

**T.C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ÜNİVERSİTE-KENT KÜLTÜREL İLETİŞİMİNDE
HALKLA İLİŞKİLERİN İŞLEVİ
BİR MODEL OLARAK
ESKİŞEHİR-ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
ÖRNEĞİ.**

(Yüksek Lisans Tezi)

Anadolu Üniversitesi
Merkez Kütüphanesi

Beyhan TUNA

Danışman : Doç.Dr.Haluk GÜRGEN

Eskişehir - 1994

ÖZET

Bir ülkenin eğitim ve öğretim sistemini oluşturan üniversitelerin içinde bulunduğu Kentin yaşam düzeyini yükseltici ve kamuoyunu aydınlatıcı bilim, kültür ve sanatsal faaliyetlerini toplumla uzlaştıracak, kurumun başarısını etkileyecek çevrelerle iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini sağlayacak ve sürdürecektir halkla ilişkiler bölümlerine ihtiyaçları vardır.

Üniversite-kent kültürel iletişimde halkla ilişkilerden ne ölçüde yararlandığını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada;

Birinci bölümde toplum, kent, üniversite ve kültürel iletişim kavramları tanımlanarak, tanıma ve tanıtma faaliyetleri ile halkla ilişkilerin üniversite örgütlerinde ki yeri ile etkinlikleri anlatılmaya çalışılmıştır.

İkinci ve Üçüncü bölümlerde; Eskişehir Kent'i ve Anadolu Üniversitesinin kültürel yapısı ile bu bağlamda kültürel iletişimlerinin boyutları bir anket uygulaması ile incelenmeye çalışılmıştır.

Dördüncü ve son bölümde ise Üniversite-Kent kültürel iletişimde halkla ilişkiler işlevinin gerekliliği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

SUMMARY/ABSTRACT

Universities which form the educational and instructional system of a country are in need of public relations departments that will reconcile the community with the scientific, cultural and artistic activities that will raise the living standard of the cities in which they are located in and enlighten the public opinion and that will provide communication, understanding, acceptance and cooperation with circles influential on the success of the universities.

The following objectives have been tried to be accomplished in this study carried out to demonstrate to what extent public relations are being utilized in the cultural communication between the university and the city.

In the first section, the concepts of community, city, university and cultural communication have been defined and the place of acknowledgement and publicity activities along with the public relations in the university organizations have been described.

In the second and third sections, the cultural structure of Eskişehir and the Anadolu University and the dimensions of their cultural relationships within this context have been studied with the use of a questionnaire.

In the fourth and the final sections, the necessity of the function of public relations in the cultural communication between the university and the city has been brought up.

İÇİNDEKİLER.....	I
TABLolar VE ŞEKİLLER.....	V
GİRİŞ.....	1.

I. BÖLÜM: GENEL OLARAK ÜNİVERSİTE - KENT

KÜLTÜREL İLETİŞİMİ.....	4
I. 1. ÜNİVERSİTE VE TOPLUM.....	4
I. 2. ÜNİVERSİTE VE KENT.....	5
I. 3. KÜLTÜREL İLETİŞİM.....	7
I. 4. BİR KÜLTÜREL İLETİŞİM KURUMU OLARAK ÜNİVERSİTE.....	8
I. 5. ÜNİVERSİTE - KENT KÜLTÜREL İLETİŞİMİNİN TARAFLARA SAĞLADIĞI YARARLAR.....	9
I.5.1. Üniversitenin Kente Sağladığı Yararlar.....	11
I.5.2. Kentin Üniversiteye Sağladığı Olanaklar.....	13
I. 6. ÜNİVERSİTE ÖRGÜTLERİNİN KÜLTÜREL İLETİŞİM ORTAMLARI.....	14
I.6.1. Üniversitenin Örgüt İçi Kültürel İletişim Ortamı.....	15
I.6.2. Üniversitenin Dış Örgüt Çevresinin Kültürel İletişim Ortamı.....	16

II. BÖLÜM: ÜNİVERSİTE ÖRGÜTLERİNDE

HALKLA İLİŞKİLER.....	18
II.1. TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTE YÖNETİM VE ÖRGÜTLERİNE GENEL BAKIŞ.....	18
II.2. ÜNİVERSİTELERİN FONKSİYONLARI.....	19
II.2.1. Üniversitenin Toplumsal İşlevi.....	22

İÇİNDEKİLER (Devam)

II.2.2. Üniversitenin Toplumsal Gelişmeye Etki Eden Fonksiyonları.....	23
II.2.3. Toplumsal Gelişme ve Değişimlerin Üniversiteler..Üzerindeki..Etkileri.....	23
II.2.4. Toplumun Beklentileri Karşısında Üniversitelerin Fonksiyonel Rolü.....	24
II.3. KAVRAM OLARAK HALKLA İLİŞKİLER.....	29
II.4. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTELERDE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞME SORUNLARINA TARİHSEL BAKIŞ.....	33
II.4.1. Dünyada Üniversitelerde Tarihsel Gelişimi.....	34
II.4.2. Türkiye'de Üniversitelerde Tarihsel Gelişimi.....	37
II.5. HALKLA İLİŞKİLERİN TEMEL FONKSİYONLARI. TANIMA VE TANITMA.....	39
II.5.1. Tanıma.....	39
II.5.2. Tanıtma.....	40
II.6. HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM.....	42
II.7. HALKLA İLİŞKİLER ÖRGÜTÜNÜN YAPILANMASI.....	43
II.8. HALKLA İLİŞKİLERİN ÜNİVERSİTE ÖRGÜTLERİNDE YAPILANMASI.....	47
II.9. TÜRKİYE'DE ÖRGÜT YAPILARINDA HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİ OLAN ÜNİVERSİTELERİN ETKİNLİKLERİ.....	51
II.10. ÜNİVERSİTEDE HALKLA İLİŞKİLERİN ÖRGÜT İÇİ VE ÖRGÜT DIŞI ETKİNLİKLERİ.....	57
III. BÖLÜM: ANADOLU ÜNİVERSİTESİ VE ESKİŞEHİR'İN KÜLTÜREL İLETİŞİMİ.....	62
III.1..ESKİŞEHİR VE ANADOLU ÜNİVERSİTESİ.....	62
III.2. ESKİŞEHİR'İN KÜLTÜREL YAPISI.....	64

İÇİNDEKİLER (Devam)

III.3. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ'NİN TARİHİ VE KÜLTÜREL YAPISI.....	67
III.4. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ VE ESKİŞEHİR'İN KÜLTÜREL İLETİŞİMİ (ANKET UYGULAMASI).....	74
III 4.1..Kent Açısından Değerlendirme.....	74
III.4.2..Üniversite Açısından Değerlendirme.....	86
III.4.3..Üniversite - Kent Kültürel İletişimini Engelleyen Faktörler Açısından Değerlendirme.....	87
IV.BÖLÜM: ÜNİVERSİTE-KENT KÜLTÜREL İLETİŞİMİNDE HALKLA İLİŞKİLER İŞLEVİ.....	90
IV.1. ÜNİVERSİTE - KENT KÜLTÜREL İLETİŞİMİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN KULLANIMI.....	90
IV.1.1..Durum Analizinin Yapılması.....	93
IV.1.2..Amaçların Tespiti.....	94
IV.1.3..Hedef Kitlelerin saptanması.....	95
IV.1.4..İletişim Tekniklerinin Seçimi.....	97
a)- Yerel ve Ulusal Radyo-TV Kanalları Kullanılarak.....	97
b)- Yerel ve Ulusal Basın Kullanılarak.....	98
c)- Yüz -Yüze İlişkiler Kullanılarak.....	99
d)- Kurum Yayınları Kullanılarak.....	100
e)- Diğer Kitle İletişim Araçları Kullanılarak.....	101
IV.1.5..Bütçeleme.....	102
IV.1.6..Halkla İlişkiler Çalışmalarının değerlendirilmesi.....	103
SONUÇ.....	105
KAYNAKÇA.....	107

EK : Eskişehir'de Kent Halkına Uygulanan Anket Formu

TABLolar VE ŐEMALAR

Tablo : 1	Türkiye’de ki Üniversitelerin Halkla İlişkiler Faaliyetlerini Yürüten Birimleri.....	52
Tablo : 2	Doğum Yeri ve Eskişehir’de İkamet Süresi.....	76
Tablo : 3	Kişilerin Gelir Durumlarına Göre Ekonomik Durumlarını Algılamaları.....	77
Tablo : 4	Örneklemin Mesleklere Göre Dağılımı.....	77
Tablo : 5	Faaliyetlerle İlgili Haber Edinme Yolları.....	78
Tablo : 6	“Evet” Diyenlerin Yararlandıkları Etkinliklerin Dereceleri.....	79
Tablo : 7	Örneklemin Faaliyet Konularında İzleyici ve Katılımcı Olarak Dağılımları.....	81
Tablo : 8	Anadolu Üniversitesi’nin Nitelikleri Açısından Algılanışı.....	82
Tablo : 9	Anadolu Üniversitesi’nin Fiziksel Özelliklerinin Algılanışı.....	82
Şekil : 1	Halkla İlişkiler Kuramı ve Uygulaması.....	30.
Şekil : 2	Bir Eğitim Kurumu İçin Tipik Bir Program Geliştirme Taslağı.....	35
Şekil : 3	İletişim Süreci.....	42
Şekil : 4	Halkla İlişkiler Modeli (Süreci).....	45
Şekil : 5	Halkla İlişkiler Biriminin Örgütlenmesi.....	46
Şekil : 6	Etap Marmara Otelinin Organizasyon Şeması.....	48
Şekil : 7	MEAD Şirketinin Halkla İlişkiler Bölümünün Örgüt Şeması.....	49
Şekil : 8	Anadolu Üniversitesinin Organizasyon Şeması.....	50

Şekil : 9	Cinsiyet.....	75
Şekil : 10	Örneklemin Yaşa Göre Dağılımı.....	75
Şekil : 11	Öğrenim Durumu.....	75
Şekil : 12	Doğum Yeri.....	76
Şekil : 13	Örneklem Grubunun Faaliyetlerden Haberdar Olma Durumu.....	78
Şekil : 14	Örneklem Grubunun Üniversitedeki Etkinliklere Katılma Durumları.....	79
Şekil : 15	Hizmetin İçeriğini Algılama Durumları.....	80
Şekil : 16	Anadolu Üniversitesi'nin Eskişehir'e Sosyal ve Kültürel Açidan Katkılarının Algılanışı.....	83
Şekil : 17	Örneklemin Çocuklarının Eğitiminde Anadolu Üniversitesi'ni Tercihleri.....	84
Şekil : 18	Çocuklarını Anadolu Üniversitesi'nde Okutmak İstemeyenlerin Nedenleri.....	86

GİRİŞ

İnsanların biribirlerine ekonomik, sosyal ve manevi gereksinimlerinin karşılanması bakımından ihtiyaç duyduğu bir bağımlılık çağında yaşamaktayız.Yakın zamanlara kadar,bireyler kendilerine yetmekteyken, günümüzde ise az sayıda insan diğer insanların yardımını olmaksızın hedeflerini gerçekleştirebilmektedir. Bireyler giyecek, yiyecek vb. ihtiyaçlar için işverenlere,çeşitli kamu hizmetleri, savunma ihtiyaçları için hükümetlere,sosyal ve ruhsal konularda ise dernekler, kulüpler ve din merkezlerine bağlı kalmaktadırlar. Ayrıca bunların yanında pek çok kişi ve kurumlara da bağımlıdırlar.Bireylerin yanısıra işletmeler ve bütün kurumlar da içinde yaşadıkları toplumdan soyutlanamazlar. Bugün kamuoyunun desteğini sağlamak ve çevresi ile ilişkilerini olumlu yönde geliştirmeyi amaçlayan kuruluşlar; bilimsel bir disiplin ve yönetimin vazgeçilmez bir fonksiyonu olarak halkla ilişkilere gereksinme duymaktadırlar.

Halkla ilişkiler bireyler, gruplar ve toplum arasında çok önemli bir uyum, yorum ve bütünleşme aracıdır. Rekabete dayalı sistemimizin temeli; halkın anlama ve desteklemesidir. Fikirler ve nesnelere halkın ilgi ve desteği ile devamlı rekabet halindedir. Dünya 21.yüzyıla yaklaşırken ise; ülkeler arasında artık "var olma" veya "yok olma" mücadelesine dönüşen amansız bilim veya teknoloji yarışı gerçekte bir "üniversite rekabeti"dir. Üniversiteler, geçmişte olduğu gibi, bugün de insanlığın, toplumların gelişmesi uygarlıkta, teknoloji de daha ileri basamaklara çıkmasında en

önde gelen "kültürel iletişim" kurumlarıdır.

Kentlerde kurulmuş bulunan üniversiteler, kuruluşları ile birlikte, öğrenci yetiştirmenin yanısıra kentin çeşitli sorunlarına yönelik bilimsel ve teknik araştırmalarla , kentin ekonomik yönden kalkınmasına katkıda bulunurken,kentin özelliklerine göre de sosyal ve kültürel etkinliklerde bulunurlar. Bu etkinlikler aynı zamanda çevreyi sosyal yönden etkileme açısından da büyük önem taşır.

Kentin sosyal, ekonomik, bilimsel ve teknolojik kalkınmasında önemli görevleri olan üniversitelerin, diğer kurum ve kuruluşlar gibi araştırma yapması,teknoloji üretmesi, amaçlarını gerçekleştirebilmesi ve sosyal sorumluluklarını yerine getirebilmesi için; insan ilişkilerinin nasıl olması gerektiğini açıklayan uzman görüş ve bakış açısı getiren, halkla ilişkiler işlevinden yararlanmaları gerekmektedir.

Bu çalışmada; bir model olarak Eskişehir Kent'i ile Anadolu Üniversitesi'nin "kültürel iletişimi" ele alınmış ve sağlıklı bir iletişimin başlatılabilmesi için gerekli olan , halkla ilişkiler işlevinin rolü ve gerekliliği araştırılmıştır.

Dört bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde; üniversite, kent, toplum ve kültürel iletişim kavramları üzerinde durulmuş ve aralarındaki ilişkiler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde; Ülkemizde ve Dünyada üniversitelerin tarihi gelişimleri ,örgüt yapıları ile üniversitelerde halkla ilişkiler kavramı

üzerinde durulmuştur.Ayrıca bu bölümde halkla ilişkilerin üniversite örgütlerinde yapılanması ve etkinlikleri incelenmeye çalışılmıştır.

Üçüncü bölümde;bu konuda yapılan bir araştırmanın sonuçları açıklanmıştır.Ayrıca Eskişehir Kenti ve Anadolu Üniversitesinin Kültürel yapısı tarihi gelişimi içersinde incelenmeye çalışılmıştır.

Dördüncü ve son bölümde ise; yapılan araştırmaya dayanılarak üniversite- kent kültürel iletişimde sağlıklı bir iletişimin başlatılabilmesi için gerekli halkla ilişkiler çalışmalarının rolü ve gerekliliği araştırılmıştır.

Bu çalışmam sırasında benden yardımlarını esirgemeyen başta danışmanım,Sayın Doç.Dr.Haluk GÜRGEN'e,Ege Üniversitesi'ndeki çalışmalarımda yardımcı olan,İletişim Fakültesi,Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanı,Sayın,Prof.Dr.Ahmet Bülent GÖKSEL'e , Edebiyat Fakültesi,Dekan Yardımcısı,Sosyolog,Sayın,Prof.Dr.Ercan TATLIDİL'e ,Genel Sekreter Yardımcısı Dr.Yavuz ÖZKOL'a ,tezimin yazımı sırasında emekleri geçen Hafize BAYRAKTAR ve Sema KARADAYI'ya ,ayrıca sevgili eşim ve çocuklarıma bana gösterdikleri sabır ve anlayış nedeniyle buradan teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

I. BÖLÜM : GENEL OLARAK ÜNİVERSİTE-KENT KÜLTÜREL İLETİŞİMİ

I.1. ÜNİVERSİTE VE TOPLUM

Toplum salt bireylerin oluşturduğu bir bütün saymak yanlıştır. Tek bir bireyin özellikleri ile birarada yaşayan bireylerin özellikleri farklılık gösterir. Öyleyse Toplum nedir? "Toplum, insan ömründen uzun yaşayan, göreceli bir kararlılığa sahip olan ve kendi kendini devam ettiren insan topluluğudur"¹.

Toplumsal yapının temelini insan ilişkileri oluşturur. İlişkilerin kalıpları, toplumsal olguları ya da kurumları belirlerler. Bu kurumlar, din,ahlâk, kültür, ekonomi, siyaset, eğitim gibi çeşitli alanlardaki insan etkinliklerini düzenlerler. İşte bir toplumu meydana getiren bütün bu birimler birbirleri ile devamlı iletişim halindedirler. İletişim daima iki yönlüdür. Değişimin dinamiği ya da mekanizması, bu iletişim sürecinde yatar². Toplumsal kurumlar arasındaki etkileşim toplumdan topluma farklılık gösterebileceği gibi ,birey, toplum, grup gibi toplumsal birimlerin birbirleri ile olan iletişimleri de farklı niteliklere sahiptir. Tüm farklılıklara karşılık hemen her toplumda görülen ortak özellik; gelişim ve nüfus artışı gibi nedenlerle açıklanabilen toplumsal gereksinimlerdir³.

¹ Emre KONGAR,Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği (Ankara ,Remzi,Ya., 1978) s.39

² KONGAR, Aynı, s. 270

³ Oğuz ÜNLÜER,"Toplumsal Kişilik Geliştirmede Üniversitelerin Rolü" Kurgu,7,386-149 (Ankara,1990),s.61

Toplumun bütün bağlı bulunduğu değerler ve sosyo-ekonomik durumu, toplumların gereksinimlerini de farklı kılmaktadır. Üniversiteler bağlı buldukları toplumda, bu gereksinimler sonucu yapılanmışlardır.

Bilimsel kuruluşlar ve örgütlenmeler olarak üniversiteler her geçen gün toplumsal gereksinimlerin karşılanmasında önemli görevler üstlenmektedirler. Üniversiteler yüksek öğrenim talebini karşılamanın yanısıra sosyo-ekonomik ve kültürel alanda tüm insanlığa yön verici, toplumda itici ve çekici motor görevini üstlenmiş önemli kurumsal ögelerdir.

1.2. ÜNİVERSİTE VE KENT

Türkiye'de bilim adamları ve uygulayıcılar arasında kent tanımı üzerinde bir görüş birliği yoktur. Sosyologlar, coğrafyacılar, şehirciler, iktisatçılar ve yöneticiler, kenti kendi özel bilgi çerçeveleri açısından görmekte ve tanımlamaktadırlar. Kentler siyasal açıdan tanımlandığında "belirli idare hudutları içersinde görev yapan ve belirli bir yönetime sahip olan örgütlerdir". Fiziksel anlamda kent, "büyük sayıda ve değişik amaçla kullanılan ve ulaşımı sağlayan yollardan oluşur". Fonksiyonel açıdan kent ise; "ekonomik ve sosyal faaliyetlerin yapıldığı yerdir". Bu tanımlar sanayileşmenin başlangıcına kadar geçerliliğini korumuştur. Sanayileşme ile birlikte kentlerin idari bakımdan sahip oldukları hudutlar, ortadan kalkmaya başlamıştır. Yirminci yüzyılda kentler kendilerini çevreleyen daha küçük yerleşme birimleri ile ve hatta birbirleri ile birleşmeye başlamışlardır. Bu gelişme bizi "kentleşme" kavramına götürmektedir. Kentleşme; sanayileşme ve ekonomik gelişmeye bağlı olarak, kent sayısının artması ve bugünkü kentlerin büyümesi sonucunu doğuran, toplum yapısında artan oranda örgütleşme ve ihtisaslaşma yaratan, insan davranış

ve ilişkilerinde kentlere özgü değişikliklere yol açan bir nüfus birikimi sürecidir⁴.

Kentleşme hareketleri sadece Türkiye'ye özgü bir hareket değildir, Dünya üzerindeki bütün kentlerin çekici ve köylerin itici gücü sonucu, köylerden kentlere doğru nüfus akınları olmaktadır. Köyden kente doğru gelişen bu hareketi başıboş bırakmak, köylerden şehirlere olan nüfus akınlarına bir erozyon niteliği kazandırmaktadır. Sosyo-kültürel erozyon dediğimiz bu olguda köyler, yeni bir yaşam umudu ile kentlere göç eden genç girişimcilerini yitirirken, kentlerde de büyük ölçüde istihdam sorununun getirdiği ekonomik sıkıntılar yaşanmaktadır.

Kentlerde yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelen "gecekondu olayı" düşük gelirli kesimler olarak, kentlerle bütünleşirken değişmeye açık ve yüksek beklentilere sahiptir. Beklenti/gerçekleşme oranındaki dengesizlik düş kırıklığı yaratmakta ve kentlerde sıkıntılara neden olmaktadır. Kaynakların dağılması yönünden plânlı etkinlikler yapılması çağımızın toplum anlayışında devlete düşen görevlerdir. Devlet; vatandaşın, toplumsal, siyasal, ekonomik hakları ve gereksinimleri için hizmet vermek durumundadır. Fakat herşeyin devletten beklenilmesi dönemi geride kalmıştır. Devletin yanında kuruluşların, örgütlerin de olanakları ölçüsünde topluma hizmet vermeleri, her alanda gelişmeye katkıda bulunmaları toplumsal görevleridir. Birer sosyal örgüt olarak üniversiteler, çevrelerinden işgücü, finansman, araç-gereç gibi kaynaklar ile, öğrenciler, odalar, sanayi kuruluşları, hükümet organlarından gelen talepleri alarak, üniversitenin hizmet çıktısı şeklinde çevrelerine gönderirler.

⁴ Enver ÖZKALP , "Toplumsal Değişme, Modernleşme ve Kentleşme" Soyoloji, AÖF Ya., 600-300 (Eskişehir 1992), s.205

1.3 . KÜLTÜREL İLETİŞİM

Bireyde olsun,kurumlarda ya da genel olarak toplum boyutunda olsun;kültür insanın doğal varlığıdır.İnsanını yaşadığı her yer ve zamanda kültür,toplumsal konumu ne olursa olsun;kişilik düzenekleri (mekanizmaları) aracılığıyla çevreye yansır.Bir başka deyişle kişiliğin iletişim gücüyle kültür bireyden bireye,kurumlara ,topluma,onların kişilik ve iletişim bağlamında da kurumlardan kurumlara,toplumlardan toplumlara aktarılır⁵.

Kültür en genel tanımıyla " Tarih boyunca toplum tarafından yaratılan maddi ve manevi değerler bütünüdür." Bilimsel anlamda kültür uygarlıktır.Toplumsal anlamda kültür; eğitim sürecinin ürünüdür.Estetik anlamda kültür;güzel sanatlardır.Teknolojik ve bilimsel anlamda ise kültür;üretme,tarım çoğalma ve yetiştirmedir.

Kültür kavramının yanısıra iletişim kavramını kısaca açıklarsak iletişim;İnsanların gördüklerini,bildiklerini,düşündüklerini ve duyumsadıklarını söz yazı,resim,vb.,araçlar kullanarak başkalarına aktarma sürecidir.İletişim süreci kişiden kişiye işleyebileceği gibi,kişilerden topluma,kişilerden devlete ya da tersine toplumdan kişilere,devletten kişilere doğru da işleyebilir⁶.

⁵ İnal Cem AŞKUN,"Kültürel İletişim Politikaları" Kurgu,AÖF Ya.,386-149 (Eskişehir,1990) s.2

⁶ AŞKUN,Aynı ,s.3

Kültüre dinamizmi kazandıran iletişimdir.İletişim olmazsa kültür durağanlaşır,yaratıcılığını kaybeder.Hangi ortamda olursa olsun yaratılan kültürün iletilmesi gerekir.Bu noktada ise kültürel iletişimi politika konusu durumuna getiren önemli sorunlar ortaya çıkmaktadır.Toplumda yaratılan kültürün bölgesel ve yöresel özellikleri ile toplumun değişik katmanlarındaki kültür birikimlerinin, iletişim düzeneklerinin nasıl işlediği,kültür ortamlarının gerek içlerinde gerek kendi aralarındaki iletişim yapılarının güçlü ve zayıf yanları,toplumun yönetim gücünü elinde tutan devlet ve genelde yönettiği toplum ve kurumlarının kültürel iletişim ortamlarında izleyecekleri politikalar sayılabilir.Burada önemli olan,öncelikle ulusal düzeyde tutarlı bir kültürel iletişim politikasının izlenmesidir.

I.4 . BİR KÜLTÜREL İLETİŞİM KURUMU OLARAK ÜNİVERSİTE

Çerçevesi Yükseköğretim Kanunu ile belirlenmiş olan üniversite;bilimsel özerkliğe ve kamu tüzel kişiliğine sahip yüksek düzeyde eğitim öğretim,bilimsel araştırma,yayın,danışmanlık yapan; fakülte, enstitü,yüksekokul ve benzeri kuruluş ve birimlerden oluşan bir yükseköğretim kurumudur⁷.

Üniversiteler çağdaş uygarlık ve eğitim-öğretim esaslarına dayanan bir düzen içinde ,toplumun ihtiyaçları ve kalkınma planları ilke ve hedeflerine uygun ve orta öğretime dayalı çeşitli düzeylerde eğitim-öğretim,bilimsel araştırma ,yayın ve danışmanlık yapan kurumlardır.

Bilim,uluslaşma sürecine girebilmiş toplumların hepsinde görülen,toplumsal ve kültürel yapıyı etkileyen önemli bir kurumdur. Tekel-

⁷ Yükseköğretim Kanunu, (2547 s.k) Md.3.d;1981

ci bir yaklaşımla toplum içindeki tüm bilimsel araştırma geliştirme ve eğitim etkinliklerini, ilgi alanını ve kuruluş amacını bilime dayandıran üniversiteler, bilimin yapıldığı geliştirildiği merkezler konumundadır.

Ülkemizdeki üniversitelerin toplumsal ortam içindeki konumlarına ve yüklendikleri işlevlere bakıldığında genel olarak üniversitelerin kendi sorunlarının yanısıra, toplum yapısı ve kültürel niteliklerin yarattığı özgün sorunlarla da uğraştıkları görülmektedir. Belirtilen bu hususun ışığı altında, üniversiteler; hizmet felsefesi içersinde topluma her alanda ışık tutan, bireyi biçimlendiren ve topluma kaynaştıran bilimsel düşüncesini yaratan ,objektif kıstaslara dayanan kurumlardır.

Toplumsal ve kültürel değişimde üniversiteler yaptıkları geniş çaplı araştırmalarla bilim ve teknolojinin gelişmesine katkıda bulunurken, teknoloji ile birlikte sanayiye de katkıda bulunurlar. Kentler sanayileşme ve ekonomik gelişmeye bağlı olarak gelişir. Bir kültür mozayigi olarak gelişen kentler de zamanla kendi aralarında etkileşim yoluyla kendi kentsel alanlarını yaratma ve zenginleştirme kabiliyetine sahip olurlar.

II.5 . ÜNİVERSİTE - KENT KÜLTÜREL İLETİŞİMİNİN TARAFLARA SAĞLADIĞI YARARLAR

Üniversite-kent kültürel iletişimde işleyen bir sistemin kurulması için önce üniversite ve kent alt sistemlerinin belli bir kültür ve erginlik düzeyinde olması gerekmektedir.

Sistemin; kent ve üniversite alt kültür sistemlerinden başka orta öğretim alt sistemi ile doğrudan etkileşim içinde bulunması gerekli çevre; toplum bulunmaktadır.

Üniversitelerimizin toplumsal ortamını değerlendirmek için öncelikle, Üniversitenin tarihsel gelişimine değinmek gerekmektedir. Toplumumuzda üniversite kurumunun varlığının temelleri Osmanlıların son dönemlerine kadar uzanmaktadır. Cumhuriyet dönemine "bilimsel özerk" bir yapı içinde katılan üniversite kendisinden beklenen toplumsal gelişme ve değişmeyi gösteremediği için müdahaleye uğramıştır.

1970 li yıllarda ise üniversiteye olan talebin giderek yoğunlaşması üniversitelerin hızla büyümelerine ve artan talebe cevap vermek amacıyla kapasite arttırmalarına yol açmıştır. Bu yöneliş ülkenin insangücü gereksinimleri açısından tutarsız, kurumlararası dağılım açısından dengesiz bir görünüm yaratmıştır. Bu durumun başlıca sebebi orta-öğrenim aşamasında çözülmesi gereken meslek elemanı yetiştirme görevinin de üniversitelere aktarılmış olmasıdır. Bu gelişme üniversitelerimizi düşük eğitim standartında öğrenim sağlayan meslek yüksekokullarına dönüştürmüştür.

Öğrencilerin yoğun yüksek öğrenim talebinin ardında iyi bir eğitim ve diploma alarak, üst gelir gruplarında yer alma isteği vardır. Üniversitelerin görünen işlevleri, eğitim-öğretim yoluyla bilgi ve beceri öğretmektir. Görünmeyen işlevi ise kültür birikiminin kuşaktan kuşağa aktarılarak sosyal sınıflar arasındaki kültür ve statü farklılıklarını arttırmak ve yeni bir sosyal sınıf yapısı ortaya çıkartmaktır.

Endüstrileşme ve kentleşme sosyal hareketliliğin yoğunluğunu arttırmıştır. Çalışan işgücünün niteliğinin ücretlendirme katagorilerinde yer alması ve okullaşma yolu ile bilgi ve beceri birikiminin sağlanması bireye, mesleğe bağlı bir sosyal hareketlilik kazandırmıştır ⁸.

⁸ Ercan TATLIDİL , Toplum, Eğitim ve Öğretmen, E.Ü.Ya., (İzmir,1993), s.25

Yüksek öğrenim gençliği,gençlik kesimleri içinde en fazla yatırım yapılan kesim olarak tanımlanabilir.Bunun da nedeni statüsü yüksek meslek ve uzmanlaşmanın eğitime bağımlılığından kaynaklanmaktadır.Kent kültürünün en tipik özelliği bireyi ön plana çıkarmasıdır.Kentler bireyi sosyal,kültürel , ekonomik ve politik gelişim açısından destekler ve yönlendirir.Aile kökenine bağlı statüden çok,bireyin özel çabalarıyla kazanmış olduğu statü ön plana çıkar.Bireye statü kazandıran,onun toplumda kabul görmesini ve bir meslek edinmesine olanak sağlayan üniversitelerdir.Bu nedenle toplumsal hareketlilikte üniversite önemli rol oynamaktadır.

I.5.1.Üniversitenin Kente Sağladığı Yararlar

Kentler,birbirine benzemeyen yaşam biçimlerine sahip insanların aynı yerleşim alanında diğer yaşam biçimlerini kabullenerek yaşayabildiği mekanlardır.Kentler aynı zamanda mesleki örgütlenmelerin ön plana çıktığı,bireyin "ben"olarak toplumsal ilişkilerde yer aldığı örgütlü toplumlardır⁹.

Günümüzde kentler;finansman,iletişim ve yönetim merkezleri konumundadır.Tek merkezli üretim biçiminden ziyade,daha çok mal ve hizmet tüketen merkezler durumuna gelmiştir.Bir başka deyişle ekonomik merkezler olarak düşünülen kentler yönetim,finansman,ticaret,medya,kültür-sanat,spor ve dinlenme alanında ulusal ve uluslararası merkezler olmuştur.

Endüstri devriminden sonra ortaya çıkan bu değişme, kentleri aynı

⁹ Ercan TATLIDİL,"Kent Sosyolojisi;Kuram ve Kavramlar " Sosyoloji,E.Ü Edebiyat

Fak.Ya.,(İzmir,1992) s.30

zamanda sanayinin merkezleri durumuna da getirmiştir.Bu bağlamda üniversitenin sanayi için üretebileceği hizmetler bulunabileceği gibi her üniversitenin kapasite ve potansiyeline göre bulunduğu kente götürebileceği farklı hizmetleri söz konusudur,bunlar sırasıyla;

- İnsangücü yetiştirmek
- Yeni ürün ve teknoloji geliştirmek
- Danışmanlık yapmak
- Eğitim hizmetleri vermek (üniversite hazırlık ,yabancı dil kurs.v.b)
- Kütüphane hizmeti vermek
- Labratuvar hizmeti vermek
- Bilirkişi görevi yapmak
- Uluslararası ortamlarda ülkeyi temsil etmek
- Bilimsel ve teknik eser çevirmek,basmak ve yaymak
- Kültür yaratmak ve topluma yaymak
- Sağlık hizmeti vermek
- Meslek edindirmek

Yukarıda sıralanan üniversitenin kente götürebileceği hizmetlerden en önemlisi yarattığı kültür ve sosyal değerlerdir.Üniversite yetiştirdiği insangücünün ilgi alanındaki uzmanlığın yanında kültürlü ve sosyal değer yargılarıyla donatılmış olmasına özen göstermelidir.Öğretim her şeyden önce öğrenme ve düşünme yeteneğini geliştirmeyi hedef almalıdır.Üniversite; öğrencilerine bilimsel,çağdaş,insancıl bir yaşam tarzını benimsetecek düzenlemelere gitmek zorundadır.Üniversiteler olumlu toplumsal kişilik geliştirmede çeşitli etkinlikleri de gerçekleştirmek zorun-

dadırlar.

I.5.2. Kentin Üniversiteye Sağladığı Olanaklar

Örgütlü toplum yaşamı olarak kentler,sadece bireylerin zorunlu zaman dilimlerini düzenlemekle kalmaz,aynı zamanda bireylerin boş zaman değerlendirme eğilimlerinde de düzenleyici ve yönlendirici bir rol oynar.Toplumsal işleyiş içinde bireylerin ekonomik anlamda üretkenliklerini niteliklerine göre düzenleyen, toplumun üyesi olarak hizmet talep eden bireylere sosyal,psikolojik,kültürel,ekonomik ve fizyolojik özelliklerine göre de hizmet sunar.Bir kültür mozayığı olarak görünen kentlerde bireylerin taleplerinin birbirinden çok farklı biçimde homojenleşerek gruplaştığı bilinmektedir¹⁰.

Kentteki homojen grupların eğitim ve bilim kurumlarına katkıda bulunmasının çok çeşitli yol ve şekilleri vardır.Bunları farklı yönlerden sınıflandırmak kabildir.Finansal katkılar,hizmet ve mal şeklindeki katkılar,doğrudan doğruya veya vakıf kurma yoluyla yapılan yardımlar v.b

- Finansal katkılar : Kentte kümeleşmiş şirketler veya sanayi kuruluşları,üniversitelere ya da eğitim kurumlarına finansal yardımlarda bulunurlar. (A.B.D.'de şirketlerin eğitim kurumlarına yaptıkları para yardımları 1950 yılında 43 milyon dolar iken 1966 yılında 330 milyon dolara çıkmış,son yıllarda ise milyarları bulmuştur). Bunlar bağışlar,burslar,kürsü destekleme,araştırma fonları vb. Ancak çeşitli yardımlar arasında eğitim kurumlarına yapılan yardımların vergi matrahından indirildiğini de gözden uzak tutmamak gerekir.

- Mal biçiminde yapılan yardımlar: Üniversiteye, bina,öğretim mal-

¹⁰ TATLIDİL,Aynı,s.31

zemesi, arsa vb. eşya bağışları şeklinde olmaktadır. Bu yol işletmelere mal ve hizmetlerinin reklamlarını yapma imkanını da sağlamaktadır. Ayrıca eğitim ve öğretime yardımcı araç-gereç, kitap, dergi vb. bağışlarında oranı küçüksenmeyecek kadar fazladır.

-Üniversitelere hizmet olarak işletmeler tarafından sunulan staj, ücretsiz işletme gezileri, veya teknik geziler, öğrencilerin işadamlarıyla toplantılar, Konferanslar, seminerler düzenlemeleri teorik sorunların tartışılmasına olanak vermesi bakımından değerli bir hizmettir.

-Üniversiteye kent Yönetimi tarafından sunulan hizmetler ise; asfaltlama, Temizlik, (çöp toplama) Ulaşım gibi altyapı hizmetleri olarak sayılabilir.

Yukarıda sıralamaya çalıştığımız katkılar sadece bu kadarla kalmamaktadır, PTT hizmetleri, su kanalizasyon gibi, hizmetlerin yanısıra öğrencilerin boş zamanlarını değerlendirebilecekleri kültür ve sanat merkezleri ile sanatsal etkinlikleri sergileyecekleri mekanlar tesis etme, Üniversiteye kentin sağladığı katkılardır.

1.6. ÜNİVERSİTE ÖRGÜTLERİNİN KÜLTÜREL İLETİŞİM ORTAMLARI

Kültürel yapının belirleyici unsurlarından biri olarak üniversiteler, son yirmi yıl içinde giderek hız kazanan gelişme ve değişme ile birlikte, kültür ortamlarında meydana gelen önemli kopukluk ve karmaşalara bir düzen getirebilmek ve kültürel birlikteliği sağlamak açısından, iletişim örgüt ve ortamlarının işlevsel yönde oluşturulması için çaba harcamadıkları. Ülkenin bilimsel, kültürel, sosyal ve ekonomik yönlerden ilerlemesi-

ni ve gelişmesini ilgilendiren konuları diğer kuruluşlarla işbirliği yaparak, kamu kuruluşlarına önerilerde bulunmak sureti ile öğretim ve araştırma konusu yapan ve sonuçlarını toplumun yararına sunan üniversiteler toplumsal ve kültürel yapıyı etkileyen önemli kurumlardır.

I.6.1. Üniversitenin Örgüt İçi Kültürel İletişim Ortamı

Uyumlu bir yaşam birlikteliğinin kurulabilmesinin temel koşulu, toplumsal çevrelerin yaşam çevresi içinde sağlıklı iletişim kurabilmelidir. Aslında günümüz koşulları düşünüldüğünde, bir yaşam çevresinin diğer canlı türlerinin oluşturduğu yaşam çevreleri ile de sağlıklı iletişim ilişkileri kurmaları gerekmektedir.

Yukarıda açıklanan görüşte sözü edilen "yaşam çevresi" aslında birey, kurum ve toplum için de geçerli olmak üzere, bir kültür çevresidir. İnsanın temel özelliği kendisinin aynı zamanda kültürel varlık olmasından ileri gelmektedir. Her canlı gibi insan da kendi çevresinde bulduğu veya yarattığı kültür ortamında yaşamını sürdürür. Kültürel kişilik bireyin, kurum ve toplumların kişilik yapılarında odak noktayı meydana getirir. Diğer tüm kişilik yapıları; kültürel kişilik üzerinde durur. Bu kişilikteki olumlu ya da olumsuz gelişmeler yaşam çevresini etkiler. Karşılıklı bu etkileşim ve değişimde kültürel kişiliği etkiler ki; buna kısaca öz veya iç kültürel iletişim adını verebiliriz.

Toplumun eğitim-öğretim işlevini üstlenmiş olan tüm kurumlar, temelde kültür aktarıcısı rolünü oynarlar. Bir grubun ya da toplumun üyeleri tarafından paylaşılan alışkanlıklar, kabul edilen davranış, tutum ve

değerler o grubun ya da toplumun kültürüdür.

Kişilerin iletişimleri ve iletişimi nasıl gerçekleştirdikleri bir anlamda üyesi oldukları kendi çevresel ve toplumsal yapı içinde , belirli birtakım rolleri, konumları, saygınlıkları ve belirli işlevleri söz konusudur. Bir başka deyişle, insanlar toplum içinde, yukarıda belirtilen ve bir anlamda bireylerin toplumsal yerini de belirleyen içinde yaşamaktadırlar. Bu koşullar ve sınırlar kuşkusuz insanların iletişimlerine de yansiyacaktır.

Üniversitenin iç kültürel iletişim ortamını oluşturan ilgili çevre;üniversitenin ilişki içersinde bulunduğu ve başarısında etkili olabileceği çevredir. Bu bağlamda üniversitenin ilgili çevresini öğrenciler, öğrenci aileleri, öğretim elemanları, diğer personel, mezunlar, bölge ve ülke halkı, basın yayın kurumları, ortaöğretim ve diğer yükseköğretim kurumları, özel ve kamu kuruluşları oluşturmaktadır.

I.6.2. Üniversitenin Dış Örgüt Çevresinin Kültürel İletişim Ortamı

Bir örgütün etkinliklerini sürdürebilmesi için çevredeki bilgiye ve kaynaklara gereksinimi vardır. Dolayısı ile örgütün çevresel durumların belirlerken bu iki yaklaşımı bir araya getiren boyutların ele alınması yararlı olacaktır. Bağımlılık, belirsizlik çevreyi bilgi deposu olarak gören yaklaşımı ifade ettiğinden bu faktörlerin ele alınması yararlı olabilir.

Bağımlılık, örgütler arasındaki karşılıklı doğal alışverişi tanımlar. bağımlılık iki boyutta olur. Örgüt diğerlerine onların ona olduğundan ne derece de daha bağımlıdır? Çevredeki öğeler birbirlerine ne derecede bağımlıdırlar? Çünkü bütün zayıf birimler isterlerse güçlü sistemi uyuma

değerler o grubun ya da toplumun kültürüdür.

Kişilerin iletişimleri ve iletişimi nasıl gerçekleştirdikleri bir anlamda üyesi oldukları kendi çevresel ve toplumsal yapı içinde , belirli birtakım rolleri, konumları, saygınlıkları ve belirli işlevleri söz konusudur. Bir başka deyişle, insanlar toplum içinde, yukarıda belirtilen ve bir anlamda bireylerin toplumsal yerini de belirleyen içinde yaşamaktadırlar. Bu koşullar ve sınırlar kuşkusuz insanların iletişimlerine de yansiyacaktır.

Üniversitenin iç kültürel iletişim ortamını oluşturan ilgili çevre;üniversitenin ilişki içersinde bulunduğu ve başarısında etkili olabileceği çevredir. Bu bağlamda üniversitenin ilgili çevresini öğrenciler, öğrenci aileleri, öğretim elemanları, diğer personel, mezunlar, bölge ve ülke halkı, basın yayın kurumları, ortaöğretim ve diğer yükseköğretim kurumları, özel ve kamu kuruluşları oluşturmaktadır.

I.6.2. Üniversitenin Dış Örgüt Çevresinin Kültürel İletişim Ortamı

Bir örgütün etkinliklerini sürdürebilmesi için çevredeki bilgiye ve kaynaklara gereksinimi vardır. Dolayısı ile örgütün çevresel durumların belirlerken bu iki yaklaşımı bir araya getiren boyutların ele alınması yararlı olacaktır. Bağımlılık, belirsizlik çevreyi bilgi deposu olarak gören yaklaşımı ifade ettiğinden bu faktörlerin ele alınması yararlı olabilir.

Bağımlılık, örgütler arasındaki karşılıklı doğal alışverişi tanımlar. bağımlılık iki boyutta olur. Örgüt diğerlerine onların ona olduğundan ne derece de daha bağımlıdır? Çevredeki öğeler birbirlerine ne derecede bağımlıdırlar? Çünkü bütün zayıf birimler isterlerse güçlü sistemi uyuma

zorlayabilirler. Üniversite bir çok diğer örgütle ilişki de olmak durumundadır. Bu diğer örgütler büyüyen, kaynak stok'u olan güçlü örgütler olabileceği gibi zayıf örgütler de olabilirler. Örgütün bu iki tip örgütle olan ilişkisi onun etkinliklerini sürdürme düzeyini belirleyecektir. Üniversitenin de bir parçası olduğu grubun diğer ögeleri güçlü ve büyükse grubun ögelerinin destekleyici bir çevre ile karşı karşıya kaldığı söylenebilir. Genel olarak üniversitelerin ilgili dış çevreleri, yerel yönetim, basın, endüstri, ticaret/hizmet kuruluşları, diğer araştırma merkezleri YÖK ve hükümettir.

II. BÖLÜM : ÜNİVERSİTE ÖRGÜTLERİNDE

HALKLA İLİŞKİLER

II.1. TÜRKİYE'DE ÜNİVERSİTE YÖNETİM VE ÖRGÜTLERİNE GENEL BAKIŞ

Çağdaş eğitim-öğretim esaslarına dayanan bir düzen içinde milletin ve ülkenin ihtiyaçlarına uygun insan gücü yetiştirmek amacı ile; ortaöğretime dayalı çeşitli düzeylerde eğitim-öğretim, bilimsel araştırma, yayın ve danışmanlık yapan, ülkeye ve insanlığa hizmet etmek üzere çeşitli birimlerden oluşan kamu tüzel kişiliğe ve bilimsel özerkliğe sahip üniversiteler, devlet tarafından kanunla kurulur.

Üniversiteler gösterilen usul ve esaslara göre; kazanç amacına yönelik olmamak şartı ile vakıflar tarafından, devletin gözetim ve denetimine tabi olarak kurulabilir.

Üniversiteler de öğretim üyeleri ve yardımcıları serbestçe her türlü bilimsel araştırma ve yayın da bulunabilirler. Ancak bu yetki, devletin kanunları ile sınırlıdır.

Üniversiteler ve bağlı kuruluşları, devletin gözetimi ve denetimi altında olup, güvenlik hizmetleri devletçe sağlanır.

Rektörler, kanunun belirlediği usul ve esaslara göre cumhurbaşkanınca, dekanlar ise yükseköğretim kurulunca seçilir ve atanır. Üniversite yönetim ve denetim organları ile öğretim elemanları, yükseköğretim kurulunun veya üniversitelerin yetkili organlarının dışında

kalan makamlarca her ne surette olursa olsun görevlerinden uzaklaştırılmazlar.

Yükseköğretim kurumlarının kuruluş ve organları ile işleyişleri ve bunların seçimleri, görev yetki ve sorumlulukları üniversiteler üzerinde devletin gözetim ve denetim hakkının kullanma usulleri, öğretim elemanlarının görevleri, ünvanları, atama, yükselme ve emeklilikleri, öğretim elemanı yetiştirme, üniversitelerin ve öğretim elemanlarının kamu kuruluşları ve diğer kurumlar ile ilişkileri, öğretim düzeyleri ve süreleri, yükseköğretime giriş, devam ve alınacak harçlar, devletin yapacağı yardımlar ile ilgili ilkeler, disiplin ve ceza işleri, mali işler, özlük hakları, öğretim elemanlarının uyacakları koşullar, üniversitelerarası ihtiyaçlara göre öğretim elemanlarının görevlendirilmesi, öğrenimin ve öğretimin hürriyet ve teminat içinde ve çağdaş bilim ve teknoloji gereklerine göre yürütülmesi, yükseköğretim kuruluna ve üniversitelere devletin sağladığı mali kaynaklar kanunla düzenlenir.

Yurt sathında dengeli bir biçimde ve kanunla kurulan üniversiteler

Rektörlüğe Fakülteler, Bağlı Yüksekokullar, Enstitüler ve bölümlerden oluşur

II.2 ÜNİVERSİTELERİN FONKSİYONLARI

Yukarıda ana hatlarıyla Yönetim ve örgütleri sunulan üniversitelerin amaç ve fonksiyonları günümüzde çeşitli bilim adamları tarafından şöyle değerlendirilmektedir.

Wilson'a göre üniversiteler; öğretim merkezleridir, araştırma merkez-

leridir,kamu liderliğinden sorumlu kurumlardır¹¹.

King, üniversitelerin fonksiyonlarını;kültür aktarma,bilimsel araştırma yapma,meslek verme,millî hayatîyetin bekçiliğini yapma, toplumu ve ekonomiyi etkileme olarak belirtmektedir¹².

1967 yılında Ghent'de toplanan Avrupa Mukayeseli Eğitim Cemiyeti,Üniversitelerin fonksiyonlarını; genel ya da liberal eğitim sağlamak, meslek alanlarında eleman yetiştirmek olarak belirlemiştir¹³.

Frankel ise günümüzde üniversitelerin amaçlarının ve fonksiyonlarının arttığını bunları; gelişimin muhafazası,Bilginin üretilmesi,sosyal ve moral eleştirilerde bulunmak,çeşitli meslek dallarında eleman yetiştirmek danışma hizmeti görmek ve sosyal rollerin ve imkanların dağılımını etkilemek olarak sıralamıştır.

OECD Ülkelerinde üniversitelerin rolü ile üniversite ekonomi ilişkilerinin de ele alındığı bir yayında¹⁴;çağdaş üniversitelerin fonksiyonları şöyle sıralanmıştır;

1) Ortaöğretim sonrası eğitimi sağlamak.

11 Leonard S.KENWORTHY, The International Dimension of Education,

(New York,1969),s.93 2)

12 Alexandre KING, "Eğitim Toplumunu ve Gelişimi",Ekonomik Gelişmeyi Hızlandıran

Etken Olarak Eğitim (içinde) (İstanbul,1966), s.25

13 Fatma VARIŞ ,Türkiye'de Lisansüstü Eğitim-Pozitif Bilimlerin Temel ve Uygulamalı

Alanlarında (Ankara,1972),s.26

14 Yahya K.KAYA, İnsan Yetiştirme Düzenimiz,Erk,Ya.,(Ankara,1981),s.237

2) Bilimsel araştırmalarla uğraşmak ve bunun için kaynak temin etmek.

3) "Uzman toplumun" insangücü ihtiyacı için meslek mensuplarına eğitim fırsatları hazırlamak (Master,Doktora v.b).

4) Güçlü bir ekonomik düzen için verimliliği ve rekabeti arttırıcı konularda kaynakların yönünü ve araştırma sonuçlarının uygulamaya geçirilmesi konularında hükümete yardımcı olmak ve buluşlar yoluyla rekabete katkıda bulunmak.

5) Toplumda sosyal hareketliliği sağlamak (kır-kent kültürleri arasında hareketliliği sağlamak).

6) Buldukları bölgelerde topluma hizmet vermek,yerel endüstriye dönük danışmanlık ve üniversite imkanlarından çevreyi yararlandırmak.

7) Kadın ve erkeği geleceğin toplum liderliği rollerine hazırlamak.

Yukarıdaki tartışmalardan da görüldüğü gibi," üniversite" kavramı farklı dönemlerde ve farklı ülkelerde değişik anlamlar ifade eden çok boyutlu bir kavramdır.

Üniversite ile toplum arasındaki etkileşimin çeşitliliğine ve karmaşıklığına işaret eden Jonne; " Üniversite kavramı konusunda genellemeler yapılırken çok ihtiyatlı davranılmasını ve bütün dünya için gerekli hükümler çıkarılmasının güçlüğünü vurgulamaktadır¹⁵.

Yukarıdaki tartışmaların ışığında,üniversitelerin üç temel fonksiyono

¹⁵ Henri JONNE,Üniversite ve Çağdaş Toplumun İhtiyaçları,Uluslararası Üniversiteliler Ya.,(İstanbul,1973)s.15-16

nun yaygın bir biçimde kabul gördüğü söylenebilir.Bunlar;

1.Eğitim-öğretim

2.Araştırma

3.Topluma hizmettir.

Hızlı bir değişim ve toplumsal gereksinimlerin karşılanması isteği doğrultusunda, birer toplumsal kurum olan üniversitelerden; hergün biraz daha artan sayıdaki toplum üyelerini beklentileri doğrultusunda,eğitmeleri; konuların yoğunlaşmasına, uzmanlık yönünde derinleşmesine,üstelik bilim adamlarının giderek çeşitlenmesine rağmen,bilimin gelişmesinde birinci planda yer almaları ; diğer toplumsal kurum ve kuruluşların gelişmesine, başka bir deyişle toplumsal gelişmeye destek olmaları , yön vermeleri beklenmektedir.

II.2.1. Üniversitenin Toplumsal İşlevleri

Yukarda çok yönlü işlevleri yüklenmesi gereken üniversitelerin kendisinden beklenenleri yerine getirebilmesi için aşması gereken sorunlar bir hayli fazladır. Bu sorunlardan bir bölümü ekonomik yetersizlikler, gerekli altyapı hizmetlerinin geliştirilmesi, yeterli sayıda öğretim üyesinin olmayışı, fazla sayıda öğrencinin eğitim isteğinde bulunması gibi herkesce bilinen sorunlardır. Üniversitelerin,yukarda saydığımız sorunlar kadar gündeme gelmeyen, ancak en az onlar kadar, belki de daha büyük bir sorunu,toplumsal yapıdaki konumunun ne olması gerektiğidir.

Üniversitelerin toplumsal ortam içindeki konumlarına ve yüklendikleri işlevlere bakıldığında,genel olarak tüm üniversiteleri toplum-

la ilişkilerinde iki yönden söz etmek gerekir. Bunlardan birincisi; üniversitenin toplumsal kalkınma ve gelişmeye katkısı, ikincisi de toplumda meydana gelen değişimlerin üniversitenin gelişimine katkısıdır.

II.2.2. Üniversitenin Toplumsal Gelişmeye Etki Eden Fonksiyonları

Üniversitelerin, topluma hizmet felsefesi içerisinde, topluma her alanda ışık tutan bireyi biçimlendiren ve topluma kaynaştıran fonksiyonları vardır.

Üniversitelerin; eski çağlardan beri birikmiş geleneksel bilgilerin günümüze adaptasyonu sağlayarak öğretim ve kültür yoluyla genç kuşaklara aktarmak gibi çok önemli fonksiyonların yanı sıra, toplumda bireysel düşünüşü yaratmak, bireyleri kolayca etki altında kalmayan objektif kıstaslara göre davranan bireyler haline getirmek, toplumun sorunlarının, sosyal kültürel, ekonomik, sağlık yönlerini dikkate alarak değerlendirmek ve çözüm yolları üretmek gibi, toplumsal gelişmeye etki eden fonksiyonları vardır.

II.2.3. Toplumsal Gelişme ve Değişimlerin Üniversiteler Üzerindeki Etkileri

Kurumlararası ilişkilerin karmaşıklığı, yeni kurumların oluştuğu toplumlarda, görülen gelişme ve değişimler, üniversitelerde kendini göstermiş, üniversitelerin sosyal, kültürel, ekonomik ihtiyaçlara ayak uydurması için yenilenmesine ihtiyaç duyulmuştur. Bu nedenle 2. Dünya Savaşından sonra yükseköğretim kuruluşlarında köklü değişiklikler görülmüş bu değişiklikler kurumların yapı ve fonksiyonlarına yansımıştır.

UNESCO tarafından yapılan bir araştırmaya göre yükseköğrenimin değişme ve gelişmesine etki eden unsurlar şöyle belirlenmiřtir¹⁶.

- Toplumdaki hızlı nüfus artışına bağlı olarak, ortaöğretime devam eden öğrenciler ve mezunların sayıları artmaktadır. Bu nedenle yeni uzmanlık alanlarına ihtiyaç duyulmaktadır., araştırma ve araştırma elemanlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Az gelişmiş ülkelerde gelişmiş ülkelerin düzeyine ulaşma isteği görülmektedir.

-Kadınlar giderek daha fazla eğitim ve yükseköğretim talep etmektedir. Bilim ve teknoloji giderek gelişirken,eğitimde fırsat eşitliğinin sağlanması ve yaygınlaşması eğilimi mevcuttur. İletişim tekniklerinin hızla artması ile bilgi muhtevası gittikçe gelişmiştir.

Yükseköğretimin gelişmesine neden olan bu unsurlar üniversitelerde yeni bölümlerin açılmasına,ğretim programlarının değiştirilmesine yol açmaktadır. Böylece niversiteler toplumdaki değişim ve gelişmelere paralel olarak yeni düzenlemelere girmektedir.

II.2.4. Toplumun Değişen Beklentileri Karşısında lkemiz niversitelerinin Fonksiyonel Rolü.

Ülkemizdeki niversitelerin toplumsal ortam içindeki konumlarına ve yüklendikleri işlevlere bakıldığında genel olarak tüm üniversitelerimizin karşılaştığı sorunları bünyesinde taşıdığı ek olarak toplum yapısı ve kültürel niteliklerin yarattığı özgün sorunlarla uğraştığı görülmektedir.

¹⁶ Mehmet A.KISAKÜREK,niversitelerimizde Yenileşme,A..E.F.Ya.,54 (Ankara,1976)

Üniversitelerimizin toplumsal ortamını değerlendirmek için öncelikle,üniversitelerin tarihsel gelişimine değinmek gerekmektedir.

Toplumumuzda üniversite kurumunun varlığının temelleri Osmanlıların son dönemlerine kadar uzanmaktadır¹⁷.

Osmanlı döneminde padişahlar tarafından birçok medrese açılmıştır. İlmiye sınıfına verilen değer nedeniyle özerk bir yapıya sahip olan medreselerde matematik,fen,edebiyat gibi dersler okutulurdu. 16.yy ikinci yarısından sonra bozulmaya yüz tutan medreselerin yerine Tanzimat'ın ilanından sonra (1839) Darülfünun kurulmuştur. Darülfünunda,tıp,fizik,kimya, mühendislik gibi fen bilimlerinin eksiklikleri giderilmeye çalışılmıştır. Modern anlamda ülkemizdeki üniversitelerin öncüsü sayılan bu okul Ocak 1863'te Darülfünun-ı Osmaniye adı ile kurulmuş, fakat izleyen yıllarda dini baskılar nedeniyle üç kez kapatılıp yeniden açılmıştır.

1900 yılında açılan Darülfünun-ı Şahane ve Darülfünun-ı Osmani adını alan iki yüksekokul, II. Meşrutiyetin getirdiği reformlarla ve çeşitli şube ve yüksekokulları ile modern bir üniversite görünümü almıştır. Cumhuriyetin ilanından sonra Nisan 1924'te çıkarılan 493 sayılı yasa ile tüzel bir kişiliğe kavuşturulan kurumun adı "İstanbul Darülfünun-u" adını almıştır. Cumhuriyet döneminde " Bilimsel özerk" bir yapı içinde katılan üniversite kendisinden beklenen toplumsal gelişme ve değişmeyi yönlendirme çabalarına yeterince katılamadığı gerekçesiyle 1933 yılında

17 H.Ali KOÇER,"Türk Üniversitelerinde Örgütsel Gelişme"Üniversite Yönetiminin

Uluslararası Sorunları Sempozyumu,A.Ü.Ya.,80 (Ankara,1979),s.3--34

2252 sayılı kanunla "İstanbul Üniversitesi" adını almıştır. 11 Ekim 1934 tarihinde "İstanbul Üniversitesi Talimatnamesi" adıyla yayınlanan yönetmeliğe göre üniversitelerin görevleri şöyle belirlenmiştir.

a) Bilgi sahalarında araştırma yapmak, milli kültürü ve yüksek bilgiyi genişletmeye ve yaymaya çalışmak,

b) Devlet ve memlekete hizmet işleri için ergin ve olgun elemanların yetişmesine yardımcı olmak.

13.Haziran 1946 yılında 4936 sayılı Üniversiteler Kanununa göre özerkliğine kavuşturulmuştur.

1970 li yıllarda üniversiteye olan talebin giderek yaygınlaşması sonucunda 20 Haziran 1973 tarih ve 1750 sayılı "Üniversiteler Kanunu" nda ise üniversitenin temel ilkeleri şöyle sıralanmıştır¹⁸.

a) Yükseköğretimin bütünlüğü ve orta öğretimle ilgisi,

b) Yükseköğretimin toplumun ihtiyaçlarına yönelmesi,

c) Kaynakların etkin olarak kullanılması,

d) Yükseköğretimin planlanması,örgütlenmesi,

e) Yükseköğretimde fırsat eşitliği,

f) Çeşitli kademelerde bilimsel öğretim yapmak.

18 Üniversiteler Kanunu Tasarısı ve Milli Eğitim Komisyon Raporu (1/622) 3.3 1972

19 İhsan DOĞRAMACI,"Yükseköğretimde Gerçekleştirilen Reformlar ve Dört Yıllık Uygulama Sonuçları,Yükseköğretim Bülteni, (Mart,1986)s.1-10

g) Çağdaş bilimsel ve teknolojik gerekleri ve kalkınma planının hedefleri doğrultusunda kendi insan gücü ve maddi kaynakların en rasyonel, etkili, verimli ve ekonomik şekilde kullanılmasını sağlamak,

1981 öncesinde yükseköğretimde ortaya çıkan ihtiyaç ve boşlukları gidermek amacıyla, 6 Kasım 1981 yılında çıkarılan 2547 sayılı "Yükseköğretim Kanunu" nda üniversitelerin ana ilkeleri şöyle sıralanmıştır. Buna göre amaç ve ilkelere uygun olarak üniversitelerin görevleri;

a) Çağdaş uygarlık ve eğitim-öğretim esaslarına dayanan bir düzen içinde, toplumun ihtiyaçları ve kalkınma planları ilke ve hedeflerine uygun ve orta öğretime dayalı çeşitli düzeylerde eğitim-öğretim, bilimsel araştırma yayım ve danışmanlık yapmak.

b) Kendi ihtisas gücü maddi kaynaklarını rasyonel, verimli ve ekonomik şekilde kullanarak, milli eğitim politikası ve kalkınma planları ilke ve hedefleri ile yükseköğretim kurulu tarafından yapılan plan ve programlar doğrultusunda, ülkenin ihtiyacı olan dallarda ve sayıda insangücü yetiştirmek.

c) Türk Toplumunun yaşam düzeyini yükseltici ve kamuoyunu aydınlatıcı bilim verilerini söz, yazı ve diğer araçlarla yapmak.

d) Örgün, yaygın, sürekli ve açık eğitim yolu ile toplumun; özellikle sanayileşme ve tarımda modernleşme alanlarında eğitilmesini sağlamak.

e) Ülkenin bilimsel, kültürel, sosyal ve ekonomik yönlerden ilerlemesini ve gelişmesini ilgilendiren sorunlarını, diğer kuruluşlarla işbirliği yaparak, kamu kuruluşlarına önerilerde bulunarak öğretim ve araştırma konusu

yapmak, sonuçlarını toplumun yararına sunmak ve kamu kuruluşlarınca istenecek inceleme ve araştırmaları sonuçlandırarak düşüncelerini ve önerilerini bildirmek.

f) Eğitim-öğretim seferberliği içinde örgün,yaygın,sürekli ve açık eğitim hizmetlerini üstelenen kurumlara katkıda bulunacak önlemleri almak.

g) Yörelerindeki tarım ve sanayinin gelişmesine ve ihtiyaçlarına uygun meslek elemanlarının yetişmesine ve bilgilerinin gelişmesine katkıda bulunmak, sanayi,tarım ve sağlık hizmetleri ile diğer hizmetlerde modernleşmeyi, üretimde artışı sağlayacak çalışma ve programlar yapmak,uygulamak ve yapılanlara katılmak, bunlarla ilgili kurumlarla işbirliği yapmak ve çevre sorunlarına çözüm getirici önerilerde bulunmak.

h) Eğitim teknolojisini üretmek, geliştirmek, kullanmak, yaygınlaştırmak

j) Yükseköğretimin uygulamalı yapılmasına ait eğitim-öğretim esaslarını geliştirmek,döner sermaye işletmelerini kurmak, verimli çalıştırmak ve bu faaliyetlerin geliştirilmesine ilişkin gerekli düzenlemeleri yapmak.

Yukarıda madde, madde saydığımız üniversitelerimizin görevleri, üniversiteleri toplumsal ve kültürel yapıyı etkileyen önemli kurumsal ögeler haline getirmektedir.

Günümüzde üniversitelerin içinde bulunduğu durum; toplumsal gereksinimler bakımından üniversitelerden beklenen en önemli hizmetin yüksek öğrenim talebini karşılaması olduğu görülmektedir. Üniversitelerimizin çeşitli sınırlayıcı nedenlerden dolayı bu hizmeti yete-

rince yerine getiremedikleri gibi, diğere üniversite etkinliklerine de yeterince eğilemedikleri söylenebilir.

II.3. KAVRAM OLARAK HALKLA İLİŞKİLER

Sosyal bilimlerle uğraşan kişilerin karşılaştıkları temel zorlukların başında, soyut olaylarla uğraşmaları ve daha da önemlisi, uğraş konularının insan olmasından dolayı, homojen yaklaşımlarının geliştirilememesi gelir. Özellikle, yönetim ve Halkla İlişkiler gibi alanların uzun yıllar boyunca sanat mı, bilim mi oldukları bile tartışılmıştır. Hala Halkla İlişkilerin, sanat boyutunun bilim boyutundan daha ağır bastığı belli çevrelerce kabul edilmemektedir.

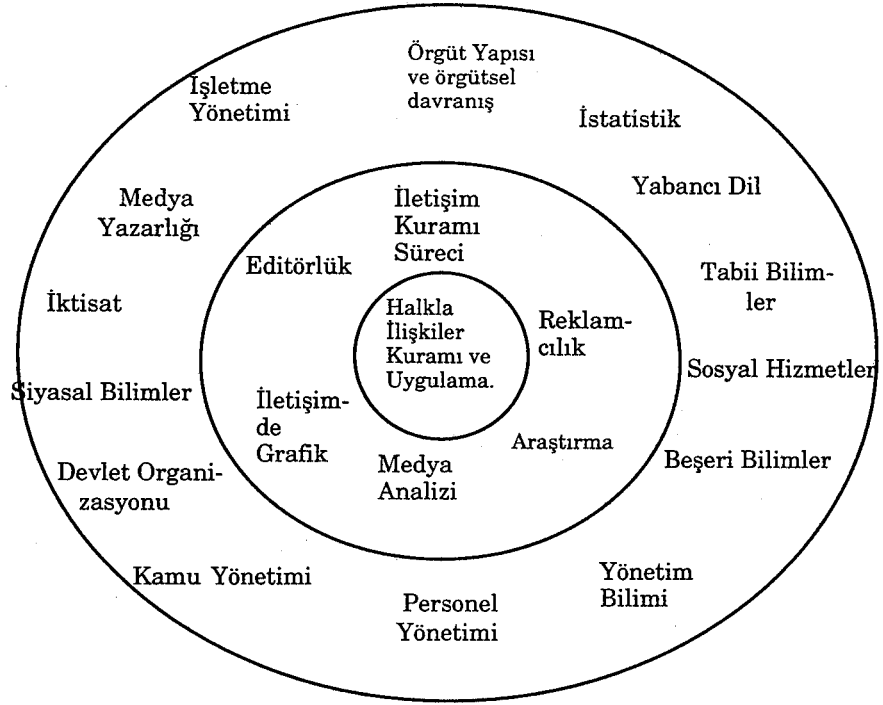
Halkla İlişkilerin bilimsel yanını, bir bilimin konusunu oluşturması ve öğretilmesi oluştururken, öğrenilen bilgilerin gerçek hayata aktarılması sırasında, uygulamacıların kişilik özellikleri işin içine girince, aynı eğitimi almasına karşın bir halkla ilişkilerci diğereinden daha başarılı olabilmektedir. Halkla İlişkiler kavramının tanıtımına geçmeden önce halkla ilişkiler kuram ve uygulamasının hangi bilim ve uzmanlık alanları ile ilgisi olduğu, şekil-1'de gösterilmektedir²⁰. Halkla İlişkiler bir bilim konusu olarak son yüzyılda irdelenmeye başlandığından, kavramsal çerçevesi de yüzyılımızda hala tartışılmaktadır²¹.

"Halkla İlişkiler" İngilizce'deki Public Relations Fransızca'daki Relation Publique'un karşılığı olarak dilimize çevrilmiş, literatürde benimsenmiş ve uygulamada yeni yeni kabul görmeye başlamış bir faaliyet alanıdır.

²¹ Gönül BUDAK SOLAKOĞLU, Gülay BUDAK, Halkla İlişkiler: Davranışsal Bir Yaklaşım, D.E.Ü. Ya., 0906-DK-92-017-102, (İzmir 1992) s.3-4

Halkla İlişkileri; karşılıklı iletişimi, ve anlayışı, kabulü ve işbirliğini sürdürmeye yardımcı bir yönetim fonksiyonudur.

Şekil 1: Halkla İlişkiler Kuramı ve Uygulaması



20 Kaynak :Eğitim Dairesi (The Wheel of Education The İPRA World Of Public Relatios Exhibition London May,1979)dan alınmıştır.

Halkla İlişkiler teriminin; bir kısmı çok genel olduğundan gerçek anlamını vermeyen sayısız tanımı vardır. Halkla İlişkilerin New Webster sözlüğünde yer alan tanımına göre; "Bir şirketin, birliğin, hükümetin ya da diğer kuruluşların bir mesaj iletip, bunu korumak ve müşteriler, memurlar ve hissedarlar gibi halkla, çevreye verimli ilişkiler kurmak konusunda yaptığı faaliyetler ile çevreye uyum sağlanması ve topluma kendini anlat-

masıdır. Diğer bir tanımında "Çeşitli faaliyetlerin ifade edilmesi ya da düzenlenmesi sanatıdır." Halkla İlişkilerin sosyal sorumluluğunu vurgulayan daha özel bir tanım da şöyledir; "Halkla İlişkiler, halkın davranışlarını değerlendiren, halkın ilgisiyle bireyin ya da bir kurumun izlediği yöntemleri ve işleyiş usüllerini açıklayan bir idare fonksiyonudur. ve halkın anlayışını ve tasdiğini kazanma faaliyetlerini içeren bir program uygular".

1975 yılında " yılında "Foundation For Public Relations Research and Education "Halkla İlişkiler Araştırma ve Eğitim Vakfı tarafından yapılan araştırmada 65 halkla ilişkiler uzmanı 472 tanımı inceleyerek şu tanımı önermişlerdir²².

"Halkla İlişkiler; Bir organizasyon ve halkı arasında karşılıklı iletişim; anlama, kabul etme ve işbirliği bağları kurmaya yarayan ayrı bir yönetim fonksiyonudur; Sorunların ve konuların yönetimini içine alır, yönetimin halkın görüşlerinden haberdar olmasına ve tepki göstermesine (duyarlı olmasına) yardım eder; yönetimin halkın çıkarlarına karşı olan sorumluluğunu tarif eder, eğilimleri önceden belirleyen bir uyarı sistemi olarak yönetimin değişmelere ayak uydurmada yararlanmasını sağlar; Araştırma ve iletişim tekniklerini ana metodlar olarak kullanır."

Georgia Üniversitesi Gazetecilik ve Kitle İletişimi Bölümü Dekanı CUTLIP, San Diego Üniversitesi Üyesi CENTER ve yine aynı üniversitede gazetecilik profesörü BOLEN yaptıkları çalışmada halkla ilişkileri şu şekilde tanımlamaktadırlar²³"Halkla İlişkiler; Halkın tutumlarını değerlen

²² Fraser P.SEITEL,The Practice Of Public Relations,2.B.(Colombus,Ohio;A Bell and Howell Co.,1984)s.12

²³ Scott M.CUTLIP v.d.,Efective Public Relations 6b(Englewood Cliffs,New jersey:Prentice Hall Inc;1985),s.3

diren. bir kişinin ya da kurumun halkın çıkarlarıyla ilgili olan politika ve uygulamalarını belirleyen bir yönetim fonksiyonudur. Halkın anlayışını ve onayını sağlamayı amaçlayan bir hareket programını planlar ve yönetir."

Tanımlardan ortaya çıkan ve halkla ilişkilerin özünü oluşturan dört temel prensibi şu şekilde sıralayabiliriz²⁴.

1) Halkla İlişkiler yönetimin sosyal felsefesine dayanır. Bu felsefeden kasıt; yönetimin tüm sorunların çözümünde kamuoyunun çıkarlarını ön planda tutması, kurumsal varlığını halkın desteğine borçlu olduğunu bilmesi içinde bulunduğu toplum ile özdeşleşmeyi amaçlamasıdır. Halkla İlişkiler, kurum yönetimini etkileyen kararların toplum yararına dönük olarak alınmasını amaçlayan bir yönetim anlayışı, felsefesidir.

2) Halkla İlişkiler felsefesinin politik kararlara dönüştürülmesidir. Halkla İlişkiler, yukarıda belirtilen felsefenin kurumun karar mekanizmasında kendisini göstermesidir. Kurumlar, yönetimde ortaya çıkan ve çıkması muhtemel sorunların çözümünde kurum üst yönetimince belirlenen politikaları izlerler.

3) Halkla İlişkiler belirlenen., politikalardan hareket edilerek ortaya konan uygulamalardır. Halkla İlişkiler, yukarıda tanımlanan felsefe doğrultusunda uygulamaya konulan yönetim politikalarının doğurduğu tavır/tutumdur

4) Halkla İlişkiler bir iletişim biçimidir: Halkla İlişkiler, halkın anlayışı ve iyi niyetini muhafaza etmek için izlediği kararları ve yaptığı işleri

²⁴ Bertrand CANFIELD, Public Relations (Homewood, Illinois; Richard D. IRWIN Inc, 1968)

halka açıklar, bu halkla İlişkilerin sosyal felsefesinin halkla olan iletişimidir. Halk anlayışı oluşturmak, kurumun yapılmakta olan uygulamayı halkın nasıl değerlendirdiğini anlaması benimsemesi, desteklemesi ve/veya tepki göstermesi için iletişim kaçınılmazdır. Kurumla halk arasında karşılıklı etki/tepki işlevselliğini koruduğu oranda halkla ilişkiler kendine bir uygulama alanı bulabilir.

Yapılan tanımlar ve geliştirilen prensiplerinden de görüldüğü gibi halkla ilişkiler karıştırıldığı disiplinlerden gerek amaç gerekse kapsam olarak çok farklı bir olgudur. Halkla İlişkiler, ister kamu ister özel olsun bütün kuruluşlar için bir tutum, iletişim boyutuna bir yaklaşım sorunudur²⁵.

II.4.DÜNYADA VE TÜRKİYEDE ÜNİVERSİTELERDE HALKLA İLİŞKİLERİN GELİŞME SORUNLARINA TARİHSEL BAKIŞ

Halkla ilişkiler tarihsel yönü ağır basan bir fonksiyon olarak yüzyıllardır uygulanmakla birlikte; bir bilimin konusu olması ve yeni bir ilgi alanı oluşturması yakın tarihleri kapsar.

İktidar mücadeleleri, yöneticileri yönetilenler karşısında haklı çıkarmayı ve yapılan icraatleri yöneticilerin onaylanmasını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle demokratikleşme sürecinin adeta vazgeçilmez bir faaliyet alanını oluşturan halkla ilişkiler, en ilkel toplumlarda dahi mevcuttur. Fakat ilk kez 1882 yılında Yale Üniversitesi tarafından düzenlenen "Halkla İlişkiler ve hukukçuların yükümlülükleri" adlı bir konferansta kavram olarak geçmiştir. Daha sonra 1897'de Amerikan demiryolları ile ilgili olarak çıkarılan "DemiryollarıYıllığı" nda kullanılmıştır. 1807'

²⁵ James B. ORRICK (Çev. Oğuz ONARAN), Halkla İlişkiler (Ankara .B.Y.Y.O. Ya., 1967), s.5

de Thomas Jefferson Amerika Birleşik devletlerinde 10 kongreye gönderdiği mesajlarda "Halkla İlişkiler" deyimini kullanmıştır²⁶.

Günümüzde üniversitelerde halkla ilişkilerin gelişim çizgisi, Dünyada gelişimi ve Türkiye'de üniversitelerde gelişimi olarak incelenecektir.

II.4.1. Dünyada Üniversitelerde tarihsel gelişimi

insanların toplum halinde yaşamaya başladığı ilk dönemlerde bile bugünkü halkla ilişkilerin ilk tomurcukları bulunur. Çeşitli kaynaklarda halkla ilişkilerin tarihçesi adlı bölümlerde, Sezar'ın Galya savaşından üstün enformasyon ve propoganda eseri olarak söz edilir. Eski Mısırda Firavunların halkın destek ve sempatisini kazanmak için düzenledikleri törenlerden, eski yunan filozoflarının görüşlerini açıklayıp, düşüncelerini tartıştıkları Agora toplantılarına kadar hep kamuoyu yaratma amacıyla yapılan çabalar²⁷.

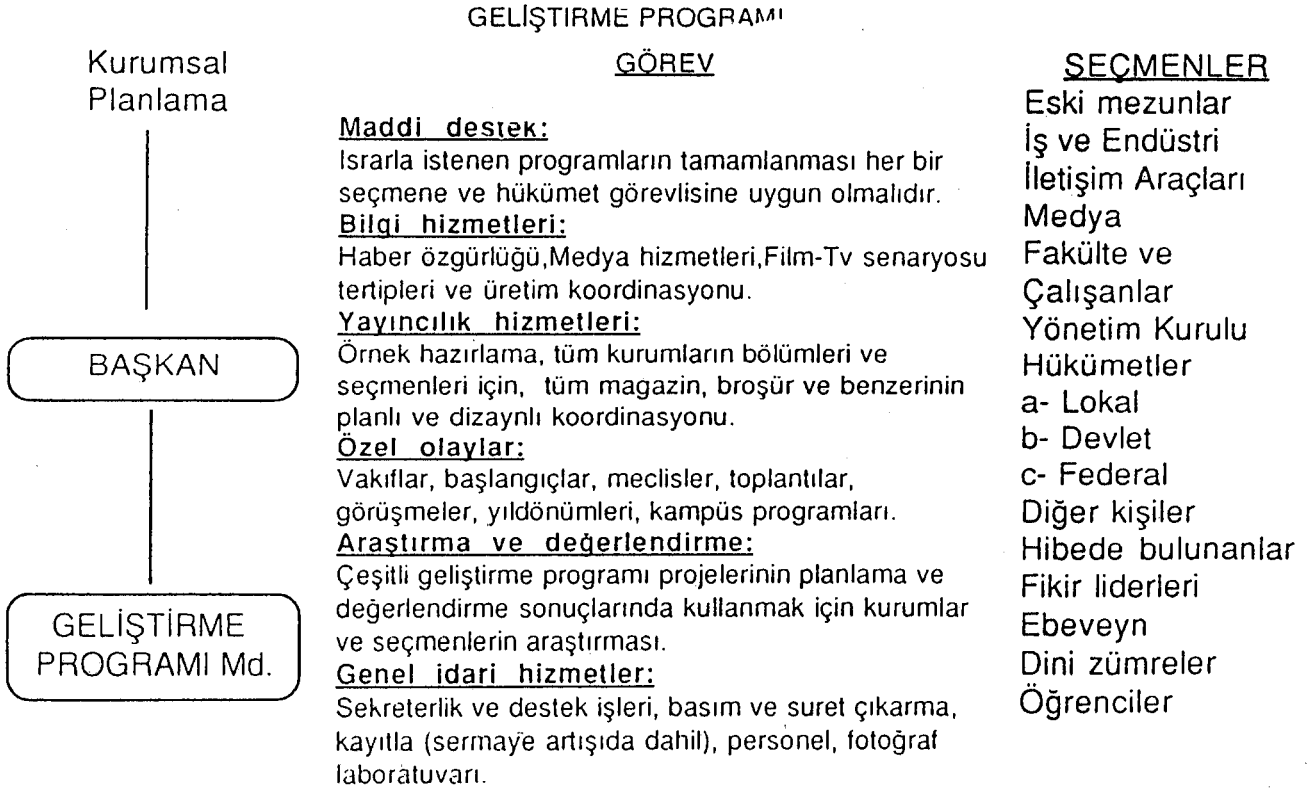
Üniversitelerde halkla ilişkiler çabalarına ilk kez bugünkü anlamında Amerika Birleşik Devletlerindeki üniversitelerde rastlanılmıştır. 1897 yılında Michigan Üniversitesinde Halkla İlişkiler Bürosu kurularak bu alandaki ilk adım atılmıştır. ABD'nde üniversite öğrenci sayısının artması ve Üniversitelerin gelir kaynaklarının arttırılması çabaları diğer üniversiteleri de Michigan Üniversitesindeki gibi halkla ilişkiler programları hazırlamaya yöneltmiştir. Harvard, Columbia, Pennsylvania, Chicago, Wisconsin Üniversitelerinde tanıtım programları hazırlamaya başlanmıştır²⁸.

²⁶ BUDAK,SOLAKOĞLU, Aynı,s.55

²⁷ Salim KADIBEŞEGİL, Halkla İlişkilerde Temel İlkeler, (İzmir,1986),s.18

²⁸ Selma COŞKUN, Üniversitelerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri, A.Ü.Sosyal Bilimler Ens.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi , (Eskişehir,1989), s.14

Amerika Birleşik Devletleri'nde Üniversitelerde Halkla İlişkiler konusundaki en belirgin gelişme Amerikan Koleji Halkla İlişkiler Derneği ve Amerikan Eski Mezunlar Derneği'ne ait bir çalışma komitesinin çalışmalarında yer almıştır. Bu çalışmalar, 1958'de White Siphur Springs, W.Va'da "The Greenbier" da Kolej ve Üniversite ilişkilerinin organize edilmiş prensip ve örneklerinin yer aldığı bir konferansta sonuçlandı. En büyük tavsiye mektubu, doğrudan kolej ya da üniversite başkanına iletilen, halkla ilişkiler yönetimi, eski mezunlarla ilişkiler ve sermaye artışı konularından sorumlu (Şekil-2) birleşik bir teşkilat müracaatı idi²⁹.



Şekil 2 : Bir eğitim kurumu için tipik bir geliştirme programı taslağı

²⁹ **Kaynak :** Ahmet B.GÖKSEL, Halkla İlişkiler, Tanık Ya., II Baskı, (İzmir, 1990)

Etkili bir kolej ve üniversitedeki halkla ilişkiler çalışmaları ve Greenbier katılımcıları, şu temel durumları kabul ettiler³⁰.

1.Kurumsal amaçların açıkça belirtilmesi.

2 Kusursuz bir üretim.

3.Uygun bir bütçe.

4. Uygun personel.

Amerikan Üniversiteleri Halkla İlişkiler Derneği ile Amerikan Mezunlar Birliği'nin çabaları sonucunda başlatılan faaliyetler, 1974 yılında Washington'da Eğitimi Destekleme ve Geliştirme Derneği'nin (Council for Advancement and Support of Education, CASE) kurulmasına neden olmuştur. Bu kurumun amacı³¹.

- Yükseköğretimin önemini gerekli çevreye duyurmak,
- Mezunların ilgi ve desteğini kuvvetlendirmek,
- Eğitim Kurumlarının hükümetle olan ilişkilerini geliştirmek,
- Üniversite personeline faaliyetler hakkında bilgi vermek,
- Kurum adına iyi bir danışma hizmeti verilmesini sağlamak,
- Eğitim için gerekli olan özel finansal desteği arttırmaktır.

1980'li yıllarda, Bazı kolejlerin, üniversitelerin ve iki yıllık yüksek-
okulların CASE'e üye oldukları görülmüştür. Bu gelişmeler Amerikan eği-
timinin hem yapısında hem de karakterinde belli değişiklikler getirmiştir.

³⁰ Philip LESLY, Lesly's Public Relations Hand Book,3.B (Englewood Cliffs,N.J.Prentice-Hall Inc,1983) s.317

³¹ Scott M.CUTLIP,,v.d Aynı ,s.631

Halkla İlişkiler faaliyetlerine yönelik düzenlenen konferanslar, yayınlar, CASE, üye olan kuruluşların yöneticilerini kendi kuruluşlarında daha etkin çalışmaya yöneltmiştir. Üye kuruluşlar, halkın Amerikan Üniversitelerine desteğini yeniden kazandırmak için kitle iletişim araçlarından da yararlanarak hazırladıkları video kasetler., katalog, broşür, ve benzeri yayınlarla etkinliklerini sürdürmüşlerdir.

ABD' deki üniversiteler içersinde ilk defa Halkla İlişkiler Bürosunu kuran Michigan State Üniversitesi'nde de Halkla İlişkiler faaliyetleri düzgün bir şekilde yürütülmektedir. Bu amaçla, yıllık faaliyet raporları, fakültelerin ve enstitülerin tanıtım katalogları, çeşitli dergi ve matbu mektuplar, hazırlanan video bantları, eşantyonlar, afişler, özel tören ve kutlamaları ve benzeri pek çok etkinlik, halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında düzenlenmektedir. Ayrıca üniversitenin tanıtım filmleri çekilerek, ilgili çevrelere gönderilmiş ve bu çevrelerin üniversite hakkında fikir sahibi olmaları sağlanmıştır³².

II.4.2. Türkiye'deki Üniversitelerde Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de halkla ilişkilerin kavram olarak yerleşmesi ve işlevsel olarak bir anlam ifade eden ilk birimin kuruluşu 1961 yılına rastlar, Bu gelişmede 1961 anayasasının da etkilerini gözardı etmemek gerekir. Zira bun anayasa ile halkın istek ve beklentilerine yönelik yeni etkiler meydana çıkmıştır. Anayasanın oluşturduğu yeni anlayış çerçevesinde "çevreye açılma" ile daha ileri kesimlerin yaşam düzeyleri ve daha yüksek kümelerin özlem düzeylerinden etkilenme olgusu güç ve hız kazanmıştır. Böylece halkın yeni edindiği istek açıklama ve elde etme yolları kurumsal ve düzenli

³² COŞKUN, Aynı, s.16-17

hale gelmiştir.

İlk kez halkla ilişkilerin kamu kuruluşlarına girmesi,1961 yılında kurulan Devlet Planlama Teşkilatının kuruluş şemasındaki "Yayın ve temsil şubesi"dir. 1964 yılında kurulan Nüfus Planlaması genel müdürlüğünde de Tanıtma ve Halk Eğitimi Dairesi adı altında oluşturulan birim doğum kontrolü ve aile planlaması konularında etkin hizmetler vermiştir.Özellikle kamu kuruluşlarında kurulan Basın ve Halkla İlişkiler birimleri çok uzun yıllar küpür derleme ve dosyalama hizmetlerinin ötesinde bir etkinlikte bulunamadılar. Özel kesimde ise halkla ilişkiler fonksiyonu reklam bölümleri ile karşılanmaktaydı. 1970 yılından sonra özel kesimde halkla ilişkiler uygulamalarındaki gelişmeler, başta bankalar olmak üzere, büyük işletmelerde yaygınlaşıp başarılı olurken , kamu kesiminde gerileme göstermiştir.

Halkla İlişkiler eğitimi bilimsel olarak ilk kez 1966 yılında Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde, Basın,Yayın Yüksek Okulu'nda "Halkla İlişkiler" bölümünün kurulmasıyla başlamıştır. Daha sonra okulun üç ve dördüncü sınıflarında ayrı bir bölüm olarak görülen halkla ilişkiler, 1970'lerde İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü'nde, Başkent Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu'nda ve İzmir'de Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi'ne bağlı Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulları'nda okutulmaya başlandı³³.

Halkla İlişkiler özellikle üniversitelerde bilimsel olarak yer aldıktan sonra ve 1972 yılında halkla ilişkilerde çalışanlarının kurduğu "Türkiye Halkla İlişkiler Derneği" nin de yoğun çalışmalarıyla özel sektörde yavaş yavaş kendini göstermiştir.

³³ KADIBEŞEGİL Aynı,s.23

Bugün bu çağdaş olgunun daha da iyi anlaşılmasıyla ve halkla ilişkiler bölümlerinin sayılarının artmasıyla birlikte, yönetim kademelerine hitap edecek düzeyde "Halkla İlişkiler" seminerleri halkla ilişkilerin gelişmesine neden olacaktır. Bütün bu gelişmeler göstermektedir ki günümüzde her ülkede halkla ilişkiler, hiçbir yönetim biriminin dışında kalamıyacağı bir çalışma alanı haline gelmiştir.

II.5 . HALKLA İLİŞKİLERİN TEMEL FONKSİYONLARI

"TANIMA" VE "TANITMA"

Halkla ilişkiler aynı zamanda bir iletişim sürecidir. Bu sürecin sağlıklı işlemesi ve devamını sağlamak için tarafların birbirlerini "Tanıma" ve "Tanıtma"larına yardımcı olacak birtakım teknikler kullanılmaktadır. Bu tekniklere geçmeden önce halkla ilişkilerin temel fonksiyonları olan "Tanıma" ve "Tanıtma" inceleyelim.

II.5.1 . Tanıma

Halkla İlişkiler çalışmalarının temeli halkla ilişkiler çalışması yapılan örgütü, kişiyi, mamülü, ve benzeri. şeffaflaştırmak yani, bunlarla ilgili olarak üzerinde çalışma yapılan objenin muhatabı olduğu tesbit edilen kitleyi sürekli olarak bilgilendirmek ve böylece bu kitlenin olumlu tutumlarına sahip olmak esasına dayanır. Bir başka deyişle halkla ilişkiler çalışmaları, muhatab kitleye karşı, halkla ilişkileri yapılan obje ile ilgili olarak gizli ve karanlık hiçbir nokta bırakmaksızın halkı aydınlatmayı temel ilke olarak kabul eder³⁴.

Tanıma çalışmalarının esas önemi, kuruluşun o pazarda veya piya

³⁴ ,GÖKSEL, Aynı, s.43

sadaki mevcut durumunu anlamada, kimlerin o kuruluşun hedef kitlesi olduğu, hedef kitlenin hertürlü demografik özellikleri, beklentileri, sorunları, rakiplerin durumu, pazardaki payları gibi sorulara cevap bulmanın yanında halkla ilişkiler mesajlarının hedef kitle üzerindeki etkinliğini ve kuruluş çalışanlarını kuruluşa karşı olan tutumlarını saptamaya yarar. Başlıca tanıma teknikleri ise; a) Anketler, b) Toplantılar, c) Basını izleme, d) Danışma e) Yüzyüze ilişkiler f) Satışlar g) Tüketici şikayetleri h) Kampanya değerlendirmeleridir³⁵.

II.5 .2 . Tanıtma

Tanıtma; bir örgütün bütün yön ve gerçekleriyle halka anlatılması, örgütün yapı ve görevleriyle ilgili bilgi ve haberlerin düzenli bir biçimde halka duyurulması ve gerektiğinde açıklığa kavuşturulması olarak tanımlanabilir. Tanıtmada amaç, örgütü halka benimsetmek ve örgüt amaçlarının gerçekleşmesine katkıda bulunmaktır³⁶.

Tanıtma bu yönüyle halkla ilişkiler sürecinin ikinci bölümünü oluşturur. Çünkü tanıtmanın olması için ortada tanıtmaya değer bir iş ve eylemin olması gerekir. Fakat tanıtma olmadan da yapılan eylemin kamuoyuna benimsetilmesi ve desteğinin elde edilmesi pek mümkün değildir.

Tanıtma, belirli mesajları belirli gruplara ileterek davranışları değiştirmeyi amaçlar.

³⁵ İzzet BOZKURT, Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Geliştirilmesinde Halkla İlişkilerin Rolü (E.Ü.Sosyal Bilimler Ens.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi (İzmir,1993),s.142

³⁶ Atilla DİCLE, " Halkla İlişkilerde Basınla İlişkiler Tanıtma "ODTÜ. Gelişme Dergisi, Sa.,113,(Ankara,1976),s.2

Tanıtmanın etkili olabilmesi için şu ilkeler izlenmelidir³⁷.

-Tanıtım hedef gruba hitap etmelidir.

-Tanıtım, imaj ile tutarlı olmalıdır.

-Tanıtımda rasyonel cazibe ile duygusal cazibe beraber kullanılmalıdır.

Tanıtmanın halkla ilişkiler çalışmaları için asıl işlevini ise; kuruluşa sempati ile birlikte duyulan güvendir. Bu güven kuruluşun uzun yıllar ayakta kalmasını ve kuruluşun herhangi bir kriz dönemini kolayca atlattığını sağlar.

Halkla ilişkiler tanıtım faaliyetlerini çeşitli mecralar aracılığı ile yürütebilir. Bunlar; gazeteler; süreli yayınlar; özel yayınlar, kulağa hitap eden kanallar (radyo., seminerler vb.) ; göze hitap eden kanallar (sinema,TV, slayt,film, dia) afiş, ilanlar, posta (mektuplar,anketler,haber bültenleri); şahsi ilişkiler (ziyaret, telefon,toplantı), özel kanallar (Konferanslar, yarışmalar) olabilir.

Etkin bir tanıtım yapılabilmesi için mesajın amaca uygun kanalla ve uygun zamanda dinleyiciye iletilmesi gerekir. Kanalın uygunluğu pazarın ve haberin özelliklerinden ve bu iş için ayrılacak bütçeden etkilenir.

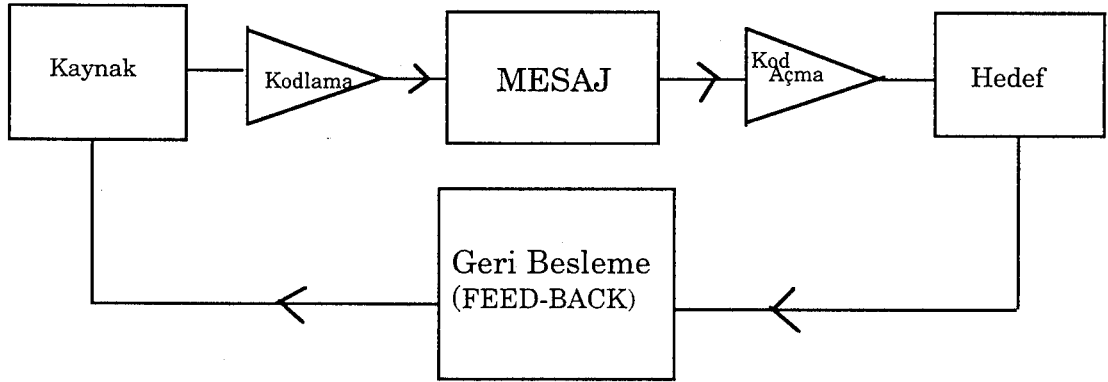
Tanıtım faaliyeti açıkça belirlenen bir amacı gerçekleştirmek için yürütülen planlı bir faaliyettir. Bu faaliyet sonucu elde edilen neticeler amaca göre değerlendirilmeli ve tanıtımın başarısı saptanmalıdır.

³⁷ Peter SHAW, "Stratejiye Dayalı Tanıtımlar " Halkla İlişkiler ve Dış Tanıtım Semineri,DPT,Marmaris 19-20 Mayıs 1991, s.11

II . 6 . HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM

Halkla ilişkiler uygulamasının temelinde iletişim yer almaktadır. Bir başka deyişle Halkla ilişkiler bir nevi iletişim olayıdır. Çok basit tanımıyla iletişim bir kişiden, diğerine (kişiler de olabilir) bilgilerin düşüncelerin, davranışların aktarılmasıdır. Bu nedenle gerek halkla ilişkilerin daha iyi anlaşılabilmesi gerekse uygulayıcıların daha başarılı olması ve sonuca daha kolay ulaşmaları için iletişim olgusunun, gerek kavram gerek uygulama olarak bilinmesi gerekmektedir³⁸.

İletişim kelimesi Latince'de "communis" ten "ortak, ortaklık, birlikten" gelmektedir. İletişim genel olarak, kaynak ile hedef arasında mesaj alış-verişini içeren bir süreçtir. İletişim süreci; kaynak (gönderen), kodlama, mesaj, kanal, kod çözme, hedef (alıcı) ve geri besleme (feed back) öğelerinden oluşur. (şekil-3)



Şekil 3 : İletişim Süreci

Halkla ilişkilerde kaynak (gönderen), kurumun kendisi bağlı organları, işletmeleri veya kitle iletişim araçlarıdır. Hedef (alıcı), bir birey, bir kurum, örgütlenmiş veya örgütlenmemiş bir grup ya da toplumun bütünü olabilir. Mesaj; kaynaktan hedefe gönderilen bir uyarı, bir bilgi, bir davranış

³⁸ Metin KAZANCI, Halkla İlişkiler Açısından Yöneten ve Yönetilenler (Ankara,1978),s.28

veya herhangi bir ileti olabilir. Kodlama, bir düşüncenin ilettime hazır bir mesaj biçimine dönüştürülmesidir. Kanal, bir mesajın kaynaktan hedefe iletilmesini sağlayan araçtır. İletişim kanalı genellikle kitle iletişim araçlarıdır. Geri besleme (feed back) ise kaynağın, gönderdiği mesajların hedefte yarattığı etkiyi öğrenme çabalarıdır³⁹.

İletişimin amaçlanan etkisi gönderilen mesaj sonucunda alıcının davranışlarında ortaya çıkan değişimlerdir. Etkileyici iletişimin amacı, kaynak tarafından amaçlanan davranışın, iletişim sonucunda alıcıda görülmesidir. Hedef alıcı üzerinde üç ana iletişim etkisinden söz edilmektedir⁴⁰.

-Alıcının bilgi düzeyinde ortaya çıkan değişme,

-Alıcının tutumunda görülen değişme,

-Alıcının açık davranışlarında görülen değişme.

Her zaman olmasa bile çoğu kez bu üç değişme ard arda görülür. Bilgide değişme tutum takınmadan önce, tutum takınma ise davranış değişikliğinden önce gelir. Halkla ilişkiler mesajları bu sıra göz önünde tutularak hazırlanır.

Bir iletişim süreci olarak halkla ilişkiler modeli şekil: 4 de şu şekilde gösterilebilir. Kaynak durumunda olan kurum, hedef alıcılara mesajlarını kanalı oluşturan kitle iletişim araçlarını kullanarak gönderir.

Mesajın alıcıya gönderilmesi ile halkla ilişkiler sürecinin ilk aşaması

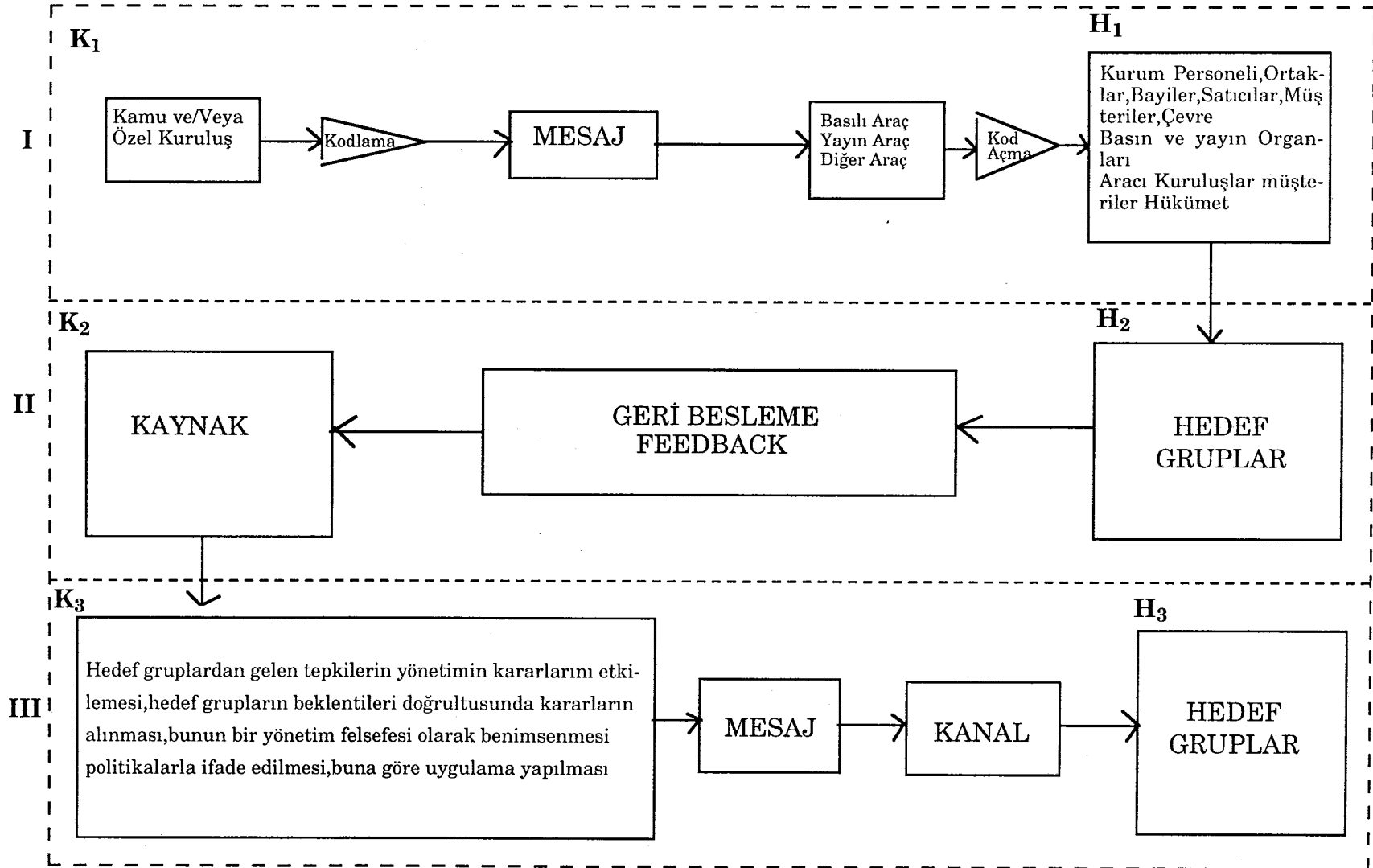
39 SCHRAMM,s.100-101;Haluk GÜRGEN," Televizyon Reklamlarında Yaratıcı Strateji " (Doktora Tezi,A.Ü.Sosyal Bil.Ens.,Eskişehir,1987),s.8

40 GÜRGEN,Ayn,s.9

gerçekleştirilir(I) Düz mantıkla bakıldığında, kaynaktan alıcıya mesaj yollanıp alıcı tarafından algılanmasıyla iletişimin sona erdiği yargısına varılabilir. Oysa konunun ikinci bir boyutu vardır ki, bu boyut özellikle halkla ilişkiler açısından önem kazanır. Halkla ilişkiler uygulaması içinde alıcının yanıtı bütün sürecin nedenini meydana getirir. Bağlı olarak iletişim süreci, bir mesaj olarak yanıtın gönderene geri gitmesini de içermektedir. (II). Belirtilmesi gereken önemli bir noktada, yanıtın kaynağa geri dönmesinin kendiliğinden olmayacağıdır. Bunu elde edebilmek için kaynağın şu ya da bu şekilde özel bir çaba harcaması, planlı davranması gerekmektedir. Bu yolla kaynak, hedef gruplar ve eğilimleri hakkında bilgi sahibi olur. Halkla ilişkiler bu iki aşamadan oluşan bir iletişim sürecidir.

Bu iki aşamanın birleşmesinden oluşan ve halkla ilişkiler için asıl önemli olan ise üçüncü aşamadır(III) Hedef gruplarından geri besleme ile alınan tepkilerin, eğilimlerin ve beklentilerin yönetimin (kaynak durumunda olan kurumun) kararlarını etkilemesi alıcıların beklentilerinin doğrultusunda kararların alınması, bunun bir yönetim felsefesi olarak benimsenmesi gerekir.

İletişim süreci süreklidir. Önemli olan kurumun sürekli bir biçimde bu işlevi amaçları doğrultusunda kullanabilmesidir. Bu süreç ancak hedef grupların tepkilerinin felsefe olarak benimsenmesi, politikalarla ifade edilmesi ve politikaların uygulanabilmesi ile gerçekleşebilir.

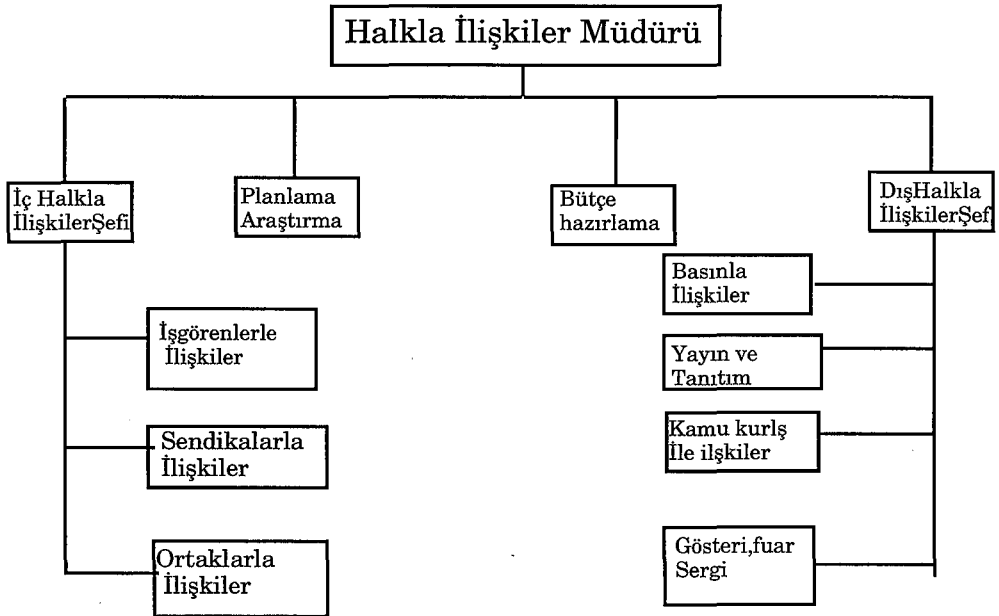


Şekil 4 : Halkla İlişkiler Modeli (Süreci)

II.7.HALKLA İLİŞKİLER ÖRGÜTÜNÜN YAPILANMASI

Halkla ilişkiler,kurumun yapısı,amaçları büyüklüğü ve çevreyle ilişkilerinin yoğunluğuna bağlı olarak değişik türde bir örgütsel yapılanmaya gidebilir (Bkz.Şekil:5).Örneğin ,kurumun yapısı gereği dış çevre ve özellikle uluslararası çevreyle yakın ve yoğun ilişkiler söz konusu ise,halkla ilişkiler bölümüne daha fazla iş düşecektir.

Bütün kurumlar ve işletmeler için,hatta aynı iş dalında bulunan işletme ve kurumlar için geçerli prototip bir halkla ilişkiler bölümü örgütlenme modeli sunmak olanaksızdır.Ancak bir örnek model vermek gerekirse,öncelikle halkla ilişkiler bölümüne bağlı iç ve dış ilişkiler ünitesi oluşturmakla işe başlanabilir.Daha sonra her kurum ve kuruluş kendi yapı ve gereksinimlerine göre alt üniteler oluşturur⁴¹.



Şekil 5 :Halkla İlişkiler Biriminin Örgütlenmesi

Kuruluşların dikkat etmesi gereken en önemli husus halkla ilişkilerin bütçelenmesi olayıdır.

⁴¹ Zeyyat SABUNCUOĞLU, İşletmelerde Halkla İlişkiler (Bursa,1992),s.54

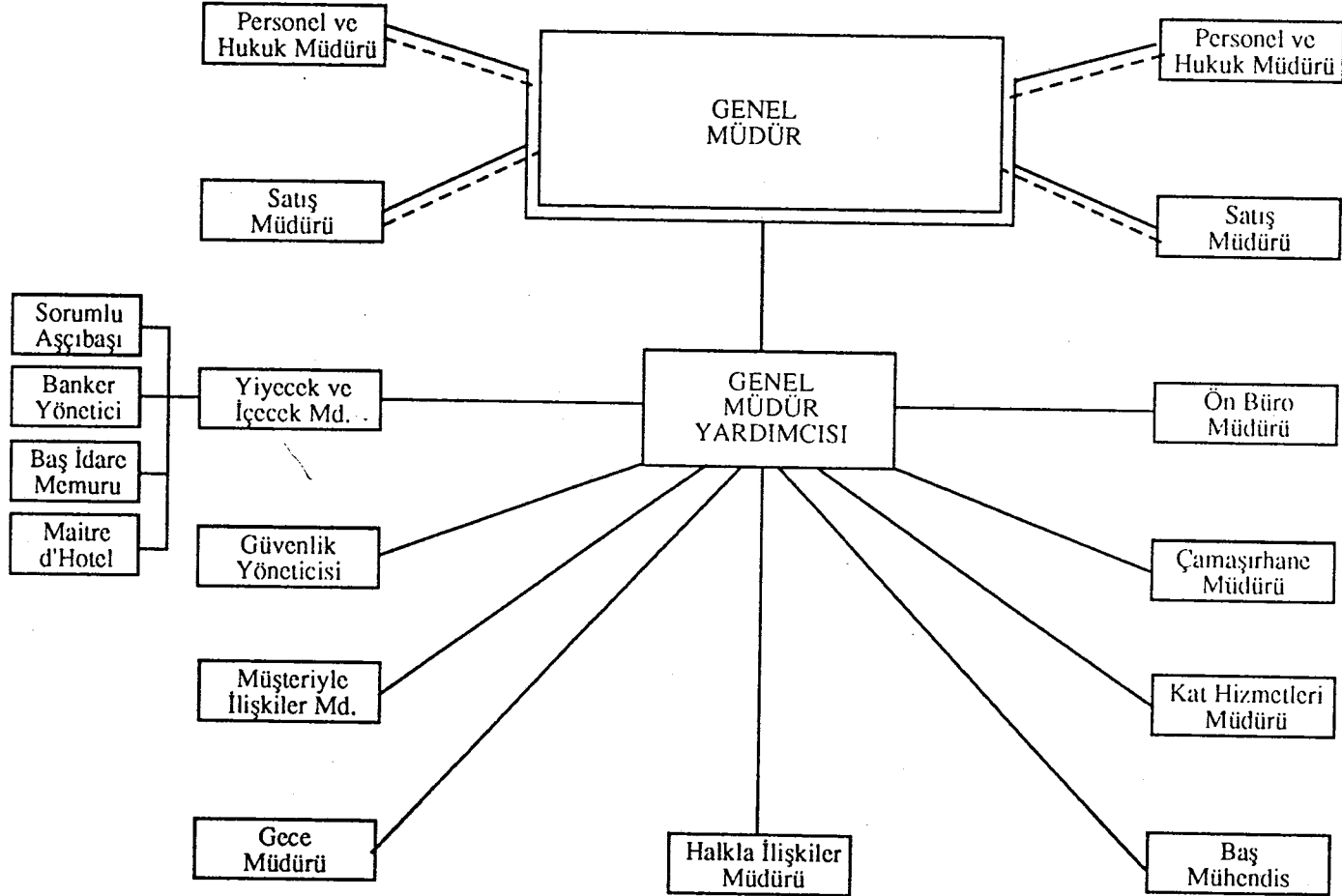
Halkla ilişkiler bütçesi, bir takvim yılı içinde kuruluşun halkla ilişkiler bölümünün yönetimi, araştırma, plânlama, koordinasyon ve program uygulamaları için gerekli olan harcamaların iyi tahminlere dayandırılmış parasal dökümlerinden oluşur. Böylece harcamalar kontrol altında tutulur ve gereksiz harcamalardan da kaçınılır⁴².

II.8. HALKLA İLİŞKİLERİN ÜNİVERSİTE ÖRGÜTLERİNDE YAPILANMASI

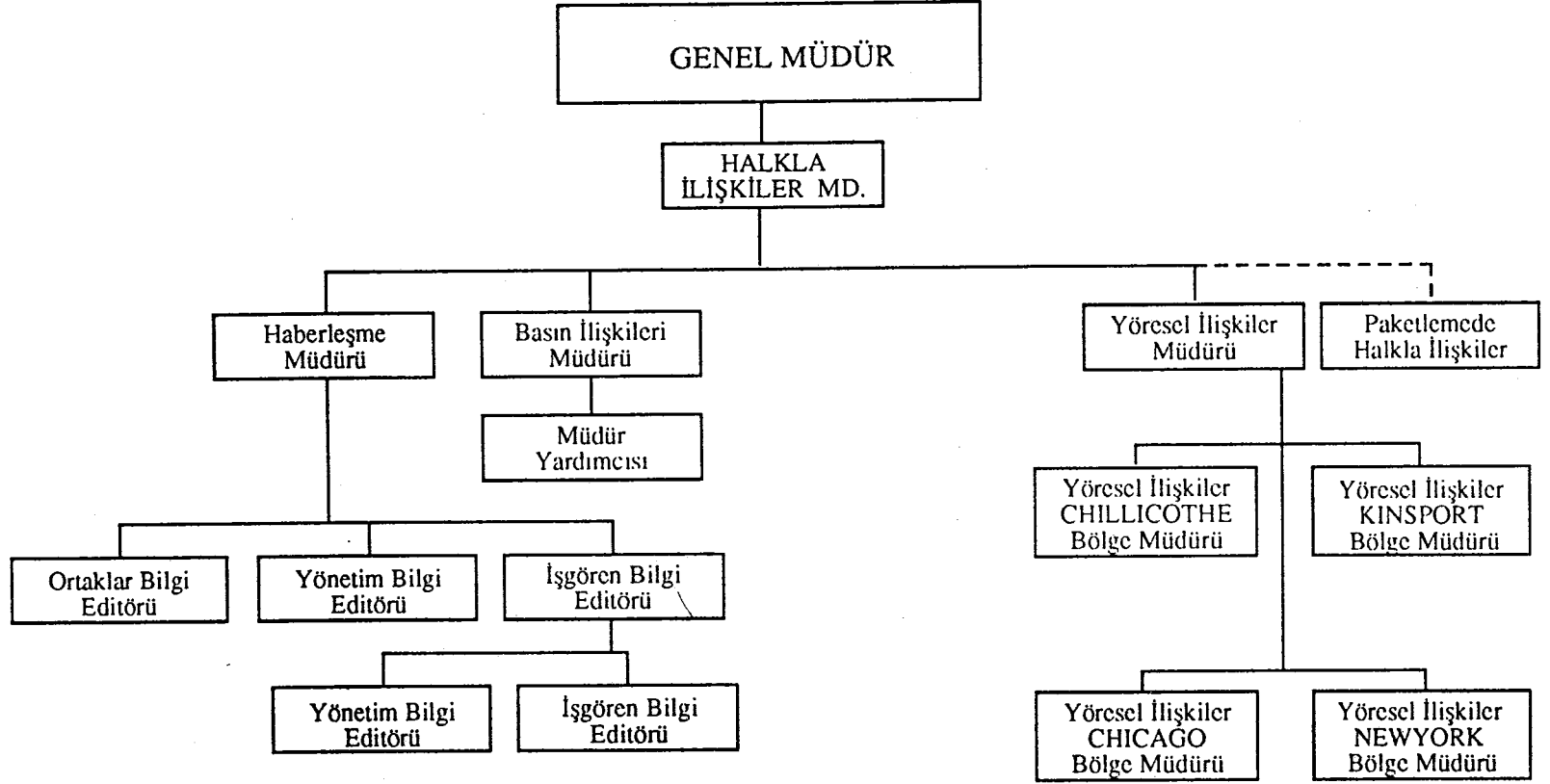
Daha önce belirtildiği gibi halkla ilişkiler sorumluluğu sadece halkla ilişkiler birimlerinde çalışan uzman ve yetkili kişilerin üstüne yüklenemez. Bir kuruluşla üst yöneticisinden memuruna, işçisine kadar herkesin sorumluluğundadır. Ancak kuruluşlarda bu işlevi planlı ve programlı bir biçimde yürütecek ayrı bölümlere ihtiyaç vardır. Kuruluşlar, izledikleri politikalar, çalışanların sayıları ve kuruluşların büyüklüklerine göre çeşitli biçimlerde örgütlenmeye gidebilirler(Şekil :6 ve 7) .

Üniversitelerde halkla ilişkilerin etkin bir biçimde yerine getirilebilmesi için halkla ilişkiler bölümünün bağımsız olarak direkt üst yönetime (Rektörlük veya Genel Sekreterliğe) bağlı olarak çalışması zorunludur. (Şekil 8). Üst yönetimin başkanlığında en az ayda bir toplanan halkla ilişkiler birimi uzmanları üniversitenin politikası ve temel ilkeleri konusunda yapılan çalışmalarını gözden geçirerek, hazırlanan yıllık halkla ilişkiler plâni ve bütçesini onaylarlar. Bundan sonra halkla ilişkiler bölümü devreye girip kampanyaları en etkin ve bilinçli bir şekilde devreye sokar. Halkla ilişkiler bölümü üniversitede ki tüm birimlerle de ilişki içersinde olmak durumundadır. Personel bölümü ile ortak çalışarak, işe yeni alınanların veya

⁴² KADIBEŞEGİL, Aynı, s.31



Şekil 6 : Etap Marmara Oteli'nin Organizasyon Şeması



Şekil 7: MEAD Şirketinin Halkla İlişkiler Bölümünün örgüt şeması

mevcut personelin üniversiteyi daha iyi tanımalarını ve üniversitenin plân ve politikalarından haberdar edilmelerini sağlayabilir. Hizmet içi eğitim konusunda girişimlerde bulunabilirler. Personel bölümü, halkla ilişkiler bölümü ile kurduğu ortak çalışma sonucu kurumda çalışan personel için özel günler, çay partileri, moral geceleri vb. etkinlikleri düzenleyebilir. Çünkü yüksek moral ve iş doyumunu elde eden personel daha verimli çalışmaktadır.

Günümüzde yönetimin fonksiyonlarından biri haline gelen halkla ilişkiler yönetimin her kademesi ile ilgili olarak bilgi sahibi olmalıdır. Yöneticiler, üniversite için önem taşıyan politikalar çizerken ve kararlar alırken, halkla ilişkiler yöneticisinin de fikrini almalıdır. Üniversitelerin sosyal sorumluluklarını tam anlamı ile yerine getirebilmeleri ancak bünyelerinde halkla ilişkiler birimi ya da bölümü oluşturmalarıyla mümkün olabilir.

II.9. TÜRKİYE'DE ÖRGÜT YAPILARINDA HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİ OLAN ÜNİVERSİTELERİN ETKİNLİKLERİ

Türkiye'de örgüt yapılarında halkla ilişkiler birimleri, bulunan üniversiteleri şöylece sıralayabiliriz; Akdeniz, Anadolu, Ankara, Atatürk, Boğaziçi, Cumhuriyet, Çukurova, Dicle, Dokuz Eylül, Ege, Fırat, Gazi, Bolu, Hacettepe İstanbul Teknik, Ondokuz Mayıs, ODTÜ, Selçuk, Yıldız Üniversiteleri dir⁴³.

Aşağıda sıralanan (Bkz. Tablo 1) ve örgüt yapılarında halkla ilişkiler birimi bulunan üniversitelerin faaliyetlerine kısaca göz atacak olursak

⁴³ COŞKUN, Aynı, s.20

Üniversite Adı	Birim Adı
Akdeniz	Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü
Anadolu	Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Ankara	Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Atatürk	Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Boğaziçi	Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Bolu İzzet Baysal	Basın Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Çukurova	Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Dicle	Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü.
Dokuz Eylül	Basın,Protokolve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Dumlupınar	Basın ve Halkla İlişkilerMüdürlüğü
Ege	Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Fırat	Yazı İşleri ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Gazi	Basın ve Halkla İlişkiler Büro Başkanlığı
Gaziantep	Basın Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Hacettepe	Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
İstanbul	Halkla İlişkiler ve Tanıtma
İstanbul Teknik	Dış İlişkiler Enformasyon Müdürlüğü
Ondokuz Mayıs	Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Birimi
ODTÜ	Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Pamukkale	Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü
Selçuk	Basın Müşavirliği
Trakya	Basın ve Halkla İlişkiler
Yıldız	Basın-Kültür ve Dış İlişkiler Daire Başkanlığı
Yüzüncü Yıl	Basın ve Halkla İlişkiler Bürosu

Tablo 1: Türkiye'deki Üniversitelerin Halkla İlişkiler Faaliyetlerini yürüten Birimleri

,genelde bünyesinde halkla ilişkiler birimi bulunan üniversitelerin düzenledikleri faaliyetlerin daha organize bir şekilde yürütüldüğü gözlenebilir.Hepsinde ortak çaba;kurumsal reklamcılık,tanıtıma dönük faaliyetler,basınla ilişkiler,özel faaliyetler olarak özetleyebiliriz.

Ankara Üniversitesi: Üniversitenin bu alanda yaptığı faaliyetler şu şekilde belirtilmiştir;

1.Üniversitenin çeşitli amaçlarla süreli ve süresiz olarak yayınladığı basılı malzemeler

2.Üniversitenin bölge halkına, öğrencisine, personeline götürmüş olduğu sağlık,kültür,spor v.b.hizmetler

3.Üniversitenin tanıtılmasında etkin rol oynayan basın ve TRT ile yürütülen ilişkiler.

Boğaziçi Üniversitesi:Üniversitenin tanıtıma yönelik etkinliklerinde, Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nden ziyade, öğrencilerin kurdukları öğrenci kulüpleri etkin rol oynamaktadır. Boğaziçi Üniversitesi'nde 20'den fazla dernek ve kulüp, çeşitli aktivitelerle (sempozyum,serminer konferans,şenlik,konser) uğraşmaktadır. Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, basın küpürü derleme, basınla ilişkiler, Rektörlüğe gelen ve dış ilişkilerle ilgili konularda yazışma, şeklinde etkinliklerini sürdürmektedir.

Çukurova Üniversitesi: Üniversitenin halkla ilişkiler uygulamalarını şöyle sıralayabiliriz.

1.TR7 ve Basınla İlişkiler.

2.Yayımcılık hizmetleri (gazete,bülten,dergi)

3. Bilimsel toplantılar düzenlemek.

4.Sosyal,kültürel ve sportif etkinlikler düzenlemek.

Dicle Üniversitesi:Üniversitenin halkla İlişkiler Müdürlüğü;

1.Basın ve TRT ile ilişkilerini düzenlemek.

2.Kamu,kurum ve kuruluşları arasında diyalogu sağlamak.

3.Protokol hizmetlerini yürütmek.

4.Tanıtım amacına yönelik basılı ve görsel (video) yayınların hazırlanmasını sağlamak.

Gazi Üniversitesi: Üniversitenin faaliyetleri iki ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar doğrudan ve dolaylı tanıtım faaliyetleridir.

1.Doğrudan Tanıtım faaliyetleri; yayınlar,konferanslar,toplantılar,sempozyumlar,sosyal ve kültürel etkinliklerin organizasyonu.

2.Dolaylı tanıtım faaliyetleri;Üniversiteden mezun olanların yaptığı tanıtım etkinlikleri.

3.Rektörlük Törenlerini organize etmek.

4.Protokolü takip etmek.

5.Tanıtım broşürü, kataloğu vb. yayınları çıkarmak.

6.Fotoğraf,slayt ve video arşivleri kurmak.

7.Kültürel etkinliklerde diğer birimlerle koordineli çalışmak.

Hacettepe Üniversitesi: Üniversitenin Basın ve Halkla İlişkiler

Müdürlüğü üniversite genel sekreterliği'ne bağlı bir birimdir ve faaliyetleri şu şekilde özetlenebilir;

1.Üniversitenin saygın imajının canlı tutulması için kurum içinde ve kurum dışında çeşitli vesilelerle çalışmalar yapmak.

2.Basın-Yayın kurunları ile ilişkilerin düzenli ve başarılı bir şekilde yürütülmesi için çalışmalar yapmak.

3.Rektörlük törenlerini düzenlemek.

4.Rektörlük adına yapılan sosyal ve kültürel faaliyetleri organize etmek.

5.Rektörlük özel kalem hizmetlerinden bazılarını yürütmek.

Ondokuz Mayıs Üniversitesi: Üniversitenin Basın-Yayın ve Halkla İlişkiler Biriminin çalışmaları şöylece sıralanabilir;

1.Basın-Yayın kuruluşları ile ilişkileri organize etmek.

2.Yayın faaliyetlerinde bulunmak.

3.Fotoğraf ve slayt arşivi düzenlemek.

4.Törenleri düzenlemek.

5.Telefon rehberi hazırlamak.

6.Rektörlük özel kaleme destek vermek.

Ortadoğu Teknik Üniversitesi: Türkiye'de ilk kez Basın Halkla İlişkiler Müdürlüğünü kuran Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin çok fazla ve başarılı Halkla ilişkiler etkinlikleri şöyle özetlenebilir;

1.Katalog,broşür,bülten çıkarmak (düzenli bir şekilde ve periyodik olarak).

2.Mezunlarla sürekli irtibat halinde olmak.

3.Yurt dışına çıkan öğretim üyeleri ile tanıtıcı yayınlar göndererek, yurtdışında da ODTÜ'nin sürekli tanıtımını yapmak.

4-Personele yönelik olarak, çocukları için yaz okulları düzenlemek, (bilgisayar,müzik, vb.)

5.Basın ve TRT ile ilişkileri sürekli ve canlı tutmak.

6.Geneleneksel,"Bahar Şenliği" düzenlemek sayılabilir.

Selçuk Üniversitesi: Basın Halkla İlişkiler Bürosu direkt Rektöre bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Faaliyetleri ise şöyle özetlenebilir.

1.Basın Toplantıları düzenlemek.

2.Konferans,panel gibi toplantılar düzenlemek.

3.Öğrencilere barınma konusunda yardımcı olmak.

4.Öğrencilere barınma konusunda yardımcı olmak.

5.Sosyal ve kültürel içerikli toplantılar düzenlemek.

6.Yayıncılık faaliyetlerinde bulunmak.

Yüzüncü Yıl Üniversitesi:Üniversitenin Basın ve Halkla İlişkiler Bürosu'nun çalışma sistemi şöyle özetlenebilir.

1. Tanıtım ve imaj yaratmaya yönelik Basın ve Yayın Faaliyetleri

2.Kurum içi ve kurum dışı hedef kitlelere yönelik Bilimsel,Kültürel ve Sosyal aktiviteler.

Kurulduğu yöreye önemli katkılar sağlayan ve ülkemizin çeşitli bölgelerinde kurulmuş olan Üniversitelerimiz varolan kaynakları ile toplumu her yönde etkilemeye devam ederek, toplum hayatına daha fazla katkıda bulunmaya çalışmaktadırlar.

II.10. ÜNİVERSİTE HALKLA İLİŞKİLERİNİN ÖRGÜT İÇİ VE ÖRGÜT DIŞI ETKİNLİKLERİ

Bir önceki bölümde sadece başlıklar halinde verilen üniversitede halkla ilişkiler faaliyetlerini daha detaylı inceleyerek bu etkinlikleri örgüt içi ve örgüt dışı olmak üzere ikiye ayırabiliriz.

Örgüt İçi Etkinlikler : Üniversitelerin halkla ilişkiler biriminin kendi içinde,yaptığı etkinliklerdir.

Personel : Bir kurumda yöneticiden odacıya her kademedeki personel dışarıya karşı kurumu temsil etme özelliğini taşır⁴⁴. Üniversitelerde,doktordan,fizikçiye,mimardan mühendise,kimyacıdan,dişçiye çeşitli uzmanlık dallarında çalışan personel ile bahçıvandan,hizmetlisine,çaycısına,bekçisine kadar çeşitli görevleri yürüten personel bulunmaktadır.

Halkla ilişkiler politikası ve stratejisi kapsamında benimsenen temel ilkelerin tüm çalışanlarca uygulanması esastır.Halkla ilişkiler konusunda tüm personelin sorumluluğu vardır.Santralda görev yapan operatö-

⁴⁴ Metin KAZANCI,Halkla İlişkiler Kurumsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar (Ankara,1982), s.139

rün sesinin tonundan, üniversiteyi gezmeye gelen gruplara ilgi gösterilmesi, bilgi verilmesi gibi davranışlara kadar hepsi, birer halkla ilişkiler olayıdır ve sadece halkla ilişkiler bölümüne değil tüm personele düşen sorumluluklardır. Bu nedenle kurum içinde çalışan personele kurum ile ilgili ve gelişmeleri anında yansıtan bilgileri açık iletişim kanalları ve etkin araçlar ile iletmek gerekir. Bunlar el kitapçıkları, raporlar, fotoğraf, video, mektup, yazılı ve işitsel araçlar, konferans ve seminer gibi sözlü iletişim araçları olabilir.

Personelin sözlü ve yazılı iletişim araçları ile yönetimin yapısı ve politikasını yansıtmak, öte yandan personelden gelecek istek, dilek ve benzeri önerileri üst yönetime aktarmak halkla ilişkiler bölümünün görevlerinden sadece birkaçıdır.

Halkla ilişkiler uygulamalarında personele dönük kullanılan bazı ilginç yöntemlerden de söz edilebilir. Örneğin; personelle ilişki büroları, telefon enformasyonu, özel konulu toplantılar, kapalı devre televizyon programları, çalışanların ailelerine yönelik etkinlikler, eğlence ve moral organizasyonları sayılabilir⁴⁵.

Öğretim Üye ve Elemanları : Bir üniversitede enstitü, fakülte ve yükseköğretim kurumlarının başındaki kişiler ile, bu kurumda çalışan diğer yönetici ve öğretim elemanları, üniversitenin toplumda yarattığı ve yaratmak istediği imajın oluşmasında önemli bir rol oynamaktadırlar⁴⁶. Akademisyenlerin üniversitelere yaptıkları katkılara karşılık üniversitelerin onlara tüm bilim

⁴⁵ Haluk GÜRGEN, " Halkla İlişkiler" Semineri, ORHİM Eğitim ve Kültür Merkezi, (İstanbul, 1990), s.35

⁴⁶ COŞKUN, Aynı, s.3

sel faaliyetlerin zamanında duyurulması gibi halkla ilişkiler kanalı ile götürdüğü hizmetleri vardır.

Öğretim üyelerinin yurt içinde veya yurt dışında katılacakları konferans,seminer gibi etkinliklere davet edildikleri takdirde bunun kurum içi ve kurum dışı yayınlarda ve basında duyurusunu yapmak,akademisyenlerin üniversite tarafından yalnız bırakılmadığı duygusunu yaratır.

Öğrenciler : Öğrenciler üniversiteye başlarken iyi bir eğitim ve öğretimin yanısıra boş zamanlarını değerlendirebilecekleri,fiziksel ve ruhsal rahatsızlıkları olduğunda başvurabilecekleri,barınma ve yemek ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri yerlere ihtiyaç duyarlar.Üniversite öğrencileri için çeşitli faaliyetler düzenleyerek, duyurular asarak, sağlık merkezleri kurarak ve üniversite içersinde banka, eczane, kitapevi ve benzeri yerler açarak öğrencilerin çeşitli ihtiyaçlarına cevap verebilmek çok önemlidir. Bu faaliyetleri halkla ilişkiler bölümü organize edilebilir.

Örgüt Dışı Etkinlikler: Üniversitenin dış çevresini basın, yerel yönetim ve diğer kamu kuruluşları çevreler. bunlara yönelik yapılan etkinlikleri ise şöyle özetleyebiliriz;

Basın Yayın Kurumları İle Olan İlişkiler: Halkla ilişkilerde en çok yararlanılan araçların başında basın gelmektedir. Basının temel görevi haber vermektir. Basının topluma bilgi verme, buna karşılık, toplumun çeşitli konulardaki düşüncelerini açıklama işlevi bulunmaktadır⁴⁷.

Basının güveninin kazanılması ve saygınlık yaratılması tüm diğer kamu kuruluşlarında olduğu gibi üniversiteler içinde önem taşımaktadır.

⁴⁷ KAZANCI,Aynı,s.45

Bu nedenle yapılan etkinliklerin basına tanıtılması ve duyurulması çok önemlidir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde en çok başvurulan yöntem basın bültenleridir. Basın bülteni halkla ilişkiler bürosu ile basın arasında bir iletişim köprüsüdür.

Üniversiteler kuruluş yıl dönümleri, açılış törenleri, açılış törenleri, gerçekleştirilen bilimsel faaliyetler, yarışma, sergi, tiyatro vb. etkinlikleri basın bültenleri ile duyurmanın yanı sıra ,TV'de görüntülü olarak da yer almasına önem verirler.

Kurumu ilgilendiren önemli haberlerin aktarılmasında basın toplantılarından yararlanılabilir. Bunun için de basın kokteylleri düzenlenebilir. Böylece üniversite yöneticileri, öğretim üyeleri ile basın mensuplarının birbirlerini yakından tanımaları sağlanabilir. Basın mensuplarına kurumu tanıtmak diğer bir halkla ilişkiler uygulamasıdır. Üniversite ile basın-yayın kurumları arasında karşılıklı anlayışı geliştirmek amacı ile basın turları düzenlemek dostlukları geliştirilebilir.

Halkla ilişkiler kurum ile ilgili haberleri basına hızlı, doğru, sürekli ve zamanında aktarmayı sağlamalıdır.

Diğer Yükseköğretim ve Ortaöğretim Kurumları: Henüz ilkokula başlayan öğrenciye ileride ne olacağı sorulduğunda doktor, mühendis, öğretmen vb. cevaplar verecektir. İlkokul öğrencisi arzu ettiği mesleğe ulaşabilmesi için önce ortaöğretim sonra yükseköğretim basamaklarından geçmesi gerekmektedir. Eğitim kurumlarının her aşamada birbirleri ile ilişkileri vardır. Bu nedenle aralarındaki iletişimin kuvvetli olması gerek-

mektedir. Çünkü ulaşılmak istenen hedefe değişik kaynakların bir araya getirilmesi ile daha çabuk ulaşılabacaktır.

Üniversiteler arasında öğretim üye ve elemanları arasında sürekli iletişim söz konusudur. Çeşitli konularda gerçekleştirilen bilimsel toplantılarda bir araya gelen öğretim üyeleri birbirleriyle bilgi ve kültür alışverişi içinde bulunmaktadır. Yine her yıl üniversitelerden bir çok öğretim elemanı yurt dışına çıkmaktadır. Bunlar beraberlerinde üniversiteyi tanıtıcı bilgi ve belge taşımaktadırlar. Bu bilgi ve belgeleri tanıtıcı yayınların orta öğretim ve diğer üniversite ortamlarına iletilmesi de halkla ilişkileri faaliyetleridir. Bir üniversitenin diğer öğretim kurumları ile sağlıklı ve iyi ilişkiler kurması, kurum imajının yaratılmasında önemli rol oynar⁴⁸.

Diğer Kamu Kurum Ve Kuruluşları İle İlişkiler: Üniversiteler bilindiği gibi hizmet üreten kurumlardır. Bu hizmetlerin topluma ulaştırılmasında zaman zaman sorunlar çıkabilmektedir. Bunun çözümü bazen yasama organlarına, bazen yerel yönetimlere veya diğer kuruluşlara ait olabilir. Üniversitelerin yol, su, elektrik, ulaşım, haberleşme gibi gereksinimlerini karşılayan kurumlarla sağlıklı bir şekilde iletişim kurması büyük önem taşır. Çünkü bölge halkına ve ülkeye hizmet eden üniversiteler bu aksaklıklardan dolayı hizmetlerini aksatabilirler. Üniversitelerde yerel yönetimler ortak çalışma içine girerek bölgenin çeşitli sorunlarına çözüm getirebilirler. Halkla ilişkiler etkinlikleri olarak üniversite ile kamu kuruluşları arasında karşılıklı saygı ve sempatiyi oluşturmak için diğer kamu kuruluşlarının yöneticilerini çeşitli etkinliklere (tören, kokteyl, tiyatro, konser) davet edilebilirler.

⁴⁸ COŞKUN, Aynı, s.42

III. BÖLÜM: ESKİŞEHİR VE ANADOLU ÜNİVERSİTESİNİN KÜLTÜREL İLETİŞİMİ

III.1. ESKİŞEHİR VE ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

İnsanlık Tarihi, içinde kentleşme olayına bakıldığında, insan-
oğlunun çok yeni bir deneyimi olarak kentlerin sadece MÖ. 3000-5000
yılları arasında ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Gerçek anlamda günümüz
kentlerine model olacak kentlerin ilk temelleri ise sadece 250 yıllık bir
geçmişe sahiptir. Kentsel yerleşim birikimleri bir kültür birikiminin sonu-
cudur. Kentler, birbirine benzemeyen yaşam biçimlerine sahip insanların
aynı yerleşim alanında diğer yaşam biçimlerini kabullenerek yaşayabildiği
mekanlardır. Bu bağlamda kentler, bireyi toplum yaşamında ön plana
çıkaran, bireyin sosyal kültürel, ekonomik ve politik gelişimini destekleyen
ve yönlendiren, demokratik işleyişin merkezleridir. Yaşam biçimi açısından
kentler arasında ortak özellikler bulunmasına karşın kentlerin kendi tarih-
sel gelişim sürecinde oluşturdukları farklılıklar da bulunmaktadır. Sosyal
ekonomik ve politik etkinlikler kentlerin kendilerine özgü "kimliğin"
oluşmasında önemli rol oynamaktadır⁴⁹. Eskişehir diğer kentlerle pek çok
ortak özelliğe sahip olmasına karşın tarihi gelişim sürecinde pek çok değişik
etkenle kendine özgü kimlik oluşturmuş bir kenttir.

Bir bölge üniversitesi olan Anadolu Üniversitesi içinde bulunduğu
Eskişehir Kent'ine ve bölge halkının kültürel yaşamına büyük katkı
sağlamaktadır. Üniversiteler yalnızca eğitim-öğretim araştırma ve yayım
hizmeti yapmakla değil, yörelerindeki sanayiye, ticarete, toplumun sosyal
ve kültürel yaşamına mutlak surette ışık tutan, katkıda bulunan kurum-
lardır. Yöre sorunlarına çözüm ararken, diğer yandan çevrelerini sosyal ve
kültürel yönden etkileme hatta çoğu kez önder olma durumundadırlar.

⁴⁹ TATLIDİL, Aynı, s.3

Özellikle son yirmi yıl içinde giderek hız kazanan gelişme ve değişme,kültür ortamında önemli kopukluk ve karmaşalara neden olmaktadır. bu ortam içinde kültürel birlikteliği sağlamak açısından iletişim örgüt ve ortamlarının oluşturulmaları oldukça önem kazanmaktadır. Uyumlu bir yaşam birlikteliğinin kurulabilmesinin temel koşulu ise toplumsal çevrelerin, yaşam çevresi içinde sağlıklı iletişim kurabilmeleridir.

İletişim toplumsal hayatın her alanında önemli bir yere sahiptir. İnsanların en basit ihtiyaçlarının karşılanmasından en karmaşık bilimsel işlemlerin gerçekleşmesine kadar her oluşum iletişimin varlığına ve doğru işlemesine bağlıdır. Problem iletişimsizlikten kaynaklanıyorsa, çözümünü de taraflar arasında direkt ve çift yönlü bir iletişim sürecinin başlatılması ve bu süreç içersinde bütün hedef kitlelerin dikkatini çekecek mesajların oluşturulması teşkil eder. İşte halkla ilişkilerin önemi de burada devreye girmektedir. Halkla ilişkilerin; herhangi bir kurum veya kuruluşun muhatabı kitlelerle kurum arasındaki sürekli iletişimi hazırlayan ve sonuçlarına göre yeni program ve mesajlar hazırlayan bir iletişim ögesi olduğu hatırlanırsa konunun önemi daha da anlaşılacaktır.

Kısaca, üniversite-kent arasındaki ilişkileri düzenleyecek , belirli araştırmaların sonuçlarına dayanarak hazırlanacak iletişim ve tanıtım projelerine ihtiyaç duyulmaktadır.Önceki bölümlerde, toplum için önemi yadsınamaz olan " kültürel iletişim" Üniversite-kent bağlamında ele alınıp incelenmeye çalışılmıştı.

Bu bölümde ise Eskişehir ve Anadolu Üniversitesi'nin kültürel iletişimi ele alınıp incelenmeye çalışılacaktır.Fakat daha önce Eskişehir'in ve Anadolu Üniversitesi'nin Kültürel yapıları ayrı ayrı incelenecektir.

III.2.ESKİŞEHİR'İN KÜLTÜREL YAPISI

Sakarya Irmağı ve kollarının suladığı ovada yer alan Eskişehir Anadolu ve Ege Kültür merkezlerine yakınlığı, yöreyi bu kültürlerin birbirine karışıp eridiği pota durumuna getirmiştir. Zaman zaman bu kültürlerin kimi öğeleri gelişip güçlenerek yöreye özgü bir nitelik kazanmış, hemde yöreyi kendi başına bir kültür merkezi durumuna getirmiştir.

Yöre kültürünün evrimine 19. yy.da iki öge etkili olmuştur. Bunlardan biri kırım,kafkasya ve Balkanlardan gelen farklı kültürel geleneğe sahip göçmenlerdir. Diğeri ise 1890'larda Eskişehir'e ulaşan Berlin-Bağdat demiryoludur. Kurtuluş Savaşında işgale uğrayan kent nüfusu azalmış,fakat Cumhuriyet Döneminde,ekonomik gelişmeyle canlanan kentte,kültürel yaşam da hareketlenmiştir.

Eskişehir'de toplumsal yaşam,toplumsal değişmeye paralel olarak geleneksel özelliklerinden sıyrılmaktadır. Barınma,beslenme,giyim-kuşam ve sağlık alanlarında çağdaş değerler gittikçe yaygınlaşmaktadır.

Eskişehir tarih boyunca zaman zaman köy görünümü alarak sönükleşmiş,fakat özellikle 1855 Kırım Savaşı ve 1877-1878 Osmanlı-Rus savaşından sonraki göç dalgaları sonucunda yoğun bir yapılaşmaya sahne olmuştur.

Yöresel Halk Edebiyatı,yöre kültürünün renkli ve zengin yapısını yansıtır.Büyük halk şairi Yunus Emre,yörede yetişmiştir.İnce nükteli,güldürü ustamız Nasrettin Hoca yaşamının bir bölümünü Eskişehir'de geçirmiştir⁵⁰.

50 C.İŞIK,K.ŞANLIER,Sosyo Ekonomik Gelişmede ESKİŞEHİR,NeredenNereye?.Esk. Ticaret Odası Ya.,(Eskişehir,1988),s.42

Yerel lehçe karmaşık bir yapı gösterir. Göçmenlerin etkisiyle yerel lehçe, yavaş yavaş özelliğini yitirmiştir.

Eskişehir önemli rol kavşaklarının üzerinde rol alması nedeniyle çeşitli kültürlerin etkisi altında kalmıştır. Hitit, Firig, Roma, Bizans ve Osmanlı kültürlerinin etkisiyle değişik folklorik bir yapıya sahip olan Eskişehir göçlerin etkisiyle, halk müziği ve oyunlarından manilerine, yerel lehçesinden, edebiyatına kadar farklı özellikler gösterir.

Köklü bir kültürel geleneğe sahip olan Eskişehir'de kültürel etkinliklerin aynı düzeyde olduğu söylenemez. Özellikle son yıllarda sinema ve tiyatro gibi sanat dallarında gerileme görülmektedir.

Eskişehir'de, Cumhuriyetin ilanını izleyen yıllarda, kültür ve sanat alanında ciddi çalışmaların olduğunu görürüz. Geçmişte durum böyle iken bugün kentde, sosyal ve kültürel yaşamın ne denli geriye gittiğini şöyle belirleyebiliriz;

-1938'de nüfusu 52.000 iken 4 sinemanın faaliyette olduğu Eskişehir'de 2000'li yıllara girerken 3 sinema vardır.(Bunlardan bir tanesi Anadolu Üniversitesi'ne aittir.)

-27 Mart 1962 Dünya Tiyatrolar Günü Eskişehir Oda Tiyatrosunda kutlanmıştır. Türkiye'de Oda Tiyatrolarının öncülüğünü yapmış bir kent olan Eskişehir'de 1994 yılına girerken yerleşik bir tiyatro yoktur.

-Eskişehir Valiliği tarafından Kültür Sarayı ancak 1989 yılında açılabilmiştir. Bu binada da birçok teknik eksiklikler mevcuttur.

-Sergi salonları olarak yalnızca üç mekan mevcuttur. Bunlardan biri

Üniversitenin, biri özel bir bankanın ,diğeri de Devlet Güzel Sanatlar Gale-
risidir.

-Opera ve Bale yapılmamaktadır.

-Kültürel alanın en etkin kurumlarından olan kütüphanelerin
Eskişehir'de çok yaygın olduğu ve Eskişehir'linin bundan yararlandığını
söylemek pek doğru değildir.

-Şenlik ve festival türü etkinlikler konusunda ise 6-10 Mayıs tarihle-
ri arasında düzenlenen "Yunus Emre Kültür ve Sanat Haftası" ile Temmuz
ayında düzenlenen "Nasreddin Hoca Doğum Şenliği" (ki bu Şenlik Sivrihi-
sar ilçesi ile sınırlı kalmaktadır.) ildeki sayılı etkinliklerdir.

Kentteki 1940 ile 1950 arasında görülen, yoğun sanatsal etkinlikleri
2000'li yıllara girerken bu nedenli gerilemesinin nedenleri şöyle
açıklanabilir⁵¹.

1.Yakın tarihte ülke genelinde yaşanmış olan bunalımlı siyasal
dönemin, insanlara dış yaşamdan kaçınma alışkanlığını kazandırmış ol-
ması,

2. Eskişehir'in hem eğlence hem de kültürel etkinliklerle ilgili gece
yaşamından kadının çekilmiş olması,

3. Televizyon ve videonun eve dönük yaşamı benimsetmiş olması,

4. Ekonomik koşulların ağırlaşmasıyla insanların bu tür etkinliklere
bütçelerinde yer ayıramaması.

⁵¹ Turhan BARAZ,"Eskişehir'de Bir Yerel Basın Taramasının Düşündürdükleri",Kurgu.

bi tutulmuş ve yukarıda adı geçen Eskişehir'de faaliyetteki dört müessesenin birleştirilmesi ile yeni bir Anadolu Üniversitesi doğmuştur. Eskişehir 1950 yılından itibaren gelişme göstermiştir. Ancak, ileriye doğru atılmış adımlar arasında eksikliği hissedilen yüksekokul ihtiyacı, gün geçtikçe artmıştır. 1957 yılında devrin Maliye Bakanı, Milli Eğitim Bakanlığı yetkilileri ve Ankara Yüksek İktisat ve Ticaret Okulu Müdürü Eskişehir'e gelerek incelemeler yapmışlar ve Bunun hemen ardından da Yüksek İktisat ve Ticaret Okulu'nun açılmasına karar verilmiştir. 26 Kasım 1958 yılında İş ve İşçi Bulma Kurumu'na ait bir barındırma yurdunda kadrolu 3 öğretim üyesi ve 367 öğrenci ile eğitime başlanmıştır. Akşam Yüksek İktisat ve Ticaret Okulu olarak açılan kuruluş üç yıllık bir öğretim plânlanmasına rağmen sekiz ay sonra çıkartılan (15 Haziran 1959) 7334 sayılı yasa ile İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'ne dönüştürülmüştür ve öğrenim de dört yıla çıkarılmıştır.

Yeni statü ile hızla gelişip büyüyen Akademi, on yıl süre ile kentin değişik yerlerinde çeşitli binalarda hizmetini sürdürmüş ve 1963 yılında Milli Savunma Bakanlığı'ndan alınan 350 dönümlük bir arazi üzerinde (Bugün 1800 dönümdür) kampusün ilk tesisleri kurulmuştur. Kampuste öğretim bloğunun temeli 6 Temmuz 1964'te törenle atılmıştır. Sırası ile diğer binaların yapımına başlanmış ve en son 21 Ağustos 1968'de Toplantı Salonu'nun temeli atılmıştır. Aynı yıl Mayıs ayının sonlarına doğru Yunus Emre Kampusü'ndeki binalara geçilmeye başlanmıştır.

10 yıl gibi kısa bir sürede öğrenci sayısı 367'den 3000'in üzerine çıkmış artan talebi karşılayabilmek için 1966-1967 öğretim yılında gece öğretimi de başlatılmıştır.

1969 yılında çıkartılan bir yasa ile "Bilimsel ve yönetsel özerkliğe sahip katma bütçeli bir kamu tüzel kişiliği" haline getirilen İktisadi ve Ticari İlimler Akademileri, 1970 yılından sonra giderek artan bir hızla büyüme sürecine girmiştir. Eskişehir'de bulunan ve devletleştirilen özel yüksekokulun akademiye bağlanması ile batıdaki politeknik üniversitelere benzeyen Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, bir yandan hizmetini çevre kentlere yayarken, bir yandan da kurduğu "Anadolu Üniversitesi Koruma ve Yaşatma Derneği" çalışmaları ile Eskişehir'deki Devlet Mimarlık ve Mühendislik Akademisi ve Anadolu Üniversitesi Tıp Fakültesi'nin kurulmasını sağlamıştır.

Sonraki yıllarda öğrenime açtığı çeşitli fakülte ve yüksekokullar ile eğitim-öğretime devam eden İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, 1981 yılında çıkartılan Yükseköğretim Kanunun'dan sonra 1982 yılında Anadolu Üniversitesi ile birleşerek yeni kimliğine kavuşmuştur.

Üniversitenin, Eskişehir'de, Bilecik'te ve Bozüyük'te kampusleri bulunmaktadır. Göynük'te inşaatı süren bir kampusü daha mevcuttur. Son olarak Eskişehir'de 5000 dönümlük bir arazide kurulan Sivil Havacılık Kampüsü ve havaalanı bulunmaktadır.

Üniversitenin Eskişehir'deki kampüslerinde, İktisadi ve İdari Bilimler, Açıköğretim, Eğitim, Fen ve Edebiyat, Eczacılık, İletişim Bilimleri, Güzel Sanatlar, İktisat, İşletme, Hukuk, Mühendislik ve Mimarlık Fakülteleri bulunmaktadır. Ayrıca Yunus Emre Kampüsü'nde Devlet Konservatuarı ve Beden eğitimi spor Yüksekokulu, Engelliler Entegre, Turizm ve otel İşletmeciliği ile Endüstriyel Sanatlar Yüksekokulu bulunmaktadır. Bunlara ilave olarak; Eskişehir Merkezde Eskişehir Meslek Yüksekokulu bulun-

maktadır.

Üniversitenin bünyesinde Sosyal Bilimler, Fen Bilimleri, Sağlık Bilimleri, , Güzel Sanatlar Enstitüsü,Uydu ve Uzay Bilimleri.Araştırma Enstitüsü ile İletişim Bilimleri,Ulaştırma Ekonomisi Araştırma,Eğitim Bilimleri ve Engelliler Araştırma Enstitüleri bulunmaktadır.Tıbbi Bitkiler, Halkbilim ve İşitme Engelli Çocuklar Eğitim Merkezi gibi pek çok araştırma merkezleri ve Rektörlüğe bağlı bölümler yer almaktadır.

1958 kuruluş yılında 367 öğrencisi ile öğretime başlayan üniversitenin 1994 yılında yaklaşık 600.000 öğrencisi bulunmaktadır. 1958 yılında 3 asli öğretim üyesi ile öğrenime başlayan üniversite de bugün 1100 civarında öğretim elemanı vardır.

Anadolu Üniversitesi'nin eğitim ve öğretim hizmetinde bir özellik kazanmasını sağlayan faaliyeti ise Açıköğretim Fakültesi'dir. Uzaktan eğitim imkânları ile okul ve üniversiteyi ülkedeki ve ülke dışındaki her eve taşıyan çağdaş bir eğitim modelidir. Fakültede uzaktan öğretim teknikleri ile 4 yıllık İş İdaresi, İktisat ve 2 yıllık Ev İdaresi, Sosyal Bilimler eğitim programları bulunmaktadır.Ayrıca 1993 yılında Üniversite 2.basamak sınavlarında başarılı olamayıp açıkta bekleyen 80.000 den fazla öğrenciye AÖF modeli ve Ekstern öğrenimle yükseköğretime kaydolma olanağı yaratılmıştır.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ne ve 6 yıldır da, Avusturya, İsviçre, Fransa, Almanya, Hollanda ve Belçika'da yaşayan vatandaşlarımıza Açık Öğretim hizmetleri vererek, Türkiye'nin yükseköğretim hizmetlerinde fırsat eşitliğini yurt içine ve yurt dışına taşıran tek üniversite olmuştur.

Üniversiteler yalnızca eğitim-öğretim, araştırma ve yayım yapmakla

değil, kuruldukları yöre halkına teknik, ekonomik, sosyal, kültürel ve sportif yönlerden de katkıda bulunmakla yükümlüdürler. Böylece üniversiteler bilime katkıda bulunurken, diğer yandan da çevrelerini sosyal ve kültürel yönden etkileme hatta çok kez önder olma durumundadırlar.

Anadolu Üniversitesi bir bölge üniversitesidir. Bölge üniversitelerinin bir özelliği; bulunduğu çevrenin ekonomik yaşamına olduğu kadar kültürel yaşamına da katkı sağlamalarıdır. Anadolu Üniversitesi'nin sosyal ve kültürel etkinliklerle Eskişehir yaşamına olan katkısı;1993-1994 eğitim-öğretim yılında 100 den fazla yayın ve 500 e yaklaşan sosyal ve kültürel etkinliğin gerçekleştirilmiş olmasıdır.Üniversite bünyesinde olduğu kadar,halka açık olarak da sürdürülen bu etkinlikleri bu öğretim yılında izleyenlerin sayısı 150.000 e yakındır. Nüfusu 800.000 e yaklaşan bir kentte bir üniversitenin bir yıl içersinde bu kadar kişiye ulaşabilmesi ve bu kadar yoğun olarak sosyal ve kültürel etkinliklerde bulunabilmesi,Eskişehir için Anadolu Üniversitesi'nin ne denli önemli olduğunun en somut göstergesidir Şöyle ki ;Eskişehir'de yıl boyunca açık olan 3 sinema ve 3 sanat galerisinden biri üniversiteye aittir. Ayrıca üniversitede büyük bir oditoryum inşaatı devam etmektedir. Bölge halkının sosyal ve kültürel faaliyetlerden en iyi şekilde yararlanmalarını sağlamak amacı ile üniversite çalışmalarını sürdürmektedir. Bu amaçla Devlet ve İstanbul Şehir Tiyatroları ,özel tiyatrolar ve çeşitli kültür merkezleri ile (Alman, İngiliz, Avusturya) iş birliği yapmaktadır. Bunun yanında bireysel ilişkiler sonucu pek çok değerli sanatçının, bilim adamının, gazetecinin, (üniversiteye gelerek konser vermesi, sohbet toplantısı yapması sağlanmaktadır. (Örneğin; İdil BİRET, Suna KAN, Arın KARAMÜRSEL resitalleri, TRT'nin düzenlediği Pazar 90 ve 92 gibi özel eğlence programları, Fairport Convention gibi rock konserleri,

Emin ÇOLAŞAN, M.Ali BİRAND, Üzeyir GARIH toplantıları.)

Bu faaliyetler dışında, üniversitenin öğretim üyeleri ve öğrencileri çok çeşitli bilimsel ve eğitici toplantılar düzenleyerek , Eskişehir'in kültür ortamına katkıda bulunmaktadırlar.

Yunus Emre Kampusü'nde bulunan Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim üye ve öğrencilerinin yapmış olduğu eserlerden oluşan dönem içi ve yıl sonu sergileri üniversitenin bir başka kültür ve sanat etkinliğidir.

Eskişehir yöresi tarih öncesi dönemlerden beri önemli yerleşme merkezlerinden biri olmuştur. Hitit, Frig, Roma, Bizans ve Osmanlı medeniyetlerini yaşamıştır. Eskişehir ve civarında pek çok höyük vardır. Anadolu Üniversitesi bünyesinde 1991 yılında kurulan Arkeoloji ve Sanat Tarihi Araştırmaları Merkezi (ASTAM) bu höyüklerden Dorylion kazısında bu medeniyetlerden kalma pek çok eseri, Eskişehir müzesine kazandırmıştır.

Üniversitenin Halk Dansları Topluluğu yurt içi ve yurt dışında 200'ün üzerinde gerçekleştirdiği gösteriler de ülkemizin kültür zenginliklerinin tanıtımını başarı ile gerçekleştirmiştir.

Üniversite bünyesinde bulunan bazı araştırma merkezleri de hem birer araştırma kurumu,hem de gerçek birer hizmet ve eğitim kurumu niteliği taşımaktadırlar.Bunlardan;Tıbbi bitkiler Araştırma Merkezi, üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde Türkiye'deki ilaç sanayine hammadde temini ve aromatik bitkilerden çeşitli ürünler elde etmek için araştırmalar yapmaktadır.İşitme Engelli Çocuklar Eğitim Merkezi (İÇEM) ise kendi alanında Türkiye'de ki tek merkez durumundadır.İngiltere'de ki benzerleri ile aynı teknik donanıma sahip olan bu merkez,sadece

Eskişehir'e değil,tüm Türkiye'nin bu konudaki ihtiyacına cevap vermektedir.

Türkiye'de,benzerleri içinde en gelişmiş ve en donanımlısı olan Televizyon ile Eğitim Merkezi donanımı ve Teknik olanakları ile gerektiğinde özel kuruluşlar ve TRT'ye hizmet sunmaktadır.

Üniversite bünyesinde bulunan iki kapalı spor salonu, bir futbol sahası, altı tenis kortu ve bir jimnastik salonu öğrencilerin sportif faaliyetlerdeki becerilerini daha da geliştirmek amacı ile yapılanmıştır.Ayrıca bu tesislerden Eskişehir Halkı da yararlanmaktadır. Üniversitelerarası spor müsabakaları kentin sosyal yaşamına ayrı bir renk ve heyecan katmaktadır.

Eskişehir Halkı kadar bölge halkına da çağdaş bir ulaştırma hizmetine kavuşturan Anadolu Üniversitesi,kurduğu Sivil Havaalanı ve Sivil Havacılık Yüksekokulu ile yalnız Türkiye'de değil Ortadoğu ve Balkanlarda da bu konuda eğitim veren tek yüksekokuldur.1993 yılında kurulan Uydu ve Uzay Bilimleri Araştırma Enstitüsünün çalışmalarıyla Anadolu Üniversitesi çağı yakalamak için çabalamaktadır.

Üniversitede gerçekleştirilen tüm bu faaliyetlerin halka tanıtılması ve katılımlarının sağlanması ,basın-yayın organlarıyla iletilmesi ve sonucunda halkta oluşan tepkilerin ölçülebilmesi yine basın-yayın organları yoluyla gerçekleşmektedir.

III.4. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ - ESKİŞEHİR'İN KÜLTÜREL İLETİŞİMİNİN ÖLÇÜLMESİ

(ANKET UYGULAMASI)

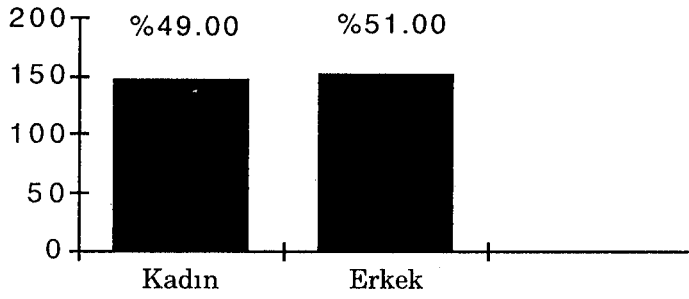
Anadolu Üniversitesi,İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı kapsamında 25 Mart-6 Nisan tarihleri arasında " Eskişehir'de Üniversite-Kent Kültürel İletişimi " konulu bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Dört bölümden oluşan araştırmada;Birinci bölümde araştırmaya katılanların demografik özellikleri ,İkinci bölümde Anadolu Üniversitesi'nde düzenlenen faaliyetlerden haberdar olma ve katılımın ne ölçüde olduğu,Üçüncü bölümde Eskişehir Halkının Anadolu Üniversitesi'nde düzenlenmesini istediği faaliyetlerin neler olabileceği ve Dördüncü bölümde ise Eskişehir Halkının Anadolu Üniversitesi'ni nasıl ve hangi ölçüde algıladığının öğrenilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın evreni tüm Eskişehir Halkıdır. Araştırma 300 kişilik bir örneklem çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.Örneklem,Eskişehir Halkı üzerinde kanı önderi niteliğine sahip olduğu varsayılan, eğitim düzeyi yüksek ve geliri orta ve üzerindeki grupta yoğunlaşan Yedko,Makro ve Ges-iş Marketlerinin müşterileri arasından seçilmiştir.Örneklem sayısının Marketlerde dağılımı ise Yedko 50,Kızılıklı(Yedko)50,Makro 100,Vişnelik Ges-iş 50 ve İki Eylül Ges-iş 50 kişi şeklindedir.

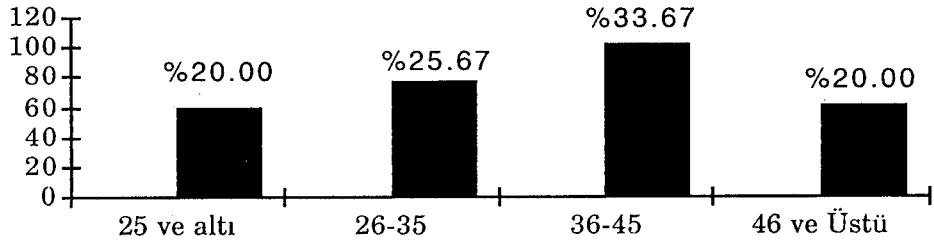
III.4.1. Kent Açısından Değerlendirme

Anket Formlarından hepsi değerlendirmeye alınmıştır.Araştırmada görüşülen 300 kişinin 153 ü erkek,147 si kadındır.(Şekil :9)



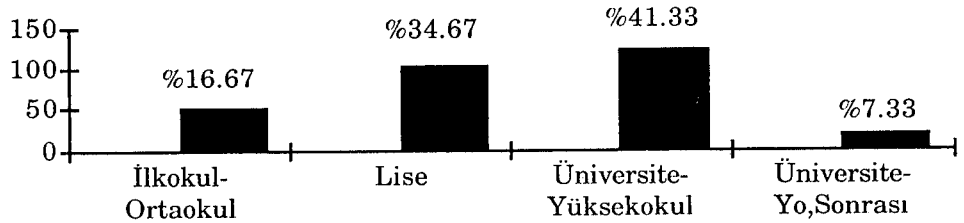
Şekil 9 : Cinsiyet

Araştırmaya katılanların yaşlara göre dağılımı 36-45 yaşlar arasında %33.67 ve 26-35 yaşlar arasında %25.67, 25 ve altı ile 46 ve üstü yaşlar ise %20.00 de yoğunlaşmaktadır.(Şekil :10)



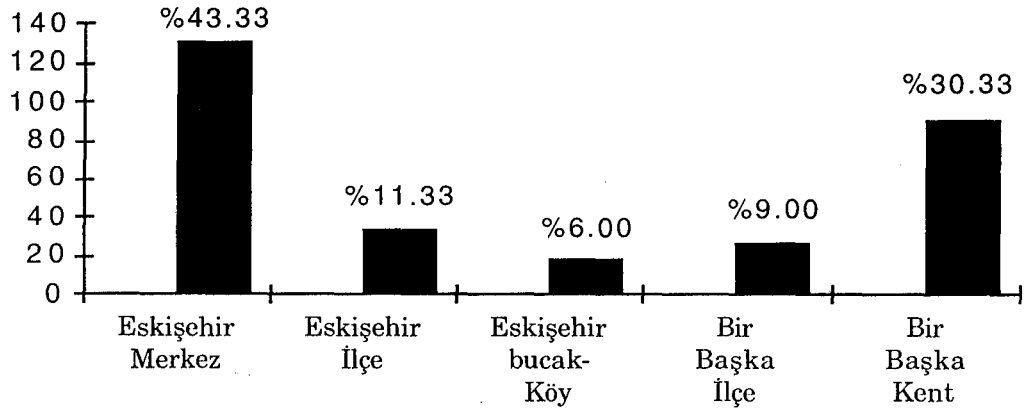
Şekil 10 : Örneklemin yaşa göre dağılımı

Araştırmaya katılanlardan Üniversite yüksek okul mezunlarının oranı ise %34.67 dir.İlkokul ve ortaokul mezunlarının oranı ise %16.67.Üniversite ve Yüksek okul sonrası eğitimin oranı ise %7.33 dür. (Şekil :11)



Şekil 11 : Öğrenim durumu.

Araştırma; katılanlardan %43.33 ü Eskişehir doğumlu,%30.33 ü de Bir başka kent doğumlu olarak sonuç vermiştir.Eskişehir'in ilçesinde doğanlar %11.33,bir başka ilçede doğanlar ise%9.00,Eskişehir'in bucak ve köyünde doğanların oranı ise %6.00 dır.(Şekil:12)



Şekil 12 : Doğum Yeri

Araştırmaya katılanlardan %46.33 ü 20 yıldan uzun bir süre Eskişehir'de oturduklarını söylemişlerdir.Bu oran bize bir önceki soruda doğum yeri Eskişehir olan %43.33 oran ile bağdaşmaktadır bu da anketin güvenilirliği ve doğru sonuç alma açısından yararlı olmuştur.(Tablo :2)

Doğum Yeri	Oran	Esk.Otur.Süresi	oran
		3 yıldan az	%11.33
Eskişehir İlçe	%11.33	3-5 Yıl	%7.67
Eskişehir Bucak, Köy	%6.00	6-10 yıl	%10.67
Bir başka ilçe	%9.00	11-15 yıl	%12.67
bir başka kent	%30.33	16-20 yıl	%11.00
Eskişehir Merkez	%43.33	20 yıldan fazla	%46.33

Tablo 2 : Doğum Yeri ve Eskişehir'de İkamet Süresi

Gelir Durumları incelendiğinde ise %9.67 lik oranda kişi aylık net gelirini belirtmemiştir. Gelir durumu daha ziyade 3-6 milyon,7-9 milyon,10-

12 milyon arasında yoğunlaşmaktadır. Gelir durumuna göre Türkiye ölçeğinde ekonomik durumunu değerlendirenlerin oranı ise iyi ve orta olarak değişmektedir. Burada ilginç olan; bazı cevaplayıcıların gelir durumları düşük olduğu halde ekonomik durumlarını iyi olarak nitelemeleridir. (Tablo: 3)

Aylık net gelir	oran	n	Ekonomik durumları	oran	n
3 milyondan az	%12.67	38	Çok iyi	%4.00	12
3-6 milyon	%29.67	89	İyi	%36.00	109
7-9 milyon	%20.00	60	Orta	%45.00	135
10-12 milyon	%15.00	45	Kötü	%11.33	34
12 milyon.fazla	%13.00	39	Çok Kötü	%2.67	8
cevap vermiyen.	%9.67	29	Cevap Vermiyen.	%0.67	2

Tablo 3 : Kişilerin Gelir Durumlarına Göre Ekonomik Durumlarını Algılamaları

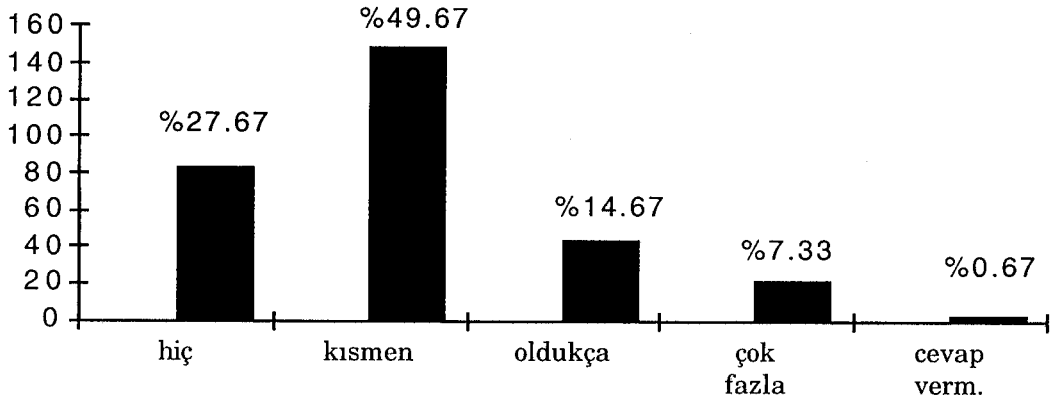
Ankete cevap verenlere meslekleri sorulduğunda alınan cevaplar ise oranlar her meslek grubundan dengeli bir şekilde dağılmış olmasına rağmen 89 kişi emekli (%29.37),95 kişi memur (%31.35) ,diğerleri de işçi,öğretmen,ev hanımı olarak dağılmıştır.anketi cevapladıkları sırada yaptıkları iş sorulduğunda %28.67 si çiftçi,%18.33 ü işçi,ve %13.33ü memur olduklarını söylemişlerdir.(Tablo:4)

Şu andaki meslek	Oran	n	Meslek	Oran	n
çiftçi	%28.67	86			
işçi	%18.33	55			
memur	%13.33	40			
öğretmen	%8.67	26	Emekli	%29.37	89
doktor.müh.mim.av.	%10.33	31	memur	%31.35	95
işveren	%5.33	16	İşçi	%14.85	45
Ev hanımı	%14.00	42	öğretmen	%8.25	25
subay,ast subay	%1.33	4	evhanımı	%15.26	46

Tablo 4 : Örneklemin Mesleklere Göre Dağılımı

II.Bölüm

Araştırmanın bu bölümünde Eskişehir Halkının üniversitedeki faaliyetlerden haberdar olma ve yararlanma konusundaki tutumlarının öğrenilmesi amaçlanmıştır.(Şekil:13)



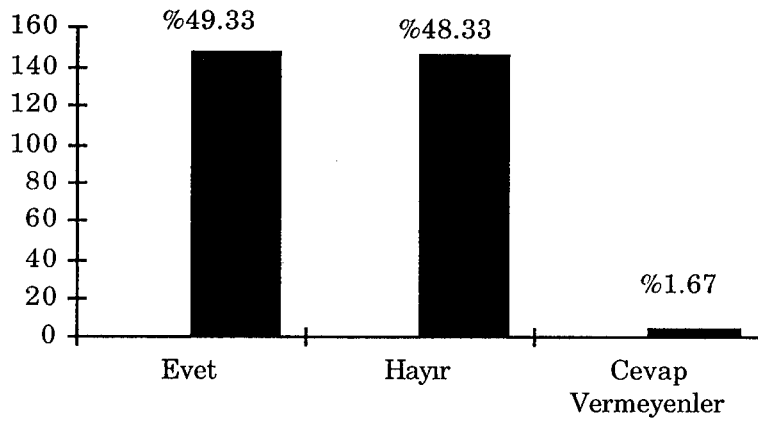
Şekil 13 : Örneklem Grubunun Faaliyetlerden Haberdar Olma Durumları

Anadolu Üniversitesindeki faaliyetlerden haberdar olanlar bu faaliyetlerle ilgili haber edinme yollarından en fazla afiş, Televizyon, radyo, basın ve etkinlik davetiyelerini kullanmaktadırlar. Burada hemen bir saptama yapacak olursak; Anadolu Üniversitesi'nin çeşitli etkinliklerinde Halkla İlişkiler Birimi'nin en sık kullandığı iletişim kanalı bu dört kanaldır.(Tablo:5)

Haber edinme yol.	Hiç	Kısmen	Oldukça	Çok fazla	n
Üniversite Gazeteleri	%71.33	%5.33	%10.67	%12.67	300
Üniv.Bülten.kitap.bro	%64.33	%6.00	%11.33	%18.33	300
Afişler	%24.67	%10.00	%17.33	%48.00	300
TV,Radyo	%20.67	%12.00	%18.00	%49.00	300
Basın	%28.33	%13.00	%23.00	%35.67	300
Etkinlik Davetiyeleri	%49.33	%11.00	%16.33	%23.33	300

Tablo 5 : Faaliyetlerle İlgili Haber Edinme Yolları

Ankete katılanlara Anadolu Üniversitesi'nin düzenlediği herhangi bir etkinliğe katılıp katılmadıkları sorulduğunda ise 148 kişi(% 49.33) Evet ve 147 kişi (% 48.33) hayır diye cevap vermiştir. Ankete hayır diye cevap verenlerin etkinliklerden yararlanma dereceleri dikkate alınmamıştır. Evet diye cevap verenlerin etkinliklerden yararlanma ölçüleri dikkate alınmıştır.(Şekil:14)



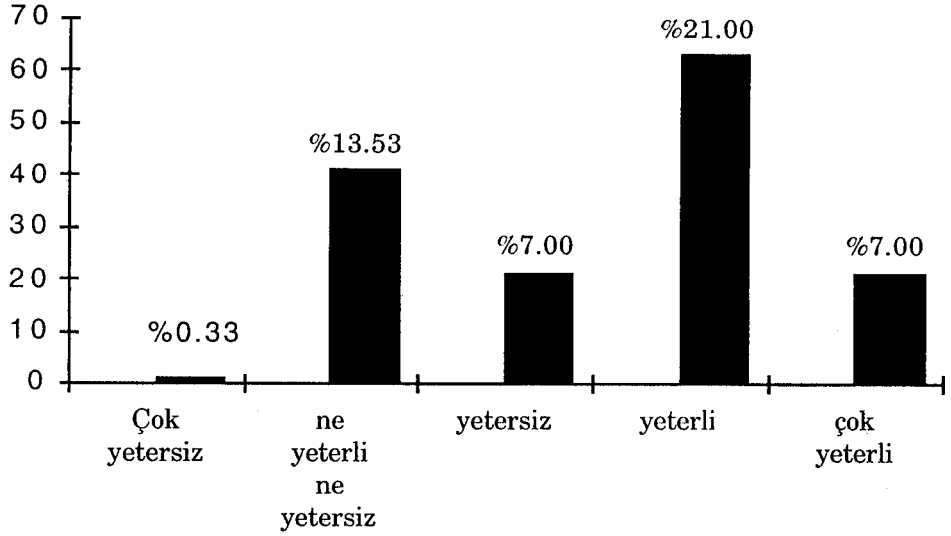
Şekil 14 : Örneklem grubunun Üniversitedeki etkinliklere katılma durumları

Etkinliklerden yararlanan 148 kişiye hangi tür etkinliklerden daha fazla yararlandıkları sorulduğunda ise daha çok sosyal ve kültürel etkinliklerle, sağlık etkinlikleri cevabını vermişlerdir.(Tablo:6)

Etkinliklerden yararlanma	hiç	kısmen	oldukça	çok fazla	n
Sosyal ve kültürel	%1.33	%27.33	%12.33	%7.67	148
Spor etkinlikleri	%4.89	%19.80	%14.52	%9.63	148
Sağlık etkinlikleri	%2.33	%11.33	%20.13	%18.84	148

Tablo 6 : Evet diyenlerin yararlandıkları etkinliklerin dereceleri

Anadolu Üniversitesi'ndeki Etkinliklerden yararlanan 148 kişiye etkinliklerde sunulan hizmetin içeriğinin yeterli olup olmadığı sorulduğunda ise 63 kişi yeterli ve 21 kişi de çok yeterli cevabını vermiştir.(Şekil:15)



Şekil 15: Hizmetin İçeriğini Algılama Durumları

Bu bölümde sorulan sorulardan ve alınan cevaplardan anlaşılacağı gibi örneklem grubunun verilerinden her iki kişiden biri Anadolu Üniversitesi'ndeki etkinliklerden yararlanmaktadır ve kendilerine sunulan hizmeti içerik ve konu açısından yeterli bulmaktadırlar.

III.Bölüm

Araştırmanın bu bölümünde Eskişehir Halkından seçilen örneklem grubuna Anadolu Üniversitesi'nde hangi tür faaliyetlere daha fazla yer verilmesini ve bu faaliyetlere aktif olarak katılmayı isteyip istemedikleri sorulduğunda ise ; verilen cevaplardan üniversitede ki etkinliklerde daha ziyade izleyici olarak bulunmak istediklerini,katılımcı olarakta sportif etkinliklerde,hobby çalışmalarında,el sanatları,sergi,fotoğraf gibi dallarda

tercihlerini yaptıkları görülmüştür.(Tablo:7)

Faaliyetler	İzleyici	n	Katılımcı	n	Cevap Verme.	n
Tiyatro	%82.33	247	%6.33	19	%11.33	34
Konser	%84.62	253	%4.35	13	%11.02	33
Söyleşi	%57.19	171	%16.72	50	%26.09	78
Hobby Çalışmaları.	%47.49	142	%22.74	68	%29.77	89
Sergi Fotoğ.El sanat	%56.19	168	%20.07	60	%23.75	71
Film,slayt,Dia göst.	%70.90	212	%6.35	19	%22.74	68
Festival	%67.56	202	%10.70	32	%21.74	65
Masa tenisi	%14.00	123	%11.00	33	%48.00	144
Futbol	%45.67	137	%9.67	29	%44.67	134
Hentbol	%38.00	114	%5.33	16	%56.67	170
Yüzme	%42.00	126	%19.67	59	%38.33	115
Basketbol	%42.33	127	%13.00	39	%44.67	134
Voleybol(Diğer)	%52.33	157	%20.07	60	%24.09	73
Sempozyum	%52.00	156	%11.00	33	%37.00	111
Kongre	%52.33	157	%8.33	25	%39.33	118
Seminer	%57.67	173	%13.00	39	%29.33	88
Panel(diğer)	%40.33	122	%14.00	42	%44.88	136
Açık Oturum (diğer)	%62.33	188	%28.71	87	%8.25	25

Tablo 7: Örneklem faaliyet konularında izleyici ve katılımcı olarak dağılımları

IV.Bölüm

Bu bölümde önceki sorularla bağlantılı olarak,Araştırmaya katılanlara Anadolu Üniversitesi'ni nasıl algıladıkları yönünde iki soru sorulmuştur.Bu sorulardan birincisi ;üniversitenin nitelikleri konusunda ,ikincisi ise;fiziksel özellikleri konusundadır.Birinci soruya araştırmaya katılanların verdikleri cevaplar;bilimsellik,dinamiklik,gerçekçilik,sosyal sorumluluk,eğitcilik,şeffaflık ve güvenirliliktir.Bu konuda cevaplar çok yeterli şeklinde yoğunlaşmaktadır.Fakat şeffaflık konusunda cevaplayıcıların % 34.67 si bilgin yok şeklinde cevaplamışlardır.Bu da bize üniversitenin yaptığı tüm aktivitelerde daha açık bir yol izlemesi gerektiğini vurgulamaktadır.(Tablo:8)

Nitelikleri	Çok yetersiz	Yetersiz	kısmen yet.	çok yeterli	Bilgim yok	n
Bilimsellik	%5.67	%12.33	%12.00	%27.67	%23.33	300
Dinamiklik	%2.67	%11.00	%28.67	%35.00	%20.67	300
Gerçekçilik	%4.67	%8.67	%27.67	%30.00	%24.67	300
sosyal sor.	%3.00	%11.00	%22.67	%38.33	%23.00	300
Eğitcilik	%3.67	%10.67	%22.33	%35.00	%25.67	300
Şeffaflık	%7.33	%15.00	%18.33	%23.00	%34.67	300
Güvenilirlik	%5.00	%14.00	%23.00	%37.67	%19.00	300

Tablo 8 : Anadolu Üniversitesi'nin nitelikleri açısından algılanışı

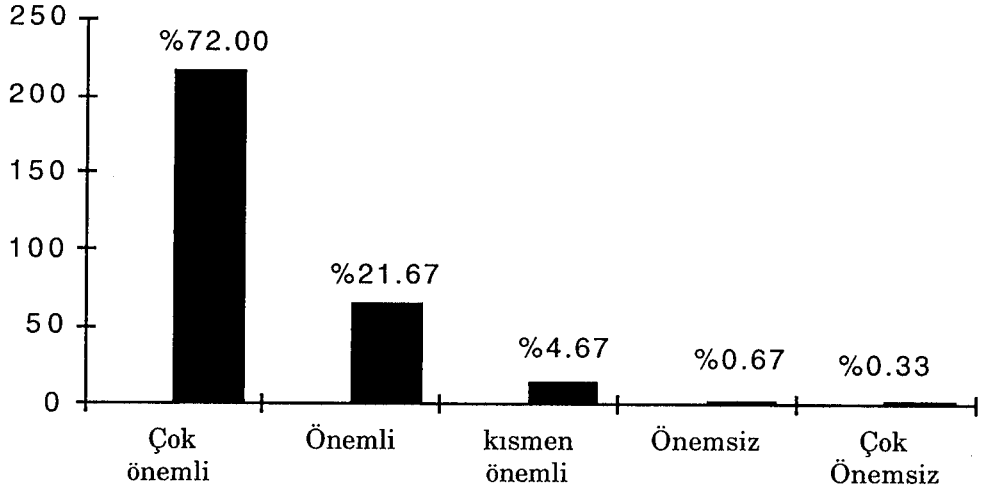
İkinci soruda fiziksel niteliklerine göre Anadolu Üniversitesi'nin algılanışına verilen yanıtlardan,spor alanları ve öğrenci mekanları konusunda daha az bilgi sahibi oldukları,bunun yanısıra kampüs büyüklüğü,temizliği konusunda yeterli bilgiye sahip oldukları görülmüştür.(Tablo:9)

Fiziksel Nit.	Çok yetersiz	Yetersiz	kısmen yet.	çok yeterli	Bilgim yok	n
Kampüs Büyük.	%0.33	%6.67	%12.00	%65.67	%14.67	300
Kampüs Temiz	%0.33	%2.67	%13.00	%67.33	%16.00	300
Kampüse ulaşım	%5.00	%13.00	%20.67	%47.67	%13.00	300
Bahçe düzenle.	%0.67	%2.00	%8.67	%74.67	%13.00	300
Bina yerleşimi	%0.33	%5.00	%13.33	%59.00	%22.00	300
Spor alanları	%3.33	%14.67	%15.67	%29.33	%35.67	300
Öğrenci mekan.	%4.67	%18.67	%13.00	%19.33	%43.67	300

Tablo 9 : Anadolu Üniversitesi'nin fiziksel özelliklerinin algılanışı

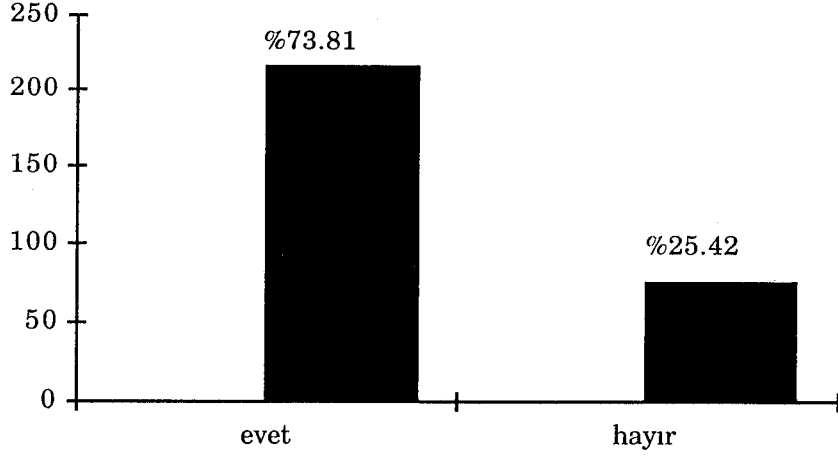
Bu bölümde sorulan üçüncü soruda;Anadolu Üniversitesi'nin Eskişehir'in sosyal ve kültürel gelişimine katkısı ölçülmeye çalışılmıştır.Araştırmaya katılan 300 kişiden 3 ü soruyu cevapsız bırakmış griye kalan 297 kişiden 216 kişi (% 72.00) çok önemli,65 kişi (% 21.67) ise önemli cevabını vermiştir. Örneklem cevaplarından ; Eskişehir Halkı'nın ,Anadolu Üniversitesi'ni Kentin sosyal ve kültürel yaşamında ne denli

önemli gördükleri anlaşılmaktadır.(Şekil :16)



Şekil 16: Anadolu Üniversitesi'nin Eskişehir'e sosyal ve kültürel açıdan katkılarının algılanışı

Araştırmaya katılanlara sorulan son soru ise; çocuklarını Anadolu Üniversitesi'nde okutmak isteyip istemedikleri şeklinde olmuştur. Verilen yanıtlardan % 73.81'inin çocuğunu Anadolu Üniversitesi'nde okutmak istediklerini, % 25.42'sinin istemediği görülmüştür. Bunun nedenleri sorulduğunda ise; verilen cevaplardan % 81.33'ünün verilen eğitimin yetersiz olduğu, % 10.67'sinin Adı duyulmuş bir üniversitede çocuklarını okutmak istediklerini, % 8.00'ünün ise eğitimi İngilizce olmadığı için tercih etmediklerini söylemek şeklinde olmuştur.(Şekil:17)



Şekil 17 : Örneklemin çocuklarının eğitiminde Anadolu Üniversitesini tercihleri

Anket sonuçlarının gerek bire-bir,gerekse varyasyonlu değerlendirmelerini dikkate alarak şu sonuçlara ulaştığımızı söyleyebiliriz.

1) Araştırmaya katılanlar cinsiyet dağılımları bakımından hemen hemen eşit olarak ayrılmışlardır.

2) Örneklem grubu, yaş ortalaması bakımından orta yaş kuşağına mensupdur.

3) Eğitim durumlarına bakıldığında büyük bir oranda yüksekokul ve lise mezunları oldukları görülmektedir.

4)Meslekleri itibarıyla emekli,memur,işçi ve evhanımı olarak dağılım göstermişlerdir.

5) Eskişehir'de ikamet edenlerin büyük bir bölümü Eskişehir doğumlu olduklarını ve 20 yıldan daha uzun bir süredir Eskişehir'de otur-

duklarını söylemişlerdir.

6) Kişilerin gelir düzeyleri Türkiye Ölçeğinde ekonomik olarak orta düzeydedir.

7) Araştırmaya katılanlardan büyük bir bölümü Anadolu Üniversitesi'ndeki faaliyetlerden haberdar olduklarını söylemişlerdir.

8) Faaliyetler hakkında bilgi sahibi olmak için daha çok, afiş radyo, TV, basın ve etkinlik davetiyelerini kullandıklarını söylemişlerdir.

9) Anadolu Üniversitesi'ndeki etkinliklere katılmaları konusunda dağılım yarı yarıyadır (147 Kişi HAYIR, 148 kişi EVET).

10) Etkinliğe katılanlar kendilerine sunulan hizmeti konu ve içerik bakımından yeterli bulduklarını belirtmişlerdir.

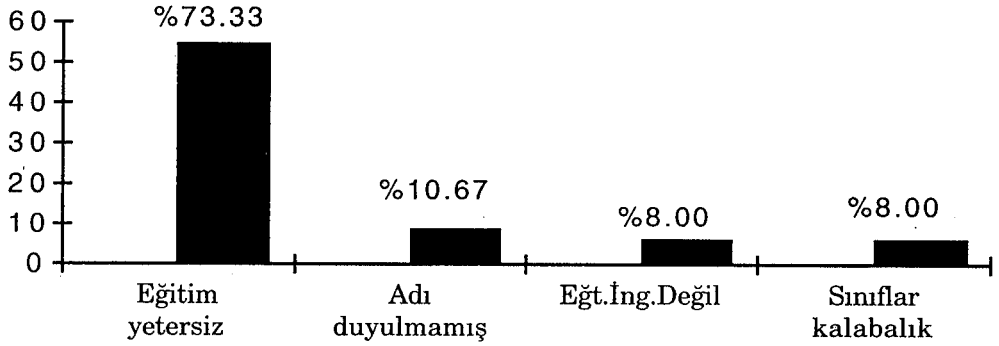
11) Anadolu üniversitesi'nde düzenlenen etkinliklerin yanında, kendilerinin de aktif olarak katılmak istedikleri çalışmalara yer verilmesini istemişlerdir. Bunlar daha çok sergi, fotoğraf, hobby çalışmalarıdır. izleyici olarak ise; daha çok tiyatro ve konser üzerinde yoğunlaşmaktadırlar.

12) Araştırmaya katılanların büyük bir bölümünün Anadolu Üniversitesi'nin fiziksel nitelikleri konusunda bilgi sahibi oldukları fakat nitelikleri konusunda pek fazla bilgi sahibi olmadıkları anlaşılmıştır.

13) Örneklemin büyük bir bölümü Anadolu Üniversitesi'nin Eskişehir'in sosyal ve kültürel yaşamına katkısını çok önemli görmektedirler.

14) Anadolu Üniversitesi'nde çocuğunu okutmak istemeyenlerin nedenlerini; Eğitim yetersizliği, yabancı dilin ağırlıkta olmayışı şeklinde

açıklamışlardır.(Şekil:18)



Şekil 18 : Çocuklarını Anadolu Üniversitesi'nde okutmak istemeyenlerin nedenleri

III.3.2. Üniversite Açısından Değerlendirme

Üniversite-Kent kültürel iletişimde öncelikle mevcut durumun tespit edilip,sorunların saptanması gerekmektedir.Ankete verilen cevaplardan saptayabildiklerimizi sıralayacak olursak;

1) Araştırmaya katılanlardan bir bölümünün verdikleri cevaplardan Anadolu Üniversitesindeki faaliyetlerden haberdar olmadıkları şeklindedir.Bu oran küçük bile olsa bir iletişim eksikliğinin göstergesidir.

2) Üniversitede çıkan bir takım yayınların (gazete,dergi,Broşür,v.b.) Eskişehir Halkına ulaştırılmasında yetersiz kalınmaktadır.

3) Uzun yıllar Eskişehir'de oturdukları halde Üniversitede ki etkinliklere katılmamış bir kitle vardır.Ayrıca etkinliklere hiç katılmamış % 50 ye yakın bir kitlenin varlığı düşündürücüdür.

4) Sosyal ve kültürel etkinliklerde sunulan hizmetin (konu ve içerik olarak) yeterliliği konusunda memnun olmayan kesimin şikayetlerine önem verilmesi ve bunun için de belki ayrı bir araştırma yapılması gerekmektedir.

5) Üniversitenin şeffaf olmasını isteyenlerin oranı bir hayli yüksektir. Bu nedenle Üniversitenin yaptığı tüm etkinliklerde daha açık bir politika izlemesi düşünülmektedir. Bunun yanısıra Anadolu Üniversitesi'nin sosyal sorumluluğunu yerine getirdiği verilen cevaplardan anlaşılmaktadır.

6) Anadolu Üniversitesinin *fiziksel nitelikleri* konusunda alınan cevaplardan kampüse ulaşımın yetersizliği dikkat çekicidir.

7) Çocuklarını Anadolu Üniversitesi'nde okutmak istemeyenlere bunun nedenleri sorulduğunda verilen cevap katagorilerini de şöyle sıralayabiliriz;

a) Eğitimin yetersiz oluşu,

b) Yabancı dil eğitiminin yetersizliği,

c) Bazı bölümlerde sınıfların kalabalık oluşu nedeniyle yeterli eğitim ortamının olmayışı

d) Mezun olduktan sonra iş bulmanın zorlukları (Burada Anadolu Üniversitesi'nin bir ODTÜ, bir Boğaziçi Üniversitesi gibi adını yeterince duyuramaması neden olarak gösterilmektedir).

III.3.3 . Üniversite-Kent Kültürel İletişimini Engelleyen Faktörler Açısından Değerlendirme

Anadolu Üniversitesi ile Eskişehir'in kültürel iletişimde istenilen

seviyeye ulaşılamamasının nedenlerini şöyle sıralayabiliriz ⁵³;

1) Üniversite-Kent işbirliğinin kamuoyunda ve kentte yeterince anlaşılabilmesi,kentin üniversitenin yapısını,işleyişini ve görevlerini tam olarak bilmemesinden kaynaklanmaktadır.

2) Üniversitenin,kentteki bir takım kuruluşlar ile (Yerel yönetim,vilayet,sanayi kesimi,v.b.) rahatça ilişki kurmalarını sağlayacak yasal düzenlemelerin henüz yapılmamış olması.

3) Üniversitenin müfredat programlarının daha esnek,öğrencilerin kendi yetenek ve becerilerini geliştirebilecekleri şekilde düzenlenmemesi ve gerek öğrencilerin gerekse öğretim üyelerinin müfredat dışı kentteki bir takım kuruluşlara yararlı olacak etkinliklerde bulunamamaları.

4) Tarafların birbirlerine olan güvensizlikleri,inançsızlıkları da en önemli nedenlerden biridir.Kentteki bir takım kesimlerin (sanayi,ticaret,v.b) üniversiteyi tam olarak tanımamaları nedeniyle proje vermeye çekinmeleri ve üniversitenin finansal nedenlerle çekimser davranması gibi.

5) Üniversite-Kent kültürel işbirliğini dengeleyecek çeşitli kuruluşların ara birimlerinin (Örneğin halkla ilişkiler birimlerinin) eleman,bilgi bankası v.b.açılardan desteklenmesi ve modernizasyonu .

6) Kentteki kuruluşlarla Üniversite arasındaki bürokratik engeller (Örn;herhangi bir etkinlik afişinin asılabilmesi için izin isteme aşamaları).

7) Kentteki pek çok kuruluşta Anadolu üniversitesi'nde olduğu gibi

⁵³ BOZKURT,Aynı, s.55

iletişimi sağlayacak temel örgütlenme olan halkla ilişkiler örgütlenmesinin yetersizliği

8)Kitle iletişim araçlarının konuya ilişkin olarak tam anlamıyla kullanılmaması.

Özet olarak;Üniversite-kent kültürel iletişimini engelleyen etkenlerin başında kentin üniversiteyi tam olarak tanımaması ve taraflar arasında sağlıklı bir iletişimin başlatılmamış olmasından kaynaklanmaktadır.sorunların çözümüne yardımcı olacak seviyede bir iletişim süreci bir türlü başlatılmamaktadır.

Modern örgütlerin hiçbiri içinde bulunduğu çevreden ayrı düşünülemez.çevrenin tercihleri ve talepleri örgütlerin işleyişini yoğun bir şekilde etkiler.Çevrelerin özellikleri,örgütlerin tercih ettikleri yapı ve yönetim biçimlerini yakından etkiler .Birer sosyal örgüt olarak üniversiteler çevrelerinden işgücü,araç-gereç gibi kaynakları;yeni olanlar ve beceriler gibi fırsatları,öğren-ciler,kaynak sağlayanlar,odalar,hükümet organları,endüstri kuruluşlarından gelen talepleri alırlar.Bu kaynaklar,fırsatlar ve talepler üniversitenin hizmet çıktıklarına dönüştürülür.Elde edilen çıktılarda etkinliklerin sürdürüldüğü çevreye yansır,bu karşılıklı ilişki süreklidir⁵⁴.

54 Ö.T.ÖZMEN,A.E.KATRİNLİ,A.ATAOL,"Üniversitenin Çevreyi Algılaması",Düşünceler,

Sayı:5,E.Ü.Bas.Ya.Yük.Ok.Ya.,(İzmir,1991),s.139

IV.BÖLÜM : ÜNİVERSİTE - KENT KÜLTÜREL İLETİŞİMİNDE HALKLA İLİŞKİLER İŞLEVİ

IV.I. ÜNİVERSİTE - KENT KÜLTÜREL İLETİŞİMİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN KULLANIMI

Önceki bölümlerde genel anlamı ile ortaya koymaya çalıştığımız üniversite-kent kültürel iletişimi, ne yazık ki, şu anda arzulanan seviyeden çok uzaktadır. Kültürel gelişme için önemi yadsınamaz olan işbirliğinin neden gelişmediği de, üniversite ve kent açısından ele alınmaya çalışılmıştır. Gerek kent halkı, gerekse üniversite kesiminde ortak olan en önemli problemin; tarafların birbirlerini tanımamaları, birbirlerinin kapasiteleri konusunda tam olarak bilgi sahibi olmamaları ve birbirlerine pek fazla güven duymamalarından kaynaklanmaktadır. Birçok küçük problemin yanında ana problem; taraflar arasındaki iletişimsizliktir. Bizi bu noktada tez yazmaya iten en önemli noktada budur.

Problem iletişimden-bir başka deyişle iletişimsizlikten kaynaklanıyorsa, çözümünü de taraflar arasında direkt ve çift yönlü bir iletişim sürecinin başlatılması ve bu süreç içerisinde bütün hedef kitlelerin dikkatini çekecek mesajların oluşturulmasına ihtiyaç vardır. halkla ilişkilerin önemide burada devreye girmektedir; herhangi bir kurum veya kuruluşun kitlelerle kurum arasındaki sürekli iletişimi hazırlayan bir iletişim ögesi olduğu hatırlanırsa, bu konuda pek te yanılmadığımız görülür⁵⁵.

⁵⁵ BOZKURT, Aym, s.146

Mart 1993 tarihinde Eskişehir'de toplam 561 kişiye uygulanan anket çalışmasında Anadolu Üniversitesi ile ilgili olarak Eskişehir Halkı'na Üniversitenin faaliyetlerinden memnunmusunuz diye sorulduğunda büyük bir bölümü memnunum diye cevap vermişlerdir.(387 kişi %67.5 i memnunum,92 kişi %17.1 i ne memnunum ne değilim şeklinde cevaplamışlardır)

Bu noktada kent ve üniversite birbirlerinden memnunlarken,konu işbirliği olunca durumun değiştiği görülmektedir.Çünkü bugüne kadar üniversite-kent iletişiminin örgütlenmesinde,herhangi bir iletişim modeli ve haberleşme süreci başlatılamamıştır.Sürekli olarak çok fazla bürokrasi ve zaman kaybı yaratan,doğrudan olmayan iletişim şekilleri seçilmiştir.Bu iletişim şekli gerek zaman açısından,gerekse çok başlıktan dolayı tarafları bu konuda güvensizliğe itmiştir.Oysa üniversite-kent kültürel iletişimi modeli oluşturulurken,olayın tanıtım ve araştırma konuları,üniversitenin ilgili bölümlerine teklif edilmiş olsaydı,bugün çok farklı yerlere ulaşılabilirdi.Çünkü sorun ,taraflar arasında ki tanıtım ve bilgi eksikliği olduğuna göre,bu sorunu çözecek ilgili birimler de üniversitedeki İletişim Fakültesi,Sosyoloji,Psikoloji,pazar araştırmaları ve pazarı tanıma açısından İktisat ve İşletme bölümleri olmalıdır.

Kısacası, üniversite-kent arasındaki iletişimi bilimsel olarak düzenleyecek ve belirli araştırmaların sonuçlarına göre hazırlanacak iletişim ve tanıtım projelerine ihtiyaç duyulmaktadır.Sağlıklı bir üniversite-kent kültürel iletişimi için tarafların bu zemini hazırlayacak ve tarafları bütün ilgili kuruluşlara tanıtılabilecek birer halkla ilişkiler ve tanıtım birimine sahip olmaları gerekmektedir.Bu yalnızca üniversite-kent kültürel iletişimi için değil,toplumdaki bütün kuruluşlar için yerine getirilmesi gerek-

en bir zorunluluktur.Çünkü iletişim,bütün süreçlerin başında gelmektedir.Öncelikle iletişimi başlatıp oluşturmak gerekir.

Halkla ilişkilerin bir iletişim süreci olduğuna, taraflar arasındaki ortak bilgi, ortak tecrübe alanını oluşturulması için birçok teknik kullanıldığına, bu tekniklerden temel olan ikisinin "tanıma" ve "tanıtma" olduğuna değinmiştik. Diğer bir deyişle, üniversite ve kent arasındaki mevcut iletişimsizliğin tarafların birbirlerini tam olarak tanımamalarından doğmaktadır. Bunun içinde halkla ilişkilerin iletişim süreci içerisindeki fonksiyonlarından yararlanarak tarafları birbirlerine tanıtacak sağlıklı ve devamlı bir iletişim başlatacak halkla ilişkiler politikasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Üniversite- kent kültürel iletişiminde, halkla ilişkiler politikalarında yer alan konular; her kuruluşa göre değişkenlik gösterebileceği gibi genelde, hedef kitlenin davranışları, duyarlı olduğu konular, beklentileri ve nasıl bir politika izleneceği yolunda oluşturulan çalışmaları içermektedir. Halkla ilişkilerin öncelikle üniversite- kent kültürel iletişiminin geliştirilebilmesi için gerekli olan programları hazırlaması gerekmektedir. Bir halkla ilişkiler programı hazırlamak için 6 basamaklı bir iletişim modeline ihtiyaç vardır. Bunlar, 1) Durum analizinin yapılması, 2) Amaçların belirlenmesi, 3) Hedef kitlelerin saptanması, 4) Medya ve tanıtım tekniklerinin seçimi, 5) Bütçeleme, 6) Sonuçların değerlendirilmesi.

Şimdi, bu planlama modelini kullanarak dar kapsamlı da olsa, bir üniversite-kent kültürel iletişiminin geliştirilebilmesi için, halkla ilişkiler program taslağı hazırlamaya çalışalım.

IV.1.1. Durum Analizinin Yapılması

Üniversite-kent kültürel iletişiminin başlatılabilmesi,halkla ilişkiler çalışmalarının belirli bir plan ve program içersinde yürütülebilmesi için yapılması gereken ilk iş,tutarlı ve gerçekçi bir durum analizi ortaya koymaktır.durum analizi aşamasında öncelikle bugüne değin üniversite-kent kültürel iletişimi konusunda yapılan çalışmaların neler olduğu,bu çalışmalardan ne gibi sonuçlar alındığı ortaya konulmalıdır.Bu noktada halkla ilişkilerin cevaplaması gereken bazı sorular vardır.Şöyle ki;

1) Kurumun karakteristik özelliği nedir ? (Aktif,Pasif,tutucu,liberal v.b.)

2) Kurumun kuvvetli veya zayıf yönleri nelerdir?

3) Kurumun temel politikası nedir?

4) Yükseköğretimi etkileyen önemli gelişmeler nelerdir?(Çevre analizi;politik.sosyal ekonomik,fiziksel ve coğrafik v.d.)

5) Hizmetten yararlanan hedef kitlenin özellikleri nelerdir,hangi niteliklerden oluşmaktadır ve kurum için taşıdığı düşünceler nelerdir,halkın kurumdan beklentileri nelerdir,hangi noktaya kadar bunlar karşılanabilir?

6)Kamuoyunun kurumdan beklentileri nelerdir?Halkla ilişkiler bu konuda neler yapabilir? gibi sorularla mevcut işbirliğinin bir mikroskop altına konulup incelenmesi ve doğru bir örgütlenme yapısıyla halkla ilişkilerin kurumun yapısı ve kentin beklentileri doğrultusunda iletişim tekniklerini geliştirmesi gerekmektedir.

IV.1.2. Amaçların Tespiti

Üniversite-kent kültürel işbirliğinin geliştirilmesi için, durum analizi bölümünde tespit edilen sorunların çözümüne yönelik amaçlar oluşturulacaktır. Problem iletişimsizlik ve plansızlıktan kaynaklanıyor ise, ilk iş olarak bu iletişimi başlatmak ve planlı programlı bir halkla ilişkiler programını hemen uygulamaya koymak gerekir. Önemli olan belirlenmiş konular üzerinde nasıl bir halkla ilişkiler etkinliğinin yapılacağına herkes tarafından anlaşılır bir biçimde ortaya konulmasıdır.

Halkla ilişkilerin amaçların tespiti aşamasında yanıtı verilmemiş bir tek sorunun kalmaması gerekir.

Üniversite ve kent için farklı yöntemler ve farklı özellikler içerecek olan halkla ilişkiler programında bütün hedef kitleler üzerindeki problemleri çözmeye yönelik çözüm önerilerini içerecek bir takım amaçların öncelikle tespit edilmesi gerekmektedir.

İyi bir halkla ilişkiler faaliyetinin temel amacı da, bu problem merkezlerinin bu ana başlıklar nedeni ile ortaya çıkabilecek diğer alt sorunların çözümüne yönelik olmalıdır. Bu cümleden hareketle, şu andaki üniversite-kent kültürel iletişiminin geliştirilmesi için uygulanacak halkla ilişkiler programının amaçlarını, şu andaki güvensizliğin karşılıklı güvene, ön yargının bilgiye, kayıtsızlığın ise ilgiye dönüştürülmesi amaçlanmıştır.

Sonuç olarak, mevcut iletişimsizliği çözecek halkla ilişkiler programları ve yeni bir kuruluş şahsiyeti ile, tarafları birbirine yakınlaştıracak halkla ilişkiler amaçlarının tespiti gerekmektedir. Diğer taraftan konunun üniversite ve kent dışındaki tarafları olan devlet ve diğer sosyal grupların

da dikkatlerini çekecek aktivitelerin amaçlanması gerekecektir.

IV.1.3. Hedef Kitlelerin Saptanması

Üniversite-kent kültürel iletişiminin geliştirilmesi için halkla ilişkilerin kullanılması aşamasında ,üçüncü basamağı, bu iletişimin geliştirilmesi için tarafların kimler olacağıdır.Bir başka ifadeyle,bu iletişimi olumlu ya da olumsuz yönde kimler etkiliyorsa,başlatılacak iletişim süreci içersinde hedef kitlelerimiz onlar olacaktır.Halkla ilişkiler programlarının genelde tüm kamuoyuna yönelik olanları dışında her program kendine özgü kitle ya da kitleleri hedef seçer.Bunların akılcı bir biçimde belirlenebilmesi için yapılacak ön çalışmaya "Kitle Saptaması" adı verilmektedir.

Üniversite-kent kültürel iletişiminin geliştirilmesi için oluşturulacak halkla ilişkiler çalışmaları şu değişik grupları hedeflemelidir.1) Üniversite-fakülte-öğrenci-öğretim elemanı,2) Sanayi-sanayi meslek birimleri,3) Araştırma kurumları,4) Kamu kurumları-Askeri-mülki,5) Yerel yönetimler,6) Sosyal amaçlı dernekler-sivil örgütler,7) Halk-tüketiciler-kamuoyu,8) Hükümet.

Görüldüğü gibi,bu iletişimde önemi hiç de küçümsenmeyecek kadar fazla hedef kitle bulunmaktadır.Bu grupların sayısını kurumun yapısına göre arttırmak olasıdır.

Kamuoyu hiç kuşkusuz bütün iletişim süreçlerinin temel hedef kitlelerindedir.Çünkü demokratik bir toplumda hiç bir karar ve yenilik yoktur ki,kamuoyunun desteğinden yoksun olsun.Özellikle yaptırım gücü açısından bu işbirliği sürecinde kamuoyunun oluşturulması için özellikle iletişim teknikleri ayrı bir özenle seçilmeli ve uygulanmalıdır.Kamuoyu

temel hedef kitle kabul edilmelidir.

Yerel yönetimler üniversite-kent kültürel iletişimde yerel düzenlemeler ve alt yapı konusunda getirecekleri alternatiflerle bu iletişimin başarıya ulaşmasına yardımcı olabilirler.

Sosyal amaçlı dernekler ve sivil örgütlerin amaçlanan bir etkinlik için ellerinde kullanabilecekleri tek ve en değerli malzeme,"ilişkiler" dir.Bu ilişkilerin sistematik bir biçimde programlanması,organize edilmesi ve uygun iletişim araçlarından yararlanılarak sonuçlandırılması yapılacak etkinliğin kaderini belirleyecektir.

Sanayi ve sanayi meslek birimlerinde halkla ilişkiler çok geç keşfedilmiştir.Bu nedenle bu kesime özellikle önem verilmeli halkla ilişkiler plan ve politikaları uygun iletişim kanallarıyla aktarılmalıdır.Çünkü sanayi ve üniversite ilişkileri kültürel iletişimin oluşturulmasında ayrı bir yer tutmaktadır.Şöyleki;Kenteşmenin temelinde sanayileşme vardır.Değişik kültürel değerlerin kaynaştığı kentlerde kentsel yaşam deneyimi içinde elde edilen kültür birikimidir.

İletişim süreci içersinde yukarıda sayılan bütün kurum,kuruluş ve örgütler ile genelde kamuoyunun doğru olarak oluşturulmamasından dolayı iki tarafta iletişim başlatılamamıştır.Bir başka deyişle,yukarıda ortaya konmaya çalışılan bütün grupların bu iletişimi engelleyecek bir veya birden çok problemi bulunmaktadır.Amaç bu grupların sahip oldukları problemleri gidermeye yönelik aktivitelerin planlanması olmalıdır.Hedef kitleler belirlendikten sonra,bu kitlelere doğru zaman ve doğru şekilde nasıl ulaşılacağı konusunda yapılması gereken teknikleri de uygulamak gerekir.

IV.1.4. İletişim Tekniklerinin Seçimi

Üniversite-kent kültürel iletişiminin geliştirilebilmesi için yapılan durum analizi,buna göre belirlenen amaçlar ve bu amaçlar için hangi kitlelerle ilişki kuracağını da belirledikten sonra,sıra işbirliğini geliştirmek için kullanılacak iletişim tekniklerinin seçimine gelmektedir.

Halkla ilişkiler çalışmalarında hiçbir zaman medya sınırlaması bulunmamaktadır.Çünkü daha çok yaratıcı çalışmalara dayanan halkla ilişkiler faaliyetinde,imaj oluşturmak için her kitleye,zamana ve yere bağlı olarak değişik teknikler kullanılmaktadır.Bu teknikleri şu şekilde gruplayabiliriz;a) Yerel ve Ulusal Radyo ve Televizyon kanalları,b) Yerel ve ulusal-Basın ,c) Yüz-Yüze İlişkiler,d) Kurum Yayınları,e) Diğer Kitle İletişim Araçları.Şimdi sırasıyla bunları inceleyerek ,üniversite-kent kültürel iletişimde hangisinin daha etkili olabileceğini görelim.

a) Yerel ve Ulusal Radyo-Televizyon kanalları kullanılarak

Üniversite-kent kültürel iletişimde,halkla ilişkilerin en çok kullanması gerekli araçlardan olan Radyo ve Televizyon etkinliği en fazla olan kitle iletişim araçlarıdır.Ülkemizde kamuoyunun oluşturulmasında,tercihlerin belirlenmesinde ve yaşam biçiminin kurulmasında çok önemli bir etkiye sahiptirler.Yirminci yüzyılın başlarında yaşamımıza giren radyo ve bu yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünyayı saran televizyon ,insanoğlunun vazgeçemeyeceği haber,eğlence kaynakları ve yönlendiricilerdir.Sözlü basının ana organları olan radyo ve televizyonun bu büyük gücü dolayısıyla halkla ilişkiler uğraşısında en etkili kanallar olduğu yadsınamaz bir olgudur.Bu kanalların zamanında ve doğru olarak kullanılabilmesi için halkla ilişkiler görevlilerinin,radyo-televizyon yayıncı-

larının çalışmalarını çok iyi kavramaları ve onlarla işbirliği kurmaları gerekir. Radyonun hemen bütün programlarından halkla ilişkiler konusunda yararlanılabilir. Haber bültenleri, dökümanter programlar, açık oturumlar, röportajlar hatta kısa anonslar halkla ilişkiler uygulaması içinde kullanılabilir. Radyo için hazırlanan haber, kitleleri yakından ilgilendiren bir öncelik taşınmalıdır. Radyoya ek olarak televizyonun söyleneni görüntü ile güçlendirmesi, görüntüyü ön plana getirip belirli düşünce ve görüşü oluşturması radyoya oranla ona kuşkusuz daha etkili bir duruma getirmektedir. halkla ilişkiler konusunda radyo için söylenenleri, televizyon içinde geçerli saymak gerekir.

Halkla ilişkiler çalışmasının temel amacı olan, tarafları birbirlerine tanıtmaya ve şeffaf hale getirmek konusunda üniversiteyi tanıtıcı belgeler, üniversite ile ilgili akla gelebilecek her soruya cevap verebilecek nitelikte hazırlanmalıdır. halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında yer verilebilecek önemli etkinlikler arasında film ve video bant önemli bir yer tutmaktadır. dökümanter, eğitsel, kültürel veya sadece tanıtım amacına yönelik filmler yapılabilir.

Yerel radyo-TV kanallarından, kentin sorunlarını içeren yapımlar yayımlanarak, araştırmacıların konuya dikkatleri çekilebilir.

b) Yerel ve Ulusal Basın Kullanılarak

Bir üniversitenin ya da bir kurumun, işletmenin halkla ilişkiler konusunda giriştiği çabaların en çok yoğunlaştığı alan basınla kurulan ilişkilerdir. Bunun için;

1- Üniversite-Kent kültürel işbirliğinin genel tanımlamasını yapan

geniş yazı dizileri hazırlanabilir.

2- Örnek üniversite -kent kültürel işbirliği projelerinden bazıları basında yayınlanarak kamuoyuna tanıtılabilir.

3- Özellikle yerel gazeteler,o yöredeki üniversiteleri ve kentteki kuruluşları bütün özellikleriyle tanıtıcı yazı dizileri hazırlayabilirler.

4- Üniversitede yapılan kentteki sorunlara yönelik araştırmalar basın yoluyla kent halkına aktarılabilir.

5- Üniversite- kent kültürel işbirliğiyle ilgili olarak yapılan panel,seminer,konferans gibi etkinliklere gazetelerinde yer vererek bu konuda kamuoyunun oluşumuna yardımcı olabilirler.

c) Yüz - Yüze İlişkiler Kullanılarak

Sözlü iletişimde en yaygın biçimde kullanılan araç yüz-yüze görüşme ya da konuşmadır.Bunun için;

1- Periyodik tanıtıcı toplantılar düzenlenebilir.Bu amaçla her hafta üniversitenin ilgili bir bölümüne ilgili kent kuruluşları davet edilerek,o bölümle ilgili karşılıklı tanıtım sağlanabilir.

2- Üniversitelerde ve kentteki meslek kuruluşları arasında tanıtıcı bilgiler içeren toplantılar düzenlenebilir.

3- Kentteki çeşitli kuruluşlar , kendi kuruluşları ile ilgili olarak üniversite öğrencilerini kuruluşlarına davet edip, çeşitli bilgiler verebilirler.

4- Kentteki meslek odaları,sanayi kuruluşları,üniversite öğrencilerine yönelik proje yarışmaları düzenleyip ödüllendirebilirler.

5- Yine aynı kuruluşlar, üniversite öğrencilerine staj yapma ve Burs verme olanağı yaratabilirler.

6- Kentteki kuruluşların üniversite ile işbirliğini kuvvetlendirmek için onların sorunlarına çözüm getirecek projelerin üniversite ortamında üretilebileceğinin çeşitli toplantılarla anlatılabilmesi sağlanabilir.

7- Kent halkının üniversitedeki etkinliklerden yararlanabilmesi için kent halkına önder olacak mesleki örgütlenmelerle toplantılar düzenlenmesi sağlanabilir.

Yüz-yüze yapılan görüşmeler yazılı iletişimden daha etkili sonuçlar doğurur. Çünkü; sözlü iletişim iki yönlü çalışır. Bu durumda verici konumunda bulunan kişi karşı tarafın algılama, davranış ve tepkilerini anında saptayabilir.

d) Kurum Yayınları Kullanılarak

Gerek üniversite bünyesinde, gerekse kentteki çeşitli kuruluşların periyodik olarak çıkarttıkları dergi, gazete v.b. yayınlar ne yazık ki, yalnızca yayınlanmış olmak için yayınlanmaktadır. Bu yayınlar aynı zamanda o kuruluşlara çok büyük mali külfetler yüklemektedir. Oysa bu yayınlar taraflar için daha çekici bir hale getirilebilir ve üniversite-kent kültürel iletişimde vazgeçilmez birer medya olabilirler.

Bu yayınlarda üniversiteyi tanıtıcı bilgilere yer verilerek kent halkı bu konuda bilinçlendirilebilir. Tabii bundan önce bu yayınların kentteki geniş halk kitlelerine özellikle de hedef kitlelere ulaştırılması gerekir.

Kurum yayınlarının en önemli avantajı istenilen kişilerin adresle-

rine doğrudan gönderilmeleri nedeniyle üniversite-kent kültürel iletişimde direkt olarak etkili olmalarıdır.Yine bu kurum yayınları kullanılarak,yapılması düşünülen etkinlikler direkt olarak hedef kitleye duyurulabilir.

Önceki bölümlerde de değindiğimiz gibi,bu tür faaliyetlerin başarılı bir şekilde yerine getirilebilmesi için,üniversitede ve kentteki kuruluşların bünyelerinde halkla ilişkilerin örgütlenmiş olması gerekmektedir.Böyle bir yayına sahip olan kuruluşlar genelde halkla ilişkiler birimine sahip olan kuruluşlardır.Bu da onların kendilerini anlatmada diğer kuruluşlardan bir adım önde olmalarını sağlamaktadır.

e) Diğer Kitle İletişim Araçları Kullanılarak

Yukarıda belirtilen diğer kitle iletişim araçlarındanbaşka,yaratıcılıkla doğru orantılı olarak pekçok medyanın olabildiğini belirtmiştik.Bunlardan bazıları halkla ilişkiler tarafından çokca kullanılmaktadır.

Fuarlar : Başarılı bir şekilde organize edilmiş fuar ve sergilerin tanıtım açısından özel bir önemi,firmaların imajlarına çok olumlu katkıları vardır.Başarılı bir fuar organizasyonuna çok güzel hazırlanmış bir stantla katılan bir kuruluş kamuoyunda kendini tanıtma yolunda çok önemli bir adım atmış demektir.

Festival ve Yarışmalar : Günümüzde kentler,bölge,ulusal veya uluslararası düzeyde çeşitli festivallere ve yarışmalara katılırlar.Bunlar,müzik,tiyatro,folklör,sinema,ses,güzellik alanlarında olabilir.Ülkemizde yılda 400 civarında festival düzenlenmekte fakat her festivalin kalitesi ve

gösterilen ilgi aynı düzeyde olmamaktadır.O yöreye veya bölgeye gelen insanların dikkati,festivali veya yarışmayı bizzat düzenleyen ya da festivale katılan kuruluşlara çekilebilir.Örneğin;İzmir Belediyesinin 1986 yılında ahşacılar ve ev kadınları arasında düzenlenen "Altın Kepçe Yarışması"Belediye-Halkla İlişkilerinin ilginç uygulamalarından biridir.

Diğer Görsel İşitsel Araçlar

Yukarda sayılanların dışında Üniversitenin ve kentin organize ettiği konserler,törenler,geziler,kokteyl,yemek,eğlence,özel gün,kongre,panel gibi çeşitli araçlar kullanılabilir.Bunlardan hangisinin nerede ve ne zaman kullanılacağı halkla ilişkilerin bilgi,becerisi ve deneyimine bağlıdır.

IV.I.5. Bütçeleme

Bir halkla ilişkiler programı taslağı oluşturulurken beşinci basamağı programın bütçesinin ayrıntılı olarak ortaya konulması oluşturmaktadır.Genellikle ülkemizde kurum ve kuruluşların halkla ilişkiler çalışmalarına yeterince pay ayırmadıkları bilinen bir gerçektir.Üniversite-kent kültürel iletişimde de durum pek farklı olmamıştır.Bugüne kadar bu konuda hiç bir yatırım yapılmamış ve tanıtım konusunda da doğal olarak hiç bir ilerleme kaydedilmemiştir.

Yukarıda üniversite-kent kültürel iletişimde kullanılabilecek bir takım teknikleri özet olarak belirtmeye çalışmıştık.Şimdi bu faaliyetlerin bir halkla ilişkiler programı çerçevesinde neden bütçelemeye ihtiyaç duyulduğuna kısaca değinelim;

- Üniversite-kent kültürel iletişimde yapılacak halkla ilişkiler çalışmalarının genel bütçe içindeki payının hesaplanabilmesi,

- Ne kadarlık bir bütçe ile çalışılabileceğinin hesaplanabilmesi,
- Belirli bir bütçe ile yapılabilecekleri denetlemek,
- Hem belirli harcamalar,hemde ekstra tanıtım faaliyetleri için bir disiplin oluşturmak,
- Yıllık üniversite-kent ilişkilerini geliştirme programlarından sonra sonuçların değerlendirilmesine imkan tanımak,bir sonraki yıl halkla ilişkiler programı hazırlanırken kullanılacak çeşitli veriler elde etmek.

IV.I.6. Halkla İlişkiler Çalışmalarının Değerlendirilmesi

Ünivesite-kent kültürel iletişimini geliştirmek için oluşturulacak halkla ilişkiler programı uygulandıktan sonra,bir o kadar önemli olan husus da yapılan çalışmaların bir değerlendirilmesinin yapılmasıdır,bunun getireceği pek çok avantaj vardır.bunlar;

1- Programlı üniversite-kent işbirliğini geliştirme çalışmalarından önceki sonuçlar ile,programlı çalışmalardan sonraki sonuçların karşılaştırılması ve tanıtım konusunda ne kadar yol alındığını tespit etmek.

2- Uygulanan halkla ilişkiler programının başarı durumu ile aksayan yönlerini tespit edip tedbir almak .

3- Halkla ilişkiler çalışmalarının amacı aslında;üniversite ile kent arasındaki iletişimi başlatmak olduğu kadar,bu iletişim sonucu tarafların birbirlerine gönderdikleri mesajlara verdikleri tepkiyi de ortaya koymaktadır.Diğer bir deyişle,üniversite-kent arasında başlatılacak iletişimin feed back'i (geri beslemesi) uygulanan halkla ilişkiler faaliyetlerinin değerlendirilmesiyle ortaya çıkabilir.

4- Bir sonraki yılın halkla ilişkiler stratejileri ve amaçları belirlenirken çok büyük veriler elde edilebilir.bu verileri dayanarak yeni programlar daha duyarlı ve biliçli olarak hazırlanabilir.

5- Bunlara ek olarak,başlamış olan üniversite- kent kültürel iletişim sürecinde tarafların sonuçları öğrenmeleri ve somut veriler elde etmeleri açısından,uygulanan programların denetlenmesi ve değerlendirilmesi yapılmalıdır.

Üniversite-kent kültürel iletişimini oluşturacak altı basamaklı halkla ilişkiler taslak programını kısaca gördükten sonra,şunu belirtmekte yarar görüyoruz;sağlıklı bir üniversite-kent kültürel iletişiminin kurulabilmesi için gerek üniversitede gerekse kentteki kurum ve kuruluşların bünyelerinde halkla ilişkilerin örgütlenmesinden başka bir alternatifleri bulunmamaktadır.

SONUÇ

Üniversite-kent kültürel iletişiminin ülkemizdeki mevcut durumu araştırıldığında tespit edilen temel problem taraflar arasındaki iletişim aksaklığıdır.problem bir iletişim problemi olmasına rağmen her defasında farklı çözüm önerileri getirilerek konuya farklı yaklaşılmıştır.Taraflar ne zaman biraraya gelse,bu işbirliğinin neden gelişemediğini sorgulamışlardır ve iki tarafta sorumluluğu sürekli birbirlerine atmışlardır.Oysa bu işbirliğinin herşeyden çok sağlıklı işleyen bir iletişim sürecine ve bunu sonucu olan tanıtıma ihtiyacı bulunmaktadır.

Ülkemizdeki üniversitelerin ve kentlerin kapasiteleri ayrı ayrı incelendiğinde,tek başına bazı konularda başarılı olamayacakları görülebilmektedir.tarafların kendileri de bunu belirtmektedirler.Başka bir deyişle üniversitelerin finansal desteğe,kentin de araştırmaya ve bilimsel desteğe ihtiyacı vardır.

Kurumların halkın sorunlarına sahip çıkması,sosyal sorumluluklarını yerine getirmesi halkın beklentilerine cevap verebilmesi toplum tarafından kabul gören davranışlardır.Toplumda yaşayanlar ,kurumların kendilerine ne gibi katkılar sağladığını,sosyal sorumluluklarını yerine getirip getirmediğini öğrenmek ister.Çünkü kurumlar veya işletmeler insan olmadan varolamazlar.Öyle ise varlığını borçlu olduğu insanlara sosyal ve kültürel içerikli hizmetler sunması bir bağış değil kurumların sosyal sorumluluğudur.

Bir bölge üniversitesi olan Anadolu Üniversitesi bu sorumluluğunun bilincinde olarak içinde nefes aldığı Eskişehir Kenti'ne her yönden büyük destek sağlamaktadır. Bir başka deyişle Anadolu Üniversitesi, Eskişehir ile özdeşleşmiş durumdadır. Kent insanıyla Üniversiteli birlikte bir yaşam sürdürmektedir. Bu birlikteliğin ekonomik ve sosyal boyutunu keskin çizgilerle belirlemek olanaksızdır.

Kültür bir ülkenin toplumsal kalkınmasına öncülük eden tek unsurdur. Üniversiteler buldukları yörelerde toplumsal ve kültürel yapıyı etkileyen önemli kurumlardır. Hızlı bir değişim ve toplumsal gereksinimlerin karşılanması yönünde, birer toplumsal kurum olan üniversitelerden, her gün biraz daha artan sayıdaki toplum üyelerinin beklentileri doğrultusunda eğitilmelerinin yanısıra, toplumsal değişmeye destek olmaları, yön vermeleri beklenmektedir.

Bir ülkenin eğitim ve öğretim sistemini oluşturan üniversitelerin içinde buldukları toplumun yaşam düzeyini yükseltici ve kamuoyunu aydınlatıcı bilim, kültür ve sanatsal faaliyetlerini toplumla uzlaştırıcı, kurumun başarısını etkileyecek çevrelerle iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini sağlayacak ve sürdüreceği halkla ilişkiler bölümlerine ihtiyaçları vardır.

Halkla ilişkiler iki yönlü bir iletişimdir. planlı olarak veya kurum içinde kendiliğinden ortaya çıkan bilinçli bir iletişimdir. Toplumun tutum ve davranışları ve alışkanlıkları, gelenek ve göreneklerini öğrenmek ve buna göre plan ve programlar yapıp hedef kitleye mesaj iletmek, bütçe yapıp, kampanya düzenlemek uzun zaman alan uğraşlardır. Bir başka deyişle halkla ilişkiler sonuçları uzun zaman alan sabırlı bir bekleyiştir.

KAYNAKÇA

- AŞKUN,"İnal Cem** ; "Kültürel İletişim Politikaları" Kurgu,AÖF Ya.,386-149 (Eskişehir,1990)
- BARAZ,Turhan** ; "Eskişehir'de Bir Yerel Basın Taramasının Düşündürdükleri",Kurgu,AÖF,Ya.,354-144, (Eskişehir,1989)
- BOZKURT,İzzet** ; Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Geliştirilmesinde Halkla İlişkilerin Rolü (E.Ü.Sosyal Bilimler Ens.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi (İzmir,1993)
- BUDAK ,Gönül BUDAK,G.;** Halkla İlişkiler;Davranışsal Bir Yaklaşım ,D.E.Ü.Ya.,0906-DK-92-017-102,(İzmir1992)
- CANFIELD,Bertrand** ; Public Relations (Homewood, Illinois;Richard D.IRWIN Inc,1968)
- COŞKUN,Selma** ; Üniversitelerde Halkla İlişkiler Faaliyetleri , A.Ü.Sosyal Bilimler Ens.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi , (Eskişehir,1989)
- CUTLIP , M.Scott ,v.d.;** Efective Public Relations 6b(Englewood Cliffs,New jersey:Prentice Hall Inc;1985)

- DİCLE,Atilla** ; " Halkla İlişkilerde Basınla İlişkiler Tanıtma "ODTÜ. Gelişme Dergisi, Sa.,113,(Ankara,1976),
- DOĞRAMACI,İhsan** ; "Yükseköğretimde Gerçekleştirilen Reformlar ve Dört Yıllık Uygulama Sonuçları,Yüksek-Öğretim Bülteni, (Mart,1986)
- GÖKSEL B.,Ahmet** ; Halkla İlişkiler, Tanık Ya.,II Baskı, (İzmir,1990)
- GÜRGEN,Haluk** ; " Halkla İlişkiler" Semineri, ORHİM Eğitim ve Kültür Merkezi, (İstanbul,1990),
- IŞIK,C.,ŞANLIER,K.** ; Sosyo Ekonomik Gelişmede ESKİŞEHİR, NeredenNereye?.,Esk.,Ticaret Odası Ya., (Eskişehir,1988),
- JONNE,Henri** ; Üniversite ve Çağdaş Toplumun İhtiyaçları,Uluslararası Üniversiteliler Ya., (İstanbul,1973)
- KADIBEŞEGİL,Salim** ; Halkla İlişkilerde Temel İlkeler, (İzmir,-1986)
- KAYA,K.Yahya** ; İnsan Yetiştirme Düzenimiz,Erk,Ya.,(Ankara,1981),
- KAZANCI, Metin** ; Halkla İlişkiler Açısından Yöneten ve Yönetilenler (Ankara,1978),

- KAZANCI, Metin** ; Halkla İlişkiler Kurumsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar (Ankara, 1982),
- KENWORTHY, S. Leonard** The International Dimension of Education, (New York, 1969)
- KING, Alexandre** ; "Eğitim Toplumu ve Gelişimi", Ekonomik Gelişmeyi Hızlandıran Etken Olarak Eğitim (içinde) (İstanbul, 1966),
- KISAKÜREK, A. Mehmet** ; Üniversitelerimizde Yenileşme,-A.Ü.E.F.Ya.,- 54 (Ankara, 1976)
- KOÇER, H. Ali** ; "Türk Üniversitelerinde Örgütsel Gelişme" Üniversite Yönetiminin Uluslararası Sorunları Sempozyumu, A.Ü.Ya., 80, (Ankara 1979)
- KONGAR, Emre** ; "Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği", (Ankara, Remzi, Ya., 1978) , s.39
- LESLEY, Philip** ; Lesley's Public Relations Hand Book, 3.B (Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall Inc, 1983)
- ORRICK, James B.** ; (Çev. Oğuz ONARAN), Halkla İlişkiler (Ankara .B.Y.Y.O.Ya., 1967),
- Ö.T.ÖZMEN, A.E.KATRİNLİ** "Üniversitenin Çevreyi Algılaması",
, A.ATAOL ; Düşünceler, Sayı:5, E.Ü.Bas.Ya.Yük.Ok.Ya., (İzmir, 1991)

- ÖZKALP,Enver** ; Toplumsal Değişme, Modernleşme ve Kentleşme" Soyoloji, AÖF Ya., 600-300 (Eskişehir 1991)
- SABUNCUOĞLU,Zeyyat** İşletmelerde Halkla İlişkiler,Bursa,1992)
- SEITEL,Fraser P.** ; The Practice Of Public Relations,2.B.(Columbus,Ohio;A Bell and Howell Co.,1984)
- SCHRAMM,s.100-101;**
GÜRGEN,Haluk ; "Televizyon Reklamlarında Yaratıcı Strateji" (Doktora Tezi,A.Ü.,Sosyal Bil.Enstitüsü Eskişehir,1987)
- SHAW,Peter** ; "Statejiye Dayalı Tanımlar" Halkla İlişkiler ve Dış Tanıtım Semineri DPT Marmaris 19-20 Mayıs 1991
- TATLIDİL, Ercan** ; "Kent Sosyolojisi; Kuram ve Kavramlar " Sosyoloji, E.Ü. Edebiyat Fak.Ya., (İzmir, 1992)
- TATLIDİL, Ercan** ; Toplum,Eğitim ve Öğretmen,E.Ü.Ya.,(İzmir,1993),
- ÜNLÜER, Oğuz** ; "Toplumsal Kişilik Geliştirmede Üniversitelerin Rolü" Kurgu, 386-148, (AÖF ,Ya., Eskişehir 1990)

- VARIŞ, Fatma** ; Türkiye'de Lisansüstü Eğitim-Pozitif Bilimlerin Temel ve Uygulamalı Alanlarında (Ankara,1972)
-; Eğitim Dairesi (The Wheel of Education The İPRA World Of Public Relations Exhibition London May,1979)
-; Üniversiteler Kanunu Tasarısı ve Milli Eğitim Komisyon Raporu (1/622) 3.3 1972
-; Yükseköğretim Kanunu, (2547 s.k)
Md.3.d;1981

Bu anket Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Sanatları Anabilim Dalında; "Üniversite-Kent Kültürel İletişiminde Halkla İlişkilerin Rolü" konulu tez çalışması için uygulanmaktadır.

Bir bilimsel çalışmaya katkı ve üniversite kent kültürel iletişiminin istenilen boyutlara ulaşabilmesi sizin sorulara açık ve net cevaplar vermenize bağlıdır. Anket cevaplandırmadaki yardımlarınız için Teşekkür eder başarılar dilerim.

Beyhan TUNA

I.BÖLÜM

Bu bölümde sizinle ilgili demografik bilgilerin toplanması amaçlanmaktadır.

I. Yaşınız

- 25 ve altı
 26-35
 36-45
 46 ve üstü

II. Cinsiyetiniz

- Erkek Kadın

III. Doğum Yeriniz

- Eskişehir Merkez
 Eskişehir İlçe
 Eskişehir bucak-köy
 Bir başka ilçe
 Bir başka kent

IV. Öğrenim Durumunuz

- İlkokul- Ortaokul
 Lise
 Üniversite-Yüksekokul
 Üniversite-Yüksekokul Sonrası Eğitim

V. Aylık Net Geliriniz

- 3 Milyondan az
 3 Milyon - 6 Milyon
 7 Milyon - 9 Milyon
 10 Milyon - 12 Milyon
 12 Milyon'dan fazla

VI. Ailenizin ekonomik durumunu Türkiye ölçeğinde nasıl görüyorsunuz.

- Çok iyi İyi Orta Kötü Çok kötü

VII. Mesleğiniz ve varsa görev ünvanınızı aşağıdaki boşluğa yazınız.

.....

VIII. Ne kadar süredir Eskişehir'de oturuyorsunuz.

- 3 yıldan az
 3-5 yıl
 6-10 yıl
 11-15 yıl
 16-20 yıl
 20 den fazla

IX.Şu anda yaptığınız iş nedir ?

- Çiftçi
 İşçi
 Memur
 Öğretmen
 Doktor,Mühendis, Mimar,Avukat,
 İşveren
 Ev hanımı
 Subay-Astsubay
Diğer
(Lütfen belirtiniz)

II.BÖLÜM

Bu bölümde Anadolu Üniversitesi'nde gerçekleştirilen sosyal ve kültürel faaliyetlerden haberdar olma ve yararlanma durumunuz konusunda bilgi toplanması amaçlanmıştır.

I. Anadolu Üniversitesi'ndeki faaliyetlerden haberdar olabiliyormusunuz ?

- Hiç Kısmen Oldukça Çok fazla

II.Anadolu üniversitesi'nin faaliyetleri ile ilgili haber edinme yollarından hangilerini isteyerek ne ölçüde kullanıyorsunuz ?

	<u>Hiç</u>	<u>Kısmen</u>	<u>Oldukça</u>	<u>Çok fazla</u>
a. Üniversitenin gazeteleri	()	()	()	()
b. Üniversitenin bültenleri, Broşürleri, Kitapçıkları	()	()	()	()
c. Afişler	()	()	()	()
d. Televizyon, Radyo	()	()	()	()
e. Basın	()	()	()	()
f. Etkinlik davetiyeleri Diğer (Lütfen belirtiniz)	()	()	()	()

III. Anadolu Üniversitesi'nin düzenlediği herhangi bir etkinliğe katıldınızı mı ?

Evet Hayır

Cevabınız Evet ise yararlandığınız etkinliklerin karşısındaki kutuları işaretleyiniz.

	<u>Hiç</u>	<u>Kısmen</u>	<u>Oldukça</u>	<u>Çok fazla</u>
a. Sosyal ve Kültürel etkinlikler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Spor etkinlikleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Sağlık etkinlikleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Diğer (Lütfen belirtiniz				

IV. soruya cevabınız EVET ise

Size sunulan hizmeti içerik ve konu açısından yeterli buluyormusunuz ?

Çok Yetersiz Ne yeterli ne yetersiz Yetersiz
 Yeterli Çok yeterli

III.BÖLÜM

Sizin ve ailenizin Anadolu üniversitesi'nde düzenlenmesini istediğiniz ve katılma ihtiyacı duyduğunuz faaliyetler konusunda bilgi toplanması amaçlanmaktadır.

	<u>İzleyici</u>	<u>Katılımcı</u>
a. Sosyal ve Kültürel etkinlikler		
Tiyatro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Söyleşi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hobi çalışmaları	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sergi,fotoğraf,el sanatları	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Film,slayt,dia gösterileri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
festival	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diğer (Lütfen belirtiniz		
b. Sportif etkinlikleri		
Masa Tenisi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Futbol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hentbol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yüzme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Basketbol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diğer (Lütfen belirtiniz		

c. Bilimsel Toplantı Etkinlikleri

Sempozyum	()	()
Kongre	()	()
Seminer	()	()
Diğer		
(Lütfen belirtiniz		

IV.BÖLÜM

Bu grupta yer alan sorular Anadolu Üniversitesi hakkındaki görüşlerinizi öğrenmek amacıyla sorulmuştur.

I. Anadolu Üniversitesinin *nitelikleri* ile ilgili görüşlerinizi yanındaki kutunun içine işaretleyin

	<u>Çok Yetersiz</u>	<u>Yetersiz</u>	<u>Ne Yetersiz Ne Yeterli</u>	<u>Çok Yeterli</u>	<u>Bilgim Yok</u>
Bilimsellik	()	()	()	()	()
Dinamiklik	()	()	()	()	()
Gerçekçilik	()	()	()	()	()
Sosyal Sorumluluk	()	()	()	()	()
Eğitcilik	()	()	()	()	()
Şeffaflık	()	()	()	()	()
Güvenilirlik	()	()	()	()	()
Diğer					
(Lütfen belirtiniz					

II. Anadolu Üniversitesinin *fiziksel özellikleri* ile ilgili görüşlerinizi yanındaki kutunun içersine işaretleyiniz.

	<u>Çok Yetersiz</u>	<u>Yetersiz</u>	<u>Ne Yetersiz Ne Yeterli</u>	<u>Çok Yeterli</u>	<u>Bilgim Yok</u>
Kampüs Büyüklüğü	()	()	()	()	()
Kampüs Temizliği	()	()	()	()	()
Kampüse Ulaşım	()	()	()	()	()
Bahçe Düzenlemesi	()	()	()	()	()
Bina Yerleşimi	()	()	()	()	()

Spor Alanları () () () () ()
Öğrenci
Mekanları () () () () ()
Diğer
(Lütfen belirtiniz)

III.Üniversitenin tüm faaliyetlerinin Eskişehir'in gelişme ve ilerlemesine katkısı açısından sizce önemi nedir ?

() Çok önemli () Önemli () Kısmen önemli () Önemsiz
() Çok önemsiz

IV. Çocuğunuzun Anadolu Üniversitesi'nde eğitim görmesini istermisiniz ?

() Evet () Hayır

Cevabınız HAYIR ise nedenini lütfen açıklayınız.

.....