

## GÖRSEL-İŞİTSEL TEKNİKLER VE MEDYA YAPIMCILIĞI BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN MESLEKİ ETİK KURALLARINA BAKIŞI\*

Emel BİROL<sup>1</sup>

### Öz

Geleceğin çalışma sektöründe yer alacak üniversite öğrencilerinin, bilimsel bilgi ve becerilerinin dışında, sosyal sorumluluk bilincine ve mesleklerine yönelik tutum ve davranışlarında tarafsız yönde karar verebilme yetisine sahip etik davranışları edinmesi gerekir. Bu nedenle, üniversiteler, öğrencilere mesleki bilgi ve becerinin yanında, mesleklerinin, toplum üzerindeki etkilerini sorgulatabilmeli ayrıca doğruluk, dürüstlük, güven gibi etik değerleri de kazandırabilmelidir. Görsel-ışitsel teknikler ve medya yapımıcılığı alanları, iletişim dünyasının düşünsel üretim ve yayın organlarıdır. İletişim sektörünü oluşturan bu organlarda çalışan bireylerin mesleki etik anlayışı, kitlenin (okuyucu ya da izleyicinin) doğru ve tarafsız bilgilendirilmesi açısından, içsel ve manevi bir özdenetim niteliğinde olmalıdır. Bu çalışmada iletişim sektöründe yer alacak meslek yüksekokulu öğrencilerine, mesleki etik kuralları ile ilgili bir takım sorular sorulmuş ve verdikleri yanıtlar incelenmiştir. Amaç, görsel-ışitsel teknikler ve medya yapımıcılığı alanlarında eğitim alan öğrencilerin yaşları, cinsiyetleri, etik eğitimi alıp almamaları ve etik algıları arasında ilişki kurmak ve etik bilinçlerine yönelik değerlendirmeler yapmak ve öneriler sunmaktır. Bu durumun tespiti amacıyla betimsel ve bağıntısal tarama yöntemi ile 20 sorudan oluşan anket, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımıcılığı alanlarında eğitim alan, fotoğrafçılık ve kameramanlık bölümü, radyo ve televizyon bölümü ile basım ve yayın teknolojileri bölümü öğrencilerine uygulanmıştır. Ankette öğrencilerin demografik özelliklerine ve meslek etik kurallarına ilişkin sorular yer almıştır. Verilerin analizinde yüzde ve frekans ile çapraz tablo bulguları sonucunda, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımıcılığı alanlarında eğitim alan öğrencilerin mesleki etik kurallarına bakışı betimlenmeye çalışılmış, elde edilen bilgiler doğrultusunda öneriler ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Mesleki Etik, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımıcılığı, Mesleki Etik Kuralları

## VISUAL - AUDIO TECHNIQUES AND MEDIA CONSTRUCTION DEPARTMENT STUDENTS OF VISION OF PROFESSIONAL ETHICS

### Abstract

The university students who will take place in the future study sector should acquire ethical behavior with the ability to make unbiased decisions on attitudes and behaviors towards social awareness and professions other than scientific knowledge and skills. For this reason, universities should be able to question the effects of their professions on society as well as their professional knowledge and skills, as well as gain ethical values such as integrity, honesty and trust. Audio-visual techniques and media production are the intellectual production and broadcasting organs of the communication world. The professional ethical understanding of the individuals working in these organs constituting the communication sector should be an intrinsic and spiritual self-examination in order to inform the reader (audience or viewer) in an accurate and impartial manner. In this study, some questions about professional ethics rules were asked to vocational high school students who will take place in the communication sector and their answers were examined. The aim is to establish a relationship between age, gender, ethical education and ethical perceptions of students who are trained in audiovisual techniques and media production, and make evaluations and offer suggestions on ethical awareness. In order to determine this situation, the questionnaire consisting of 20 questions with descriptive and relational screening method was applied to the students in the department of photography and cameraman, radio and television department and printing and broadcasting technology, who were trained in Audio-Visual Techniques and Media Production. The questionnaire included questions about the demographic characteristics and professional ethics of the students. In the analysis of the data, as a result of the cross-tabulation findings with percentage and frequency, the students who were trained in the fields of Audiovisual Techniques and Media Productions were tried to be described in terms of professional ethic rules and suggestions were made according to the information obtained.

**Keywords:** Professional Ethics, Audiovisual Techniques and Media Production, Code of Professional Ethics

**Jel Codes:** I2

\* Bu çalışma, 11-12-13 Mayıs 2018 tarihinde SOSCON - Uluslararası Sosyal Bilimler ve İnovasyon Kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Gedik Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, emel.birrol@gedik.edu.tr

## Giriş

Günümüzde dünyada meydana gelen olumsuz gelişmeler, mesleklerin kendi içerisindeki kuralların tanımlanmasını ve tartışmalarını da beraberinde getirmektedir. İş dünyasında başarılı ve sağlıklı ilişkilerin oluşturulabilmesi için meslek mensuplarının sorumluluk ve yükümlülüklerini açık bir şekilde ifade eden kuralların var olması gerekir. Bu kurallar sadece çalışanları değil, ayrıca işin meydana gelmesini sağlayan süreç ve koşulları da kapsayıcı nitelikte olmasını gerekli kılmaktadır (Selimoğlu, 2006, s. 437).

Her meslek dalının, kendi özelliklerine bağlı olarak şekillenmiş mesleki kuralları vardır. Bu mesleki kurallar, meslek ahlakı çerçevesinde, yanlış ve doğrunun sabit bir sınırla ayrılmasını ve meslekteki ahlaki sorunların çözülmesinde etkin bir rol oynar. Etik bir disiplinin oluşmasında etkili olan mesleki kurallar, toplumun çıkarları konusunda, bir takım standartlar oluşturur. Standartların yazılı olması, öğrenilmesini kolaylaştırdığı gibi hızlı aktarılmasını da sağlar. Bir mesleğin, etik bir meslek olabilmesi için, mesleğin evrensel değerlere sahip bir temelini ve amacının olması gerekmektedir (Çaplı, 2002, s. 11).

Görsel-ışitsel teknikler ve medya yapımcılığının bir parçası olan basın sektörünün ve kitle iletişim araçlarının ilerlemesi, iletişim alanındaki mesleki etiğin önemi de artmıştır. İletişim sektöründe çalışmayı amaçlayan öğrenciler, üniversitelerin görsel-ışitsel teknikler ve medya yapımcılığı alanları olarak bilinen fotoğrafçılık ve kameramanlık, radyo ve televizyon, basın ve yayın teknolojileri bölümlerinde eğitim alırlar. Bu nedenle bu bölümlerde eğitim alan bireylerin, bilgi almanın en etkin aracı olan iletişim araçlarının, toplumu doğru bilgilendirmesi, çeşitli çıkarlar doğrultusunda kullanmaması için belirli mesleki etik kurallarını daha üniversite yıllarında benimsemesi gerekir.

Bu çalışmada, öncelikle etik kavramı ve görsel-ışitsel teknikler ve medya yapımcılığı alanlarında mesleki etik konuları üzerinde durulmuştur. Daha sonra bu alanda eğitim alan öğrencilerin mesleki etik kurallarına bakışı yönündeki araştırmalara ve sonuçlarına yer verilmiştir.

## 1. Etik, Mesleki Etik Kavramları ve Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Mesleğinde Etik

### 1.1. Etik Kavramı

Felsefe bilimine göre insanoğlunun vicdanından kaynaklanan iyi ve kötü davranışlar, etik kavramı olarak ifade edilir. Davranış biçimini ifade eden etik kavramı, Yunanca “ethos” sözcüğüne dayanmakta, “ethe” sözcüğü “töre, gelenek” anlamına gelmektedir (Vural, 2009). İngilizce’ de ise “ethics” sözcüğünün karşılığı, “ahlak”tır ve bu sözcük Türkçe’ de, günlük kullanımda “etik” sözcüğü ile aynı anlamda kullanılmaktadır (Arda ve Pelin, 1995, s. 324). Aslında ahlak ve etik sözcükleri arasında farklılıklar vardır. Ahlak, insanın değer ve tutumlarını ifade ederken, etik sözcüğü iyi, kötü, doğru ve yanlış kavramlarını inceleyen, bireylerin birbiri ile ilişkilerini düzenleyen değerler sistemidir ve daha somut kavramları içerir (Odabaşı ve Oyman, 2001, s. 342).

Etiğin özünde doğru ve yanlış, iyi ve kötü, ölçütleri vardır ve bu ölçütler zamanla toplumsal dinamiklere paralel olarak değişebilir. Bu nedenle etik ölçütler dinamiktir ve çağdaş toplumların üzerinde yükseldikleri, temeli oluştururlar (Kuçuradi, 1998).

Günümüzde etik ilkeler, etik davranış kodlarının yazılı hale getirilmesiyle sistemleştirilmektedirler (Balkır, 2007). Etik kodların ana ilkeleri; tarafsızlık, açıklık, dürüstlük, eşitlik, objektifliktir. Etik ilkelerin hayata geçirilmesi toplumsal refahın ve güvenin sağlanmasına hizmet eder. Bu ilkeler korunması gereken değerlerdir.

Etik, hukuksal bir içerik ve yaptırıma sahip olmayan, kişiyi alacağı kararlarda özgür bırakan değerler sistemidir. Etik önermelerde bulunur, kişinin kendisinin ve mesleğinin etkinliği için kılavuzluk yapar.

## 1.2. Mesleki Etik Kavramı

Bir iş ya da uğraşın meslek olarak kabul edilmesi için belli bir ücret karşılığında yapılması, mesleğin kendine özgü bir eğitim süresinin olması veya kişisel becerilere dayanması ve mesleği icra eden meslek mensuplarının, mesleki ilke ve kurallar çerçevesinde hizmet verdiği bireylere, özverili bir şekilde hareket etmesi gerekir (Goode, 1996, s. 68).

Küreselleşen dünyamızda birçok meslek türü vardır. Çok sayıdaki bu mesleklerin, ortak etik kurallarının olması da mümkün değildir. Bu nedenle her mesleğin kendi meslek mensupları, birlikte, mesleklerinin kendine özgü şartlarını belirleyerek, mesleki etik kurallarını ortaya koymalıdır.

Meslek etiği, bir meslek grubuna ait uyulması gereken kurallar bütünüdür (Daştan, 2009, s. 284). Meslek etiğinin gereği, aynı meslekten bireylerin, mesleğin gerektirdiği mesleki ve ahlaki niteliklere sahip olmasıdır (Aymankuy ve Sakarya, 2003, s. 188). Aynı meslekten bireylerin bu niteliklere sahip olması mesleğin gelişmesini büyük ölçüde etkiler. Mesleğin gelişimi ayrıca toplumsal denetim kültürünün gelişimine bağlıdır. Denetim, kişinin sahip olması gereken kültürel kazanımdır. Kültürü içselleştirilmiş toplumlar ileri toplumdur.

Kişinin kendini denetimi “özdenetim”dir. Akıl ve muhakeme becerisi, insanı diğer canlılardan ayırır ve bireyin gelişme düzeyini belirler. Öz denetim ise bireyin vicdani gelişmişlik düzeyini belirler. Mesleki etiğe sahip olmak için öncelikle kişisel öz denetimin gelişmesi gerekmektedir. Etik ihlalleri, bir kültür ve eğitim sorunudur. Bu nedenle etik ve mesleki etik kuralları, eğitim yoluyla, üniversitelerde verilmeli ve bu alanda uzman olan eğitimciler tarafından bireylere verilmelidir (Varol, 2003).

## 1.3. Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Mesleğinde Etik

İletişim, bireyler ya da toplumlar arasındaki fikir, bilgi, düşünce alışverişidir. Bu alışveriş, iletişim süreci olarak tanımlanır ve iletişim sürecinin değişmez öğelerini “kaynak” ve “alıcı” oluşturur. İletişim, insanlar arası ilişkilerin kurulmasının ilk adımıdır. İnsanlar bilgi alışverişini söz-el-kol-beden hareketlerinden, elektronik sistemlere kadar çeşitli zengin araçları kullanarak gerçekleştirmektedir (Karababa, 2011). Günümüzde iletişim araçlarındaki hızlı değişim, günlük yaşamda aynı hızla yansımaktadır.

İnsanlar günlük hayatlarında sürekli iletişim kurdukları için iletişim araçları, bağımlılık noktasındadır. Çünkü haber alma ihtiyacı, bilme anlama gibi zihinsel ihtiyaçlar, sosyal temas isteği gibi ihtiyaçlar, görsel ve işitsel kitle iletişim araçlarını kullanmaya, takip etmeye iten sebeplerdir. Bu nedenle görsel ve işitsel kitle iletişim araçları, iletişim alanında uyulması gereken, toplumca belirlenmiş etik ilkeler doğrultusunda hizmet etmelidir.

Etikle ilgilenen bir disiplin de sektör tarama ve inceleme çalışmaları sonucunda görsel-ışitsel teknikler ve medya yapımcılığı alanlarında faaliyet gösteren mesleklerin (fotoğrafçılık ve kameramanlık, radyo ve televizyon, basım ve yayın teknolojileri) eğitimidir (Bicer, 2009). Görsel-ışitsel teknikler ve medya yapımcılığı mesleki etiği, bu alanlarda çalışan meslek mensuplarınca, iletişim/haberleşme faaliyetlerinin kanuna uygun bir biçimde yürütülmesinin yanı sıra toplumsal yaşamın değer yargılarını da dikkate alarak uyulması gereken, doğruluğu kanıtlanmış, herkes için her yerde ve her zaman bağlayıcı nitelikte olan ilkeler bütünü olarak benimsenmelidir (Karababa, 2011).

Görsel ve işitsel alandaki etik sorunu, diğer mesleklerdeki etik sorunları gibi önem teşkil etmektedir. Toplumun bilgi almasını, eğitilmesini, sosyalleşmesini sağlayan basın sektörü, gerçekleri yapay şekilde oluşturmamalıdır ve toplumsal ahlak, inançlara dayanan değerleri dikkate alarak hareket etmelidir. Bu nedenle bu alanda çalışan bireylere büyük sorumluluklar düşmektedir. Basın sektöründe, foto muhabiri, senaryo ve metin yazarlığı, muhabirlik gibi televizyon ve sanal yayıncılık alanlarında ve ayrıca gazeteler, ajanslar, yayın evleri, matbaa ve yayın kuruluşları gibi

alanlarda çalışacak kişilerin; bilgi, beceri ve deneyimlerinin yanı sıra meslek etiğinin gerektirdiği gibi davranması gerekir. Çünkü iletişim alanında çalışanların meslek etiğine uymaları toplumun iletişim süreçlerinin özgürce gelişmesini sağlayacaktır.

Görsel ve işitsel medya, topluma, doğal olan ile olmayana ortaya çıkaran “anlam sistemidir” ve normalin başlıca belirleyicisidir (Demir, 2006). Yansızlık, doğruluk, dürüstlük, ortak değerlere sahip çıkmak, yasal haklara ve kişisel haklara uymak, görsel ve işitsel medyanın etik kurallarıdır. Bu etik kurallar, medya sektöründe çalışan bireylere, eylemlerinin doğruluğu hakkında yol gösterir ve topluma karşı sorumlulukların yerine getirilmesinde önemlidir.

## 2. Yöntem

Her araştırmanın kendine özgü nitelikleri vardır. Bu çalışmada “Tanımlayıcı ve Bağıntısal Araştırma Modeli” kullanılmıştır. Tanımlayıcı araştırma modelleri, araştırma problemini oluşturan değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkisine girmeksizin, bu değişkenlerle ilgili doğru tanımlar yapılmasını amaçlayan araştırmalardır. Bağıntısal araştırmalar da değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmalardır (Churchill, 1999). Çalışmada eldeki problem, bu problemle ilgili durumlar, değişkenler ve değişkenler arasındaki ilişkiler tanımlanmaya çalışılmıştır. Böylece ileriye dönük tahminle yapmak mümkün olacaktır.

### 2.1. Araştırmanın Modeli ve Örneklem

Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanlarında eğitim alan öğrencilerin mesleki etik kurallarına bakışını ölçmek için aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Öğrenciler, etik kavramını biliyorlar mı?
2. Öğrenciler, mesleklerine yönelik aldıkları derslerde kendilerine kazandırılan etiksel tutum ve davranışları yeterli buluyorlar mı?
3. Öğrencilerin etik konulu derslerden beklentileri nelerdir?
4. Öğrenciler, eğitim aldıkları meslekte çalışan bireylerin, davranış ve becerilerini “iletişim etiği” konusunda nasıl değerlendirmektedir?
5. Öğrencilerin eğitim gördükleri bölümleri ve sınıfları açısından, “mesleki etik” konusundaki farklılıkları nelerdir?

Araştırmanın ana kütlesi İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu’dur. Araştırmanın örneklemini ise Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı, fotoğrafçılık ve kameramanlık, radyo ve televizyon, basım ve yayın teknolojileri bölümlerinde eğitim alan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma kümesini, 2017-2018 öğretim yılında; fotoğrafçılık ve kameramanlık, radyo ve televizyon, basım ve yayın teknolojileri bölümlerinde eğitim alan 295 öğrenciden 217’si oluşturmaktadır.

### 2.2. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Analizi

Araştırmada yöntem olarak anket tekniği kullanılmıştır. Bu çalışmadaki anket, konu ile ilgili daha önceden yapılan araştırmalar ve benzer nitelikteki ölçme araçları incelenerek geliştirilmiştir. Verilerin toplanması için anket formları, öğrencilere elden ulaştırılmış ve geri dönüşümü sağlanmıştır. Çalışmanın amacına ulaşabilmesi için anket formunun ilk bölümü öğrencilerin demografik bilgilerine yönelik sorulardan oluşmuştur. Anketin ikinci bölümü ise bir soruyla, öğrencilere “etik” konulu bir ders alıp almadıkları ve iki soruyla da, “etik” kavramının kendilerinde oluşturduğu izlenimi tespit etmek amacıyla sorulan sorulardan oluşmuştur. Anketin üçüncü bölümü ise öğrencilerin etik algıları üzerine, “etik, meslek etiği, etik algısı” konularıyla ilgili alanlarda yapılmış yazın araştırmalarından yararlanılarak 3 puanlık, 3’lü likert (1=katılıyorum, 2=katılmıyorum 3=kararsızım şeklinde puanlanarak) ölççeğinden oluşmuştur.

Çalışma sonucunda elde edilen veriler IBM SPSS 25 istatistik programı kullanılarak dijital ortamda işlenmiştir. Anket sorularının güvenilirliğinin istatistiksel yolla analizinin yapılmasında Cronbach Alpha testinden yararlanılmıştır. Yapılan istatistiksel çözümleme sonucu kullanılan anketin alfa katsayısı 0,7315 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen değer 0,7'nin üstünde bir değer olduğu için anketin güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Elde edilen bulgular; anketi cevaplayan 217 öğrencinin demografik özelliklerinin, etik algıları üzerindeki etkilerini yansıtmaktadır. Bu durumdan hareketle aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H<sub>1</sub>: Bayanların mesleki etik algısı ile Bayların mesleki etik algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>2</sub>: Ankete katılanların yaşları ile mesleki etik algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>3</sub>: Etik dersi alanlar ile almayanların etik algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Staj yapanlar ile yapmayan öğrencilerin etik algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>5</sub>: Sektörde çalışan öğrenciler ile etik algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

### 3. Bulgular

Verilerin analizi soruların sırasına göre tablo halinde gösterilmiştir. Ankete katılanların demografik özellikleri, eğitim bilgileri, “etik” konulu bir ders alıp almadıkları ve etik konulu dersten beklentilerini belirlemek amacıyla yüzde, frekans analizi yapılmıştır. Ankete katılan öğrencilerin cinsiyet ve eğitim durumları ile “etik konulu dersten beklentileri” arasındaki dağılım için çapraz tablo analizi uygulanmıştır. Çalışmada normal dağılıma uymayan; cinsiyet, yaş, öğrencilerin etik konulu ders almaları, staj yapma ve sektörde çalışma halleri ile etik algısı arasındaki durumlar non parametrik testlerden Mann-Whitney U ve Kuruskal Wallis Testleri kullanılmıştır. Anket bulguları, soruların sırasına göre IBM SPSS 25 istatistik programında değerlendirilmiştir. Ayrıca öğrencilerin “etik” ile ilgili maddelere verdikleri önemi ortaya koymak için maddelerin aritmetik ortalama ve standart sapmaları da alınmıştır.

#### 3.1. Frekans Analizleri

Çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda öğrencilerin demografik özelliklerinin, eğitim bilgilerinin, etik eğitimi alma durumlarının ve öğrencilerin etik konulu dersten beklentilerinin frekans analizleri, aşağıdaki gibi tespit edilmiştir.

**Tablo 1:** Ankete Katılan Öğrencilerin Demografik Bilgileri

Gruplar	Tablolar	(n) Frekans	(f) Yüzde
Cinsiyet	Bayan	102	47,0
	Bay	115	53,0
	<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100</b>
Yaş		<b>(n) Frekans</b>	<b>(f) Yüzde</b>
	18-20 yaş	94	43,3
	21-24 yaş	102	47,0
	25-29 yaş	13	6,0
	30 yaş ve üstü	8	3,7
	<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100</b>

Çalışmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri incelendiğinde, ankete katılanların 102'si (%47) bayan öğrencilerden, 115'i (%53) bay öğrencilerden oluşmaktadır ve ankete katılanların büyük bir çoğunluğunu bay öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrenciler yaşlarına göre 94'ü (%43,3) 18-20 yaş; 102'si (%47) 21-24 yaş; 13'ü (%6) 25-29 yaş; 8'i (%3,7) 30 yaş ve üstündedir.

**Tablo 2:** Ankete Katılan Öğrencilerin Eğitim Bilgileri

Gruplar	Tablolar	n	f
<b>Bölüm</b>	Basım ve Yayın Teknolojileri	85	54,8
	Fotoğrafçılık ve Kameramanlık	62	28,6
	Radyo ve Televizyon Programcılığı	70	32,3
	<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100</b>
<b>Öğrenim Türü</b>	I.Öğretim	119	43,3
	II.Öğretim	98	45,2
	<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100</b>
<b>Sınıf</b>	1.Sınıf	110	50,7
	2.sınıf	107	49,3
	<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100</b>
<b>Staj Durumu</b>	Evet	143	65,9
	Hayır	74	34,1
	<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100</b>
<b>Sektörde Çalışma Durumu</b>	Evet	68	31,3
	Hayır	149	68,7
	<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100</b>

Ankete katılan öğrencilerin 85'i (%54,8) Basım ve Yayın Teknolojileri programında; 62'si (%28,6) Fotoğrafçılık ve Kameramanlık programında; 70'i (%32,3) Radyo ve Televizyon Programcılığı programında eğitim almaktadır. Öğrencilerin öğrenim türü, 119'u (%43,3) I. öğretim; 98'i (%45,2) II. Öğretimdir. Öğrencilerin öğrenim türü, 119'u (%43,3) I. öğretim; 98'i (%45,2) II. Öğretimdir. Öğrencilerin 110'u (%50,7) 1.sınıf; 107'si (%49,3) 2.sınıf konumundadır. Öğrencilerden stajını yapmış olanların sayısı 143 (%65,9); stajını yapmayanların sayısı ise 74 (%34,1)'dir. Öğrencilerin üniversite okurken sektörde çalışanların sayısı 68 (%31,3); sektörde çalışmayanların sayısı 149 (%68,7)'dir.

**Tablo 3:** Ankete Katılan Öğrencilerin Etik Eğitimi Alma Durumu

Gruplar	Tablolar	n	f
<b>Etik Eğitimi Alma</b>	Evet	194	89,4
	Hayır	22	10,1
	<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100</b>

Ankete katılan öğrencilerden 194'ü (%89,4) etik eğitimi aldığını, 22'si (%10,1) ise etik eğitimi almadıklarını belirtmiştir.

**Tablo 4:** Ankete Katılan Öğrencilerin Etik Konulu Dersten Beklentileri

Gruplar	Tablolar	n	f
Etik Konulu Dersten Beklentiler	Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir.	92	42,4
	Toplumsal kurallar ve görgü kuralları işlenmelidir.	53	24,4
	Meslekte uyulması gereken ahlak kuralları işlenmelidir.	47	21,7
	Hukuk kuralları öğretilmelidir.	7	3,2
	Takım/Ekip çalışması öğretilmelidir.	11	5,1
	Bilmiyorum	7	3,2
	<b>Total</b>		<b>217</b>

Etik konulu dersten beklentileri yönündeki soruya, öğrencilerin 92'si (%42,4) "Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir"; 53'ü (%24,4) "Toplumsal kurallar ve görgü kuralları işlenmelidir"; 47'si (%21,7) "Meslekte uyulması gereken ahlak kuralları işlenmelidir"; 7'si (%3,2) "Hukuk kuralları öğretilmelidir"; 11'i (%5,1) "Takım/Ekip çalışması öğretilmelidir" şeklinde yanıt verirken, 7'si (%3,2) "Bilmiyorum" şeklinde yanıtlamıştır.

**Tablo 5:** Ankete Katılan Öğrencilerin Mesleki Etik Kavramını Tanımlayabilme Durumları

Mesleki Etik Kavramını Tanımlayabilme	Evet Tanımlamış		Hayır Tanımlayamamış	
	n	f	n	f
	56	25,8	161	74,2

Yapılan anket çalışmasında öğrencilerin mesleki etik kavramı hakkındaki görüşleri doğrultusunda verdikleri yanıtlar, nitel analiz yöntemlerinden içerik analizine göre analiz edilmiştir. Bu duruma göre öğrencilerin %25,8'i "mesleki etik" kavramını doğru şekilde tanımlarken %74,2'si doğru tanımlama yapamamıştır.

### 3.2. Çapraz Tablo Verilerinin Analizi

Ankete katılan öğrencilerin cinsiyet, bölüm, öğretim türü, sınıf, staj ve sektörde çalışma durumları ile "etik konulu dersten beklentileri" arasındaki dağılımı ortaya koymak amacıyla çapraz tablo analizi yapılmıştır.

**Tablo 6:** Ankete Katılan Öğrencilerin Etik Konulu Dersten Beklentilerinin Cinsiyet ve Eğitim Bilgileri ile Karşılaştırılması

Gruplar	Tablolar	Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir	Toplumsal kurallar ve görgü kuralları işlenmelidir	Meslekte uyulması gereken ahlak kuralları işlenmelidir	Hukuk kuralları öğretilmelidir	Takım/Ekip çalışması öğretilmelidir	Bilmiyorum
Cinsiyet	Bay	38 %37,3	27 %26,5	28 %27,5	2 %2,0	5 %4,9	2 %2,0
	Bayan	54 %47	26 %22,6	19 %16,5	5 %4,3	6 %5,2	5 %4,3
Bölüm							

	Basım ve Yayın Teknolojileri	42	22	17	0	2	2
		%49,4	%25,9	%20,0	%0	%2,4	%2,4
	Fotoğrafçılık ve Kameraman.	27	15	16	1	1	2
		%43,5	%24,2	%25,8	%1,6	%1,6	%3,2
	Radyo ve Televizyon Programcılığı	23	16	14	6	8	3
		%32,9	%22,9	%20	%8,6	%11,4	4,3%
<b>Öğrenim Türü</b>	I. Öğretim	51	26	29	0	8	5
		%42,9	%21,8	%24,4	%0	%6,7	%4,2
	II. Öğretim	41	27,6	18,4	7,1	3,1	2,0
		%41,8	%27,6	%18,4	%7,1	%3,1	%2,0
<b>Sınıf</b>	1.Sınıf	45	23	27	3	8	4
		%40,9	%20,9	%24,5	%2,7	%7,3	%3,6
	2.sınıf	47	30	20	4	3	3
		%43,9	%28,0	%18,7	%3,7	%2,8	%2,8
<b>Staj Durumu</b>	Evet	59	43	31	5	3	2
		%41,3	%30,1	%21,7	%3,5	%2,1	%1,4
	Hayır	33	10	16	2	8	5
		%44,6	%13,5	%21,6	%2,7	%10,8	%6,8
<b>Sektörde Çalışma Durumu</b>	Evet	31	15	16	4	1	1
		%46,6	%22,1	%23,5	%5,9	%1,5	%1,5
	Hayır	61	38	31	3	10	6
		%42,4	%24,4	%21,7	%3,2	%5,1	%3,2

Anketi cevaplayan öğrencilerin cinsiyeti ile etik konulu dersten beklentileri arasında çapraz tablo (Tablo 5) verileri karşılaştırıldığında, “Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir” yanıtı bayların %37,3’ü verirken; bayanların ise %47’si vermiştir. “Toplumsal kurallar ve görgü kuralları işlenmelidir” yanıtı veren öğrencilerin %26,5’u bay, %22,6’sı bayandır. “Meslekte uyulması gereken ahlak kuralları işlenmelidir” yanıtı verenlerin %27,5’u bay; %16,5’u bayandır. “Hukuk kuralları öğretilmelidir” seçeneğini seçen öğrencilerin %2’si bay, %4,3’ü bayandır. “Takım/Ekip çalışması öğretilmelidir” seçeneğine bayların %4,9’u, bayanların ise %5,2’si yanıt vermiştir. “Bilmiyorum” yanıtı verenlerin ise %2’si bay, %4,3’ü bayan öğrencilerdir.

Öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm ile etik konulu dersten beklentileri çapraz tablo (Tablo 5) ile karşılaştırıldığında “Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir” yanıtı %49,4 Basım ve Yayın Teknolojileri programı öğrencileri verirken; %43,5’u Fotoğrafçılık ve kameramanlık programı öğrencileri, %32,9’u ise Radyo ve Televizyon Programcılığı öğrencileri yanıtlamıştır. “Toplumsal kurallar ve görgü kuralları işlenmelidir” yanıtı verenlerin %25,9’u Basım ve Yayın Teknolojileri programı öğrencileri, %24,2’si Fotoğrafçılık ve kameramanlık programı öğrencileri %22,9’u ise Radyo ve Televizyon Programcılığı öğrencileridir. “Meslekte uyulması gereken ahlak kuralları işlenmelidir” yanıtı verenlerin %20’si Basım ve Yayın Teknolojileri programı



öğrencileri ile Radyo ve Televizyon Programcılığı öğrencileri; %25,8'i Fotoğrafçılık ve kameramanlık programı öğrencileridir. “Hukuk kuralları öğretilmelidir” seçeneğini seçen öğrencilerin %1'i Fotoğrafçılık ve kameramanlık programı öğrencisi, %6'sı Radyo ve Televizyon Programcılığı öğrencileridir. Basım ve Yayın Teknolojileri programı öğrencilerinin hiç biri bu seçeneği seçmemişlerdir. “Takım/Ekip çalışması öğretilmelidir” seçeneğine Basım ve Yayın Teknolojileri programı öğrencilerinin %2,4'ü, Fotoğrafçılık ve kameramanlık programı öğrencilerinin %1,6'sı, Radyo ve Televizyon Programcılığı öğrencilerinin % 11,4'ü yanıt vermiştir. “Bilmiyorum” yanıtını verenlerin ise %2,4'ü Basım ve Yayın Teknolojileri programı öğrencileri, %3,2'si Fotoğrafçılık ve kameramanlık programı öğrencileri, %+,3'ü Radyo ve Televizyon Programcılığı öğrencileridir.

Öğrencilerin öğretim türü ile etik konulu dersten beklentileri karşılaştırıldığında “Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir” seçeneğine I. öğretimin %42,9'u, II. öğretimin ise %41,8'i katılmıştır. “Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir” cevabını veren öğrencilerin %40,9'u 1.sınıf, %43,9'u 2. Sınıf öğrencileridir. Ayrıca “Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir” yanıtını verenlerin %41,3'ü staj yapmış öğrencilerdir ve %46,6'sı sektörde çalışan öğrencilerdir.

### 3.3. Kruskal-Wallis Testi Bulguları

**Tablo 7:** Ankete Katılan Öğrencilerin Cinsiyet ve Etik Algısı

	Ortalama Etik Algısı
Mann-Whitney U testi	326,500
Wilcoxon W Testi	417,500
Z Testi	-2,577
Asymp. Sig. (2-tailed)	,019

Yapılan anket çalışmasında öğrencilerin cinsiyetine göre etik algılarının anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için Tablo 6'a Mann Whitney U testi kullanılmıştır.

Tablo 6'da, Asymp. Sig. değeri 0,019 olarak bulunmuştur. Asymp. Sig. değeri 0,019;  $p < 0,05$ 'ten olduğu için bayan ve bay öğrencilerin etik algısı birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle çalışmadaki birinci hipotez, cinsiyet ve etik algı arasında anlamlı bir ilişki olduğundan kabul edilmiştir.

**Tablo 8:** Ankete Katılan Öğrencilerin Yaş ve Etik Algısı

	Ortalama Etik Algısı
Kruskal Wallis	6,038
df	3
Asymp. Sig.	,110

Çalışmada, ankete katılan öğrencilerin yaşları ve etik algıları arasında anlamlı düzeyde farklılaşmanın olup olmadığını tespit etmek için Tablo 7'de Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Tablo 7'de Asymp. Sig. değeri 0,110 olarak bulunduğu ve 0,110;  $p > 0,05$ 'ten olduğu için öğrencilerin yaşları ve etik algıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Bu nedenle çalışmadaki ikinci hipotez red edilmiştir.

**Tablo 9:** *Ankete Katılan Öğrencilerin Etik Konulu Ders Almaları ile Etik Algısı*

	Ortalama Etik Algısı
Mann-Whitney U testi	2028,500
Wilcoxon W Testi	20943,500
Z Testi	-,399
Asymp. Sig. (2-tailed)	,690

Tablo 8’de, ankete katılan öğrencilerin etik ders alıp almadıkları ile etik algılarının arasında anlamlı düzeyde farklılaşmanın olup olmadığını tespit etmek için Mann Whitney U testi kullanılmıştır. Tablo 8’de görüldüğü gibi anlamlılık satırındaki değer 0,690’dır. Asymp. Sig. 0,690;  $p>0,05$ ’ten olduğu için istatistiksel açıdan öğrencilerin etik konulu ders alıp almamaları ile etik algıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Bu nedenle çalışmadaki üçüncü hipotez red edilmiştir.

**Tablo 10:** *Ankete Katılan Öğrencilerin Staj Yapma ile Etik Algısı*

	Ortalama Etik Algısı
Mann-Whitney U testi	49993,000
Wilcoxon W Testi	7768,000
Z Testi	-,714
Asymp. Sig. (2-tailed)	,476

Tablo 9’da, ankete katılan öğrencilerin staj yapma durumları ile etik algılarının arasında anlamlı düzeyde farklılaşmanın olup olmadığını tespit etmek için Mann Whitney U testi kullanılarak anlamlılık satırındaki değer 0,476 olarak tespit edilmiştir. Asymp. Sig. 0,476;  $p>0,05$ ’ten olduğu için istatistiksel açıdan öğrencilerin staj yapma durumları ile etik algıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Bu nedenle çalışmadaki dördüncü hipotez red edilmiştir.

**Tablo 11:** *Ankete Katılan Öğrencilerin Sektörde Çalışma Durumu ile Etik Algısı*

	Ortalama Etik Algısı
Mann-Whitney U testi	5046,500
Wilcoxon W Testi	7392,500
Z Testi	-,048
Asymp. Sig. (2-tailed)	,962

Yapılan anket çalışmasında öğrencilerin sektörde çalışma durumlarına göre etik algılarının anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için Tablo 10’da Mann Whitney U testi ile Asymp. Sig. değeri 0,962 olarak bulunmuştur. Asymp. Sig. değeri 0,962;  $p>0,05$ ’ten olduğu için sektörde çalışan öğrencilerin etik algısı birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle çalışmadaki birinci hipotez, sektörde çalışma durumlarına ile etik algı arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Bu nedenle çalışmadaki beşinci hipotez red edilmiştir.

### 3.4. Etik İle İlgili Değişkenlerin Önem Düzeyi

Anketi yanıtlayan 217 öğrencinin etik konusu ile ilgili maddelere gösterdikleri önem düzeyi aşağıda belirtildiği gibidir.

**Tablo 12:** *Ankete Katılan Öğrencilerin Etik ile İlgili Maddelere Verdikleri Önem Düzeyi*

<b>Etik Kavramı ile ilgili maddelere verilen Önem Düzeyi</b>	<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>
Etik, içerisinde doğruluk ve güvenilirlik ilkelerini barındırmalıdır.	217	1,0278	0,21	1,00	3,00
Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığında okuyan tüm öğrenciler, “etik” dersi almalıdır.	217	1,3825	0,71	1,00	3,00
Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığında okuyan tüm öğrenciler, mesleki etik kurallarına dikkat etmelidir.	217	1,1060	0,42	1,00	3,00
Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanında başarılı olabilmek için mesleki bilgi ve deneyim kadar etik de belirleyicidir.	217	1,3288	0,69	1,00	3,00
İletişim sektöründe mesleki etik, toplumsal etikten ayrılamaz.	217	1,3872	0,74	1,00	3,00
Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanında çalışanların etik ilkelere bağlı davranmaları önemlidir.	217	1,1240	0,44	1,00	3,00
Basın ve basım sektörüne yönelik derslerimizde doğruluk, dürüstlük ve özgün olma konusunda bilgiler öğretilmektedir.	217	1,6544	0,85	1,00	3,00
Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanında öğretilen derslerde, basın ve basım sektörüne eleştirel gözle bakmamız sağlanıyor.	217	1,2442	0,61	1,00	3,00
Bölümde mesleğime yönelik derslerde, mesleki etik kuralları konusunda sorumluluk bilinci kazandırılıyor.	217	1,2765	0,67	1,00	3,00
Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanında çalışanlar toplumun beklentilerine karşı sorumluluk duygusu ile hareket etmektedirler.	217	1,4747	0,81	1,00	3,00
Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanında çalışanlar etik ilkelere bağlı olarak hareket etmektedirler.	217	1,4700	0,78	1,00	3,00

Tablo 12’de, öğrencilerin en önemli buldukları ifade “Etik, içerisinde doğruluk ve güvenilirlik ilkelerini barındırmalıdır” (M=1,0278) maddesi olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin etik konusu ile ilgili maddelere gösterdikleri önem düzeyi açısından, “Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığında okuyan tüm öğrenciler, mesleki etik kurallarına dikkat etmelidir” (M=1,1060) maddesi ikinci sırada; “Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanında çalışanların etik ilkelere bağlı davranmaları önemlidir” (M=1,124) maddesi ise üçüncü sırada olduğu tespit edilmiştir.

“Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanında çalışanlar etik ilkelere bağlı olarak hareket etmektedirler” (M=1,4700) maddesi, en az önem verilen maddedir. Öğrencilerin bu

maddeye en az önem vermeleri, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanlarında okuyan öğrencilerin, bu alanda çalışanların etik ilkelere göre hareket etmediklerine inanmaktadırlar.

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Bireylerin mesleğini ve görevini insanlığın yararı doğrultusunda güvenilir bir şekilde doğru ve tam yapması, etiğin temel alanıdır. Bu ifadeden hareketle, mesleki etik ilkeleri, işten etkilenecek olan bireylere, uygun eylemde davranma biçimidir. Ayrıca yapılan mesleğin saygınlığını arttırmak ve mesleği daha ileri boyutlara taşımak için mesleki etik değerlerin, meslek mensupları tarafından benimsenmesi gerekir. Bu nedenle “Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı sektöründe çalışacak olan mezun adayların, mesleklerine yönelik etik değerleri kazanabilmeleri için “etik” eğitimi almaları, gelecekte meslek yaşamları ile ilgili etik sorunlara duyarlı olabilmeleri açısından önemlidir.

Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanlarında eğitim alan öğrenciler üzerinde yapılan araştırma sonucunda, ankete katılanların çoğunluğunu %53’ünü bay öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerin %47’si (102 kişi) 18-20 yaş aralığındadır. Öğrencilerin %43,3’ü (119) I. öğretim; %45,2’i (98 kişi) II. öğretimdir ve %50,7’si (110) 1.sınıf; %49,3’ü (107) 2.sınıf konumundadır. Öğrencilerden %65,9’u (143 kişi) stajını yapmıştır ve sektörde çalışan öğrencilerin sayısı (68 kişi) %31,3’dür. Ankette öğrencilerin %89,4’ü (194 kişi) etik eğitimi aldığını belirtmiştir.

Ankete katılan öğrencilerin eğitimi ile etik konulu dersten beklentileri karşılaştırıldığında “Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir” maddesi en çok işaretlenen seçenek olmuştur. Bu maddeyi seçen öğrencilerin %49,4 Basım ve Yayın Teknolojileri programı öğrencileri olup %42,9’u I. öğretim öğrencisidir. “Ahlak, dürüstlük, güven konuları işlenmelidir” yanıtını verenlerin %43,9’u 2. sınıf öğrencisidir ve %41,3’ü staj yapmış öğrencilerdir. Ayrıca bu maddeyi seçen öğrencilerin %46,6’sı sektörde çalıştığını ifade etmiştir.

Yapılan çalışmanın sonucunda Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanlarında okuyan öğrencilerin etik algılarının, cinsiyet, yaş, etik dersi alıp almamalarına göre ayrıca staj yapan veya sektörde çalışan öğrencilerin etik algıları arasındaki ilişki hipotezleri analiz edilmiştir. Analiz neticesinde, öğrencilerin etik algılarının cinsiyete göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Özellikle bayan öğrencilerin bay öğrencilere göre etik algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Yaş ve etik algı arasındaki ilişkide ise anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu durumun sebebi, örnekleme oluşturan öğrencilerin 1. ve 2. sınıf öğrencileri olmalarından dolayı yaş aralıklarının benzerlik göstermesi olarak ifade etmek mümkündür. Çalışmada, etik dersi alan öğrenciler ile almayan öğrencilerin etik algıları üzerinde de yine anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu anlamda etik dersi alan öğrencilerin etik konusundaki algılarını yükseltmek için üniversitelerin ve meslek yüksekokullarının sivil toplum kuruluşları ve meslek örgütleri işbirliği ile meslek içi eğitim ve seminerlerin yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.

Çalışmada öne sürülen hipotezler arasında öğrencilerin staj yapma durumları ile etik algıları arasındaki ilişki incelenmiştir. Ankete katılan öğrencilerden staj yapanların oranının fazla olmasına rağmen etik algılarının düşük olması, bu öğrencilerin staj yaptıkları yerlerde etik dışı durumlarla karşılaşmış olabilecekleri düşünülmektedir. Öğrencilerin sektörde çalışma durumları ile etik algıları ile arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Sektörde çalışan öğrencilerin az oluşu bu hipotezinde reddedilmesine sebep olduğu düşünülmektedir.

Yapılan çalışmada öğrencilerin mesleki etik kavramı hakkındaki görüşleri doğrultusunda öğrencilerin %74,2’si doğru tanımlama yapamadığı tespit edilmiştir. Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı alanlarında okuyan öğrencilerin çoğunluğunun etik dersi almalarına rağmen araştırmanın sonucunun olumsuz çıkması sektöre yetiştirilen öğrencilerin “dürüstlük, doğruluk, sorumluluk, kurallara bağlılık” gibi kavramların etik dersi dışındaki mesleki derslerde de sürekli ve düzenli olarak verilmesinin gerekli olduğu ve üniversitelerin sivil toplum kuruluşları ve meslek örgütleri ile işbirliklerinin artırılması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın neticesinde iş dünyasında başarılı ve sağlıklı ilişkilerin oluşturulabilmesi için mesleki etik eğitiminin verilmesi önemlidir. Güdüleyici bir mesleki etik eğitimi ile teknik ve etik niteliklerin artması ve yapılan mesleğin kalitesinin yükselmesi sağlanabilir.

## KAYNAKÇA

- Aksaraylı, M.F. ve Cevher, E. (2014). “Mesleki Yükseköğretimde Mesleki Etik Eğitime Yönelik Bir Araştırma”. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(8),115-126.
- Arda, B. ve Şahinoğlu P.S. (1995). “Tıbbi Etik: Tanımı, İçeriği, Yöntemi ve Başlıca Konuları”. *Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası*, 48(3), 323-336.
- Arslan, Mahmut (2001). *İş ve Meslek Ahlakı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Avşar Z. (2002). “Medyada Klasik Etik Kodlar Bir İllüzyon mu?”. *Selçuk İletişim Dergisi*, 2(3), 12.
- Aymankuy, Y. ve Sakarya, Ş. (2003). “Finansal Piyasalar ve Meslek Etiği”. *1 st International Business and Professional Ethics Congress of Turkey*, September, 17–19, Hacettepe University Research Centre for Business & Professional Ethics, Ankara.
- Balkır, Z.G. (2007).“Kamu Yönetiminde Yeni Boyut: Kamusal Etik”. *Kocaeli Barosu Dergisi*.
- Bicer, İ. (2009). “Medyanın Kamu üzerindeki Etkileri ve Etik”, *Medya ve Etik Sempozyumu*, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Brinkmann, J. (2002). “Business And Marketing Ethics: Concepts, Approaches And Typologies”. *Journal of Business Ethics*, 41(2), 159-177.
- Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik*. Ankara: İmge Yayınları.
- Churchill, G. A. (1999). *Marketing Research; Methodological Foundation*, Seventh Edition. The Dryden Press, s. 116
- Daştan, A. (2009). “Etik Eğitiminin Muhasebe Eğitimindeki Yeri ve Önemi: Türkiye Değerlendirmesi”, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 26 (1), 281-311.
- Demir, V. (2006). *Medya Etiği*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Erdoğan İ (2006). “Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 23, 1- 26.
- Goode, W. (1996). *Topluluk İçinde Topluluk; Meslekler, Meslekler ve Sosyoloji* (Derleyen ve Çeviren: Zafer CİRHİNLİOĞLU). Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Gülsünler, M. E. (2010). “İletişim Etiği ve Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Mesleki Etik Kurallarına Bakışı”. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(2), 158-173.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karababa, İ. ( 2011). “İletişim ve Etik”, TMMOB Elektrik Mühendisleri Odası İzmir: 6. İletişim Günleri.
- Koçberber, S. (2008). “Dünyada ve Türkiye’de Denetim Etiği”. *Sayıştay Dergisi*, 68, 65-89
- Kuçuradi İ. (2000). *Felsefi Etik ve Meslek Etikleri, Etik ve Meslek Etikleri* (Çeviren: Harun Tepe). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu, 17-32.
- Mocan, M. R. (2002). “Etik ve Meslek Etikleri”. *Yüksek Denetim Dergisi*, 1, 5-9.

- Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2007). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Sakarya, Ş. (2010), “Türkiye’de Muhasebe Meslek Etiğine Yönelik Düzenlemeler ve Meslek Mensupları Tarafından Algılanması Üzerine Bir Alan Araştırması”. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(18), 57-72,
- Selimoğlu, S. K.(2006), “Türk Muhasebe Uygulamalarında Etik”, *Mali Çözüm Özel Sayı*, 437-456.
- Tepe, H. (2000). *Etik ve Meslek Etikleri*. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayını.
- Uzun, R. (2009). *İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Varol, A. (2003). “Dünden Bugüne Fırat Televizyonu”, *Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlığı Yayını*, s.209
- Vural, Z. ve Çoşkun, G. (2011). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik”. *Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1, 61-82
- Vural A. M. (2009). “Edebi Bozulmuş Adabı Dağılmış Bir Toplumsal Kurum Olarak Medya”, *Medya ve Etik Sempozyumu*, 7-9 Ekim 2009, Elazığ.