



Üniversitelerdeki Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Öğrenciler Üzerindeki Etkilerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Algı Araştırması

Abdullah YILDIRMAZ¹ 

¹Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu,

Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, Batman, Türkiye

abdullah.yildirmaz@batman.edu.tr

Geliş Tarihi/Received:

01.03.2020

Kabul Tarihi/Accepted:

22.12.2020

Yayın Tarihi/Published:

30.12.2020

ÖZ

Üniversiteler, sürdürdükleri çok yönlü sosyal, kültürel, sportif faaliyetlerle de hem öğrencilerle hem de buldukları bölge halkıyla bütünleşmektedir. Bir üniversitenin tüm tanıtım ve halkla ilişkiler tekniklerinin kullanılmasının yanında en önemli tanıtımının, öğrenim gören öğrencilerin ve mezunlarının kalitesi ile olacağı açıktır. İyi yetişmiş ve üniversitesinden memnun olan her öğrenci aynı zamanda üniversitenin tanıtım elçisidir. Araştırmanın amacı; Amasya Üniversitesi öğrencilerinin üniversitenin halkla ilişkiler faaliyetlerine bakışını belirlemektir. Böyle bir ortamda kamu kurumu olarak üniversiteler, hizmetlerini daha kaliteli sunmak için, hedef kitlelerini doğru olarak algılayabilme ve onları memnun edebilme amacının en önemli sağlayıcısı olarak halkla ilişkilere gereken önemi vermelidirler. Araştırmanın evrenini Amasya Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenden rastgele örneklem yöntemiyle öğrenciler seçilmiş, hazırlanan anketler 445 öğrenci üzerinde her bölümden öğrencinin katılımının sağlanmasına dikkat edilerek uygulanmıştır. Elde edilen veriler istatistiksel modeller kullanılarak analiz edilmiş, tablo haline getirilerek yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Üniversitelerde Halkla İlişkiler, Amasya Üniversitesi.

A Research of Perception to Evaluate the Effects of Public Relations Activities at Universities on Students

ABSTRACT

Universities integrate with both the students and public in the district with social, cultural and sporting activities they organize. It is clear that publicity of a university is achieved mostly with the quality of its students besides all the publicity and public relations techniques. All students that are well educated and pleased with their university are publicists of the university. The aim of the research is to determine the view of the students of Amasya University to the application of the university with public relations. In such an environment, universities, as a public institution, have to give necessary importance to public relations to provide better quality services, to sense target audiences correctly and to please them. The students of Amasya University constitute the population of the research. Students from the population were selected randomly and surveys applied to 445 students ensuring that students from each department participated. The results were analyzed, tabulated and interpreted using statistical models.

Keywords: Public Relations, Public Relations at Universities, Amasya University.

1. Giriş

Halkla İlişkiler, kurum ve kuruluşları amaçlarına ulaştırmak için hayati öneme sahiptir. Her kamu kurumu toplumsal bir ihtiyacı karşılamaktadır. Bu bağlamda kamu kurumları, hizmet gördüğü kesimlerle ilişkilerini düzenlemeli ve sürekli olarak onların tutum ve davranışları ile eğilimlerini takip etmelidir. Bunları yaparken kurumlar profesyonel halkla ilişkiler faaliyetlerinde destek almaları gerekmektedir.

Üniversiteler toplumsal yapı içerisinde örgütlenen, siyasi ve ekonomik yönden bağımsız, sorgulayan, üretim yapan, araştıran öğretim kuruluşlarıdır (Çatalbaş, 2007: 94). Üniversiteler toplumun nitelikli işgücü ihtiyacının karşılanmasında, bilgi üretimi ve bilginin yayılmasında topluma hizmette önemli bir araç olarak görülmektedir. Bunun yanında üniversiteler, hem ülke kalkınması hem de toplumun sosyo-ekonomik yönden gelişmesine çok büyük katkıları vardır. (Yılmaz ve Kaynak, 2011: 56). Üniversiteler kuruldukları bölgelerdeki yaşayan insanlara, ekonomiye, toplumun refah seviyesine ve yaşam standartlarına, ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan oldukça geniş bir açıdan yararları vardır. Üniversitenin gerçekleştirdiği tüm faaliyetler toplumu belirli yönlerden etkilemektedir (Charles, 2003: 9).

Anayasanın 130. maddesinde yükseköğretimin temel amacı; *“Çağdaş eğitim- öğretim esaslarına dayanan bir düzen içinde milletin ve ülkenin ihtiyaçlarına uygun insan gücü yetiştirmek ve ortaöğretime dayalı çeşitli düzeylerde eğitim-öğretim, bilimsel araştırma, yayın ve danışmanlık yapmak, ülkeye ve insanlığa hizmet etmek”* olarak belirlenmiştir (Anayasa, md:130). Üniversitelerin kuruluş amacı YÖK kanununun 4.maddesinde belirlenmiş ve yine aynı kanunun 5. maddesinin ana ilkelerinde üniversitelerin yükseköğretime hangi açılardan katkılarda bulunduğu açıklanmıştır (YÖK, Kanun No:2547. Md:4-5).

Kamu kurumlarında halk, kendi sorunlarının çözmek için ilgili organları bulmakta güçlük çekmektedir. Bunun en önemli nedeni, kamu kurum ve kuruluşlarında halkla ilişkiler biriminin yetersizliğidir. Halkla ilişkilerin ana amacı kamu kurumlarının halkla anlaşmak ve sorunların çözülmesinde onlara yardımcı olmaktır. Günümüzde karmaşık bir yapı olan toplumsal doku içerisinde bu amacı yüz yüze ve doğrudan doğruya gerçekleştirmek çok zor gözükmektedir. Bu nedenle kitle iletişim ve diğer araçlardan yararlanarak bu amacın etkin ve verimli bir şekilde gerçekleşmesi sağlanmalıdır (Güneş, 2009: 77).

Türkiye’de üniversitelerde halkla ilişkilerin önemi 1980 yılında kabul edilen 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanunu ve 124 sayılı Kanun Hükmündeki Kararname ile vurgulanmıştır. İlk defa üniversitelerde halkla ilişkiler biriminin kurulması öngörülmüştür. Ancak üniversiteler halkla ilişkilerin önemini ve işlevini henüz tam kavramış değillerdir. Bugün birçok üniversitemizde bu kararname ile öngörülen halkla ilişkiler birimi kurulmuş değildir, kurulmuş ise de kâğıt üzerinde

kalmıştır. Üniversitelerin halkla ilişkiler çalışmaları genellikle sağlık, kültür ve spor daire başkanlıkları tarafından yürütülmektedir (Uğur, 2006: 36).

Kamu kurumu olarak üniversiteler ise, hem bilimsel çalışmalar yaparak bilim ve teknoloji üretimine katkıda bulunmak hem de toplumlarına hizmet sağlamak açısından faaliyetlerini gerçekleştirirler. Bu durumun kendi içerisinde kalmayıp herkes tarafından bilinip tanınırlığın sağlanması açısından halkla ilişkiler faaliyetleri önemlidir. Yönetim ve çalışanlar arasındaki ilişki, öğrencilerin hem kendi aralarında hem de üniversite personelleri ile olan ilişkileri de üniversitelerin başarısını etkileyen faktörlerden bir tanesidir. Yapılan faaliyetlerin hedef kitle grubundan en önemlisi olan öğrencilerin üniversitelerini algılama ve dışarıya aktarmalarında üniversitenin yapmış olduğu halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkisi büyüktür. Bu çalışmada Amasya Üniversitesi öğrencilerinin halkla ilişkiler faaliyetleri hakkındaki algılarını ölçmeye yönelik yapılmıştır. Bunu ölçmeye yönelik öğrenciler üzerinde anket araştırması gerçekleştirilmiştir.

2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, üniversitelerdeki halkla ilişkiler faaliyetlerinin öğrenci memnuniyeti üzerindeki etkisini değerlendirmektir. Bu bağlamda kamu kurumlarında özellikle de üniversitelerde uygulanan halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemine dikkat çekilmiştir. Araştırmada ortaya çıkan sonuçlardan hareketle özellikle son 10 yıl içerisinde kurulan üniversitelerin halkla ilişkiler faaliyetlerini daha verimli hale getirebilmeleri için önerilerde bulunulmuştur.

3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın uygulanmasında hazırlanan anket soruları üniversitenin tüm fakülte/yükseköğülüklerin bölüm ve programlarının öğrencilerinin katılımının sağlanmasına özen gösterilmiştir. Araştırmanın evrenini, Amasya Üniversitesi'nde araştırma döneminde eğitim gören ön lisans ve lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde ise rastgele örneklem tekniği kullanılmış; Amasya Üniversitesi'nde 445 öğrenci ile yüz yüze görüşülmüş ve herhangi bir fakülte, bölüm, sınıf ve cinsiyetle ilgili bir kota uygulanmamıştır.

4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, Amasya Üniversitesi ile sınırlıdır. Araştırmanın konusunun Amasya Üniversitesi'nin halkla ilişkiler faaliyetleri ve olması ve bu bağlamda üniversitelerde asıl önemli olan konunun öğrenci memnuniyeti olması gerektiği düşünüldüğünden araştırma, öğrenciler üzerinde yapılan anketle desteklenmeye çalışılacaktır.

5. Araştırma Soruları

S1: Üniversitenin tanıtım çalışmaları, öğrencilerin üniversiteyi tercihlerinde önemli bir yere sahip midir?

S2: Öğrencilerin kaçınıcı sınıfta oldukları ile üniversitenin etkinliklerine katılım arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

S3: Öğrencilerin fakülte veya yüksekokulları ile üniversitenin tanıtım çalışmaları hakkındaki düşünceleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

6. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı

Araştırmada literatür taraması ve alan araştırması yöntemleri kullanılmıştır. Halkla ilişkiler, kamu kurumlarında halkla ilişkiler ve kamu kurumu olarak üniversitelerde halkla ilişkiler kavramlarının genel bir çerçevesi çizilerek, yeni kurulan bir üniversite olan Amasya Üniversitesi için halkla ilişkiler faaliyetlerinin neden önemli olduğu vurgulanmaya çalışılmış, bunun için, kitaplar, dergiler, tezler, süreli yayınlar ve internetten de faydalanılmıştır.

7. Verilerin Analizi

Anketle ilgili herhangi bir kuşkuya imkân vermemek ve bir sorunla karşılaşmamak adına anketin başına bir açıklama yazısı konulmuştur. Hazırlanan anketler Amasya Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilere Mayıs-Haziran 2011 döneminde rastgele örneklem tekniği kullanılarak uygulanmıştır. Anketler istatistik programı kullanılarak bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Bu bağlamda sıralamadaki yeri temel alınarak bazı soruların frekans dağılım tabloları alınarak çözümlenmiş, parametrik özellik gösteren değişkenlere ki-kare, varyans ve t-test analizleri uygulanmıştır.

8. Araştırmanın Bulguları

8.1. Araştırmaya katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

Tablo 1. Araştırmaya katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
KADIN	251	56,4
ERKEK	194	43,6
Toplam	445	100,0

Ankete katılan öğrencilerin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında, %56,4 ünün bayan, %43,6 sının ise erkek olduğu Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş	Frekans	Yüzde
17-20	146	32,8
21-24	288	64,7
25-28	10	2,2
32 ve üzeri	1	0,2
Toplam	445	100,0

Ankete katılan öğrencilerin yaş grubuna göre dağılımına bakıldığında, 21-24 yaş aralığında bulunan öğrenciler %64,7; 17-20 yaş aralığında bulunan öğrenciler %32,8; 25-28 yaş aralığında bulunan öğrenciler %2,2; 32 ve üzeri yaş grubunda bulunan öğrenciler ise %0,2 olduğu görülmektedir. Dağılımın 21-24 yaş aralığında yoğunlaştığı Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 3. Araştırmaya Katılanların İkamet Ettiği Yere Göre Dağılım

İkamet Yeri	Frekans	Yüzde
Amasya-Merkez	211	47,4
Amasya- İlçe	22	4,9
Amasya-Kasaba/Köy	4	0,9
Bir Başka şehir(B.şehir)	95	21,3
Bir Başka şehir	83	18,7
Bir Başka İlçe	30	6,7
Toplam	445	100,0

Ankete katılan öğrencilerin ikamet ettikleri yerlere göre dağılımına bakıldığında, %47,2’ sinin Amasya Merkez’ de ikamet ettiği görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunun Amasya Merkez’de ikamet ettiği göze çarpmaktadır. Araştırmaya katılan öğrenciler arasında bir başka kentte (Büyükşehir) ikamet edenlerin oranı %21,3’tür. Araştırmaya bir başka kentten katılanların oranı ise %18,7’dir. Araştırmaya katılan öğrencilerin Amasya ilçe, Amasya kasaba/köy ve bir başka ilçeden katılım yüzdesinin düşük olduğu Tablo 3’te görülmektedir.

Tablo 4. Araştırmaya Katılanların Fakülte ve Yüksekokullara Göre Dağılımı

Fakülte/Y.Okul	Frekans	Yüzde
Eğitim Fakültesi	201	45,2
Fen-Edeb. Fakültesi	65	14,6
M. Yüksekokulu	68	15,3
Sağlık Y.Okulu	111	24,9
Toplam	445	100,0

Ankete katılan öğrencilerin fakülte ve yüksekokullara göre dağılımına bakıldığında, Eğitim Fakültesi'nin payının fazla olduğu göze çarpmaktadır. Anketimize katılan öğrencilerin %45,2'sinin Eğitim Fakültesi öğrencisi olduğu görülmektedir. Bu dağılımda Eğitim Fakültesi'nin ciddi payının olması diğer fakültele kıyasla Eğitim Fakültesi'nde yer alan öğrenci sayısının fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Ankete katılan öğrencilerin fakülte ve yüksekokullara göre dağılımı ise şöyle devam etmektedir: %24,9'u Sağlık Yüksekokulu, %15,3'ü Meslek Yüksekokulu ve %14,6'sı Fen-Edebiyat fakültesidir (Tablo 4).

8.2. Araştırmaya Katılanların Üniversite ve Üniversitenin Faaliyetleri ile İlgili Düşüncelerine Ait Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin Amasya Üniversitesi ile ilgili neler düşündükleri ve Amasya Üniversitesi'nin yaptığı etkinliklere katılıp katılmadıkları, etkinlikleri ne sıklıkla takip ettikleri, nereden takip ettiklerinin ölçülmesine yönelik soruların frekans tabloları aşağıda sunulmuş ve bulgular yorumlanmıştır.

Tablo 5. Üniversiteyi Tercih Etme Nedeni

Tercih Nedeni	Frekans	Yüzde
Tavsiye üzerine	34	7,6
Eğitim kalitesinden memnuniyet	15	3,4
Tanıtım ve reklam faaliyetlerinden etkilenme	1	0,2
Tecrübeli bir üniversite olması	3	0,7
Üniversiteye fiziki olarak yakınlık	73	16,4
Üniv. giriş alınan puanına uygun olması	255	57,3
Bölgede alternatif eğit. imkanının sınırlı olması	5	1,1
Diğer	59	13,3
Toplam	445	100,0

Ankete katılan öğrencilere Amasya Üniversitesi’ni tercih etmelerinin sebebini öğrenmek için yöneltilen soruda katılımcılara yedi ayrı seçenek sunulmuş; bunun haricinde açık uçlu “Diğer” seçeneği de eklenmiştir. Sonuçlara bakıldığında ise, araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğu (% 57,3) tercih sebebi olarak “Üniversite giriş sınavında aldığımız puana uygun olması” seçeneğini işaretlemişlerdir. En çok tercih edilen ikinci seçenek ise %16,4 ile “Üniversiteye fiziki mekân olarak yakınlık”, üçüncü olarak da %13,3 “Diğer” ifadesi göze çarpmaktadır. “Diğer” seçeneğinde de büyük bir çoğunluğu “Tercih hatası” ifadesine yer vermiştir. Bunların dışında diğer tercih sebepleri de şu şekilde sıralanmaktadır: “Tavsiye üzerine” %7,6, “Eğitim kalitesinden memnuniyet” % 3,4, “Bölgede alternatif eğitim hizmetinin sınırlı olması” %1,1, “Tecrübeli bir üniversite olması” %0,7, “Tanıtım ve reklam faaliyetlerinden etkilenme” %0,2 (Tablo 5). “Tanıtım ve reklam faaliyetlerinden etkilenme” tercihinin %0,2 ile en son sırada yer alması öğrencilerin Amasya Üniversitesi’ni tercih ederken kurumun tanıtım ve reklam faaliyetlerinden etkilenmediği sonucunu doğurmaktadır.

Tablo 6. Araştırmaya Katılanların Üniversiteden Beklentileri

Özellik	Frekans	Yüzde
“Kişinin sosyalleşmesinde katkıda bulunması”	115	25,8
“Kişiyi kültürel yönden geliştirmesi”	84	18,9
“Bilim insanı yetiştirmesi”	137	30,8
“Nitelikli iş gücüne destek sağlaması”	89	20,0
“Kentin ekonomisine katkıda bulunması”	4	0,9
Diğer	16	3,6
Toplam	445	100,0

“Bir üniversiteden beklediğiniz en temel özellik nedir?” sorusuna öğrencilerin verdiği cevaplar incelendiğinde “Bilim insanı yetiştirmesi” %30,8 ile ilk sırada yer almaktadır. Bu seçeneği sırasıyla, %25,8 “Kişinin sosyalleşmesine katkıda bulunması”, %20 “Nitelikli işgücüne destek sağlaması”, %18,9 “Kişiyi kültürel yönden geliştirmesi”, %3,6 “Diğer”, %0,9 “Kentin ekonomisine katkıda bulunması” seçenekleri takip etmektedir (Tablo 6). “Diğer” cevabını verenlerin büyük çoğunluğunu da bu özelliklerin hepsinin birden üniversitede yer alması gerektiği yönünde ifadede bulunmuşlardır.

8.3. Öğrencilerin Üniversitenin Etkinliklerine Katılım ve Etkinlikleri Medyadan Takip Davranışları

Tablo 7. Araştırmaya Katılanların Üniversitenin Etkinliklerine Katılım Durumları

Katılım	Frekans	Yüzde
Evet	223	50,1
Hayır	222	49,9
Toplam	445	100,0

“Üniversitenizin etkinliklerine katılıyor musunuz?” sorusuna ankete katılan öğrencilerin %50,1’i “Evet”, %49,9’u da “Hayır” ifadelerini kullanmıştır (Tablo 7).

Tablo 8. Üniversitenin Düzenlediği Etkinliklerin Hangi İletişim Aracından Takip Edildiği

İletişim Aracı	Frekans	Yüzde
Televizyon	5	1,1
Radyo	3	0,7
Gazete	6	1,3
Dergi	6	1,3
İnternet	212	47,6
Afiş Billboard v.b.	176	39,6
Diğer	37	8,3
Toplam	445	100,0

Ankete katılan öğrencilerin “Üniversitenin düzenlediği etkinlikleri en fazla hangi kitle iletişim aracından takip ediyorsunuz?” sorusuna verdiği cevaplara bakıldığında, %47,6 ile internet aracını kullananların birinci sırada yer aldığını görmekteyiz. Afiş, billboard v.b. iletişim aracını kullananların oranı ise %39,6. Diğer iletişim aracı cevabını veren öğrencilerin oranı %8,3. Diğer seçeneğini kullanan öğrencilerin büyük çoğunluğu ise arkadaşlar aracılığı ile takip ettikleri ifadelerine yer vermiştir. Bu ifadeleri sırasıyla, gazete ve dergiler eşit oranda (%1,3) olmak üzere; televizyon %1,1, radyo %0,7 takip etmektedir (Tablo 8).

8.4. Araştırma Sorularına Verilen Cevaplar ve Halkla ilişkiler Faaliyetlerine ilişkin Değişkenlerin Karşılaştırılması ile Elde Edilen Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin verdikleri cevaplar değişkenlerle karşılaştırılarak “Ki-kare Testi” uygulanmıştır. Ayrıca araştırmada “Anova Testi” de uygulanmıştır.

Tablo 9. Sınıf ile Üniversitenin Etkinliklerine Katılım Çapraz Tablosu

	Üniversitenizin etkinliklerine katılıyor musunuz?					
	Evet		Hayır		Toplam	
Sınıflar	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)
Birinci Sınıf	48	10,79	51	11,46	99	22,25
İkinci Sınıf	124	27,87	111	24,94	235	52,81
Üçüncü Sınıf	32	7,19	33	7,42	65	14,61
Dördüncü Sınıf	18	4,04	27	6,07	45	10,11
Uzatma	0	0	1	0,22	1	0,22
Toplam	222	49,89	223	50,11	445	100,0

$$X^2= 3,62; sd= 4; p>,05$$

Sınıf ile üniversitenizin etkinliklerine katılıyor musunuz? Değişkenleri arasında Pearson ki-kare testi sonuçlarına göre (%5 anlamlılık düzeyinde) anlamlı bir ilişki yoktur. ($p>0,05$) Üniversitenizin etkinliklerine katılıyor musunuz sorusuna evet ve hayır yanıtlarını veren öğrencilerin sayısının neredeyse eşit olduğunu Tablo 9’da görülmektedir. Sınıf ile üniversitenizin etkinliklerine katılıyor musunuz? Değişkenleri arasındaki çapraz tabloya bakıldığında; İkinci sınıf öğrencilerinin %27,87’sinin üniversitenin etkinliklerine katılıyor musunuz sorusuna evet yanıtını; %24,94’ünün ise “hayır” yanıtını verdiği görülmektedir. Birinci sınıf öğrencilerinin %10,79’unun üniversitenin etkinliklerine katılıyor musunuz? Sorusuna evet; %11,46’sının ise hayır yanıtını verdiği görülmektedir.

Tablo 10. Fakülte/Yüksekokullar ile Üniversitenin Tanıtım Çalışmalarının Yeterlilik Düzeyi Çapraz Tablosu

	Üniversitenin tanıtım çalışmaları yeterli düzeydedir.											
	Tamamen Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam	
	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)
Eğitim Fakültesi	12	2,72	29	6,58	41	9,3	80	18,14	39	8,84	201	45,58
Fen-Edebiyat Fakültesi	2	0,45	9	2,04	17	3,85	23	5,22	14	3,17	65	14,73
Meslek Yüksekokulu	11	2,49	12	2,72	13	2,95	22	4,99	8	1,82	66	14,97
Sağlık Yüksekokulu	7	1,59	21	4,76	36	8,17	31	7,03	14	3,17	109	24,72
Toplam	32	7,25	71	16,1	107	24,27	156	35,38	78	17	441	100

$\chi^2 = 23,11$; $sd = 12$; $p < 0,05$

Fakülte ve Yüksekokullar ile üniversitenin tanıtım çalışmalarının yeterlilik düzeyi arasında Pearson ki-kare testi sonuçlarına göre (%5 anlamlılık düzeyinde) anlamlı bir ilişki vardır. ($p < 0,05$). Fakülte ve Yüksekokullar ile Üniversitenin tanıtım çalışmalarının yeterlilik düzeyi çapraz tabloya bakıldığında; “Üniversitenin tanıtım çalışmaları yeterli düzeydedir” sorusuna yanıt veren öğrencilerden %35,38’inin tanıtım çalışmalarının yeterli düzeyde olduğu düşüncesine “katılmadığı” görülmektedir. “Katılmıyorum” seçeneğini yanıtlayan öğrencilerin büyük çoğunluğunun Eğitim Fakültesi öğrencisi olduğu Tablo 10’da açıktır. “Üniversitenin tanıtım çalışmaları yeterli düzeydedir” sorusuna yanıt veren öğrencilerden %24,27’sinin tanıtım çalışmalarının yeterli düzeyde oluşu konusunda kararsız olduğu görülmektedir. “Üniversitenin tanıtım çalışmaları yeterli düzeydedir” sorusuna yanıt veren öğrencilerden sadece %7,25’inin tanıtım çalışmalarının yeterli düzeyde olduğu düşüncesine tamamen katıldığı Tablo 10’da görülmektedir.

Tablo 11. Üniversitenin Etkinliklerine Katılım ile Etkinliklerle İlgili Öğrencilere Yeterli Bilgi Verilmesi Çapraz Tablosu

Üniversitenizin etkinliklerine katılıyor musunuz?	Etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verilmektedir.										Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum			
	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)
Evet	38	8,68	76	17,35	52	11,87	41	9,37	15	3,42	222	50,69
Hayır	51	11,64	64	14,61	39	8,9	47	10,74	15	3,42	216	49,31
Toplam	89	20,32	140	31,96	91	20,77	88	20,12	30	6,84	438	100

$$X^2= 5,11; sd= 4; p>,05$$

“Üniversitenizin etkinliklerine katılıyor musunuz?” sorusu ile “Etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterli bilgi verilmesi” değişkenleri arasında Pearson ki-kare testi sonuçlarına göre (%5 anlamlılık düzeyinde) anlamlı bir ilişki yoktur. ($p>0,05$). “Üniversitenizin etkinliklerine katılıyor musunuz?” sorusu ile etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterli bilgi verilmesi arasındaki çapraz tabloya göre; soruya cevap veren 438 öğrenciden %50,69’unun üniversitenin etkinliklerine katıldığı, %49,31’inin ise katılmadığı görülmektedir. Tablo 11’den açıkça görülebileceği üzere üniversitenin etkinliklerine katıldığını ve katılmadığını belirten her iki grup öğrenci de etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verilmediği düşüncesine sahiptir. Üniversitenin etkinliklerine katıldığı sorusuna evet yanıtını veren ve etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verildiği fikrine katılan öğrencilerin oranı %9,37’dir; etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verildiği fikrine tamamen katılan öğrencilerin oranı ise %3,42’dir. Üniversitenin etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi vermesi konusunda eksiklikleri olduğu ve tanıtım çalışmalarının artırılması konusuna önem vermesi gerektiği Tablo 11’e göre söylenebilir.

Tablo 12. Fakülte veya Yüksekokul ile Öğrencilerin Problemleri ile İlgilenilmektedir Değişkenleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Varyans Analizi

Fakülte/Yüksekokul	Öğrencilerin problemleri ile ilgilenilmektedir			Analiz
	N	\bar{X}	SD	
Eğitim Fakültesi	201	2,31	1,09	F= 18,10 sd= 3 p< ,05
Meslek Yüksekokulu	63	2,93	1,13	
Sağlık Yüksekokulu	67	2,83	1,34	
Fen-Edebiyat Fakültesi	108	3,28	1,09	
Toplam	439	2,72	1,20	

Araştırmaya katılanların fakülte veya yüksekokul durumuna göre öğrencilerin problemleri ile ilgilenilmektedir değişkenleri anlamlı bir biçimde farklılaşmaktadır. (F=18,10; sd=3; p<,05). Bu kategoriler arasında oluşan farkın kaynağını ortaya koymak için 0,05 anlamlılık düzeyinde Tukey testi yapılmıştır. Buna göre; araştırmaya katılanlar arasında Eğitim Fakültesi öğrencileri (\bar{X} =2,31); diğer fakülte veya yüksekokul öğrencilerine göre öğrencilerin problemleri ile ilgilenilmektedir yargısına daha çok katıldıkları sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 12).

Tablo 13. Fakülte veya Yüksekokul ile Öğrencilerin İstek ve Şikâyetlerine Hemen Cevap Verilmektedir Değişkenleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Varyans Analizi

Fakülte/Yüksekokul	Öğrencilerin istek ve şikâyetlerine hemen cevap verilmektedir.			Analiz
	N	\bar{X}	SD	
Eğitim Fakültesi	200	2,27	1,10	F= 9,07 sd= 3 p< ,05
Meslek Yüksekokulu	64	2,71	0,95	
Sağlık Yüksekokulu	67	2,68	1,19	
Fen-Edebiyat Fakültesi	106	2,90	1,01	
Toplam	437	2,55	1,10	

Araştırmaya katılanların fakülte veya yüksekokul durumuna göre öğrencilerin istek ve şikâyetlerine hemen cevap verilmektedir değişkenleri anlamlı bir biçimde farklılaşmaktadır. (F=18,10; sd=3; p<,05). Bu kategoriler arasında oluşan farkın kaynağını ortaya koymak için 0,05 anlamlılık düzeyinde Tukey testi yapılmıştır. Buna göre; araştırmaya katılanlar arasında Eğitim Fakültesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,27$); diğer fakülte veya yüksekokul öğrencilerine göre öğrencilerin istek ve şikâyetlerine hemen cevap verilmektedir yargısına daha çok katıldıkları sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 13).

Tablo 14. Üniversitenin Tanıtım Çalışmaları ve Çalışmaların Öğrencilere Duyurulması ile İlgili Değişkenlerin Varyans Analizi

	Üniversitenin tanıtım çalışmaları yeterli düzeydedir			Analizler
Etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verilmektedir.				ANOVA F= 29,50 sd= 4 p< ,05
	N	\bar{X}	SD	
Kesinlikle katılmıyorum	75	1,89	1,26	
Katılmıyorum	153	2,21	0,90	
Kararsızım	107	3,00	1,06	
Katılıyorum	70	3,18	1,13	
Kesinlikle katılıyorum	32	3,65	1,26	
Yapılan duyurular öğrencilere hızlı bir biçimde ulaştırılmaktadır				ANOVA F= 29,50 sd= 4 p< ,05
	N	\bar{X}	SD	
Kesinlikle katılmıyorum	75	2,18	1,12	
Katılmıyorum	154	2,61	1,00	
Kararsızım	107	3,15	1,00	
Katılıyorum	71	3,25	1,06	
Kesinlikle katılıyorum	32	4,00	0,95	

“Üniversitenin tanıtım çalışmaları yeterli düzeydedir.”, “Yapılan duyurular öğrencilere hızlı bir biçimde ulaştırılmaktadır.” “Etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verilmektedir.” varyans analizi sonuçlarına göre; Üniversitenin tanıtım çalışmaları yeterli düzeyde olduğu değişkenine göre yapılan duyuruların öğrencilere hızlı bir biçimde ulaştırıldığını düşünen öğrenciler ($p<,05$) ve etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verildiğini düşünen öğrenciler ($p<,05$) arasındaki ilişkinin %5 yanılma düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir (Tablo 14). Bu kategoriler arasında oluşan farkın kaynağını ortaya koymak için 0,05 anlamlılık düzeyinde Tukey testi yapılmıştır. Buna göre; araştırmaya katılanlar arasında etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verildiğine kesinlikle katılmıyorum ($\bar{X} =1,89$); katılmıyorum ($\bar{X} =2,21$) seçeneğini işaretleyen öğrencilerin aynı zamanda üniversitenin tanıtım çalışmalarını da yeterli düzeyde görmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yapılan duyurular öğrencilere hızlı bir biçimde ulaştırılmaktadır değişkenine göre; üniversitenin tanıtım çalışmaları yeterli düzeydedir ifadesine katılım düzeyi anlamlı bir biçimde farklılaşmaktadır. ($F=29,50$; $sd= 4$; $p< ,05$).

8.5. Amasya Üniversitesi'nin Faaliyetleri ile İlgili Yargılara Araştırmaya Katılanların Katılım Düzeyleri

Araştırmanın bu kısmında üniversite personelinin öğrencileri ile olan iletişimi, üniversitenin öğrencilerine yönelik faaliyetleri hakkında öğrencilerin katılım düzeyleri ve üniversitenin öğrenciler tarafından nasıl algılandığına yönelik sorular ayrı tablolar halinde değerlendirilmiştir.

Tablo 15. Üniversite Personeli ve Öğrenciler Arasındaki iletişime Yönelik İfadelere Katılım Düzeyleri

Yargı Cümleleri	X	SD
Öğrencilerin problemleri ile ilgilenilmektedir.	3,77	0,87
Öğrencilerin istek ve şikayetlerine hemen cevap vermektedir.	3,66	0,94
Görevli personeller öğrencileri yönlendirme işlerini iyi yapmaktadır.	3,66	1,14
Üniversite personeli öğrencilere gerekli değeri vermektedir.	3,66	1,00
Öğrenciler istek ve şikayet durumunda ilgili yöneticilere kolayca ulaşır ve durum çözüme kavuşturulur.	3,55	1,06
Etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verilmektedir	3,53	1,00
Üniversite, bilimsel faaliyetlere gerekli önemi vermektedir.	3,52	1,09
İdari personel yardımseverdir.	3,50	1,04
Öğrencilerle öğretim elemanları arasındaki iletişim	3,44	0,95
Üniversite personeli genç ve dinamiktir.	3,41	1,01
Üniversite içerisinde istediğim birime rahatlıkla ulaşabiliyorum.	3,41	1,12
Yapılan duyurular öğrencilere hızlı bir biçimde ulaştırılmaktadır.	3,38	1,19
Öğrencilerle ilgilenen birimlerde yeterli sayıda personel çalıştırılmaktadır.	3,38	1,11

Üniversite personeli ile öğrenciler arasındaki iletişime yönelik yargı ifadeleri incelendiğinde; en yüksek ortalamayı, “Öğrencilerin problemleri ile ilgilenilmektedir.” ifadesi ($X = 3,77$) almaktadır. Katılıyorum yanıtını en fazla veren ikinci grupta “ Öğrencilerin istek ve şikâyetlerine hemen cevap verilmektedir”, “Görevli personeller öğrencileri yönlendirme işlerini iyi yapmaktadır”, ”Üniversite personeli öğrencilere gerekli değeri vermektedir” ifadeleri yer almaktadır ve ortalamaları birbirine eşittir ($X = 3,66$). “Üniversite personeli genç ve dinamiktir.” ($X = 3,41$), “Üniversite içerisinde istediğim birime rahatlıkla ulaşabiliyorum.” ($X = 3,41$), “Öğrencilerle ilgilenen birimlerde yeterli sayıda personel çalıştırılmaktadır.” ($X = 3,38$), “Yapılan duyurular öğrencilere hızlı bir biçimde ulaştırılmaktadır.” ($X = 3,38$) yargıları ise üniversite personelinin öğrencilerle iletişimine yönelik ifadeleri içeren yargılar içerisinde katılıyorum yargısının düşük olduğu ifadelerdir (Tablo 15).

Tablo 16. Üniversitenin Öğrencilere Yönelik Faaliyetleri ile İlgili İfadelere Katılım Düzeyleri

Yargı Cümleleri	— X	SD
Üniversitede yeterli düzeyde kültür- sanat etkinlikleri düzenlenmektedir.	3,22	1,02
Öğrencilerin ailelerine yönelik faaliyetler yeterli düzeyde gerçekleştirilmektedir.	3,09	1,25
Üniversitede yeterli düzeyde sportif etkinlikler düzenlenmektedir.	3,02	1,03
Üniversitede yeterli sayıda öğrenci kulübü mevcuttur.	3,00	1,11
Üniversitenin web sitesi ziyaretçilerine yeterince bilgi vermektedir.	2,83	1,09
Bahar şenlikleri çok iyi şekilde organize edilmektedir.	2,82	1,13
Öğrenci kulüpleri üniversiteler için önemlidir.	2,71	1,06

Üniversitenin öğrencilerine yönelik faaliyetlerine ilişkin yargı ifadeleri incelendiğinde, en yüksek ortalamayı “Üniversitede yeterli düzeyde kültür- sanat etkinlikleri düzenlenmesi” ($X = 3.22$) almaktadır. Daha sonra sırasıyla; öğrencilerin ailelerine yönelik faaliyetler yeterli düzeyde gerçekleştirilmektedir ($X = 3.09$), Üniversitede yeterli düzeyde sportif etkinlikler düzenlenmektedir. ($X = 3.02$), Üniversitede yeterli sayıda öğrenci kulübü mevcuttur ($X = 3.00$) yargıları memnuniyet oluşturan unsurlar arasında yer almaktadır. Öğrenci kulüpleri üniversiteler için önemlidir ($X = 2.71$), “Bahar şenlikleri çok iyi şekilde organize edilmektedir” ($X = 2.82$), “Üniversitenin web sitesi ziyaretçilerine yeterince bilgi vermektedir” ($X = 2.83$) yargıları ise üniversitenin öğrencilere yönelik faaliyetlerini içeren yargılar içerisinde katılıyorum yargısının düşük olduğu ifadelerdir (Tablo 16).

Tablo 17. Üniversitenin Öğrenciler Tarafından Nasıl Algılandığı ile İlgili İfadelere Katılım Düzeyleri

Yargı Cümleleri	— X	SD
Üniversitede görülen eğitimin kalitesi yüksektir.	3,40	0,92
Üniversite, basında olumlu haberlerle gündeme gelmektedir.	3,28	0,93
Amasya Üniversitesi, çağın gereklerine uygun bir biçimde sürekli kendini yenilemektedir.	3,27	0,84
Üniversitede yapılan işlerde şeffaflık anlayışıyla hareket edilmektedir.	3,24	1,07
Üniversite yaptığı faaliyetlerde sorumluluk bilinci ile hareket etmektedir	3,16	1,09

Amasya Üniversitesi'nin öğrenciler tarafından nasıl algılandığına yönelik katılım düzeyleri incelendiğinde; “Üniversitede görülen eğitimin kalitesi yüksektir.” ($X = 3,40$) ifadesi üniversitenin öğrenciler tarafından nasıl algılandığını belirleyen ifadeler arasında katılıyorum yargısının en fazla olduğu ifadedir. Üniversitedeki eğitim kalitesinin öğrenciler tarafından yüksek olarak değerlendirilmesi bu konuda pozitif imaj algısının oluşmasında çok önemli bir etken oluşturmaktadır. Üniversitenin öğrenciler tarafından nasıl algılandığını belirleyen ifadeler arasında katılıyorum yargısının yanıtlanması sırasıyla şöyledir: “Üniversite, basında olumlu haberlerle gündeme gelmektedir.” ($X = 3,28$), “Amasya Üniversitesi, çağın gereklerine uygun bir biçimde sürekli kendini yenilemektedir.” ($X = 3,27$), “Üniversitede yapılan işlerde şeffaflık anlayışıyla hareket edilmektedir.” ($X = 3,24$), “Üniversite yaptığı faaliyetlerde sorumluluk bilinci ile hareket etmektedir.” ($X = 3,16$) (Tablo 17).

9. Sonuç

Kurumların çevrelerinde bulunan değişik konumdaki kesimlerle iyi niyete, karşılıklı anlayışa dayalı sağlam ilişkiler kurmasını sağlayan faaliyetler olarak tanımlanan halkla ilişkilerin günümüzde kuruluşlar için hayati önem arz ettiği bir gerçektir. Genel manada hedef kitlenin eğilimlerinin belirlenmesi konusunda erken uyarı mekanizması görevi gören ve yönetimin çevresindeki değişikliklere uyum sağlamasında önemli bir yeri olan halkla ilişkiler, kar amacı güden ya da gütmeyen tüm kuruluşların faaliyet alanında kurmak istedikleri süreklilik için başvurduğu bir uygulama alanı olduğu görülmektedir.

Son yıllarda ülkemizde, diğer bütün alanlarda olduğu gibi, eğitim alanında da yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. 2006 yılından başlayarak yeni birçok üniversitenin açılması ve eski üniversitelerin de öğrenci sayılarını artırmak istemeleri yaşanan rekabeti üst seviyelere çıkarmıştır. Bu bağlamda öğrencilerin tercih seçenekleri çoğalmıştır. Rekabette üniversitelerin eğitim alanında iyi bir yer edinmek, mevcut öğrencilerin memnuniyetini artırmak ve potansiyel öğrencilere de en iyi şekilde ulaşma sorumluluğu bulunmaktadır.

Bu bağlamda üniversitenin halkla ilişkiler faaliyetlerine öğrencilerin bakışını değerlendirmek amacıyla Amasya Üniversitesi'nde bir alan araştırması yapılmış; araştırmanın hem araştırma yapılan üniversiteye hem de son zamanlarda yeni kurulan üniversitelere yol göstermesi öngörülmektedir.

Araştırma kapsamında ilk olarak öğrencilere üniversiteyi tercih etme sebepleri sorulmuş ve bunların %57,3'ünün üniversiteye giriş sınavlarında aldıkları puana uygun olması ifadelerini kullanmaları dikkat çekmektedir. Bu soruda, araştırmamızın da konusundan hareketle, asıl dikkat çeken nokta %0,2 ile tanıtım ve reklam faaliyetlerinden etkilenme ifadesinin son sırada yer almasıdır.

Diğer taraftan öğrencilerin bu etkinlikleri takip etme sıklıkları incelendiğinde genelde çok seyrek takip ettikleri gözlenmiştir. Öğrenciler, bu etkinlikleri en fazla internetten takip etmektedir. Buna bağlı olarak halkla ilişkiler uygulamaları açısından internetin ne kadar önemli hale geldiği sonucuna ulaşılabilir. En fazla takip ettikleri mecra olarak ikinci sırada %39,6 ile afiş, ilan tahtası gibi araçların yer alması; açık hava reklamlarının da öğrenciler tarafından dikkate alındığını göstermektedir. Öğrencilerden etkinliklere katılan ve katılmayanların oranı birbirine eşittir.

Sınıf değişkeni ile üniversitenin etkinliklerine katılım değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlenmiştir. Yani araştırmaya katılan öğrencilerin kaçınıcı sınıfta oldukları ile yapılan etkinliklere öğrencilerin katılmaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin hangi fakülte veya yüksekokulda okudukları ile üniversitenin tanıtım çalışmalarının yeterlilik düzeyine katılım değişkenleri çapraz tablo ile incelenmiş, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Tanıtım çalışmalarının yetersiz olduğunu düşünenlerin çoğunluğunu Eğitim Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Üniversitenin etkinliklerine katılım ile etkinliklerle ilgili yeterince bilgi verilip verilmediği değişkenleri karşılaştırılmış; aralarında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Üniversitenin etkinliklerine katıldığını ve katılmadığını ifade eden öğrenciler de öğrencilere yeterince bilgi verilmediği düşüncesine sahiptir

Üniversitenin etkinliklerine öğrencilerin katılımı ile etkinliklerle ilgili öğrencilere yeterince bilgi verilip verilmediği değişkenleri karşılaştırılmış, bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna varılmıştır. Burada da etkinliklere katılsın ya da katılmasın öğrencilerin çoğunun etkinliklerle ilgili kendilerine yeterince bilgi verilmediği görüşü hâkimdir.

Üniversite personeli ile öğrenciler arasındaki iletişime yönelik yargı ifadeleri incelenmiş, en yüksek ortalama "Öğrencilerin problemleri ile ilgilenilmektedir." ifadesi almıştır. Bunu "Öğrencilerin istek ve şikâyetlerine cevap verilmektedir." ifadesi takip etmektedir. Üniversitenin öğrencilerine yönelik faaliyetlerine ilişkin yargı ifadelerine bakıldığında, bahar şenliklerinin iyi organize edildiği ve üniversitenin web sitesinin ziyaretçilerine yeterince bilgi verdiği ifadelerinin ortalamasının düşük olduğu göze çarpmaktadır. Etkinliklerin en fazla internet kitle iletişim aracından takip edildiği sonucu da düşünüldüğünde; üniversitenin bu anlamda bu araca gerekli önemi vermediği sonucuna ulaşılabilir. Amasya Üniversitesi'nin öğrenciler tarafından nasıl algılandığı ile ilgili yargı ifadelerinin katılım düzeyleri araştırılmış, üniversitedeki eğitim kalitesinin öğrenciler tarafından yüksek olarak değerlendirilmesi bu konuda pozitif imaj algısının oluşmasında çok önemli bir etken oluşturmaktadır.

Sonuç olarak tespit edilen üniversitede uygulanan anket çalışması neticesinde halkla ilişkiler çalışmalarının yeterli düzeyde gerçekleştirilmediği ortaya çıkmıştır. Üniversitenin eğitim kalitesinin yüksek olduğu sonucuna varılmış, fakat bu kaliteden öğrencilerin üniversiteyi tercih etmeden önce haberdar olmadıkları ve tanıtım çalışmalarının yetersiz olduğu gözlenmiştir. Araştırmaya göre,

Amasya Üniversitesi'nin etkinliklerini artırması; bu etkinliklerin duyurulması anlamında da internet ve afiş, ilan tahtası gibi araçları öğrencilerle iletişimde daha sık kullanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmada öğrencilerin, birinci sınıftan mezun oldukları döneme kadar olan süre içerisinde üniversite hakkındaki düşüncelerinde ve personelle olan iletişimlerinde olumsuz bir gidişin olduğu saptanmıştır. Bunun için halkla ilişkiler çalışmalarının her öğrenciyi kapsayacak şekilde yapılması, sürekliliğinin sağlanması da önemlidir. Kısaca halkla ilişkiler birimleri, yürüttükleri çalışmalar ile kurumu hedef kitlelerine tanıtmaya gayretinde olurken, özellikle eğitim sektörünün hedef kitlesi konumunda olan öğrencilerin içinde buldukları psikolojik durum gereği onların en önde gelen yardımcıları durumundadırlar.

10. Kaynaklar

- Charles, D. (2003). “*Universities and Territorial Development: Reshaping the Regional Role of UK Universities*”, *Local Economy*, 18(1), 7-20.
- Çatalbaş, N. (2007). “*Üniversite-Yerel Ekonomi İlişkisinde Kutuplaşma Teorisi İyi Bir Model Olabilir mi?*”, *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*. Mayıs. 90-101.
- Güneş, A. (2009). “*Kamu Kurum ve Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Kavramının Tanımı, Yeri ve Önemi Üzerine Bir Yaklaşım*”, *Sivas, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 10, Sayı 1.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası (1982). T.C Resmi Gazete.17844. 7.11.1982.
- Uğur, U. (2006). “*Üniversitelerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Bir Uygulama*”, Sivas, (Yüksek Lisans Tezi), Cumhuriyet Üniversitesi.
- Yılmaz, M.ve Kaynak, S. (2011), “*Sosyo – ‘Ekonomik Dönüşüm Sürecinde Üniversitelerin Rolü ve Yöre Halkının Üniversite’den Beklentileri İle İlgili Bir Uygulama*”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 4. 55-73.
- Yükseköğretim Kanunu (1981). T.C Resmi Gazete. 17506. 4.11.1981.