

Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme: Selçuk Üniversitesi Öğrencilerinin Gözünden Halkla İlişkiler Eğitimi

Başak SOLMAZ*
Bahar URHAN TORUN**
Havva Nur TARAKCI***
Öznur YÜKSEK****

ÖZ

Halkla ilişkiler artan stratejik önemi nedeniyle kurumların, buldukları sektörde var olabilmek, fark yaratabilmek, hedef kitleleriyle uyum sağlayıp onların desteğini kazanabilmek adına önem verdikleri bir alandır. Bu alanda başarılı olabilmenin yolu ister özel ister kamu kuruluşu olsun, çevreyle sağlıklı ve başarılı iletişim kurmaktan geçmektedir. Bunun için de kurumların halkla ilişkiler çalışmalarını sıradan kişiler değil, bu alanda gerçekten iyi eğitim almış, deneyim sahibi kişilerle yürütmeleri gerekmektedir. İşte bu noktada, halkla ilişkiler eğitiminin gerekliliği ortaya çıkmakta, bu alanda verilecek eğitimin en iyi şekilde gerçekleştirilmesi konusu ön plana çıkmaktadır. Halkla ilişkiler alanında verilecek iyi bir eğitim, sektöre donanımlı, kaliteli bireylerin kazandırılması için gereklidir. İyi eğitim, halkla ilişkiler mesleğini başarıya götürürken, halkla ilişkiler alanının ve dolayısıyla iletişim sektörünün gelişimine katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmış, ardından da Selçuk Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencilerine yönelik bir saba araştırması gerçekleştirilmiştir. Bu saba araştırması ile öğrencilerin halkla ilişkiler eğitimine dair bakış açıları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Halkla ilişkiler eğitimine dair genel değerlendirmenin öğrencilerin bu eğitime yönelik değerlendirmeleriyle ne derece örtüştüğü ve ayrıldığı da incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; genel olarak öğrencilerin okudukları bölümü bilinçli (%74.3) seçtikleri, bu bölümü okumaya karar verme sürecinde kendilerinin karar aldığı (%67.5) ve % 48,8'inin yeniden seçme şansına olsa yine aynı bölümü seçeceği sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin staj yapma oranlarında (%27,5) ve öğrencilerin aldıkları eğitimle sektör bağlantısının kurulmasında (%17) yetersizlikler görülmüştür. Öğrencilerin okudukları bölümle ilgili genel olarak düşünceleri olumludur (%51,8) ve %40,3'ü bölümün, olumlu bir imajı olduğunu düşünmektedir. Çalışmada, ayrıca, elde edilen bu sonuçlar neticesinde, halkla ilişkiler eğitiminde başarıya ulaşabilmek için birtakım öneriler de sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Eğitimi, Halkla İlişkiler Eğitiminde Başarı.

An Evaluation in Public Relations Education: Public Relations Education in Selçuk University Students' Eyes

ABSTRACT

Public relations due to its increasing importance is a focus area for organizations' survival, making a difference, coordinating with their target market and gaining its support in their sector. The key to the success in this area for private or public organizations is to communicate healthy and successfully with the environment. So the organizations' public relations activities should be run by well educated and experienced people instead of ordinary people. At this point, the necessity of public relations education and its quality become prominent. A good education in public relations area is necessary in order to bring in quality and well equipped people to the sector. Good education contributes to the development of public relations area accordingly communication sector's development while leading public relations profession to the success.

In this study, a general evaluation about public relations education and then a field research are made among Selçuk University Public Relations and Publicity Department students. With this field research, the students' point of view about public relations education and, the general evaluation about public relations education have been compared with the evaluation of the students. In the end, in what degree they are match up or differentiate with each other is tried to be revealed. According to the research some general results are reached that the students' choice the department is voluntarily (%74.3), in the department selection process the decision has been made by themselves (%67.5) and, if they have another chance to choose the department again, they would choose the same department (%48.8). There are some inabilities about internship (%27.5) and, connection between the education they took and the sector (%17). General thought about the department they study is positive (%51.8) and, %40.3 of all the students think their department has a positive image. In this study, also, there are offered some suggestions to reach success in public relations education as a result of the research results.

Keywords: Public Relations, Public Relations Education, Success in Public Relations Education

* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, bsolmaz@selcuk.edu.tr

** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, btorun@selcuk.edu.tr

*** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, hnuryildirim@selcuk.edu.tr

**** Uzman, Selçuk Üniversitesi, oznuryukse@selcuk.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 12.09.2017; Makalenin Kabul Tarihi: 27.09.2017

1.Giriş

Halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencileri, sadece bugün için değil, gelecekte de karşılaşacakları her türlü yeniliğe ve değişikliklere açık şekilde yetiştirmek ve başarıya yönlendirmek gerekmektedir. Bu nedenle verilen eğitimin kalitesi çok önemlidir. *Halkla ilişkiler eğitiminde kaliteyle birlikte, öğrencilerin mezun olduktan sonra sektörde başarıyla yer almaları sağlanacak ve bu vesileyle iletişim fakülteleri misyonlarını yerine getirme hususunda başarılı olacaklardır.*

Halkla ilişkiler eğitimini bilimsel olarak kaliteli hale getirmek, yenilikleri takip ederek müfredata eklemek ve bunları verilecek eğitime uyumlu hale getirmek, bu alanda eğitim veren bölümlerin ilk görevidir. Öğrencileri mesleğe hazırlarken onların istek ve beklentilerine önem vermek, eğitimin kalitesini artırmak için her türlü gelişmeyi takip etmek, değişen dünya şartlarına uyum sağlamaya çalışmak, alandaki gelişmeleri daha iyi takip edebilmek adına dil öğretmek veya öğrenmeye teşvik etmek, sektörle doğru zamanda doğru şekillerde bağlantılar kurarak, öğrencileri deneyimli isimlerle buluşturmak, öğrencilerin hocalarıyla iletişimini kuvvetlendirmek verilen eğitimin kalitesini artırır. Öğrencilerin öğrendiklerini deneyimlemek amacıyla projelere, yarışmalara katılmalarını sağlamak, staj yapmaları için gerekli alt yapıyı oluşturmak da bu alanda verilen kuramsal eğitimin uygulamayla en iyi şekilde desteklenmesine yardımcı olur.

Unutulmamalıdır ki eksiklikleri giderilmiş özenli bir eğitim, kaliteyi artırırken sektöre iyi yetişmiş kalifiye elemanların kazandırılmasına olanak sağlar. Halkla ilişkiler mesleğinin başarısı, iyi eğitilmiş, alanı en iyi şekilde tanıyan ve buna uygun stratejiler geliştiren başarılı ve donanımlı mezunlarla sağlanabilir.

Selçuk Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencilerine yapılan bu araştırma, *öğrencilerin halkla ilişkiler eğitimine dair bakış açıları ortaya çıkarılmaya çalışılmış ve halkla ilişkiler eğitimine dair genel değerlendirme yapılarak*, fakültede verilen halkla ilişkiler eğitiminin betimlemesinin yapılması amaçlanmıştır. Ayrıca, öğrencilerin ilgili bölümü kazanmadan önceki durumu ile kazandıktan sonraki beklentilerinin karşılanma durumunun bir değerlendirmesinin yapılması hedeflenmiştir.

2.Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bazı Notlar

“Kurumun amaçları üzerine yapılan, önem sırası –kimi zaman tüketici, kimi zaman dağıtım ve çalışanlar gibi kurumun ve kampanyanın hedeflerine göre- değişkenlik gösteren hedef kitlelerle gerçekleştirilen stratejik iletişim yönetimi” olarak tanımlanan (Peltekoğlu, 2009; 7) halkla ilişkiler alanında başarı elde edebilmek için, bu mesleği icra edeceklerin çok yönlü ve iyi bir eğitim alması gerektiği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Günümüz halkla ilişkiler eğitimi temel alınarak yapılan değerlendirme neticesinde, halkla ilişkiler eğitimine dair ön plana çıkan ve hassasiyetle üzerinde durulması gereken konu başlıkları şu şekilde ifade edilebilir:

2.1.Halkla İlişkiler Eğitimi ve Eğitimin İçeriği:

Halkla ilişkilerin her geçen gün stratejik bir kimliğe bürünmesi, bu alanda yetişen kalifiye elemana duyulan ihtiyaç, halkla ilişkiler eğitiminin çetası da yükseltmektedir. Günümüz halkla ilişkiler elemanlarının iyi bir eğitim almış olması, doğru uygulamalar ortaya koyabilmesi açısından önem kazanmaktadır. Küreselleşme sürecinde enformasyon ve hızın önem kazanması, gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri, artan eğitim düzeyi ve tüm bunların neticesinde kurumlar her zamankinden daha çok çevrelerine duyarlı hale gelmişlerdir (Vural ve Yurdakul, 2004; 254). Halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencileri, Halkla ilişkiler mesleğine hazırlamak için verilecek eğitimin de onları bugün var olan değil, gelecekte çalışacakları çevreye uygun bir kapsamda donatması gerekir (Sjöberg, 1998; 11). Nitekim, 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 (Gülsünler, 2008; 93). Halkla ilişkiler eğitimi, uzun yıllar IPRA'nın gündeminde kalmıştır. IPRA Halkla ilişkiler eğitiminin standartlaştırılması konusunda çalışmalar yapmıştır. Diğer taraftan, tüm dünyadaki halkla ilişkiler derneklerinin odaklandığı konuların başında yine eğitim gelmektedir (Vural ve Yurdakul, 2004; 254). IPRA eğitim çarkında, halkla ilişkiler eğitiminin temelinde halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarını özümsemenin yattığı görülmektedir. Daha sonrasında da halkla ilişkilerin disiplinlerarası bir olgu olduğu daima göz önünde bulundurulmalıdır (Black, 1998; 9). IPRA eğitim çarkına göre, halkla ilişkilerin bağlantılı olduğu disiplinlerden bazıları; reklam, araştırma, medya analizi, basın hukuku, iletişim grafiği, kamu yönetimi, ekonomi, işletme yönetimi, istatistik, yabancı diller, yönetim bilimi, sosyal hizmetlerdir. Halkla ilişkiler

eğitiminde yalnızca halkla ilişkiler derslerinin değil, ortak bir iletişim bağlantısı çerçevesinde bütün bilim dallarının öğretilmesi gerekir (Sjöberg, 1998; 13).

Türkiye özelinde ele alınacak olursa, Basın Yayın Yüksekokullarının İletişim Fakültelerine dönüşmesinden sonra, ilk zamanlardaki uzmanlık alanlarına yönelik bölüm ve derslerde farklılaşma olmuştur. O tarihlerden bu yana dünyanın hızlı değişimiyle birlikte halkla ilişkilerin profesyonel uygulama alanları da genişlemiş, çeşitlenmiştir (Gürel, 2006; 354). Kalender (2008; 30-31) halkla ilişkilerin uygulama alanlarını; 1. Medya İlişkileri, 2. Finansal İlişkiler, 3. Kamusal İşler, 4. Konu/Sorun Yönetimi, 5. Lobicilik, 6. Kriz Yönetimi, 7. İtibar Yönetimi, 8. Pazarlama İletişimi, 9. Sponsorluk, 10. Kurumsal Sosyal Sorumluluk, 11. Etkinlik Yönetimi, 12. Kurumsal Kimlik ve İmaj, 13. Çalışan/Üye İlişkileri ve 14. Toplumla İlişkiler olarak sıralamıştır.

Bu alanlar gün geçtikçe gelişmekte ve halkla ilişkilerin gelişimine katkı sağlamaktadır. Ancak değişmeyen noktalardan birinin halkla ilişkilerin kuramsal yapısı içinde başka disiplinlerle bağlılığının bulunmasıdır. İşte bu farklılık halkla ilişkilerin birçok meslek dalına göre çok yönlü bir eğitim tarzını benimsemesine neden olmaktadır. Çünkü en az kendi uzmanlık dersleri kadar farklı uzmanlık alanlarına ait derslerin okutması ihtiyacı da halkla ilişkilerde mesleki donanım için şart olmaktadır (Gürel, 2006; 355). Uygulama alanının genişliği, iletişimin sınırlarını etkileyerek yönetilmesini güçleştirirken, halkla ilişkiler eğitiminin kapsamlı olmasını zorunlu kılmaktadır (Peltekoğlu, 2009; 144). Dinamik bir alan olan halkla ilişkiler ders içeriklerinin günümüzün ihtiyaçlarına göre güncellenmesi gerektiği unutulmamalıdır (Solmaz vd., 2012; 265).

Halkla ilişkiler müfredatını geliştirme konusunda birçok araştırma mevcuttur. Bu araştırmalar içerisinde en sık sözü edilen tavsiyeler arasında; öğrencilere geniş bir sosyal bilimler altyapısı sağlamak, yönetimi, araştırma yapmayı, etik ve kuramı, yazma ve teknolojiyi öğretmek ve öğrencilere staj imkânları sağlamak sayılabilir. Aynı zamanda, akreditasyon ya da lisans elde etme, okullarda ve işgücünde cinsiyet dağılımını dengede tutma, öğrencilerin ikinci bir akademik alanda yoğunlaşmasını ya da uzmanlaşmasını sağlamanın yanı sıra üniversite içerisinde birbirinden bağımsız halkla ilişkiler alanlarının olması ve halkla ilişkileri bütünsel pazarlama iletişimi anlayışı çerçevesinde verme gibi tavsiyeler de müfredat geliştirme açısından dikkate alınması gereken hususlar olarak göze çarpmaktadır (Hornaman, 2000; 22).

2.2. Teorik ve Uygulamalı Eğitim Dengesi:

Her geçen gün daha fazla öğrenci tarafından tercih edilen halkla ilişkilerin temel amaç ve doğasına uygun şekilde, dengeli teorik ve uygulama içeriği ile yapılandırılması, bu alanda verimliliği ve etkinliği artıracaktır (Güz, 2006; 302).

Kamu üniversitelerinde halkla ilişkiler bölümünde kuramsal derslerin ağırlığı %76 - %85 arasında değişirken; özel üniversitelerde bu oran %63 - %88 arasındadır. Bu durumda özel üniversitelerin uygulamaya, başka bir ifadeyle sektörün beklentilerine daha fazla önem verdikleri sonucu çıkarılabilir (Becerikli, 2004; 206). Bu konuyla ilgili yapılan bir araştırma sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde, ülkemizde teorik ve uygulama derslerinin oranlarında bir denge olmadığı görülmüştür. Bu alanda çalışan birçok akademisyenin ve uygulayıcının teorik ve uygulama derslerinin ağırlığı konusunda uzlaşamadığı da bilinmektedir (Solmaz vd., 2012; 264-265).

Teorik ve uygulamalı eğitimin dengesi sağlanırken, sektörün beklentileri de göz önünde bulundurularak (Solmaz vd., 2012; 265) bir eğitim müfredatı oluşturulmalıdır. Bu müfredatta bulunması gereken halkla ilişkilerle ilgili en önemli teorik ve uygulamalı lisans dersleri; - Halkla ilişkilere giriş, - Halkla ilişkilerde yazım ve üretim, - Halkla ilişkilerde planlama ve yönetim, - Halkla ilişkilerde araştırma, ölçme ve değerlendirme, - Halkla ilişkiler kampanyaları, - Halkla ilişkilerde örnek olay çalışmaları, - Gözetimli iş deneyimi (staj) şeklinde belirtilebilir (Hornaman, 2000; 85).

Bu derslerin yanında, halkla ilişkiler öğrencilerine öğretilmesi gereken en önemli konular ise önem sırasına göre şu şekildedir (Hornaman, 2000; 89): - Eleştirel düşünme ve sorun çözme yetenekleri, - Kitle iletişim araçları bilgisi, - Kriz yönetimi bilgisi, - Yeni halkla ilişkiler teknolojileri (bilgisayar, internet, web sayfası tasarımı vb.), - Kamuoyu kavramları/araştırma (anketler, odak gruplar, vb.), - Hedef/amaç belirleme, - Stratejik planlama, - Temel bilimler bilgisi (İngilizce, tarih, vb.), - Pazarlama dersleri, - Liderlik yetenekleri, - Tanıtım teknikleri, - Gazetecilik dersleri, - Yönetim ve organizasyonel davranış dersleri, -

Sosyal bilimler bilgisi (sosyoloji, psikoloji, vb.), - Halkla ilişkilerde hukuk/ mahremiyet/ karalama/ telif hakkı/ ürün sorumluluğu/ finansal beyan vb.

2.3.Halkla İlişkiler Eğitimcileri / Uzmanları / Uygulayıcıları:

Tüm sektörlerin 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. Tüm bu gelişmeler ise, halkla ilişkiler uzmanlarına olan talebi arttırmıştır (Vural ve Yurdakul, 2004; 254). Bir halkla ilişkiler uzmanının başarıyı yakalayabilmesi için, stratejik düşünebilmesi, toplumsal davranış kurallarını içselleştirmiş olması, karşılaşılan sorunlara soğukkanlılıkla çözüm üretebilmesi, günceli takip etmesi ve hedef kitlenin birer birey olarak beklentilerine kulak vermesi gereklidir. Bu nedenle, halkla ilişkiler eğitimi sektörün sözü edilen beklentilerini karşılayacak biçimde düzenlenmeli ve bu sayede başarılı uzmanlar sektöre kazandırılmalıdır (Peltekoğlu, 2009; 145).

Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu (CPRE)'nin 2006 yılında sponsorluğunu üstlendiği 312 halkla ilişkiler uygulayıcısı ve eğitimcisi ile gerçekleştirilen ulusal bir araştırmaya göre, yeni başlamış bir halkla ilişkiler uygulayıcısında bulunması en çok arzu edilen yeteneklerin yazma, eleştirel düşünme, problem çözme ve ayrıca organizasyonel ve kişilerarası beceriler olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, bu araştırmada yeni mezun olanlar arasında en çok eksikliği görülen yeteneklerin de yazma, eleştirel düşünme ve iş ile ilgili uygulamalar olduğu anlaşılmıştır (DiStaso vd., 2009). Yine bu komisyonun 2015 yılındaki raporunda da endüstri liderlerinin halkla ilişkiler uygulamalarına yeni başlayanlarda bulunmasını istedikleri beceriler, bireysel ve kültürel farklılıklara duyarlı olma, kültürlerarası ve küresel iletişim bilgisi sayılmaktadır. Endüstri liderleri ayrıca gerçek dünya deneyimlerine de dikkat çekmektedir (CPRE, 2015).

Bunun yanında, halkla ilişkiler alanında nitelikli öğrenci yetiştirebilmek için, akademik kadroların da niteliğine dikkat edilmelidir (Solmaz vd., 2012; 265). Üniversitede halkla ilişkiler alanında eğitim verecekler konusunda; fakültede gerekli eğitime sahip eğitimcilerle, sağlam mesleki deneyim sahibi olan diğer bireyler bir arada bulunmalıdır. Burada dikkat edilmesi gereken husus; halkla ilişkiler eğitimcilerinin yetkin öğretme, araştırma yapma ve halkla ilişkiler mesleğine ve topluma hizmet etme yeteneğine ve arzusuna sahip kişiler olmasıdır (Sjöberg, 1998; 19).

Ülkemizde yeni açılan ve var olan iletişim fakültelerinin akademik kadro ihtiyacını karşılamaya yönelik (Solmaz vd., 2012; 265) çözümler üretilmeye çalışılmalı, nitelikli eğitimciler yetiştirmek için çalışılmalıdır. Halkla ilişkilerin meslek olarak gelişebilmesinin yolu; okulda başlayan eğitimin kalitesinden, eğitimcilerin yeterliliğinden ve sektördeki halkla ilişkileri doğru uygulamalarından geçmektedir.

2.4.Üniversite - sektör işbirliğinin sağlanması:

Üniversite ile sektörün işbirliği sağlanarak, öğrencilerin sektör gerçeklerinden haberdar olmalarının sağlanması ve alanın gün geçtikçe gelişmesi çerçevesinde, öğrencilerin iş hayatına atıldıklarında, sektörde başarıyı yakalayabilmeleri için gerekli ön çalışmaların yapılması önemlidir. Sektör ve okul buluşmalarıyla, öğrencilerin hem akademisyenlerin bilgilerinden hem de sektördeki önemli isimlerin deneyimlerinden yararlanmaları sağlanmalıdır.

Halkla ilişkiler uygulamacılarını konuk konuşmacı olarak üniversitede derslere çağırmak bu bağlantıyı sağlamanın etkili bir yoludur. Halkla ilişkiler alanında uzman kişilerden kısa süreli derslere davetler dışında, uzun bir süre (örneğin bir hafta) yardımlarını, onların öğrencilerle herhangi bir projeyi veya örnek olayı her yönüyle tartışmalarını istemek, uygulayıcı ve öğrenci buluşmalarını sağlamak için önemlidir. Böyle bir yol izlemek halkla ilişkiler eğitiminin kalitesini artıracaktır (Black, 1998; 24). Günümüzde işe alımlarda halkla ilişkiler eğitiminin ya da sektör tecrübesinin tercihi konusu halen tartışılmaktadır. İletişim Fakültelerinin, sektörün gelişimine odaklı eğitim vermeleri durumunda, farklı branşlarda eğitim gören kişilerin ve/veya sektör tecrübesi olan kişilerin işe alımlarda tercih edilmesi oranında azalma görüleceği ve halkla ilişkiler mezunlarının tercih edilme oranlarının artacağı düşünülmektedir (Gürel, 2006; 355).

3.Halkla İlişkiler Eğitimi ve Başarı

Halkla ilişkiler eğitiminin sağladığı faydalar; mesleki bilgi sahibi olma, mesleğe kalite kazandırma, sektörde uzmanlaşma ve yükselme imkanlarının fazla olması, stratejik bakış açısı ve global vizyon kazanma, stajla birlikte etkin bir işgücü oluşturma, temel bilgi birikimine sahip olarak sektörde işe başlandığında, uygulamacılarla aynı terminolojiye hakim olma şeklinde sıralanmıştır. Alınan eğitim sonucunda öğrencilerde eksik kalabilecek yönler ise; bazen teorik şartlanma nedeniyle pratikte zorlanma, yeterli düzeyde yabancı dil öğrenmemiş olmak, stajlarda verimlilik sağlayamamak şeklinde belirtilmiştir (Gürel, 2006; 362-363). Halkla ilişkilerde başarının büyük ölçüde insan kaynaklı olması, halkla ilişkiler eğitiminin yanında bazı kişisel yeteneklere gerek duyulmasını ve bunların geliştirilmesi için çaba harcanmasını gerektirmektedir (Peltekoğlu, 2009; 146). Hormaman (2000; 83-84), bir halkla ilişkiler mezununun sahip olması gereken beceri ve yetenekleri şu şekilde sıralamıştır: -Yabancı dilde konuşma ve yazmada uzmanlık, - Bilgilendirici ve ikna edici yazma, - Sorun çözme ve uzlaşma, - Stratejik planlama, - Etik kararlar alabilme, - Araştırma yöntemleri ve analizi, - Topluluğa hitap etme ve sunum, - Güncel bir konuyla çalışma, - Bilgi yönetimi, - İletişim yönetimi, - Sorun yönetimi, - Mesaj üretme, - Hedef kitle sınıflandırması, - Duyarlı kişilerarası iletişim, - Topluluk iletişimi, tüketici iletişimi, çalışan iletişimi, diğer uygulama alanları, - İnsanları, programları ve kaynakları yönetme, - Teknoloji ve görsel okuryazarlığı, - Kültürlerarası ve cinsiyetler arası duyarlılık uygulaması, - Profesyonel bir halkla ilişkiler topluluğunda yer alma.

Halkla ilişkilerin yanlış yorumlanması, iletişim stratejisi olmasının göz ardı edilmesi, bazı kurumların bilgi birikimine hiç gerek duymaksızın sadece fiziksel özellikleri halkla ilişkiler alanında istihdam için yeterli görmelerine neden olmaktadır. Oysa insan ilişkilerinde başarı, halkla ilişkilerin temel taşlarından biri olmakla birlikte, kuruluşun amaçlarının gerçekleşmesine hizmet eden halkla ilişkiler stratejisinin oluşturulabilmesi ve yaşama geçirilmesi, ancak, kişisel özelliklerin ve bilginin birbirini desteklemesi halinde mümkündür (Peltekoğlu, 2009; 148). 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 müfredatları, ders içerikleri belirlenmeli, verilecek eğitimin temel karakteristik özellikleri tespit edilmelidir. Söz konusu temel karakteristik özellikleri eğitim sürecine yansıtılabilmek 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 eğitmen ve profesyonellerden yararlanılması gerekmektedir (Kocabaş vd., 2004; 225). John Paluszek ve Dean Kruckeberg ve kırk beş kişilik bir eğitmen ekibinden oluşan Halkla ilişkiler eğitimi komisyonunun iki yıl süren çalışmaları sonucu, öğrencilerin lisans eğitimleri ve mezun olma süresince ulaşmaları gereken yetenek ve bilginin hangi seviyede olması gerektiğinin ve eğer bu seviyeye ulaşırlarsa, kendilerini tam anlamıyla halkla ilişkiler organizasyonlarının içine, hem şimdi hem de uzun yıllarca ne şekilde dahil edeceklerinin altı çizilmiştir. Buna göre lisans eğitimi; iletişim/ikna/halkla ilişkiler kavramları, ilişki inşa etme, toplumsal eğilimler, etik ve kanuni meseleler, yönetim, finans ve pazarlama, araştırma/öngörü, halkla ilişkiler tarihi ve kuramları, çok kültürlü ve küresel meseleler ve organizasyonel değişimler gibi halkla ilişkiler ile ilgili alanlarda bilgi vermelidir. Aynı zamanda, böyle bir lisans eğitimi, bilgi verici ve ikna edici yazı yazma, araştırma yöntemleri ve analizi, bilgi yönetimi, teknolojik yeterlilik, etik kararlar alabilme, sözlü iletişim gibi yetenekleri de içeren oldukça geniş çaplı bir yığın halkla ilişkiler yeteneğini de öğrenciyeye aşılmalıdır. Aynı zamanda 21.yy'daki lisans eğitimi için bu komisyonun tavsiye ettiği yapısal bir bakış açısı da mevcuttur. Bu bakış açısına göre, bir halkla ilişkiler branşı sözü edilen içerikte minimum beş, ideal olarak da sekiz tane ders ile sosyal bilimler alanına sağlam bir zeminde oturtulmak durumundadır.

Halkla ilişkiler dersleri, toplam ders saatlerinin %25 - %40'ı oranında bir zaman dilimini, dengeli olacak bir biçimde sosyal bilimler, meslek ve yabancı dil derslerine ayırmak durumundadır. İdeal bir Halkla İlişkiler branşının; halkla ilişkilere giriş, örnek olay çalışmaları, araştırma/ölçme ve değerlendirme, halkla ilişkiler yazarlığı ve üretimi, halkla İlişkiler planlama/yönetme, halkla ilişkiler kampanyaları, denetlenen iş deneyimleri (stajyerlik) ve güdümlü seçmeli derslerle bezenmiş ders içeriğine sahip olması istenmektedir (Paluszek, 2000; 28).

Tüm bu gerçeklerin farkına varılarak, halkla ilişkileri meslek olarak seçen gençlere eğitim hayatlarının başlamasından itibaren önem verilmeli, gerekli beceriler kazandırılmalı, yeteneklerini farketmeleri ve geliştirmeleri sağlanmalı, mezunların sektörde istihdam edilmelerinin önü açılmalıdır. Böylece halkla ilişkilerde başarıyı sağlamanın yolları aralanabilir.

4.Yöntem

Yöntem olarak saha araştırmasının kullanıldığı bu çalışmada, halkla ilişkiler eğitimi üzerine genel bir değerlendirme yapılmış ve Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin gözünden halkla ilişkiler eğitimiyle ilgili veri toplanmıştır.

4.1.Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

2017 yılı Mart ayı itibarıyla ülkemizde 112'si devlet, 65'i vakıf olmak üzere 177 üniversite eğitim vermektedir. Bu yükseköğretim kurumları içerisinde yeni kurulan iletişim fakülteleri ile birlikte devlet üniversitelerine bağlı olarak 31 İletişim Fakültesinin bulunduğu tespit edilmiştir. Özel üniversiteler bünyesinde bulunan toplam İletişim Fakültesi sayısı da 16'dır (YÖK, 2017). Söz konusu İletişim Fakültelerine bir göz atacak olursak, bu fakültelerde okutulan bölümler; Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Reklamcılık ve Halkla İlişkiler, Reklamcılık, Reklam Tasarımı ve İletişimi, Radyo ve Televizyon, Radyo, Sinema ve Televizyon, Gazetecilik, İletişim, İletişim Bilimleri, İletişim Sanatları ve İletişim Tasarımı bölümleri olarak sıralanabilir. Tüm bu bölümlere öğrenci alımı da TS- 2 puanı esas alınarak gerçekleştirilmektedir (YÖK, 2017). Çalışmamızın evrenini oluşturan Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde ise Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Gazetecilik, Radyo, Televizyon ve Sinema ile Reklamcılık bölümleri yer almaktadır. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde, normal öğretimde 363, ikinci öğretimde 356 öğrenci olmak üzere toplamda 719 öğrenci vardır.

Bu çalışmada saha çalışması gerçekleştirilmiş ve her sınıftan eşit sayıda katılımcıya ulaşmak amacıyla kota örneklem uygulanmıştır. Saha çalışması, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, öğrenciler sınıflarına (1,2,3 ve 4. sınıf) göre ayrılmış, her sınıftan (normal öğretim ve ikinci öğretim öğrencilerinden) 100'er öğrenciye ulaşılarak toplamda 400 öğrenciye 01.03.2017- 31.03.2017 tarihleri arasında online anket gerçekleştirilmiştir.

4.2.Veri Toplama Aracı

Yapılan uygulamada, kullanılan soru formu çoktan seçmeli seçenekleri bulunan 29 sorudan oluşmaktadır. Soru formu; katılımcıların demografik özelliklerini, halkla ilişkiler bölümünü seçme konusunda önemli etkenleri, fakültede verilen eğitimle ilgili görüş ve önerilerini ve mesleğe dair gelişimsel çabalarını ayrıntılı şekilde ortaya koymayı amaçlayan sorulardan oluşmaktadır.

4.3.Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Araştırma verileri SPSS 15 istatistik programıyla elektronik ortamda işlenmiştir. Verilerin analizinde, anket sorularını cevaplayanların demografik özellikleri ve halkla ilişkiler eğitimine dair tutum ve davranışlarına ilişkin birtakım verileri elde etme amacıyla frekans analizi esas alınmıştır. Ayrıca, çapraz tablo analizleri ve ki-kare analizleri uygulanmış ve verilerin yorumları bulgular ve yorum kısmında ayrıntılı şekilde sunulmuştur.

5.Bulgular ve Yorum

5.1.Öğrencilerin Birtakım Özelliklerine Dair Bulgular

Araştırmaya katılan 400 öğrencinin 232'si kadın, 168'i de erkektir. Araştırmaya katılan öğrencilerin, yaş aralıkları 18, 19, 20, 21 ve 22 ve üzeri olarak tanımlanmıştır. 20, 21 ile 22 ve üzeri yaş aralığındaki öğrencilerin oranının yakın olduğu görülmektedir (%25,5, %29,3 ve %27,8).

Araştırmada kota örneklem kullanıldığı için, her sınıftan eşit sayıda öğrenci çalışmaya katılmıştır (100 öğrenci - %25).

Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde okuyan öğrencilerin 197'si (%49,3) genel lise, 87'si (%21,8) Anadolu Lisesi mezunudur. Bu oranlara bakıldığında son ÖSYM sınav sistemiyle TS-2 alanından öğrenci alımı yapılmasıyla mezun olunan lise türü arasında da bir bağlantı kurulabilir. İletişim Fakültesine İletişim Lisesinden gelen öğrenci sayısının 11 (%2,8) ile sınırlı kalması ise; üniversitede İletişim Fakültesini tercih etmeleri konusunda İletişim Lisesi mezunlarını teşvik edici politikaların üretilmemesi yahut İletişim Liselerini tercih eden öğrenci sayısının azlığı ile açıklanabilir.

5.2. Öğrencilerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü Seçme Konusunda Tutum ve Davranışlarına Dair Bilgiler

Tablo 1 – Öğrencilerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü Tercih Etme Sırası

	Frekans	Yüzde
1. tercih	137	34,3
2. tercih	51	12,8
3. tercih	34	8,5
4. tercih	14	3,5
5. tercih	17	4,3
6. tercih ve sonrası	143	35,8
Toplam	396	99,0
Cevapsız	4	1,0
Toplam	400	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerden Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünü ilk tercih olarak seçenlerin oranı 137 öğrenci ile %34,3'tür. Halkla ilişkiler ve Tanıtım bölümünü 6. tercih ve sonrası olarak kazananların oranı ise 143 öğrenci (%35,8) ile yadsınamayacak düzeydedir. Araştırmaya katılan öğrencilerden yarısından fazlası, toplamı yüzdeden de anlaşılacağı üzere, halkla ilişkiler ve tanıtım bölümünü ilk üç tercihlerinden birinde yazmıştır (%56,1). Bu da gösteriyor ki üniversiteye girişte, şu an okumakta oldukları bölümü istekle seçmişlerdir.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü bilinçli seçme durumu: Araştırmamıza katılan Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü öğrencilerinin %74,3'ü, bu bölümü bilinçli bir şekilde seçtiklerini ifade etmişlerdir. Bu da verilecek eğitimin başarıya ulaşmasında, bilinçli öğrencilerle yola çıkmanın kolaylık sağlayacağı hususunda fakülte ve eğitimciler adına sevindirici bir durumdur.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü seçiminde etkili olan unsur: Araştırmaya katılan öğrencilerin %67,5'i bu bölümü seçmede kendilerinin karar verdiğini belirtmişlerdir. Öğrencilerin %14'ü ise öğretmenlerinin bu seçimde kendilerini etkilediğini ifade etmiştir. Bir öğrencinin kendi okuyacağı bölümün kendisinin seçmesi, eğitimini istekli sürdürmesi yönünden manidardır.

Öğrencilerin yeniden Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü seçme durumları: Halkla ilişkiler eğitimi alan bu öğrencilere, “Yeniden sınava girme veya okuyacağınız bölümü seçme şansınız olsaydı, yine bu bölümü seçer miydiniz?” diye sordüğümüzda 195'i (%48,8) evet demiştir. %27'si hayır derken, %24'ü bilemiyorum diyerek kararsız kalmıştır. %48,8 evet oranı yüksek görünse de, hayır diyenlerin ve özellikle bilemiyorum cevabıyla kararsız kalanların neden böyle düşündükleri araştırılması gereken bir konudur. Öğrencilerin hangi kaygılarla %48,8'in yeniden aynı bölümü seçme kararına katılmadığını araştırmak ve ortaya çıkan sorunları çözüme kavuşturmak gerekir.

Tablo 2 – Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü Seçme Şekli ile Yeniden Seçme Düşüncesinin Karşılaştırılması

	Yeniden Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü Seçme Durumu			Toplam
	Evet	Hayır	Bilemiyorum	
Evet, bilinçliydim	167	57	73	297
	56,2%	19,2%	24,6%	100,0%
	86,1%	52,8%	76,0%	74,6%
Hayır, bilinçli bir şekilde seçmedim	27	51	23	101
	26,7%	50,5%	22,8%	100,0%
	13,9%	47,2%	24,0%	25,4%
Toplam	194	108	96	398
	48,7%	27,1%	24,1%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Öğrencilerin Halkla ilişkiler ve Tanıtım Bölümünü seçme bilinciyle, bölümü yeniden seçme durumları arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur ($\chi^2=40,771^a$, $sd= 2$, $p= 0,000$). Bilinçli bir şekilde seçim yapan öğrencilerin %56,2'si aynı bölümü yeniden seçebileceklerini söylemiştir. Bilinçli bir şekilde seçmeyenlerden de %26,7'si ilgili bölümü yeniden seçebileceklerini ifade etmişlerdir. Bu da öğrencilerin seçtikleri bölümden genel itibariyle memnun olduklarını gösterebilir.

Tablo 3 – Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümüne Öğrenci Alım Şekli

	Frekans	Yüzde
Yetenek Sınavı	216	54,0
Merkezi Sınav Sistemi	118	29,5
Fikrim Yok	50	12,5
Yetenek + Merkezi Sınav	8	2,0
Sınavsız Olmalı	6	1,5
Toplam	398	99,5
Cevapsız	2	,5
Toplam	400	100,0

Bölümde eğitim alan öğrencilerin, öğrenci alım şekliyle ilgili görüşleri ise şu şekildedir: %54'ü yetenek sınavıyla olması gerektiğini düşünürken, %29,5'i merkezi sınav sistemiyle öğrenci alınmasının devam etmesi gerektiğini düşünmektedir. % 12,5'i fikir beyan etmezken, %2'si yetenek ve merkezi sınavın bir arada olduğu bir öğrenci seçim sistemini istemektedir. Ayrıca, %1,5'i de sınavsız öğrenci alınması gerektiğini ifade etmiştir. Halkla ilişkiler eğitimi almak, bir mezunun sektörde başarılı olabilmesi için yeterli değildir. Öğrencinin eğitimi süresince elde ettiği bilgileri uygulamaya geçirebilmesi ayrıca bir yetenek gerektirmektedir. Bu anlamda iletişim fakültelerine öğrenci alımlarında merkezi sınavlara ek olarak, yetenek sınavlarına da başvurulması gerektiğini düşünmekteyiz. Bu açıdan, öğrencilerin yarısından fazlasının yetenek sınavıyla öğrenci alınması fikri, gayet makul ve uygulanabilir bir istektir.

5.3. Öğrencilerin Halkla İlişkiler Mesleğinin Gerektirdiği Bilgi ve Beceriler Konusunda Farkındalıklarını Belirlemeye Yönelik Bulgular

Öğrencilerin yabancı dil bilgisi: Araştırmaya katılan öğrencilerden 295'i (%73,8) yabancı dil olarak İngilizceyi bildiklerini ifade etmişlerdir. 86 öğrenci ise (%21,5) hiç yabancı dil bilmediğini ifade etmiştir. Halkla ilişkiler eğitiminde dilin önemi unutulmamalıdır ve yabancı dil eğitimi konusunda öğrencilere yol gösterici, teşvik edici çalışmalara girilmelidir. Halkla ilişkiler mesleğinde, her daim bir adım önce olmak için dil bilmek hatta birkaç dil bilmek gerekmektedir.

Öğrencilerin dil kursuna gitme konusundaki düşünceleri: Halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencilere “Yabancı dil kursuna hiç gittiniz mi veya gitmeyi düşünüyor musunuz?” diye sorulduğunda, %82,8’i (331 öğrenci) evet cevabı vermiştir. Bu da yabancı dil eğitimi konusunda bölüm öğrencilerinin son derece bilinçli olduğunu göstermektedir.

Tablo 4 – Öğrencilerin Sınıf ve Dil Kursuna Gitme Düşüncelerinin Karşılaştırılması

	Dil Kursuna Gitme Düşüncesi			Toplam
	Evet	Hayır	Fikrim Yok	
1. Sınıf	88	7	5	100
	88,0%	7,0%	5,0%	100,0%
	26,6%	12,7%	38,5%	25,1%
2. Sınıf	94	4	2	100
	94,0%	4,0%	2,0%	100,0%
	28,4%	7,3%	15,4%	25,1%
3. Sınıf	82	15	2	99
	82,8%	15,2%	2,0%	100,0%
	24,8%	27,3%	15,4%	24,8%
4. Sınıf	67	29	4	100
	67,0%	29,0%	4,0%	100,0%
	20,2%	52,7%	30,8%	25,1%
Toplam	331	55	13	399
	83,0%	13,8%	3,3%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Öğrencilerin sınıfları ve dil kursuna gitme düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur ($\chi^2=34,112^a$, $sd=6$, $p=0,000$) 1. sınıfların %26,6’sı, 2. sınıfların %28,4’ü, 3. Sınıfların %24,8’i ve 4. sınıfların da %20,2’si dil kursuna gitmeyi düşündüğünü belirtmiştir. Daha önce de belirtildiği üzere öğrencilerin %82,8’i dil kursuna gitmeyi düşünmektedir. Unutulmamalıdır ki, doğası gereği rekabete açık olan halkla ilişkiler mesleğinde yer almak isteyen mezunların öncelikle mesleğin gerektirdiği donanımlara sahip olmaları gerekir.

Öğrencilerin ders kitapları dışında Halkla İlişkiler alanıyla ilgili yayınları takip etme durumları: Öğrencilerin ders kitapları dışında, halkla ilişkiler alanıyla ilgili yayınları takip etme durumları sorulduğunda, %28,8’i takip ettiğini, %26,5’i takip etmediğini ve %44’ü kısmen takip ettiğini belirtmiştir. Halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencilerin alanlarıyla ilgili yayınları takip etmeleri, alandaki gelişmelerden haberdar olmaları, sektörel gelişmeleri takip etmeleri açısından faydalıdır. Alanla ilgili gerekli okumaları yaparak, bilgi birikimini artıran öğrenciler, eğitim aldıkları alana hakim olma konusunda kolaylıklar yaşayacak, farklı bakış açıları kazanarak, sektöre eğitilmiş ve kalifiye bir çalışan olarak kolaylıkla adapte olabileceklerdir.

Öğrencilerin Halkla İlişkilerle ilgili konferans/panel/sempozyum vb. etkinlikleri takip etme durumları: Öğrencilerin halkla ilişkilerle ilgili konferans/panel/sempozyum vb. etkinlikleri takip etme durumları sorulduğunda, %23’ü takip ettiğini, %25,5’i takip etmediğini ve %50,5’i kısmen takip ettiğini ifade etmiştir. Öğrencilerin bu tür etkinlikleri takip etmeleri, alanlarıyla ilgili gelişmelerden haberdar olmalarına vesile olacaktır. Ayrıca bu tür etkinliklerde, alanla ilgili uzmanların, hocaların fikirlerinden haberdar olacaklar, halkla ilişkiler alanıyla ilgili her türlü gelişme ve değişiklikten uzman gözüyle fikir edineceklerdir. Bu amaçla, öğrencileri bu tür etkinliklerden haberdar etmek ve etkinlikleri takip etmeleri konusunda teşvik etmek son derece önem arz etmektedir.

Öğrencilerin Halkla İlişkiler ve ilgili alanlarda düzenlenen kampanyaları/projeleri vb. organizasyonları takip etme durumları: Öğrencilere halkla ilişkiler ve ilgili alanlarda düzenlenen kampanyaları/projeleri vb. organizasyonları takip edip etmedikleri sorulduğunda, %19,8’i evet, %33,5’i

hayır, %46'sı da kısmen cevabını vermiştir. Halkla ilişkiler teorik eğitimle öğrenilecek bir alan değildir, öğrencilerin bu tür organizasyonları takip ederek mesleğin uygulama alanlarından haberdar olmaları, kendilerine fayda sağlayacaktır. Öğrencilerin uygulamada başarı elde edebilmesi, öncelikle yetenek daha sonrasında da alanla ilgili kampanya/proje örneklerini incelemek, deneyimlemekle gerçekleşebilir.

Öğrencilerin derslerde halkla ilişkiler ve ilgili alanlarda düzenlenen kampanyalara/projelere vb. organizasyonlara katılma durumları: Öğrencilere, derslerde halkla ilişkiler ve ilgili alanlarda düzenlenen kampanyalara/projelere vb. organizasyonlara katılıp katılmadıkları veya katılmayı düşünüp düşünmedikleri sorulduğunda, %43,8'i evet, %31,5'i hayır, %24'ü fikrim yok şeklinde cevaplamıştır. Halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencilerin edindikleri bilgileri kampanya/yarışma vb. organizasyonlara katılmak amacıyla hazırlayacakları projelerle uygulamaya geçirmeleri gerekir. Bu tür kampanyalara/projelere katılma, mesleğin doğasında bulunan rekabetçi, gelişmeye açık, etkileşimci yapının öğrencilere aşılması açısından faydalıdır. Öğrenciler katıldıkları yarışmalarla, her zaman daha iyiye ulaşmak için gayret göstermeye, kendilerini geliştirip rakiplerine üstünlük sağlamaya çalışabilirler. Bu da halkla ilişkiler eğitiminde kaliteyi getiren unsurlardandır.

Öğrencilerin Halkla İlişkiler ve ilgili alanlarda düzenlenen organizasyonlara katılma hususunda hocaları tarafından desteklenmesi: Öğrencilere halkla ilişkiler ve ilgili alanlarda düzenlenen organizasyonlara katılma hususunda hocaları tarafından desteklenme durumları sorulduğunda, %22'si evet, %42,8'i hayır, %34,5'i kısmen cevabını vermiştir. Bu oranlardan da anlaşılacağı üzere, öğrencilerin eğitimciler tarafından bilgilendirilip teşvik edilme oranları yeterli düzeyde değildir. Öğrencilerin teorik bilgilerini uygulamaya geçirebilecekleri, kendilerini geliştirebilecekleri bu organizasyonlarla ilgili farkındalık kazanabilmeleri için öncelikle, bu konularla ilgili bilgilendirilip teşvik edilmeleri gerekmektedir. Bu durumda, hocaların öğrencilerine rehberlik etme konusunda daha gayretli olması gerektiğini söyleyebiliriz.

Öğrencilerin staj yapma durumları: Öğrencilere staj yapıp yapmadıkları sorulduğunda, %27,5'i evet, %72'si de hayır cevabını vermiştir. Bu oranlar, staja gerekli önemin verilmediğini gösteren, oldukça üzücü bir tabloyu ortaya koymaktadır. Öncelikle öğrencilerin staj konusunda bilgilendirilmesi, teşvik edilmesi gerekir. Staj, bir lisans öğrencisinin sektörle bağlantı kurduğu ilk etkileşimdir ve stajın zorunlu olması konusunda üniversiteler ve devlet desteğiyle gerekli uygulamalar ortaya konmalıdır.

Öğrencilerin öğrenimleri süresince staj yapma konusundaki düşünceleri: Öğrencilere staj konusundaki fikirleri sorulduğunda, %72,8'i stajın zorunlu olması gerektiğini, %25,3'ü ise stajın isteğe bağlı olması gerektiğini ifade etmiştir. Staj öğrencilerin sektöre adım atmalarını ilk basamağıdır. Staj yapan öğrenci okulda edindiği bilgileri uygulamaya geçirme fırsatı bulurken, aynı zamanda eksiklerini de görebilir. Sektörde işlerin nasıl yürüdüğünü fark ederek, kendini mezuniyet sonrasında hazırlamak için fırsat yakalayabilir. İyi bir halkla ilişkiler uzmanı olmanın yolu, bilgili ve deneyimli olmaktan geçer. Bu deneyimi kazanabilmenin ilk adımı, öğrenciyken yapılan stajlardır. Staj, keyfi uygulamalara bırakılmayacak kadar önemlidir, bu nedenle halkla ilişkiler eğitiminde stajın zorunlu olması gerekmektedir.

Tablo 5 - Öğrencilerin Buldukları Sınıf ve Staj Yapma Durumlarını Karşılaştırılması
Staj Yapma Durumları

	Evet	Hayır	Toplam
1. Sınıf	8	92	100
	8,0%	92,0%	100,0%
	7,3%	31,9%	25,1%
2. Sınıf	15	85	100
	15,0%	85,0%	100,0%
	13,6%	29,5%	25,1%
3. Sınıf	18	81	99
	18,2%	81,8%	100,0%
	16,4%	28,1%	24,9%
4. Sınıf	69	30	99
	69,7%	30,3%	100,0%
	62,7%	10,4%	24,9%
Toplam	110	288	398
	27,6%	72,4%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%

Öğrencilerin okudukları sınıflar ile staj yapma durumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2=119,261^a$, $sd=3$, $p=0,000$). Öğrencilerin buldukları sınıf ve staj yapma durumları karşılaştırıldığında, 1. sınıf öğrencilerinin %7,3'ü, 2. sınıf öğrencilerinin %13,6'sı, 3. sınıf öğrencilerinin %16,4'ü ve 4. sınıf öğrencilerinin de % 62,7'si staj yapmıştır. Öğrencilerinin okudukları sınıflar yükseldikçe staj yapma oranları da artmıştır. Çünkü; öğrencilerin bölüm ve mesleğin gereklilikleri ile ilgili farkındalıkları, sınıfları yükseldikçe artmaktadır. Halkla ilişkiler eğitiminde de uygun olan, birinci ve ikinci sınıflarda gerekli kuramsal eğitim verildikten sonra uygulamaya yönelmektir. Bölüm ve meslek hakkında bilgi sahibi olan 3. ve 4. sınıf öğrencileri stajlarda daha iyi performans gösterebilir ve öğrendiklerini rahatlıkla uygulamaya geçirebilir.

5.4. Öğrencilerin Aldıkları Eğitimle İlgili Görüşlerini Belirlemeye Yönelik Bulgular

Öğrencilerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümündeki eğitim düzeyi hakkındaki görüşleri: Öğrencilere aldıkları eğitim düzeyi ile ilgili soru sorulduğunda, %25'i yeterli düzeyde eğitim aldıklarını, %49,3'ü eğitim düzeyinin kısmen yeterli olduğunu ve %21,8'i ise eğitim düzeyinin yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Bu oranlara bakıldığında, öğrencilerin verilen eğitim düzeyi konusunda tam anlamıyla memnun olmadıkları, birtakım eksiklikler nedeniyle kısmen memnun oldukları anlaşılmaktadır. Bu durumun araştırılarak, yetersiz görülen konularda iyileştirmeye gitmek, müfredat geliştirmek, eğitimcilerin kalitesinin artması için YÖK ile bağlantılı çalışmalar yapmak tüm üniversitelerin görevi olmalıdır.

Tablo 6 – Öğrencilerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde Okutulan Derslerle İlgili Önerileri

	Frekans	Yüzde
Teorik dersler ağırlıkta olmalıdır.	19	4,8
Uygulamaya yönelik dersler ağırlıkta olmalıdır.	254	63,5
Teorik ve uygulamaya yönelik dersler eşit düzeyde olmalıdır.	118	29,5
Fikrim yok	8	2,0
Toplam	399	99,8
Cevapsız	1	,3
Toplam	400	100,0

Öğrencilere okutulan derslerle ilgili görüşleri sorulduğunda; %63,5'i uygulamaya yönelik derslerin ağırlıkta olması gerektiğini, %29,5'i ise teorik ve uygulamaya yönelik derslerin eşit düzeyde olması gerektiğini belirtmiştir. Bu oranlara bakılarak bir çıkarımda bulunmak gerekirse; fakültede teorik derslere

ağırlık verilmektedir ve öğrenciler bu konuda uygulamaya yönelik derslerin artmasını istemektedir. Uygulamaya yönelik derslerin artırılması, öğrencilerin kendilerini geliştirmeleri açısından avantajlıdır. Bu uygulamalarda arkadaşlar arası rekabet, sürekli kendini geliştirme isteği, eğitimcilerle karşılıklı bilgi alışverişi öğrenciler açısından faydalı olacaktır.

Tablo 7 – Öğrencilerin Hocaların Ders İşleme Metotlarıyla İlgili İstekleri

	Frekans	Yüzde
Dersi kendi hazırladığı materyallerle anlatmalıdır.	27	6,8
Öğrencilere sunum hazırlatmalı ve derste sunum yaptırmalıdır.	38	9,5
Sektörle ilgili isimleri derse davet etmeli ve deneyimlerinden yararlanmamızı sağlamalıdır.	180	45,0
Halkla ilişkilerle ilgili uygulama örneklerini derste analiz etmeli ve tartışma ortamı oluşturmalıdır.	131	32,8
Ders anlatırken teknolojik imkânlardan yararlanmalıdır.	17	4,3
Diğer	6	1,5
Toplam	399	99,8
Cevapsız	1	,3
Toplam	400	100,0

Öğrencilere ders işleme metotlarıyla ilgili fikirleri sorulduğunda, %45'i sektörde deneyimli isimlerle bir araya gelmek istemektedir. %32,8'i ise hocalarının halkla ilişkilerle ilgili uygulama örneklerini derste analiz etmesini ve tartışma ortamı oluşturmasını istemektedir. Buradan anlaşılacağı üzere, halkla ilişkiler eğitiminde başarı, öğrenci katılımlı, aktif bir eğitim benimsenerek ve sektörle-okul ilişkisi kurularak sağlanabilir.

Hocaların ders işleme metodu konusunda öğrencilerin isteklerine önem vermesi: Ders işleme metotları konusunda, hocaların öğrencilerin görüşlerini alıp almadığı sorulduğunda, %25,5'i evet, %24,3'ü hayır, %49,8'i de kısmen evet cevabını vermiştir. Elbette ki ders işleme metodu, ders hocasının takdirindedir ancak, öğrencilerin isteklerine önem veren eğitimciler, derslerde başarı oranlarını artırabilirler. Unutulmamalıdır ki, sevdirecek ve benimseterek öğretme, en etkili öğrenim metotlarıdır.

Öğrencilerin ders dışı zamanlarda hocalarıyla iletişim kurabilme durumu: Öğrencilere “Ders dışı zamanlarda hocalarınızla iletişim kurabiliyor musunuz?” diye sorulduğunda, %51'i evet, %32,5'i kısmen ve %16'sı hayır cevabı vermiştir. Sonuçlara bakıldığında, öğrencilerin genelinin hocalarıyla iletişim kurabildiği görülmektedir. Öğrencilerin ders dışı zamanlarda hocalarıyla iletişim kurabilmeleri, onların bilgi ve tecrübelerinden yararlanmaları, fikir alışverişinde bulunmaları gelişimleri açısından önemlidir. Hoca-öğrenci iletişiminin artırılması, verilen eğitimin kalitesini artırıcı bir rol üstlenebilir.

5.5. Öğrencilerin Aldıkları Halkla İlişkiler Eğitimi ve Sektör Bağlantısı Hakkında Görüşlerini Belirlemeye Yönelik Bulgular

Halkla İlişkiler alanında sektörde deneyimli isimlerin fakülteye davet edilme durumları: Halkla ilişkiler alanında sektörde deneyimli isimlerin fakülteye davet edilip edilmediğini sorduğumuzda, %17'si evet, %67,5'i de hayır diyerek yanıtlamıştır. Sektörde deneyimli halkla ilişkiler uygulamacılarıyla, öğrenci buluşmalarını sağlamak gerekmektedir. Fakültenin bu anlamda eksik kaldığı görülmektedir.

Öğrencilerin Halkla İlişkiler alanında sektörde deneyimli isimlerle bir araya gelmenin eğitime katkısı konusunda düşünceleri: Öğrencilere halkla ilişkiler alanında deneyimli isimlerle bir araya gelmek isteyip istemedikleri sorulduğunda, %87,8'i evet cevabını vermiştir. Bu oran, öğrencilerin sektörden isimlerle bir araya gelme konusunda istekli olduğunu ve kendilerine katkı sağlayacağını düşündüklerini göstermektedir. Sektörden isimlerle öğrenci buluşmaları sağlanırsa, alanında deneyimli olan uygulamacılar, öğrencilere tecrübelerini aktarırken, mezun olduktan sonra onları sektörde nelerin beklediği konusunda fikir verebilirler. Uygulamacılarla öğrencileri bir ders saati süresince değil, örneğin, bir projenin uygulama süresi boyunca (1-2 hafta), bir araya getirmek, birlikte çalışabilme imkânı sağlamak öğrenciler için

bulunmaz bir fırsat olabilir. Halkla ilişkiler eğitiminde kaliteyi sağlamanın yollarından biri de budur denebilir.

5.6.Öğrencilerin Okudukları Bölüm ve Halkla İlişkiler Mesleği Konusunda Değerlendirmelerine Yönelik Bulgular

Öğrencilerin Halkla İlişkiler mesleğini kendilerine uygun görme durumları: Araştırmaya katılan öğrencilerin %66,8'i (267 öğrenci)'i, halkla ilişkiler mesleğini kendilerine uygun görmektedir. Bu soruya verilen cevabın, halkla ilişkiler bölümünü bilinçli seçmiş öğrencilerin oranına (%74,3) benzer düzeyde (yüksek) çıkması, sorulara verilen cevaplar arasında uyumun da bir ifadesidir.

Tablo 8 – Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü Seçme Şekli ile Öğrencinin Halkla İlişkileri Kendine Uygun Meslek Olup Olmadığını Düşünmesi Konusunun Karşılaştırılması

	Halkla İlişkiler Mesleğinin Uygunluğu			Toplam
	Evet	Hayır	Kararsızım	
Evet, bilinçliydim	234	16	47	297
	78,8%	5,4%	15,8%	100,0%
	88,0%	38,1%	52,2%	74,6%
Hayır, bilinçli bir şekilde seçmedim	32	26	43	101
	31,7%	25,7%	42,6%	100,0%
	12,0%	61,9%	47,8%	25,4%
Toplam	266	42	90	398
	66,8%	10,6%	22,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Öğrencilerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü seçme bilinciyle, halkla ilişkilerin kendilerine uygun bir meslek olması arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur. ($\chi^2= 78,464^a$, $sd= 2$, $p=0,000$). Verilen cevapları karşılaştırdığımızda, bölümü bilinçli bir şekilde seçen öğrencilerden %78,8'i mesleğin kendilerine uygun olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bu da tercihlerinin sonucunda doğru karar verdiklerini düşündüklerini gösterebilir. Bu bölümü bilinçli bir şekilde seçmese de, daha sonrasında, bu mesleği kendisine uygun olarak görenlerin oranı ise %31,7'dir. Bu da öncesinde belirtildiği gibi, tablo 2 ile benzeşmekte, bölüm ve meslek hakkında bilgi sahibi olduktan sonra fikirlerinin olumluya kaydığını göstermektedir.

Tablo 9 – Cinsiyet ile Öğrencinin Halkla İlişkileri Kendine Uygun Meslek Olup Olmadığını Düşünmesi Konusunun Karşılaştırılması

	Halkla İlişkiler Mesleğinin Uygunluğu			Toplam
	Evet, düşünüyorum	Hayır, düşünmüyorum	Kararsızım	
Kadın	164	16	51	231
	71,0%	6,9%	22,1%	100,0%
	61,4%	38,1%	56,7%	57,9%
Erkek	103	26	39	168
	61,3%	15,5%	23,2%	100,0%
	38,6%	61,9%	43,3%	42,1%
Toplam	267	42	90	399
	66,9%	10,5%	22,6%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cinsiyet ile öğrencinin halkla ilişkileri kendilerine uygun görüp görmemesi arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($\chi^2= 8,174^a$, $sd=2$, $p= 0,017$). Kadınların %71'i, erkeklerin de %61,3'ü Halkla İlişkiler

mesleğinin kendisine uygun olduğunu düşünmektedir. Kadınların sektörde daha kolay iş bulabildiği düşünülürse, bu oranlar da bu düşünceye paralel düzeydedir. Ancak unutulmamalıdır ki, pozitif ayrımcılık bile yapılsa, meslekte başarılı olmanın asıl yolu cinsiyet değil, bilgi ve donanımdır.

Öğrencilerin fakülteden mezun olduktan sonra sektörde iş bulabilme konusundaki düşünceleri: Öğrencilerin fakülteden mezun olduktan sonra sektörde iş bulabilme konusunda ne düşündükleri sorulduğunda, %43'ü iş bulabileceğini, %31,8'i iş bulamayacağını, %24,5'i ise bir fikrinin olmadığını ifade etmiştir. Bu durumda öğrencilerin iş bulabilme konusunda çok da umutlu olduklarını söyleyemeyiz. Halkla ilişkiler sektörü sürekli gelişime açık, rekabetin olduğu bir sektördür. Bu alanda başarılı olmak isteyen mezunların öncelikle kendi gelişimlerine (sağlam bir kuramsal temel, uygulamaya dayalı çalışmalar, staj yapma, yabancı dil bilgisi ve buna benzer gerekliliklere) önem vermeleri gerekmektedir.

Tablo 10 – Öğrencilerin Cinsiyeti ve Öğrencilerin Fakülteden Mezun Olduktan Sonra Sektörde İş Bulabilme Konusunda Düşüncelerinin Karşılaştırılması

	Öğrencilerin Fakülteden Mezun Olduktan Sonra Sektörde İş Bulabilme Konusunda Düşünceleri			Toplam
	Evet, bulabilirim	Hayır, bulamayabilirim	Fikrim yok	
Kadın	100	68	61	229
	43,7%	29,7%	26,6%	100,0%
	58,1%	53,5%	62,2%	57,7%
Erkek	72	59	37	168
	42,9%	35,1%	22,0%	100,0%
	41,9%	46,5%	37,8%	42,3%
Toplam	172	127	98	397
	43,3%	32,0%	24,7%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Öğrencilerin cinsiyeti ve fakülteden mezun olduktan sonra iş bulabilme konusundaki düşünceleri karşılaştırıldığında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($\chi^2= 1,172^a$, $sd=2$, $p=0,419$). Kız öğrencilerin %43,7'si iş bulabileceğini, %27,9'u iş bulamayacağını ve %28'i de bir fikrinin olmadığını söylemiştir. Erkek öğrencilerin de %42,9'u iş bulabileceğini, %35,1'i iş bulamayacağını ve %22'si de bir fikrinin olmadığını belirtmiştir. Öğrenciler iş bulabilme konusunda geleceğe ne umutlu ne de umutsuz bakmaktadır. Sektörde işe alımlarda adil davranış, liyakat, bilgiye ve tecrübeye verilen önemde daha duyarlı olunmalı; geleceğe umutla bakan gençlere istihdam konusunda devlet eliyle politikalar geliştirilmeli ve uygulanmalıdır.

Tablo 11 – Öğrencilerin Okudukları Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünün İmajıyla İlgili Düşünceleri

	Frekans	Yüzde
Olumlu bir imaja sahip	161	40,3
Olumsuz bir imaja sahip	72	18,0
Ne olumlu ne de olumsuz bir imaja sahip	157	39,3
Fikrim yok	8	2,0
Toplam	398	99,5
Cevapsız	2	,5
Toplam	400	100,0

Öğrencilerin okudukları Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünün imajıyla ilgili düşünceleri de şu şekildedir: Öğrencilerin %40,3'ü bölümün olumlu bir imajı olduğunu, %18'i olumsuz bir imajı olduğunu belirtmiştir. %39,3'ü ise ne olumlu ne de olumsuz bir imajı olduğunu belirterek, fikirlerinde yansız bir durum sergilemişlerdir. Bu oranlara bakılınca, okulun genel itibarıyla öğrenci nazarında olumlu bir imajı olsa da, bunu artırmaya yönelik çalışmaların yapılması uygun olabilir.

Tablo 12 – Öğrencilerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümüyle İlgili Üniversite Öncesi ve Sonrası Düşünceleri

	Frekans	Yüzde
Fikirlerim olumluydu, şimdi de olumlu	207	51,8
Fikirlerim olumluydu ama şimdi olumsuz	98	24,5
Fikirlerim olumsuzdu, şimdi de olumsuz	23	5,8
Fikirlerim olumsuzdu ama şimdi olumlu	69	17,3
Toplam	397	99,3
Cevapsız	3	,8
Toplam	400	100,0

Öğrencilerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümüyle ilgili üniversite öncesi ve sonrası düşünceleri de şu şekildedir: %51,8'inin fikirleri olumluyken bu şekilde devam etmiştir. Bu da bölüme istekli gelen öğrencilerin, bölüme ilgili fikirlerin zamanla aynı kaldığını, memnun olduklarını gösterebilir. %17,3'ünün fikirleri önceden olumsuzken şimdi olumluya dönüşmüştür. Bu da bölüm için sevindirici bir durumdur. Bu durumda bölümün imajını şu an için olumlu görenlerin oranının %69,1 olduğunu gösterir. Bu da bölümün imajının genel itibarıyla olumlu olduğunu gösterir. Geriye kalan %5,8'lik kısmın olumsuz yaklaşımı, öncesinde ve sonrasında devam etmiştir. %24,5 oranında öğrenci ise bölüme ilgili olumlu düşünürken, fikirleri sonrasında olumsuzla dönüşmüştür. Bu durumun araştırılarak, öğrencilerin neden böyle düşündüğü, hangi sebeplerle bu fikri geliştirdikleri öğrenilirse, bölüm hakkındaki fikirlerini olumluya çevirebilecek faydalı çalışmalara yönelim oluşabilir. Bu da verilen eğitimin kalitesini artırıcı yönde etki sağlayabilir.

6.Sonuç

Değişen dünya şartlarında, stratejik yönü ile iletişimi yöneten ve yönlendiren halkla ilişkiler, bu başarısını alandakilerin katkılarıyla sağlayabilir. Halkla ilişkiler alanında başarı, mesleğin gerektirdiği donanıma sahip, iyi yetişmiş bireylerle sağlanabilir. Bu bireylerin gelişimi, verilecek eğitimin kalitesiyle doğru orantılıdır.

Çalışmamızda ele aldığımız Selçuk Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü eğitimi konusunda elde ettiğimiz bulgulara göre, ilgili bölümdeki öğrenciler genel itibarıyla meslek hakkında bir imaj geliştirmişlerdir. Bölüm öğrencileri öncelikle dil eğitiminin önemini farkındalardır. Bu amaçla dil kursuna gidenlerin/gitmeyi düşünenlerin oranları yüksek çıkmıştır. Ancak dil eğitiminin önemi konusunda sınıf yükseldikçe bir farkındalık oluşmadığı anlaşılmıştır. Dil eğitimi konusunda günümüzde bir sektör haline gelmiş dil kursları ve ücretleri düşünüldüğünde, öğrencilerin bu nedenle de dil eğitimine yeterince eğilemedikleri düşünülebilir. Bu amaçla, fakültelerde hazırlık sınıflarıyla veya müfredatta ders saati ağırlığının artırılmasıyla da dil sorununun çözülebileceğini düşünüyoruz.

Çalışmamıza katılan öğrencilerin önemli bir kısmı bu bölümü kendi seçimleriyle, bilinçli bir şekilde seçtiklerini ve yine seçim şansları olursa yine aynı bölümü seçebileceklerini ifade etmişlerdir. Bir eğitimin severek ve isteyerek öğrenilmesi açısından, bu durum gayet olumludur. Bölüme öğrenci girişi merkezi sınav sistemiyle olmaktadır. Ancak öğrencilerin çoğunluğu bölüme öğrenci seçiminin yetenek sınavıyla olması gerektiğini düşünmektedir. Bu bölümlere merkezi sınav sistemine ek olarak, yetenek sınavı yapılarak öğrenci kabul edilmesi, yetenekli öğrencilerin mesleğe kazandırılması açısından katkı sağlayabilir. Yine öğrencilerin önemli bir kısmı bu bölümü kendilerine uygun olarak görmektedir. Ancak öğrenciler verilen eğitim düzeyinin yeterli olmadığı ve uygulamaya yönelik derslerin artırılması görüşünü paylaşmaktadır. Teorik ve uygulama dengesinin kurulması gerektiğini bu alanda yapılan literatürdeki diğer çalışmalar da desteklemektedir.

Öğrenciler, hocalarının kendileriyle iletişim kurmaları ve isteklerine önem vermeleri konusunda tam bir memnuniyet içerisinde değillerdir. Eğiticilerin ders dışı zamanlarda öğrencilerle iletişim halinde olmaları beklenmektedir. Bu durumun istenilen düzeye ulaşması için eğiticiler ders dışı yüklerinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Hem hocaları hem de öğrencileri memnun edecek uygulamalara yönelmek gerekmektedir. Hocaların görüşme saatleri ve günleri belirlemeleri, bu anlamda basit ve etkili bir çözüm olabilir.

Öğrencilerin halkla ilişkiler alanındaki yayınları, organizasyonları, yarışmaları/projeleri yeterli düzeyde takip etmedikleri görülmüştür. Eğitimde kaliteyi artırmak için öncelikle öğrencilerin bu konularda bilinçli olması, ne istediğini bilmesi gerekmektedir. Bu konuda hocalara düşen görev de öğrencilerini bu tür çalışmalar için bilgilendirmek, cesaretlendirmek ve teşvik edip yardımcı olmaktır. Ayrıca okul-sektör buluşmaları konusunda fakültenin yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu konuda da gerekli çalışmaların yapılması faydalı olabilir.

Öğrenciler arasında staj yapanların oranı düşük kalmaktadır. Bunun nedeni okulda stajın isteğe bağlı olarak yürütülmesi de olabilir. Bu konuda yeniden düzenleme yapılarak stajın zorunlu kılınması ve bitirme tezi gibi öğrencileri çalışmaya, okumaya ve araştırmaya yönlendirecek uygulamaların getirilmesi faydalı olabilir. Öğrencilerin iş bulma konusunda sıkıntılı olduğu görülmektedir. Bu sıkıntı sadece halkla ilişkiler alanında değil tüm sektörlerde karşılaşılan ülkemize dair bir gerçekliktir. Bu sıkıntıyı bertaraf edebilmenin en iyi yolu, sektöre bilgi ve donanım olarak en üst düzeyde elemanlar yetiştirmektir. Kendini iyi yetiştirmiş bir eleman her şekilde başarıya ulaşabilir.

Bölümün öğrenciler nazarındaki imajı genel itibariyle olumludur. 1993 yılından beri eğitim veren Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü, zaman içerisinde yeterli kadro sayısına ulaşmış, alt yapı eksiklerini gidermiş, lisansüstü eğitim de veren Türkiye'nin sayılı İletişim Fakültelerinden birinin güzide bir bölümüdür. Sürekli gelişmeye ve değişmeye açık bir alan olan halkla ilişkilerin bu fakültede her geçen gün daha iyiye gitmesi için gerekli uyarıların dikkate alınarak, bölümün daha da iyiye götürülebileceği unutulmamalıdır.

Kaynakça

Black, Sam. Halkla İlişkiler Eğitimi Öneriler ve Standartlar, İstanbul, IPRA Altın Kitap Serisi, Sayı: 7, Rota Yayınları, 1998.

CPRE (Commission on Public Relations Education). (2015). Available at: http://www.commpred.org/_uploads/industryeducator-summit-summary-report.pdf, (Erişim Tarihi: 28.03.2017).

DiStaso, M. W., Stacks, D. W. & Botan, C. H. (2009). "State of public relations education in the United States: 2006 Report on a national survey of executives and academics", Public Relations Review, 35(3): 254-269.

Gülsünler, Makbule, Evrim. Halkla İlişkiler Eğitimi, Konya, Tablet Yayınları, 2008.

Gürel, T. (2006). "Halkla ilişkiler profesyonelleri, İletişim Fakülteleri mezunlarında neler arıyorlar: Ajans yöneticilerinin bakış açıları". 2. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, s: 351-367, Kocaeli, 27-28 Nisan.

Güz, H. (2006). "Halkla İlişkiler Eğitimi: Halkla İlişkiler Eğitiminin Algılanması Üzerine Bir Araştırma ve Model Önerisi". 2. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, s: 293-304, Kocaeli, 27-28 Nisan.

Hornaman, L. B. (2000). "Public relations education and the public relations profession". Master Thesis, University of Florida.

Kalender, Ahmet. Halkla İlişkiler: Kavramlar, Tanımlar ve Uygulama Alanları, A Kalender ve M Fidan (ed.), Halkla İlişkiler, Konya, Tablet Yayınları, s:11-47, 2008.

Kocabaş, F., Pira, A. & Sohodol, Ç. (2004). "Halkla İlişkiler eğitiminin kalitesinin artırılmasında eğitimci-uygulamacı-öğrenci rolleri ve işbirliği: Mevcut durum ve öneriler üzerine bir araştırma", Proceedings of the 2nd International Symposium on Communication in the Millenium, s: 221-251, Eskişehir. <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130846978.pdf>

Paluszek, J. L. (2000). "Public relations students: Today Good, Tomorrow Better", Public Relations Strategist, 5,4 (Winter): 27-29.

Peltekoğlu, Balta, Filiz. Halkla İlişkiler Nedir?, (Genişletilmiş 6. Baskı), İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2009.

Sjöberg, Göran. Mesleki Uygulama İçin Bir Halkla İlişkiler Eğitim Modeli, İstanbul, IPRA Altın Kitap Serisi, Sayı:4, Rota Yayınları, 1998.

Solmaz, B., Arslan, A., Aydın, B. O. ve Duğan, Ö. (2012). "Türkiye'de Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme", Selçuk İletişim, (27): 253-269.

Vural, Akıncı, B. ve Yurdakul, Başok, N. (2004). Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine Yönelik Kıyaslamalı Bir Çalışma. Available at: <http://www.cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130847026.pdf> (Erişim Tarihi: 23.05.2013).

Wilcox, Dennis, L., Cameron, Glen, T. and Reber, Bryan, H. Public Relations Strategies and Tactics, Essex, Pearson Education Limited, 2015.

Yıldırım, Becerikli, S. (2004). “*Türkiye’deki lisans düzeyindeki halkla ilişkiler eğitimine ilişkin bir değerlendirme*”, 2nd. International Symposium Communication in the Millennium, Vol: 2, İstanbul.

YÖK (2017) <https://istatistik.yok.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 10.04.2017).