

## HALKLA İLİŞKİLER ETİĞİ KAPSAMINDA HALKLA İLİŞKİLER BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN MESLEK ETİK KURALLARINA BAKIŞ AÇISI\*

*Doç.Dr. Makbule Evrim GÜLSÜNLER<sup>1</sup>, Hatice Mine YAYLA<sup>2</sup>, Şeyma TOSUNLU<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

<sup>2</sup>Doktora Öğrencisi

<sup>3</sup>Doktora Öğrencisi

### ÖZET

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de meslek etik kurallarının en çok tartışıldığı alanlardan biri halkla ilişkiler etiğidir. Halkla ilişkiler mesleğini yerine getirenlerin, etik kurallarına bağlı kalarak mesleklerini sürdürüp sürdürmedikleri çok tartışılmaktadır. Halkla ilişkiler mesleğinde mesleği geliştirme açısından, onurlu ve saygın bir konuma ulaştırılması açısından etik değerler incelenmekte ve halkla ilişkiler meslek etik ilkeleri, mesleki sorumluluklar ve mesleki davranışlar uluslararası standartlar doğrultusunda ele alınmaktadır. Bu çalışmada Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesinde Halkla İlişkiler bölümü 3. ve 4.sınıfta okuyan halkla ilişkiler öğrencilerine anket uygulanmış olup, öğrencilerin halkla ilişkiler etiği hakkındaki görüşleri ele alınmış ve meslek etiğine bakışları irdelenmiştir.. Elde edilen bulgulara göre; her iki üniversite öğrencilerinin üniversitelerde etik dersi okutulması yönünde hem fikir olduğu görülmektedir. Ayrıca halkla ilişkiler etiği ile değişkenler arasında kişiden kişiye farklılık görülmektedir.

**Anahtar sözcükler:** Etik, Meslek etiği, Halkla ilişkiler meslek etiği

### ABSTRACT

As in the whole world, one of the most discussed areas of professional ethics in Turkey is the ethics of Public Relations. It is much debated whether the people who are engaged in public affairs maintain their profession by adhering to the code of ethics. Ethical values are analyzed in terms of professional development in terms of career development in public relations, honorable and respected position, and professional ethics principles, professional responsibilities and professional behaviors related to the public are handled in line with international standards.in line with international standards.

\* Bu makale 18-21 Ekim 2017 tarihlerinde Alanya’da II. INES Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi” (INES-2017)de sözel bildiri olarak sunulmuş ve genişletilmiştir.

In this study, a questionnaire was applied to the students who were studying in 3rd and 4th semesters of Selçuk University and İzmir Economy University, and the views of the students about the relationship with the public were discussed and their views on the ethics of the profession were examined. According to the findings; it seems that both university students are interested in teaching ethics lessons at universities. In addition, there is a difference between people and ethics and variables.

**Key Words:** Ethic, Professional ethic, Public Relation Ethic

## **GİRİŞ**

Etik ve meslek etiği kavramları son yıllarda dünyada ve Türkiye’de öne çıkan konular arasındadır. Ancak tabii ki bu kavramlara ilişkin tartışmalar çok eski zamanlara dayanmaktadır. Uzun yıllardır araştırmacılar, akademisyenler ve uygulamacılar tarafından bu kavramlar üzerinde çalışılmaktadır. Pek çok araştırmacı, felsefi etik tartışmalarından yola çıkarak çeşitli bilim disiplinlerinde etik tartışmaları başlatmışlardır. Birçok ülkede ulusal etik komisyonları kurulmuş ve her meslek kendisini etik kapsamında sorgular olmuştur. Meslek etiği kavramı, uygulaması ve eğitimi bu çerçevede ciddi bir önem kazanmıştır.

Meslek etiği, belirli bir mesleği yaparken bireyin ne yapması ya da ne yapmaması gerektiği ile ilgilidir. Bütün meslek gruplarının ahlakları, genel ahlaki ilkeye göre mesleğinde olabildiğince en iyi olması ilkesine dayanır (Uzun, 2016; 26). İletişim ile ilgili mesleklere olan güvensizliğin giderek artış gösterdiği günümüzde, son yıllarda en çok tartışılan konulardan biri bu mesleklerdeki etik kavramı olduğu görülmektedir. Halkla ilişkiler de bu meslekler içerisinde, yöntem ve uygulamalarıyla etik tartışmalara konu olan mesleklerden biridir. Halkla ilişkilerin bir kandırmaca ya da göz boyama olduğu varsayımları zaman içinde çürütülmeye çalışılsa da rekabet ortamı içindeki bazı halkla ilişkiler uygulamalarının etik ilkeleriyle bağdaşmadığı fikri hala yaygındır (Bayar, 2006; 128). Son yıllarda halkla ilişkiler mesleği alanındaki hızlı gelişmeler ve farklı yaklaşımların ortaya çıkması, halkla ilişkiler alanında mesleki etiğin önemi daha da artmaya başlamıştır.

Etik konusunun ve halkla ilişkiler etiğinin giderek daha çok önem kazanması ile birlikte etik öğretimine yaklaşımda farklı görüşler mevcuttur. Bunlar etik derslerinin gereksiz olduğu ya da etkisiz olacağı, denemekten zarar gelmeyeceği ve kesinlikle programlarda yer alması gerektiği şeklinde farklılaşmaktadır (Gülsünler, 2010; 159). Halkla ilişkiler uygulayıcılarının yüksek standartlarda iş yapmalarını sağlayacak etik eğitimini almaları ve bu kodları uygulamaları önemlidir. Çünkü halkla ilişkiler mesleğinin temelini güvenilirlik oluşturmaktadır.

Bu kapsamda, çalışmada önce etik kavramı ele alınacak sonra mesleki etik ve halkla ilişkiler etiği ile ilgili bilgi verilmeye çalışılacaktır. Analiz bölümünde ise Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi halkla ilişkiler bölümünde 3. ve 4. sınıfta okuyan öğrenciler üzerinde halkla ilişkiler etiğine bakış açıları incelenmiştir.

## **1.ETİK KAVRAMI**

Etik kavramının anlamına, kapsamına ve çalışma alanına bakıldığında pek çok araştırmacı ve akademisyenler tarafından araştırılan bir konudur. Etik göreceli bir kavram olup, anlamı kişiden kişiye, toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Literatürde etik kavramına ilişkin geliştirilen birçok tanım bulunmaktadır. Genel tanımı ile etik, “insanın kendi şahsına ve diğer insanların kişiliklerine karşı iyi davranması, genel bir anlatımla iyiliğe varılması için kendini uymaya zorunlu hissettiği manevi ve ruhsal görevler ve bunlara ilişkin kurallardır” (Özgen, 1994; 44).

Bir başka tanıma göre etik, belirli bir dönemde, belli insan topluluklarınca benimsenmiş olan, bireylerin birbirleriyle ilişkilerini düzenleyen töresel davranış kurallarının yasalarının ve ilkelerinin toplamıdır (Bülbül, 2001; 2). Etik, toplumun bakış açısını dikkate alarak bireylerin uygun ve uygun olmayan davranışlarını belirler.

Etiğin konusu insanın eylemleridir. Fakat bu eylemlerin konusu insanın her türlü faaliyetleri, eylem ve davranışları değil de, öncelikle ahlakiliği vurgulayan yani ahlaki olanlardır. Etik kavramı bir eylemi ahlaki açıdan iyi bir eylem yapan niteliksel durumu sorgulamakta; insanlık için, birey için doğru veya değerli olan eylem de etiğin konusunu oluşturmaktadır (Pieper, 2012; 17-18).

Etiğin amacı ise, insan pratiğini ahlaki niteliği bakımından aydınlatmak, bir bilinç geliştirebilecek etik argümanlar sunmak ve bu argümanları temellendirme süreçlerine girebilmek, ahlaki eylemin, insanın isterse gerçekleştirebileceği, istemezse vazgeçebileceği keyfi bir eylem olmadığını; aksine, insan olarak varlığına ilişkin vazgeçilmez bir niteliğin ifadesi olduğunu gösterebilmektir (Pieper, 2012; 19).

Etik, temellendirilmiş sonuçlara varmayı hedefler. Ne ahlakileştirme ne ideolojiye dönüştürme ne de dünya görüşü ortaya koyma gibi bir amaca sahiptir. Etiğin kendisi belli bir anda ve yerde ne yapılacağı hakkında yargılara varmaz. Daha çok eylemin etik olarak kabul edilebilmesi için nasıl davranılması gerektiği bilgisini aktarır. Etik pusula gibidir, pusula yönü gösterir fakat hedefe götürecek yolu göstermez. Pusula kişiye yalnızca doğru yolu bulmasında yardımcı olur, ama onu bu doğru sayılan yolu fiilen izlemeye zorlayamaz. Etik de kişiyi, etik olarak görülen eylemi gerçekten de yapmaya zorlamaksızın sadece eylemsel iradesini etiksel

açından belirlemede yardımcı olur. Etik doğrudan eylem ve davranışları tayin etme anlamında etkin değildir ama insan eylemi açısından büyük önem taşımaktadır (Pieper, 2012; 96-97).

Etik, kişiyi etiksel pratiğin koşulları ve anlamı hakkında aydınlatarak onu hem geçmişteki hem de gelecekteki eylemleri açısından aydınlatır; kendisini eleştirel olarak yargılayabilme ve o zamana kadar sorgulamadan izlediği normları etiksel açıdan yoklayabilme becerisine kavuşturur (Pieper, 2012; 98). Bu nedenle hangi alan için söz konusu olursa olsun etik insan eylemleri için önemli bir kavramdır.

Etik standartların uygulandıkları pek çok alan olup, bunları etkilendikleri insan gruplarına göre birkaç farklı alanda toplamak mümkündür; kişisel etik, meslek etiği, iş etiği-yönetimsel etik, toplumsal etik, küresel etik gibi.

## **2.MESLEK ETİĞİ**

Meslek etiği kavramını açıklamadan önce, meslek kavramının ortaya konulması gerekmektedir. Çünkü herhangi bir işin meslek olarak sayılabilmesi için, uğraş alanının etik değer ve ilkelere de içinde yer vermesi gerekmektedir. Yani yeterlik adı verilen ve bir meslek elemanının sahip olması beklenen üç temel öge bilgi, beceri; doğru iş alışkanlıkları ve tutumlarından oluşur. Bunun anlamı bir meslekte bilgi ve beceriler kadar mesleki değer ve etik ilkelerinin de tanımlanmış olmasıdır. Ancak bu etik ilkeler her zaman yazılı olarak ortaya konulmamıştır, meslektaşlar tarafından örtülü bir biçimde de benimsenmiş olabilmektedir. Açık ve somut detaylarla veya örtülü bir şekilde benimsenmiş olsun, etik değer ve ilkeler meslekleşme için önemlidir (Aydın-Pehlivan, 2001; 71).

Meslek etiği, belirli bir meslekte, özellikle doğrudan doğruya insanla ilgili bir meslekte, uyulması gereken davranış kurallarından oluşmaktadır. Bu kurallara dünyanın neresinde olunursa olunsun, bu mesleği icra eden herkesin uyması istenir (Kuçuradi, 1997; 32).

Ruhdan Uzun, “İletişimin Etiği” adlı eserinde meslek etiğini “belirli bir mesleği icra ederken kişinin ne yapması ya da yapmaması gerektiği ile ilgilidir” şeklinde tanımlamıştır. Bütün meslek gruplarının ahlakları, genel ahlaki ilkeye, mesleğinde olabildiğince iyi olma ilkesine dayanır. Burada çalışma ve emeğin kendisine bir değer yüklenir. İş sadece teknik kurallar aracılığıyla değil, diğer insanları doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ahlaki kurallar temelinde icra edilecek bir etkinlik olarak tanımlanır. Platon, bir işin iyi yapılması için yalnızca uzmanlığın yeterli olmadığını, iyiye niyet etmenin de önemli olduğunu vurgular (Uzun, 2016: 26). Bu durumu daha iyi ifade etmek gerekirse; Koslovski’nin sözlerine bakmak yeterli olacaktır. “İyiye istemeyen için bilgi, şans olmaktan çok bir tehlikedir; açıkça o,

bilgisiyle mesleki bir bilgi olmasaydı yapamayacağı kötüyü daha iyi bir şekilde yapabilir; böylelikle kişinin mesleğinde iyi olmasıyla kötü daha kötü olmaktadır’’ (Koslovski, 2000; 40).

Durkheim’e göre mesleki etik her zaman bir grup ile ilişkilidir. Grup mesleği etiğini koruduğu sürece mesleki etik sürekliliği devam eden, geçerliliği olan, kişisel eğilimlere bir sınır çizen ve daha ileri gidilmesine engel olan kurallar olarak var olabilecektir. Ayrıca toplum içinde mesleki etik ilkelerini oluşturacak ve bu ilkelerin yürütülmesini denetleyecek özel bazı gruplara gereksinim vardır. Bu gruplar da, ancak aynı meslekten bireylerin birleşmesi ile kurulmuş gruplar olacaktır. Mesleki etik, bir meslek grubunun eseri olduğuna göre, bir grup ne kadar güçlü kurulmuş ise, etik ilkeleri de o kadar etkili olmaktadır (Durkheim, 1949; 12-14). Grubun önemli olması dolayısı ile görülmektedir ki, çeşitli mesleklere dair yapılan mesleki etik çalışmaları, kurulan örgütler ve belirlenen etik kodlar genellikle küresel olmaktadır ya da bunlar ülke bazında gerçekleştiriliyor ise bile tüm ülkeyi kapsamı için çalışılmaktadır.

Ayrıca, herhangi bir mesleğin uygulanmasında meslek çalışanları meslek etiğine ne kadar bağlı kalırlarsa o meslek toplum gözünde o kadar saygı ve güven kazanır. İş yaşamında meslek çalışanlarının kendisine verilen bir işi bütün özellikleri ile kavraması mesleki açıdan değerlendirerek kendisinden beklenen hizmeti mesleğinin özelliklerine uygun olarak yapması meslek etiğinin gereklerindedir (Başpınar ve Çakıroğlu, 2012; 60).

Mesleki etik kuralları olarak belirlenen ve üyelerinin genel ve ortak olan davranış biçimlerini tanımlayan ilkelerin üç temel fonksiyonu vardır; Yetersiz ve ilkesiz üyeleri ayırmak, meslek içi rekabeti düzenlemek, hizmet ideallerini korumak (Kolçak, 2013; 73).

Genel olarak meslek etiği ilkelerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Kolçak, 2013; 78):

- **Doğruluk İlkesi:** Etik davranış, başkaları ile ilişkilerde dürüst olmayı ve içtenliği gerektirir.
- **Yasallık İlkesi:** İş hayatında üretilen her türlü malın üretiminde ve çalışanlarla ilgili sorunların çözümünde yasalara bağlı kalmaya çalışmak mesleki etik ilkelerden biri sayılır.
- **Yeterlik İlkesi:** İş hayatında her gün gerçekleşen gelişmeleri takip etmek, kendini yenilemeye çalışmak, iş hayatına uyarlamak mesleki etik ilkeleri arasında önemli yer tutmaktadır.

- **Güvenirlik İlkesi:** İş hayatında güvene dayalı ilişkiler kurmak, kendine ve başkalarına güven duymak ve güvenilir bir kişi olmak başarının en temel anahtarlarından biridir.
- **Mesleğe Bağlılık İlkesi:** Kişinin yaptığı işi önemsemesi ve en iyi şekilde yapmaya çabalaması mesleki etik ilkelerinden biri sayılır. Kişinin iş hayatı içerisinde sürekli kendini geliştirmeye çalışması ve eğitim imkanlarından yararlanması işine verdiği önemi gösterir.

Sonuç olarak mesleki etik, belirli bir meslek grubunun mesleğe ilişkin olarak oluşturulup koruduğu; belirli sınırların ortaya konduğu, meslek üyeleri belli bir şekilde davranmaya zorlayan, meslek içi rekabeti düzenleyen, meslek ideallerini ve saygınlığını korumayı amaçlayan mesleki ilkeler bütünüdür.

### 3.BİR MESLEK OLARAK HALKLA İLİŞKİLER

Bütün ülkelerde giderek yaygınlaşan halkla ilişkilerin bugünlere gelmesi tarihsel bir gelişim süreci izlemiştir.

Bir uğraşı alanının meslek haline gelebilmesinde o alanda verilen biçimsel eğitim olması, çalışanların geçimlerini bu alandan sağlamaları, mesleki dayanışma, iletişimi sağlayacak biçimsel bir organizasyonun ve periyodik bir yayının olması ve meslekle ilgili ahlak kurallarının varlığı gibi unsurlar halkla ilişkilerin meslek olduğunu kanıtlamaktadır (Canpolat, 2012; 4231).

Türkiye'de halkla ilişkiler meslekleşme sıkıntısını çeşitli sebeplerle çekmiştir. Bu sebepler arasında; halkın anlayış ve tutumu gibi genel faktörlerin yanında, halkla ilişkilerin ahlak, eğitim ve işe alma standartlarının bulunmaması, görevlilerinin yeterince örgütlenememesi gibi sebepler sayılabilmektedir. Örneğin, hazır giyim dalında çalışan firmalara prova mankenliği yapmak niyetiyle, ideal fizik ölçülerine sahip genç ve güzel bayanlar halkla ilişkiler uzmanı olarak aranmaktadır. Şirketlerin sekreterlik işlerini yapmak üzere alınan kişiler halkla ilişkiler uzmanı sıfatıyla istihdam edilebilmektedir. Buna benzer örnekleri çoğaltmak mümkündür. Bu durum meslekleşme çabası veren halkla ilişkilere büyük darbe vurmaktadır. Ancak bu konuda tablo elbette o kadar karamsar değildir; toplumda yaşanan değişim, çeşitli birimler arasında iletişimi güçlendirirken, bu güçlüklerden kaynaklanan sakıncaları önleme çabası, halkla ilişkilerin bir meslek haline dönüşmesine zemin hazırlamaktadır (Kalender, 1999; 27).

Bir faaliyet alanının meslekleşebilmesi için bazı ön şartların bulunması gerekmektedir. Bunlar; mesleğin faaliyet alanının belirlenmesi ve işin tanımlanması, görevlinin vazgeçilmez

bir rol üstlenmesi, eğitim, işe alma ve ahlak standartlarının bulunması, meslek görevlilerinin örgütlenmesi olarak sıralanabilir (Kalender, 1999; 28).

Halkla ilişkilerin bir meslek olarak kabullenilmesinde ve gelişimini tamamlamasında karşılaşılan en belirgin sorunlardan biri etik sorunudur. Daha önceki bölümde ifade edildiği gibi meslek etiği, özellikle doğrudan insanla ilgili mesleklerde uyulması gereken davranış kuralları olarak tanımlanabilir.

Mesleki etik evrensel olmakla birlikte az ya da çok içinde bulunduğu toplumun ahlaki anlayışından ve yerel koşullardan etkilenmektedir. Mesleki etik kurallarını uygulayıp denetleyen meslek kuruluşları ne kadar güçlü ve yaptırımları ne kadar etkili ise, mesleki etik de o kadar saygınlık kazanacaktır. Görüldüğü üzere halkla ilişkilere itibar, saygınlık ve önem kazandıracak belli başlı etkenlerden biri meslekte etik düzenin sağlanması ve devamının getirilerek gerekli yaptırımların hayata geçirilmesidir.

#### **4.HALKLA İLİŞKİLER ETİĞİ**

Her mesleğin ahlaki bir amacı vardır. Halkla ilişkiler uygulayıcılarının etiksel davranışları ve karmaşık sorunların çözümünü sağlamak için aldıkları kararlarda, müşterinin en fazla çıkarına hizmet etmekle tüm toplumun çıkarına hizmet etmek arasındaki hassas dengeyi sürdürmeleri beklenir. Bu denge, halkla ilişkilercinin toplum içindeki rolleri açısından önemlidir. Klasik liberal anlayışın öne sürdüğü ideal durumda, halkla ilişkiler uygulayıcısı hem müşterisine hem de topluma hizmet edecektir. Ancak teoriden pratiğe geçildiğinde bu dengenin bozan çok sayıda değişkenle karşılaşıldığı görülür. Kişisel ya da kurumsal amaçlar, acele eyleme geçme gerekliliği, finansla ilgili sorunlar gibi, müşteriye hizmet etmekle topluma hizmet etmek arasındaki denge kolaylıkla bozulabilir (Uzun, 2016; 232).

Halkla ilişkilerin etik boyutu ile ilgili tartışmalar uzun yıllardır süregelmiştir. Bernays'ın 1923 yılında "On The Principles, Practices and Ethic of the New Profession Of Public Relations" isimli ders vermesi, daha sonraki yıllarda halkla ilişkiler ve etik konusunda öncü olarak kabul edilen yazar Albert J. Sullivan'ın 1965 tarihinde yazdığı "Values Of Public Relations" adlı çalışması halkla ilişkilerin etik boyutunun ilk örneklerini oluşturmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de halkla ilişkilerin etik boyutu sıkça tartışılmaktadır. Çünkü etkinliği gittikçe artan ve Amerika'dan başlayarak tüm dünyada hızla yaygınlaşan bu disiplin; makinelere, fabrikalara, üretim bantlarına değil, insan davranışlarına dayanmaktadır. İnsan davranışları, etiğin başlıca önemli konularından biridir ve her davranışın ahlaki soruşturmaya tabi tutulabilmesi mümkündür. Söz konusu alanın gerekleri, iki grup arasındaki

## Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı

ilişkileri düzenlemek ve geliştirmek olduğu için, bu görevi yerine getirmeye yönelik her adımın etiğe konu olması kaçınılmaz olmuştur (Bayar, 2006; 41).

Halkla ilişkiler kavramına ve halkla ilişkiler mesleğine yönelik 472 tanımın ve adlandırmanın mevcut olması halkla ilişkilerin temel tartışma konularındandır. Bu açıdan bakıldığında, kendi algısını tam olarak oluşturamamış ve çok sayıda kavramlaştırılmış olan halkla ilişkiler ve halkla ilişkiler mesleğine yönelik etik kodlar da araştırma konusu olmuştur.

Halkla ilişkiler mesleğinin denetlenebilmesi için bir etik düzenlemeye ve etik kodların belirlenmesine ihtiyacı vardır. Bu çalışmalar hangi ülkede olursa olsun halkla ilişkiler meslek etiği tartışmaları konusuna yol göstermesi açısından işlevsellik taşımaktadır. Bu yol göstericiliğin öneminden dolayı uluslararası ve ulusal halkla ilişkiler dernekler bu konuda çok önem vermektedirler. Halkla ilişkiler alanında, geçen yüzyılın ikinci yarısından itibaren meslek örgütleri tarafından etik kodlar geliştirilmeye başlanmıştır. Bunlardan en çok bilineni Amerika Halkla İlişkiler Derneği'nin (PRSA) ve Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği'nin (IPRA) etik kodlarıdır. Oluşturulan bu etik kodlar, alanın uygulayıcılarının değişen rollerine göre sürekli gözden geçirilmiştir. Halkla İlişkiler Meslek Etiği konusunda, Halkla İlişkiler Enstitüsü (IPR), Uluslararası Halkla İlişkiler Danışmanları Komitesi (ICO), Avrupa Halkla İlişkiler Konfederasyonu (CERP) tarafından gerçekleştirilmiş ve halkla ilişkiler mesleği ile ilgili etik kuralların benimsendiği pek çok bildirge ve çalışma yapılmıştır (Uzun, 2016; 236-238).

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de etik kodların yol göstericiliği önemsenmiş, Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) ve İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği (İDA) tarafından meslek ilkeleri belirlenmiş ve bu konu hakkında çalışmalar yapılmıştır (Uzun, 2016; 238-239).

Görüldüğü gibi halkla ilişkiler etiğini belirlemek için pek çok çalışma yapılmıştır. Bilinçsiz bir şekilde yapılan hatalı halkla ilişkiler faaliyetleri hem firmaya hem halkla ilişkiler uzmanına hem de halkla ilişkiler mesleğine zarar vermektedir. Halkla ilişkilerde etik ilgili iyi ve kötü örnekler oldukça fazladır. “Örneğin, Sinemacı Leni Riefenstahl'ın Nazilere övgüsü “Triumph of the will” ahlak anlamda kötü bir tanıtımdır. Riefenstahl'ın Nazilerin yaptığı kitle katliamını estetikleştirerek erotikleştirmeye çalışması kötü tanıtımdır. İnsan onurunun kutlanması ve insanlar arasındaki dayanışmanın vurgulanması iyi halkla ilişkilerdir. Bunlar kullanılarak sahte imajlar yaratılması ve bazı egemenliklerin sağlanması kötü tanıtımdır” (www.irfanerdogan.com).

Halkla ilişkiler uygulayıcılarının işlerini yaparken karşılaştıkları etik ikilemlerle ilgili pek çok örnek vardır. Bu seçim ve ikilemler arasında kalındığında, mesleki sorumlulukların



## Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı

ve mesleki etik kodlarının bilinmesi önemlidir. Bu da halkla ilişkiler meslek etiği eğitimi aracılığı ile mümkün olacaktır.

Etik dersinin amacı; etik kavram ve kuramların neler olduğu, dayanakları, temel kavramları, bunların iş yaşamıyla ilgi durumlara nasıl uygulanabileceğinin yollarını göstermek; öğrenciye iş yaşamından örnekler getirerek ilgili kararları almasını ya da sorunu çözmesini sağlayacak olanakları sağlamaktır (Gökdağ, 2009; 154). Etik konusunda verilecek eğitim önemli olup gerek öğrenciler gerek uygulayıcılar tarafından, halkla ilişkiler mesleğinin doğruluk, inandırıcılık, güvenilirlik ve karşılıklı yarar ilkesine dayandığının unutulmaması da önem taşımaktadır.

### 5. YÖNTEM

#### 5.1. Araştırmanın Amacı, Örneklemi ve Sınırlılıkları

Selçuk Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü ve İzmir Ekonomi Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünde okuyan öğrencilerin halkla ilişkiler etiğine bakışını ölçmek üzere bu çalışma yapılmıştır. Burada amaç öğrencilerin etiğin ne anlama geldiğini özellikle de halkla ilişkiler etiğinin ne ifade ettiğine ilişkin düşüncelerini öğrenmek, öğrencilerin etik konulu derslerden beklentilerini tespit ederek, Halkla ilişkiler etiğine ne kadar bağlı kaldığı konusundaki düşüncelerini görmektir.

Araştırmamızın evrenini Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi'nde Halkla İlişkiler bölümünde okuyan 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden oluşturmaktadır. Araştırmaya sadece halkla ilişkiler bölümü 3. ve 4. sınıfta okuyan öğrencilerin dahil edilmiş olması ve araştırmanın 2015-2016 öğretim yılını kapsamaması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Selçuk Üniversitesi Halkla ilişkiler bölümünde 3. ve 4. sınıfta okuyan toplam öğrenci sayısı 280'dir. İzmir Ekonomi Üniversitesi Halkla ilişkiler bölümünde 3. ve 4 sınıfta okuyan toplam öğrenci sayısı 111'dir.

**Tablo 1.** Evren ve Örneklem

ÜNİVERSİTE ADI	3.VE4.SINIF EVREN	ÖRNEKLEM YÜZDESİ	ÖRNEKLEM SAYISI
Selçuk Üniversitesi	280	% 32	90
İzmir Ekonomi Üniversitesi	111	%32	36

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi Örneklem yüzdesi % 32 olarak alınmıştır. Buna göre Selçuk Üniversitesi'nde Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümünde 3. 4 sınıfta okuyan 90 öğrenci ve İzmir Ekonomi Üniversitesi'nde halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümünde 3. ve 4. sınıfta okuyan 36 öğrenci örnekleme dahil edilmiştir. Her iki üniversite öğrencileriyle yüz yüze görüşmeye dayalı anket uygulanmıştır.

## 5.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin halkla ilişkiler etiğine bakış açılarını ölçmek amacıyla 22 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu ankete katılan öğrenciler tarafından anlaşılabilir şekilde, konuyla ilgili yapılmış araştırmalardan yararlanılarak düzenlenmiştir. Soru formunda ilk dört soru ile katılımcıların demografik özellikleri belirlenmiş, bir soruyla etik konulu bir ders alıp almadıkları saptanmış, bir soruyla etik kavramının ne anlama geldiği ve yine bir soruyla etik konulu dersten beklentilerinin ne olduğunu anlamaya çalışılmıştır.

Formdaki 19 soru ile deneklerden likert tipinde hazırlanan 5 puanlık bir ölçekte ( 1= Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) örgütte etik değerlerin yerleşmesinde yapılan uygulamaların etkili olduğuna katılıp katılmadıkları, etik dışı uygulamalarla karşılaşp karşılaşmadıkları, etik olmayan durumlarla karşılaştıklarında verilen tepkinin yeterli olup olmadığını ve halkla ilişkiler etiği ile ilgili maddelere verdikleri önem saptanmak istenmiştir. Ayrıca 2 senaryo olarak verilen, etik dışı durumlara katılıp katılmadıkları Senaryo olarak verilen etik dışı durumlara yönelik sorulara iki üniversitedeki öğrencilerin

## 5.3. Araştırmanın Soruları

Çalışmanın uygulama bölümünde elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıdaki sorular cevaplandırılmaya çalışılacaktır:

**1. Araştırma sorusu:** Ankete katılan Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi halkla ilişkiler öğrencilerine göre etik nedir?

**2. Araştırma sorusu:** Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi halkla ilişkiler öğrencilerinin etik dersinden beklentileri nelerdir?

**3. Araştırma sorusu:** Ankete katılan her iki üniversite öğrencileri, halkla ilişkiler etiği ve halkla ilişkiler uygulayıcıları ile ilgili görüşlerin en çok hangisine katılmaktadır?

**4. Araştırma sorusu:** Her iki üniversite öğrencilerine göre bir örgütte etik değerlerin yerleşmesi için hangi uygulamalar etkilidir?

**5. Araştırma sorusu:** Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerinin halkla ilişkiler etiği ile demografik özellikler (yaş, sınıf, aylık harcama) arasında anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

**6. Araştırma sorusu:** Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerinin halkla ilişkiler etiği ile etik dersi alma durumu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

## 5.4. Verilerin Analizi ve Kullanılan Test

Selçuk Üniversitesi halkla ilişkiler bölümünde 3. ve 4. sınıfta okuyan öğrencilere 10-16 Mayıs 2016 tarihleri arasında katılımcılarla yüz yüze görüşerek alan araştırılması yapılmıştır. İzmir Ekonomi Üniversitesi Halkla ilişkiler bölümünde okuyan 3. ve 4. sınıf öğrencilere ise, 16 Mayıs ve 23 Mayıs 2016 tarihinde katılımcılarla yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 20,0 istatistik programı kullanılarak elektronik ortamda işlenmiştir. Verilerin analizinde frekans analizi, Anova (Varyans) analizi ve T testi yapılmıştır.

## 6.BULGULAR

### 6.1.Katılımcıların Bazı Özellikleri

Katılımcıların bazı özelliklerine ilişkin analizi sonuçları aşağıda sunulmaktadır.

**Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikler**

Demografik Özellikler	Selçuk Üniversitesi		İzmir Ekonomi Üniversitesi		
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde%	
Cinsiyet	Kız	64	71,1	25	69,4
	Erkek	26	28,9	11	30,6
	Toplam	90	100	36	100,0
Yaş	18-22 yaş	44	48,9	12	33,3
	23 -27 yaş	42	46,7	23	63,9
	28 yaş ve üstü	4	4,4	1	2,8
Sınıf	3.sınıf	32	35,6	21	58,3
	4.sınıf	58	64,4	15	41,7
Aylık Harcama	100- 500	43	47,8	5	13,9
	501-1000	35	38,9	8	22,2
	1001-1500	4	4,4	7	19,4
	1501-2000	3	3,3	7	19,4
2001 ve üzeri	5	5,6	9	25,0	

Ankete katılanların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler şu şekildedir: Selçuk Üniversitesi'nde ankete katılan 90 öğrenciden yüzde 71,1'i (n=64 kişi) kız iken, yüzde 28,9'u (n= 26 kişi) erkeklerden oluşmaktadır. İzmir Ekonomi Üniversitesi'nde ankete katılan 36 öğrenciden yüzde 69,4'sı (n=25 kişi) kız iken, yüzde 30,6'sı (n=11 kişi) erkeklerden oluşmaktadır.

Katılımcıların yaş dağılımı şu şekilde sıralanmaktadır: Selçuk Üniversitesi'ndeki katılımcıların yüzde 48,9'u (n= 44 kişi) 18-22 yaş, yüzde 46,7'si (n= 42 kişi) 23-27 yaş, yüzde 4,4'ü (n= 4 kişi) 28 yaş ve üstü aralığında bulunmaktadır. İzmir Üniversitesi'ndeki katılımcıların yüzde 33,3 'ü (n= 12 kişi) 18-22 yaş, yüzde 63,9u (n=23 kişi) 23-27 yaş, yüzde 2,8'si (n=1 kişi) 28 yaş ve üstü aralığından oluşmaktadır.

## Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı

Öğrencilerin okuduğu sınıflara göre dağılımına bakıldığında Selçuk Üniversitesi'ndeki katılımcıların yüzde 35,6'sı (n=32 kişi) 3. sınıf, yüzde 64,4'ü (n=58 kişi), 4. sınıfta eğitim görmektedir. İzmir Ekonomi Üniversitesi'nden ankete katılan katılımcıların yüzde 58,3'ü (n=21 kişi) 3. sınıf, yüzde 41,7'si (n=15 kişi) 4. sınıfta okumaktadır.

Katılımcıların aylık harcama durumlarına bakıldığında şu şekilde sıralanmaktadır: Selçuk Üniversitesi'nde ankete katılan öğrencilerin yüzde 47,8'i (n= 43 kişi) 100-500 TL, yüzde 38,9'u (n= 35 kişi) 501- 1000 TL, yüzde 4,4'ü(n= 4 kişi) 1001-1500 TL, yüzde 3,3'ü (n= 3 kişi) 1501-2000 TL, yüzde 5,6'sı (n=5 kişi) 2001 TL ve üzeri aylık harcama yapmaktadır. İzmir Ekonomi Üniversitesi'nde ankete cevap veren öğrencilerin yüzde 13,9'u (n= 5 kişi) 100-500 TL, yüzde 22,2'si (n= 8 kişi) 501- 1000 TL, yüzde 19,4 'ü (n= 7 kişi) 1001-1500 TL, yüzde 19,4'ü (n= 7 kişi) 1501-2000 TL, yüzde 25'i (n=9 kişi) 2001 TL ve üzeri aylık harcama yapmaktadır.

**Tablo3. Katılımcıların Etik Dersi Alıp Almadığı Durumu**

	Selçuk Üniversitesi		İzmir Ekonomi Üniversitesi	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde%
<b>Etik Dersi Aldınız mı?</b>				
<b>Evet</b>	65	72,2	26	72,2
<b>Hayır</b>	25	27,8	10	27,8

Öğrencilere etik dersi alıp almadıkları sorulduğunda; Selçuk Üniversitesi'ndeki katılımcıların yüzde 72,2'i (n=65 kişi) evet, yüzde 27,8 (n= 25 kişi) hayır yanıtı vermiştir. İzmir Ekonomi Üniversitesi'ndeki öğrenciler ise aynı soruya 72,2'i (n=26 kişi) evet, yüzde 27,8'i (n= 10 kişi) hayır cevabı vermiştir. Her iki üniversitede aynı oranda etik dersi aldıkları görülmektedir.

### 6.2.Katılımcıların Etik Konusundaki Yaklaşımlarının Analizi

**Tablo 4. Katılımcılara Göre Etiğin Tanımı**

	Selçuk Üniversitesi		İzmir Ekonomi Üniversitesi	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde%
<b>Sizce Etik Nedir?</b>				
<b>Güzel Ahlak</b>	26	28,9	10	27,8
<b>Dürüstlük</b>	11	12,2	12	33,3
<b>Toplum kuralları, örf ve adetler</b>	17	18,9	8	22,2
<b>İş ile ilgili uyulması gereken kurallar</b>	30	33,3	1	2,8
<b>Bilmiyorum</b>	1	1,1	1	2,8
<b>Diğer</b>	5	5,6	4	11,1

Ankete katılan öğrencilere yöneltilen “Sizce etik nedir” şeklindeki bir soruya verilen cevaplara bakıldığında; Selçuk Üniversitesi öğrencileri etiği %33,3 ile (n=30 kişi) İş ile ilgili

## Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı

uyulması gereken kurallar şeklinde tanımlarken, İzmir Ekonomi Üniversitesi'ndeki öğrenciler etiği % 33,3 'ü (n=12 kişi) dürüstlük olarak ifade etmektedir.

**Tablo 5. Katılımcıların Etik Konulu Dersten Beklentileri**

Etik Konulu Dersten Beklentileri	Selçuk Üniversitesi		İzmir Ekonomi Üniversitesi	
	Frekans	Yüzde %	Frekans	Yüzde%
Doğruluk, Dürüstlük ve Güvenirlik konuları işlenmeli	16	17,8	13	36,1
Görgü kuralları, toplum içinde uygun, ahlaki davranışlar yer almalı	23	25,6	4	11,1
Meslekte uyulması gereken uluslararası ahlak kurallarını içermeli	37	41,1	10	27,8
Ekip çalışması öğretilmeli	5	5,6	1	2,8
Stratejik bakış açısı, hukuk kuralları yer almalı	7	7,8	3	8,3
Bilmiyorum	1	1,1	3	8,3
Diğer	1	1,1	2	5,6

Selçuk Üniversitesi'ndeki katılımcıların, etik konulu dersten beklentileri konusundaki soruya ilk sırada yüzde 41,1'i (n= 37 kişi) "Meslekte uyulması gereken uluslararası ahlak kurallarını içermeli", ikinci sırada yüzde 25,6'sı (n=23 kişi) "Görgü kuralları, toplum içinde uygun, ahlaki davranışlar yer almalı" şeklinde yanıtlamıştır. İzmir Ekonomi Üniversitesindeki katılımcılar aynı soruya ilk sırada yüzde 36,1'i (n=13 kişi) "Doğruluk, Dürüstlük ve Güvenirlik konuları işlenmeli", ikinci sırada yüzde 27,8'i (n=10 kişi) "Meslekte uyulması gereken uluslararası ahlak kurallarını içermeli" şeklinde cevap vermişlerdir. Her iki üniversitenin katılımcılarının etik konulu dersten beklentileri sorusuna yüksek oranda "Meslekte uyulması gereken uluslararası ahlak kurallarını içermeli" şeklinde birleştikleri görülmektedir. (bakınız Tablo 5).

### 6.3.Halkla İlişkiler Etiği ile ilgili Görüşlerin Analizi

**Tablo 6. Halkla İlişkiler Etiği ile Görüşler**

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ	İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ
---------------------	----------------------------

**Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı**

	KESİNLİKLE KATILYORUM	KATILYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILYORUM	KATILYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILMIYORUM
4.Meslek etiği toplumsal etikten ayrılamaz	38,9	40,0	12,2	6,7	2,2	27,8	44,4	8,3	13,9	5,6
5. İletişim Fakültesinde okuyan her öğrenci etik dersini almalıdır.	<b>56,7</b>	<b>36,7</b>	3,3	1,1	2,2	<b>44,4</b>	<b>44,4</b>	8,3	0	2,8
6.Halkla ilişkiler Mesleğinde etik kurallarına dikkat etmek gerekmektedir	<b>60,0</b>	<b>32,2</b>	5,6	1,1	1,1	<b>47,2</b>	<b>44,4</b>	8,3	0	0
7. Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar etik ilkelerine bağlı hareket etmektedir.	38,9	27,8	23,3	7,8	2,2	27,8	36,1	22,2	11,1	2,8
8.Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar için etik ilkelerine bağlı hareket etmek önemlidir	-	45,6	44,4	4,4	5,6	-	30,6	58,3	8,3	2,8
9.Halkla ilişkiler meslek etiği içerisinde doğruluk, dürüstlük ve güvenilirlik ilkelerini barındırmalıdır.	<b>58,9</b>	<b>35,6</b>	3,3	1,1	1,1	-	38,9	50,0	8,3	2,8
10.Halkla ilişkiler uzmanları, işletmelerinin çıkarları söz konusu olduğunda etik ilkelerle bağdaşmayan yollara başvurmaktadır.	20,0	38,9	22,2	10,0	8,9	13,9	41,7	27,8	8,3	8,3
11.Halkla ilişkiler alanında etik dışı uygulamalarla karşılaşıyorum.	17,8	48,9	23,3	5,6	4,4	27,8	44,4	16,7	5,6	5,6
12.Halkla ilişkiler alanında karşılaştığım etik dışı davranışlara verdiğim tepkinin yeterli olduğu kanaatindeyim.	8,9	26,7	37,8	22,2	4,4	11,1	27,8	41,7	13,9	5,6
13.Mesleki eğitim sırasında verilecek etik bilgisinin, mesleki uygulamalarda etik ilkelerin gözetilmesinde etkili olacağını düşünüyorum.	20,0	47,8	20,0	10,0	2,2	-	27,8	38,9	27,8	5,6
14.Halkla ilişkiler dernekleri, sektörde meslek içi dayanışma ve iletişimi sağlama başta olmak üzere çeşitli konularda büyük ölçüde faydalıdır.	22,2	55,6	15,6	4,4	2,2	22,2	38,9	27,8	5,6	5,6
15.Toplumsal sorunlara duyarlılık gösteren ve sosyal sorumluluk projelerine destek veren işletmeler, onlara ilişkin kanaatimde olumlu değişime neden olmaktadır.	<b>23,3</b>	<b>62,2</b>	13,3	11,1	-	<b>27,8</b>	<b>58,3</b>	11,1	-	2,8
16.Halkla ilişkiler uzmanlarının etik bilgisine sahip olmasının, mesleki davranışlarında etik ilkelere bağlılığı sağlayacağını düşünüyorum.	30,0	45,6	16,7	6,7	1,1	<b>33,3</b>	<b>44,4</b>	13,9	5,6	2,8

Selçuk üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerine Halkla ilişkiler etiği ve halkla ilişkiler uygulayıcıları ile ilgili sorular sorulmuştur. Buna göre, en yüksek oranda katıldıkları ifadeler sırasıyla şu şekildedir: Selçuk Üniversite öğrencilerinin yüzde 94,5'i (n= 85 kişi) ‘‘Halkla ilişkiler meslek etiği içerisinde doğruluk, dürüstlük ve güvenilirlik ilkelerini

## Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı

barındırmalıdır”, yüzde 93,4’ü ( n=84 kişi) “İletişim Fakültesinde okuyan her öğrenci etik dersini almalıdır”, yüzde 92,2”si (n=83 kişi) “Halkla ilişkiler Mesleğinde etik kurallarına dikkat etmek gerekmektedir” şeklindeki ifadelerine katıldıklarını belirtmişlerdir.

İzmir Ekonomi Üniversitesi’ndeki öğrenciler ise yüzde 91,6’sı (n=33 kişi) “Halkla ilişkiler Mesleğinde etik kurallarına dikkat etmek gerekmektedir”, yüzde 88,8’si (n=32 kişi) “İletişim Fakültesinde okuyan her öğrenci etik dersini almalıdır”, yüzde 86,1’i (n=31 kişi) “Toplumsal sorunlara duyarlılık gösteren ve sosyal sorumluluk projelerine destek veren işletmeler, onlara ilişkin kanaatimde olumlu değişime neden olmaktadır” şeklindeki ifadelerine yüksek oranda katıldıkları görülmektedir.

Her iki üniversitenin katılımcılarının yüksek oranda aynı fikirde oldukları 3 görüş sırasıyla “Halkla ilişkiler Mesleğinde etik kurallarına dikkat etmek gerekmektedir”, “İletişim Fakültesinde okuyan her öğrenci etik dersini almalıdır” ve “Toplumsal sorunlara duyarlılık gösteren ve sosyal sorumluluk projelerine destek veren işletmeler, onlara ilişkin kanaatimde olumlu değişime neden olmaktadır” ifadelerinden oluşmaktadır (bakınız Tablo 6 ve 6)

**Tablo 7. Bir Örgütte Etik Değerlerin Yerleşmesi İçin Aşağıdaki Uygulamalar Etkilidir**

	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ				İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ					
	KESİNLİKLE KATILYORUM	KATILYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILYORUM	KATILYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILMIYORUM
Etik ilkelerin varlığı	36,7	48,9	11,1	2,2	1,1	36,1	41,7	22,2	-	-
Yöneticilerin örnek uygulamalarda bulunmaları ve etik davranışı desteklemeleri	35,6	47,8	12,2	4,4	-	44,4	38,9	16,7	-	-
Etik odaklı eğitimler verilmesi	41,1	50,0	7,8	-	1,1	44,4	38,9	11,1	5,6	-
Etik olmayan davranışlar karşısında yaptırım uygulanması	33,3	36,7	16,7	7,8	5,6	36,1	41,7	13,9	2,8	5,6

Selçuk üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerine bir örgütte etik değerlerin yerleşmesi için etkili olan uygulamalarla ilgili ifadelerine katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Bu sorulara verdikleri cevaplar 5. tabloda gösterilmektedir. Selçuk Üniversitesi

## Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı

öğrencilerin yüzde 91,1'i (n=82 kişi) “Etik odaklı eğitimler verilmesi” görüşünü desteklemektedir.

İzmir Üniversitesi’nde ankete katılan katılımcıların yüzde 83,3’ü “Etik odaklı eğitimler verilmesi” ve “Yöneticilerin örnek uygulamalarda bulunmaları ve etik davranışı desteklemeleri” ifadelerine katıldıkları görülmektedir.

Her iki üniversite öğrencilerinin “Etik odaklı eğitimler verilmesi” ifadesine aynı fikirde oldukları görülmektedir.

### 6.4.Katılımcılara Verilen Senaryolara Yaklaşımları

Ankete katılan her iki üniversite öğrencilerine 2 senaryo verilmiştir. Bu iki senaryoda verilen görüşlere katılıp katılmadıkları sorulmuştur.

1.Senaryo: X Saç boyası firması, yeni bir ürünü piyasaya sürer. Ancak kısa süre sonra ürünün alerjik etkileri olduğu ortaya çıkar ve şikayetler başlar. Firmanın halkla ilişkiler uzmanı konunun basına yansımaması için şikâyet edenlerle görüşür, tedavilerini firmanın üstlenmesini sağlar. Ancak, ürünün yan etkileri hakkında kamuoyunu bilgilendirecek bir çalışma yapmaz. Bu davranışa, katılıp katılmadıkları sorulmuştur.

**Tablo 8. Katılımcıların Birinci Senaryoya Bakışı**

	Selçuk Üniversitesi		İzmir Ekonomi Üniversitesi	
	Freka	Yüzde	Freka	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	36	40,0	-	-
Katılmıyorum	27	30,0	23	63,9
Kararsızım	19	21,1	8	22,2
Katılıyorum	6	6,7	2	5,6
Kesinlikle Katılıyorum	2	2,2	3	8,3
Toplam	90	100,0	36	100,0

Yukarıda verilen senaryoya ilişkin, ankete katılanların vermiş oldukları yanıtların değerlendirilmesine bakıldığında Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin% 40’ı kesinlikle katılmıyorum” ve % 30’u “ katılmıyorum” şeklinde yanıtlarken İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerinin ise % 63,9’u “ katılmıyorum” şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Her iki üniversite öğrencilerinin verilen senaryoya katılmama konusunda hem fikirdir (bakınız Tablo 8).

2.Senaryo: X dondurma firması, halkla ilişkiler çalışmalarını, daha önce de rakip firmanın halkla ilişkiler çalışmalarını sürdüren bir danışmanlık şirketine devretmiştir. Şirketin halkla ilişkiler sorumlusu, X yetkilisine, rakip firmanın gelecek sezon piyasaya su sunmayı planladığı ürün hakkında bilgi vermiştir. Bu davranışa, katılıp katılmadıkları sorulmuştur.



**Tablo 9. Katılımcıların İkinci Senaryoya Bakışı**

	Selçuk Üniversitesi		İzmir Ekonomi Üniversitesi	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	23	25,6	11	30,6
Katılmıyorum	24	26,7	13	36,1
Kararsızım	19	21,1	4	11,1
Katılıyorum	18	20,0	6	16,7
Kesinlikle Katılıyorum	6	6,7	2	5,6
Total	90	100,0	36	100,0

Yukarıda verilen senaryoya ilişkin, ankete katılanların vermiş oldukları yanıtların en yüksek oranına bakıldığında Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin yüzde 26,7'si “*katılmıyorum*”, % 25,6'sı ise “*Kesinlikle katılmıyorum*” şeklinde yanıtlamışlardır. Bu senaryoya toplam katılmayan öğrencilerin yüzdesi 52,3'tür. İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencileri ise bu senaryoya % 36,1 ile “*katılmıyorum*” ve % 30,6 ile “*Kesinlikle katılmıyorum*” şeklinde yanıt vermişlerdir. Bu senaryoya toplam katılmayan İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerinin yüzdesi 66,7'dir. İki üniversitenin aynı görüşte fikir birliğinde oldukları görülmektedir. (bakınız 9)

#### 6.5. Katılımcıların Etik İlgili Değişkenlerdeki Önem Düzeyi

**Tablo 10. Sınıflara Göre Etik ile ilgili Görüşlere Verdikleri Önem Düzeyi**

Sınıfların maddelere göre dağılımı	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ					İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ				
	Sınıflar	N	$\bar{x}$	T	P	N	$\bar{x}$	T	P	
Meslek etiği toplumsal etikten ayrılamaz	3.sınıf	32	3,94	-,917	,362	21	3,86	,639	,527	
	4.sınıf	58	4,14			15	3,60			
İletişim Fakültesinde okuyan her öğrenci etik dersini almalıdır.	3.sınıf	32	4,31	-1,152	,253	21	4,14	,657	,265	
	4.sınıf	58	4,52			15	4,47			
Halkla ilişkiler Mesleğinde etik kurallarına dikkat etmek gerekmektedir	3.sınıf	32	4,41	-,771	,443	21	4,38	-,086	,932	
	4.sınıf	58	4,53			15	4,40			
Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar etik ilkelerine bağlı hareket etmektedir.	3.sınıf	32	4,03	,644	,521	21	4,00	1,688	,101	
	4.sınıf	58	3,88			15	3,40			
Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar için etik ilkelerine bağlı hareket etmek önemlidir	3.sınıf	32	4,28	-,180	,857	21	4,24	,723	,475	
	4.sınıf	58	4,31			15	4,07			
Halkla ilişkiler meslek etiği içerisinde doğruluk, dürüstlük ve güvenilirlik ilkelerini barındırmalıdır.	3.sınıf	32	4,41	-,913	,364	21	4,24	-,114	,910	
	4.sınıf	58	4,55			15	4,27			
Halkla ilişkiler uzmanları,	3.sınıf	32	3,75	1,432	,156	21	3,10	-2,599	,014	

**Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı**

İşletmelerinin çıkarları söz konusu olduğunda etik ilkelerle bağdaşmayan davranışlar başvurmaktadır.	4.sınıf	58	3,38			15	3,93		
Halkla ilişkiler alanında etik dışı uygulamalarla karşılaşmıyorum.	3.sınıf	32	3,84	1,038	,302	21	3,57	-1,989	,056
	4.sınıf	58	3,62			15	4,20		
Halkla ilişkiler alanında karşılaştığım etik dışı davranışlara verdiğim tepkinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	3.sınıf	32	3,13	-,058	,954	21	3,10	-1,075	,290
	4.sınıf	58	3,14			15	3,47		
Mesleki eğitim sırasında verilecek etik bilginin, mesleki uygulamalarda etik ilkelerin gözetilmesinde etkili olacağını düşünüyorum.	3.sınıf	32	3,78	,347	,730	21	3,86	-,251	,804
	4.sınıf	58	3,71			15	3,93		
Halkla ilişkiler dernekleri, sektörde meslek içi dayanışma ve iletişimi sağlama başta olmak üzere çeşitli konularda büyük ölçüde faydalıdır.	3.sınıf	32	3,94	,213	,832	21	3,48	-1,276	,211
	4.sınıf	58	3,90			15	3,93		
Toplumsal sorunlara duyarlılık gösteren ve sosyal sorumluluk projelerine destek veren işletmeler, onlara ilişkin kanaatimde olumlu değişime neden olmaktadır.	3.sınıf	32	4,16	,863	,391	21	4,10	,103	,918
	4.sınıf	58	4,03			15	4,07		
Halkla ilişkiler uzmanlarının etik bilgisine sahip olmasının, mesleki davranışlarında etik ilkelere bağlılığı sağlayacağını düşünüyorum.	3.sınıf	32	3,75	-1,545	,129	21	3,86	-1,030	,310
	4.sınıf	58	4,09			15	4,20		

Yapılan T testine göre Ankete cevap veren Selçuk Üniversitesi halkla ilişkiler bölümünde okuyan öğrencilerinin halkla ilişkiler etiği ile ilgili görüşlere verilen önem bakımından sınıflar arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir (Bakınız Tablo 10).

Ankete yanıt veren İzmir Ekonomi Üniversitesi Halkla ilişkiler öğrencilerinin ‘‘Halkla ilişkiler uzmanları, işletmelerinin çıkarları söz konusu olduğunda etik ilkelerle bağdaşmayan yollara başvurmaktadır’’ maddesine verilen önem bakımından sınıflar arasında anlamlı farklılık söz konusudur ( $t = -2,599$ ;  $p < ,05$ ). Turkey testi ve çoklu karşılaştırma sonuçlarına göre bu maddeye 4. Sınıf öğrencilerinin ( $A.O = 3,93$ ), 3. Sınıf öğrencilerine göre ( $A.O = 3,10$ ) daha fazla önem atfetmektedir.

**Tablo 11. Yaşa Göre Etik Dersine Verdikleri Önem Düzeyi**

Yaşa göre Farklılıklar	Yaş grupları	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ				İZMİR ÜNİVERSİTESİ		EKONOMİ	
		N	$\bar{x}$	F	P	N	$\bar{x}$	F	P
Meslek etiği toplumsal etikten ayrılamaz	18-22 yaş	44	3,86	1,972	,145	11	3,82	,053	,949

**Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı**

	23 -27 yaş	42	4,24			24	3,71		
	28 yaş ve üstü	4	4,50			1	4,00		
<b>İletişim Fakültesinde okuyan her öğrenci etik dersini almalıdır.</b>	18-22 yaş	44	4,48	2,990	,055	11	4,36	1,206	,312
	23-27 yaş	42	4,50			24	4,29		
	28 yaş ve üstü	4	3,50			1	3,00		
<b>Halkla ilişkiler Mesleğinde etik kurallarına dikkat etmek gerekmektedir</b>	18-22 yaş	44	4,48	,247	,781	11	4,45	,581	,565
	23-27 yaş	42	4,48			24	4,33		
	28 yaş ve üstü	4	4,75			1	5,00		
<b>Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar etik ilkelerine bağlı hareket etmektedir.</b>	18-22 yaş	44	4,02	,528	,592	11	4,00	,594	,558
	23-27 yaş	42	3,88			24	3,67		
	28 yaş ve üstü	4	3,50			1	3,00		
<b>Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar için etik ilkelerine bağlı hareket etmek önemlidir</b>	18-22 yaş	44	4,25	,718	,491	11	4,36	1,990	,153
	23-27 yaş	42	4,31			24	4,13		
	28 yaş ve üstü	4	4,75			1	3,00		
<b>Halkla ilişkiler meslek etiği içerisinde doğruluk, dürüstlük ve güvenilirlik ilkelerini barındırmalıdır.</b>	18-22 yaş	44	4,52	1,002	,372	11	4,00	1,053	,360
	23 -27 yaş	42	4,52			24	4,38		
	28 yaş ve üstü	4	4,00			1	4,00		
<b>Halkla ilişkiler uzmanları, işletmelerinin çıkarları söz konusu olduğunda etik ilkelerle bağdaşmayan yollara başvurmaktadır.</b>	18-22 yaş	44	3,57	,231	,794	11	3,55	,127	,881
	23 -27 yaş	42	3,43			24	3,42		
	28 yaş ve üstü	4	3,75			1	3,00		
<b>Halkla ilişkiler alanında etik dışı uygulamalarla karşılaşıyorum.</b>	18-22 yaş	44	3,70	,210	,811	11	4,18	,860	,433
	23 -27 yaş	42	3,67			24	3,67		
	28 yaş ve üstü	4	4,00			1	4,00		
<b>Halkla ilişkiler alanında karşılaştığım etik dışı davranışlara verdiğim tepkinin yeterli olduğu kanaatindeyim</b>	18-22 yaş	44	3,39	3,193	,046	11	3,36	,401	,673
	23 -27 yaş	42	2,93			24	3,17		
	28 yaş ve üstü	4	2,50			1	4,00		
<b>Mesleki eğitim sırasında verilecek etik bilgisinin, mesleki uygulamalarda etik ilkelerin gözetilmesinde etkili olacağımı düşünüyorum</b>	18-22 yaş	44	3,89	2,817	,065	11	3,82	,596	,557
	23 -27 yaş	42	3,67			24	3,96		
	28 yaş ve üstü	4	2,75			1	3,00		
<b>Halkla ilişkiler dernekleri, sektörde meslek içi dayanışma ve iletişimi sağlama başta olmak üzere çeşitli konularda büyük ölçüde faydalıdır.</b>	18-22 yaş	44	3,95	,146	,864	11	3,36	,641	,533
	23 -27 yaş	42	3,88			24	3,79		
	28 yaş ve üstü	4	3,75			1	4,00		
<b>Toplumsal sorunlara duyarlılık gösteren ve sosyal sorumluluk projelerine destek veren işletmeler, onlara ilişkin kanaatimde olumlu değişime neden olmaktadır.</b>	18-22 yaş	44	4,16	1,030	,361	11	4,18	,984	,385
	23 -27 yaş	42	3,98			24	4,08		
	28 yaş ve üstü	4	4,25			1	3,00		
<b>Halkla ilişkiler uzmanlarının etik bilgisine sahip olmasının, mesleki davranışlarında etik ilkelere bağlılığı sağlayacağımı düşünüyorum.</b>	18-22 yaş	44	4,05	,647	,526	11	3,91	2,495	,098
	23 -27 yaş	42	3,86			24	4,13		
	28 yaş ve üstü	4	4,25			1	2,00		

**Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı**

ANOVA analizi sonuca göre ankete katılan İzmir Ekonomi üniversite öğrencilerinin yaşa göre halkla ilişkiler etiği ile ilgili değişkenlere verdikleri önem düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>,05$ ). Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin “Halkla ilişkiler alanında karşılaştığım etik dışı davranışlara verdiğim tepkinin yeterli olduğu kanaatindeyim” ifadesi ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir farklılık vardır ( $p<,05$ ). Bu farklılıkların hangi yaş gruplarında ortaya çıktığını görebilmek için Post-Hoc (Tukey HSD) testi yapılmıştır. Buna göre;

“Halkla ilişkiler alanında karşılaştığım etik dışı davranışlara verdiğim tepkinin yeterli olduğu kanaatindeyim” ifadesine 18-22 yaş grubunda olanların ( $A.O=3,39$ ), 28 yaş ve üstü grubunda olanlara ( $A.O=2,50$ ) göre daha fazla önem verdiği görülmektedir.

**Tablo 12. Katılımcıların Aylık Harcamaya Göre Maddelere Verdikleri Önem Düzeyi**

	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ					İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ				
	Aylık harcama	N	$\bar{x}$	F	P	N	$\bar{x}$	F	P	
Aylık harcamanın maddelere göre dağılımı Meslek etiği toplumsal etikten ayrılamaz	100- 500	43	3,98	1,890	,120	5	3,40	,318	,864	
	501-1000	35	4,20			8	3,75			
	1001-1500	4	3,00			7	4,14			
	1501-2000	3	4,67			7	3,57			
	2000 ve üzeri	5	4,40			9	3,78			
İletişim Fakültesinde okuyan her öğrenci etik dersini almıştır.	100- 500	43	4,42	,913	,460	5	3,60	1,926	,131	
	501-1000	35	4,51			8	4,13			
	1001-1500	4	4,75			7	4,14			
	1501-2000	3	3,67			7	4,43			
	2000 ve üzeri	5	4,40			9	4,78			
Halkla ilişkiler Mesleğinde etik kurallarına dikkat etmek gerekmektedir	100- 500	43	4,47	,356	,839	5	3,80	2,032	,114	
	501-1000	35	4,51			8	4,63			
	1001-1500	4	4,75			7	4,29			
	1501-2000	3	4,67			7	4,29			
	2000 ve üzeri	5	4,20			9	4,67			
Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar etik ilkelerine bağlı hareket etmektedir.	100- 500	43	3,84	,499	,737	5	3,80	,504	,733	
	501-1000	35	4,11			8	3,50			
	1001-1500	4	4,00			7	3,43			
	1501-2000	3	3,67			7	3,86			
	2000 ve üzeri	5	3,60			9	4,11			
Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar için etik ilkelerine bağlı hareket etmek önemlidir	100- 500	43	4,21	,761	,554	5	4,00	1,331	,280	
	501-1000	35	4,40			8	4,00			
	1001-1500	4	4,75			7	4,29			
	1501-2000	3	4,33			7	3,86			
	2000 ve üzeri	5	4,00			9	4,56			
Halkla ilişkiler meslek etiği içerisinde doğruluk, dürüstlük ve güvenilirlik ilkelerini barındırmalıdır.	100- 500	43	4,51	,731	,573	5	3,80	,614	,656	
	501-1000	35	4,49			8	4,38			
	1001-1500	4	5,00			7	4,43			
	1501-2000	3	4,33			7	4,29			
	2000 ve üzeri	5	4,20			9	4,22			
Halkla ilişkiler uzmanları, işletmelerinin çıkarları söz konusu	100- 500	43	3,47	,875	,482	5	3,60	,100	,982	
	501-1000	35	3,40			8	3,50			

**Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı**

olduğunda etik ilkelerle bağdaşmayan yollara başvurur.	1001-1500	4	3,50			7	3,57		
	1501-2000	3	4,33			7	3,29		
	2000 ve üzeri	5	4,20			9	3,33		
	Halkla ilişkiler alanında etik dışı uygulamalarla karşılaşıyorum.	100- 500	43	3,65	,394	,813	5	3,60	,310
	501-1000	35	3,83			8	4,00		
	1001-1500	4	3,25			7	4,00		
	1501-2000	3	3,67			7	4,00		
	2000 ve üzeri	5	3,60			9	3,56		
<b>Halkla ilişkiler alanında karşılaştığım etik dışı davranışlara verdiğim tepkinin yeterli olduğuna kanaatindeyim.</b>	<b>100- 500</b>	<b>43</b>	<b>3,16</b>	<b>,756</b>	<b>,557</b>	<b>5</b>	<b>3,20</b>	<b>1,238</b>	<b>,315</b>
	501-1000	35	3,06			8	3,00		
	1001-1500	4	3,25			7	3,00		
	1501-2000	3	4,00			7	3,00		
	2000 ve üzeri	5	2,80			9	3,89		
<b>Mesleki eğitim sırasında verilecek etik bilgisinin, mesleki uygulamalarda etik ilkelerin gözetilmesinde etkili olacağını düşünüyorum.</b>	<b>100- 500</b>	<b>43</b>	<b>3,67</b>	<b>,354</b>	<b>,841</b>	<b>5</b>	<b>3,60</b>	<b>,865</b>	<b>,496</b>
	501-1000	35	3,77			8	3,63		
	1001-1500	4	3,75			7	3,86		
	1501-2000	3	4,33			7	3,86		
	2000 ve üzeri	5	3,60			9	4,33		
<b>Halkla ilişkiler dernekleri, sektörde meslek içi dayanışma ve iletişimi sağlama başta olmak üzere çeşitli konularda büyük ölçüde faydalıdır.</b>	<b>100- 500</b>	<b>43</b>	<b>3,95</b>	<b>,118</b>	<b>,976</b>	<b>5</b>	<b>3,20</b>	<b>3,419</b>	<b>,020</b>
	501-1000	35	3,89			8	3,38		
	1001-1500	4	4,00			7	3,00		
	1501-2000	3	3,67			7	3,86		
	2000 ve üzeri	5	3,80			9	4,56		
<b>Toplumsal sorunlara duyarlılık gösteren ve sosyal sorumluluk projelerine destek veren işletmeler, onlara ilişkin kanaatimde olumlu değişime neden olmaktadır.</b>	<b>100- 500</b>	<b>43</b>	<b>4,05</b>	<b>,424</b>	<b>,791</b>	<b>5</b>	<b>3,40</b>	<b>1,895</b>	<b>,136</b>
	501-1000	35	4,14			8	4,00		
	1001-1500	4	4,25			7	4,14		
	1501-2000	3	4,00			7	4,00		
	2000 ve üzeri	5	3,80			9	4,56		
<b>Halkla ilişkiler uzmanlarının etik bilgisine sahip olmasının, mesleki davranışlarında etik ilkelere bağlılığı sağlayacağını düşünüyorum.</b>	<b>100- 500</b>	<b>43</b>	<b>3,86</b>	<b>3,795</b>	<b>,007</b>	<b>5</b>	<b>3,80</b>	<b>,336</b>	<b>,851</b>
	501-1000	35	4,23			8	3,75		
	1001-1500	4	4,25			7	4,29		
	1501-2000	3	2,33			7	4,14		
	2000 ve üzeri	5	3,80			9	4,00		

Yapılan ANOVA analizi sonuçlarına göre Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi halkla ilişkiler ve tanıtım bölümünde okuyan öğrencilerin aylık harcamaya göre halkla ilişkiler etiği ile ilgili değişkenlere verdikleri önem düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır ( $p < ,05$ ). Bu farklılıkların hangi yaş gruplarında ortaya çıktığını görebilmek için Post-Hoc (Tukey HSD) testi yapılmıştır. Buna göre;

Selçuk Üniversitesi halkla ilişkiler ve tanıtım bölümünde okuyan öğrencilerin “Halkla ilişkiler uzmanlarının etik bilgisine sahip olmasının, mesleki davranışlarında etik ilkelere bağlılığı sağlayacağını düşünüyorum” maddesine 1001-1500 TL aylık harcaması olanların (A.O= 4,25 )1501-2000 TL aylık harcaması olanlara (A.O= 2,33) göre daha fazla önem verdiği görülmektedir.

İzmir Ekonomi Üniversitesi halkla ilişkiler ve tanıtım bölümünde öğrenim gören öğrencilerinin “Halkla ilişkiler dernekleri, sektörde meslek içi dayanışma ve iletişimi sağlama

**Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı**

başta olmak üzere çeşitli konularda büyük ölçüde faydalıdır ” maddesine 2000TL ve üzeri aylık harcama yapanların (A.O=4,56), 1001-1500TL aylık harcaması yapanlara göre (A.O= 3,00) göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

**Tablo 13.Katılımcıların Etik Dersi Alma Durumu**

Etik Dersi Alma Durumun	Etik dersi alma durumu	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ				İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ			
		N	$\bar{x}$	T	P	N	$\bar{x}$	T	P
Meslek etiği toplumsal etikten ayıramaz	Evet	65	4,05	-,315	,754	26	3,54	-2,319	<b>,027</b>
	Hayır	25	4,12			10	4,30		
İletişim Fakültesinde okuyan her öğrenci etik dersini almalıdır.	Evet	65	4,45	,032	,974	26	4,31		
	Hayır	25	4,44			10	4,20	,337	,739
Halkla ilişkiler Mesleğinde etik kurallarına dikkat etmek gerekmektedir	Evet	65	4,52	,692	,491	26	4,35	-,636	,529
	Hayır	25	4,40			10	4,50		
Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar etik ilkelerine bağlı hareket etmektedir.	Evet	65	3,94	,073	,942	26	3,65	-,859	,396
	Hayır	25	3,92			10	4,00		
Halkla ilişkiler Sektöründe çalışanlar için etik ilkelerine bağlı hareket etmek önemlidir	Evet	65	4,34	,734	,465	26	4,12	-,707	,485
	Hayır	25	4,20			10	4,30		
Halkla ilişkiler meslek etiği içerisinde doğruluk, dürüstlük ve güvenilirlik ilkelerini barındırmalıdır.	Evet	65	4,54	,812	,419	26	4,27	,251	,804
	Hayır	25	4,40			10	4,20		
Halkla ilişkiler uzmanları, işletmelerinin çıkarları söz konusu olduğunda etik ilkelerle bağdaşmayan yollara başvurmaktadır.	Evet	65	3,45	-,839	,404	26	3,42	-,184	,855
	Hayır	25	3,68			10	3,50		
Halkla ilişkiler alanında etik dışı uygulamalarla karşılaşıyorum.	Evet	65	3,68	-,360	,720	26	3,62	-2,034	,050
	Hayır	25	3,76			10	4,40		
Halkla ilişkiler alanında karşılaştığım etik dışı davranışlara verdiğim tepkinin yeterli olduğuna kanaatindeyim.	Evet	65	3,45	,077	,938	26	3,31	,539	,593
	Hayır	25	3,68			10	3,10		
Mesleki eğitim sırasında verilecek etik bilgisinin, mesleki uygulamalarda etik ilkelerin gözetilmesinde etkili olacağını düşünüyorum.	Evet	65	3,68	-,645	,520	26	3,81	-,883	,384
	Hayır	25	3,76			10	4,10		
Halkla ilişkiler dernekleri, sektörde meslek içi dayanışma ve iletişimi sağlama başta olmak üzere çeşitli konularda büyük ölçüde faydalıdır.	Evet	65	3,45	-,329	,743	26	3,77	,926	,361
	Hayır	25	3,68			10	3,40		
Toplumsal sorunlara duyarlılık gösteren ve sosyal sorumluluk projelerine destek veren işletmeler, onlara ilişkin kanaatimde olumlu değişime neden olmaktadır.	Evet	65	4,02	-1,502	,137	26	4,15	,843	,405
	Hayır	25	4,24			10	3,90		
Halkla ilişkiler uzmanlarının etik	Evet	65	4,09	1,770	,086	26	4,12	1,137	,263

## Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı

bilgisine sahip olmasının, mesleki davranışlarında etik ilkelere bağlılığı sağlayacağını düşünüyorum.	Hayır	25	3,64	10	3,70
---	-------	----	------	----	------

Ankete katılan İzmir Ekonomi Üniversitesi halkla ilişkiler öğrencilerinin “Meslek etiği toplumsal etikten ayrılamaz” maddelerine verilen önem bakımından etik dersini alanlar ile bu dersi almayanlar arasında anlamlı farklılık vardır ( $t=-2,319$ ;  $p<,05$ ). Etik dersi almayanların (A.O=4,30) bu dersi alanlara (A.O= 3,54) göre “Meslek etiği toplumsal etikten ayrılamaz” ilkesinin derslerde öğretilmesi gerektiğini düşünmektedir.

Ankete katılan Selçuk Üniversitesi halkla ilişkiler öğrencilerinin halkla ilişkiler etiği ile ilgili maddelere verilen önem bakımından etik dersi alanlar ile dersi almayanlar arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir ( $p>,05$ ). (bakınız tablo13)

### SONUÇ

Günümüzde önemi artan mesleklerden biri olan Halkla ilişkiler, mesleğin korunması, uygulamaların değer temeline dayandırılması, mesleği uygulayanlar arasında standardın oluşturulması gibi pek çok nedenlerle, herkes tarafından kabul edilen evrensel mesleki etik oluşturma sürecini yaşayan mesleklerdendir. Halkla ilişkiler uygulamalarının etik sınırlar çerçevesinde gerçekleşmesi amacı güdülmektedir (Bayar, 2006; 115). Halkla ilişkiler mesleğinin uygulanmasında etik sınırlara uymayan pek çok örnekle karşılaşmaktadır. Meslek etiğinin tam olarak anlaşılması ve bu konudaki farkındalığın artması, mesleğe atılacak olan öğrencilerin halkla ilişkiler etiği konusunda daha bilinçli olmasını gerektirmektedir. Halkla ilişkiler meslek adaylarının etik konusuna yaklaşımları, mesleğin gelecekteki konumunun belirleyici unsurlarından biri olması yönünden de önemlidir. Bu nedenle çalışmada meslek adaylarının yani öğrencilerin yaklaşımları analiz edilmeye çalışılmıştır.

Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümünde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin halkla ilişkiler meslek etiğine yönelik bakışımı incelemek amacıyla İzmir Ekonomi Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi’nde anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler doğrultusunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

Ankete katılan öğrencilere etik dersi alıp almadıkları sorulmuştur. Ankete katılan Selçuk ve İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerinin yüzde 72,2’si bu soruya evet yanıtı verirken, yüzde 27,8’si ise hayır cevabı vermiştir. Bu sonuca bakıldığında her iki üniversite öğrencilerinin aynı oranda etik dersi aldıkları görülmektedir.

Halkla ilişkiler etiğine yönelik tutumlar ile Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü öğrencilerinin cinsiyet, sınıf, yaş, aylık harcama ve etik dersi alma durumlarına ilişkin değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin

## Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı

halkla ilişkiler etiği ile cinsiyete, sınıflara ve dersi alma durumuna göre ( $p>,05$ ) anlamlı bir fark olmadığı tespit edilirken; yaşa ve aylık harcamaya göre ( $p<,05$ ) istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu görülmüştür.

İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerinin halkla ilişkiler etiği ile cinsiyet ve yaş değişkenine göre ( $p>,05$ ) anlamlı bir fark olmadığı görülürken; sınıflara, aylık harcama ve etik dersi alma durumuna göre ( $p<,05$ ) anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir.

Selçuk Üniversitesi öğrencileri ilk sırada etiği, iş ile ilgili uyulması gereken kurallar olarak tanımlamaktadır. İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencileri ise etiği birinci sırada dürüstlük olarak adlandırmaktadır. Her iki üniversite öğrencilerinin etiği farklı şekilde tanımladıkları görülmektedir.

Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin etik konulu bir dersten beklentilerinde, meslekte uyulması gereken uluslararası ahlak kuralları öğretilmesi ilk sırada yer almaktadır. İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerinin etik konulu bir dersten beklentileri ise, doğruluk, dürüstlük ve güvenilirlik konuları işlenmesi birinci sırada bulunmaktadır. Buna göre, İzmir Ekonomi Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin etik konulu dersten beklentileri farklıdır.

Ankete katılan her iki üniversitedeki öğrencilere halkla ilişkiler etiği ile ilgili 13 soru sorulmuştur. Bu sorulara verdikleri cevaplarda yüksek oranda aynı fikirde oldukları 3 görüş vardır. İlk sırada “halkla ilişkiler sektöründe meslek etik kurallarına dikkat etmek gerekmektedir.” ifadesi yer almaktadır. Selçuk Üniversitesi’nde ankete katılan öğrencilerin yüzde 92,2’si, İzmir Ekonomi Üniversitesi’nde ankete katılan öğrencilerin yüzde 91,6’sı bu görüşe katılmaktadır.

İkinci sırada “iletişim fakültesinde okuyan her öğrenci etik dersi almalıdır” görüşü yer almaktadır. Selçuk Üniversitesi’ndeki katılımcıların yüzde 93,4’ü, İzmir Ekonomi Üniversitesi’ndeki katılımcıların yüzde 88,8’si bu fikre katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuca göre ankete katılan iki üniversite öğrencilerinin çoğu halkla ilişkiler etiğinin önemini farkındadır ve İletişim fakültesinde okuyan her öğrencinin bu dersi alması gerektiği konusunda hem fikirdir.

Günümüzde pek çok akademisyen ve araştırmacı üniversitelerde etik konusu öğretilmeli mi yoksa öğretilmemeli mi konusunda tartışmaktadır. Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre etik dersinin öğretilmesinde yarar vardır.

Üçüncü sırada ise, “Toplumsal sorunlara duyarlılık gösteren ve sosyal sorumluluk projelerine destek veren işletmeler, onlara ilişkin kanaatimde olumlu değişime neden olmaktadır” görüşü vardır. Bu görüşe Selçuk Üniversitesi’nde anketi yanıtlayan öğrencilerin



## Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı

yüzde 85,5'i, İzmir Ekonomi Üniversitesi'nde anketi yanıtlayan öğrencilerin yüzde 86,1'i katılmaktadır.

Selçuk Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerine bir örgütte etik değerlerin yerleşmesi için etkili olan uygulamalarla ilgili ifadelerle katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Ankete katılan her iki üniversite öğrencilerinin "Etik odaklı eğitimler verilmesi" görüşüne hem fikir olduğu görülmektedir.

Katılımcılara yapılan ankette iki senaryo verilmiştir. Burada amaç; Halkla ilişkiler sektörüne yeni girecek olan öğrencilerin verilen senaryolardaki etik dışı durumlara karşı bakış açılarını incelemeye çalışmaktır. Senaryo olarak verilen etik dışı durumlara yönelik sorulara iki üniversitedeki öğrencilerin büyük çoğunluğu durumu onaylamadıkları yönde yanıt vermişlerdir. Öğrencilerin bu yaklaşıma sahip olmalarında bireysel özelliklerinin, mesleki eğitimlerinin ve aldıkları etik bilgisinin etken olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak her iki üniversitede halkla ilişkiler bölümünde okuyan öğrencilerin halkla ilişkiler etiği konusunda bilinçli oldukları ve etik dersinin üniversitelerde okutulması gerektiği konusunda hem fikir olduğu görülmektedir. Üniversitelerde halkla ilişkiler etiği derslerine yer verilmesi gelecekte iş dünyasında yer alacak olan üniversite öğrencileri için oldukça önemlidir. Böylece halkla ilişkiler etiği sorunlarına daha duyarlı bireyler yetiştirilmesi mümkündür.

### KAYNAKLAR

- AYDIN-PEHLİVAN, İ. (2001), *Yönetmel Mesleki ve Örgütsel Etik*, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- BAŞPINAR, N.Ö. ve ÇAKIROĞLU, D. (2012), *Meslek Etiği*, Nobel Akademik Yayıncılık.
- BAYAR, Ö. (2006), *Halkla İlişkiler ve Etik*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- BÜLBÜL R (2001), *İletişim ve Etik*, Nobel Yayınları, Ankara.
- CANPOLAT, N. (2012), *Bir Meslek Olarak Halkla İlişkiler ve Etik: Halkla İlişkiler Şirketlerinin Web Sitelerine Yönelik Bir Çalışma*, Journal of Yasar University 25(7) s. 4229-4240.
- DURKHEİM, E. (1949), *Meslek Ahlakı*, Çeviren: Mehmet Karasan, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- GÖKDAĞ, D. (2009), *İletişim Fakültelerinin Etik Sorumluluğu*, Medya ve Etik Sempozyumu, 7- 9 Ekim 2009, Elazığ.

**Halkla İlişkiler Etiği Kapsamında Halkla İlişkiler Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etik Kurallarına Bakış Açısı**

- KALENDER, A. (1999), *Türkiye'de Halkla İlişkilerin Meslekleşmesi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Konya.
- KOLÇAK, M. (2013), *Meslek Etiği*, Ekin Yayınları, Bursa.
- KOSLOVSKİ, P. (2000), *Etik ve Hekimlik Sanatı, Etik ve Meslek Etikleri*. Yay. Haz: Harun Tepe, 35-51, Türkiye Felsefe Kurumu, Ankara.
- KUÇURADİ, İ. (1997), *Uludağ Konuşmaları, Özgürlük, Ahlak, Kültür Kavramları Türkiye Felsefi Kurumu Yayınları*, Ankara.
- ÖZGEN, M. İ. (1994), *Basın Meslek Etiği ve Yasalar*, Filiz Kitapevi, İstanbul.
- PİEPER, A. (2012), *Etiğe Giriş*, Çeviren: Veysel Ataman, Gönül Sezer, Ayrıntı Yayınları, Ankara.
- UZUN, R. (2016), *İletişim Etiği-Sorunlar ve Sorumluluklar*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi, Ankara.
- [www.irfanerdogan.com/pr/hitetik.html](http://www.irfanerdogan.com/pr/hitetik.html) [Erişim tarihi:03.09.2016].