zorunlu iken 13 tanesi de seçmelidir. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin ise genel formasyon içerikli 15 zorunlu 4 tanede seçmeli dersi bulunmaktadır. Anadolu Üniversitesi'nde de toplam 24 genel formasyon dersinden 15 tanesi zorunlu, 9 tanesi ise seçmelidir. Anadolu Üniversitesi'nde bazı dersler İngilizce verilmektedir.

Genel formasyon dersleri öğrencinin hayata bakışını kolaylaştıran genel kültürünü zenginleştiren derslerdir. Bu derslerin bazıları Yüksek Öğretim Kurulu

tarafından fakültelerin vermesi gereken zorunlu dersler. Bu dersler öğrencilerin bilimsel yönde ağırlık kazanmasını sağlayacak derslerden oluşmakta ve içerikleri bu şekilde düzenlenmelidir.

Kuram dersleri öğrencinin ilgili mesleği doğrultusunda alması gereken temel derslerden oluşmaktadır. Bu dersler teorik bilgiyi içermektedir. Özellikle Halkla ilişkiler bölümü açısından baktığımızda bir iletişim öğrencisinin alması gereken iletişim içerikli ve halkla ilişkiler bölümü içerikli temel derslerden oluşmaktadır. Mesleğin temel teoriye dayalı derslerinden oluşmaktadır. Fakültelerin verdikleri bu alandaki dersler şu şekilde sıralanmıştır:

Tablo 68: Türkiye’deki üç üniversitenin kuram derslerinin dağılımı

KURAM DERSLERİ	SELÇUK İLETİŞİM		İSTANBUL İLETİŞİM		ANADOLU İLETİŞİM		TOPLAM	
	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli
İLETİŞİM BİLİMİ I-II	X		X		X		6	
	X		X		X			
İLETİŞİM TARİHİ		X	X				1	1
İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ		X	X	X			1	2
İKNA EDİCİ İLETİŞİM		X			X(İNG)		1	1
İLETİŞİM PSİKOLOJİSİ		X						1
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI		X			X(İNG)		1	1
SÖZSÜZ İLETİŞİM		X						1
ÖRGÜTSEL İLETİŞİM		X	X				1	1
KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI	X		X				2	
MEDYA PLANLAMASI	X		X	X	X(İNG)		3	1
İLETİŞİM SİSTEMLERİ		X		X				2
KÜLTÜRLER ARASI İLETİŞİM		X						1
SİYASAL İLETİŞİM		X				X		2
İLETİŞİM ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ		X		X	X		1	2
ULUSLAR ARASI İLETİŞİM		X		X				2
SPONSORLUK		X						1
İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ		X						1
İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ		X						1
ÖRGÜT İÇİ İLETİŞİM VE		X		X				2

MOTİVASYON								
İŞ HAYATI İÇİN	X						1	
YABANCI DİL								
RADYO TV'NİN TEMEL KAVRAMLARI	X						1	
TEMEL GAZETECİLİK	X				X		2	
TEMEL FOTOĞRAFÇILIK		X			X (İNG)		1	1
TV PROGRAMCILIĞI		X			X		1	1
REKLAMCILIK	X		X		X(İNG)		3	
REK. VE H.İ. YASAL DÜZENLEMELER	X				X		2	
REKLAM TANITIM FİLMİ YAPIMI		X						1
TELEVİZYON REKLAMCILIĞI		X		X		X		3
İNTERNET REKLAMCILIĞI		X						1
KURUMSAL KİMLİK İMAJI		X	X	X			1	2
REKLAM HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYA ANALİZİ		X				X		2
HALKLA İLİŞKİLER I-II	X		X		X		5	
	X		X					
PAZARLAMA	X		X		X		3	
MARKA YÖNETİMİ		X	X		X		2	1
HALKLA İLİŞKİLERDE METİN YAZARLIĞI	X			X		X	1	2
PAZARLAMA İLETİŞİMİ	X		X			X(İNG)	2	1
HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI	X					X	1	1
HALKLA İLİŞKİLERDE KRİZ YÖNETİMİ		X						1
MEDYA VE PAZARLAMA ARAŞT.			X				1	
MEDYADA METİN YAZARLIĞI			X				1	
KİTLE İLETİŞİM HUKUKU			X				1	
MEDYA ETİĞİ			X		X		2	
KÜRESEL MEDYA SEKTÖRLERİ			X				1	
EKONOMİ				X	X		1	1
GÖRSEL İLETİŞİM					X		1	
İLETİŞİM EĞİTİMİNDE				X				1

KALİTE								
HALKLA İLİŞKİLER YÖNETİMİ						X		1
REKLAM TARİHİ				X		X		2
İLETİŞİM YÖNETİMİ					X(İNG)		1	
TOPLAM	15	25	19	12	18	8	52	45

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde toplam 40 adet kuram dersi verilmektedir. Bu derslerden 15 tanesi zorunlu iken 25 tanesi de seçmeli olarak verilmektedir. İstanbul Üniversitesi'nde 19 tane zorunlu kuram dersi, 12 tane de seçmeli kuram dersi yer alırken, Anadolu Üniversitesi'nde zorunlu kuram derslerinin sayısı 18, seçmeli derslerin sayısı ise 8'dir. Özellikle Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde seçmeli derslerin fazlalığı dikkat çekmektedir. Anadolu Üniversitesi'nde bazı kuram derslerinin İngilizce verildiği görülmektedir.

Uygulama derslerinin dağılımı ise aşağıdaki şekilde yer almaktadır:

Tablo 69: Türkiye'deki üç üniversitenin uygulama derslerinin dağılımı

UYGULAMALI DERSLERİ	SELÇUK İLETİŞİM		İSTANBUL İLETİŞİM		ANADOLU İLETİŞİM		TOPLAM	
	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli
SUNUCULUK VE SPİKERLİK I-II		X X						2
TEMEL BİLG. TEKN.KULLANIMI	X		X		X		3	
TEMEL BİLGİSAYAR BİLİMLERİ	X		X				2	
REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI		X				X		2
BİLGİSAYARDA YARATICI ÇALIŞMALAR I-II		X X		X X		X X		6
REKLAMDA YARATICILIK I-II		X			X X		2	1

REKLAM KAMPANYALARI	X			X	X		2	1
RADYO REKLAMCILIĞI		X						1
REKLAM METİN YAZARLIĞI		X	X			X	1	2
REKLAM KAMPANYA UYGULAMALARI	X		X				2	
MESLEKİ YABANCI DİL I-II		X						2
WEB TASARIMI I-II		X	X			X	2	3
REKLAMCILIKTA SEKTÖREL UYGULAMALAR		X						1
SİYASAL KAMPANYA UYGULAMALARI		X	X	X		X(İNG)	1	3
MEDYA PLANLAMA UYGULAMALARI		X		X		X		3
ALAN ARAŞTIRMA ANALİZ		X	X		X		2	1
SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYALARI		X	X			X	1	2
HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI	X					X	1	1
KAMU VE ÖZEL KURULUŞLARDA H. İ.		X						1
H. İ. SEKTÖREL UYGULAMALAR		X			X		1	1
MEZUNİYET PROJESİ I-II			X				2	
İÇ STAJ I-II			X				2	
BİLGİSAYAR VE İNTERNET			X				1	
YAZILI VE SÖZLÜ ANLATIM				X	X		1	1

METİN YAZARLIĞI I-II						X		2
						X		
TOPLAM	5	19	14	6	7	11	26	36

Uygulamalı derslere baktığımızda bu dersler öğrencilerinin meslekleri doğrultusunda uygulama yaparak tecrübe kazanacakları derslerden oluşmaktadır. Özellikle bu dersler öğrencilerin seçtikleri alanda branşlaşmasına yardımcı olacak dersleri içermektedir. Örnekleme aldığımız fakültelerin dağılımını incelediğimizde Selçuk Üniversitesi'nden toplam 24 uygulama dersinden, 5 tanesinin zorunlu, 19 tanesinin ise seçmeli olduğunu, İstanbul Üniversitesi'nden ise 14 tanesinin zorunlu, 6 tanesinin seçmeli olduğunu görmekteyiz. Anadolu Üniversitesi'nde verilen uygulama içerikli derslerin ise 7 tanesi zorunlu iken 11 tanesi seçmelidir. Bu alanda İstanbul Üniversitesi hariç diğer iki fakültede seçmeli dersler daha ağırlıklı yer almaktadır.

Genel dağılıma baktığımızda Türkiye'den örnekleme aldığımız üç fakültenin dağılımı şöyledir:

Tablo 70: Türkiye'deki üç üniversitenin genel ders dağılımı

DERSLER	SELÇUK İLETİŞİM		İSTANBUL İLETİŞİM		ANADOLU İLETİŞİM		TOPLAM	
	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli
GENEL FORMASYON DERSLERİ	16	13	15	4	15	9	46	26
KURAM DERSLERİ	15	25	19	12	18	8	52	45
UYGULAMALI DERSLERİ	5	19	14	6	7	11	26	36
DERS TOPLAMI	36	57	48	22	40	28	124	107
GENEL TOPLAM	93		70		68		231	

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde 2004-2005 eğitim öğretim yılında toplam 93 ders yer almaktadır. Bu derslerin 36 tanesi zorunlu iken 57 tanesi seçmelidir, burada diğer fakültelere nazaran Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin seçmeli derslerinin çokluğu dikkat çekmektedir. İstanbul İletişim Fakültesi'nde ise toplam 70 ders vardır ve bunların 48 tanesi zorunlu iken 22 tanesi seçmelidir. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'nde ise 68 dersin 40 tanesi zorunlu, 28 tanesi ise seçmelidir.

Genel formasyon dersleri alanında Selçuk İletişim'de 16 zorunlu 13 seçmeli ders varken, İstanbul İletişim de 15 zorunlu 4 seçmeli, Anadolu İletişim'de 15 zorunlu 9 seçmeli ders yer almaktadır. Selçuk Üniversitesi'nin seçmeli derslerinin fazla olması bu alanda dikkat çekmektedir. Kuram derslerini incelediğimizde Selçuk İletişim'de 15 kuram dersi zorunlu, 25 tanesi ise seçmelidir. İstanbul'da ise 19 tane zorunlu dersin yanında, 12 seçmeli ders yer almaktadır. Anadolu Üniversitesi'nde ise 18 zorunlu, 8 adet de seçmeli ders yer almaktadır. Selçuk Üniversitesi'nde zorunlu derslerden daha fazla seçmeli derslerin olduğu görülmektedir.

Uygulama ağırlıklı dersleri incelediğimizde; Selçuk Üniversitesi'nin bu alanda verdiği 24 dersten, 5 tanesinin zorunlu, 19 tanesinin ise seçmeli olduğunu, İstanbul İletişim'in 20 dersinden, 14 tanesinin zorunlu, 6 tanesinin seçmeli ve Anadolu Üniversitesi'nin de 18 dersten 7 tanesinin zorunlu, 11 tanesinin ise seçmeli olduğunu görmekteyiz. İstanbul Üniversitesi'nde zorunlu derslerin sayısı diğer fakültelere göre seçmeli derslerden fazladır. Burada dikkatimizi çeken nokta Selçuk Üniversitesi'nin seçmeli derslerinin diğer fakültelere oranla daha fazla olması ve genel formasyon alanı hariç diğer iki alanda seçmeli derslerin zorunlu derslerden daha fazla olmasıdır. İstanbul Üniversitesi'nde dikkatimizi çeken husus ise zorunlu derslerin dağılımının her üç alanda da daha fazla olmasıdır. Anadolu Üniversitesi'nde ise zorunlu ve seçmeli dersler arasında bir denge olduğu göze çarpmaktadır.

6.3.2. Almanya'daki İletişim Fakültelerinin Halkla İlişkiler Bölümü Ders Programları

Araştırmamızın evrenini oluşturan Almanya'da da ders programları da bizzat örnekleme yer alan fakülteler ziyaret edilerek elde edilmiştir. Leipzig Üniversitesi'nde 2004-2005 eğitim-öğretim yılında toplam 43 ders verilmektedir ve bunlardan 27 tanesi zorunlu iken, 16 tanesi seçmeli ders olarak yer almaktadır.

Münster Üniversitesi'nin ders programını incelediğimizde toplam 88 adet dersin yer aldığını görmekteyiz. Özellikle bu fakülte'deki derslerin sayısal farklılığı dikkat çekmektedir. Bu derslerin 37 tanesi zorunlu iken, 51 tanesi ise seçmeli derslerdir. Hannover'e baktığımızda 64 adet dersin halkla ilişkiler programında yer aldığını ve bunlardan 58 tanesinin zorunlu ders olarak verilirken sadece 6 tanesinin seçmeli ders olarak verildiğini görmekteyiz.

Genel formasyon derslerinin dağılımına baktığımızda şöyle bir tablo karşımıza çıkmaktadır:

Tablo 71: Almanya'daki üç üniversitenin genel formasyon derslerinin dağılımı

GENEL FORMASYON DERSLERİ	LEİPZİG İLETİŞİM		MÜNSTER İLETİŞİM		HANNOVER İLETİŞİM		TOPLAM	
	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli
SANAT VE ESTETİK I-II				X				1
GENEL İŞLETME					X		1	
SOS.BİL. ARAŞT. YÖNTEMLERİ			X		X		2	
SOSYAL DÜŞÜNME				X				1

SOSYAL BİLİMLER İÇİN İSTATİSTİK			X				1	
SİYASAL DÜŞÜNCELER				X				1
KAMUOYU ARAŞTIRMALARI I-II			X	X	X		2	2
ALGI PSİKOLOJİSİ			X		X		2	
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ					X		1	
SİGORTA VE VERGİ KANUNLARI				X				1
KÜLTÜREL ANTROPOLOJİ				X				1
BASINDA KARİKATÜR				X				1
DRAMA						X		1
TOPLAM			4	8	5	1	9	9

Almanya’da araştırmamıza dahil edilen Leipzig Üniversitesi’nde genel formasyon içerikli derslerin bulunmadığını görmekteyiz. Münster’de ise verilen 12 adet genel formasyon dersinden 4 tanesinin zorunlu, 8 tanesinin ise seçmeli olduğu dikkat çekmektedir. Hannover’in genel formasyon derslerine baktığımızda ise 5 zorunlu 1 adet de seçmeli dersin bulunduğu görülmektedir. Özellikle Leipzig Üniversitesi’nde genel formasyon alanında derslerin bulunmadığı görülmektedir.

Ders programları içinde kuram derslerinin dağılımına baktığımızda;

Tablo 72: Almanya'daki üç üniversitenin kuram derslerinin dağılımı

KURAM DERSLERİ	LEİPZİG İLETİŞİM		MÜNSTER İLETİŞİM		HANNOVER İLETİŞİM		TOPLAM	
	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli
İLETİŞİM BİLİMİ I-II			X		X		3	
			X					
İLETİŞİM TARİHİ				X				1
İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ	X			X			1	1
İKNA EDİCİ İLETİŞİM		X				X		2
MESLEKSEL BİLGİ					X		1	
İLETİŞİM PSİKOLOJİSİ			X		X		2	
ÖRGÜTSEL İLETİŞİM	X		X		X		3	
KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI	X			X	X		2	1
MEDYA PLANLAMASI	X				X		2	
İLETİŞİM SİSTEMLERİ		X		X				2
KÜLTÜRLER ARASI İLETİŞİM I-II				X	X		1	2
				X				
SİYASAL İLETİŞİM	X				X		2	
SEÇİM İLETİŞİMİ: ALMANYA AMERİKA			X				1	
AMERİKAN SEÇİM ÇALIŞMALARI			X				1	
İLETİŞİM ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ I-II		X		X	X		1	3
		X						

ULUSLAR ARASI İLETİŞİM		X		X	X		1	2
LOBİCİLİK					X		1	
İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ I-II			X				2	
İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ			X				1	
ÖRGÜTÇÜ İLETİŞİM VE MOTİVASYON I-II		X			X		2	1
RADYO TV'NİN TEMEL KAVRAMLARI			X				1	
TEMEL GAZETECİLİK			X		X		2	
TV PROGRAMCILIĞI I-II		X	X		X		2	2
TELEVİZYON KÜLTÜRÜ				X				1
REKLAMCILIK	X		X	X			2	1
REK. VE H.İ. YASAL DÜZENLEMELER	X				X		2	
TELEVİZYON GAZETECİLİĞİ I-II			X				2	
HABERCİLİK			X				1	
BULVAR GAZETECİLİĞİ			X				1	
İNTERNET HALKLA İLİŞKİLERİ					X			1
İNTERNET GAZETECİLİĞİ			X				1	
GAZETECİLİK VE HALKLA İLİŞKİLER				X				1
GAZETECİLİK ARAŞTIRMALARI				X				1

TERÖR VE GAZETECİLİK				X				1
KURUMSAL KİMLİK İMAJI		X	X		X		2	1
HALKLA İLİŞKİLER I-II	X		X		X		5	
HALKLA İLİŞKİLEDE GÜVEN	X		X				1	
PAZARLAMA				X	X		1	1
PROPAGANDA	X						1	
HALKLA İLİŞKİLERİN TARİHİ I-II	X				X		3	
MARKA YÖNETİMİ					X		1	
HALKLA İLİŞKİLERDE METİN YAZARLIĞI					X		1	
KURUM İÇİ HALKLA İLİŞKİLER	X			X	X		2	1
KURUM DIŞI HALKLA İLİŞKİLER		X						1
STRATEJİK HALKLA İLİŞKİLER		X						1
PAZARLAMA İLETİŞİMİ	X				X		2	
HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI	X			X	X		3	1
KRİZ İLETİŞİMİ		X			X		1	1
SAĞLIK VE BESLENME SEK. H.İ.	X						1	
BESLENME İLETİŞİMİ I-II				X				2
				X				

SAĞLIK İLETİŞİMİ				X				1
MEDYA VE PAZARLAMA ARAŞT.	X		X			X	2	1
MEDYADA METİN YAZARLIĞI	X		X		X		4	
KİTLE İLETİŞİM HUKUKU I-II				X	X		1	2
MEDYA ETİĞİ				X	X		1	1
ALMAN MEDYA SEKTÖRLERİ			X				1	
GÖRSEL İLETİŞİM I-II				X	X		2	1
HALKLA İLİŞKİLER YÖNETİMİ	X			X	X		2	1
İLETİŞİM YÖNETİMİ		X		X	X		1	2
MEDYA YÖNETİMİ				X	X		1	1
TOPLAM	21	13	24	26	36	2	81	41

Leipzig Üniversitesi'nde bulunan toplam 43 dersin 34 tanesi kuram dersi kategorisine yerleştirilmiş olup bunlardan 21 tanesi zorunlu 13 tanesi seçmelidir. Münster Üniversitesi'nde ise 24 ders zorunlu iken 26 adet ders de seçmelidir. Hannover'in ise 36 adet zorunlu dersi ve 2 adet de seçmeli dersi kuram dersleri alanında bulunmaktadır. Özellikle Hannover Üniversitesi'nin zorunlu ders sayısı bu alanda dikkat çekmekte ve çok fazla kuram dersinin yer aldığını göstermektedir.

Tablo 73: Almanya'daki üç üniversitenin uygulama derslerinin dağılımı

UYGULAMALI DERSLERİ	LEİPZİG İLETİŞİM		MÜNSTER İLETİŞİM		HANNOVER İLETİŞİM		TOPLAM	
	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli
REKLAM KAMPANYALARI				X				1
RADYO REKLAMCILIĞI			X		X		2	
FİLM ANALİZİ			X				1	
MEDYA PLANLAMA UYGULAMALAR I I-II		X		X	X		1	3
MEDYA ETKİ ARAŞTIRMALARI				X				1
BASIN VE MEDYA ARAŞTIRMALAR I: UYGULAMA			X		X		2	
MEDYA'DA KALİTE I-II				X				2
BASIN BİLDİRİSİ				X	X		1	1
ÇOCUK VE MEDYA				X				1
ALAN ARAŞTIRMA ANALİZ			X		X		2	
SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYALARI				X		X		2

İLETİŞİM KAMPANYA- LARI				X				1
HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALAR I-II					X		2	
KAMU VE ÖZEL KURULUŞLARD A H. İ.	X			X	X		2	1
HALKLA İLİŞKİLERDE KRİZ YÖNETİMİ		X	X				1	1
H. İ. SEKTÖREL UYGULAMALAR	X		X		X		3	
MEZUNİYET PROJESİ I-II	X X			X X	X		3	2
İÇ STAJ I-II				X X	X X		2	2
STAJ SUNUMU			X X		X X		4	
YAZILI VE SÖZLÜ ANLATIM				X	X		1	1
ARA YÜZEY TASARIMI						X		1
METİN YAZARLIĞI		X	X		X		2	1
REDAKSİYON				X				1
BİLİMSEL ÇALIŞMA	X X				X	X	3	1
TOPLAM	6	3	9	17	17	3	32	23

Uygulamalı derslerin dağılımına baktığımızda Leipzig Üniversitesi'nde 6 adet zorunlu dersin, 3 adet seçmeli dersin yer aldığını görmekteyiz. Münster'de ise uygulama içerikli 9 adet zorunlu, 17 adet ise seçmeli ders bulunurken, Hannover'in 17 adet zorunlu, 3 adet de seçmeli dersi bulunmaktadır.

Genel tablo ise şu şekildedir:

Tablo 74: Almanya'daki üç üniversitenin genel ders dağılımı

DERSLER	LEİPZIG İLETİŞİM		MÜNSTER İLETİŞİM		HANNOVER İLETİŞİM		TOPLAM	
	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli	Zorunlu	Seçmeli
GENEL FORMASYON DERSLERİ			4	8	5	1	9	9
KURAM DERSLERİ	21	13	24	26	36	2	81	41
UYGULAMALI DERSLERİ	6	3	9	17	17	3	32	23
DERS TOPLAMI	27	16	37	51	58	6	122	73
GENEL TOPLAM	43		88		64		195	

Almanya'da yer alan üç üniversitenin 2004-2005 dönemi halkla ilişkiler bölümü ders programlarına baktığımızda Leipzig Üniversitesi'nde toplam 43 adet dersin, Münster Üniversitesi'nde toplam 88 dersin Hannover'de ise toplam 64 adet dersin programda yer aldığını görmekteyiz.

Özellikle Leipzig Üniversitesi'nde genel formasyon alanında ne zorunlu ne de seçmeli ders yer almazken, Münster'de bu alanda toplam 4 adet zorunlu, 8 adet de seçmeli ders bulunurken, Hannover'de ise 5 zorunlu ve 1 adet seçmeli ders yer almaktadır. Kuram derslerinin dağılımında ise 21 adet kuram dersi zorunlu olarak Leipzig Üniversitesi'nde yer alırken seçmeli ders sayısı 13 'dür. Münster Üniversitesi ise halkla ilişkiler programında toplam 24 zorunlu, 26 tane de seçmeli derse yer

vermektedir. Hannover’de de kuram derslerinin fazlalığı dikkat çekmekte 36 zorunlu kuram dersinin yanında 2 tane seçmeli ders bulunmaktadır.

Uygulama derslerinin dağılımına baktığımızda Leipzig de verilen 9 uygulama dersin 6 tanesi zorunlu 3 tanesi seçmelidir, Münster’de ise 9 zorunlu 17 seçmeli ders yer alırken, Hannover’de 17 zorunlu 3 seçmeli ders uygulama içerikli olarak halkla ilişkiler ders programında yer almaktadır. Özellikle Almanya’da örneklemimizi incelediğimizde bizim dikkatimizi çeken Leipzig Üniversitesi’nin genel formasyon alanında derslerinin bulunmaması ve daha çok kurama ağırlı veren bir faküle olmasıdır. Münster Üniversitesi’nde de kuram derslerinin fazlalığı dikkat çekerken burada özellikle seçmeli derslerin fazlalığı ve özellikle diğer araştırdığımız fakültele nazaran ders sayısının fazla olması gözden kaçmamaktadır. Hannover’de ise zorunlu derslerin fazla olması dikkat çekmektedir ve özellikle bu fakültede kuram dersleri ağırlıklıdır.

Diyebiliriz ki özellikle Almanya’da halkla ilişkiler eğitimi alanında kuram derslerine uygulamadan daha fazla önem verilmekte ve ders programlarında bu derslerin daha fazla olması dikkat çekmektedir.

6.3.3. Türkiye ve Almanya’daki Öğrencilerin Anket Sorularına Verdikleri Cevapların Karşılaştırılması

Üniversiteler bazında ve Türkiye ve Almanya’daki öğrencilerin ayrı ayrı verdikleri cevapları inceledikten sonra araştırmaya katılan 6 üniversitede okuyan 255 öğrencinin bu ifadelere verdikleri önem sıralamaları incelenmiş olup ağırlıklı ortalamaları ve standart sapmaları ele alınarak tablolştırılmış ve önem sıralaması yapılmıştır. Ağırlık ortalamaları baz alınarak yapılan önem sıralamasında şöyle bir sonuç çıkmıştır:

Tablo 75: Öğrencilerin fakülteleri ve halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili ifadelerinin önem sıralaması

No	Maddeler	A.O.	S.S.
1	Aldığımız eğitim bizim için yeterli düzeydedir.	3,03	1,17
2	Bölümümüzle ilgili yeterli düzeyde bilimsel toplantılar, seminerler, konferanslar düzenlenmektedir.	2,91	1,24
3	Bölümümüzle ilgili staj olanakları sağlanmaktadır.	2,90	1,16
4	Öğretim elemanları dersi yürütürken gelişmiş bilgi ve teknolojilerden yararlanmaktadırlar.	2,84	1,24
5	Fakültemiz sosyal faaliyetlere yeterince yer vermektedir.	2,74	1,19
6	Öğretim elemanları öğrencilerin etkin bir şekilde derse katılmasını sağlamaktadır.	2,70	1,07
7	Mesleki deneyime sahip kişilerle görüşme imkanımız fakültemizce sağlanmaktadır.	2,67	1,18
8	Ders programlarımız iş alanında kullanabileceğimiz bilgiler doğrultusunda hazırlanmaktadır.	2,65	1,01
9	Uygulama merkezlerinden ve araçlarından yeteri oranda yararlanabilmekteyiz.	2,63	1,28
10	Mesleğimize ilişkin yönlendirmeler yapılmakta ve mesleğimizi sevdirmeye yönünde çaba gösterilmektedir.	2,62	1,02
11	Sunulan öğretim programları mesleki bilgilerin yanında bizleri sosyal hayata hazırlamaya yöneliktir.	2,58	1,06
12	Fakültemizde ağırlıklı olarak uygulamalı eğitim verilmektedir.	2,57	1,11
13	Öğretim elemanları bize objektif yaklaşmaktadır.	2,47	,95
14	Bilgiler yeri geldikçe bize uygulamalı bir şekilde iletilmektedir.	2,42	,98
15	Verilen eğitimde dersin içeriğine uygun yöntem kullanılmaktadır.	2,42	,93
16	Ders içerikleri objektif bir şekilde	2,40	,84

	hazırlanmaktadır.		
17	Fakültemizde ağırlıklı olarak teoriye dayalı eğitim verilmektedir.	2,38	1,06
18	Öğretim elemanları dersin amacını ön planda tutmaktadır.	2,31	,85
19	Öğretim elemanları kendilerini açık ve net bir şekilde ifade edebilmektedir.	2,27	,81
20	Öğretim elemanları bize eleştiri yapma imkanı sunmaktadır. .	2,26	,97
21	Öğretim elemanları yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahiptir.	2,26	,94
22	Aldığımız dersler bize iş hayatında yardımcı olacaktır.	2,16	,87
23	Öğretim elemanları verdikleri dersler konusunda bilgilidirler.	2,14	,86

Genel olarak halkla ilişkiler öğrencilerinin verilen ifadelerdeki önem sıralamasına bakılırsa ağırlık ortalaması 3.03 ile öğrencilerin aldıkları eğitimi yeterli bulmaları en önemli unsur olarak görülmektedir. İkinci önem sırasında bölümümüzle ilgili yeterli düzeyde bilimsel toplantılar, konferanslar ve seminerler düzenlenmektedir ifadesi yer alırken üçüncü sırada staj olanaklarının sağlanması yer almıştır. 2.14 ağırlık ortalaması ile en az önemli olan görüş ise öğretim elemanlarının verdikleri dersler konusunda bilgili olmalarıdır.

Halkla ilişkiler öğrencilerinin verdikleri ifadelerin güvenilirlik düzeyleri (Cronbach alpha = ,8652) oldukça yüksek bulunmuştur.

Öğrencilerin aldıkları eğitimi yeterli bulmaları halkla ilişkiler eğitimi için mevcut derslerin olumlu ve yeterli görüldüğü sonucuna bizi ulaştırmaktadır. Öğretim elemanlarının bilgi düzeyi ise öğrencilerin en az katıldıkları ifadedir.

Araştırmada yukarıdaki 23 ifade (maddeler) kategorileştirilerek bir anlam sıralaması elde edilmeye çalışılmıştır. İfadelerin içerikleri doğrultusunda dört kategori

elde edilmiştir. Bunlar öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili görüşleri, ders içerikleri ile ilgili görüşleri, eğitim yeterliliği ile ilgili görüşleri ve fakülteleri ile ilgili görüşleridir.

Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili görüşlerini incelediğimizde şu şekilde bir tablo karşımıza çıkmaktadır:

Tablo 76: Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili görüşleri

No	Maddeler	A.O.	S.S.
1	Öğretim elemanları dersi yürütürken gelişmiş bilgi ve teknolojilerden yararlanmaktadır.	2,84	1,24
2	Öğretim elemanları öğrencilerin etkin bir şekilde derse katılmasını sağlamaktadır.	2,70	1,07
3	Öğretim elemanları bize objektif yaklaşmaktadır.	2,47	,95
4	Öğretim elemanları dersin amacını ön planda tutmaktadır.	2,31	,85
5	Öğretim elemanları kendilerini açık ve net bir şekilde ifade edebilmektedir.	2,27	,81
6	Öğretim elemanları bize eleştiri yapma imkanı sunmaktadır.	2,26	,97
7	Öğretim elemanları yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahiptir.	2,26	,94
8	Öğretim elemanları verdikleri dersler konusunda bilgilidirler.	2,14	,86

Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili görüşleri kategorileştirilip incelendiğinde en yüksek ortalamaya 2.84 ile “öğretim elemanları dersi yürütürken gelişmiş bilgi ve teknolojilerden yararlanmaktadır” ifadesi sahip olmuştur. Daha sonra ağırlıklı ortalaması 2.70 olarak öğretim elemanlarının öğrencileri etkin bir şekilde derse katmaları gelmekte, bunu öğretim elemanlarının öğrencilere objektif yaklaşmaları izlemektedir. 4 önem düzeyinde öğretim elemanlarının dersin amacını ön planda tutmaları, daha sonra öğretim elemanlarının kendilerini açık ve net bir şekilde ifade etmeleri izlemektedir. Öğretim elemanlarının eleştiri yapma imkanlarının ağırlık

ortalaması 2.26 iken öğretim elemanlarını yeterli bilgi birikimine ve deneyimine sahip olmaları da 2.26 ağırlık ortalamasına sahiptir. Öğretim elamanlarını verdikleri dersler konusunda bilgili görmeleri ise düşük önem düzeyi taşımaktadır. Öğrencilerin neden öğretim elemanlarının verdikleri dersler konusunda az bilgili gördükleri ise araştırılması ve düzeltilmesi gereken bir konudur.

Ders içerikleri ile ilgili önem sıralaması ise aşağıdaki şekilde oluşmuştur:

Tablo 77: Öğrencilerin ders içerikleri ile ilgili görüşleri

No	Maddeler	A.O.	S.S.
1	Fakültemizde ağırlıklı olarak uygulamalı eğitim verilmektedir.	2,57	1,11
2	Bilgiler yeri geldikçe bize uygulamalı bir şekilde iletilmektedir.	2,42	,98
3	Verilen eğitimde dersin içeriğine uygun yöntem kullanılmaktadır.	2,42	,93
4	Ders içerikleri objektif bir şekilde hazırlanmaktadır.	2,40	,84
5	Fakültemizde ağırlıklı olarak teoriye dayalı eğitim verilmektedir.	2,38	1,06

Öğrencilerin ders içerikleri ile ilgili görüşleri incelendiğinde fakültelerinde ağırlıklı olarak uygulamalı eğitim verildiği konusunda ortak görüşe sahip oldukları görüşü ağırlık ortalaması 2.57 ile en yüksek çıkmaktadır. Bilgilerin uygulamalı olarak kendilerine verildiği konusunda hem fikir olmaları ikinci planda yer alırken, verilen eğitimde ders içeriğine uygun yöntemlerin kullanılması da aynı ağırlık ortalamadadır. Ders içeriklerinin objektif olarak hazırlandıkları konusunda daha az bir güven varken, teoriye dayalı bir eğitim verilmesi ağırlık ortalaması 2.38 ile en az önem düzeyine sahiptir. Bizim önerimiz ise teori ve uygulamalı eğitime eşit ölçüde yer verecek bir ders programının oluşturulmasıdır.

Eğitim yeterliliği ile ilgili yapılan kategorileştirme de 5 ifade yer almaktadır, bunlara öğrencilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde önem sıralaması şu şekildedir:

Tablo 78: Öğrencilerin eğitim yeterliliği ile ilgili görüşleri

No	Maddeler	A.O.	S.S.
1	Aldığımız eğitim bizim için yeterli düzeydedir.	3,03	1,17
2	Ders programlarımız iş alanında kullanabileceğimiz bilgiler doğrultusunda hazırlanmaktadır.	2,65	1,01
3	Mesleğimize ilişkin yönlendirmeler yapılmakta ve mesleğimizi sevdirmeye yönünde çaba gösterilmektedir.	2,62	1,02
4	Sunulan öğretim programları mesleki bilgilerin yanında bizleri sosyal hayata hazırlamaya yöneliktir.	2,58	1,06
5	Aldığımız dersler bize iş hayatında yardımcı olacaktır.	2,16	,87

Öğrencilerin eğitim yeterliliği ile ilgili önem sıralamalarına baktığımızda 3.03 ağırlık ortalaması ile aldıkları eğitimin yeterli buldukları görüşünün yer aldığını görmekteyiz. İkinci önem sırasında ise ders programlarının iş alanında kullanılacak bilgiler doğrultusunda hazırlanması yer almaktadır. 2.62 ağırlık ortalaması ile mesleğe ilişkin yönlendirmelerin yapılması ve sevdirmeye yönünde çaba gösterildiği yer almaktadır. 4. önem sırasında öğretim programlarının mesleki bilginin yanı sıra sosyal hayata da yardımcı olduğu görüşü yer alırken, ağırlıklı ortalaması 2.16 en sonda alınan derslerin iş hayatında yardımcı olduğu görüşü yer almaktadır.

Öğrencilerin fakülteleri ile ilgili ifadelerine verdikleri önem sıralaması ise şöyledir:

Tablo 79: Öğrencilerin fakülteleri ile ilgili görüşleri

No	Maddeler	A.O.	S.S.
1	Bölümümüzle ilgili yeterli düzeyde bilimsel toplantılar, seminerler, konferanslar düzenlenmektedir.	2,91	1,24
2	Bölümümüzle ilgili staj olanakları sağlanmaktadır.	2,90	1,16
3	Fakültemiz sosyal faaliyetlere yeterince yer vermektedir.	2,74	1,19
4	Mesleki deneyime sahip kişilerle görüşme imkanımız fakültemizce sağlanmaktadır.	2,67	1,18
5	Uygulama merkezlerinden ve araçlarından yeteri oranda yararlanabilmekteyiz.	2,63	1,28

Öğrencilerin fakültelerle ilgili görüşlerine baktığımızda ise bölümle ilgili yeterli düzeyde bilimsel toplantı ve konferansların düzenlendiği görüşü en önemli görüş olarak görülürken, ikinci önemli görüş 2.90 ağırlık ortalaması ile bölümle ilgili staj olanaklarının sağlanması olmaktadır. Bu görüşü 2.74 ortalama ile sosyal faaliyetlere yeterince yer verilmesi izlerken, 2.67 ağırlık ortalaması ile mesleki deneyime sahip kişilerle görüşme imkanı 4. önem seviyesinde olup, en az önemli görülen uygulama merkezleri ve araçlarından yeterince yararlanabildikleri görüşü olmuştur.

Öğrencilerinde içinde bulunduğu ve yeterli bir şekilde yararlanabildikleri bir uygulama birimi oluşturmak önerilerimizden bir tanesidir. Bu ifadeye verilen cevapların düşük çıkması önerimizi desteklemektedir.

Kategorileri kendi aralarında bir önem sırasına yerleştirdiğimizde karşımıza şöyle bir tablo çıkmaktadır:

Tablo 80: Maddelerin önem sıralaması

No	Maddeler	N	Minimum	Maksimum	A.O.	S.S.
1	Öğrencilerin fakülteleri ile ilgili düşünceleri	255	1,0	4,8	2,77	,88
2	Öğrencilerin eğitim yeterliliği ile ilgili düşünceleri	255	1,0	4,6	2,61	,72
3	Öğrencilerin ders içerikleri ile ilgili görüşleri	255	1,0	3,8	2,43	,57
4	Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili görüşleri	255	1,1	4,1	2,40	,60

Öğrencilerin görüşlerini kategorilere ayırdığımızda öğrencilerin fakülte ile ilgili düşüncelere 2.77 ağırlık ortalaması ile, ilk etapta daha fazla önem verdikleri ve bu sorulara daha dikkatli cevap verdikleri görülmektedir. Ağırlık ortalaması 2.61 ile eğitim yeterliliği ile ilgili görüşlere ikinci planda önem verilmiştir. Bunu 2.43 ağırlık ortalaması ile ders içerikleri izlerken, en az öneme öğretim elemanları ile ilgili görüşler 2.40 ağırlık ortalaması ile sahiptir.

Bu kategorilerin sonuçları Türkiye ve Almanya'daki eğitim farklılığını ortaya koymak amacıyla t testine tabi tutulmuş ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Tablo 81: Türkiye ve Almanya'nın maddelere verdikleri anlam sıralaması

Maddeler	Üniversite	N	A.O.	T.Testi	Sig
Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili görüşleri	Türkiye	204	2,54	8,27	,00
	Almanya	51	1,85		
Öğrencilerin ders içerikleri ile ilgili görüşleri	Türkiye	204	2,60	10,94	,00
	Almanya	51	1,78		
Öğrencilerin eğitim yeterliliği ile ilgili düşünceleri	Türkiye	204	2,71	4,98	,00
	Almanya	51	2,17		
Öğrencilerin fakülteleri ile ilgili düşünceleri	Türkiye	204	2,99	8,82	,00
	Almanya	51	1,92		
Genel Ortalama	Türkiye	204	2,69	10,45	,00
	Almanya	51	1,92		

Öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili görüşlerine baktığımızda Türkiye'nin (ortalama= 2.54) Almanya'ya göre (ortalama= 1,85) daha anlamlı ilişkide olduğu, ders içerikleri ile ilgili görüşleri hususunda Türkiye (ortalama= 2.60) deki öğrencilerin Almanya'daki öğrencilere göre (ortalama= 1,78) verilen ifadeleri daha önemli gördükleri görülmüştür. Türkiye'deki öğrenciler eğitim yeterliliğine (ortalama= 2,17), Almanya'daki öğrencilere göre (ortalama= 2,17) daha fazla önem vermişlerdir. Öğrencilerin fakülteleri ile ilgili görüşlerinde de Türkiye'deki öğrencilerin (ortalama= 1,92), Almanya'daki öğrencilere göre verilen ifadelere daha fazla önem verdikleri görülmüştür. Genel ortalama baktığımızda Türkiye (ortalama= 2,69) ile Almanya (ortalama= 1,92) arasında Türkiye'nin verilen ifadelere daha fazla önem verdiği görülmektedir.

Tablo 81'deki analiz sonuçlarına göre öğrencilerin öğretim elemanları (T testi= 10,94, p<,00), ders içerikleri (T testi= 4,98, p<,00), eğitim yeterliliği (T testi= 8,82,

p<,00), fakülteleri (T testi= 8,82, p<,00) ve genel ortalama açısından (T testi= 10,45, p<,00) anlamlı bir farkın olduğu ve bu ifadelerin Türkiye ve Almanya’da farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Buradan çıkan sonuçlarla Türkiye ve Almanya’daki halkla ilişkiler eğitiminin farklı olduğu sonucuna ulaşmaktayız.

Tablo 82: Türkiye ve Almanya’nın akademik kadro ve halkla ilişkiler eğitimi memnuniyeti ilişkisi

Maddeler	Üniversite	N	A.O.	T.Testi	Sig
Fakültenizin akademik kadrosunu yeterli buluyor musunuz?	Türkiye	204	3,09	2,44	,01
	Almanya	51	2,70		
Fakültenizde verilen Halkla İlişkiler eğitiminden memnun musunuz?	Türkiye	204	2,79	5,21	,00
	Almanya	51	2,09		

Anket sonuçlarından Türkiye’deki öğrencilerin (ortalama= 3.09) Almanya’ya göre (ortalama= 2,70) akademik kadroyu daha yeterli buldukları tespit edilirken, halkla ilişkiler eğitiminden memnun olup olmadıkları konusunda Türkiye’deki öğrencilerin (ortalama= 2,79), Almanya’ya göre (ortalama=2.09) halkla ilişkilerden daha memnun oldukları görülmüştür. Öğrencilere, akademik kadro ile verilen halkla ilişkiler eğitiminin birbirini etkileyip etkilemedikleri sorulduğunda ve Türkiye ve Almanya açısından fark olup olmadığı sonucuna ulaşılacak istediğinde, fakültenin akademik kadrosunun yeterliliği ile (T testi= 2,44, p<,01), fakültelerinde verilen halkla ilişkiler eğitiminden memnun olmaları hususunda (T testi= 5,21, p<,00), anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür.

6.4. Yeni Bir Model Önerisi

Araştırmadan elde edilen verilerden bazı sonuçlara ulaşılmıştır ve bu sonuçlarda bize Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimindeki mevcut durumu ve mevcut sorunları göstererek bu alanda neler yapılacağını da göstermektedir.

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi alan lisans öğrencilerinin akademik kadroyu Almanya’da eğitim alan halkla ilişkiler lisans öğrencilerine nazaran daha yeterli gördükleri, onların verilen halkla ilişkiler eğitiminden daha fazla memnun olduklarını göstermektedir. Akademik kadronun yeterli bulunması ile halkla ilişkiler eğitimi arasında önemli bir ilişki vardır, bu konu yeni açılan fakültelerin dikkat etmesi gereken bir konu olup hazırlanan ders programında dikkate alınmalıdır.

Halkla ilişkiler eğitiminin nasıl verilmesi gerektiği ve hangi bilgileri içermesi gerektiği konusunda akademisyenler farklı görüşler öne sürmüştür. Bunlardan bir kaçışöyledir:

Pohl ve Vandeventer’e göre akademisyenler ve uygulamacılar halkla ilişkiler alanına ilişkin beş konuda fikir birliği içindedirler (2001: 367):

a) Tüm halkla ilişkiler eylemleri; kampanya stratejileri geliştirilmesi, yayınlar, bütçeler, özel olaylar vs. örgütlerin amaçlarıyla, hedefleriyle ve değerleriyle yakından ilgili olmalıdır.

b) Başarılı bir halkla ilişkiler programı kriz iletişimini, informel ve formel araştırmayı ve stratejik planlamayı içermelidir.

c) Teknoloji günümüzün global pazarında giderek artan bir gerekliliktir. Mesajlar hızla gönderilir ve alınır olmalıdır.

d) Etik, doğruluk ve dürüstlük olarak tanımlanır. PRSA’in Mesleki Standartlar Kodu uygulamacıların etik sorumluluk çerçevelerini çizer.

e) Örgütler dünyanın her tarafındaki kamuları hedeflemek ve bir dünya bakış açısı üretmek için global örgütlerle işbirliğine girebilirler.

İdeal bir halkla ilişkiler ders programının da aşağıdaki ders gruplarını göz önüne almalıdır (akt. Toth, 1999: 50, çev. Becerikli:197):

1. Halkla ilişkiler teori ve uygulaması

a) Bilgi ve teori temeli

- Motivasyon ve ikna teorisi
- İletişim teorisi, etik ve profesyonel değerler (dürüstlük, doğruluk, etik yaklaşım, güven, itibar, sadakat, açıklık, sorumluluk, müşteriye ve topluma hizmet vs.)
- Yasal yükümlülükler ve sınırlılıklar
- İş dünyasının incelenmesi (ilkeler, bütçe ve zamanlama)
- Uluslararası/Kültürlerarası yaklaşım
- Örgütsel kültür ve iletişim, grup dinamiklerini, örgütsel politikaları içeren örgüt içi iletişim, iletişimin içsel/dışsal kanalları

b) Deneysel Alanlar

- Müşteri hizmetlerini anlama
- Staj
- Gönüllü olarak projelere katılım, uygulama ve eşgüdümlü ya da bağımsız çalışmalar
- Halkla ilişkiler klüpleri, öğrenci ajansları
- Rapor hazırlayabilmek
- Portfolyo gelişimini sürdürmek
- Kariyer seçeneklerinin avantajlı ve dezavantajlı yönlerini kavrayabilmek

2. Analiz ve Eleştirel Düşünme Dersleri

a) Analiz (alımlayıcı duyarlılığı, eleştirel düşünme, kampanya stratejisi, problem çözüme, örnek olaylar, sonuçların raporlaştırılması)

b) Araştırma

- Veri toplama, nicel ve nitel (tarihsel, eleştirel) yöntemler, örneklem alma, kamuoyu yoklamaları, içerik analizi, saha araştırmaları, fokus gruplar, alan deneyimleri, araştırma tasarımı
- Araştırmanın sınırlılıkları
- Uygulama için kayda değer teorilerin oluşturulması
- Araştırma için uygulama tekniklerinin geliştirilmesi
- Endüstriyel standartlarda software araştırma bilgisi
- Yorum, analiz, araştırma sunumu bilgisi

3. İletişim süreci ve sunumu

a) Yazılı iletişim, iş mektupları, broşürler, gazeteler, konuşma metinleri, basın bültenleri, örgüte dair öyküler, editörlük işleri, kamu hizmeti duyuruları, kaset çözümlenmeleri, radyo spotları, medya kitleri, rapor yazımı, reklam ve pazarlama metinleri

b) Sözlü İletişim, doğaçlama sunumlar, bireysel ve grup sunumları, sunum kitleri (PowerPoint vs.)

c) Görsel/Teknolojik İletişim *Medya* (video kayıtları, medya bütünleşmesi, fotoğraf, grafik animasyon, storyboard hazırlanması) *Bilgisayar/Yeni teknolojiler*, endüstriyel *standartlarda software bilgisi*, *CD-ROM*, Website yaratımı ve kullanımı, grafik tasarım, intranet, internet kullanımı

d) Kişilerarası ilişkiler ve grup ilişkileri, konsensus sağlama, takım oluşturma, dinleme, ilişki inşa etme ve sürdürme, çalışanlarla ilişkiler.”

Gökçe ve diğerleri (2002:253-254) dört temel alanın iletişim bilimlerinde olması gerektiğine dikkat çekmişlerdir. Bu alanlar halkla ilişkiler, reklamcılık ve tanıtım, kişiler arası iletişim ve metodolojidir. Yazarlar aşağıdaki derslerin halkla ilişkiler bölümünde bulunması gerektiğini söylemektedirler:

- İletişim teorisi
- Ampirik iletişim ve pazar araştırmaları
- Kişiler arası iletişim
- Pazarlama iletişim teorileri
- Pazarlama iletişimi özel
- İletişim planlama
- İletişim tasarımı
- Halkla ilişkiler
- Reklam
- Pazarlama iletişim araçları
- İletişim kampanyaları
- Diğer dersler a) Hukuk b) Ekonomi c) Politika

Bizim önerilerimiz hazırlanacak yeni bir ders programında alan derslerinin birleştirilmesi ve ders içeriğiyle uyumlu hale getirilmesidir. Analiz ve eleştirel düşünme derslerinin sayısının artırılması öğrencinin teori ve pratiği birleştirmesine yardımcı olacaktır.

Yapılan araştırmada öğrencilerin mesleki uzmanlaşmaya yönelik derslerin artırılması ve sektörden destek alınması hususlarına önem verdikleri görülmektedir. Ders programları oluşturulmada bir konsey kurulmalı ve ders programları bu konsey tarafından denetlenmelidir.

Yukarıda belirtilen ve halkla ilişkiler eğitimi için önerilen mevcut ders programı önerileri de dikkate alınarak yeni bir ders programı açısından dersler genel formasyon, kuram ve uygulama olarak üçe ayrılmış ve aşağıdaki dersler önerilmiştir. Bu derslerden

bazılar zorunlu bazıları da seçmeli olarak verilmelidir. Özellikle genel formasyon derslerinin çoğunun zorunlu olması önerilerimizdendir. Genel formasyon dersleri;

Atatürk İlkeleri ve İnkilâp Tarihi (Zorunlu)

Türk dili (Zorunlu)

Yabancı Dil (Zorunlu)

Psikoloji (Zorunlu)

Sosyoloji (Zorunlu)

Genel İletişim (Zorunlu)

Hukukun Temel Kavramları (Zorunlu)

Sosyal Psikoloji (Zorunlu)

Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Zorunlu)

Siyaset Bilimi (Zorunlu)

İstatistik (Zorunlu)

Kamuoyunda Araştırma Yöntemleri (Zorunlu)

Eleştirel Yaklaşımlar (Zorunlu)

Uluslararası İletişim (Zorunlu)

Kuram dersleri;

İletişim Bilimi I - II (Zorunlu)

İletişim Tarihi (Seçmeli)

İkna Edici İletişim (Seçmeli)

Tüketici Davranışları (Zorunlu)

Kitle İletişim Kuramları (Zorunlu)

Medya Planlaması (Zorunlu)

Siyasal İletişim (Seçmeli)

İletişim Araştırma Yöntemleri (Seçmeli)

İçerik Çözümlemesi (Zorunlu)

Örgüt içi İletişim (Seçmeli)

Temel Gazetecilik (Zorunlu)

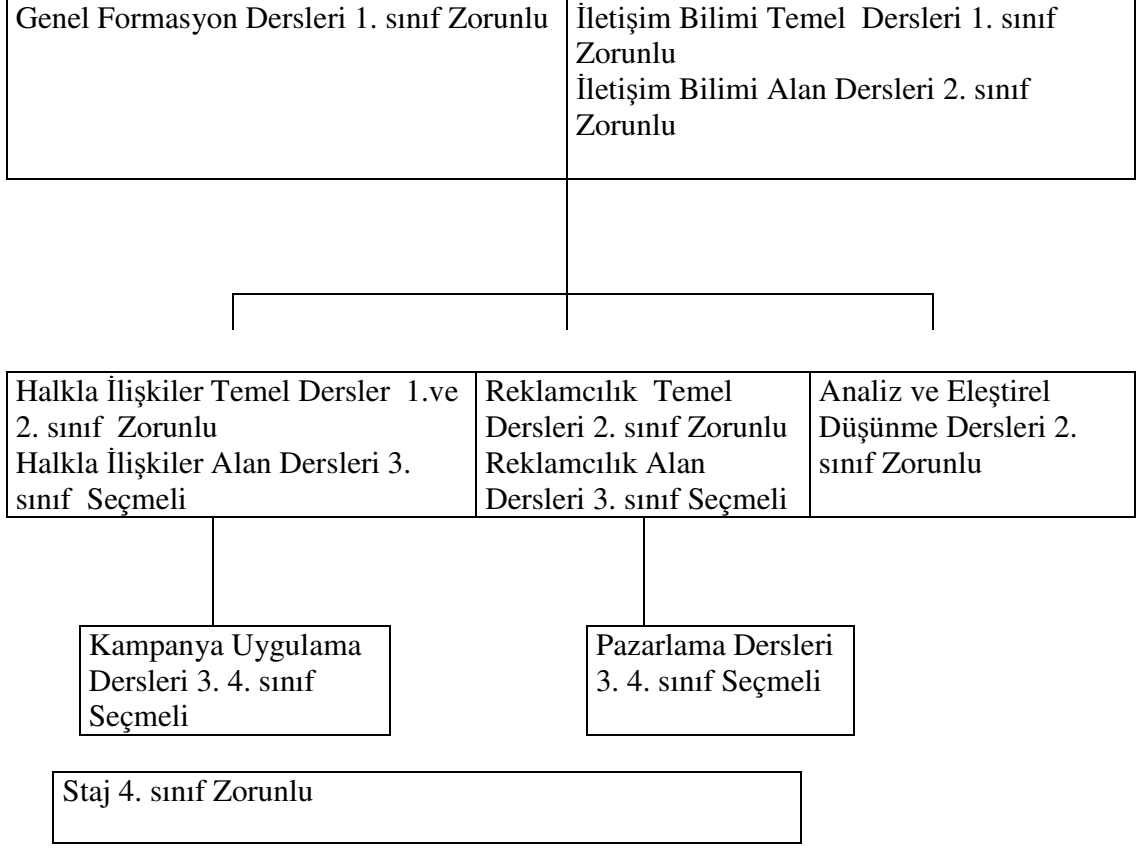
Reklamcılık (Zorunlu)
Televizyon Programcılığı (Zorunlu)
Pazarlama (Zorunlu)
Halkla İlişkilerde Kriz yönetimi (Seçmeli)
Halkla İlişkilerde İmaj (Seçmeli)
Kitle İletişim Hukuku (Seçmeli)
Ekonomi (Zorunlu)
Halkla İlişkiler Yönetimi (Seçmeli)
İletişim Yönetimi (Seçmeli)

Uygulama dersleri;
Temel Bilgi Teknolojileri Kullanımı (Seçmeli)
Reklamda Yaratıcılık (Seçmeli)
Reklam Kampanya Uygulamaları (Seçmeli)
Halkla İlişkiler Kampanya Uygulamaları (Seçmeli)
Sosyal Sorumluluk Kampanyaları (Seçmeli)
Alan Araştırma Analizi (Seçmeli)
Siyasal Kampanya Uygulamaları (Seçmeli)
Staj (Seçmeli)
Metin Yazarlığı (Seçmeli)

Hukuk, politika ve ekonomi derslerinin bir halkla ilişkiler ders programında mutlaka sınırlı bir şekilde yer alması gerektiği önerilerimiz arasındadır. Dört yıllık verilen lisans düzeyi halkla ilişkiler ders programında ilk iki yıl zorunlu derslerin verilmesi son iki yılda da seçmeli derslere yer verilmesi yeni bir model açısından önemlidir.

Yapılan araştırmalar ve karşılaştırmalar alınan cevaplar ve incelenen ders programları doğrultusunda bir taslak olarak şu şekilde bir model önermekteyiz:

Şekil 2: Halkla İlişkiler Eğitim Modeli



Modeli yorumlayacak olursak Türk Dili, Felsefe gibi genel formasyon derslerini 1. sınıfta zorunlu olarak önermekteyiz. Araştırmamıza baktığımızda bu derslerin çoğunun ilgili fakültelerde de zaten zorunlu olduğunu gördük. İletişim Bilimi temel derslerini bu İletişim Bilimine Giriş, Kitle iletişimi gibi derslerdir, bunları 1. sınıfta zorunlu iletişim bilimi alan derslerini İletişim Tarihi, Siyasal İletişim gibi dersleri de 3. sınıfta seçmeli olarak önermekteyiz. Daha sonra biz dersleri Halkla İlişkiler dersleri, Reklamcılık dersleri ve Analiz ve Eleştirel dersler olarak üçe ayırdık. Halkla ilişkiler temel derslerini, 1. ve 2. sınıfta zorunlu, Halkla İlişkiler alan derslerini de Halkla İlişkilerde İmaj, Kurum Kimliği gibi dersleri de 3. sınıfta seçmeli olarak önerdik.

Tüketici Davranışları gibi Reklamcılık temel derslerin, 2. sınıfta zorunlu, diğer reklamcılık derslerini ise 3. sınıfta seçmeli olarak öneriyoruz. İstatistik, İçerik analizi,

eleştirel yaklaşımlar gibi analiz ve eleştiri yapmaya yönelik dersleri de 2.sınıfta zorunlu olarak öneriyoruz.

Halkla İlişkiler Kampanyaları gibi kampanya yönetmeye uygulama yapmayı öğrenmeye yönelik dersleri 3. veya 4.sınıfta seçmeli olarak sunmaktayız. Pazarlama Araştırmaları, Medya Planlaması gibi reklam ağırlıklı dersler de aynı şekilde 3. veya 4. sınıfta seçmeli olarak önerilmektedir.

Son olarak da stajın 4. sınıfta zorunlu olarak yapılmasını ve danışman hocalar tarafından kontrol edilmesini önermekteyiz.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye ve Almanya’da verilen halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili çalışmamızda halkla ilişkiler hem öğrencilerin hem de öğretim görevlilerinin verdikleri cevaplar doğrultusunda inceledik ve öğrencilere uyguladığımız anket sonuçları ile değerlendirerek bir sonuca ulaşmaya çalıştık

Öğretim görevlileri, ders içerikleri, eğitim yeterliliği ve fakülteleri hakkında Türkiye ve Almanya’da öğrencilerin görüşlerinin birbirlerinden farklılık gösterdiği ve Türkiye’deki öğrencilerin bu ifadelere daha fazla önem gösterdikleri ve verilen ifadelere daha fazla katıldıkları görülmüştür.

Bu ifadelerden halkla ilişkiler eğitimi açısından önemli olanları şu şekilde sıralayabiliriz. Genelde öğrenciler aldıkları eğitimden memnundur, onlar için fakültelerinde bilimsel toplantıların, konferansların ve sempozyumların düzenlenmesi önemli olmaktadır, aynı şekilde mevcut bir ders programı içerisinde staj olanaklarının sağlanması gerekmektedir.

Öğretim elemanları ders programlarını hazırlarken gelişmiş teknolojilerden yararlanmalı, öğretim elemanlarının öğrencileri derse objektif bir şekilde katarak onların eleştiri yapmalarına imkan tanımaları gerekmektedir. Öğrenciler aldıkları bilgilerin kendilerine iş hayatında yardımcı olacağı konusunda şüpheleri olup öğretim elemanlarının verdikleri dersler konusunda bilgili olup olmadıkları konusunda da endişeleri olduğu görülmektedir. Öğrencilerin çoğu fakültelerin akademik kadrosunu yetersiz bulmaktadır ve fakültelerinin kendilerini yapılan çalışmalardan haberdar etmediğinden şikayetçidirler.

Öğrenciler özellikle ders programlarında mesleki uygulama derslerine ağırlık verilmesi konusunda hem Türkiye, hem de Almanya’da hem fikirdirler ve onlara göre fakültelerinin en büyük eksiği uygulama birimlerinin azlığı ve akademik kadroların eksikliğidir.

Genelde öğrenciler halkla ilişkiler teori derslerini yeterli görürken, uygulama derslerin artırılması gerektiğini söylemişlerdir, reklamcılık teori dersleri de yeterli görülüp uygulama dersleri yetersiz görülmüştür. Genel iletişim teori derslerinde de yeterli görüşü hakimken uygulama derslerinin artırılacağı sonucuna varılmıştır. Gazetecilik teori, uygulama dersleri, radyo tv ve sinema teori ve uygulama dersleri konusunda ise öğrencilerin geneli bu derslerin gerekliliği konusunda fikirleri olmadığını söylemişlerdir.

Öğrencilerin çoğu reklamcılık teori, reklamcılık uygulama derslerini, halkla ilişkiler teori ve uygulama derslerini, genel iletişim teori ve uygulama derslerini, gerekli görürlerken, gazetecilik teori ve uygulama ve radyo tv ve sinema teori ve uygulama dersleri konusunda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir.

Ankete katılan öğrenciler reklamcılık teori ve uygulama, halkla ilişkiler teori ve uygulama, genel iletişim teori ve uygulama derslerini faydalı görürken; gazetecilik teori ve uygulama ve radyo tv ve sinema teori ve uygulama dersleri konusunda fikirlerinin olmadığını söylemişlerdir.

Öğretim görevlileri ile yapılan görüşmelerde ise halkla ilişkilerin disiplinler arası bir alan olduğu konusunda temel bir vurgunun olduğu ve hem teori, hem de uygulamalı eğitime eşit ölçüde yer verilmesi noktasında bir talebin olduğu görülmüştür.

Ders içerikleri hazırlanırken, hem Türkiye hem de Almanya'da diğer fakültelerin ve diğer ülkelerdeki iletişim fakültelerinin de ders programları incelenerek ders programlarının hazırlandığı tespit edilmiştir.

Öğretim elemanları da öğrenciler gibi akademik kadro konusundaki eksikliklere dikkat çekmektedir, onlarda daha fazla yetişmiş kadroya ihtiyaç duydukları konusunda hem fikirdirler.

Öğretim görevlileri de bilimsel toplantı ve konferansların düzenlenmesi, dışarıdan öğretim üyelerinin veya alanda çalışanların bilgilerini paylaşmak için fakültele

çağırılması gerektiği konusunda ortak görüşe sahiptirler, burada öğretim elamanlarının isteği ise bu toplantılara öğrencilerin daha fazla katılımını sağlamaktır.

Araştırma göstermektedir ki; öğrencilere hem teorik hem de uygulamalı dersler verilmelidir. Ders içerikleri objektif hazırlanmalıdır ve öğrencilerin derse aktif katılmaları öğretim elemanları tarafından sağlanmalıdır. Öğretim elemanları alanlarında uzman kişiler olmalı, verdikleri dersler konusunda eğitim almalı ve bu derslerin içerikleri hakkında bilgili olmalıdırlar. Geniş bir bilgi birikimi ve beceriyi zorunlu kılan halkla ilişkiler alanında başarılı olabilmek için, iletişim yöntemleri hakkında bilgi sahibi olmanın yanı sıra, yöntem, organizasyon yeteneği, dürüstlük ve hepsinin üzerinde güçlü bir kişilik ve liderlik özelliklerine sahip olmak gerekmektedir (Peltekoğlu, 1998:99). Bir halkla ilişkiler uzmanının siyasal sistem, yönetim teorileri ve ekonomiyi anlaması gerekmektedir.

İyi bir halkla ilişkiler eğitim programı bireyi, halkla ilişkiler yönetimine, kariyer geliştirmeye ve topluma ve mesleğe katkılar sağlayacak şekilde hazırlamalıdır. Bireyi yönlendirmeli ve ihtiyaç duyulan yönetim ve iletişim becerilerini geliştirmelidir.

Bu çalışma ile Türkiye ve Almanya'daki halkla ilişkilerin gelişimi ve eğitimi hakkında bilgi verilmiş, aynı zamanda Türkiye ve Almanya'daki mevcut durum hem öğrenci hem de öğretim görevlileri açısından irdelenmeye çalışılmıştır.

Almanya ve Türkiye açısından araştırmamızı değerlendirdiğimizde Alman öğrencilerin halkla ilişkiler bölümünü tercih ederlerken ülkenin mevcut eğitim sistemi nedeniyle üniversitede ve bölümde okumak için numerus clausus (okul bitirme notu), mülakat ve alanla ilgili bir yerde çalışmış olmak ile bazı ön şartları yerine getirmek zorunda oldukları görülmektedir. Öğrencilerin mesleklerini seçerlerken özellikle halkla ilişkiler açısından alanla ilgili daha bilgili oldukları görülmektedir. Aynı zamanda fakültelerin öğrenci kontenjanlarının az olması halkla ilişkiler mezunlarının daha aranırsa konuma gelmelerini de sağlamaktadır. Türkiye'de ise ne yazık ki böyle bir uygulama yoktur. Öğrenciler ÖSS sınavından elde ettikleri puanlar doğrultusunda

kazanabilecekleri yerleri tercih etmekte ve çok fazla da seçici davranmamaktadırlar. Üniversitelerin sayısının giderek artması da yeni fakültelerin ve halkla ilişkiler bölümlerinin çoğalmasına neden olmakta daha fazla halkla ilişkiler mezunu anlamına gelmektedir.

Dersler açısından çalışmamızda öğrencilerin analiz edebilme ve eleştirel düşünme konusunda eksikleri olduğu görülmektedir. Halkla ilişkiler müfredatlarında ağırlığını hissettiren gazetecilik, radyo- tv ve sinema dersleri alanla ilişkilendirilerek verilmeli ve diğer dersler bölüm programında gerekli olduğu şekilde düzenlenmelidir. Özellikle halkla ilişkiler eğitimi bir bütün içinde ele alınmalı ve ders tekrarlarından kaçınılmalıdır. Ders programları periyodik olarak güncellenmeli ve değerlendirilmelidir.

Halkla ilişkiler eğitiminde eğitimin kalitesini artırılmasında önemli olan noktalardan bir tanesi de verilen eğitimin yeterli altyapı ve teknik imkanlara kavuşturulması ve fakülte yönetiminin bu konuda gerekli desteği sağlamasıdır. Sağlıklı bir eğitim için eğitimcilerin halkla ilişkiler çalışmalarını yakından takip etmeleri, halkla ilişkilerin nasıl algılandığını ve uygulandığını sürekli olarak gözden geçirmeleri gerekmektedir. Öğrencilerin bilinçli olarak halkla ilişkileri tercih etmeleri eğitimlerinin kaliteli olması açısından çok önemli olan bir husustur.

Daha iyi eğitim verebilmek ve daha nitelikli öğretim elemanları yetiştirmek için öğrencilerin daha bilinçli tercih yapmalarını sağlamak için bu konularda düzeltmeye gidilmesi ve bununda eğitime yansıtılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Adams, J. (1994). "Education in J. Hasting ", **Encyclopedia of Religion and Ethics**, Vol 5. Tand T. Clark Ltd., Scotland.
- Adem, M. (1981). **Eğitim Planlaması**, Sevinç Matbaası, Ankara.
- Aldoory, L. ve Toth, E.L. (2000). "An Exploratory Look at Graduate Public Relations Education", **Public Relations Review**, 26 (1), 115-125.
- Altunaya, N. (2000). **Eğitimde Geleceğe Bakış**, Uygun Basım, Ankara.
- Arvasi, S. A. (1998). **Eğitim Sosyolojisi**, Burak Yayınevi, İstanbul.
- Asna, A. (1997). **Halkla ilişkiler, Public Relations**, Sabah Kitapları, İstanbul.
- Aydede, C. (2001). **Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler Uygulamaları**, Mediacat Yayınları, İstanbul.
- Aziz, A. (1990). **Araştırma Yöntemleri –Teknikleri ve İletişim**, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi, Ankara.
- Bardhan, N.R. (2003). "Creating Spaces For International And Multi(İnter)Cultural Perspectives İn Undergraduate Public Relations Curricula", **Communication Education**, 52 (2), 164-172.
- Barkan M. ve Eroğlu, E. (2004). "Eğitim İletişiminde Çağdaş Ortamlar: "... iletişim bir sorun kaynağı mı yoksa çözüm seçeneği mi?..."” **TOJET – The Turkish Online Journal of Educational Technology**, www.tojet.net, Volume: 3, Issue: 3, (11.02.2007) indirildi.
- Barkan, M. ve Eroğlu, E. (2004). "Uzaktan Öğretimde Kalite: "... sayısal büyüklükler doyuma ulaştı... ya şimdi?..."” **TOJET – The Turkish Online Journal of**

- Educational Technology**, www.tojet.net, Volume: 3, Issue: 4, (11.02.2007) indirildi.
- Başaran, İ. E. (1983). **Eğitime Giriş**, Kadıoğlu Matbaacılık, Ankara.
- Başaran, İ. E. (1988). **Eğitim Yönetimi**, Gül Yayınevi, Ankara.
- Başaran, İ. E. (1994). **Eğitime Giriş**, Kadıoğlu Matbaacılık, Ankara.
- Baumert, J. ve diğ.(1994). **Das Bildungswesen in der Bundesrepublik Deutschland Strukturen und Entwicklungen im Überblick**, Rowohlt Verlag, Hamburg.
- Becerikli, Y. S. (2005). **Uluslararası Halkla İlişkiler**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Becerikli, Y. S. (2004).”Türkiye’deki lisans düzeyindeki halkla ilişkiler eğitime ilişkin bir değerlendirme”, **2’nd International Symposium Communication in the Millenium a Dialogue Between Turkish and American Scholars**, Volume 1, March 17-19 2004, İstanbul,193-219.
- Bentele, G. ve Grazyna, M.P. (1996). “Public Relations in the German Democratic Republic and the New Federal German States”, Hugh M. Culbertson ve Nİ Chen (Ed.), **International Public Relations; A Comparative Analysis** içinde, Lawrence-Erlbaum Assocaites USA, 349-365.
- Bentele, G. (1997). “PR – Histographie und funktional-integrative Schichtung: Ein neuer Ansatz zur PR- Geschichtsschreibung”, Peter Szyska (Ed.), **Auf der Suche nach Identitaet: PR Geschichte als Theoriebaustein** içinde, Vistas, Berlin 137-169.
- Bentele, G. ve Wehmeier, S. (2003). “From Literary Bureaus to a Modern Profession the Development and Current Structure of Public Relations in Germany”, Krishnamurthy Sriramesh ve Dejan Vercic (Ed.), **The Global Public Relations Handbook; Theory, Research and Practice** içinde, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, New Jersey, 1991-221.

- Bentele, G. ve Yunghaenel, I. (2004). "Germany", Betteke van Ruler ve Dejan Vercic (Ed.), **Pr and Communication Managment in Europa** içinde, Mouton de Gruyter, Germany.
- Berth, K. ve Sjöberg, G. (1998). "Halkla İlişkiler Eğitiminin Evrimi ve Küreselleşmenin Etkisi", **İPRA Altın Kitap Serisi**, Sayı:2, Rota Yayınları İstanbul.
- Bıçakçı, İ. (1998). **İletişim ve Halkla İlişkiler**, Mediacat Yayınları, Ankara.
- Black, S. (1990). "Halkla İlişkiler Eğitimi Öneriler ve Standartlar", **İPRA Altın Kitap Serisi**, Sayı:2, Rota Yayınları İstanbul.
- Böckelmann, F. E. (1991). **Pressestellen der Öffentlichen Hand**, Ölschlaeger, Berlin.
- Broom, G.D. ve Dozier, D.M. (1990). **Using Research in Public Relations**, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.,
- Burke, P. (2000). **Bilginin Toplumsal Tarihi**, (çev. M. Tunçay), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Büyükkaragöz, S. (1997). **Program Geliştirme**, Kuzucular Ofset, Konya.
- Canfield, B.R. (1973), **Public Relations: principles, cases and problems**, Irwin Homewood, Illinois.
- Cutlip, S. M., ve Canter A. H. (1985). **Effective Public Relations**, Englewood Cliffs, Prentice-Hall Inc, New Jersey.
- Cutlip, S. M., Center, A.H. ve Broom, G.M.(2000). **Effective Public Relations**, Prentice Hall, 8. Edition, New Jersey.
- Çakmak, O. (2003). **Bilgi Çağında Eğitim ve Üniversite**, Nesil Yayınları İstanbul.

- Çınar, İ. (2002). Eğitim Tarihsel Temelleri”, E. Toprakçı (Ed.), **Eğitim Üzerine** içinde, Ütopya Yayınları, Ankara.
- Değirmencioğlu, C. (1997). “Eğitim- Felsefe İlişkisi:Eğitim Felsefesi”, L. Küçükahmet (Ed.), **Eğitim Bilimine Giriş** içinde, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Demirtaş, H. (2002). “Eğitimde Alternatif Paradigmalar”, E. Toprakçı (Ed.), **Eğitim Üzerine** içinde, Ütopya Yayınları, Ankara.
- Er, T. (1997). “Eğitim – Soyoloji İlişkisi: Eğitim Soyolojisi”, L. Küçükahmet (Ed.), **Eğitim Bilimine Giriş** içinde, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Erden, M. (1998). **Öğretmenlik Mesleğine Giriş**, Alkım Yayınları, İstanbul.
- Erdoğan, İ. (2003). **Çağdaş Eğitim Sistemleri**, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Erdoğan, İ. (2006). **Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler**, Erk Yayınları, Ankara.
- Ergün, M. ve Ergezer B. (1995). **Öğretmenlik Mesleğine Giriş**, Ocak Yayınları, Ankara.
- Ergün M. (1999). **Eğitim Felsefesi**, Ocak Yayınları, Ankara.
- Ergün, M. (t.y.). <http://www.egitim.aku.edu.tr/ergun3.htm>, (07.10.2005) indirildi.
- Eroğlu, E. ve Atabek, N. (2006). “İletişim Fakültesi Öğrencilerinin “Etik Eğitimi”ne ve “İletişim Etiği” ne İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi”, **Küresel İletişim Dergisi**, Güz Sayı 2, 1-10, http://globalmedia.tr.emu.edu.tr/guz2006/Hakemli_Yazilar/Erhan%20Eroglu%20ve%20Nejdet%20Atabek.Iletisim%20Öğrencileri.Onayli.pdf
- Ertekin Y. (2000). **Halkla İlişkiler**, Yargı Yayınevi, Ankara.
- Fidan N. ve Erden, M.(1993). **Eğitim Bilimine Giriş**, Meteksan Matbaacılık, Ankara.

- Fischer, R. (2000). "Rethinking Public Relations Curricula: Evolution of Thought 1975-1999", **Public Relations Quartely**, Summer16-20.
- Fiske, J. (1996). **İletişim Çalışmalarına Giriş**,(çev: S., İrvan), Ark Yayınları, Ankara.
- Flieger, H. (1987). **Public Relations als Profession**, Verlag für Deutsche Wirtschaftsbiographien, Wiesbaden.
- Gibson, D.C. (1992-3). "Ask PR: An outcome perspective on public relations education", **Public Relations Quarterly**, 37 (4), 45-48.
- Göksel, A. B. ve Yurdakul, B. N. (2002). **Temel Halkla İlişkiler Bilgileri**, İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Grunig J. E. ve Hunt T. (1984). **Managing Public Relations**, Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Grunig, J.E. (1991). Public Relation Research: A Legacy of Scott Cutlip. **Public Relations Review**, 17 (4), 337 – 376.
- Grunnig, E. (2003). **Public Relations A Practical Approach**, Gill & Macmillan Ltd, Color Boks, Dublin.
- Gökçe, O. (1995) **İçerik Çözümlemesi**, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Gökçe, O.; Gökçe, G. ve Karaçor S. (2002). "Die Fragestellungen der Kommunikationswissenschaften in der Türkei", M. Krzeminski (Ed.) **Professionalitaet der Kommunikation Medienberufe zwischen Auftrag und Autonomie** içinde, Herbert von Halem Verlag, Köln 249-261.
- Gökçe, O. (2003). **İletişim Bilimine Giriş**, Turhan Kitabevi, 5. Basım, Ankara.

- Güçlüol, K. (1990). “Eğitim Kalkınma ve Bazı Göstergeler”, **İnönü Ün. Eğitim Fak. Eğitim Bilimleri Sempozyumu**, 15-17 Haziran 1989, Tarla Yayınları, İstanbul.
- Gür, T. M. (2003). “Araştırma ve Eğitimde Disiplinler Arasılık”, **Eğitimin Geleceği**, Sabancı Üniversitesi Yayınları, İstanbul
- Güvenç, Bozkurt,(1987). **İnsan ve Kültür**, Remzi Yayınevi, İstanbul.
- Heath, R. L. (1991). “Public Relations Research and Education: Agendas For the 1990’s”, **Public Relation Review**, 17 (2), 31-40.
- Hekimgil, M. E. (1968). **Public Relations-Halkla İlişkiler-Reklam ve Propaganda**, Ankara.
- Izgar, Hüseyin ve Gürsel, Musa (2001). **Eğitim Bilimlerinin Gelişimi**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- İşler Keloğlu, E. İ. (2005). Sosyal Bilimlerde Eğitimin Endüstriyel Yapıyla Bütünleşmesi: Halkla İlişkiler Örneği ; **Gazi İletişim Dergisi** 20, Ankara, 83-104.
- Jacque, L. E. ve Magda, P. (2002). **Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar**, Vadi Yayınları, Ankara.
- Jefkins, F. (1992). **Public Relations**, Pitman Publishing, Fourth Edition, London.
- Jürgen, S. (1998). “Almanya ‘da Temelokul ve Esasokul Eğitimi” H. Çoşkun (Çev.), **Türk ve Almanya’da Eğitim Tartışmaları** , Konrad Adenauer Stiftung, Hacettepe Taş Yayınları, Ankara.
- Kadıbeşegil, S. (1999). **Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı**, Mediacat Yayınları, Ankara.

- Kalender, A. (1999). "Türkiye'de Halkla İlişkilerin Meslekleşmesi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri" **Selçuk İletişim**, 1 (1), 23-33.
- Kalyon, Y. (2006). **Halkla İlişkiler**, Mesleki ve Teknik Yayınlar Serisi 19, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kappler A. ve Grevel, A.(1994).**İşte Almanya**, B. Emircan (Çev.), Societ Ats Verlag Frankfurt.
- Karsar, N. (1995). **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, Alkım Yayınevi, Ankara
- Kayaalp, İ. (2002). **Eğitim Düşüncesi ve İletişim Kültürü**, Bilge Kültür Sanat, İstanbul.
- Kazancı, M. (2003). "Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bazı Düşünceler ve Yeni Eğitim Programı", **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2003/1, Antalya, 131-151.
- Kent, L. M. ve Taylor, M. (2005). "Taking Your Public Relations Experience from the Boardroom into the Classroom", **Public Relations Quarterly** Spring.
- Kocabaş, F., Pira, A. ve Sohodol, Ç. (2004). "Halkla İlişkiler Eğitiminin Kalitesinin Artırılmasında Eğitimci-Uygulamacı-Öğrenci Roller ve İşbirliği: Mevcut Durum ve Öneriler Üzerine bir Araştırma", **2'nd International Symposium Communication in the Millenium a Dialogue Between Turkish and American Scholars**, Volume 1, March 17-19 2004, İstanbul, 221-251.
- Konan, N. (2002). "Türkiye Eğitim Sisteminin Yapısı", E. Toprakçı (Ed.), **Eğitim Üzerine** içinde, Ütopya Yayınları, Ankara.
- Koyun, Y. ve Deryabulut, D. (2000). **Eğitimde Bireysel Farklılıklar**, Nobel Yayınları, Ankara.

- Kramer, K. G. (2003). **Studienführer Journalistik Kommunikations- und Medienwissenschaften**, Lexika Verlag, Würzburg, 2003.
- Ludwig, B. (1997). **Werbung & Public Relations Berufe mit Zukunft. Einstieg - Praxis – Perspektiven**, Eichborn Verlag, Frankfurt am Main.
- McDonald, B. A. ve Carrick, T. (1991). “Student Agency Experience in Public Relations Education”, **Paper presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication**, Boston, MA Ağustos 7-10.
- Mutlu, E. (2000). “Türkiye’de İletişim Eğitimi: Kişisel Bir Tarih Denemesi”, **İletişim**, 8, 234-259.
- Nessmann, K.(2004). “Austria”, (der.) Betteke van Ruler ve Dejan Vercic **Pr and Communication Management in Europa** içinde, Mouton de Gruyter: Germany.
- Nural, E. (2002). “Okul ve Sınıf Ortamı”, E. Toprakçı (Ed.), **Eğitim Üzerine** içinde, Ütopya Yayınları, Ankara.
- Oeckl, A. (1976). **Handbuch der Public Relations: Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Welt**, Süddeutscher Verlag, München.
- Oeckl, A. (1994). “Die historische Entwicklung der Public Relations”, Wolfgang, Reinecke, Hans Eisele, Sauer (Eds.), **Taschenbuch der Öffentlichkeitsarbeit** içinde, Heidelberg, 12-15.
- Okay, A.ve Okay, A. (2001). **Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları**, Der Yayınları, İstanbul.

- Oktay, A. (2004). "21. Yüzyılda Yeni Eğilimler ve Eğitim", O. Oğuz ve diğeri (Ed.), **21.Yüzyılda Eğitim ve Türk Eğitim Sistemi** içinde, Dem Yayınları, İstanbul, 13-30.
- Özden, Z. ve Saran, M. (2004). (Turkey), Betteke van Ruler ve Dejan Vercic (Eds.), **Pr and Communication Managment in Europa** içinde, Mouton de Gruyter: Germany.
- Öztürk, H. (1993). **Eğitim Sosyolojisi**, Hatipoğlu Yayınları, Ankara.
- Peltekoğlu, B. F. (1993). **Halkla İlişkilere Giriş**, Marmara Üniversitesi İletişim Fak. Yayınları, No:524, İstanbul.
- Peltekoğlu, B. F. (1998). **Halkla İlişkiler Nedir**, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş. İstanbul.
- Pira A. (2004)."Bir Halkla İlişkiler Hedef Kitle; Halkın Tamamı Veya Büyük Bir Kısmı Olarak Kamu;", **Kırgızistan Manas Üniversitesi Dergisi**, 12, 225-235.
- Pohl, G.M. (2001) "The Workplace, Undergraduate Education, and Career Preparation: The Public Relations Academic and Practitioner Views", Heath, R., Vasquez, G., (Eds.) **Handbook of Public Relations** içinde, Sage Publications, USA.
- Reilly, R. T. (1987). **Public Relations in Action**, Prentice Hall, USA.
- Ronneberger F.ve Rühl M. (1992). **Theorie der Public Relations, ein Entwurf**, Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Russel, M.P. (1999). "Toward the ideal Professional degree program", **Public Relations Review**, 25: 28-31.
- SCHREIER, Jürgen. (1998). "Almanya'da Temel Okul ve Esasa Okul Eğitimi", **Türkiye ve Almanya'da Eğitim Tartışmaları**, Feryal Matbaası, Ankara, 10-21.

- Sjöberg, G. (1998). “Mesleki Uygulama için bir Halkla İlişkiler Eğitim Modeli”, **İPRA Altın Kitap Serisi**, Sayı:4, Rota Yayınları, İstanbul.
- Taylor, M. (2001). “Internationalizing The Public Relations Curriculum”, **Public Relations Review**, 27: 73-88.
- Theaker, A., (2006). **Halkla İlişkilerin El Kitabı**, M. Yaz (Çev)., MediaCat Kitapları İstanbul.
- Timur, T. (2000). **Toplumsal Değişme ve Üniversiteler**, İmge Yayınevi, Ankara.
- Tokgöz, O. (2003). “Türkiye’de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi,” **Kültür ve İletişim**, 6 (2), 7-32.
- Tokgöz, O. (2006). “Türkiye’de İletişim Araştırmalarında İletişim Eğitiminin Rolü ve Önemi”, **Küresel İletişim Dergisi**, Bahar, 1, 1-12.
- Toprakçı, E. (2002). “Eğitimin Bilimsel Temelleri”, E. Toprakçı (Ed.), **Eğitim Üzerine** içinde, Ütopya Yayınları, Ankara, 76-92.
- Tortop, N. (1999). **Halkla İlişkiler**, Yargı Yayınları, Ankara.
- Tortop, N. (2003). **Halkla İlişkiler**, Yargı Yayınları, Ankara.
- Toth, E.L. (1999). “Models for Instruction and Curriculum”, **Public Relations Review**, 25 (1), 45-53.
- Toth, E.L. (2002). “Postmodernism for modernist public relations:the cash value and application of critical research in public relations”, **Public Relation Review**, 28, 243-250.
- Turan, K. (2000). **Türk- Alman Eğitim İlişkilerinin Tarihi Gelişimi**, Ayışığı Kitapları, İstanbul.

- Turk VanSlyke, J., Stacks, D. W. ve Botan C. (1999). "Perception of Public Relations Education", **Public Relation Review** 25(1), 9-28.
- Uras, M. (2002). "Eğitimin Toplumsal Temelleri", E. Toprakçı (Ed.), **Eğitim Üzerine** içinde, Ütopya Yayınları, Ankara, 298-211.
- Uğurlu, T. (t.y.). "İnsanın Eğitime İhtiyacı", <http://www.epsikoloji.com/modules.php?name=News&file=article&sid=33> (05.12.2005) indirildi.
- Van Lauven, J. (1999). "Four New Course Competencies for Majors", **Public Relations Review**. 25(1), 77-85.
- Van Ruler, B. ve Vercic, D. (2002). **The Bled Manifesto on Public Relations**, Pristop Communications, Ljubljana.
- Vasquez, G. ve Botan, C. (1999). "Models for Theory-Based M.A. and Ph.D. Programs", **Public Relations Review**, 25 (1), 113-122.
- Varış, F. (1998). **Eğitim Bilimine Giriş**, Alkım Yayınları, İstanbul.
- Varinli, İ. ve Uzay, N. (1997). "Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Hizmet Kalitesini Artırmaya Yönelik Çalışmalar", M. Çoruh (Ed.), **Yüksek Öğretimde Sürekli Kalite İyileştirme** içinde, Haberal Eğitim Vakfı Yayınları, Ankara, 42-56
- Yatkın, A. (2003). **Toplam Kalite Yönetimi**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Yayla, A. (t.y.). "Eğitim kavramının etik açıdan analizi", http://efdergi.yyu.edu.tr/makaleler/cilt_II/A_yayla.doc 29.09.2005 indirildi.
- Yengin, H. (2004). "Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine yönelik Kıyaslamalı bir Çalışma", **2'nd International**

Symposium Communication in The Millennium, Volume 1, March 17-19- İstanbul2004, 255-26.

Yılmaz, Hasan ve Sünbül, A. M. (2004). **Öğretim de Planlama ve Değerlendirme**, Çizgi Kitabevi, Konya.

Yöndem, Z. D. (2002). “Eğitimin Psikolojik Temelleri”, E. Toprakçı, (Ed.) **Eğitim Üzerine** içinde, Ütopya Yayınları, Ankara.

Yumlu, K. (1994). **Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları**, Nam Basım, İzmir.

Yüksel, A. H. (1994). **İkna Edici İletişim**, T.C. Anadolu Ün. Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, Eskişehir.

http://digm.meb.gov.tr/yurtdisigorev/rehber/Rehber_III_almanya.html (28.11.2006) indirildi.

http://www.psikolojidunyasi.com/psikoloji_nedir.php (11.01.2007) indirildi.

http://.public-relations-online.net/education_training.htm (1.04.2007) indirildi.

<http://www.turkstudent.net/art/26> t.y.:indirildi 0102.2007

http://de.wikipedia.org/wiki/Public_Relations 07.02.2007

http://globalmedia.tr.emu.edu.tr/bahar2006/Davetli_Yazilarr/Oya%20Tokgoz.%20Iletisi m%20AR..pdf

<http://www.hausarbeiten.de/faecher/vorschau/28040.html#related> 22-02-2007 indirildi

EK : ANKET FORMU ÖRNEĞİ

Bu araştırma Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesinde hazırlamakta olduğum “Türkiye ve Almanya’daki Halkla İlişkiler Eğitiminin Karşılaştırılması ve Türkiye için yeni bir Model Önerisi” başlıklı doktora tezinin uygulama kısmı için yapılmaktadır. Soruların doğru ya da yanlış cevapları yoktur. Size en uygun gelen seçeneği işaretleyiniz. Kimliğinize ilişkin hiçbir bilgiyi içermeyen bu anket formunda vereceğiniz cevaplar tamamen gizli tutulacaktır.

Yaklaşık10 dakika süren bu ankete zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Demografik sorular

1. Cinsiyetiniz:

() Kadın () Erkek

2. Yaşınız:

() 18 ve altı () 19-25 () 26 ve üstü

3. Üniversite:

.....

Eğitim Sisteminin yeterliliğine ilişkin sorular

Aşağıda yer alan ifadelerden size en uygun olanını işaretleyiniz.

İfade	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
4.Fakültemizde ağırlıklı olarak uygulamalı eğitim verilmektedir.					
5. Fakültemizde ağırlıklı olarak teoriye dayalı eğitim verilmektedir.					
6. Öğretim elemanları dersin amacını ön planda tutmaktadır.					
7. Verilen eğitimde dersin içeriğine uygun yöntem kullanılmaktadır.					
8. Öğretim elemanları dersi yürütürken gelişmiş bilgi ve teknolojilerden yararlanmaktadırlar.					
9. Öğretim elemanlarımız bize objektif yaklaşmaktadır.					
10. Bilgiler yeri geldikçe bize uygulamalı bir şekildi iletilmektedir.					
11.Öğretim elemanları bize eleştiri yapma imkanı sunmaktadır.					
12. Uygulama merkezlerinden ve araçlarından yeteri oranda yararlanabilmekteyiz.					

İfade	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
13.Öğretim elemanları yeterli bilgi birikimine ve deneyime sahiptir.					
14. Aldığımız dersler bize iş hayatında yardımcı olacaktır.					
15. Öğretim elemanları kendilerini açık ve net bir şekilde ifade edebilmektedir.					
16. Ders programlarımız iş alanında kullanabileceğimiz bilgiler doğrultusunda hazırlanmaktadır.					
17. Öğretim elemanları öğrencilerin etkin bir şekilde derse katılmasını sağlamaktadır.					
18. Ders içerikleri objektif bir şekilde hazırlanmaktadır.					
19. Öğretim elemanları verdikleri dersler konusunda bilgilidir.					
20. Sunulan öğretim programları mesleki bilgilerin yanında bizleri sosyal hayata da hazırlamaya yöneliktir.					
21. Mesleğimize ilişkin yönlendirmeler yapılmakta ve mesleğimizi sevdirmeye yönünde çaba gösterilmektedir.					
22.Aldığımız eğitim bizim için yeterli düzeydedir.					
23.Fakültemiz sosyal faaliyetlere yeterince yer vermektedir.					
24. Bölümümüzle ilgili staj olanakları sağlanmaktadır.					
25.Mesleki deneyime sahip kişilerle görüşme imkanı fakültemizce sağlanmaktadır.					
26. Bölümümüzle ilgili yeterli bilimsel toplantılar, seminerler, konferanslar düzenlenmektedir.					

27. Fakültenizde verilen Halkla İlişkiler eğitiminden memnun musunuz?

() Kesinlikle Evet () Evet () Kararsızım () Hayır () Kesinlikle Hayır

28.Fakültenizin akademik kadrosunu yeterli buluyor musunuz?

() Kesinlikle Evet () Evet () Kararsızım () Hayır () Kesinlikle Hayır

29. Aldığımız eğitimin size mesleki hayatınızda yardımcı olacağına inanıyor musunuz?

() Kesinlikle Evet () Evet () Kararsızım () Hayır () Kesinlikle Hayır

30. Sınav sisteminizden memnun musunuz?

Kesinlikle Evet Evet Kararsızım Hayır Kesinlikle Hayır

31. Fakültenizde yapılan bilimsel çalışmalardan haberiniz var mı?

Kesinlikle Evet Evet Kararsızım Hayır Kesinlikle Hayır

32. Okul dışında yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerini takip ediyor musunuz?

Kesinlikle Evet Evet Kararsızım Hayır Kesinlikle Hayır

33. Halkla İlişkiler bölümünü bilinçli ve isteyerek mi tercih ettiniz?

Kesinlikle Evet Evet Kararsızım Hayır Kesinlikle Hayır

34. Halkla İlişkiler programında sizce hangi derslere ağırlık verilmelidir?

Mesleki uygulama dersleri Teorik dersler Hiçbiri

Hepsi Diğer

35. Sizce fakültenizin en büyük eksiği nedir?

Eğitim Akademik Kadro Sosyal Faaliyetler

Uygulama Birimleri Diğer.....

36. Fakültenizde sizce hangi tür dersler yetersiz?	Çok Yeterli	Yeterli	Fikrim yok	Yetersiz	Çok Yetersiz
Reklamcılık teorik dersler					
Reklamcılık uygulama dersleri					
Halkla İlişkiler teorik dersler					
Halkla İlişkiler uygulama dersleri					
Genel iletişim teorik dersler					
Genel iletişim uygulama dersleri					
Gazetecilik teorik dersler					
Gazetecilik uygulama dersleri					
Radyo TV Sinema teorik dersler					
Radyo TV Sinema uygulama dersleri					

37.Fakültenizde sizce hangi tür dersler gereksiz?	Çok Gerekli	Gerekli	Fikrim yok	Gereksiz	Çok Gereksiz
Reklamcılık teorik dersler					
Reklamcılık uygulama dersleri					
Halkla İlişkiler teorik dersler					
Halkla İlişkiler uygulama dersleri					
Genel iletişim teorik dersler					
Genel iletişim uygulama dersleri					
Gazetecilik teorik dersler					
Gazetecilik uygulama dersleri					
Radyo TV Sinema teorik dersler					
Radyo TV Sinema uygulama dersleri					

38.Mesleki hayatınızda sizce hangi tür dersler faydalı?	Çok Faydalı	Faydalı	Fikrim yok	Faydasız	Çok Faydasız
Reklamcılık teorik dersler					
Reklamcılık uygulama dersleri					
Halkla İlişkiler teorik dersler					
Halkla İlişkiler uygulama dersleri					
Genel iletişim teorik dersler					
Genel iletişim uygulama dersleri					
Gazetecilik teorik dersler					
Gazetecilik uygulama dersleri					
Radyo TV Sinema teorik dersler					
Radyo TV Sinema uygulama dersleri					