

Üniversite Adaylarının Bölüm Tercihleri: Bir Kariyer Araştırma Yöntemi Olarak Bölüm Tanıtımları

High School Students' University Preferences: Department Info Sessions as a Career Exploration Method

Neşe ALKAN¹

Öz: Bu çalışmada, üniversite tercih dönemlerinde, adaylara üniversite ve bölümler hakkında detaylı bilgi vermek amacı ile pek çok üniversite tarafından gerçekleştirilen etkinliklerinden biri olan, yüz-yüze bölüm bilgilendirme görüşmelerinin, üniversite adaylarının tercihlerine olan etkisi araştırılmıştır. Araştırma üç ayrı çalışmadan oluşmaktadır. Çalışma 1 ve 2'de, Ankara'da bulunan bir Vakıf Üniversitesinin Psikoloji bölümü öğretim elemanları tarafından tercih döneminde (Temmuz - Ağustos 2011) gerçekleştirilen, bölüm bilgilendirme görüşmelerine katılmış 58 üniversite adayı, Çalışma 3'de ise adı geçen bölümde öğrenim gören 167 öğrenci araştırmaya dahil edilmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre üniversite tercih döneminde bölüm ve üniversite hakkında bilgi alan adayların bölüm hakkındaki görüşlerinin olumlu yönde değiştiği, bilgilendirme görüşmesi sonucunda ilgili bölümü tercih edeceğini belirten adayların sayısının arttığı görülmüştür. Bilgilendirme görüşmesi sonrasında, tercihleri arasında ilgili bölüme yer vereceğini belirten adayların büyük kısmının ise ilgili bölümü tercih etmedikleri bulunmuştur. Çalışma 3'de ise üniversite öğrencilerinin ilgili bölüm hakkında bilgi edinmek için kullandıkları kaynaklar ve bu kaynakların tercihleri üzerinde ne derece etkili olduğu araştırılmıştır. En önemli etkenlerin, sırası ile, bölüm ziyareti, üniversite ve bölümün internet sayfaları, ÖSYM kılavuzu ve dersane rehber öğretmenler/psikolojik danışmanlar, en az etkisi olan kaynakların ise eğitim fuarları, televizyon, ilan panosu tanıtımları ve gazete ilanları olduğu bulunmuştur.

Anahtar Sözcükler: üniversite tercihleri, bölüm tanıtımı, tercih davranışı, üniversite ve bölüm hakkında bilgi kaynakları

Abstract: This study investigated the effects of department visits on the university and department preferences of the prospective university students. The study consisted of three independent studies. Study 1 and 2 were conducted with prospective students who visited the related department in person and received one-to one information regarding the psychology department. Study 3 was conducted with the current students of the related psychology department. The Findings revealed that, department visits changed the attitudes of prospective students in a positive way. More participants reported that they were going to choose the related department after the department visits. However after the announcement of university entrance examination, it was revealed that they did not include the department in question in their actual preference list. Results of study 3 revealed that, the current students of the department, collected information regarding the department through department visits, university and the department's web pages, ÖSYM catalogue and their guidance and counseling teachers. The least influential resources were education fairs, TV, billboard and newspaper advertisements.

Keywords: university preferences, department info sessions, information sources about the department and the university

Özellikle son on yılda sayıları hızla artan vakıf ve devlet üniversitelerine rağmen yükseköğretime giriş pek çok lise öğrencisi ve mezunu için sorun olmaya devam etmektedir. Bir taraftan vakıf ve devlet üniversiteleri kontenjanlarının tamamını dolduramamakta, diğer taraftan da pek çok

aday ya herhangi bir yükseköğretim kurumuna yerleşememekte ya da istedikleri üniversite ve bölümlerde öğrenim görememektedir. Öğrenci kontenjanlarını doldurabilmek ya da daha nitelikli öğrencileri kazanabilmek amacı ile hem vakıf hem devlet üniversiteleri tercih dönemlerinde çeşitli

¹ Yrd. Doç. Dr. Atılım Üniversitesi, Ankara, E-posta: nesealkan@atilim.edu.tr

tanıtım faaliyetleri düzenlemektedirler. Bu çalışmanın amacı üniversiteler tarafından düzenlenen tanıtım faaliyetlerinden biri olan, bölüm öğretim elemanları tarafından yapılan bilgilendirme görüşmelerinin, öğrencilerin bölüm ve üniversite tercihi tutum ve davranışlarını ne yönde etkilediğini araştırmaktır.

Ortaöğretim yaşında olan genç nüfusun önemli bir bölümü lise ve dengi öğrenime devam etmekte ve bu öğrencilerin büyük bir kısmı da yükseköğretim görmek istemektedirler. Son on yılda, ortaöğretim çağında bulunan öğrencilerin sayısında ciddi bir artış gözlenmektedir. 2000-2001 öğretim yılında, ortaöğretim kurumlarında öğrenim gören öğrenci sayısı 2.128.819 iken 2010-2011 öğretim yılında bu sayısı 4.748.610'a yükselmiştir (Milli Eğitim Bakanlığı, MEB, 2001; 2011). Bu artışa paralel olarak, ortaöğretimden sonra yükseköğretime devam etmek isteyen öğrencilerin sayısında da bir artış vardır. Ölçme Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) tarafından gerçekleştirilen üniversite seçme ve yerleştirme sınavlarına başvuran aday sayılarına bakıldığında 2001 yılında 1.473.908 adayın üniversite sınavına başvururken, 2012 yılında bu sayının 1.805.433'e yükseldiği görülmektedir (ÖSYM, 2001).

Üniversitelerde öğrenim görmek isteyen aday sayısındaki bu artışla birlikte, istenilen bölüm ve üniversiteye yerleşmenin giderek zorlaştığı bu son 10 yılda, sayıları hızla artan vakıf ve devlet üniversiteleri ile adayların yerleşebilecekleri kontenjan sayıları artmıştır. Ülkemizde, 1998 yılında 52 devlet 18 vakıf olmak üzere 70 üniversite bulunurken 2011 yılında üniversite sayısı 103 devlet, 62 vakıf ve 7 vakıf meslek yüksek okulu olmak üzere 172'ye ulaşmıştır (Yükseköğretim Kurulu, YÖK, 2011). Örgün öğrenim kontenjanları ise benzer şekilde artış göstermiştir. 2001 yılında, KKTC ve diğer ülkelerdeki üniversiteler de dahil, lisans ve önlisans programları toplam kontenjanı 308.303 iken 2011 yılında bu sayı 655.941'e yükselmiştir (ÖSYM, 2001; ÖSYM, 2011).

Son 10 yılda neredeyse iki katı artan üniversite sayısı ve örgün öğretim kontenjanına rağmen, yükseköğrenim görmek istedikleri halde, herhangi bir örgün öğretim kurumuna yerleştirilemeyen aday sayısında belirgin bir azalma gözlenmemektedir. 2001 yılında 1.473.908 kişi üniversite giriş sınavına başvurmuş, bu adaylardan 163.783'ü lisans, 118.359'u önlisans olmak üzere toplam 282.142 aday, bir yükseköğretim kurumuna yerleştirilmiştir. 2001 yılında başvuru yaptıkları halde örgün yükseköğretim kurumlarına yerleşemeyen 1.191.766 olmuştur (ÖSYM, 2001). 2011 yılında 1.692.144 aday Yükseköğretime Geçiş Sınavı (YGS), 895.089 aday ise Lisans Yerleştirme Sınavı'na (LYS) başvurmuş,

bu adaylardan 345.041'i lisans, 252.467'si önlisans programlarına yerleşmiş ve sınava giren adayların 1.094.636'sı herhangi bir örgün yükseköğrenim kurumuna yerleşmemiştir (ÖSYM, 2011). Artan üniversite sayısı, kontenjan ve aday sayısına rağmen, hem vakıf hem de devlet üniversitelerinde boş kalan kontenjanlar da bulunmaktadır. 2001 yılında vakıf ve devlet üniversiteleri kontenjanlarının % 15,5'i, 2011 yılında ise % 13,4'ü boş kalmıştır.

Bu iki önemli unsur; bir taraftan üniversite kontenjanlarının dolmaması (boş kalan kontenjan yüzdeleri bazı vakıf üniversiteleri için % 67'ye kadar çıkmaktadır), diğer taraftan üniversite sınavına girmek üzere başvuruda bulunan üç kişiden neredeyse bir kişinin yükseköğretim hakkı elde etmesi, hem öğrencileri hem de üniversiteleri yakından ilgilendiren bir konu haline gelmiştir. Bu durum ayrıca "tercih rehberliğine yönelik umut ve beklentileri artıran ve sağlıksız sonuçlar yaratan bir sorundur" (Yeşilyaprak, 2012). Kontenjan artışı, beraberinde özellikle vakıf üniversiteleri için dezavantaj oluşturmaya başlamış ve vakıf üniversitelerindeki doluluk oranlarını etkilemiştir. Özellikle son birkaç yılda gerek vakıf gerek devlet üniversiteleri için yeterli sayıda ya da nitelikte öğrenci çekmeye yönelik çalışmalar hız kazanmıştır. Artan rekabetle birlikte üniversiteler, farklılıklarını öne çıkartarak, daha nitelikli öğrenci kazanmaya yönelik çalışmalar yapmak gereğini duymaktadırlar (Hacıfazıloğlu ve Özdemir, 2010).

Pek çok devlet ve vakıf üniversitesi LYS sonrasında gerçekleşen ve adayların bölüm ve üniversite tercihlerini yaptıkları dönemde (tercih dönemi) tanıtım, bilgilendirme çalışmaları yapmakta, hatta medyada tanıtım ve reklam faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Üniversitelerin internet sayfasında tercih dönemine özel çalışmalar yapıldığı duyurulmakta, adaylar bu etkinliklere davet edilmektedirler. Bu etkinlikler, tanıtım günleri, tercih günleri, kampus ziyaretleri, bölüm ziyaretleri, eğitim fuarları ya da atölye çalışmalarını içeren pek çok zengin program halinde adaylara duyurulmaktadır. Google arama motorundan "üniversite tanıtım günleri" kelimeleri ile yapılan arama sonucunda 914,000 ilgili kayıta ulaşılmış ve 80 civarında devlet ve vakıf üniversitesinin tanıtım günleri düzenlediği görülmüştür. Bu tanıtım günleri incelendiğinde genellikle önceden belirlenen bir tarih diliminde programlanmış, genel üniversite tanıtımları, her bölüm tarafından ayrı ayrı düzenlenen bölüm tanıtım seminerleri, bölüm öğretim elemanları tarafından bire bir yapılan aday bilgilendirme çalışmaları, her bir aday için bire bir gerçekleştirilen tercih danışmanlığı gibi pek çok etkinlik görülmektedir. Neredeyse tüm üniversitelerde gerçekleştirilen bu

tür etkinliklere ülkemizde üniversitelerin ne kadar bütçe ayırdıklarına ait bir veriye ulaşılamamıştır. Üniversitelerin tanıtım amaçlı etkinliklerinin son yıllarda artan sayısı, bu kalem için ayrılan bütçenin de arttığını düşündürmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) gerçekleştirilen bir çalışmada, orta büyüklükteki bir üniversitenin (öğrenci sayısı 2000-6000) tanıtıma ayırdığı bütçenin 2001 yılında 259.400 dolar (321.900 enflasyon yansıtılmış) iken, 2010 yılında bu miktarın 800.000 dolara yükseldiğini ortaya çıkmıştır (Hearne, 2010). Benzer bir artışın ülkemiz için de geçerli olabileceği varsayıldığında, üniversitelerin önemli ölçüde zaman ve işgücü harcadığı bu tanıtım çalışmalarının etkinliğinin ne olduğu merak konusu olabilmektedir. Diğer bir değişle, üniversite tanıtım etkinliklerinin, adayların tercihlerini nasıl etkilediği merak edilmektedir.

İlgili literatür incelendiğinde, ülkemizde üniversite tanıtımı ya da tercih dönemi etkinliklerinin üniversite tercihlerine olan etkisini inceleyen ampirik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dünyada ilgili literatür incelendiğinde ise genellikle bu konunun meslek tercihi ve kariyer gelişim odaklı incelendiği görülmektedir (Örn., Sikora ve Saha, 2009; Turley, 2006). Ancak, eğitimin, sektörde önemli yer tuttuğu ABD gibi bazı ülkelerde, üniversiteler tarafından gerçekleştirilen ve adayların belirli bir üniversiteye karşı tutumlarını anlamak amacı ile yapılmış çalışmalara rastlanmıştır. ABD'de 1970'li yıllardan başlayarak üniversiteler, aday öğrencilerinin kendi üniversitelerini nasıl gördüklerini anlamaya çalışmışlar ve bilgilendirme stratejilerini bu araştırmalara dayanarak geliştirmişlerdir. (Örn., Khatel, 1972; Usera, 1989). Son yıllarda ise üniversite seçimini etkileyen faktörleri belirlemek amacı ile gerçekleştirilmiş geniş ölçekli çalışmalar bulunmaktadır. Bunlardan biri 2009 yılında Hearne tarafından gerçekleştirilen ve SAT (Scholastic Aptitude Test, Akademik Yetenek Testi) puanları 1150 (en yüksek puan 1600) ve üzerinde 1264 öğrencinin, kabul edildikleri üniversiteler arasından kayıt olmaya karar verdikleri üniversiteyi seçerken etkilendikleri faktörleri incelemeye yönelik gerçekleştirilmiş bir çalışmadır. SAT, ABD'de üniversiteye giriş için kullanılan, iki farklı puandan oluşan (SAT I: Genel yetenek ve akıl yürütme, SAT II: Konu testleri), ülkemizde kullanılan YGS ve LYS sınavlarının benzeri bir testtir. Bu çalışmada öğrencilerin üniversite seçim kararlarında hangi kaynaklara başvurdukları ve etkilendikleri sorulduğunda, katılımcıların % 63'ünün kampus turundan, % 61'inin ailelerinden, % 49'unun "open house" olarak adlandırılan ve belirli bir süre için adayların üniversite kampusunda kendileri için hazırlanan pek çok etkinliğe katılabildikleri bir

etkinlikten, % 40'ının mezunlarından ve % 31'inin üniversite öğretim elemanlarından etkilendikleri ortaya çıkmıştır. ABD'de adayların üniversite tercihlerinde en az kullandıkları ve etkilendikleri kaynakların ise reklam panosu ve diğer reklamlar (% 5), tercih danışmaları (% 7) ve kurumun Facebook sayfası (% 10) olduğu bulunmuştur (Hearne, 2009).

Lise öğreniminden sonra üniversiteye devam etmek kararı kariyere ilişkin bir karardır. Ülkemizde üniversite eğitimi, meslek edinmek için izlenen yollardan belki de en fazla başvurulanıdır. Bu yönü ile lise mezunu bir genç için LYS sonrasında bölüm tercihi yapmak, esasında, meslek seçimi yapmak ve kariyer kararı anlamı da taşımaktadır. Kariyer, yaşam boyu devam eden bir süreçtir ve bireyin, içinde "çalışan" ya da meslek sahibi bir birey olarak sahip olduğu rolleri de içeren, iş ve mesleğe ilişkin rollerindeki, ilerleme, duraklama ve gerilemeleri de kapsar (Lent ve Fouad, 2011; Super, 1990).

Pek çok lise öğrencisi kariyer kararını verirken güçlükler yaşamaktadır (Bacanlı, 2012). Doğru kariyer kararı vermek çok aşamalı ve çok boyutlu bir süreçtir. Bu kararı vermeden önce bireyin kendisine, ilgi ve yeteneklerine en uygun kariyeri araştırmış olması beklenir. Kariyer inceleme (araştırma) ergenlerde, ilerideki mesleklerini, kendilerini ve dış dünya hakkındaki bilgilerini geliştirmek için, bilinçli ve önceden planlanmış bir şekilde bilgi arama ve işleme faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Blustein, 1997). Kariyere yönelik araştırma sırasında bireylerin pek çok farklı faaliyetler yolu ile farklı kaynaklardan bilgi aldıkları bilinmektedir. Kariyer araştırması sırasında bağlamın (context) son derece önemli olduğu vurgulanmakla birlikte, özellikle ergenlerde, seçeneklerin sınırladığı durumlarda uygun kariyer araştırma ve karar verme süreçlerinin nasıl gerçekleştirildiği konusunda çok az şey bilinmektedir (Dietrich, Parker ve Salmela-Aro, 2012).

Bu çalışmada ele alınan, lise sonrasında, öğrencilerin üniversite ve bölüm tercihleri aşamasında, hangi faktörlerin, nasıl süreçler izleyerek etkili olabileceği konusu, psikolojik danışmanlık ve kariyer danışmanlığı bağlamında pek çok kuram ve uygulama modeli ile açıklanabilir. Üniversite ve bölüm seçimi, gelişimsel düzenlemeler (Baltes ve Baltes, 1990), yaşam boyu gelişimin motivasyonel kuramı (Heckhausen, Wrosch ve Schulz, 2010), motivasyonel etmenler, yapılandırmacı yaklaşımlar (Savickas, 2008) ve kariyer kararı verme (Hirsci ve Lage, 2007) gibi pek çok farklı açıdan değerlendirilebilir. Günümüzde klasik meslek seçimi yaklaşımları, yerini kariyer gelişimi modeline bırakmıştır. Kariyer gelişimi modelinde, bir anlamda kuramlar üstü ve uygulanabilir kariyer gelişimi modelleri öne

çıkılmaktadır. Bu nedenle bu araştırmanın kuramsal temeli belirlenirken bir tek kuramsal yaklaşımdan ziyade, pek çok farklı kurama dayanan ancak bir dizi uygulama önerisi de öne süren bir yaklaşımın uygun olacağı düşünülmektedir.

Bu yaklaşımlardan birisi, Dietrich, Parker ve Salmela-Aro (2012) tarafından öne sürülen Okul Sonrası Geçişte Yeterli Uğraşım Evresi (Phase Adequate Engagement at the Post-school Transition) modelidir. Bu model, Baltes, Staudinger ve Lindenberger (1999) tarafından ele alınan adaptif (uyumlu) gelişim çalışmalarında yer alan yeterlilik kavramına dayanmaktadır. Buradaki yeterlilik kavramı, geçiş sürecini yaşayan bireyin geçiş faydalarını arttırırken fırsat bedelini en aza indirgemesine dayanmaktadır. Bu model, aile ve arkadaşlar başta olmak üzere kişilerarası bağlamı ve sosyal yapı, eğitim sistemi, ekonomik durum, sosyal sınıf ve cinsiyetin içinde yer aldığı genel sistemi de kapsayan bir perspektife sahiptir. Evre içinde yeterli uğraşım yaklaşımında geçiş (transition), dışsal etmenler tarafından düzenlenen ve liseden mezun olmak, bir sonraki okul ya da iş için karar verme zamanının gelmesi gibi çevresel ipuçlarını içeren dışsal ve zamana bağlı mekanizmalar tarafından belirlenen evre olarak tanımlanmaktadır. Bu modelde, uğraşımın (engagement) temel amaçları arasında, okul sonrası geçişte bireyin kendisi için, fırsatları iyi değerlendirmek, psikolojik iyilik halini arttırmak ya da dengede tutmak, sosyal olarak kabul görmek gibi olası faydaları arttırmak, zararı ya da bedeli ise en aza indirmek çabası yer almaktadır. Uğraşımın özelliği, olumlu ve önceden belirlenmiş, bireyin içsel kontrol duygusundan temel alan; diğer bir deyişle, bireyin, sonucu değiştirebileceği ya da etkileyebileceğine olan inancına dayanan bilinçli davranışları kapsamadığıdır. Bu yaklaşımda okul sonrası geçiş sürecinde her bir evreye uygun tek bir uğraşım yoktur. Bu uğraşım bireye ve çevreye bağlı olarak değişebilir. Bu yaklaşımın en önemli özelliği bireyi kişilerarası ilişkileri ve kendisi için önemli insanların bu geçişteki etkisi ve zamana bağlı bazı ipuçlarının birlikte bir bağlam oluşturarak içinde bulunduğu evreye en uygun çaba içine girmesini engellemesidir.

Bu çalışmada incelenen, üniversite ve bölüm tercihleri öncesindeki dönemde, öğrencilerin gerçekleştirdikleri bölüm ziyaretleri, Okul Sonrası Geçişte Yeterli Uğraşım Evresi modeli içinde değerlendirildiğinde, tercih dönemi olarak adlandırılan bu evreye uygun ve etkin uğraşımından birisi olabilir. LYS sınavı sonrasında, girdikleri alt testler ve puan türleri nedeni ile tercih edecekleri bölümler az çok belirlenmiş olan öğrenciler, puan ve başarı sıralarının

getirdiği sınırlar içinde, faydaları arttırırken zararları en aza indirecek seçimler yapmak, diğer bir deyişle kendileri için en iyi seçimi yapmak amacı ile tercih edebilecekleri üniversite ve bölümleri bizzat ziyaret ederek, ilk elden bilgi almak ve seçim öncesi fikirlerini de rafine etmek ihtiyacı içinde olabilirler. Öğrencinin önceden planlayarak aktif katılımını gerektiren bölüm ziyaretleri de, bu evreye en uygun uğraşımından birisi olarak görülebilir. Bahsedilen modeldeki uğraşımın bir özelliği olarak, tercih edeceği bölümü ziyaret ederek, buradaki öğretim elemanından bilgi almak, öğrenciyi bu davranışın odağında tutan ve kontrolü de elinde bulunduran taraf kılmaktadır. Diğer bir deyişle, pasif olarak internet ya da basılı kaynaklardan bilgi almak yerine öğrenci, bilinçli bir seçim yapmak için “değerlendiren” kişi olarak görülebilir.

Bu araştırma, Okul Sonrası Geçişte Yeterli Uğraşım Evresi modeli içinde yer alabilecek uğraşımından birisi olan, üniversite adaylarının bölüm ve üniversite tercihleri döneminde yapılan bölüm bilgilendirme görüşmelerinin, adayların tercih davranışlarını ne yönde etkilediğini belirlemeyi hedeflemektedir. Araştırmanın cevap aradığı sorular şunlardır;

1. Tercih döneminde üniversitelerde bölüm öğretim elemanları tarafından yapılan bölüm hakkındaki bilgilendirme görüşmeleri, üniversite adaylarının bölüm hakkındaki görüşlerini ve tercih eğilimlerini ne yönde etkilemiştir?
2. Tercih döneminde bölüm hakkında bilgi almaya gelen ancak LYS sonrasında ilgili bölüme yerleşmeyen adayların tercih davranışları ne yönde olmuştur?
3. Üniversite adayları Üniversite ve Bölüm seçimlerinde hangi kaynaklardan bilgi almaktadırlar?
4. Üniversite adaylarının Üniversite ve Bölüm seçimlerinde bilgi edindikleri kaynakların tercihleri üzerindeki etkileri ne düzeydedir?

Bu araştırma sorularına cevap aramak amacı ile üç ayrı çalışma gerçekleştirilmiştir. İlk çalışma üniversite adaylarının, bölüm ve üniversite tercihlerini gerçekleştirdikleri üç haftalık bir dönemde (18 Temmuz – 5 Ağustos 2011), Ankara’da bulunan bir vakıf üniversitesi psikoloji bölümü hakkında bilgi almak üzere kampusu ve Psikoloji bölümünü ziyaret eden adaylar ile gerçekleştirilmiştir. İkinci çalışma, sözü geçen bölümü tanıtım günlerinde ziyaret etmiş, ancak başka bir bölüm ya da üniversiteye yerleşmiş adaylarla gerçekleştirilmiştir. Son çalışmaya ise bu bölümde öğrenim gören üniversite öğrencileri katılmıştır. Her bir çalışmanın yöntem ve bulgular bölümleri ayrı başlıklar altında sunulmuştur. Çalışmalarda nitel ve nicel araştırma yöntemleri

(yapılandırılmış mülakat, soru formu uygulaması, odak grup görüşmeleri) birlikte kullanılmıştır. Nitel veriler içerik analizi ve tablolandırma, nicel veriler ise SPSS 17 programı kullanılarak betimleyici istatistikler ile analiz edilmiştir.

Çalışma 1 Yöntem

Örneklem: 18 Temmuz – 5 Ağustos 2011 tarihleri arasında, üniversite tanıtım günleri kapsamında, psikoloji bölümünü ziyaret ederek bölüm ve üniversite hakkında, bu bölümün öğretim elemanları tarafından bilgilendirilmiş 58 üniversite adayı (52 kız, 6 erkek) çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Adayların % 86,2'si Ankara'da yaşadıklarını belirtmişlerdir. Görüşmeye katılan öğrencilerin 49 farklı liseden mezun oldukları iki adayın ise bu soruyu cevapsız bıraktığı görülmüştür. Görüşülenlerin % 32,8'i burslu, % 46,6'sı burssuz program tercihi yapacağını belirtmiş, % 20'si ise tercih türünü belirtmemiştir. Adayların eşit ağırlık puan ortalaması 384 olarak bulunmuştur.

Veri toplama araçları: Araştırmacı tarafından hazırlanan soru formunun ilk kısmında, adaylara ait demografik bilgilerin yanı sıra, LYS'den aldıkları puan, tercih etmeyi düşündükleri bölümler ve mezun oldukları liselere dair bilgilerin elde edilmesine yönelik sorular yer almıştır. Soru formunun ikinci kısmında, bölüm bilgilendirmesinin etkinliğini belirlemek üzere hazırlanmış yedi madde (1 = hiç katılmıyorum, 5 = tamamiyle katılıyorum) yer almıştır. Bu maddelerde, öğretim elemanı tarafında yapılan bilgilendirmeyi adayların, ne derece yeterli, yararlı, kolay anlaşılabilir buldukları ve psikoloji alanı hakkında ne derece yeni bilgiler edindikleri, yanlış bilgilerini düzelttikleri ile ilgili ifadeler yer almıştır. Soru formunun son kısmında ise adayların üniversite ve tercih davranışlarını belirlemek amacı ile hazırlanmış dört soru yer almıştır. Bu sorularda, adayların bilgilendirme öncesinde ve sonrasında, ilgili bölümü tercih edip etmeme kararı, bilgilendirme sonrasında ilgili bölüm hakkındaki düşüncelerinin ne yönde değiştiği sorulmuştur.

İşlem: Görevli bölüm öğretim elemanı tarafından, psikoloji bilimi, psikolojinin alt dalları ve uzmanlık alanları, iş olanakları ve adı geçen Vakıf Üniversitesi Psikoloji Bölümünün özellikleri, müfredatı ve eğitim kadrosu hakkında, önceden belirlenen bir formatta, öğretim elemanının çalışma ofisinde bilgilendirme yapılmış ve adayların soruları cevaplanmıştır. Araştırma sürecini etkilememesi amacı ile bu araştırmadan görevli öğretim elemanları haberdar edilmemiştir. Araştırmacı tarafından önceden hazırlanan soru formu bölüm sekreterliğinde hazır

tutulmuş, aday öğrenciye rehberlik yapan gönüllü öğrenci, bilgilendirme sona erdikten sonra bu araştırmadan bahsetmiş, onayını almış ve çalışmaya katılmayı kabul eden adaylar, bölüm sekreterliğinde gönüllü katılım onay formunu okuyup imzaladıktan sonra soru formunu doldurmuşlardır. Görevli öğrenci çalışma hakkında katılımcıyı bilgilendirmiştir.

Bulgular

Bölüm bilgilendirmesinin ne derece yeterli olduğunu belirlemeye yönelik olarak hazırlanmış ifadeler adayların verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 1'de sunulmuştur.

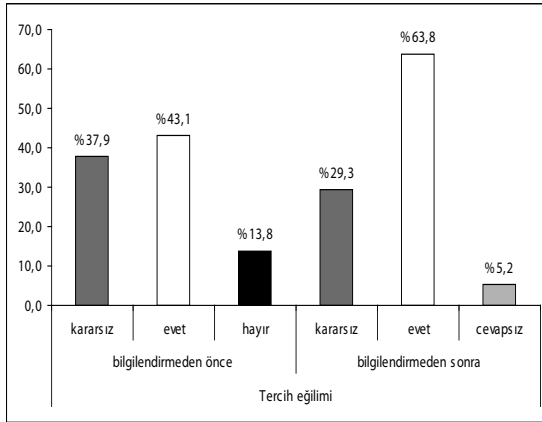
Tablo 1. Bölüm Hakkındaki Bilgilendirmenin Yeterliliği Listesine Verilen Cevapların Ortalama ve Standart Sapmaları

<i>Bilgilendirmenin yeterliliği listesi maddeleri</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>
Psikoloji hakkındaki genel bilgilendirmeyi yeterli buldum	4,37	.64
Psikoloji Bölümü ile ilgili bilgilendirmeyi yeterli buldum	4,37	.70
Psikoloji Bölümü ile ilgili bilgilendirmeyi yararlı buldum	4,38	.65
Psikoloji Bölümü ile ilgili bilgilendirmeyi kolay anlaşılabilir buldum	4,52	.66
Psikoloji Bölümü ile ilgili, daha önce bilmediğim yeni bilgiler edindim	4,23	.85
Bu bilgilendirme Psikoloji Bölümü hakkında yanlış bilgilerimi düzeltmeme yardımcı oldu	3,89	1,22
Bu bilgilendirme Psikoloji Bölümü'nün üstün yönlerini / ayrıcalıklarını görmemi sağladı	4,07	.89

Tablo 1'de yer alan maddelerin ortalamaları incelendiğinde, bir madde dışındaki tüm maddelerin dört ve üzeri ortalamaya sahip oldukları; adayların Bölüm hakkındaki bilgilendirmeyi, kolay anlaşılabilir, yararlı, yeterli buldukları ve daha önce bilmedikleri yeni bilgiler edindikleri görülmektedir.

Bilgilendirmenin adayların tercihleri üzerindeki etkisi incelendiğinde, "Bilgilendirmeden önce bu bölümü tercih etmeyi düşünüyor muydunuz?" sorusuna adayların % 43,1'i evet cevabını vermiştir. Bilgilendirme sonrasında ise bu oranın % 63,8'e yükseldiği görülmektedir. Şekil 1 incelendiğinde, bu artışın, bilgilendirme öncesinde karasız katılımcıların oranının % 37,9'dan, bilgilendirme sonrasında % 29,3'e düşmesi ile ilgili olabileceği düşünülebilir. Ayrıca, bilgilendirme öncesinde katılımcıların %

13,8'i psikoloji bölümü tercihinde bulunmayacağını belirtirken, bilgilendirme sonrasında bu grubun tamamen ortadan kalktığı, ancak katılımcıların % 5,2'sinin bu soruya cevap vermediği görülmektedir.



Şekil 1. Bölüm Öğretim Elemanları Tarafından Yapılan Bilgilendirme Öncesi ve Sonrası, Bölümü Tercih Eğilimi Değişimi

Bilgilendirmeden sonra adayların psikoloji bölümü hakkındaki düşüncelerinin ne yönde değiştiğini belirlemek üzere sorulan soruda, adayların % 77,6'sı düşüncelerinin olumlu yönde değiştiğini, % 15,5'i düşüncelerinin değişmediğini belirtmişlerdir. Bu çalışmada adayların, bölüm hakkındaki bilgilendirmeyi yeterli buldukları, bilgilendirmenin bölüm hakkındaki düşüncelerini olumlu yönde değiştirdiği ve bilgilendirme öncesine kıyasla, bilgilendirmeden sonra daha çok adayın bu bölümü tercih edeceğini belirttiği görülmüştür.

Çalışma 2 Yöntem

Örnekleme: Üniversite tanıtım günleri kapsamında çalışmanın gerçekleştirildiği psikoloji bölümünü ziyaret ederek öğretim elemanlarından bilgi almış ve bilgilendirme sonrasında, ilgili bölümü tercih edeceğini belirtmiş ancak yerleşime sonucunda bu bölüme yerleşmemiş 52 aday içinden kendisine telefonla ulaşılabilen ve çalışmaya katılmayı kabul eden 20 aday bu çalışmaya dahil edilmiştir.

Veri toplama araçları: Araştırmacı tarafından hazırlanan soru formunda altı açık uçlu soru yer almıştır, bu sorular, adayın bölüm bilgilendirmesinin adayın tercihleri üzerine etkisi, bilgilendirmeden memnun kalıp kalmadığı, ilgili bölümü tercih edip etmediği, diğer hangi bölümleri tercih ettiği, şu anda bir üniversiteye kayıtlı olup olmadığı ve kayıtlı ise

hangi bölümde öğrenim gördüğü ve ilgili bölümü tercih etmeme nedenlerini içermektedir. Görüşülen katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar içerik analizi ile sınıflandırılmıştır.

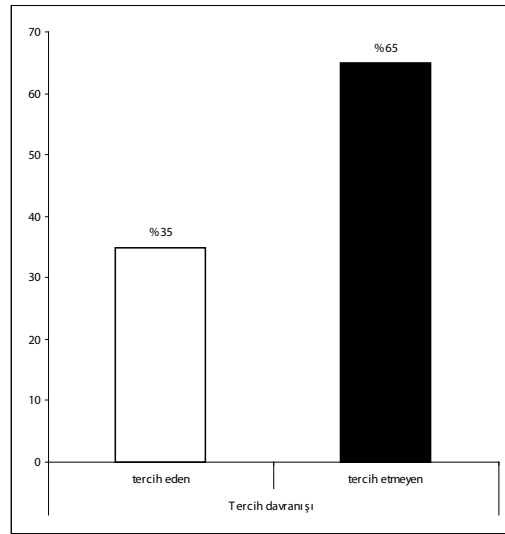
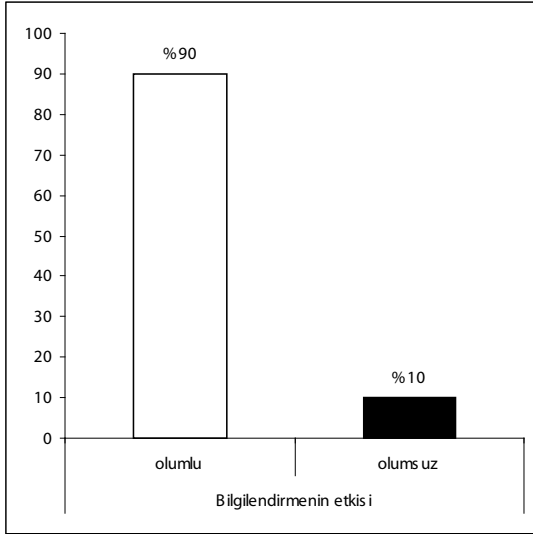
İşlem: Çalışma 1 soru formlarında, ilgili bölümü tercih edeceğini belirtmiş ancak LYS sonuçlarında bu bölüme yerleşmemiş adaylar, telefon ile aranmışlardır. Bu adayların hangi üniversite ve bölümlere yerleştikleri ve bu üniversite ve bölümleri tercih etmelerini sağlayan etmenlerin belirlenmesine yönelik soruların yer aldığı yapılandırılmış bir soru formu araştırmacı tarafından, telefonda mülakat tekniği ile uygulanmıştır.

Bulgular

Katılımcılar bölüm bilgilendirmesinden memnun kaldıklarını belirtmişlerdir. İki aday bu bilgilendirmede yeterince bilgi alamadığını belirtmiştir. Bu adayların şu anda yerleşmiş oldukları üniversite ve bölümler incelendiğinde 12 öğrencinin psikoloji bölümlerini tercih ettiği görülmüştür. Diğer sekiz öğrenci ise Psikolojik ve Danışma ve Rehberlik, Gazetecilik, Kamu yönetimi, Sosyal Hizmetler, Sivil Havacılık ve İşletme (üç kişi) Bölümlerinde öğrenim görmektedirler. Psikoloji Bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin üçü devlet, dördü burslu vakıf üniversitesi beşi ise burssuz vakıf üniversitelerinde öğrenim görmektedirler.

Bölüm bilgilendirmesinin öğrencilerin görüşlerinde nasıl bir etkisi olduğu sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde adayların % 90'ı bu bilgilendirmenin üzerlerinde olumlu bir etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Tercihleri arasında ilgili bölüme yer verip vermedikleri sorusuna ise adayların % 65'i bilgilendirme görüşmesine katıldıkları bölümü tercih etmediklerini belirtmişlerdir (Bkz., Şekil 2). İlgili bölüme tercihleri arasında yer vermeyen adaylara bunun nedeni sorulduğunda, iki aday Psikoloji bölümü tercih etmeyi düşünmediklerini, diğer adaylar ise devlet üniversiteleri ve vakıf üniversitelerinin burslu programlarını tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Bu çalışmanın sonuçları değerlendirildiğinde, daha önce tercih döneminde ilgili bölümü ziyaret ederek öğretim elemanları tarafından psikoloji bölümü hakkında bilgilendirmeye katılan adayların büyük bir kısmının yine psikoloji ve benzer özellikteki bölümleri tercih ettikleri, ancak tercihlerinde vakıf üniversitelerinin burslu programlarına ve devlet üniversitelerine ağırlık verdikleri görülmüştür. Bu adayların bir kısmı ise, tercihleri arasında psikoloji bölümlerine hiç yer vermemiş, önceden beri öğrenim görmeyi planladıkları diğer bölümleri tercih etmiş ve bu bölümlere yerleşmişlerdir.



Şekil 2. İlgili Bölüme Yerleşmeyen Adaylarda Bölüm Bilgilendirmesinin Görüşlerine Etkisi ve Bölümü Tercih Davranışı

Çalışma 3

İlk iki çalışmadan elde edilen bilgiler doğrultusunda, üniversite adaylarının tercih döneminde, seçecekleri üniversite ve bölümler hakkında bilgi almak için başvurdukları kaynakları ve her bir kaynağın kararlarını ne derece etkilediğini belirlemek amacı ile bir liste oluşturulmuştur. Liste oluşturulurken, lise öğrencilerinin üniversite tercihleri konusunda deneyimli öğretim üyelerinin ve dersane rehber öğretmenlerinin görüşlerine başvurulmuştur. Oluşturulan bu liste, araştırmanın gerçekleştirildiği Psikoloji Bölümü'nün öğrencilerine uygulanmıştır.

Yöntem

Örnekleme: Araştırmanın gerçekleştirildiği Psikoloji Bölümü'nde öğrenci olan 167 öğrenci (37 kişi birinci sınıf, 42 kişi ikinci sınıf, 47 kişi üçüncü sınıf, 41 kişi dördüncü sınıf) örnekleme oluşturmuştur. Katılımcıların % 89'u kız, %11'i erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin % 25'i burslu % 75'i bursuz olarak öğrenimlerine devam etmektedirler.

Veri toplama araçları: Üniversite adaylarının, tercih edecekleri bölüm ve üniversite hakkında bilgi edindikleri kaynakların yer aldığı bir liste, araştırmacı tarafından uygulanan ve tüm sınıflardan beşer kişi olmak üzere, toplam 20 öğrencinin katıldığı odak grup görüşmeleri sonucunda oluşturulmuştur. Bu listede yer alan bilgi kaynakları, ülkemizde daha önce Özyürek ve Kılıç-Atıcı (2002) tarafından 1994-1995 öğretim yılında gerçekleştirilen, üniversite öğrencilerinin meslek seçimi kararında kullanılan kaynakları inceledikleri çalışmada yer alan kaynaklarla bazı benzerlikler göstermektedir. Örneğin, aile üyeleri, arkadaşlar, lise ve dersane

rehber öğretmenleri, gazete, televizyon ve ÖSYM kılavuzu her iki çalışmada da kullanılan ortak kaynaklardır. Ancak bu çalışmada, Özyürek ve Kılıç-Atıcı'nın (2002) araştırmasında yer almayan bazı kaynaklar da mevcuttur. Bunlar; üniversite ve bölümün internet sayfası, sosyal medya, eğitim fuarı, üniversite tarafından düzenlenen konferanslar, özel tercih danışmanları, kampüs ziyareti, eğitim fuarları ve reklam panolarındaki tanıtımlardır.

İşlem: Tüm bölüm öğrencilerinin katılımının sağlanması amacı ile her bir sınıfta, bir zorunlu ders sırasında, dersin öğretim elemanı soru formlarını uygulamıştır. Öğrencilerden, toplam 21 maddeden oluşan listedeki her bir kaynağı kullanıp kullanmadıklarını (Evet-Hayır), kullandılar ise o bilgi kaynağının tercihlerinde ne derece etkili olduğunu 4'lü Likert ölçek üzerinde (0 = hiç, 4 = çok fazla) belirtmeleri istenmiştir. Uygulama başlamadan önce öğretim elemanı çalışmaya katılımın gönüllü olduğunu ve istemeyen öğrencilerin, çalışmaya katılamayabileceğini vurgulamıştır. Derste bulunan öğrencilerin tamamı çalışmaya katılmayı kabul etmiştir. Soru formlarının cevaplandırılması yaklaşık 15 dakika sürmüştür.

Bulgular

Tablo 2'de bilgi edinme kaynaklarını kullanan öğrenci sayıları ve bu kaynakları kullanan öğrencilerin her bir kaynağın tercihleri üzerindeki etkisini gösteren ortalama ve standart sapmalar belirtilmiştir. Tablo 2'den de görülebileceği gibi adayların çoğu bölüm hakkında bilgi edinmek için ÖSYM kılavuzu (111 kişi), Üniversite ve Bölümün internet sayfaları (sırası ile 101 ve 96 kişi),

dersane rehber öğretmenleri (89 kişi) ve ailelerinin tanıdıklarına (72 kişi) başvurduklarını belirtmişlerdir. Öğrenciler tarafından en az kullanıldıkları anlaşılan bilgi kaynakları ise eğitim fuarı (19 kişi), gazete ilanları (18 kişi), sosyal medya (17 kişi), televizyon (15 kişi) ve ilan panolarındaki tanıtımlardır (14 kişi). Kullanılan bu bilgi kaynaklarının, tercihler üzerine olan etkilerine bakıldığında ise, adayların en fazla etkilendikleri bilgi kaynağının bölüm ziyareti olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Öğrencilerin Bölüm Hakkında Bilgi Edindikleri Kaynaklar ve Kaynakların Tercihlerine Olan Etkileri

<i>Üniversite adaylarının kullandığı bilgi kaynakları</i>	<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>
Bölüm ziyareti	42	3,12	.86
Üniversitenin internet sayfası	101	3,01	.92
Bölümün internet sayfası	96	2,99	.80
ÖSYM kılavuzu	111	2,95	.97
Dershane rehber öğretmenleri	89	2,91	.94
Aile üyeleri	61	2,87	1,06
Lise rehber öğretmenleri	41	2,80	1,12
Özel tercih danışmanları	38	2,79	.94
Üniversite tarafından düzenlenen konferanslar	25	2,76	1,13
Bu bölümde öğrenim gören öğrenciler	41	2,76	1,18
Sosyal medya	17	2,65	1,22
Ailenin tanıdıkları	72	2,60	1,15
Arkadaşlar	59	2,58	1,10
Bu bölümün mezunları	23	2,57	1,12
Üniversitenin broşür ve katalogları	55	2,56	.96
Kampus ziyareti	45	2,56	1,12
Üniversitenin diğer bölümlerindeki öğrenciler	50	2,52	1,22
Eğitim fuarı	19	2,47	1,26
Televizyon	15	2,27	.96
Reklam panolarındaki tanıtımlar	14	2,21	1,19
Gazete ilanları	18	2,11	1,02

Tartışma

Bu çalışma, ülkemizdeki yüksek öğrenim kurumları tarafından son yıllarda özellikle tercih dönemlerinde sıklıkla uygulanan bölüm tanıtım ve bilgilendirme görüşmelerinin, üniversite adaylarının tercih davranışlarına olan etkisini araştırmak amacı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma 1'in sonuçlarına göre, bölüm bilgilendirme çalışması, bilgilendirmeye katılan adaylar tarafından etkin ve yararlı bulunmuş,

ilgili bölüm hakkındaki düşüncelerini olumlu yönde etkilemiştir. Bu bilgilendirmeye katılan pek çok aday, bu bölümü tercih edeceğini belirtmiştir. Bu açıdan, öğretim elemanları tarafından yapılan bilgilendirme çalışmalarının, adayların tercih tutumunu olumlu yönde değiştirdiği söylenebilir. Çalışma 2'ye katılan ve ilgili bölüme yerleşmeyen adaylar da bölüm tanıtımlarından memnun kaldıklarını ve adı geçen bölümü tercih edeceklerini belirtmiş olmalarına rağmen, bunlardan sadece bir kısmı gerçekten tercihleri arasında bu bölüme yer vermişlerdir. Bu durumun pek çok olası nedeni bulunabilir. Bunlardan birisi ekonomik nedenler olabilir. Bu araştırmanın gerçekleştirildiği bölüm, bir vakıf üniversitenin bölümüdür. Bu nedenle, eğitimin ücretli olmasının, tercihler üzerinde etkisi olduğu, bu kararın da öğrencinin kendisi ile birlikte, eğitim ücretini karşılayacak olan veliler tarafından, ailenin ekonomik kaynakları düşünülerek verilmiş olabileceği unutulmamalıdır. Bu durum Hearne (2009) tarafından gerçekleştirilen araştırmanın bulguları ile de tutarlıdır. Hearne, öğrencilerin, üniversite seçimi yaparken kendilerini çalışma hayatına en iyi hazırlayan, sosyal ve bireysel başarıya ulaşabilecekleri alanlara yönelmeyi önemsediklerini, ancak tercih davranışında, ekonomik kaygıların önemli bir etken olduğunu belirtmiştir.

Bölüm seçimine dair nihai kararda, velilerin etkisi ekonomik nedenlerden bağımsız da olabilir. Ergenlerdeki kariyer gelişimini, ergenin ve başta ebeveynleri olmak üzere kendileri için önemli kişilerin birlikte yürüttükleri bir ortak proje olarak ele alan yaklaşımlarda, seçimlerin hem ergen hem de ergenin ailesi tarafından gerçekleştirilen bir dizi hedefe yönelik ve planlı aktivite sonucu ortaya çıktığı düşünülmektedir (Young ve Valach, 2004). Bu çalışmada aday öğrenci, bilgilendirmeden sonra, her ne kadar kendi adına seçimlerinin ya da fikirlerinin değiştiğini belirtse de, son noktada aileleri ya da diğer önemsenen kişiler ile verilen ortak kararda bu fikir değişimi çok etkili olmamış olabilir.

Ülkemizde üniversite ve bölüm seçimleri, adayların seçimleri konusunda tamamen bağımsız olmasını engelleyen bir merkezi sınav sonucuna göre yapıldığından ve bireyler bu sınavlarda aldıkları puanlar ışığında tercihlerde bulduklarından, karar verme süreci, bireyin seçimlerinde sınırsız olduğu süreçlerden farklı olarak gelişiyor olabilir. Bu nedenle her ne kadar lise öğrencileri, meslek seçimi konusunda kendilerini ve mesleği tanıyarak karar vermiş olsalar da puan kısıtlılığı ve birden fazla tercih yaparak üniversiteye yerleştirilmek, bu kararı olumsuz yönde etkileyebilir. Burada ayrıca değerler ve değer hiyerarşilerinin meslek seçimine etkileri

de önemli olabilir (Super, 1990). Bölüm tanıtımı sırasında psikoloji bilimi ve meslek hakkında detaylı bilgiler alan öğrenciler, bu bölümde öğrenim görmek ve meslek icrası için gerekli olan özellikleri yakından tanıdıklarında, bunun için gerekli olan değerlerin, kendileri için yüksek öncelikli olmadığı sonucuna varmış da olabilirler.

Bu çalışmanın sınırlılıkları içerisinde tartışılacak diğer bir konu da kariyer kararı verme sürecinde önemli etkilerden birisi olan akademik başarı düzeyidir. Akademik başarısını kötü algılayan öğrencilerin, karar verme güçlüklerini, akademik başarısını iyi algılayanlardan daha fazla yaşadıkları bilinmektedir (Bacanlı, 2012). Devlet üniversiteleri ile kıyaslandığında, vakıf üniversitelerinin taban puanlarının daha düşük olduğu gözlenmektedir. Bu araştırmaya ve bölüm bilgilendirmesine katılarak ilgili bölümü tercih edeceğini belirtip, daha sonra bu karardan vaz geçen öğrencilerin, akademik başarılarını nasıl algıladıklarına bağlı olarak, bölüm kararlarını değiştirmiş olabileceği de söylenebilir.

Çalışma 1 ve 2'nin bulguları birlikte değerlendirildiğinde son olarak, tercih döneminde bölüm öğretim elemanları tarafından gerçekleştirilen bilgilendirme görüşmelerinin, bazı öğrenciler için etkin ve kararlarını pekiştirici, bazıları için ise etkisiz ya da caydırıcı olabildiği düşünülmektedir. Bilgilendirme görüşmelerini "Okul Sonrası Geçişte Yeterli Uğraşım Evresi" (Dietrich, Parker ve Salmela-Aro, 2012) birisi olarak değerlendirdiğimizde, bu uğraşımın, bazı öğrenciler için, tercih dönemi evresinde yeterli, bazıları için ise yetersiz olabildiği düşünülebilir. Bu görüşmelerin yeterli olduğu öğrenci grubunun, akademik başarı, ailenin kariyer kararı sürecindeki etkisi, mesleğe ilişkin bilgi düzeyi gibi özelliklerini ileride yapılacak araştırmalarla belirlemek gerekmektedir.

Çalışma 3'ün bulgularında, üniversite adaylarının bölümü tanımak amacı ile gerçekleştirdikleri ziyaretin, tercihlerini en fazla etkileyen faktör olduğu görülmüştür. Bölüm ziyaretleri, öğrencilerin tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olsa da, bu yöntem bölüm hakkında bilgi almak için öğrenciler tarafından sıklıkla kullanılan bir yöntem değildir. Çalışmaya katılan 167 öğrenciden yalnızca 42'si, üniversite ve bölüm tercihlerinden önce bölüm ziyaretinde bulduklarını belirtmişlerdir. Bu öğrenciler bölüm ziyaretlerinden önce, kariyer araştırması aşamasında, kendi ilgi ve yeteneklerini değerlendirmiş, psikologluk mesleğini tanımış, eğitim olanaklarını araştırmış ve karar sırasında, üniversiteyi ve bölümü ziyaret ederek kararlarını netleştirmiş olabilirler. Bölüm kararı vermeden önce bölüm ziyareti gerçekleştirmiş olan öğrencilerin, ilgi, değer ve becerilerini gözden

geçirdikten sonra, meslek ve eğitime dair bilgileri bölüm ziyareti sırasında edindiği ve buna bağlı olarak da karar verme sürecinin etkilendiği düşünülebilir (Peterson, Sampson, Lenz ve Reardon, 2002).

Bu araştırmada, öğrencilerin tercih edebilecekleri bölümleri tanımak için en fazla üniversite ve bölüm internet sayfaları, ÖSYM kılavuzu ve dersane rehber öğretmenlerinden bilgi aldıkları bulunmuştur. Bu bilgi kaynaklarının, öğrencilerin tercih davranışına olan etkisi de incelendiğinde, adı geçen kaynakların, bölüm ziyaretleri kadar etkiye sahip olduğu görülmektedir. En fazla tercih edilen bilgi kaynakları arasında lise rehber öğretmenlerinin ve danışmanların yer almaması ise üzerinde düşünülmesi gereken bir durumdur. Liselerde görev yapan psikolojik danışman/rehber öğretmenlerin, giderek artan meslek seçimi ve kariyer danışmanlığı ihtiyacında, sıklıkla başvuru alan ve etkin bulunan birer kaynak haline gelmeleri için, okullarda sunulan psikolojik hizmetler arasında yer alan kariyer danışmanlığı sürecinde bazı değişiklikler yapmaları gerekli görülmektedir. Yeşilyaprak'ın (2012) belirttiği gibi, mesleki rehberlik alanında bir paradigma değişimi yaşanmakta, klasik rehberlik anlayışının yerini kariyer danışmanlığı almaktadır. Bireylerin kariyer arayışının arttığı lise yıllarında (Super, 1990), psikolojik danışman ve rehber öğretmenlerin, kariyer danışmanlığı yetkinlikleri büyük önem taşımaktadır. Liselerde verilen mesleki rehberlik hizmetlerinde, klasik meslek rehberliği uygulamaları yanı sıra bütünsel kariyer danışmanlığı uygulamalarına yer verilmesi, özellikle de öğrencilerin kendilerini ve meslek, kariyer, üniversite ve bölüm olanaklarını derinlemesine tanıyabilecekleri uygulamaların, bireye ve onun ihtiyaçlarına özel bir şekilde planlanması gerekli görülmektedir. Derinlemesine yapılan kariyer araştırması daha olumlu sonuçlar verirken, daha geniş yelpazede ancak yüzeysel bir arama daha az tatmin edici sonuçlar verebilmektedir (Porfeli ve Skorikov, 2010). Bu tür bir yaklaşımla, örneğin vakıf üniversitelerinde eğitim almayı planlayan, ya da puan-alan sınırlaması nedeni ile, optimum faydayı elde etmeye çalışarak vakıf üniversitesinde eğitim görmek zorunda olan öğrenciler için, üniversiteleri ve bölümleri derinlemesine inceleyecekleri ve tanıyacakları, uzun süreli bire-bir kariyer danışmanlığı faydalı olabilir. Bu şekilde bir danışmanlık, sadece tercih dönemi ile sınırlı olmayıp, öğrencilerin kariyer arayışlarının görece yüksek olduğu bütün lise öğretimine de yayılabilir. Lise öğrencilerinin kariyer danışmanlığı sürecinde meslekler ve üniversite ve bölümler hakkında bilgiler sunmak ya da bilgi edinmeyi teşvik etmek bu arada adayların iç görü kazanmalarına

yardımcı olacak etkinlikler planlamak faydalı olacaktır (Kirschner, Hoffman ve Hill, 1994).

Brown ve Lent (1996), kariyer seçimi danışmanlığında, sosyal bilişsel çerçeveden bakıldığında kariyer ya da meslek seçimi konusunda kararsızlık yaşayan bireylere öz-yeterlik, sonuç beklentileri, ilgi, niyet boyutlarında yardımcı olunabileceğini belirtmişlerdir. Lise rehber öğretmenlerinin, mümkün olduğunca öğrencilerin algısal ve bilişsel çarpıtmalardan arındırılmış şekilde, alan ve bölüm bilgilendirmeleri yapmaları, öğrencilerin olası seçimlerinde kendilerini zorlayacak ya da kısıtlayacak engelleri belirleyip bu engelleri aşmaya yardımcı olacak yöntemler izlemeleri ve öğrencilerin öz-yeterlik inançlarını yeniden ve gerçekçi şekilde gözden geçirmelerine yardımcı olmaları önerilebilir. Lise öğrencilerinin alan seçimi yaptıktan sonra ilgi duydukları meslekler hakkında bilgi edinmeye yönlendirilirken, meslek sahipleri ya da bu araştırmada olduğu gibi, ilgili bölümlerin öğretim elemanları ile, yüz yüze görüşmeler yapmalarına yardımcı olabilecek sistemler geliştirilebilir. Bu sayede öğrenciler yukarıda bahsedilen alanlarda kariyerleri hakkında doğru seçimler yapmak için, tercih döneminden çok daha önce derinlemesine bilgi edinebilir ve kararlarını, daha gerçekçi ve zaman baskısı olmaksızın gerçekleştirebilirler.

Sonuç ve Öneriler

Özetlemek gerekirse, öğrenciler, üniversite tercih dönemlerinde bölüm bilgilendirme toplantılarından genellikle olumlu yönde etkilenmektedirler. Ancak bu yöntemin bilgi edinme kaynağı olarak çok fazla başvurulmayan bir yöntem olduğu görülmektedir. Öğrencilerin sıklıkla başvurdukları ve benzer derecede etkilendikleri diğer kaynakların üniversitelerce etkin kullanılmaları, aday öğrencilerin bölüm ve üniversite hakkında daha bilgili olmalarını sağlayacaktır.

Ergenlikte, anne-babalar, gençlerin kariyer seçimindeki en önemli ortaklarıdır (Tynkkynen, Nurmi ve Salmelo-Aro, 2010). Liselerde verilecek kariyer

danışmanlığında öğrenci ile birlikte velilerin de bu sürece dahil olmaları sağlandığında, bölüm ve üniversite tercihlerinde verilen kararlar hem öğrenci hem de ailesi için daha tatmin edici olabilecektir. Anne – baba ya da öğrenci için önemli diğer kişilerin bu sürece katılımı, Lent'in (2005) sosyal bilişsel kariyer kuramında altını çizdiği, “genç insanların kariyer seçimi yaparken, yapısal etmenlerin bu seçimi sınırlaması” sorununu da bir ölçüde de olsa azaltabileceği düşünülmektedir. Lise öğrencilerinin, kariyer araştırma ve seçimi evrelerinde, psikolojik danışmanların daha aktif rol alarak, etkili yönlendirmeler yapabilmeleri için, üniversitelerin Psikolojik Danışma ve Rehberlik lisans programlarında, modern kariyer gelişimi ve uygulama modellerinin yer aldığı dersler bulunmasının yararlı olacağı ve mezunların bu konuda daha donanımlı olmalarına yardımcı olacağı düşünülmektedir (Yeşilyaprak, 2012). Okullarda görev yapan psikolojik danışmanların, kariyer gelişimi konusunda bilgi ve becerilerini geliştirebilecekleri hizmet içi eğitim programlarının planlanmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Son olarak ülkemizdeki yüksek lisans programları bir tek “psikolojik danışma ve rehberlik” adı altındadır ve “kariyer danışmanlığı” gibi, farklı uzmanlık alanları bulunmamaktadır (Ültanır, 2005). İleride açılacak yüksek lisans programlarında, kariyer danışmanlığı alanına ağırlık veren programların yer alması, bu konuda artan (Yeşilyaprak, 2012) ve değişen taleplere cevap verebilmek açısından yerinde olacaktır.

Bu araştırmanın, ileride bu konuda yapılacak olan araştırmalara bir ışık tutması arzu edilmektedir. Bir vakıf üniversitesinin belirli bir bölümünde yapılan bu çalışma bir ilk olması ve sonuçların sadece üniversite ve bölüm tarafından kullanılan bir bilgi değil, literatüre kazandırılmak istenmesi açısından da değerlidir. Bu araştırmanın en büyük sınırlılığı, tek bir vakıf üniversitesinin psikoloji bölümü ile gerçekleştirilmiş olmasıdır. İleride yapılacak çalışmalarda vakıf ve devlet üniversitelerinin farklı bölümlerinin birlikte yer alması daha zengin bilgilere ulaşılmasını sağlayacaktır.

Kaynaklar

- Bacanlı, F. (2012). Kariyer karar verme güçlükleri ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların ilişkisi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(37), 86-95.
- Baltes, P. B. ve Baltes, M. M. (1990). Psychological perspectives on successful aging: The model of selective optimization with compensation. *Successful Aging: Perspectives From the Behavioral Sciences*, 1, 1-34.
- Baltes, P. B., Staudinger, U. M. ve Lindenberger, U. (1999). Lifespan psychology: Theory and application to intellectual functioning. *Annual Review of Psychology*, 50(1), 471-507.
- Blustein, D. L. (1997). A context-rich perspective of career exploration across the life roles. *The Career Development Quarterly*, 45(3), 260-274.

- Brown, S. D. ve Lent, R. W. (1996). A social cognitive framework for career choice counseling. *The Career Development Quarterly*, 44(4), 354-366. Elde edilme tarihi: 27 Aralık 2013. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/j.2161-0045.1996.tb00451.x/pdf>
- Dietrich, J. ve Salmela-Aro, K. (2012). Parental involvement and adolescents' career goal pursuit during the post-school transition. *Journal of Adolescence*, 36(1), 121-128.
- Dietrich, J., Parker, P. ve Salmela-Aro, K. (2012). Phase-adequate engagement at the post-school transition. *Developmental Psychology*, 48(6), 1575.
- Hacıfazıloğlu, Ö. ve Özdemir, N. (2010). Undergraduate student's expectations of foundation universities and student profile: Suggestions for university administrators. *Eğitim ve Bilim*. 35(155), 118-130.
- Hearne, L. (2009). *Five great colleges want her. How will she decide? A report on High Achieving Seniors and the College Decision*. Elde edilme tarihi: 10 Eylül 2011. http://www.lipmanhearne.com/Libraries/Resources/Documents/Lipman_Hearne_High-Achieving_Seniors_Study_2009.pdf
- Hearne, L. (2010). *Wondering what works? The changing marketing mix in higher education. A report on marketing spending at colleges and universities*. Elde edilme tarihi: 10 Eylül 2011. http://www.lipmanhearne.com/Libraries/Key_Insights/Documents/2010_LHICASE_Marketing_Spend_Report.pdf
- Heckhausen, J., Wrosch, C. ve Schulz, R. (2010). A motivational theory of life-span development. *Psychological Review*, 117(1), 32.
- Khatel, M. (1972). *Secondary school attitudes toward Memphis State University*. Elde edilme tarihi: 25 Ekim 2011. <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED077375.pdf>
- Kirschner, T., Hoffman, M. A. ve Hill, C. E. (1994). Case study of the process and outcome of career counseling. *Journal of Counseling Psychology*, 41(2), 216.
- Lent, R. W. (2005). A social cognitive view of career development and counseling. In Brown, S. D. ve Lent, R.W. (Eds), *Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work*. (pp. 101-127). Hoboken, NJ, US: John Wiley & Sons Inc, xiv, 682 pp.
- Lent, R. W. ve Fouad, N. A. (2011). The self as agent in social cognitive career theory. In Hartung, P.J. ve Subich, L. M [Ed]. *Developing Self in Work and Career: Concepts, Cases, And Contexts*. (pp. 71-87). Washington, DC, US: American Psychological Association. viii, 245 pp. Elde edilme tarihi: 27 Aralık 2013. http://ovidsp.tx.ovid.com/sp3.10.0b/ovidweb.cgi?&S=BGPKFPMIHIDDCEDINCNKBBFBJFDEAA00&Link+Set=S.sh.49%7c2%7csl_100
- Milli Eğitim Bakanlığı, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı. (2001). *Milli Eğitim Sayısal Veriler 2001*. Elde edilme tarihi: 23 Ekim 2012. <http://sgb.meb.gov.tr/istatistik/arsiv.html>
- Milli Eğitim Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı. (2011). *Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2010-2011*. Elde edilme tarihi: 23 Ekim 2012 <http://sgb.meb.gov.tr/istatistik/arsiv.html>
- Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi (2001). *ÖSYM Basın Toplantısı*. Elde edilme tarihi: 23 Ekim 2012 <http://www.osym.gov.tr/belge/1-5169/20-temmuz-2001-tarihli-oss-basin-duyurusu.html>
- Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi (2001). *ÖSYS Yükseköğretim Programları Kontenjan Özet Tablosu*. Elde edilme tarihi: 28 Ekim 2012. <http://www.osym.gov.tr/belge/1-5079/osys-yuksekogretim-programlari-orgun-kontenjan-ozet-tab.html>
- Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi (2011). *2011-ÖSYS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler*. Elde edilme tarihi: 28 Ekim 2012. <http://www.osym.gov.tr/dosya/1-58052/h/02-2011-osysyerlestirmesonuclarinailiskinsayisalbilgile-.pdf>
- Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi (2012). *2012-ÖSYS'ye Başvuran Aday Sayıları*. Elde edilme tarihi: 28 Ekim 2012. <http://www.osym.gov.tr/belge/1-13264/2012-osysye-basvuran-aday-sayilari-16012012.html>
- Özyürek, R. ve Kılıç-Atıcı, M. (2002). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimi kararlarında kendilerine yardım eden kaynakların belirlenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 17(2), 33-42.
- Peterson, G. W., Sampson Jr, J. P., Lenz, J. G. ve Reardon, R. C. (2002). A cognitive information processing approach to career problem solving and decision making. *Career Choice and Development*, 4, 312-369.
- Porfeli, E. J. ve Skorikov, V. B. (2010). Specific and diverse career exploration during late adolescence. *Journal of Career Assessment*, 18(1), 46-58.
- Savickas, M. L. (2008). Helping people choose jobs: A history of the guidance profession. In J.A. Athasasou and R.V. Esbroeck (Eds), *International handbook of career guidance* (pp. 97-113). Springer Netherlands.
- Sikora, J. ve Saha, L., J. (2009). Gender and professional career plans of high school students in comparative perspective. *Educational Research and Evaluation*. 15 (4), 385-403.
- Super, D. E. (1990). A life-span, life-space approach to career development. In D. Brown, L. Brooks (Eds.), *Career Choice and Development: Applying Contemporary Theories to Practice* (2nd ed., pp. 197-261). San Francisco: Jossey-Bass. Elde edilme tarihi: 12 Aralık 2013. <http://psycnet.apa.org/psycinfo/1990-97532-007>
- Turley, R., N., L. (2006). When parents want children to stay home for college. *Research in Higher Education*. 47(7), 823-846.
- Tynkkynen, L., Nurmi, J. E. ve Salmela-Aro, K. (2010). Career goal-related social ties during two educational transitions: Antecedents and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 76(3), 448-457.

- Usera, J. (1989). *Study of interests in academic, technical, and extracurricular college programs by high school juniors and seniors*. Elde edilme tarihi: 18 Eylül 2011. <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED303211.pdf>
- Ültanır, E. (2005). Türkiye’de psikolojik danışma ve rehberlik (PDR) mesleği ve psikolojik danışman eğitimi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 102- 111.
- Yeşilyaprak, B. (2012). Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığında paradigma değişimi ve Türkiye açısından sonuçlar: Geçmişten geleceğe yönelik bir değerlendirme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, (12)1, 97-118.
- Young, R. A. ve Valach, L. (2004). The construction of career through goal-directed action. *Journal of Vocational Behavior*, 64(3), 499-514.
- Yükseköğretim Kurulu. *Devlet Üniversiteleri*. Elde edilme tarihi: 20 Eylül 2011. <http://www.yok.gov.tr/content/view/531/>
- Yükseköğretim Kurulu. *Vakıf Üniversiteleri*. Elde edilme tarihi: 20 Eylül 2011. <http://www.yok.gov.tr/content/view/532/>
- Yüksel-Şahin, F. (2012). School counselors’ assessment of the psychological counseling and guidance services they offer at their schools. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 47, 327-339.

Extended Summary

High School Students' University Preferences: Department Info Sessions as a Career Exploration Method

Neşe ALKAN

Purpose

The purpose of this study is to determine the effect of the department information sessions on the university and the department preferences of the prospective university students. The study investigates the following research questions:

1. What are the effects of the department info sessions on the prospective university students' views about the related department?
2. What are the actual university and department preferences of those students who were participated in the department info session but were not placed in to the related department after University Entrance Examination?
3. What are the information resources that the university students used to learn about the departments and the universities before they were placed in a university and to what extend each information resource influenced their department and university choices?

Three independent studies were conducted to answer these research questions. Qualitative (focused group interview and a structural interview) and quantitative (administration of a questionnaire) research methods were used to collect data.

Results

Study 1 was conducted with 58 prospective university students who were participated in the department info session given by a faculty member of the department of Psychology of a Foundation university in Ankara. The questionnaire which was prepared by the author of this study was administered to the students after they received the one-to-one information from a fulltime faculty member of a psychology department of a foundation university in Ankara, about the psychology and the field of psychology. The data collected during prescheduled 3 weeks department information sessions (July 18 – August 5, 2011). The results showed that students found the information session adequate and

77,6 % of them reported that their ideas about the psychology changed in a more positive way. 15,5 % of the participants' ideas was not influenced after the session. While 43,1 % of the participants thought of choosing the related department before the session, after the info session this figured increased to 63,8 %.

Study 2 was conducted with 20 of 52 students who were participated in the study and reported that they were going to prefer the related department during their actual university preferences to OSYM. The participants were interviewed on the phone and results revealed that 90 % of the students reported that the department info session influenced them in a positive way but at the final preference list, they did not include the related psychology department (65 %).

Total 167 undergraduate psychology students that are enrolled at the related psychology department voluntarily participated in the study 3. In order to understand the sources of information that prospective students use to get information about the departments and the universities before the university entrance examination, a 22-item checklist was used. Results revealed that most frequently used resources were OSYM catalogue (111 students), web pages of the university and the department (101 and 96 students), school counselor (dersane counselors) at university entrance examination preparation courses (89 students), and acquaintances of the student's family (72 students). The least favorite sources of information on the other hand were education fairs, newspaper advertisements, social sites (Facebook, twitter etc.), television and billboard advertisements, 19, 17, 17, 15 and 14 students respectively.

When the mean scores that indicate effect of each item on the university and the department preferences of the prospective university students were examined, the most influential sources of information were founded as department info sessions, the web page of the university and the department, OSYM catalogue, and dersane counselors (the mean scores were 3,12, 3,01, 2,99, 2,95 and 2,91 respectively.

The least influential sources of information were education fairs, television, billboard advertisements and newspaper advertisements (the mean scores were 2,47, 2,27, 2,21, 2,11 respectively).

Conclusion

Although the results of this research indicated that the department info sessions are influential in the university and the department preferences of the

prospective university students, the actual department and university choices of the students did not reflected the positive attitudes of the students. Universities that are interested in giving information about their departments should use department info sessions in a more proactive fashion. Other factors such as the tuition fees, housing, transportation, or other financial constrains that may affect the students' preferences should also be taken into consideration.