

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

**HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİNİN PROFESYONELLEŞMESİ:
BURSA HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Cengiz ACAR

Enstitü Anabilim Dalı: Sosyoloji

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Pınar YAZGAN HEPGÜL

EYLÜL-2011

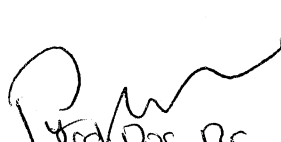
T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

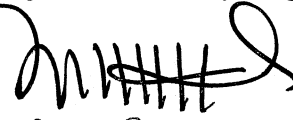
HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİNİN PROFESYONELLEŞMESİ:
BURSA HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ ÖRNEĞİ


YÜKSEK LİSANS TEZİ
Cengiz ACAR

Enstitü Anabilim Dalı: Sosyoloji

Bu tez 26/09/2011 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir.


Yrd. Doç. Dr.
Pınar Yazgan Hepseri
Jüri Başkanı
 Kabul
 Red
 Düzeltme


Doç. Dr.
Mustafa Kemal Şen
Jüri Üyesi
 Kabul
 Red
 Düzeltme


Yrd. Doç. Dr.
Fatma Fidan
Jüri Üyesi
 Kabul
 Red
 Düzeltme

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Cengiz ACAR

26.09.2011

ÖNSÖZ

İlk Halkla ilişkiler uygulamalarının eski Mısır'a kadar dayandığı bilinmektedir, tarihi eski olmasına rağmen bir bilim ve bir meslek haline gelmesi kapitalist üretim tarzı ve ilişkilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmış ve gelişim sağlamıştır. Avrupa'da ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri'ndeki çalışmalar halkla ilişkilerin bir meslek olarak yer edinmesine katkıda bulunmuştu. Ülkemizde 1950'li yıllardan itibaren bir meslek olarak kabul görmeye başlayan halkla ilişkiler, günümüzde meslekte yaşanan bazı sorunlar ve zorluklar altında faaliyetlerine devam etmektedir. Öyle ki mesleğin giriş koşullarının tam olarak belli olmaması, halkla ilişkiler alanından alınan diplomanın önemsizliği, örgütlenme süreçlerinin istenen düzeye ulaşmaması, etik kuralların varlığına rağmen denetim gücü olan mesleki bir yapının oluşmamış olması mesleğin günümüzdeki en büyük sorunlarıdır. Halkla ilişkiler mesleği mensuplarının, hoşgörülü, eğitilmiş, farklı kültürleri tanıyan, empati kuran, sabırlı, toplumu iyi analiz edebilen kişiler olması gerekmektedir. Toplumun farklı kesimlerinden insanlar ile görüşecekleri için bütün dünya görüşlerine açık olmalı ve tarafsızlıklarını koruyabilmelidirler. Mesleğin itibarını korumak için yaptıkları çalışmalara dikkat etmeli ve mesleğin etik kurallarına riayet etmeleri gerekmektedir.

Halkla ilişkiler mesleğinde genellikle uzun süreli mesailer ve farklı kesimlerden insanlar ile çalışmalar yapılacağından dolayı, mesleği ve insanlarla iletişimi sevmeden yapılabilecek bir meslek değildir. Halkla ilişkiler öncelikle kamu yararına faaliyet göstermeli, toplumsal talepleri dikkate almalıdır. Çalışmamız da Halkla ilişkiler uzmanlarının meslekleriyle ilgili sosyolojik bir durum tespiti çalışmasıdır. Tez çalışmamda destek ve katkılarından ötürü değerli çalışma arkadaşım Tuğçe Balarısı'na teşekkür ediyorum. Tezimin oluşmasında katkısı olan ve desteğini esirgemeyen Bursa Halkla İlişkiler Derneği yöneticilerine ve anketime katılan değerli üyelere sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Tezimin yapım aşamasında ve sonuçlanmasının her aşamasında bana destek olan ve yön gösteren değerli tez hocam Yrd. Doç.Dr. Pınar Yazgan HEPGÜL hocama çok teşekkür ediyorum. Tez çalışmam sırasında benden desteğini esirgemeyen ve inancını hiç yitirmeyen sevgili eşim Aysun ACAR'a teşekkür ediyorum. Onun desteği ve özverisi olmasaydı bu tezimi bitiremezdim. Canım oğlum Taha Furkan ACAR' a teşekkür ediyorum, varlığı bile bana güç ve mutluluk verdiği için. Benim bu günlere gelmemde çok büyük emekleri olduğu için değerli ACAR

ailesinin bütün fertlerine, Ağabeylerim Yusuf ACAR ve Bülent ACAR'a, Ablam Emine ACAR'a teşekkür ediyorum. Sevgili babama çok teşekkür ediyorum beni zor şartlarda okutup ailemizi hep ayakta tuttuğu için, Sevgili anneme teşekkür ediyorum, bizleri her zaman anne sıcaklığı ile büyütüp hep yanımızda olduğu için.

Cengiz ACAR

26.09.2011

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	i
TABLO LİSTESİ	ii
ÖZET	iii
SUMMARY	iv

GİRİŞ	1
--------------------	----------

BÖLÜM 1: YÖNTEM

1.1. Alan Araştırmasının Düzenlenmesi ve Alanın Nitelikleri...	6
1.1.1. Verilerin Toplanması ve Analizi.....	10
1.1.2. Katılımcı Gözlem ve Araştırmacının Pozisyonu.....	12
1.1.3. Katılımcıların Nitelikleri.....	14
1.1.4. Mülakata Katılanların Özellikleri... ..	16
1.1.5. Mülakat ve Örneklemenin Özellikleri... ..	18
1.1.6. Nitel Araştırma Geçerlilik.....	19

BÖLÜM 2: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Profesyonelleşme... ..	21
2.2. Profesyonelleşme Kuramları.....	24
2.2.1. Yapısalcı-İşlevselci Kuramlar... ..	24
2.2.2. Marxist Kuramlar... ..	25
2.2.2.1. Profesyonelleşmeme Tezi... ..	27
2.2.2.2. Proleterleşme Tezi.....	28
2.3. Diğer Kuramsal Yaklaşımlar.....	29

BÖLÜM 3: MESLEKLER SOSYOLOJİSİ AÇISINDAN HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİNİN PROFESYONELLEŞME SÜRECİ

3.1. Meslekler Sosyolojisi... ..	30
3.1.1. Meslek Kavramı.....	34
3.1.2. İş Kavramı.....	36
3.1.3. Mesleki Yapı.....	39
3.1.4. Mesleki İdeoloji.....	40
3.1.5. Mesleki Rol... ..	40
3.1.6. Mesleki Statü... ..	42

3.1.7. Mesleki Prestij...	45
3.1.8. Mesleki Güç...	46
3.1.9. Mesleki Bilinç...	47
3.2. Tarihimizde Mesleki Örgütlenmeler	
3.2.1.Fütüvvet Kavramı..	49
3.2.2.Ahilik Örgütü...	51
3.2.3. Lonca.....	53
3.2.4. Gedik Örgütü...	54
3.2.5. Çağdaş Mesleki Birlikler...	55
3.3. Halkla İlişkiler Mesleğinin Profesyonelleşmesi	
3.3.1. Halkla İlişkilerinin Tanımı.....	58
3.3.2. Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişim Süreci.....	62
3.3.3. Türkiye’de Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi	64
3.3.4. Halkla İlişkilerin Meslekleşme Olgusu.....	65
3.3.5. Halkla İlişkiler Mesleğinin Temel İşlevi.	68
3.3.5.1. Mesleğin Kişisel Özellikler.....	71
3.3.5.2. Mesleki Özellikleri.....	73
3.4. Halkla İlişkiler Mesleğinde Üniversite Eğitimi..	75
3.5. Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik ..	83
3.6. Halkla İlişkiler Mesleğinde Örgütlenme.....	93
3.7. Halkla İlişkiler Mesleği Siyaset İlişkisi... ..	95
3.8. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği.....	99
3.9. Bursa Halkla İlişkiler Derneği.....	103
SONUÇ VE ÖNERİLER	118
KAYNAKLAR ..	118
EKLER.....	128
ÖZGEÇMİŞ	131

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.K.T	: Aktaran
AÖF	: Açık Öğretim Fakültesi
APRA	: AmericanPublicRelationsAssociation
BHİD	: Bursa Halkla İlişkiler Derneği
CERP	: Avrupa Halkla İlişkiler Konfederasyonu
D.P.T	: Devlet Planlama Teşkilatı
IABC	: The International Association of Business Communicators
İDA	: İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği
İPRA	: International PublicRelationsAssociation
MYK	: Mesleki Yeterlilik Kurumu
MYO	: Meslek Yüksek Okulu
M.Ö	: Milattan Önce
OSYM	: Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi
PR	: Halkla İlişkiler
PRSA	: PublicRelationsSociety Of America)
THİD	: Türkiye Halkla İlişkiler Derneği
UMS	: Ulusal Meslek Standartları
UNESCO	: United Nations Educational, ScientificandCulturalOrganization
VB	: Ve Benzeri

TABLO LİSTESİ

- Tablo 1** :Mülakata Katılanların Özellikleri
- Tablo 2** :Bazı Meslek Birliklerinin Birleşik Krallık, ABD ve Türkiye’de Kuruluş Tarihleri
- Tablo 3** :Halkla İlişkiler Mesleğinin Ülkelere Yayılışı
- Tablo 4** :Halkla İlişkiler Biriminde Gerekli Uzmanlık Alanları
- Tablo 5** : Meslek-Ahlak İlişkisi

Tezin Başlığı: Halkla İlişkiler Mesleğinin Profesyonelleşmesi: Bursa Halkla İlişkiler Derneği Örneği	
Tezin Yazarı: Cengiz ACAR	Danışman: Yrd.Doç.Dr. Pınar Yazgan HEPGÜL
Kabul Tarihi: 26.09.2011	Sayfa Sayısı: v (ön kısım) 127 (tez) 4(ekler)
Anabilim Dalı: Sosyoloji	
<p>Halkla ilişkiler genç bir bilim ve sanat olmasına rağmen geçmişi çok eskilere dayanmaktadır. Kapitalizmin ortaya çıkışı ile birlikte hızlı bir ilerleme kaydeden Halkla ilişkiler mesleğinin profesyonelleşme serüveninde birçok sorunla karşı karşıyadır. Bu sorunların en başında mesleğe giriş koşullarında yetkinlik yani diplomanın önemsizleşmesi ve mesleğe girişlerde alan dışından girişlerin yoğun olması sayılabilir. Halkla İlişkiler mesleğinin diğer bir sorunu da örgütlenme konusunda dernek düzeyi de yapılaşmanın olmasına rağmen bütün meslektaşları kapsamamasıdır. Meslekle ilgili üzerinde durulması gereken diğer bir hususta bir meslek olarak Halkla ilişkilerin toplum tarafından ne iş yaptığı konusunda bir algının Avukatlık, Doktorluk gibi meslekler gibi tam oturmamış olmasıdır. Günümüzde Halkla ilişkilerin öğrenciler tarafından bunca olumsuzluğa rağmen en çok tercih edilen bölümlerden bir tanesidir. 2010 yılında devlet üniversitelerinde yapılan tercihler göz önüne alınırsa, 4 yıllık Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü ve iki yıllık Halkla İlişkiler bölümlerinin tüm kontenjanlarının dolması mesleğin en çok tercih edilenler arasında olduğunun kanıtı niteliğindedir. Özellikle mesleğin ihtiyacı olan profesyonelleşme, mesleğin giriş koşullarının düzenlenmesi, mesleki örgütlenmenin istenilen düzeye ulaşması, mesleğin itibarının artması, etik kurallarına meslek mensuplarının uyumunun çoğalması gibi çeşitli etkilerin gerçekleşeceği açıktır.</p> <p>Bu araştırma, Bursa ilinde faaliyet gösteren Bursa Halkla ilişkiler derneğine üye olan 68 kişi arasından 17 dernek üyesine, derinlemesine mülakat yöntemi ile uygulanmıştır. Mülakat sonucunda mesleğin günümüzdeki profesyonelleşme düzeylerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada yaş, cinsiyet, medeni durum, mesleğe bakış açısı, meslek bilincinin meslek üzerinde etkileri incelenmiştir. Elde edilen verilere göre örgütlenmenin istenilen düzeyde olmadığı, örgütlenmenin ve örgütün üyeleri üzerinde otokontrolün artmasının etik kurallarına uyumu güçlendireceği, profesyonelleşmenin artması durumunda halkla ilişkiler uzmanlarının siyasete katılımının artacağı, mesleğin itibarının artması ile birlikte mesleğin bilinirliğinin ve saygısının artacağı sonucuna ulaşılmıştır.</p>	
Anahtar Kelimeler: Profesyonelleşme, Halkla İlişkiler, Örgütlenme, Meslekler Sosyolojisi	

Title of the Thesis: The Professionalisation of the Public Relations Foundation: Bursa Public Relations Foundation Sample	
Author: Cengiz ACAR	Supervisor: Assist.Prof.Dr. Pınar Yazgan HEPGÜL
Data: 26.09.2011	Nu. Of pages: v (pre text) 127 (Main Body) 4 (App.)
Department: Sociology	
<p>Public relations leans on a past history even it is a very young science and art. The public relations profession making high level of progress d by the emergence of the capitalism ,during its way to become professional faced many problems. The most leading of these problems is the lack of importance of the diploma hence the lack of capabilities while employing in the sector, and the other factor is that the employment rate from different fields is high. Another problem for the public relations profession is that ebeb there is an organizational structure on forundation level it does not consider all colleagues. Another point on which it must be stressed is that there is no obvious perception in common about what does the public relation covers as it is defined for professions such as lawyers, doctors. Public Relation is one of the most popular profession of our century. Regarding the choices done at State Universities in 2010, the fulfillment of the quota of 4 year Public Relations and Advertisement Department, also 2 year Public Relations Department, show that this profession is located among of the most preferred ones. Today, it is faced with several unsolved and coming down problems at Public relations profession. By the unraveling of these problems there will raise various effects especially on professionalism which is quite needed by the profession, on regulation of the conditions of recruitment, on reaching a requested level of occupational organization, on the increase in the reputation and on the increase at the integrity of the professionals to the ethicsThis research has been implemented on the 17 of the 68 members of Bursa Public Relations Foundation located in Bursa by depth interview. By this interview it is aimed to measure the level of professionalism for this profession regarding the modern-day. At this workout the effect of the age, sex, marital status, professional perspective and conscious, on the profession has been observed. By the results obtained, it is precipitated that the organizational level was not at the requested level, the foundation of any organization and any increase on the auto control of this organization on its members will be powering the integrity through ethics, the level of political participation of public relations specialists will be increasing by the increase in the professionalism, the respect and awareness of the profession will be increasing by the increase in its recognition.</p>	
Keywords: Professionalization, Public Relations, Organization, Professions sociology	

GİRİŞ

Sanayi devrimi öncesinde tarım, hayvancılık ve küçük esnafılık tüm toplumların uğraş alanı olmuştur. İnsanoğlu geçimini sağlayabilmek için hayatının belirli bir döneminde bir meslek ile uğraşmıştır. Sanayi devrimi ve kapitalist iş süreçlerinin gelişmesiyle birlikte birçok meslek ortaya çıkmış, bazı meslekler değişime uğramış, bazı meslekler ise ortadan kaybolmuşlardır. Bir asır önce onlarca olarak ifade edilen meslekler günümüzde teknoloji ve sanayileşmenin etkisi ile binlerce olarak ifade edilebilecek sayılara ulaşmıştır. Farklı meslekler farklı uzmanlaşmalar getirmiştir. İnsanlar sahip oldukları meslek sayesinde kendilerini ifade edebilmekte, toplumda belirli bir statü işgal etmektedir. Meslek seçimi ile başlayan ve mesleğe giriş süreci ile birlikte mesleğin norm, değer ve kültürünü benimseyen insanoğlu, hayatının bundan sonraki bölümünde bilerek veya bilmeyerek o mesleğin hayata bakış tarzını benimsemektedir. Farklılaşan ve çoğalan mesleklerin sayısının artmasıyla birlikte, meslekler ayrıcalıklarını ve sınırlarını koruyabilmek ve daha saygın bir hale gelebilmek için mesleki örgütlenme, meslek etiği gibi kavramlar ön plana çıkmıştır. Halkla ilişkiler uygulamalarının da eski çağlardan beri var olmasına rağmen meslek ve bilim haline gelmesi sanayi sonrası gelişmeler sonucunda kapitalist iş süreçlerinin gelişmesiyle olmuştur.

Amerika Birleşik Devletleri'nde başlayan ve Avrupa'ya yayılan Halkla ilişkiler mesleği 1960'lı yıllarda ülkemizde öncelikle devlet kurumlarında, daha sonra ise büyük holdinglerin bünyesinde kendisine yer bulmuştur. Bu çalışma, iletişim çağı olarak adlandırılan günümüzde, Halkla ilişkiler mesleğinin profesyonelleşme düzeyini tespiti yöneliktir. Bu kapsamda mesleki tatmin düzeyleri, örgütlenmeye olan bakış açıları, mesleğin karşılaştığı zorluklar, mesleklerine olan bakış açıları, mesleğin geleceği konusundaki düşünceleri, sosyo-ekonomik durumları ve kökenleri nitel araştırma yöntemi ve derinlemesine mülakat teknikleri kullanılarak araştırılmıştır. Bu kapsamda yapılan araştırmamızı 3 bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde araştırmanın konusu ve amacı, araştırmanın metodolojik çerçevesi, hangi metot ve tekniklerden faydalandığı, araştırma evreninin ve örneklem grubunun nasıl belirlendiği, uygulamanın nasıl yapıldığı, bilgi toplama araçları, karşılaşılan problemler ve elde edilen bulguların nasıl değerlendirildiği ortaya konulmuştur. İkinci bölümde profesyonelleşmeye genel olarak değinilmiş ve profesyonelleşme kuramlarından bahsedilmiştir. Son bölümde ise, Halkla

ilişiler mesleğinin tarihsel gelişimi, Halkla ilişkiler mesleğinin profesyonelleşme süreçleri, siyaset, eğitim, etik ve örgütlenme sorunlarına bakışı incelenmiştir. Sonrasında, yapmış olduğumuz alan araştırmasının verilerinden elde etmiş olduğumuz bulgular sunulmuştur. Son bölümde de elde etmiş olduğumuz veriler göz önünde bulundurularak bir değerlendirme yapılmış ve genel bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Konusu

Toplumsal yaşam içinde karşılaşılan problemlerin niteliğine, nedenlerine ve neticelerine ilişkin yanıt arama uğraşı bir sosyal bilimcinin sahip olduğu ya da sosyal bilimcide olması gereken önemli niteliklerinden birisidir. Sıradan bir insan için önemsiz sayılan bir olgu sosyal bilimci için pek çok problemin çözüm anahtarı olabilir ya da o, bu olguyu analiz edip değerlendirmeye değer bulabilir. Toplumsallık niteliği taşıyan her olgu çok yönlü, içerikli ve nedenlidir. Bir toplumsal soruna yanıt arama girişimi onun bu niteliklerinin ayrıntılı olarak incelenmesinden geçer. Bir toplumsal sorunun yanıtını bulmak ya da çözümünü kolaylaştıracak ipuçlarını yakalamaksa sosyal bilimcinin amaçladıklarına bir adım daha yaklaşmasını sağlar (Geyik, 2010:40). Bu çalışma günümüzde Halkla ilişkiler uzmanları, Halkla ilişkiler mesleğinin profesyonelleşmesinin hangi düzeyde olduğunu düşündükleri sorusuna cevap aramaktadır. “Halkla İlişkiler Mesleğinin Profesyonelleşmesi: Bursa Halkla İlişkiler Derneği Örneği” adını taşıyan tez konumuz, bir alan araştırmasına dayanmaktadır. Bu alan araştırmasında nitel araştırma yöntemi ile birlikte “gözlem” ,“görüşme” ve derinlemesine mülakat tekniklerinden faydalanılmıştır. Görüşmeler ortalama 45 dakika olarak daha önce hazırlanmış mülakat soruları üzerinden yapılmıştır. Araştırmanın kuramsal çerçevesinin oluşturulmasında teorik bir yaklaşım takip edilerek dokümanter tekniklerden faydalanılmıştır. Bu amaçla konuyla ilgili olduğu düşünülen çeşitli eserler, kaynak kitaplar, mesleki dergiler, bültenler, makaleler ve sınırlı sayıda benzer çalışmalar incelenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın metodolojik yaklaşımı, durum tespitine yöneliktir. Bu araştırma, çağımızın popüler mesleklerinden olan ve profesyonelleşme çabası içinde bulunan Halkla ilişkiler mesleğini icra eden uzmanların sosyolojik durumlarını incelemek ve mesleğin günümüzdeki durumunu ortaya koymak amacıyla oluşturulmuştur.

Araştırmanın Önemi ve Amacı

Günümüzde teknolojiye yaşanan gelişmeler ile emeğe dayalı iş gücü önemini yavaş, yavaş yitirmeye başlamış ve bilgiye dayalı iş gücünün önemi artmıştır. Geçtiğimiz yüzyıllarda sayıları çok az olan meslekler sanayileşme ve teknolojiye meydana gelen yenilikler sayesinde binlerce olarak ifade edilebilecek sayılara ulaşmıştır. Bu süreçte yeni meslekler ortaya çıkmış, bazı meslekler önemini kaybetmiştir, bazı meslekler ise evrimleşerek farklılaşmıştır. Buradan anlayabileceğimiz gibi meslekler dinamik bir yapıya sahiptir. Geçtiğimiz yüzyıllardaki çırak, kalfa, usta ilişkisi yerini modern eğitim kurumlarının verdiği mesleki eğitimlere bırakmıştır. İnsanlar toplumsal statülerine ve geçimini sağlayacak mesleklere eğitim kurumlarından aldıkları eğitim, diplomalar veya sertifika sayesinde sahip olabilmektedir. Bu da toplumda yatay ve dikey hareketliliği meslekler sayesinde artırmıştır. Sanayileşme sonrasında uzmanlaşma ve profesyonelleşme mesleklerin kaçınılmaz sonu olmuştur. Bu süreçte mesleklerle ilgili olarak, işin sosyal niteliği, mesleklerin analizi, zaman içerisinde geçirdiği değişimler, mesleklerin yapısı, mesleklerin tek tek toplumdaki önemi ve mesleklerin mensuplarına vermiş olduğu rolün incelenmesi meslekler sosyolojisinin araştırma konuları içerisinde yer almıştır Özlük, (2006: 32) Bir mesleğin profesyonel bir meslek olarak kabulü aynı zamanda mesleki bir örgütlenmenin varlığını da gerektirdiğinden bahsetmektedir. Özlük'e göre örgütlenme, birey ya da kuruluşların ortak bir amaç ya da eylemi gerçekleştirmek için bir araya gelmesi anlamını taşımaktadır. Mesleki örgütlenmeyi gerçekleştirmede dernek, birlik, oda, vb.nin tümü, içinde yer aldıkları toplumun genel iyiliği için çalışmaktadır. Profesyonel bir meslek olma yönünde, ilişkili olduğu konunun ya da disiplinin ilerlemesini sağlamak ve o alanda uğraş veren bireylerin ekonomik ve sosyal statüsünün yükselmesini gerçekleştirmek o meslek için büyük önem taşımaktadır.

Bu tez çalışmasının amacı meslekler sosyolojisi açısından yapılmış olan sınırlı sayıdaki çalışmaya katkıda bulunmaktır. Bu kapsamda Bursa ili genelinde Halkla ilişkiler mesleğini icra eden meslek mensupları, mesleğin profesyonelleşmesine katkı sağlamak amacıyla mesleki bir örgüt etrafında toplanmışlardır. Araştırmamızın amacı Halkla ilişkiler çalışanlarının profesyonelleşme düzeyleriyle ilgili genel bir değerlendirme yapmaktır. Bu çalışma da nitel araştırma yöntemi ve derinlemesine mülakat tekniği

kullanılarak Bursa ilinde Halkla ilişkiler mesleği mensuplarının yaşadığı sorunları anlamaya yönelik bir durum tespit çalışmasıdır. Halkla ilişkiler mesleği profesyonel bir meslek olmak istemektedir. Bu kapsamda meslek mensuplarının bazı toplumsal özellikleri açısından incelenmesi araştırma için önem arz etmektedir. Halk yani toplum kelimesini kullanan bu bilimin meslekleşme konusunda yaşadığı sorunların meslekler sosyolojisi yaklaşımlarıyla ele alınması araştırma açısından önemlidir. İlgili çalışmamıza meslekler sosyolojisi ve bu kapsamda incelenen meslekleri açıklamaya yönelik teoriler üzerine yapılan bilimsel incelemelerin tespitine yönelik literatür taraması yapılarak başlanmıştır. Sanayileşmiş toplumlarda meslekler ve profesyonel meslekler üzerine son yıllarda birçok araştırma yapılmıştır. Ülkemizin sanayileşme sürecinde olması ve araştırmacıların bilgiyi elinde bulunduran profesyoneller üzerinde fazla sayıda araştırma yapamamasından dolayı literatür taraması sonucunda oluşan bilgiler ışığında bir kavramsal çerçeve oluşturulmuş olup, çalışmamızın temel varsayımları ortaya konularak, araştırma yapılmıştır.

Araştırmanın Organizasyonu ve Modeli

Meslekler toplumlarda sosyal statünün ve bu statüye bağlı rollerin belirleyicisi olmaktadır. Her mesleğe toplumun yüklediği itibar mesleğin bazı özelliklerine göre değişmekte, mesleği tercih etme biçimleri ise bazı kişisel özellikleri gerektirmektedir. Bu sebepten dolayı, meslek grubunun farklı yönleri olan mesleki örgütlenme, ekonomik, siyasal, kökenleri, ahlaki, eğitsel ve çalışma koşulları vb' nin sosyolojik yöntemler ile açıklanması, anlaşılabilmesi ve ortaya konulması amacıyla çalışmamızda derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak, Bursa ili sınırları içerisinde Halkla ilişkiler mesleğini icra eden ve Bursa Halkla İlişkiler Derneği'ne üye olan kişilere uygulanmıştır. Araştırmamızda BHİD' den üye listesi talep edilmiştir. Araştırmanın yapıldığı tarih de BHİD' nin 68 üyesi olduğu tespit edilmiştir. Dernek yönetimi tarafından mülakata katılması için üyelerine bilgi maili atılmış yaklaşık 10 dernek üyesi gönüllü olarak mülakata katılmıştır. Geri kalan 7 kişi ile iş yeri ziyaretleri sonucunda görüşme yapılmıştır. Veri toplamak amacıyla tespit edilen katılımcılara derinlemesine mülakat yöntemi uygulanarak görüşmeler başlamıştır. Mülakat öncesi kişilere çalışmanın amacı konusunda bilgi verilmiştir. Mülakatlar ortalama 45 dakika sürmüştür. Araştırmada kullanılmak üzere hazırlanan sorular, yaş, cinsiyet, eğitim durumu gibi

bilgilere ulaşmak için kapalı uçlu sorular yöneltilmişken, diğer 30 soru açık uçlu olarak dizayn edilmiştir.

BÖLÜM 1: YÖNTEM

1.1. Alan Araştırmasının Düzenlenmesi ve Alanın Nitelikleri

Altunışık ve diğ., (2005:237) Araştırma kavramının, bir şeyin-deneğin eleştirel bir biçimde incelenmesi sonucunda yeni gerçekleri keşfetmek ve yeni ilişkiler ve sonuçlara ulaşmak adına yapılan arayış ve sorgulamalar bütünü olarak ifade etmektedir. Bilimsel araştırmalar, ya kuramsal bir katkı ya da uygulamada karşılaşılan bir probleme çözüm aramak amacıyla yapılır. Çalışmalarında nitel araştırma tekniklerini kullananların sayısında son yıllarda bir artış gözlenmektedir. Bununla birlikte nitel araştırmayı tercih edenler arasında nitel araştırmanın öğeleri ve çerçevesi üzerinde uzlaşan bir tanımlama yoktur. Farklı araştırmacılar farklı nitel araştırma yöntemlerini izleme eğilimindedir. ın Strauss ve Corbin göre, nitel araştırma farklı insanlar için farklı anlamlar ifade edebilmektedir. Bu durum araştırmanın ele alınışını etkileyebilmektedir. Bir araştırmanın nitel yaklaşımla ele alınmasının farklı nedenleri vardır. Bu nedenlerden ilki araştırmacının tercihini ve konuyla ilgili deneyimidir. Aynı şekilde, bağlı olunan disiplin araştırmacının tercihini etkileyebilir. Ancak, nitel yöntemin seçiminde en önemli neden araştırma probleminin özelliğidir. Örneğin, araştırma kişilerin sorunlarını, deneyimlerini ve düşüncelerini anlamayı gerektiriyorsa, seçilecek yöntemin nitel olması daha fazla önem kazanmaktadır (akt. Uçak, 2000:258).

Yıldırım ve Şimşek'e, (2008:35) göre tüm bu disiplinlerde ortak olan amaç, insan davranışını, içinde bulunduğu ortam içinde ve çok yönlü olarak anlamaya çalışmaktır. Bu disiplinlere göre insan davranışı, fen ve matematik gibi disiplinlerde ele alınan değişkelere göre farklı algılanması gereken bir olgudur. Bu nedenle insan davranışını araştırmada fen bilimleri alanında geleneksel olarak kullanılan yöntemlerin yetersiz olduğu kabul edilmektedir. İnsan davranışı ancak esnek ve bütüncül bir yaklaşımla araştırılabilir ve bu yaklaşımda araştırmaya dahil olan bireylerin görüşleri ve deneyimleri büyük önem taşır. İnsan davranışlarının fen bilimlerinde olduğu gibi anlaşılmasının kolay olmaması nitel araştırma yöntemlerine ihtiyacı arttırmıştır. Nitel araştırma yöntemleri daha çok insan ve grup davranışlarında "niçin" sorusuna cevap aramaya çalışır. Nitel araştırma ile nicel araştırma arasındaki en büyük fark nitel araştırmanın niçin, nasıl ve ne şekilde gibi sorulara cevap araması iken, nicel

araştırmalarda ise ne kadar, ne miktarda, ne kadar sık, ne kadar yaygın gibi sorulara cevap arama çabasıdır. Anlaşılacağı gibi nicel araştırmalar daha net sonuçlara ulaşmaya çalışmakta iken, nitel araştırmalar ise bir bakıma buz dağının görülmeyen yüzene ulaşmaya çalışmaktadır. Uçak, (2000:259) Nitel araştırmalarda, alan çalışması esas olduğundan bahsetmektedir. Uçak’a göre araştırmayı doğal ortamında yapmak, bireyleri kendi doğal ortamlarında incelemek önemlidir. Bu tür araştırmaların yapılmasında kişilerle doğrudan temas kaçınılmazdır. Çalışmanın özelliği derinlemesine ve ayrıntılı yapılmasıdır. Bu durum geniş gruplarla çalışmayı olanaksız kılmaktadır. İdeal olan küçük gruplarla ve detaylı yapılan araştırmalardır. “Halkla İlişkiler Mesleğinin Profesyoneleşmesi, Bursa Halkla İlişkiler Derneği Örneği” konulu araştırmamızda yorumlayıcı yaklaşım benimsenmiştir. Altunışık ve diğ.’ne, (2005:57) göre, yorumlayıcı yaklaşımın özelliği, insanların olguların yaşadıkları şekilde açıklama yaklaşımının benimsenmesidir. Pozitivist yaklaşımdan farkı, sosyal olayları fen bilimcilerin yaklaşımı ile izah etmenin geçerliliğini reddetmesidir. Sosyal olaylar-olgular oldukları, yaşandıkları şekilde incelenmeli ve açıklanmalıdırlar. Bu yaklaşımın temelinde insan davranışını anlamak için onun yorumlamak ve aynı zamanda yorumların tamamen objektif olamayacağı gerçeğini kabul etmek gereği yatmaktadır. Yorumlayıcı yaklaşımın bir özelliği de izah yaparken olgunun gerçekleştiği ortamı, çevreyi dikkate almasıdır. (bu yaklaşım özellikle tarihi izah etmede çok önemlidir. Tarihi olayları izah ederken tarihi ortamı ve şartlarını dikkate almadan bir değerlendirme yapmak kişiyi yanlış sonuçlara ulaştırabilir). Bu niteliğiyle yorumlayıcılık, pozitivist yaklaşımla karşılaştırıldığında daha az sayıda denekten oluşan bir örnek kütlü ile ilgilenir. Ayrıca elde edilen veriler genellikle nitel tekniklerle analiz edilir.

Ringer’e göre, eylem ile toplumsal eylem arasındaki alışılmış ayırımdan ziyade, daha zor bir konu sayılabilecek, genel olarak anlamlı eylem üstünde yoğunlaştırdığından bahsetmektedir. Bir eylemin ‘akış’ından söz edildiğinde, sırf yalıtık olaylardan ziyade davranış dizilerine değil, aynı zamanda içsel süreçlerin dışsal tezahürlerine işaret eder. Yorumlayıcı yaklaşım ne tamamen içsel hallerle ne de sadece dış davranışla uğraşır. Bunun yerine eylemle, özellikle “başkalarının davranışıyla anlamlı bağlantısı olan, eş belirlenmiş (co- determined) ve amaçlanmış anlamı çerçevesinde yorumsal olarak açıklanabilen” eylemle uğraşır (akt. Koçancı, 2003:29). Yıldırım ve şimşek’e, (2008:

35) göre, nitel araştırmanın çeşitli disiplinlere dayanan güçlü kuramsal temelleri var olduğundan bahsetmektedir. Sosyoloji, Antropoloji, Psikoloji, Felsefe, Dilbilim gibi disiplinler nitel araştırmaya hem bakış açısı kazandırmışlar hem de yöntem olarak katkıda bulunmuşlardır. Sosyal evrenin araştırılmasında, bilimsel yöntemin çok sayıda bileşenlerinden yararlanmak gerekmektedir. Çalışmada sosyal evrenin araştırılmasında yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biri olan etnografik araştırma modeli kullanılmıştır. Sosyoloji ve antropoloji içinde uzun bir geçmişe sahip olan etnografya, kültürün belli bir guruba ait insanlar tarafından paylaşılan değerler, inançlar ve davranışlar olduğunu kabul etmektedir (Yazgan, 2010:58). Bursa'da halkla ilişkiler mesleğini icra eden ve bir örgüt etrafında toplanan uzmanlar grubunu temsil eden ortak özellikleri taşıdığı varsayılarak seçilmiştir. Araştırmamızda Halkla ilişkiler uzmanlarının kişisel yargıları, deneyimleri, algıları ve duyguları, doğal ortamlarında, ilişki bağlantıları içinde incelenmeye çalışılmıştır. Sosyal ve bireysel gerçekliği birlikte ele alma amacıyla, Bursa'da Halkla ilişkiler faaliyetini sürdüren ve BHİD (Bursa Halkla İlişkiler Derneği) üye olan topluluğa nitel araştırmanın farklı teknikleri araştırma alanı içerisinde araştırmanın sürecinin akışına göre belirlenmiştir.

Bursa'da Bursa Halkla İlişkiler Derneği bünyesinde örgütlenmiş meslek mensupları, araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmamızda birçok metot yaklaşımı birlikte kullanılmıştır. Araştırma alanın sosyo-kültürel niteliklerine yönelik alan araştırmasından toplanan verilerle oluşturulan varsanımlarla bir örnekleme tekniğine başvurulmuştur. Bu çerçevede şu hususlar göz önünde bulundurulmuştur.

- 1) Meslekler profesyonelleştikçe ilgi meslek mensuplarının siyasette katılma eğilimi artmaktadır, Halkla ilişkiler mesleğinde profesyonelleşme düzeyi istenen düzeyde olmadığı için siyasette katılım diğer profesyonel mesleklere göre çok azdır.
- 2) Mesleki örgütlenmesini tamamlamış meslekler, üyeleri üzerinde otorite kurabildikleri için mesleki etik kurallarına uyma eğilimi daha fazladır. Halkla İlişkiler mesleği örgütlenmesini tam olarak tamamlayamadığı için etik kurallara uyulma eğilimi daha azdır.

- 3) Profyonelleşmesini tamamlamış mesleklerde uzun süreli bir eğitime ve staj dönemi bulunmaktadır. Halkla ilişkiler mesleğinde işe giriş konusunda bir standart bulunmadığı için eğitim konusu çözülmemiştir.
- 4) Halkla ilişkiler mesleği toplumda yüksek statüde bir meslek konumundadır, fakat ekonomik gelir düzeyleri orta sınıfa aittir.
- 5) Halkla ilişkiler derneklerinin üye sayısı, mesleği icra eden uzman sayısı göz önüne alındığında düşüktür. Bunun sebebi; ilgili mesleki örgütlenmelere katılımın kendilerine mesleki anlamda tam ne kazandıracaklarını bilmemesi ve bu meslekte gerçek anlamda bir mesleki örgüt bulunmamasını düşünmeleridir.

Araştırmayla ilgili mülakat soruları oluşturulmuştur. Soruları cevaplandırmak için olasılığa dayalı olamayan örnekleme tekniklerine başvurulmuştur. Araştırmanın sorularına grup üyelerinden “kolayda örnekleme” olarak ifade edilen bir teknikle seçilmiş olup, mülakat sorularına Bursa Halkla İlişkiler Derneği üyeleri cevap verilmiştir. Araştırmaya Bursa’da mesleklerini sürdüren ve yoğun bir şekilde çalışan Halkla ilişkiler uzmanlarından araştırmacının ulaşabildiği ve niteliklere sahip herkes dâhil edilmiştir. Derinlemesine mülakat teknikleri sırasında ayrıca “amaçsal” örnekleme tekniği seçilmiştir. Mülakata katılan kişilerin niteliksel ve sosyo-kültürel özelliklerine araştırmamızın ilerleyen kısımlarında daha detaylı olarak değinilecektir. Halkla ilişkiler uzmanlarıyla genellikle mesai saatleri içerisinde iş yerlerinde yüz yüze görüşme yapılmıştır. Bunun dışında bazı uzmanlar ile dışarıda yüz yüze görüşmelerin yapıldığı bir alan araştırmasıdır. Çalışma 2011 yılında 5 aylık bir süreçte Bursa’da Halkla İlişkiler mesleğini yapan 17 uzman üzerinde gözlem ve bu kişiler ile derinlemesine mülakat yapılarak gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan mülakat soruları ile Halkla ilişkiler mesleğinin profesyonelleşme sürecinde yaşadığı sorunlar, mesleki örgütlenmenin düzeye, mesleki etik kurallara uyum, hangi sosyo-ekonomik kökenden geldikleri, mesleği seçme nedenleri, siyasette katılım düzeyleri ortaya konulmasına çalışılmıştır.

Yıldırım ve Şimşek’e, (2008:41) göre görüşme, sosyolojide ve sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan bir araştırma yöntemidir. Zihinsel uyanıklık, duyarlılık, beceri, yoğunlaşma, gibi pek çok açıyı kapsayan bir bilimdir. Görüşmelerinin temel amacı, görüşülen kişinin iç dünyasına girerek onun hayatta bakışını anlamaktır. Görüşme anket yoluyla ulaşılamayacak birçok cevaba ulaşmamızı sağlamaktadır. Bu yolla düşünceler, niyetler,

zihinsel algılar, yorumlar deneyimler gibi olguları anlamaya yardımcı olur. Araştırmamızda görüşme yöntemi ile araştırma konusuyla ilgili anket ile cevap bulunamayacak sorulara cevap aranmış, görüşme sırasında aklımıza gelmeyen sorular ortaya çıkmış ve katılımcıyla paylaşılmıştır. Nitel araştırmalarda kullanılan ikinci en yaygın veri toplama yöntemi ise gözlemdir. Sosyal olguların gözlenerek anlaşılabilceği varsayımına dayanan gözlem yöntemi, nitel araştırmada, kendi içinde katılımcı, katılımcı olmayan gibi gruplara ayrılır. Görüşmede olduğu gibi gözlemin bir veri toplama yöntemi olarak kullanılması, gerek gözlem öncesi gerekli hazırlıkların yapılması gerekse gözlemin gerçekleştirilmesi konularında yoğun bir eğitimi gerekli kılar (a.g.t, 2008: 41). Araştırmacı hem derneğe üye olması sebebi ile hem de Halkla ilişkiler mesleğini yapması sebebiyle uzun zamandır mesleğin sorunlarını hem içeriden hem dışarıdan gözleme fırsatı bulmuştur. Bu sürecin araştırma açısından olumlu etki yaptığı düşünülmektedir.

1.1.1. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma’da verilerin toplanma şekli ve analiz süreçlerinde araştırmacının birçok farklı yöntem seçebilir. Genel olarak kullanılan nitel ve nicel araştırma desenlerinin araştırmanın özelliğine göre seçilebilir. Bu araştırmanın küçük bir gruba ve bu grup içerisinde seçilmiş belli bir örneklem grubuna uygulanmasında dolayı nitel araştırma deseni seçilmiştir.

Punch’a göre, (akt.Yazgan,2010:63).

“Nitel ve nicel yaklaşımlar arasında inceleme birimi, araştırmacının duruşu, yöntemin uygulanması ve verilerin çözümlenmesi gibi önemli farklılıklar olduğu gibi pek çok açıdan da benzerlikler mevcuttur. Nicel araştırmada daha çok hipotezlerin ve kuramların tümdengelim yoldan sınanmasıyla ilgili olmasına karşılık nitel araştırma bir konuyu açıklamak ve tümevarımsal çıkarımla hipotez ve kuramları geliştirmekle ilgili olduğu kanısı yaygınken her iki yaklaşımda amaçları bakımından sınırlandırmadan çeşitli amaçlar için kullanılabilir. İki yaklaşım arasındaki ikilikler ise nicelde yapay ortamlarda, nitel de doğal ortamlarda, nicelde davranışlara, nitelde anlamlara odaklanılır, nitel de doğal ortamlarda, nicelde davranışlara, nitelde anlamlara odaklanılır, nicelde de bilimsel yasaları nitelde ise kültürel örüntüleri saptamak esastır. Nitel ve nicel yaklaşımları

birleştirilmenin özel nedenlerinin araştırmanın pratik koşulları ve bağlamındaki durumları belirlemektedir. Bu araştırmanın veri toplama araçları, araştırmacının alanı dahil olup katılımcı gözlemler yoluyla edindiği kanılar sonucunda araştırma sürecince belirlenmiştir”.

Bu araştırmada, nitel araştırma desenlerinden örnek olay yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veriler görüşme yöntemiyle toplanmış, içerik analiz yöntemiyle de analiz edilmiştir. Stake, (1995) göre örnek olay yöntemi, “olgunun, gerçekleştiği anda ve gerçek yaşam durumunda, derinlemesine incelenmesidir.” Araştırmamızda birincil ve ikincil verilerden faydalanılmıştır. Birincil veri toplamada anket, gözlem ve mülakat yöntemleri kullanılmakta olup, araştırmamızda gözlem, anket ve mülakat yöntemlerinden yararlanılmıştır (akt.Beler ve Avcı 2011:113). “Halkla İlişkiler Mesleğinin Profesyoneleşmesi, Bursa Halkla İlişkiler Derneği Örneği” araştırmamızda alanda karşılaşılan temel zorluk, dernek yönetiminin mail yolu ile ankette katılım için teşvik mail’i atmasına rağmen çok az sayıda dernek üyesinin istekli olarak mülakat yapmak istemesidir. Sayı istenilen düzeyde olmadığı için iş yerlerine ziyaret yapılmış ve isteyen uzmanlar ile mülakat yapılmıştır. İş yeri ziyaretleri sırasında ulaşılan hiçbir uzman mülakat teklifini geri çevirmemiş olup bazı ziyaretlerde anket yapılmak istenilen kişinin hasta veya izinli olduğu için kendilerine ulaşılamamıştır. Katılımcıların mesai saatlerinde yoğun olmasına rağmen özveride bulunmuşlar ve görüşme yapmışlardır. Çalışmamız doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olay hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır. Bu tür araştırmalarda, araştırmacı ihtiyacı duyduğu veriyi, gözlem veya görüşme yapmaya gerek kalmadan elde edilebilmektedir. Bu anlamda doküman incelemesi, araştırmacıya, zaman ve para tasarrufu anlamında katkıda sağlamıştır. Yazılı doküman kaynakların yanı sıra film, video ve fotoğraf gibi görsel malzemeler de nitel araştırmalarda kullanılabilmekte olup, doküman incelemesinin bazı artı ve eksileri olduğu gözden kaçmamalıdır. Doküman incelemesinin eksileri ise; olası taraflı davranma, eksiklik, ulaşılabilirlik, örneklem yanlılığı, standart bir formatın olmaması olarak ifade edilebilir. İlgili materyaller incelendikten sonra niteliksel araştırmaya dayanan derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmış ve verilere betimsel analiz yapılmıştır. Örneklem belirlendikten sonra gözlem yapılmış, yapılandırılmış mülakat sorularıyla bire bir görüşmeler

standartlaştırılmış açık uçlu görüşme ile gerçekleştirilmiş, daha sonra betimsel analizle yorumlanmıştır.

Aşağıda teknikle ilgili detaylı bilgi verilmiştir.

Görüşme formu: Bu görüşme, görüşme sırasında keşfedilecek bir sorular veya konular listesini kapsamaktadır. Görüşme formu yöntemi, benzer konulara yönelmek yoluyla değişik insanlardan aynı tür bilgilerin alınması amacıyla hazırlanmaktadır. Görüşme formu, araştırma problemi ile ilgili tüm boyutların ve soruların kapsamını güvence altına almak için geliştirilmiş bir yöntemdir. Araştırmamızda 30 sorudan oluşan ucu açık görüşme formu dizayn edilmiş ve katılımcılara bu sorular sorulmuştur.

Görüşme sürecinin daha etkili ve verimli hale getirilmesine yönelik bazı önerilere dikkat etmek gerekir. Bunlar:

- 1) Görüşme sorularının sorulmasında görüşmenin akışına göre gerekli değişikliklerin yapılması.
- 2) Soruların konuşma tarzında sorulması.
- 3) Teşvik edici olmak ve geri bildirimde bulunmak.
- 4) Görüşme sürecini kontrol etmek.
- 5) Empatik olmak ve araştırma süresince mümkün olduğunca tarafsız davranmak.

Bireysel görüşmeler yanında grup görüşmeleri de, nitel veri toplamada önemli bir işleve sahiptir. Grup görüşmelerinde sorulara verilen yanıtlar, gruptaki bireylerin birbirleriyle etkileşimleri sonucu oluşur. Görüşme ile elde edilen verilerin kaydedilmesinde izlenen yöntem not alma şeklinde olmuştur.

1.2.1. Katılımlı Gözlem ve Araştırmacının Pozisyonu

Gözlem olgulara soru sorarak değil, gözlem yoluyla olguları açıklamaya çalışmaktadır. Bazı araştırmalarda anket yöntemi istenen bilgiye ulaşmak için yeterli olmamaktadır. Anket ve mülakatlarda insanlar daha çok olandan değil olması gerekenden bahsetmekte ve bazen doğru olmasa da cevaplarken öyleymiş gibi yanıt verebilmektedir. Bilindiği

gibi araştırmalarda araştırmacı veri toplama sırasında “gözlem” şeklinde veri toplama yöntemini kullanacaksa pozisyonuna göre ‘Katılımsız gözlem’ ve ‘Katılımcı gözlem’ bir tanesini seçer. Gözlemci grubun ve olayın içinde yer almıyorsa ‘Katılımsız gözlem’ grubun veya olayın içinde yer alıyorsa ‘katılımlı gözlem’ uygulamış olur. Araştırmamızın dayanağı nitel yaklaşımlar gereği sosyal ve bireysel evren araştırmanın inceleme alanını oluşturmaktadır. Bursa Halkla İlişkiler Derneğine farklı dönemlerde üye olmuş, farklı eğitim alanlarından geçmiş uzmanların sembolik pratikleri gözlenmiştir. Bu aktiviteler iş yeri ziyareti, çalışma şartları, organizasyonlara kadar uzanmaktadır. Araştırmamızda derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Bilindiği gibi katılımcı gözlem gözlemlenen olgunun veya olayın içinde bir katılımcı olarak yer alarak dışarıdan gözlemlenemeyecek şeyleri içeriye girerek gözlemlemesi ve araştırması için çözümlenelerde bulunabilme durumudur. İlgili çalışmada araştırmacının pozisyonu katılımlı gözlemcidir.

Araştırma, doğal ortamda kendi akışı içinde bir anlam araştırması yapılmıştır. Kişilerle doğal ortamlarında ve sosyal kurgular içinde gündelik aktivitelerin anlamak için veri toplamak için insanlarla yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmeler yapılmıştır. Araştırmacının araştırma alanına dahil olması kişisel ağlarla gerçekleşmiştir. Araştırmacı yaklaşık 5 yıllık Halkla ilişkiler alanında iş tecrübesi bulunmaktadır, araştırma kapsamında bir ay boyunca meslek üyeleri ziyaretleri sırasında katılımlı gözlemler yapılmıştır. Becker’a göre katılımcı gözlem metoduyla veri toplamada araştırmacı topluluk içerisinde aktif olarak bulunmaktadır. Jackson ise kişilerin davranışlarını doğrudan gözlemlemeyerek, kişilerle konuşarak davranışın gerisinde yatan nedenleri ortaya çıkarmaya çalışır ifadesini kullanmıştır. Dolayısıyla kişilerin farkında olmadan yaptıkları alışkanlıklarını anlamada önemli ipuçları elde edilebilir. Bu yöntem, araştırmacı ile araştırmaya konu olan kişilerin bir araya gelerek konuşmaları ya dairlikte bir şeyler içmelerinden daha fazlasını kapsamaktadır. Bu yöntem kapsamında araştırmacı ilgilendiği toplulukla belirli bir süre zaman geçirmeli, sosyal aktivitelerde bulunmalıdır (akt.Akturan, 2007:243-244). Gözlemci olarak katılımda, araştırmacı öncelikle araştırmaya konu olan kişilerle ilişkiler geliştirir ve topluluk içerisinde davranışları gözlemler. Tam katılımda ise araştırmacı toplulukla birlikte vakit geçirir, sosyal aktivitelerde bulunur.

1.2.1. Katılımcıların Nitelikleri

Bu çalışma Bursa Halkla İlişkiler Derneğine üye olmuş ve Halkla ilişkiler mesleğini yapan bireyler üzerinde uygulanmıştır. Profesyonelleşmeyle ilgili olarak bireylerin kültürel, sosyal, mesleki örgütlenme, siyasette bakış gibi olgular ile nasıl etkileşim halinde olduklarına incelenmiştir. Bursa Halkla İlişkiler Derneğine üye olan 68 kişi içerisinde 17 kişi ile bir çoğu ile çalışmakta oldukları iş yerinde, kalan kısmı ile farklı yerlerde görüşmeler yapılmış olup, görüşme yapılan üyelerin bireysel nitelikleri şöyledir.

- Cinsiyet Erkek, 1979 Bulgaristan doğumlu, evli ve çocuğu yok. Anne lise mezunu ve emekli, Baba lise mezunu ve emekli teknisyendir. 1989 yılında Bursa'ya göç etti. Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanından mezun, Kurumsal İletişim Uzmanı olarak çalışıyor, derinlemesine mülakat iş yerinde yapılmış ve gözlemlenmiştir.
- Cinsiyet Erkek, 1980 Bursa doğumlu, felsefe bölümünden mezun olmuş, üniversite ve askerlik hayatı dışında hayatının büyük bir kısmını Bursa'da geçirmiş. Kurumsal İletişim Uzmanı olarak çalışıyor. Anne ilkokul mezunu ve ev hanımı, baba ortaokul mezunu ve emekli memur, mülakat iş yerinde yapılmıştır.
- Cinsiyet Erkek, 1982 Rize doğumlu, 1986 yılından bu yana Bursa'da yaşıyor. Basın Yayın mezunu ve şu anda kendi şirketinde çalışıyor. Anne yüksekokul mezunu, baba emekli öğretmen.
- Cinsiyet Bayan, 1983 Iğdır doğumlu, 1992 yılından bu yana Bursa'da yaşıyor. Evli ve çocuğu yok. Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünden mezun. Kurumsal İletişim Uzmanı olarak çalışmakta. Anne okur-yazar ve terzilik yapıyor. Baba ortaokul mezunu ve emekli memur.
- Cinsiyet Erkek, 1978 doğumlu, evli ve 1 çocuğu var. Elektrik öğretmenliği bölümünden mezun, şirket sahibidir. Anne ilkokul mezunu ve ev hanımı, baba ilkokul mezunu ve emekli işçi.

- Cinsiyet Bayan, bekâr, 1979 Balıkesir doğumlu, 1983 yılından bu yana Bursa'da yaşıyor. Meslek Yüksek Okulu Halkla İlişkiler ve Açık öğretim fakültesi işletme bölümünden mezun. Anne ve baba ilkokul mezunu ve işçi.
- Cinsiyet Erkek, bekâr, 1984 Trabzon doğumlu, 3 yaşından bu yana Bursa'da yaşamakta, üniversitenin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünden mezun, pazarlama alanında yüksek lisans yapıyor. Özel bir şirkette pazarlama sorumlusu olarak çalışıyor. Anne ev hanımı, baba emekli memur.
- Cinsiyet Bayan, 1983 Bursa doğumlu, Selanik göçmeni bir aileye mensup. Kurumsal İletişim Uzmanı olarak çalışmakta. Bekâr, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanından mezun. Anne ilkokul mezunu ve ev hanımı, baba lise mezunu vefat etmiş.
- Cinsiyet Bayan, 1974 Bursa doğumlu, evli, Radyo Televizyon bölümünden mezun olmuş ve şu anda Kurumsal İletişim Uzmanı olarak çalışmakta. Annesi lise mezunu ve banka memurluğundan emekli olmuş. Baba lise mezunu ve emekli memur.
- Cinsiyet Bayan, 1989 Bursa doğumlu, bekâr, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünden mezun, Aile şirketinde çalışıyor. Anne emekli profesör, baba gazeteci ve doktorasını yapmış.
- Cinsiyet Bayan, 1978 Bursa doğumlu, Makedonya göçmeni bir aileden geliyor. Evli, maliye bölümünden mezun olmuş. Anne ilkokul mezunu ve ev hanımı, baba lise mezunu ve emekli işçi.
- Cinsiyet Bayan, 1979 Bursa doğumlu, AÖF Maliye bölümünde okumaya devam ediyor. Evli, anne ilkokul mezunu ve ev hanımı, baba ilkokul mezunu ve serbest meslek sahibi.
- Cinsiyet Erkek, 1981 Bursa doğumlu, evli, Gazetecilik lisans mezunu. Ayrıca Halkla ilişkiler bölümünden yüksek lisans yapmış. Kurumsal iletişim danışmanı olarak çalışmakta. Anne ilkokul mezunu ve ev hanımı, Baba ortaokul mezunu ve emeklidir.

- Cinsiyet Erkek, 1984 Samsun doğumlu, bekar, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünden mezun olmuş, Anne lise mezunu ve ev hanımı, Baba ise tekstilde çalışıyor.
- Cinsiyet Bayan, 1975 Bursa doğumlu, evli, Kurumsal İletişim Uzmanı olarak çalışıyor. Halkla ilişkiler bölümünden mezun olmuş. Annesi lise mezunu ve işçi olarak çalışıyor. Babası ortaokul mezunu ve esnaf.
- Cinsiyet Bayan, 1974 doğumlu, evli, aslen Tekirdağlı, uzun yıllardır Bursa'da yaşıyor. Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünden mezun olmuş. Annesi ortaokul mezunu ve satış pazarlama alanında çalışıyor. Babası emekli öğretmen.
- Cinsiyet Bayan, 1978 Bursa doğumlu, aslen Ardahanlı fakat hayatının büyük bir bölümün Bursa'da geçirmiş. bekar, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünden mezun, annesi ilkokul mezunu ve ev hanımı, baba ilkokul mezunu ve emekli işçi.

1.2.3. Mülakata Katılanların Özellikleri

Tablo 1: Mülakata Katılanların Özellikleri

	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	Mezun Olduğu Bölüm	Doğum Yeri	Medeni Durum
Katılımcı 1	32	Erkek	Üniversite	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Bulgaristan	Evli
Katılımcı 2	31	Erkek	Üniversite	Felsefe	Bursa	Evli
Katılımcı 3	29	Erkek	Üniversite	Basın-Yayın	Rize	Bekar
Katılımcı 4	28	Bayan	Üniversite	Halkla İlişkiler	Iğdır	Evli

Tablo 1'in devamı

Katılımcı 5	33	Erkek	Üniversite	Elektrik-Elektronik	Adana	Evli
Katılımcı 6	32	Bayan	Üniversite	Halkla İlişkiler (MYO) İşletme	Balıkesir	Bekar
Katılımcı 7	27	Erkek	Üniversite	Halkla İlişkiler	Trabzon	Bekar
Katılımcı 8	28	Bayan	Üniversite	Halkla İlişkiler	Bursa	Bekar
Katılımcı 9	37	Bayan	Üniversite	Radyo Televizyon	Bursa	Evli
Katılımcı 10	22	Bayan	Üniversite	Halkla İlişkiler	Bursa	Bekar
Katılımcı 11	33	Bayan	Üniversite	Maliye	Bursa	Evli
Katılımcı 12	32	Bayan	Üniversite	Maliye	Bursa	Evli
Katılımcı 13	30	Erkek	Üniversite	Gazetecilik	Bursa	Evli
Katılımcı 14	27	Erkek	Üniversite	Halkla İlişkiler	Samsun	Bekar
Katılımcı 15	36	Bayan	Üniversite	Halkla İlişkiler	Bursa	Evli

Tablo 1'in devamı

Katılımcı 16	37	Bayan	Üniversite	Halkla İlişkiler	Tekirdağ	Evli
Katılımcı 17	33	Bayan	Üniversite	Halkla İlişkiler	Ardahan	Bekar

1.2.4. Mülakatlar ve Örneklemin Özellikleri

Mülakatlar 'niçin' sorusuna cevap aramak için en ideal veri toplama araçlarından bir tanesidir. Araştırmamızda veri toplamada mülakat tekniğinde yarı –biçimsel mülakatlar yapılmıştır. Yarı-Biçimsel mülakatlarda hazırlanmış belli bir soru formunun olmasının yanı sıra katılımcının bilgi ve olaya karşı ilgisine göre bu çerçevede mülakatta yeni sorular eklendiği gibi bazı sorularda çıkartılabilir. Bursa Halkla İlişkiler Derneği üzerinden profesyonelleşme düzeyini sorgulamış olduğumuz araştırmamızda da mülakat sırasında bazı sorular eklenmiş, bazı sorular diğer sorulara yakın bulunmuş ve mülakat listesinden çıkartılmıştır. Mülakat sırasında bilgiler elle not alınmıştır. Herhangi ses veya video kamera kullanılmamıştır. Mülakatlar, esneklik, yanıt oranı, sözel olmayan davranış (davranış, yüz ifadesi, beden dili,) ortam üzerindeki kontrol, soru sayısı, anlık tepik, veri kaynağının teyit edilmesi, tamlık ve derinlemesine bilgi gibi artı yönleri sebebiyle uygulanmıştır. Derinlemesine mülakat sorularıyla, deneyimler, bireysel gerçeklik, profesyonelleşme düzeyi, mesleki bilinç, toplumsal bilinç, örgütlenme gibi sorulara cevap aramaktadır.

Araştırmanın evreni, Bursa Halkla İlişkiler derneğine üye olan Halkla ilişkiler uzmanlarıdır. Değişik yaş gruplarında ve hepsi aktif olarak çalışan 17 kişi araştırmaya katılmıştır. İlgili araştırma kapsamına 30 adet soru sorulmuş ve katılımcılar ile derinlemesine mülakat yapılmıştır. Araştırmalarda 2 farklı evrenden bahsetmek mümkündür. Araştırmamız bütün Halkla ilişkiler derneklerine üye olan uzmanları kapsasaydı 'ideal evren' olurdu, fakat araştırmamız Bursa Halkla İlişkiler derneği üyelerini kapsadığından ötürü 'gerçekçi evren' durumundadır. Araştırmamızda ayrıca 'olasılığa dayalı örnekleme' teknikleri içerisinde yer almakta olan 'kolayda örnekleme'

tekniki kullanılmıştır. Tez çalışmasında evren Bursa Halkla İlişkiler Derneği üyeleri olurken, örneklem grubunun tespiti için Bursa Halkla İlişkiler derneği yönetiminden derneğe üye olan kişilerin isim listesi talep edilmiştir. Dernek yönetimi öncelikle böyle bir araştırma yapıldığına dair üyelerini bilgilendirmiş olup araştırmaya katılımlarını teşvik etmiştir.

1.2.5. Nitel Araştırmada Geçerlilik

Sonuçların inandırıcılığı, bilimsel araştırmanın en önemli ölçütlerinden biri olarak kabul edilir. “Geçerlilik” ve “güvenirlik” bu açıdan araştırmanın en yaygın olarak kullanılan iki ölçütüdür. Özellikle nicel araştırmalarda bu kavram bilimselliği belirleyen en önemli iki öğedir.

Yıldırım ve Şimşek’e, (2008: 255-208) göre nitel araştırmalara yöneltilen en önemli eleştirilerden birisi, özellikle güvenilirlik konusunda nicel araştırmalarda olduğu gibi yaygın olarak kullanılan tanımların, yöntemlerin ve testlerin olmayışı olmasından bahsetmektedir. Yıldırım ve Şimşek’e göre nitel araştırmalarda gerek güvenilirlik gerekse geçerlilik ile ilgili alınan bir takım önlemler vardır. Ancak bu önlemler nicel araştırmalardan önemli ölçüde farklıdır. Bu farklılık nitel araştırmaların temel varsayımlardan ve sosyal olayların araştırılmasından dikkat edilmesi gereken bazı öğelerden kaynaklanmaktadır. Her şeyden önce nitel araştırma daha çok bir olgunun varlığını ve anlamını yönelirken, nicel araştıra bir olgunun “ne derece var olduğuna” yönelmektedir. Yani nitel araştırmada araştırmanın olgu veya olayın niteliği ön plana çıkarken, nicel araştırmadan bu olay veya olgunun sayısı özellikleri önem kazanmaktadır. Genel anlamda “geçerlik” araştırma sonuçlarının doğruluğunu konu edinir. Dış geçerlilik, elde edilen sonuçların benzer gruplara ya da ortamlara aktarıla bilirliğine, iç geçerlilik ise araştırma sonuçlarına ulaşırken izlenen sürecin çalışılan gerçekliği ortaya çıkarmadaki yeterliğine ilişkindir. “Güvenirlik” ise kısaca araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliği ile ilgilidir. Dış güvenilirlik, araştırma sonuçlarını benzer ortamda aynı şekilde elde edilip edilemeyeceğine, iç güvenilirlik ise başka araştırmacıların aynı veriye kullanarak aynı sonuçlara ulaşip ulaşamayacağına ilişkindir. Görüldüğü gibi geçerlilik konusunda araştırmacıdan, gerek veri toplama süreçlerinde, gerekse verilerin analiz ve yorumlanması süreçlerinde tutarlı olması ve bu tutarlılığı nasıl sağladığının açıklanması beklenmektedir. Araştırmacının sürekli olarak kendisini

ve araştıran süreçlerini eleştirel bir gözle sorgulaması ve elde ettiği bulguların ve sonuçların gerçeği yansıtıp yansıtmadığını denetlemesi beklenmektedir. Bu kontrollerin nasıl yapıldığı konusunda yapılan açıklamalar okuyucuyu tatmin edebilecek şekilde açık ve anlaşılır olmalıdır.

BÖLÜM 2: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Profesyonelleşme

Cirhinlioğlu bizlere küçük oxford sözlüğünün, “profes” sözcüğünün ilk anlamının dinsel bir kökten geldiğini ve “dinsel düzen adına yemin etmeyi” dile getirdiğini bize bildiriyor. 1675 yılından itibaren, sözcük, dinsel anlamını yitirmiş ve “yeteri kadar nitelikli olma anlamına gelmeye başlamış”. Bu anlamda, “profesyon” (ya da bir meslek), herhangi bir konuyu açık bir şekilde ortaya koyma anlamına geldi. Dolayısıyla, bir meslek (profession), bu mesleğe girmek isteyen bir kişinin işi iyi bildiğini ve gerekli niteliklere sahip olduğunu ifade etme (profess) anlamını taşımaya başladı (Cirhinlioğlu, 1996:26). Bilindiği gibi sosyolojinin ortaya çıkışı Fransız ve sanayi devrimi sonucunda olmuştur. Profesyonellik olgusunun ortaya çıkmasında sanayi devrimi ve kapitalizmin etkili olduğunu belirten Sözen konuyu şöyle aktarmıştır. “Profesyonel meslek gruplarının varlığı modern toplumların temel özelliklerinden birisidir. Sanayi devrimi sonucu ortaya çıkan ve çeşitlenen meslekler modern toplumsal yaşamın düzenlenmesinde önemli işlevler üstlenmektedir. Diğer bir deyişle, modern toplum profesyonel meslekler toplumdur. İlk önce hekimlik, hukuk ve ilahiyat mesleği klasik üç profesyonel meslek olarak genel kabul görmüş, daha sonra da profesyonel grupların sayıları ve çeşitleri 20. yüzyılda çok büyük bir oranda artmıştır. Bu yüzyılda her meslek kendini “profesyonel” olarak tanımlama ve profesyonel bir meslek olarak tanınma gayreti içinde olmuştur” (Sözen, 2004:116). Sözen’inde bahsetmiş olduğu gibi sanayi devrinin bir ürünü olan profesyonelleşme, kapitalist piyasa koşullarında çalışan insanlar ve örgütler için muhakkak elde edilmesi gereken bir özellik ve ayrıcalık durumuna gelmiştir.

Seçer’e, (2009:252) göre, profesyonel meslek kavramı, tanımlanması güç olan ve üzerinde henüz uzlaşma sağlanamamış bir kavramdır. Bunun da ötesinde, neredeyse bu konudaki her yazarın bir profesyonel meslek tanımı mevcuttur. Profesyonel meslek tanımlarının birçok ortak noktaya sahip olmaları gözden kaçmayacak kadar açık olmakla birlikte, hemen her tanımda dolaylı ya da dolaysız şekilde sözü edilen, özel bir bilgi çeşidine sahip olma ya da bunu kullanma durumudur. Diğer bir deyişle, profesyonel meslek olgusunun merkezinde “bilgi”nin bulunduğu rahatlıkla söylenebilir. Tanımlanması ne kadar güç olsa da profesyonel kavramını Güven’in bahsetmiş olduğu

açıklama ile şöyle aktarabiliriz. “Genel olarak “profesyonel” terimi, belli bir hizmet karşılığında kazanç sağlayan ve hayatını bu şekilde kazanan kişiyi tanımlamak için kullanılmaktadır. Hizmeti veren kişinin belli bir ustalık düzeyinde olduğunu belirtmek amacıyla ve “amatör” sözcüğünün zıttı olarak kullanıldığı da bildirilmektedir. Ayrıca, Türkçede profesyonel terimine “yaptığı işe duygularını karıştırmayan”, “sadece işini yapan” gibi anlamlar da yüklenebilmektedir (Güven, 2009:85). Seçer ayrıca profesyonellik olgusunu daha iyi açıklayabilmek için 1996 yılında İsveç’te yapılan bir araştırmayı şöyle aktarmaktadır (Seçer, 2009:253-254).

“İsveç Profesyonel Dernekler Federasyonu tarafından 2536 kişi üzerinde, profesyonellik olgusunun kişilerde çağrıştırdığı anlamları belirlemek üzere yapılan bir araştırmada; bilgi, yetkinlik ve beceri kavramlarının, profesyonellik olgusunun çağrıştırdıklarının başında geldiği belirlenmiştir. Bunun yanında, profesyonelliğe ilişkin olarak, yapılan işten en iyi olmak, neyi ve neden yaptığını bilmek, yüksek düzeyde bilgi ve ahlaka sahip olmak, dürüstlük ve mesleki haysiyete sahip olmak, gibi açıklamalara da yer verilmiştir”.

Furat’a, (2009:48-49) göre profesyonelleşme, genel olarak her “iş”in “uğraş”laştığı, her “uğraş”ın da “meslek”leştiği, devamlılık gösteren bir süreç olarak bahsetmektedir. Furat’a göre bu süreç meslekler için toplumsal ve ekonomik statülerin yükselmesi, buna bağlı olarak da mesleklerin güçlerinin artması anlamına gelmektedir. Meslek statüsü, genellikle bir sürecin sonucunda elde edilmektedir. Ancak iş bölümünün artması, eğitim düzeyinin yükselmesi, her uğraşın meslek olacağı ve tüm iş kollarında aynı ölçüde profesyonelleşme yaşanacağı anlamına da gelmemektedir. Uzmanlaşma, bilgi ve beceri düzeyinin artması, çalışma yaşamına yönelik düzenlemelerin nesnel standartlar temelinde oluşturulmaya başlanması ve buna dayanarak lisans, sertifika sisteminin yerleşmesi, hizmet sektörünün genişlemesi profesyonelleşme sürecini yaratan nedenlerden bazılarıdır. Fakat bu gelişmeler bir uğraşın meslek haline gelmesi için yeterli değildir. Genel olarak profesyonelleşme sürecini oluşturan bu gelişmeler yanında uğraşın birtakım özellikleri kazanması gereklidir. Şahman, (2008:58-60) Wilensky meslek modelinin yapısal yönünü etraflıca incelemiş ve bir uğraş alanının meslek haline gelene kadar belirli aşamalardan geçmesi gerektiğine işaret etmiştir. Şahman’ın aktarımı ile Wilensky’e göre aşağıdaki özellikler, herhangi bir uğraş alanında mesleği farklı kılan özellikler ve geçmesi gereken aşamalardır:

1. *Tam zamanlı bir uğraşı alanının oluşması:* Bu yeni işlevleri olduğu kadar eskiden beri sürdürüle gelmekte olan işlevlerin yerine getirilmesi ve toplumsal yapıdaki gereksinimlere bir cevap olarak görülebilmesini içerir. Örneğin hasta her zaman bakıma gereksinim duyar. Toplumun bu gereksinimini karşılamak üzere teknolojik ve örgütsel gelişmeler bir meslek olarak hemşireliği yaratmıştır.

2. *Bir eğitim kurumunun varlığı:* Profesyonelleşmenin ölçütlerinden olan mesleki eğitim kavramının öneminden de bahsetmek yararlı olacaktır. Bu, hem mesleğin bilgi temelini hem de uğraşı alanının geliştirilmesinde daha önceki öncülerin çabalarını ifade eder. Oturmuş mesleklerde eğitim kurumunun bir üniversite bünyesinde yer alması ve bütünleşmesi bu hareketi izleyecektir.

3. *Meslek kuruluşunun oluşması:* Bu gibi kuruluşların oluşması uğraşı alanının isminde bir değişiklik, mesleki görevlerin tam olarak neler olduğunu açıkça tanımlamaya yönelik girişimler ve yeni ortaya çıkan meslek mensuplarınca yetersiz olduğu düşünülen meslek mensuplarının elimine edilmesine yönelik çabalarla birliktedir. Yerel kuruluşlar, bazı politik manipülasyonlar döneminden sonra, ulusal düzeyde birleşirler. Daha güçlü meslek kuruluşları oluştuğunda, lisans yasalarının garantiye alınması ve diğer benzer uğraşı alanlarının rekabetinden korunmasına yönelik teşebbüslerde, politik kışkırtma önemli bir işlev olur.

4. *Etik kuralların oluşması:* Bu kurallar hem içsel (meslektaşlar) hem de dışsal (müşteri ve halk) ilişkilerle ilgilidir. Bunlar mesleki kuruluşlarca kendileri için uygulanmak üzere tasarlanan ve ideal olarak yasalarca da desteklenen normlardır.

5. *Profesyonelleşme sürecinde diğer bir önemli aşama,* uğraşın kendi çalışma alanına ilişkin bir istem yaratması ve güvenilirliği konusunda kamuoyunu ikna etmesi gerekmektedir. Bu aşamada devlet ile kurulacak olan ilişkiler de belirleyici olacaktır.

Profesyonelleşmeyle ilgili olarak bizde bir tanım yapmak istersek şöyle diyebiliriz, “Profesyonelleşme, emek piyasasında serbest veya ücret karşılığı çalışan bireylerin, bilgi, eğitim, etik ve örgütlenme konularında mesleki yetkinlik kazanış, mesleklerinin iş yapış süreçleriyle ilgili bir kültür oluşturmuş, belli bir özerkliğe sahip ve toplum

tarafından mesleğin detaylarının açık olarak bilindiği ve yerelin ötesinde evrensel geçerliliği olan yazılı ve sözel kurallara sahip meslek gruplarıdır”.

2.2. Profesyonelleşme Kuramları

Meslekler toplumbilimi, toplumbilimde olduğu gibi başlıca iki yaklaşım etkisinde kalmıştır. Bunlardan ilki, meslekleri, toplumda önemli işlevleri yerine getiren, güç sahibi gruplar olarak kabul edilen yapısal-işlevselci kuramdır. Bu kuram meslekleri bir özellikler dizisi olarak incelemektedir (Karasu, 2001:44). Bir başka görüşe göre ise mesela Cirhinlioğlu deyimi ile mesleklerin işlevsel yorumlarının, profesyonelleri toplumsal uyumu artıran ‘genel ’in çıkarını koruyan, çağdaş gruplaşmalar olarak tanımladıklarını ifade etmiştir. Bu grup açısından, profesyoneller özerk kuruluşlardır ve güvenilirliklerini koruyabilmek için özerk kalmak zorunda olduklarından bahsetmektedir. (Cirhinlioğlu, 2006:24). Profesyonelleşmeyle ilgili öne sürülen diğer bir kuram ise Marxsizmin etkisinde gelişen ve Marxsist yazarların geliştirmiş olduğu Marxsit kuradır. Karasu’nun aktarımına göre Marxist kuram mesleklerin sanıldığı gibi güçlü olmadığını ve kamu yararını düşünmediğini belirtir. Bu kuram, mesleklerin toplumsal konumunu değerlendirirken yapısal-işlevsellikten farklı olarak çok yönlü toplumsal ilişkilerin, özellikle de toplumda var olan sınıfsal ilişkilerin çözümlenmesine dayanır (Karasu, 2001:44). Cirhinlioğlu’na göre bu gruptaki yazarlar profesyonelleri üst ya da burjuva sınıfının elinde bir oyuncak olarak gördüler. Bu görüşte, profesyoneller ister istemez, devletin onayladığı düzene hizmet etmek zorunda kalırlar. Dolayısıyla, Neo-Marksistler, profesyonellerin, en kaba deyişle, devletin ve üst sınıfın kölesi durumunda olduklarına inandılar. Onlara göre, geçtiğimiz yüzyılda çok önemli toplumsal statülere sahip zanaatçılar gibi bu gruplarda yok olup gideceklerdir (Cirhinlioğlu, 2006:24).

2.2.1. Yapısalcı-İşlevselci Kuram

Yapısalcılık terimi, sosyolojide en genel düzeyde ve esnek bir şekilde, toplumsal yapıya (görünüşte ya da başka bir şekilde) toplumsal eylem karşısında öncelik veren yaklaşımları anlatmak için kullanılmaktadır (Marshall, 1999:097). İşlevselcilik kavramı ise, toplumu birbiri ile bağlantılı parçalardan oluşan bir sistem olarak ele alır (Suğur ve diğ., 2009:44). Meslekler toplumbiliminde, yapısal-işlevselci kuramın temsilcilerinden Carr, Saunders, Wilson ve Durkheim’ı işlevselci; Millerson ve Wilensky’yi ise yapısalcı

yaklaşımın savunucuları olarak ele alabiliriz. Fakat bu iki yaklaşımın birçok konuda birbiriyle bütünleşmiş olması nedeniyle mesleklerin incelenmesinde yapısal, işlevselciliği birlikte değerlendirmek gerekmektedir (Furat, 2009:57). Yapısal-işlevselci kuramın kurucusu Durkheim olarak kabul edilmektedir, Karasu 1960 yıllarda Durkheim'ın toplumsal düzen ve toplumsal sorunların nasıl çözülebileceğine dair görüşlerini şöyle aktarmıştır (Karasu, 2001:44-45).

“Durkheim, Endüstri Devrimi ile ortaya çıkan toplumsal ve ekonomik sorunların ve ahlaki yozlaşmanın ancak, o dönem de sayıları giderek artan yüksek düzeyde eğitim almış profesyonellerce giderileceğini savunmuştur. Durkheim'a göre, “ahlaki çöküntü ve toplumsal çözülme içindeki çağcıl toplumlarda meslekler, toplumda düzenin sağlanması için zorunlu olan ve devlet ile bireyler arasında ilişkiyi sağlayan “aracı kurumlardır. Bu anlayış doğrultusunda, meslekler temelinde örgütlenen toplumun, modern dünyanın ‘kurtarıcı gücü’ olarak, kapitalizmin bireyci benciliğine ve sosyalizmin baskıcı kolektivizmine alternatif üçüncü bir yol olduğu ileri sürmüştür. Endüstride yaşanan insansızlaşmayı (de-humanisation) önleyici bir özelliğe sahip olan bu toplum modelinde, üst düzeyde bilgi ve beceri sahibi meslek üyeleri, kişisel standartların ötesinde evrensel ahlak kurallarının geçerli olduğu ve karşılıklı güven esasına dayalı bir ortamda yaşayan aile üyelerine benzetmektedir”.

İşlevselci görüşün kurucularından Durkheim'ın görüşlerinde mesleklere yüklenen rolün çok büyük olduğunu görmekteyiz. Meslekler toplumlarda, Durkheim'ın içinde bulunduğu çağda Fransız toplumunun “ahlaki çöküntüsünü” ve “toplumsal çözülme” de düzeni sağlayacak aracı kurumlar olarak görmektedir. Mesleklerin toplumsal değişime düzenin korunması yönünde olumlu katkıda bulunacağı açıklanmıştır.

2.2.2. Marxist Kuramlar

Marxist kuramı daha iyi anlayabilmek için öncelikle Marx'ın sınıf ilişkileriyle ilgili düşüncelerine bir göz atmak gerekmektedir. Çünkü Marx sınıflama yaparken meslekleri bu sınıf yapısına göre belirlemiştir. Torun'un aktarımı ile Marx, mesleği, statüyü, sınıfsal tabakalaşmayı sınıfsal bölünmelerle açıklamıştır. “Marx'a göre sınıf ilişkiler toplumun tüm yönünü açıklayan bir anahtar özelliğini taşımaktadır. Kapitalist sınıf ilişkilerinde burjuvaziyi ve proletaryayı, sanayi toplumlarında ise kapitalist olarak

toprak sahipleri ve topraksız köylüleri ele almıştır. Kapitalist ürünün değerini ve işçinin emeğini belirler. Bu süreç proletaryanın üretim ilişkilerini değerlendirmesi söz konusu değildir. Burjuva ile proletarya arasında özgür ve eşit bir ilişki yoktur. Çünkü sosyal ilişkileri sınıf yapısı arasındaki ilişki belirlemektedir. Bu eşitsizliklerde üretim şekillerine bağlı olarak açıklanmaktadır. Marx sınıflamayı yaparken üretim araçlarını mülkiyetini elinde bulunduranlar ve bulundurmayanlar şeklinde yapmıştır. Meslekleri de bu sınıflamaya göre belirlemiştir” (Torun, 2010:22-23). Cirhinlioğlu’na, (1996:14) göre Marxist kuramcılar, klasik görüşlerin iddia ettiği gibi profesyonel mesleklerin toplumun iyiliği için çalışan, özerk, güçlü gruplaşmalar olmadıklarını, tam aksine, kapitalist sistem içerisinde var olan tarihsel uzlaşmazlıkların bir devamının simgelediklerini ileri sürdüler. Furat’ın (2009:28) aktarımıyla İlich, mesleklerin egemenliğini kabul etmenin “faşizm ideolojisinin yeni bir türünün kabulü olacağını” ifade etmektedir. O ayrıca meslekler, çağı olarak adlandırdığı XX. yy’ın ikinci yarısından sonraki dönemde, hükümetlerin yönetimlerinin sonuçsuz kalmasıyla, toplumsal gereksinmelerin çok küçük bir uzman kümesi tarafından belirlendiği, diğer bir deyişle bireylerin birtakım tekeli gruplaşmalara boyun eğmek zorunda kaldığı bir döneme girildiğini belirtmekte ve yaşanan bu durumu eleştirmektedir.

Cirhinlioğlu’nun, (1996:16) Ehrenreich ve Ehrenreich Marksist ekol çerçevesinde geliştirdiği modeli şöyle aktarmıştır. “Kapitalist sistem içerisinde, profesyoneller çok özgün bir yere sahiptir. Hatırlanacağı gibi, Marksist ekol genel olarak orta sınıf bir kenara bırakılırsa iki temel sınıfın varlığına işaret etmişti. Yani ‘sermaye’ ya da ‘emek’ sınıfı. Halbuki, profesyonel gruplar başlangıçta ne emekten yana ne de sermayeden yanadırlar. Sınıfsal tabakalaşma içerisinde sermaye ile emek arasında bir yerde bulunmaktadır. Klasik Marksizm’in iddia ettiği gibi, bu statüyü sahip üretken olmayan bir sınıftır ve üyeler gelirlerini toplumsal artı-değer üzerinden elde ederler. İşte bu yüzden, profesyonel gruplar, her ne kadar sermaye sınıfı içerisinde yer almasalar da, hakim (dominant) sınıfın çıkarlarına hizmet etmek zorundadırlar. Yani işlevselci kuramların iddia ettikleri gibi profesyonel gruplar toplumun tümünün çıkarlarını korumayı amaçlayan uzlaştırıcı gruplar değil, yöneten sınıfların çıkarına hizmet eden kölelerdir. Karasu, (2001:45) Marxist yaklaşımı iki başlık altında inceleyebileceğimizi şöyle açıklamaktadır. Bunlardan ilki, uzmanlaşma ile yaşanan toplumsal dönüşümün profesyonelleşme olmadığını ve profesyonellerin sahip olduğu bilgi tekelinin ve alıcılar

üzerindeki denetiminin yitirildiğini ileri süren profesyonelleşmeme tezi; diğeri, profesyonellerin özellikle bürokratikleşme ve şirketleşme sonucunda mesleğin çalışma koşullarını belirleme yetkilerini yitirdiğini ileri süren proterleşme tezidir.

2.2.2.1. Profesyonelleşmeme Tezi

Karasu'ya, (2001:45) göre meslekler toplumbiliminde, özellikle M.H. Haug ile güçlenen bu tez profesyonellerin zamanla toplumsal sıradüzende üst kesimlere gelmiş olduklarını kabul etmekle birlikte, artan standartlaşma, rutinleşme, tüketimcilik, uzmanlaşma, azınlık hakları, kadın hakları ve çevre sorunları üzerinde yükselen yeni toplumsal hareketler ile profesyonellerin reklam vermelerine yönelik sınırlamaların kalkması gibi etmenlerin, profesyonellerin sahip oldukları konumu yitirmelerine yol açtığını belirtmektedir. Cirhinlioğlu, (1996:15) göre bu tezin üzerinde durduğu varsayımları şöyle özetleyebiliriz. Sanayi devrimi sonrasında başlayan profesyonelleşme (professionalisation) eğiliminin, profesyonelleşmeme (deprofessionalisation) eğilimiyle yer değiştirdiğini ileri sürmektedir.

Profesyonelleşememe tezini 4 başlık altında irdeleyebiliriz.

1. Bilgi teknolojisinde meydana gelen değişimler.
2. İdeal alıcı niteliğindeki değişimler.
3. Mesleklerin zaman geçtikçe birçok alt alanlara ayrılması
4. Meslek üyelerinin bileşiminde meydana gelen değişimlerdir.

Cirhinlioğlu, (1996:15) benzer bir görüşün, C.Wright Mill (1951)'in önderliğinde geliştiğinden bahsetmekte ve şöyle açıklamaktadır. Bu modele göre, bürokratik uzmanlaşma, profesyonel iş alanlarını daraltmış, profesyonelleri sadece basit bir teknisyen durumuna düşürmüştür. Bürokraside çalışan yöneticiler, profesyonellere nelerle uğraşmalarını ve amaçlarının ne olması gerektiğini dikte etmektedirler. Yani, profesyoneller kendi uzmanlık alanları üzerindeki geleneksel kontrollerini artık kaybetmişlerdir. Böylece diyebiliriz ki profesyoneller sanıldığı gibi özerk konumlarını koruyamadıkları ve bir şekilde kapitalist iş süreçlerine hizmet etmektedirler.

2.2.2.2. Proleterleşme Tezi

Karasu'ya, (2001:49) göre endüstri sonrası topluma geçildiğini düşünen yazarlar ile bunlara yönelik eleştirilerde bulunan Marxist yazarların, profesyonellere bakışında önemli farklılıklar bulunmakla birlikte, özellikle iki konuda geniş bir oydaşma içinde olduklarından bahsetmektedir. Bunlardan biri, yeni işgücünün artan bir biçimde bilim ve teknolojiye dayanması görüşü, diğeri de 'yeni küçük burjuvazi' ya da 'yeni orta sınıf' içinde değerlendirilen profesyonellerin, giderek artan biçimde bağımsız konumdan 'maaşlı' çalışan konumuna geldikleri yönündeki görüştür. Hoşgör, (1993:74) konuyla ilgili şunları ifade etmiştir.

“20. yüzyılda, kapitalist üretim süreçlerinde teknolojik ve bilimsel gelişmeler yoluyla gerçekleşen dönüşüm, emeğin maddi temelini değiştirerek sınıf ilişkilerinin ve işçi sınıfının yeniden tanımlanmasını gerektirmiştir. Emek sürecindeki değişiklikler, iki karşıt olgunun diyalektik gelişmesi bağlamında değerlendirilebilir. Bir yanda emeğin parçalanmasını, işgücünün niteliksizleşmesini ve artan yabancılaşmayı içeren "proleterleşme süreci", öte yanda, teknolojik ve bilimsel girdilerin yoğunlaşması sonucunda artan meslek farklılıklarını ve belli bazı nitelikli işgücü kategorilerinin gelişmesini içeren "proleterleşmeye karşı koyan süreçler" bir arada gelişmektedir. İki sınıf kutuplaşmasını artırırken, ikincisi, iki sınıf arasındaki keskin farklılıkları gizleyen, karşıtlıkları yumuşatan bir tablo sergilemekte ve böylece sınıflar arasında yakınlaşmanın ve işbirliğinin gelişmiş olduğu izlenimine yol açmaktadır. Nitelikli işgücünün gelişmesi, yalnızca sınıfın türdeşliğini bozan bir olgu olmayıp, sınıf bilincinin ve işçi kimliğinin gelişmesini önleyen sonuçlar doğurmaktadır”.

Marksizim kaynaklı eleştirilerin diğeri temsilcilerinden birisi olan Openheimer, içinden geçilen süreci, mesleklerin profesyonelleşmediğini tam aksine proleterleştiğini ileri sürmüştür (Cirhinlioğlu, 1996:16). Profesyonellerin proleterleşmesine neden olan en temel gelişmenin, sermayenin yoğunlaşması ve özekselleşmesi ile ortaya çıkan bürokratikleşme ve şirketleşme sonucunda profesyonellerin işleri üzerindeki denetimi yitirmesi olduğu söylenebilir. Diğeri bir ifadeyle proleterleşme, profesyonellere çok daha iyi teknik olanaklar sunan büyük ölçekli işletmelerin doğması ve hem kamu kesimindeki hem de özel kesimdeki işverenlerin hizmetlerin maliyetlerini kontrol altında bulundurmaya istemesi ile yaşanan değişimlerin sonucunda ortaya çıkmıştır.

Ücret karşılığı başkasının işinde çalışan, emeklerinin dışında hiçbir şeye sahip olmayan profesyonellerin proleterleştiği düşüncesi, Marx'ın toplumsal örgütlenme görüşünün temelinde yatan, kapitalizmin tüm çalışanları proleterleştireceği anlayışına dayanmaktadır (Karasu, 2001:50).

3.1. Diğer Kuramsal Yaklaşımlar

Karasu, (2001:54-55) genel kabul gören yapısal-işlevselci ve Marxist yaklaşımlar dışındaki profesyonelleşme kuramları şöyle açıklamıştır. Marxist kuramların mesleklerin güç ve saygınlık kaybına uğradığı düşüncesine karşılık Freidson, parlamento, bürokrasi, iş dünyası, sendika gibi toplumdaki diğer kurumların meslekler göre daha çok saygınlık kaybına uğradığını ileri sürmektedir. Toplumsal bilincin ve bilgi düzeyinin artmasına karşın mesleklerin sahip olduğu uzmanlık bilgisi önemini korumaktadır. Çünkü uzmanlık bilgisi giderek daha da derinleşmekte ve yeni uzmanlık alanları oluşmakta; bilginin nasıl kodifiye edileceği, saklanacağı ve bilgiye nasıl ulaşılacağı konuları yine bir uzmanlık bilgisi gerektirmektedir. Freidson'a göre bu nedenlerden ötürü, meslekler, güç ve saygınlıklarını korumakta, hukuksal ve kurumsal üstünlüklerini sürdürmektedir. Freidson, profesyonellerin kendi işinde çalışmamalarından dolayı proleterleştiği düşüncesine de karşı çıkmakta, kendi işinde çalışma ile aylıkla çalışıyor olmanın, özerkliği belirleyen öge olmadığını belirtmekte, eğer üretilen ürün 'özel' nitelikte ise, hiçbir çalışma konumunda özerklik kaybının olmayacağı sonucuna varılmaktadır.

BÖLÜM 3: MESLEKLER SOSYOLOJİSİNE KAVRAMSAL BİR GİRİŞ

3.1. Meslekler Sosyolojisi

Sosyoloji bilimi dinamik bir bilimdir. Toplumda meydana gelen değişimler ile birlikte yeni uzmanlık alanları ortaya çıkabilmektedir. Günümüzde toplumsal yapılarda meydana gelen değişiklikler mikro inceleme gerektirmektedir. Meslekler sosyolojisinde toplumda kapitalist iş süreçlerinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan süreç sonucunda ortaya çıkmıştır. Yetim'e, (2006:46-47) göre sosyolojinin bütün dallarını ortak bir gövdesi, ortak bir konusu vardır. Toplum ve toplumda yaşayan insanlar. Toplumdaki olgu ve olaylarda sosyal olanın payını tespit etmeye çalışmak, tüm toplumla bu özel olgu ve olay arasındaki belirleyici ilişkileri anlamaya çalışmak demektir. Bunun için sosyal araştırmacı belli bir alanda uzmanlaşmadan önce sosyolojinin temel kavramlarını, metod ve tekniklerini, kuram ve açıklamalarını özümsemiş olmalıdır. Her özel sosyoloji konusuna ait ilişkilerin önceki sırasına göre, diğer sosyolojiler iş birliği içinde olmalıdır. Suna'ya, (2005,35) göre ise dünya sosyolojisinin kırktan fazla alt alana ayrılması dondurulmuş bir ayırım değildir. Bugün bu alt alanların sayısının giderek arttığını bahsetmektedir. Çünkü sosyo-kültürel realitenin incelenmesi sonucu yeni oluşumlar keşfedilmekte ve yeni problem alanları ortaya çıkmaktadır. Her toplum kendine özgü ve çözüm bekleyen yapı ve yaşama sorunlarıyla karşı karşıyadır. Ve toplumsal evrim, bu sorunların değişerek hep var olacağını ortaya koymuştur. Yirminci yüzyılın yeniliği ve özelliği bu sorunları ayırt etmesinde, çoğaltmasında ve açık seçik tanımlamaya çalışmasındadır (Ergun,2006:207).

Sosyoloji dinamik bir bilimdir, dünü ve bugünü yakalar. Yaşanan çağa ışık tutar, sosyal olayların ve olguların sonunun gelmediği hesaba katılırsa, sosyoloji de canlı bir sosyoloji olarak devam eder. Sosyoloji meselelere sistemli bir yaklaşımdır. Yere, zamana ve toplum yapılarına göre olan sebep-sonuç ilişkilerinin değerlendirilmesidir. Bu değerlendirmeleri yaparken sosyoloji, felsefe, coğrafya, psikoloji, etik, hukuk, ekonomi, siyaset, spor, işletme, eğitim vb. bilim dallarından yararlanır. Herkes, her zaman toplumda yaşamak, başkalarıyla ilişki kurmak ve sosyal roller icra etmek zorunda olduğu için sosyolojik bilgi her kariyer ve meslek için yararlıdır (Erkal,1986). Özel sosyolojilerle uğraşanlar için ilk ve en büyük tehlike, özel alanlarından dışarı

çıkamamaktadır. Bu yüzde sosyolog, hangi özel sosyolojide uzmanlaşırsa uzmanlaşmasın, daha önceden yöntem bilimsel ve kuramsal sorunları bilmek zorundadır. Çünkü bu sorunları bilmek, ona, yapacağı özel ve kısımsal araştırmaları genel çözümlemelere bağlamayı öğretecektir. Kısacası, her özel sosyolog diyalistik olarak düşüncesini ve yaklaşımını oluşturmalıdır. Üstelik her özel sosyoloji, konusunun ilişkilerindeki önceliğe göre derece, derece, öteki özel sosyolojilerle işbirliği içinde bulunacaktır. Ve her özel sosyoloji, kısımsal bir gerçeği açıklarken, bu kısımsal gerçeği, içinde bulunduğu tüm toplumsal gerçekle karşılıklı ilişkilerine göre, tümleştirici kılmak zorundadır (Ergun, 2006:208-209).

Kariyer bir bakıma yapmış olduğunuz meslekte yükselmek ve o meslek hakkında derinlemesine bilgi ve tecrübeye sahip olmak anlamına da gelmektedir. Bir meslek sahibinin işinden ayrıldığı zaman sektörde aranan bir kişi olması ve hızlı bir şekilde hayal ettiği ücret ve pozisyonda yeni işe başlaması düşünülür. Aldıkları eğitim ve iş tecrübesi ile birlikte şu anda işinizden ayrılırsanız aynı pozisyonda rahatlıkla iş bulabileceğinizi düşünüyor musunuz sorusu yöneltilmiş olup şu cevaplar alınmıştır.

“Evet, işten ayrılısam da mesleki tecrübem ile rahatlıkla aynı şartlarda iş bulabileceğimi düşünüyorum. (Katılımcı 1).

Her meslekte kendine güven çok önemlidir, mesleğini iyi yapan ve mesleğinde bilinen ve aranan bir insan olmak aslında kariyerin bir göstergesidir. İş çevrelerince bilinmeyen sadece kendi şirketinde yükselen bir kariyer serüvenini aslında suni bir yükseliş ve itibar olduğu açıktır. Kariyer network olarak geniş çevrelerce işinde uzman olduğu ve o işi en iyi şekilde yapabildiğinin düşündürülmesidir.

“Bulurum, zaten bulamam diyen bir Halkla ilişkilerci varsa ben onun mesleki bilgisi ve tecrübesinden şüphe ederim. Bir insan yaptığı işe güveniyorsa her zaman her yerde hem de daha iyisini bulabilir” (Katılımcı 5).

Cirhinlioğlu sosyolojinin bir alt dalı olan meslekler sosyolojisinin, profesyonelleşmeyle birlikte ortaya çıkan sorunları kendine konu edindiğini ve toplumsal değişim süreci içerisinde, profesyonellerin rollerini geniş bir şekilde ilk defa Durkheim (1933) incelediğinde bahsetmiştir (Cirhinlioğlu, 1996:7-8). Durkheim’e göre toplumsal işbölümünün gelişmesiyle yeni bir toplum tipi (organik dayanışmalı toplum) ortaya

çıkarmıştır. İşbölümü, bir toplum yasasını olduğu kadar, bir ahlâk yasasını da içerir. İşbölümüne dayalı toplumlarda insan farklılaşıp, bireyselleşir. Her bir bireyin kendine özgü nitelikleri ve toplumda yerine getirdiği özel bir işlevi vardır. İleri işbölümü, bireylerin belli bir alanda uzmanlaşmasını gerektirmiştir. Uzmanlaşan insan, ihtiyaçlarının karşılanması için başkalarına daha fazla ihtiyaç duyar. Bireyselliğin güçlenmesi, bireyi toplumdan koparmaz, aksine bireyi topluma daha bağımlı hale getirir. Bireysel farklılıkların gelişmesi ve bireyin belli bir alanda uzmanlaşması sosyo-ekonomik ilerlemeye imkân verdiği için, bireyselleşme olgusu toplum tarafından teşvik edilir. Toplum, kalkınmaya verdiği önem ölçüsünde, bireyciliği teşvik eder. Böylece organik toplumlarda “birey kutsallaşır”. Modern toplumlarda ahlâkın en genel amacının, bireyin çıkarlarını korumaya ve kişi haklarını geliştirmeye yönelik olması bundandır. Bireyin kutsallaşması, ahlâkî eylemde tanrının çıkarlarının değil, bireyin çıkarlarının gözetilmesini gerektirir (akt.Özyur, 2007: 103). Durkheim yaşadığı dönemde Fransız toplumunda meydana gelen bunalım ve ahlak sorunlarının çözümünde profesyonel meslekleri büyük önem vermiş, profesyonelleşmenin artmasıyla birlikte bu sorunların azalacağını hatta zaman içerisinde yok olacağını düşünmüştür. Durkheim ile başlayan çalışmalar, özellikle son kırk yıl içinde İngiltere ve A.B.D.’de yapılan araştırmalar bu konunun kendi başına bir alt disiplin olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur. Meslekler sosyolojisi Uzun ifadesiyle sanayileşme sonrasında profesyonelleşme ve uzmanlaşma süreçleri sonrasında ortaya çıkmıştır, sanayileşmesini tamamlamış A.B.D. ve sanayi devrimini başlatan ülke olan İngiltere’de konuyla ilgili çalışmalar yapılmasıyla meslekler sosyolojisi günümüzde özellikle batı Avrupa ülkelerinde hak ettiği konuma ulaşmıştır (Uzun, 2000:4).

Cirhinlioğlu’na, (1996:8) göre gelişmekte olan ülkelerdeki durumun incelenmesi batı ülkelerinde yaşayan araştırmacıların ilgi alanını dışında kalmıştır. Bunun başlıca nedeni profesyonel grupların sanayi devriminin bir sonucu olarak görülmesi olduğu iddia edilebildiğini söylemektedir. Bu konuda çoğu batılı yazarın, sanayileşmesini tamamlamayan ülkelerde profesyonel oluşumların gerçek anlamıyla ortaya çıkamayacağı inancını taşıdığını aktarmaktadır. Fakat Cirhinlioğluna göre gelişmekte olan ülkelerin sanayileşme süreçleri ile tarihsel özellikleri üzerinde yeteri kadar durulmadığı için bu ülkelerde profesyonel grupların farklı şekillerde gelişebileceği olgusu meslekler sosyolojisi literatüründe yeteri bir biçimde ortaya konulamadı.

Türkiye gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer alan ve sanayileşmeye doğru gidişatı bulunan bir ülke konumundadır. Ülkemizdeki mesleklerin profesyonelleşmesiyle ilgili olarak Halkla ilişkiler mesleğinin incelenmesi bir bakıma Cirhinlioğlu'nun sanayileşmiş ülkeler dışında da profesyonelleşme sürecinin farklı geliştiği düşüncesine paralellik kurmaktadır. Bu araştırma sanayileşmekte olan ülkelerde de profesyonelleşmenin bir Şekilde var olduğunu kabul ederek araştırmayı bu çerçevede profesyonelleşmede Halkla ilişkiler mesleğinin neresinde olduğuna yönelik bir çalışmadır.

Canman'a, (1973:3) göre Meslekler sosyolojisi, sosyolojinin temel yöntemlerini kullanan, meslek konusunu detaylı inceleyen bir bilim dalı olarak açıklar. Meslekler sosyolojisi, iş ve meslek yaşamına sosyolojik ilkelerin uygulaması olarak görür ve de Meslekler sosyolojisi üzerinde durduğu konuları Şöyle ifade eder.

1. İşin sosyal niteliği,
2. Meslek yapısının analizi, geçirdiği değişim ve bunun nedenleri,
3. Mesleklerin kurumsal içeriği ile ilgili olarak tek tek mesleklerin incelenmesi,
4. Meslek yapısı ve tek tek mesleklerin toplum içindeki diğer kurumlarla olan bağlılığı; başka bir deyişle, meslekler ile sosyal tabakalaşma, yaşam biçimi ile meslekler arasındaki ilişkilerin incelenmesi gibi.
5. Toplumda belirli bir meslek mensubunun rolünü ve görevini inceleme ve ortaya koyma, örneğin; gazete muhabirinin, kitle haberleşmesinde olup bitenlerin ortaya konması amacıyla inceleme konusu yapılması, siyasal sistemin işleyişini kavramak üzere bir hükümet başkanının görevlerinin incelenmesi gibi.

Meslekler sosyolojisinde ABD ve İngiltere'de yapılan çalışmalar bu disiplinin gelişmesine olanak tanımiştır. Yapılan değerli çalışmalar ile bu disiplinin önemli katkılar yapan bilim adamlarını Durkheim, Persons, Carr-Saunders, K. Manheim, Bell, Hughes, Goode, Berber, Freidson, Haug, Wilenksy, Mill, Oppenheimer, Ehrenreich, Montagne, Baer, Derber, Mc Kinlay, Navarro, Stoeckle, M.S. Larson, A.Abbott, olarak

sıralayabiliriz, ülkemizde ise Meslekler sosyolojisine en büyük katkıyı yapan bilim adamı Zafer Cırhınlioğlu oluğunu söyleyebiliriz.

3.1.1. Meslek Kavramı

Meslek kavramı, birçok sosyal bilimin ve araştırmacının dikkatini çekmeyi başarmıştır. Disiplinler meslek kavramını kendi bilimsel bakış açılarına göre yorumlamışlardır. Özellikle Sosyoloji, Psikoloji, İşletme ve İktisat bilimleri meslek kavramına ayrı bir önem vermişlerdir. Sosyal bilimlerde genel olarak karşılaşılan kavram karmaşasından “meslek” kavramı da nasibini almış olup meslek kavramının ne olduğuna ilişkin birçok tanım yapılmıştır. Türk Dil Kurumu mesleği, ‘Belli bir eğitim ile kazanılan, sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş’ olarak tanımlanmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr/>). İlhan mesleğin sosyolojik anlamı üzerinde durmuş ve mesleğin belirli faaliyet alanları etrafında yoğunlaşmış ve biçimlenmiş insani ilişkiler bütünü olarak açıklamıştır (İlhan,2008:315). Bekleviş mesleğin hangi kökenden geldiği ve İngilizcede nasıl tanımlandığı konusunu şöyle açıklamıştır. Bekleviş’in açıklamasına göre meslek, Arapça bir kavramdır ve “Suluk” kelimesinden üretilmiştir. Köküne bağlı olarak “yol, gidiş, usul, tertip” gibi anlamlara gelmektedir. İngilizcede ise “profession, vocation, occupation” gibi kavramlarla tanımlanmaktadır (Bekleviş, 2007:8). Meslekler sosyolojisindeki tanımına göre meslekleşme, bilgi ve becerileri ekonomik ödüllere ve toplumsal statüye dönüştürme istemiyle, meslek erbabının toplu olarak giriştiği bir meşruiyet mücadelesidir (www.mimarlarodasi.org.tr). Kabadağ ve Kara, (2004:113) Sosyologların “meslek” kavramı için vazgeçilmez ölçütler olarak ifade edilen özellikleri dokuz madde halinde sıraladıklarını söylemişlerdir.

1. Hizmetin toplum için vazgeçilmez olması.
2. Uygulayıcıların hizmetin önemine inanmaları.
3. Araştırmalarla sürekli zenginleşen özel bir bilgi tabanının ve bu bilgiyi yaygınlaştıran yayınların olması.
4. Hizmetin psikomotor etkinliklerle birlikte entelektüel aktiviteleri de içermesi; meslek üyesinin bireysel sorumluluk ve bilinç özelliğini taşıması.

5. Uygulayıcıların yükseköğretimden geçmiş olması.
6. Uygulayıcılarda görelî (izafi) bir bağımsızlığın olması ve kendi felsefe, amaç, politika ve etkinliklerini belirlemeleri.
7. Uygulayıcıların hizmet için motive olmaları (alturizm) ve görevlerini yaşamlarının önemli bir ögesi olarak düşünmeleri-görmeleri.
8. Uygulayıcıların karar verme ve uygulamalarına rehberlik eden etik ilkelere sahip olmaları.
9. Yüksek uygulama standartlarını teşvik eden ve destekleyen organizasyon-organizasyonların olmasını öngörmektedirler.

İlhan, meslek ve iş ile meslek ayrımı üzerinde durmuş ve Pavalko'nun bu kavramları sekize maddeye ayırdığını söylemiştir. Pavalko bu maddeleri, teori, zihinsel teknik, temel sosyal değerlerle münasebet, eğitim süresi, motivasyon otonomi, adanmışlık duygusu, cemaat ruhu, meslek ahlak kodu olmak üzere sekiz temel boyutta ele alıp inceler. Kısaca "iş-meslek" ve "kariyer meslek" ayrımını sağlayan kriterler sosyolojik bir olgu olarak mesleklerin statik bir tasvirini vermenin ötesinde, dinamik süreçlerin analizine imkân sağlar (İlhan, 2004: 132). Kariyer, bir kişinin çalışma yaşamı boyunca yaptığı işlerin, bulunduğu pozisyonların tümüne ve kişinin bulunduğu konum ile alakalı tutum ve davranışların içeren bir süreç olarak tanımlanabilir. Bir başka tanıma göre ise kariyer, rasyonel bir şekilde birbiriyle ilişkili, işe-çalışmaya ilişkin bir dizi rolden oluşan ve rollerden birinden elde edilen deneyim ve bilginin bir diğesinde kullanılabilceği süreçtir. (Işık, 1993:2). Eken, (2006: 8-9) İlhan'a benzer bir yaklaşım ile meslek-iş ile meslek-kariyer kavramlarını ayırmıştır. Eken'e göre kariyer meslek, sahibine sadece geçimini sağlayan bir vasıta olmayıp, kişinin hayatının bütün yönlerini etkilemekte, onu şekillendiren bir dünya görüşü, bir yaşam tarzı sunmakta ve insan ömrünün (belirli bir kısmı ile sınırlı olmayıp) tamamını kapsamaktadır. Bunun yanı sıra, bilgi ve becerilerin yanında o mesleğin gerektirdiği değerlerin ve normların da benimsenmesi, o meslek ekseninde oluşan ve meslek mensupları arasında dayanışma duygusuna yol açan "meslek alt-kültürü" nünde paylaşılması gerekir. Bu bağlamda kariyer bir mesleğin icrası ile ilgili günlük çalışma rutini boyutunu aştığı, serbest zamanların dahi meslek

ekseninde organize edilerek değerlendirildiği söylenebilir. Bunun en iyi göstergesi kariyer mesleklerde çalışma dışı zamanın ağırlıklı olarak meslekten arkadaşlarla paylaşılması olduğunu söylemektedir. İlhan ve Eken’nde bahsettiği gibi meslek durağan bir süreci ifade etmemekte tam aksine her zaman kendini yenileyen, toplumda değer görmesi istenen ve aynı mesleği yapan grubun birbirine benzer norm ve değerlere sahip olması beklenen bir süreçtir.

Meslek insan yaşamının doğumundan ölümüne kadar sosyal yaşantısını etkileyen ve insan hayatının merkezi konumunda bulunan bir unsurdur. İnsan hayatta başladıktan sonra aile fertlerinin mesleği ve bu mesleğin mensup olduğu sosyal çevrenin içerisinde yetişmeye başlar. İlk önce bu meslekleri öğrenir, toplumsal statüsünü ilk önce okul yıllarında babasının annesinin hangi mesleğe sahip olduğu ve bu mesleklerin statüsünün toplumdaki yerine göre şekillenir. Genellikle sosyal çevresi ve yakın arkadaşları aile fertlerinin sahip olduğu statüye yakın kişilerden oluşur. Kişi zaman içerisinde hangi mesleği yapmasıyla ilgili olarak eğitim hayatına devam eder ve kendi yetenek, kişisel özellik ve şans unsurlarıyla birlikte gelecekteki mesleğini seçer. Bütün toplumlar vatandaşlarını temel iki şey için hazırlamaktadır. Bunlardan bir tanesi evlilik kurumudur. Toplum bireyden evlenmesini, aile kurmasını ve toplumun devamını talep eder. İkinci kurum ise meslektir. Toplumdan topluma farklılık gösterse de çoğu kültürde erkek için olmasa olmaz bir süreç iken, bazı toplumlarda kadının çalışmaması evinde çalışması hoş görüldüğü gözlenmektedir. Hiçbir toplum aylak gezen işsiz olan bir erkeğe olumlu gözle bakmamaktadır.

3.1.2. İş Kavramı

Günümüzde hepimizin kullanmış olduğu fakat ne anlama geldiği konusunda farklı yorumların yapılabileceği bir kavram olan iş, genellikle meslek ve uğraş kavramları ile karıştırıldığı görülmektedir. Daha çok günlük olarak rutin şekilde yapılan ve belli bir zaman diliminde belli bir ücret karşılığında harcanan zaman olarak da ifade edebileceğimiz bu kavramın Aytakin şöyle yapmıştır, “İş, herhangi bir şey üretmek için, ortaya koymak, bir verim, sonuç elde etmek için güç harcayarak yapılan çalışma, etkinlik olarak tanımlanmaktadır. Shartle’nın iş ve meslek ayrımını şöyle yaptığını söylemektedir. Shartle’a göre “iş, bir iş yerinde benzer etkinlikler grubudur.” İş mesleki bilgi ve becerilerin pratikte kullanılması anlamına gelmektedir. Toplumsal yaşamda bazı

kişilerin mesleği olabilir ama bu onların işi olduğu anlamına gelmez. Mantıksal olarak iş yapan herkes öyle ya da böyle bir mesleki faaliyeti icra ediyor anlamına gelir. Ama bu yargının tersi, yani her meslek sahibi olanın işi olduğu ya da iş yaptığı, geçerli değildir. Bazı mesleklerde eğitim süresi az olabilir, hatta denilebilir ki kişi o işi nasıl yapacağını sınıya yanıla öğrenmektedir. Örneğin yol üzerinde simit satan ya da istasyonda eşya taşıyan bir kişi para kazanmak için yasal bir faaliyette bulunmaktadır ama bu faaliyetlerin öğrenilmesi için bir eğitim görmeye gerek olmadığı, bu nedenle bunlara meslek denmeyeceği ileri sürülebilir. Ancak meslek sözlükleri bütün ekonomik faaliyetleri meslek olarak tanımlamaktadır (akt.Aytekin, 2005:64). Şahman, (2008:53) uğraş kavramı ile profession kelimelerinin anlamları arasındaki farkı şöyle açıklamaktadır. Batı dillerindeki ‘profession’, ‘vocation’ ya da ‘occupation’ kavramları Türkçede ‘meslek’ kavramı ile karşılanmaktadır. Uğraş kavramı da meslek kavramının öz Türkçesi olarak kullanılmaktadır. Occupation’ın karşılığı olarak uğraş kavramı, vida sıkma gibi bilgi ve beceriyle dayanmayan, aynı zamanda marangozluk ya da kütüphanecilik gibi özel bilgi ve beceri gerektiren işleri kapsayan genel bir kavramdır. Buna karşılık ‘profession’ karşılığı meslek kavramı, avukatlık ya da hekimlik gibi özel bilgi ve beceri gerektiren, aynı zamanda sürekli, örgütlü, bilinçli bir işi ifade etmektedir. Şahman’ın söz ettiği gibi profesyonellik kavramını uğraştan ayıran en önemli özelliğin özel bir bilgi ve beceri gerektiren, örgütlü bilinçli bir mesleki hayattı olduğu anlaşılmaktadır. Birey bir meslek sahibi olmadığı gibi işsizde olabilir. Burada iş; kişinin içinde bulunduğu bunalım, yaşadığı toplumsal dışlanma, ekonomik ve sosyal mağduriyetin sona ermesiyle, kişinin işsizliğin yarattığı bunalımdan kurtulması, kendini yeniden toplumun bir parçası olarak hissetmesi için gerekli olan ve içinde ekonomik olduğu kadar psikolojik ve sosyolojik öğeleri de barındıran bir unsurdur (Karagülle, 2007:5-6).

Sabah gazetesinin 14 Ağustos 2011 Pazar günü yayınlanan İşte İnsan ekinde, Burçak Güven’in Arka pencere köşesinde ‘İş’le ‘Meslek’ farkı başlıklı yazısında ilgili kavramlar arasındaki farkı şöyle ilginç bir hikaye ile anlatmıştır (Güven, 2011:8).

“Yıllar önce, rahmetli Turgut Özal’ın şahitliğini yaptığı bir nikahı televizyondan canlı izlemiştim. Nikah memuru elinde mikrofon, tüm şahitlerin adlarını ve mesleklerini soruyor. Deftere not alıyordu. Sıra Özal’a geldi; o

da adını-soyadını söyledi. Prosedür gereği memur, “Mesleğiniz?” diye sorduğundan ise durakladı, epey süre düşündü. Cumhurbaşkanı durup düşünce haliyle salon da aniden sesizleşti; şaşkınlık insanların yüzüne yansdı. Ve derken cevabını patlattı: “Mühendisim!” Ekran başında donup kalmıştım, nasıl olurda koskoca cumhurbaşkanı ‘mühendisim’ diye cevap verebilirdi. Sonradan düşününce cevabını çok ‘şık’ buldum. Bir kere cumhurbaşkanlığı bir meslek değil, işti. Memur da ne ‘ne iş yapıyorsunuz’ dememiş, mesleğini sormuştu. Parlak zekâsıyla daima hayranlığımı kazanmış Özal, tek kelimeyle (ve henüz üniversite öğrencisi olduğum bir yaşta) ‘meslek ve iş’ arasındaki çizginin farkına varmamı sağladı”.

Sayın Güven’in köşesinden aktarmış olduğu bu anekdot meslek ile iş arasında çoğu zaman karıştırdığımız kavramları yalın ve anlaşılır bir dil ile anlatmıştır.

Mülakatlardan ortaya çıkan diğer bir konuda dernek üyelerinin genel olarak kendilerine güvendikleri ve sektörün çok geniş ve istenilen iş olanakların çok olmamasına rağmen iş bulabileceklerini hatta daha iyisini bulabilecekleri düşüncesidir. Örgütlenme kültürünün ve diğer Halkla ilişkiler uzmanlarından bu konuda ayrılmanın Halkla ilişkiler uzmanlarının özgüvenini arttırdığı söylenebilir. Ayrıca mülakatlarda halkla ilişkiler alanından mezun olanların kendine güvenlerinin diğer alanlardan mezun olanlardan daha fazla olduğu görülmüştür.

“Evet, pasta küçük olsa da doğru ve güzel iş yapan insanlar sektörde her zaman kendine bir yer bulur” (Katılımcı 15).

“Evet çünkü siz mesleğinizi doğru yaparsanız ve başarılı çalışmalara imza atarsanız her zaman istediğiniz gibi bir iş bulabilirsiniz” (Katılımcı 16).

Mesleğin doğru ve profesyonelce yapıldığı düşüncesi hakim oldukça insanların kendilerini tercih edileceği düşüncesi artmaktadır. Bilgi ve tecrübenin yanında Halkla ilişkiler alanından mezun olmak aslında uzmanlara göreceli olarak fayda sağlamaktadır. Mesleğin toplum ve işverenlerce daha çok bilinmesi ve şirkette harcama değil de fayda sağlayacağı düşüncesinin gelişmesi mesleğin gelecekte daha iyi yerlere geleceğinin ve uzmanların sosyal statülerinin diğer profesyonel meslekler gibi algılanacağını anlaşılmaktadır.

3.1.3. Mesleki Yapı

Bilindiği gibi sosyolojide yapı kavramı, örgütlerin, kurumların ve bireylerin arasındaki ilişkiyi ifade eder. Sosyolojide anahtar bir kavram olan yapı, Meslekler sosyolojisi içinde önemli ve belirleyici işlevleri bulunmaktadır.

Marshall, (2005:495) sosyoloji sözlüğünde mesleki yapı kavramını şöyle tanımlamıştır.

“Toplumdaki ‘mesleklerin toplam dağılımını ifade eder ve vasıf düzeyine, ekonomik işleve ya da toplumsal statüye göre sınıflandırılabilir. Mesleki yapı, şu tür çeşitli faktörlerle şekillenir: ekonominin yapısı (farklı sanayilerin ekonominin yapısı (farklı sanayilerin ekonomik yapı içindeki nispi ağırlığı), teknoloji ve bürokrasi (teknolojik becerilerin ve idari sorumlulukların dağılımı), ‘emek piyasası (mesleklere özgü ücret ve koşullar) ve statü ile prestij (mesleki kapanma, yaşam tarzı ve toplumsal değerler). Bu faktörlerden her hangi birine nedensel bir öncelik atfetmek mümkün değildir; dahası, bu faktörlerin mesleki yapıyı şekillendirmede oynadıkları roller de toplumla birlikte zaman içinde değişmektedir”.

İlhan’ a, (2004:135-136) göre toplumun meslek yapısı, başta teknolojik gelişmeler olmak üzere, çeşitli etkenlere bağlı olarak zaman içinde değiştiğini söylemektedir. İlhan, Kemerlioğlu’nun görüşlerini şöyle ifade etmiştir.

“Mesleki sistem zamana ve içinde bütünleşmiş biçimde yer almış bulunduğu sosyal yapıdaki değişmelere bağlı olarak, sürekli değişir. Zamanla değişen toplumsal hayatın gerektirmelerine uygun olarak, mesleklerin tiplerinde, çeşitlerinde, özelliklerinde, fonksiyonlarında, sosyal değerleri ve itibarlarında, ilişkiler düzeninde ve örgütlenme biçimlerinde, gerekli kıldıkları bilgi ve becerilerde, uyguladıkları yöntemlerde ve tekniklerde, gördükleri maddi karşılıklarda, hak ve sorumluluklarında, icra ve faaliyet biçimlerini belirleyen ve aralarındaki münasebetleri düzenleyen normlarında vb. değişme ve gelişmeler ortaya çıkar”.

Kemerlioğlu’nun söylediği ve İlhan’ın aktardığı bu düşüncelerde önemli bir detay mesleğe girişte en azından başlangıçta mesleğe girişte bir kısıtlama olmamasıdır. Fakat profesyonel mesleklerin önemli bir ortak noktası mesleği uygulayan kişilerin o alanda bir yetkinliğe yani diplomaya sahip olma zorunluluğudur.

3.1.4. Mesleki İdeoloji

Mesleki ideoloji, uygulamacıların eylemde bulunacakları gerçekliğin problemleri ve güç yanları ile ilgili, üzerinde fikir birliği oluşturularak geçerliliği kanıtlanmış, paylaşılan inanç sistemini ifade ederler. Diğer bir deyişle, meslek üyelerinin üstlendikleri görevin mantığını açıklamak için geliştirdikleri bir inanç sistemidirler. Özetle mesleki ideolojilerin, inançlarda ifadesini bulan ve mesleki faaliyetlerin mantığı ile mesleki taleplerin haklılığını açıklamak gibi belirli bir amacı gerçekleştirmeye yönelmiş düşünceler topluluğu olduğu söylenebilir (Seçer, 2009:41). Profesyonellik esasında mesleki ideoloji, işle ilgili değerler ve vizyonu birleştirir. Bireyin, eğitim ve öğretimin neyi içermesi gerektiğine ilişkin düşüncelerini yansıtır. İnsanların bakış açılarını etkiler. Profesyonelizm temelde davranış yollarına ve kurallarına götürürken, profesyonellik davranışların altında yatan temel düşünce yollarına götürür. Profesyonelliği şöyle tanımlamakta: bir kişinin bağlı olduğu mesleğin uygulanmasına yönelik olan ve kendi mesleki uygulamalarını etkileyen ideolojik, davranışsal, entelektüel ve epistemolojik temelli bireysel bir duruştur. (Evans,2000: 4-5). Seçer, (2009:41) İdeolojilerin profesyonel meslekler açısından üstlendiği fonksiyonlardan biri'nin, ileri sürdüğümüz mesleki yaşam modelinde önemli bir yer teşkil etmekte olduğundan bahsetmektedir. Seçer'e göre gerçekten de, profesyonel işin doğasından kaynaklanan nedenlerle profesyonel mesleklerde iş ve iş dışı yaşam arasındaki sınırın diğer mesleklere göre daha belirsiz olduğu ileri sürülmektedir. Diğer bir deyişle, profesyonel mesleğin etkisini iş alanı yanında iş dışı alanda da sürdürdüğü ve bu durumda ideolojinin önemli bir katkısının olduğu belirtilmektedir.

3.1.5. Mesleki Rol

Rol, sosyolojik kurumda anahtar bir kavramdır. Rol, belirli statü ya da toplumsal konumlara atfedilen toplumsal beklentileri ortaya koyar ve bu tür beklentilerin gerçekleşip gerçekleşmeme sürecini analiz eder (Marshall, 2005:624). Rol aslında hepimizin ne zaman, nerede ve nasıl davranmamız gerektiğini gösteren normlardır. Tüm mesleklerden, o mesleğin özelliklerine uygun davranış kalıpları beklenir. Her markanın, her insanın ve her mesleğin bir ruhu ve toplum tarafından algılanması vardır. Bir markayı ifade ettiğimiz zaman onun bizim hayallerimizdeki ve algımızdaki yeri farklıdır. Aynı şekilde bir mesleği ele aldığımız zaman hepimizde daha önceden oluşan

bir algı vardır. Mesela doktor karakterini analiz etmeye çalıştığımızda hemen aklımıza beyaz önlüklü, resmi bir duruşa sahip, dış görünüşünün çok önemli olmadığı bir kişilik aklımıza gelmektedir. Bu o mesleğin toplumdaki genel algısını yansıtmaktadır. Peki Halkla ilişkiler mesleği dendiği zaman insanların aklına ilk gelen şey veya onda olması gereken roller nelerdir dediğimiz zaman, Aklımıza güzel bayanlar, yakışıklı erkekler, dış görünüşüne önem veren, dilini iyi kullanan, empati yeteneğine sahip, yüksek eğitilmiş kişiler olması beklendiğini söyleyebiliriz. Özkalp'ın, (2002:46) ifadesiyle toplum içinde bulunan bireylerin rollerini yerine getirdiğini bununda aslında bir tiyatro oyununda canlandırılan role benzerlik gösterdiğini ifade etmektedir. Toplumlar üyelerinden üzerlerine aldıkları rolleri en iyi ve mükemmel şekilde oynamalarını beklerler. Rol kavramını farklı bir örnek ile açıklamak istersek, taksiye bindiğimiz zaman şoförün bizi istediğimiz yere zamanında götürmesini bekleriz.

Statü ile rol kavramları bazen birbirleriyle karıştırılan bazen de yanlışlıkla birbirleri yerine kullanılan iki yakın kavramlardır. Fakat arasında gerçek anlamda farklar bulunmaktadır. Bir genel müdürün sosyal statüsü yöneticiliktir, bu kişi toplumda bu ana statüsü ile anılacak ve ona göre davranış kalıpları oluşturulacaktır. Fakat bu ana statünün altında birçok alt rol mevcuttur. Mesela bu kişi bir baba, bir kardeş ve bir sporcu olabilir. Yani insanların bir ana statüsü ve bu statünün altında farklı rolleri mevcuttur. "Mesleki rol" kavramı, toplumun ilgili üyeleri tarafından fark edilecek ölçüde standart hale gelen pazarla ilişkili çalışmayı ifade etmektedir. Mesleki role sahip bireyler, bu rolün gerektirdiği yükümlülükler ve beklentilerin bilincindedir (Eken, 2006:8). Buna karşılık, mesleki yaşamdaki bu öznel yönü, daha nesnel hale getiren bir konumda bulunan mesleki rol, bir mesleki pozisyonun sahibi olan kişinin performansı ile ilgili olarak, mesleğin üyeleri arasında ortaya çıkan beklentiler olarak tanımlanmaktadır. Mesleki rol hem mesleki hem de bireysel düzeyde işlev üstlenir. Mesleki düzeydeki işlev meslek seçiminde, mesleki kimliğin oluşturulmasında, mesleki ideolojinin dışı vurumun da kendini göstermektedir. Birey düzeyinde ise mesleki rolün üstlendiği işlev, kişiliğin bir bileşeni olarak görülmesinde belirginleşmektedir (Seçer, 2009:42).

3.1.6. Mesleki Statü

Toplum tarafından yüksek statülü olarak kabul edilen mesleklere sahip olan kişilerde, saygınlık gereksinimi tatmin edileceğinden bu tür mesleklerde iş doyumunu diğerlerine göre daha fazla olmaktadır. Statü, bir bireyin sosyal sistem içindeki ve bulunduğu mevkisinin belirlediği hak ve görevlerdir. Statü yükseldikçe iş doyumunun artış göstereceği düşünülebilmektedir. Statü; kişinin örgüt hiyerarşisindeki yeri, mesleğinin sağladığı prestij vb. gibi özellikleri temsil ettiğinden çok geniş kapsamlı bir terimdir. İş doyumunu ile statü arasında güçlü bir ilişkinin bulunduğu ve üst yönetim kademesinde bulunan kişilerin, iş doyumlarının daha yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. Aynı zamanda astların da bazı statüler kazanmaları için güdülendikleri ve iş doyumuna ulaştıkları da ifade edilebilir. Ünal ve arkadaşlarının hekim grubu üzerinde yaptığı bir çalışmada pratisyen hekimlerin iş doyumunun uzman hekimlere oranla daha düşük olduğu ortaya konmuştur. Bunun ışığında statüsü yüksek olan bireylerin işten aldıkları doyumun da yüksek olacağı söylenebilir (Çelik, 2010:14).

Marshall'a, (1999:697) göre statü kavramını sosyoloji bilimi açısından açıklamıştır ve sosyolojide statü kavramına ilişkin iki farklı bakış açısı bulunduğunu ifade etmiştir. Statü; bir kişinin toplumsal yapıda işgal ettiği konum (öğretmen, rahip, vb. olarak) anlamına gelir ve genellikle, statü-rolü düşüncesini akla getirmek için toplumsal rol nosyonuyla birleştirilir. Sosyoloji bilimi tarafından daha çok kabul gören anlamıyla ise, statü grupları ya da katmanlarının hukuksal, siyasal ve kültürel ölçütlerle derecelendirilip düzenlendiği bir toplumsal tabakalaşma biçimini anlatır. Statü toplumlarda ilk algı olarak kişinin bulunduğu konum prestiji ifade etmektedir. Her insanın bir statüsü vardır. Öğrenci, öğretmen, avukat, iş adamı gibi. Bu statülerin bazıları olumlu anlamlar taşırken bazıları ise istenmese bile insanlara atfedilir. Mesele suçlu, hırsız, fahişe statüsü buna bir örnektir.

Sağır ve İmİK'e (2008:274) göre sosyal statüyü bireyin toplum içindeki konumu olarak açıklamaktadır. Sosyal statü iki ana başlıkta incelenebilir.

- 1- Doğuştan kazanılan ve değiştirilmesi imkânsız olan statüler; Cinsiyet, yaş, ulus, ırk gibi,

- 2- Sonradan kazanılan değiştirilebilir statüler; Bireyin yaşam içerisinde kendi kişisel çabaları, eğitim, üretim ve yetenek gibi faktörleri kullanarak elde ettiği bir takım sosyal statülerdir. Öğretmen, doktor, avukat gibi mesleki statüler vb. günümüzde kabul gören statüler sonradan kazanılmış olanlardır. Meslek bu statüler en önemlilerindedir.

Halkla ilişkiler mesleğinin profesyonel statü kazandığı kabul edilen “doktorluk, avukatlık, mühendislik ve öğretmenlik” gibi meslekler ile karşılaştırıldığında mesleğin profesyonelleşme seviyesinin hangi düzeyde olduğuna ilişkin dernek üyelerinin görüşleri dikkate değerdir.

“Diğer meslekler ile kıyaslamadan 3 üzerinden puan vermem gerekirse bence şu anki durumu 1 seviyesinde” (Katılımcı 6).

“Maalesef gelememiştir, hatta ismi geçen mesleklerin profesyonelleşme açısından çok gerisinde olduğunu düşünüyorum, bunun çeşitli nedenleri var, birinci neden Halkla İlişkiler mesleğinde bir birlik yani meslektaşların birbirini tutması gibi bir şey yok. İkinci neden bahsi geçen meslekleri yapmak için o alandan mezun olmak gerekiyor. Eğer ilgili alandan diplomanız yoksa katiyen bu mesleği yapamazsınız. Fakat halkla ilişkiler mesleğinde diploma değersiz size böyle bir ayrıcalık tanımıyor. Yani diplomamız değersiz“ (Katılımcı 7).

Mesleğin diğer meslekler ile kıyaslandığı zaman profesyonelleştiği kabul gören mesleklere göre çok geride olduğu anlaşılmaktadır. Bu örgütlenmelerin birçok konuda yapılaşmalarını tamamladıkları görülmektedir. Halkla ilişkiler mesleğinin ise henüz temel sorunlarını zemediği görülmektedir.

“Bu meslek örgütleri son derece güçlü, disiplinli ve kamuoyuna yön verecek kadar aktifler. Farklı dünya görüşlerine sahip de olsalar mesleki konularda hkmeti zorlayıcı eylemleri ile hassasiyetlerini ortaya koyan bir güçleri var. Sayısal oğunlukları da var. rgtlenme konusunda profesyoneller” (Katılımcı 9).

Mesleki statünün niteliği ile ilgili olarak ileri sürülen görüşlerin birleştikleri nokta, mesleğin, bireyin sosyal ve ekonomik statüsünün ve dolayısıyla toplumdaki pozisyonunun temel göstergesi olduğudur. Mesleki statü ile ilgili daha ileri bir görüş ise, mesleklerin kendilerinin birer statü olduğu ve diğer statüleri belirlemede anahtar bir

rol üstlendikleridir. Mesleklerin, statüleri ile paralellik arz eden ve temelde bu statülerin algılanmasına dayanan prestijleri vardır. Mesleki prestijin, mesleki statünün ayrılmaz bir parçası olduğu, hatta bir mesleğin değerlendirilmesinde statü ve prestijin birlikte ele alınması gerektiği ifade edilmektedir. Statü ile prestij arasındaki ilişki, statünün, mesleğe ilişkin eğitim ve gelir durumu gibi nesnel, prestijin ise bireylerin değerlendirmeleri gibi öznel boyuta işaret etmesi ile belirginleşmektedir. (Seçer, 2009:42).

Berber'e, (2003:236) göre sosyologlar sosyal sınıfı, bir toplumda hemen hemen aynı zenginlik, statü ve gücü paylaşan bir grup veya kategori olarak tanımlarlar. Bu sınıflar yukarıdan aşağıya olan belirli bir sıra olarak ayarlanmış ve sosyal tabakalaşma sistemi oluşturmuştur. Bu sistemde bireyin yeri önemlidir, çünkü sosyal tabakalaşma düzeni insanların nasıl yaşadığını ve ötekiler tarafından nasıl algılandığını ve davrandığını belirler. Halkla ilişkiler mesleği mensupları kendilerini toplumsal sınıfın içerisinde genellikle orta sınıfa mensup olduklarını düşünmektedir. Çok az sayıda Halkla ilişkiler çalışanı kendisini üst sınıfta tanımlamıştır. Kendisini orta sınıf ve üst sınıfta tanımlayan katılımcılardan birkaçının ifadesi şöyledir.

“Aslında kurumsal şirketlerde çalışıyorsanız büyük firmalarda statünüz yüksektir. Ama genel olarak orta seviyede olduğumu düşünüyorum. Fakat meslek gerçek değerini bulursa ve toplumda öyle algılanırsa statünün ve gelir seviyesinin üst seviyeye çıkacağına inanıyorum” (Katılımcı 2).

Bilindiği gibi halkla ilişkiler mesleği farklı sektörlerde ve farklı isimler altında yapılmaktadır. Geçmiş dönemlerde yapılan bir araştırmada çalışan sayıları az olan şirketlerde unvan verme konusunda daha cömert olurken kurumsal şirketlerde unvan almak zorlaşmaktadır. Yukarıda bahsedilen görüşte kurumsal şirketlerde çalışmanın sosyal statüyü yükselttiği söylenmiştir. Bakıldığı zaman büyük ve tanınmış bir sanayi kuruluşunun Halkla ilişkiler uzmanı veya sorumlusu olarak çalışan birisi ile küçük bir firmada bu görevi yapan meslektaşından daha çok itibar ve prestij sahibi olacağı kuşkusuzdur. Meslek mensuplarının kendilerini orta sınıfta görmesinin sebebi mesleğin toplum tarafından tam olarak bilinmemesi ve meslekleşme sürecini tamamlayamaması ve maddi gelir olarak istenen durumda olmamasıdır. Bir diğer görüşte ise,

“Mesleki statü olarak orta sınıfta görmekteyim. Halkla ilişkiler uzmanıyım demektense pazarlama uzmanıyım demeyi tercih ediyorum. Çünkü pazarlamanın statüsünün Halkla ilişkilerden daha yüksek olduğunu gördüm. Daha fazla değer veriliyor” (Katılımcı 7).

Mesleğin toplum tarafından bilinirliğinin düşük olduğu algısı ve mesleğe giriş koşullarının tam olarak belli olmaması bazı halkla ilişkiler uzmanlarını da daha prestijli gördükleri yakın mesleklere yönelmelerine yol açmaktadır. Gözlemlenen süreçte mesleğe dışarıdan girişin daha fazla olduğu meslekten dışarıya çıkışın daha az olduğudur. Diğer bir görüşte şunlar söylenmiştir.

“Toplumsal statü olarak mesleğimi toplumda üst kesimde görüyorum. Çünkü birçok insan tanıma fırsatı buluyoruz ve üst düzey yöneticiler ile çalışma fırsatımız oluyor” (Katılımcı 8).

Statü konusunda meslek mensuplarının farklı görüşte olduğu görülmektedir. Fakat hiçbir uzmanın kendisini alt seviyede görmediği anlaşılmaktadır. Bu da mesleğin üst ve orta statüde yer alan fakat orta statüye daha yakın bir meslek olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Kendini orta statüde gören meslek mensupları daha çok mesleğin bilinirliğinin istenilen seviyede olmamasını neden olarak düşünürken, üst seviyede görenler ise sosyal çevrenin hayal edilemeyecek kadar geliştiği ve üst düzey yönetici ve farklı mesleklerden insanların tanıma fırsatı yakalanabildiğini vurgulamışlardır.

3.1.7. Mesleki Prestij

Charfrand ve diğ., ‘ne göre farklı mesleklerin farklı statülerin veya prestij değerleri olduğu gibi düşünmesi mesleki danışmada önemli bir kavramdır. Bir bireyin işi çoğunlukla onun sosyal statüsünü, onun ekonomik durumunu belirler. Endüstrileşmiş toplumlarda insanlar çoğunlukla kendilerini meslekleri ile tanıtır. Sonuçta mesleki karar verme sürecinde mesleki prestij bilgisinin yetenekler, eğitim zorunlulukları, ilgiler, fiziki talepler, mesleki pekiştirici ve huylarla birlikte ele alınması mesleklerin prestiji açısından önemlidir (akt. Özen ve Gülaçtı, 2006:51).

İlhan’a, (2004:135) göre, Mesleğin sosyal itibarının oluşumunda ekonomik getirileri önemli olmakla birlikte, ekonomik faktör mesleğe atfedilen toplumsal prestijin tek ve yeterli belirleyicisi değildir. Mesleki prestij, aynı zamanda, kültürel

faktörlerden de etkilenmektedir. Bir başka ifadeyle, mesleki prestijün oluşumunda kültürel etkenler ve toplumun değerler sistemi önemli bir katkı payına sahiptir. Toplumun, ekonomik getirisi çok yüksek olan bazı mesleklere, maddi sunumları daha düşük olan mesleklere oranla daha az sosyal itibar tanınması veya hiç tanınmaması mesleki prestijün oluşumunun yalnızca ekonomik faktörle açıklanamayacağını, bu açıdan toplumun kültürel yapısının ve değerler sisteminin de önemli bir belirleyici olduğunu göstermektedir.

3.1.8. Mesleki Güç

Profesyonel meslekler açısından bakıldığında, bir mesleğin profesyonel nitelik kazanabilmesi için gerekli olan temel kaynağın, güç olduğu belirtiliyor. Literatürde de mesleklerin sahip olduğu/olması gereken güç için, temelde üç kaynaktan bahsediliyor: Mesleki güç, karizmatik güç ve sosyal güç (www.radikal.com.tr).

Seçer, (2009:43) mesleki güç kavramını şöyle açıklamıştır;

“Mesleki güç, bir meslek üyesinin, ait olduğu disiplinde, o mesleğin sanatı ya da ustalığına ilişkin eğitiminden gelen güçtür. Buna bilginin gücü de diyebiliriz. Mesleki gücün tanımlanmasında daha uygun olan düzey, bireyden çok sosyal birim düzeyidir. Buna göre, mesleki gücün temelini bireylerin niteliklerinden çok, mesleki rol ve pozisyonların oluşturduğu belirtilmektedir. Profesyonel meslekler açısından bakıldığında, bir mesleğin profesyonel nitelik kazanabilmesi için gerekli olan temel kaynağın, güç olduğu belirtilmektedir. Bunun da ötesinde, profesyonel mesleğin statüsünün, belirli nitelikler toplamından daha çok güce dayalı olduğu ileri sürülmektedir. Dolayısıyla profesyonel güç, bir mesleğin birçok alanda sahip olduğu ayrıcalıkların da bir simgesi niteliğini taşımaktadır.

Mesleki güç aslında gelecekte mesleğe katılacak elit, kabiliyetli ve istenen adayları çekmek içinde önemli bir fonksiyonu vardır. Çünkü mesleğin toplumda işgal etmiş olduğu güç, onu diğer mesleklere göre pozisyonunu üst seviyelere çıkartacaktır. Bu mesleğe girmek için daha çok kişi mücadele edecek ve güçlü olanın mesleğe mensup olmak için çabalayacaktır.

3.1.9. Meslek Bilinci

Uzun'a (2000:11-12) göre bilinç kavramı canlı organizmanın çevresindeki olay nesne ve durumları algılaması ve algılanan şeylerin niteliklerinin ayırt edilmesi yoluyla çevresinden haberdar olmasını sağlayan; daha üst bir aşamada ise bu aşama yalnızca özgürdür-soyutlama yoluyla, insanın çevresinden haberdar olduğundan haberdar olması, kendinin farkında olmasını sağlayan bir yetkidir. Bilinç, gösterdiği özellikler nedeniyle, psikolojide üzerinde daha çok durulan bir kavramdır. Psikolojideki yaygın anlayışa göre, bu kavram 17 yy. Descartes ve Lock tarafından keşfedilmiştir. Bilinç, genellikle de özbilinç olarak algılanmış ve incelenmiştir. Aristoteles'de nous, Descartes'de cogito, Lock'da reflection (yansıma), akılla eş anlamlı görülmüşlerdir. Zihin eylemlerinin algısı olarak refleksiyon (yansımalar), algılama, düşünme, şüphe etme, inanma akıl yürütme, bilme, isteme, vb, zihnin diğer eylemleridir. Bu tür eylemler insanı bilinç varlığı olarak tanımlanmasına neden olmaktadır. Bazılarına (William James) göre bilincin analizinde karşılaşılan temel kavramlar şunlardır: Amaçlılık, maksatlılık, kendinin bilinci, kişilik, kişi, değişme, kişisel süreklilik ve seçicilik, Bilinçle ilgili kavramlar, felsefenin temel kavramları arasında görülmektedir (Bıçakçı, 1996:46). Uzun ayrıca sosyolojide bilinç, kişinin aynı zamanda topluluk içinde yaşıyor olmasından kaynaklanan sosyal boyutunu ifade etmektedir şeklinde tanımlanmıştır. Endüstriyel toplumlarda büyük ölçüde bütünsel bilinç ayrımlaşarak farklı bilinç alanlarının çıkmasına ve bu toplumlarda toplum düzeni özellikle işbölümü ve uzmanlaşmaya bağlı olarak kendisini göstermektedir. Toplumsal yapının çoğulcu bir yapı arz etmesi kendi içinde değişik algılamaların doğmasına yol açmıştır. Mesleksi bilinç toplumsal bilinç gibi sonradan meslek içi ilişkiye bağlı olarak ortaya çıkar ve meslek üyelerinin ortak düşünme, davranma ve bakış açılarını yansıtır. İş görenlerin mesleki davranışlarının kalıplaşması beraberinde kurum içi ilişkilere karşı bir duyarlılığı getirdiği gibi mesleğe özgü bir bilinç formunun oluşmasına da yol açmıştır olur. Meslek bilinci, mesleğe ilişkin tutum, kanaat, davranış, iş disiplini, sorumluluk duygusu, iş kurallarına uyma, dakiklik vb. nesnel kurallara dayandığı kadar mesleğin bireysel ve toplumsal düzlemdeki konumlanması ile meslekte geçirilen sürece de bağlıdır (Uzun ,2000:12).

Profesyonelleşme bir bakıma da o mesleğin bilinçli seçimi ve o mesleğin değer, norm ve kültürünün benimsenmesi olarak açıklanabilir. Halkla ilişkiler çalışanlarının

meslekleri konusunda iş tatmin düzeyleri hakkında yöneltilen sorulara bazı halkla ilişkiler uzmanlarının verdiği cevaplar şöyledir.

“Bu alandan mezunsanız ve kendi işinizi yapıyorsanız bu işten mutlu olmamak mümkün değil” (Katılımcı 3).

“Tek kelime ile muhteşem...” (Katılımcı 5).

“Mesleğin iş tatmini bence çok iyi, zaten sevilmeden yapılacak bir meslek olduğunu düşünmüyorum” (Katılımcı 8).

Mesleğin iş tatminin genel olarak yüksek olması, mesleğin genellikle bilinçli olarak seçilmesine bağlıdır. İş yoğunluğunun fazla olmasına rağmen sosyal bir çevrede ve ne büroya bağlı ne de hep dışarıda yapılan bir meslek olmasıdır önemlidir.

“Mesleğin iş tatminini, Zaman zaman süper. zaman zaman dipte, Normal bir cevap istiyorsanız :İyi olarak görüyorum” (Katılımcı 9).

“Bir organizasyonu başarı ile tamamlayıp konukların mutlu ayrıldığını gördüğümde, kamuoyuna iletmek istediğim mesajı içeren basın bültenlerimi gazetelerde yayınlanan haberler olarak gördüğümde, sosyal sorumluluk kapsamında gerçekleştirdiğim organizasyonlardan fayda sağladığını gördüğüm kitlelerin gözlerindeki gülümsemeden mesleki tatminimi sağlıyorum” (Katılımcı 16).

Meslek mensuplarının iş tatmininin genellikle çok üst seviyede çıkması önemli bir ayrıntıdır, mesleğin profesyonelleşme sürecinde yaşamış olduğu sorunlara karşılık insanların yaptığı işten duydukları mutluluk önemli bir göstergedir. Birçok insanın işinde mutlu olmadığı göz önüne alınırsa mesleğin bazı sorunlarını da çözdüğü zaman gelecekte daha çok tercih edilen bir meslek konumuna yükseleceği tahmin edilmektedir. Profesyonelleşme derinlemesine bilgi ve o meslekte tecrübe sahibi olmak olarak görülmektedir. Aslında bilgi bütün mesleklerin olmasa olmazı olurken tecrübe bazı mesleklerde daha çok ön plana çıkmaktadır. Halkla ilişkiler mesleğinde tecrübe çok değerli bir hazinedir. Çünkü uygulamalı bir bilim olan halkla ilişkiler hangi etkinliğin hangi sonucu doğuracağını yaşayarak öğrenilen ve bunu bilgi hazinesine ekleyen bir bilim ve meslektir. Kağıt üzerinde çok başarılı olacağı görülen bir çok projenin hiçbir

işe yaramadığını veya etkisinin az olacağı düşünülen bir işin inanılmaz sonuçlar doğurduğunu Halkla ilişkiler uzmanları yaşayarak öğrenmektedir.

“Doğru bir iş planı ve zaman planıyla, mesleki bilgiyi bir araya getirip işin beklentilerine uygun sonuç çıkarmaktır. İyi bir ekip çalışması, tüm paydaşların (tedarikçi, çalışanlar vb) yapılan işten kalması ve sürdürülebilir işbirliklerin kazanılmasıdır “ (Katılımcı 17).

“Bir iş hakkında detaylı bilgi sahibi olmak, o işin bütün inceliklerini, açıklarını ve eksiklerini bilmek. Tarafsız olmak ve işini yapmak olarak algılıyorum ”(Katılımcı 2).

3.2. Tarihimizde Meslek Örgütlenmeler

3.2.1. Fütüvvet Kavramı

Mesleki örgütlenmelerin tarihi çok eskilere dayanmaktadır. İlk örgütlenmeler Arap toplumuna özgü bazı özelliklerin, Türklerin İslamiyet geçişi ile birlikte kendi hayat görüşlerine uyarlanması ve bununla birlikte kendine özgü bir takım ahlak kuralları oluşturularak toplumun ve öncelikle fütüvvet ehlinin uyması gerektiği kurallar belirlenmiştir. Demirpolat ve Akça, (2004: 356) Fütüvvet, İslamiyet’in tesirinde aşiret hayatından yerleşik hayata doğru evrilen Arap toplumunda göçebe aşiret dönemlerine ait Arap kültürünün asil insan idealinin karakterleri olan konukseverlik, cömertlik ve yiğitlik gibi değerlerin yeni yapıdaki yansımaları olarak müteala edilebilecek olan toplum ideolojisinin adı olduğundan bahsetmektedir. Akça, (2004:212) Fütüvvet kavramının hangi kökenden geldiğini ve ne anlam ifade ettiğini şöyle açıklamaktadır. Arapça bir kelime olan ve feta (çoğulu fityan) kelimesinden türetilen fütüvvet, yiğit bir delikanlıdaki övgüye layık nitelikleri ifade eden mücerret bir isim olduğunu belirtmektedir. Kelime bu manasıyla ahlaki bir terim olarak görülmekte olduğunu. Diğer taraftan aynı terim, ifade edilen ahlaki faziletlerin gereklerini yerine getirmeyi vazife edinmiş, aynı fikirlere sahip gençlerin (fityan) teşkil ettikleri birlikleri bildirmek üzere, sosyal bakımdan “delikanlılar birliği, gençler birliği ve korporasyon” gibi kavramları içererek sosyal içerikli bir terim olarak karşımıza çıkmakta olduğunu söyler. Şen, (2002:26) Bu kavramın Anadolu’ya Türklerin İslamiyet’i seçtikten sonra nasıl yerleştiği ve nasıl kendi kültürlerine göre yorumlandığını şöyle açıklamaktadır.

Fütüvvet kelimesi, hem her toplumda karşılaşılabilen yiğitlik ülkülerinin Arap toplumundaki tezahürünün adı hem de bu ülkü etrafında şekillenen birliklerin adıdır. Türkler İslamiyet'i kabul ettikten ve Anadolu'ya yerleştikten sonra fütüvvet ülküsünü benimseyip kendilerine has yiğitlik, cömertlik ve kahramanlık vasıflarıyla süslemişlerdir.

Yılmaz, (2009:4-5) ise fütüvvetten bahsederken, daha çok içeriği üzerinde durmuş ve uyulması gereken yazılı kural ve normlardan bahsetmiştir. Bütün prensiplerini dinin asli kaynaklarından alan fütüvvet teşkilatının (ve bu arada ahiliğin) nizamnamelere de "fütüvvet name" adı verilmiş ve bunlarda fütüvvetin adap ve erkânı açıklanmıştır. Eski esnaf teşkilatından ve fütüvvetten söz eden bu fütüvvet namelerde, sanatın genel ilkeleri, gizli kalması gereken sırları, sanata girmek için geçirilmesi gereken imtihan gibi aşamalar ayrıntılı bir şekilde yazılmıştır.

Fütüvvet namelerde Fütüvvetin esasları

Fütüvvet ehli su esaslara riayet etmelidir:

1-Vefa/doğruluk,

2-Güven/emniyet,

3-Cömertlik,

4-Nasihahat,

5-Tevazu,

6-Tevbe,

7-Af.

Fütüvvet ehli şunlardan sakınmalıdır:

1-İçki,

2-Zinâ,

3-Livata,

4-Yalan,

5-Gıybet,

6-Hile.

a.g.t, (2009:4) Bu prensipler “eline, beline ve diline sahip olmak” şeklinde özetlenebilir. Yılmaz ayrıca fütüvvet anlayışında önemli bir noktaya daha vurgu yapmaktadır, fütüvvet yolundaki melamet anlayışına göre çalışıp kazanmak (iktisab) ve başkalarına yük olmamak, ‘arif’ unvanıyla alınıp başkalarına yük olmaktan daha iyidir.” Bu yolun mensupları hem kendilerini gizlemek, hem de çalışıp kazanarak başkalarına yük olmamak için bir meslek sahibi olmayı ve o meslek unvanıyla anılmayı zahid ve sūfi (unvanlarıyla anılmaya tercih etmişlerdir) buradan da anlaşılacağı gibi aslında üretimin içinde bulmak ve çalışmak toplum tarafından beklenen kabul gören davranış kalıpları olurken, işsiz ve aylak olarak gezmek ise toplum tarafından hoş karşılanamayacağından söz edilmektedir.

3.2.2. Ahilik Örgütü

Sancaklı, (2010:2) Ahi kelimesinin hangi kökten türetildiği konusunda farklı yaklaşımlar olduğunu söylemektedir. Örnek olarak Ahi kelimesinin Arapçada ‘kardeşim’ manasına gelen “ahi” kelimesinden geldiğini söyleyenler olduğu gibi, Türkçedeki “akı”dan (cömert, eli açık, yiğit) türetildiğini ileri sürenlerinde olduğundan bahsetmektedir. Temelde Kur’an ve Hz. Peygamberin sünnetine dayandırılan prensipleriyle İslami anlayışa doğrudan bağlı olan Ahiliğin, tasavvufta önemli bir yeri bulunan “uhuvvet”i hatırlatmasından dolayı da kolayca yayılması ve kabul görmesi mümkün olduğunu söylemiştir. Turan, (2007:173) ahiliğin ortaya çıkışı ve tarihte hangi aşamalardan geçerek yayıldığı konusunu şöyle açıklamaktadır. Tarihi gelişim çizgisinin ortaya koyduğu üzere Ahilik başlangıçta bir esnaf kuruluşu olarak ortaya çıkmamıştı. Aksine 9. ve 10. yüzyıllarda Horasan’da yaşayan Hafs-i Haddad (ö.883) ve Hamdun-i Kassar (ö.884) gibi ilk Melameti Fütüvvetçileri esnaf tabakasından oldukları için Ahilik bu gelenek üzerinde gelişmişti. Fütüvveteye dayalı Melametilik sayesinde bâtinî hallerini gizleme ve halkın teveccühünden uzak olma amacıyla herhangi bir özellik göstermeyen

kimseler doğrudan iş hayatının içinde yer almışlardı. Üretim Ahiler için başlangıçta ticari gayelerden çok ihtiyaçları karşılamak üzere yapılan bir uğraştı. Ahilik, XIII. Yüzyıldan XX. Yüzyıla kadar Anadolu'daki esnaf ve sanatkâr birliklerine verilen bir addır. Göç ile Anadolu'ya gelen Türklerin çoğunluğunu esnaf ve sanatkarlar oluşturuyordu. Bizans sanatkârlarıyla rekabet edebilmek, üretilen malların kalitesini korumak, üretimi ihtiyaca göre düzenlemek, sanat ahlakını yerleştirmek, Türk halkını ekonomik yönden bağımsız hale getirmek gibi nedenler ahiliğin kurulmasına sebebiyet vermiştir (Niray, 2002:1). Anlaşılacağı üzere ahi teşkilatı Türk toplumu için sadece bir esnaf teşkilatından çok, birlik ve beraberliği sağlayan, dayanışmayı güçlendiren ve aidiyet duygusu oluşturan bir mesleki ve sosyal birlik olduğunu ifade etmiştir.

Gelici, (2007:50) Bahsettiği üzere ahi teşkilatı önceleri birkaç meslek kolunu kapsayan küçük bir teşkilat iken zaman içerisinde bütün esnaf kapsayan ve en küçük kırsal alanlarda bile örgütlenmeyi başarmış bir örgüt yapısına dönüşmüştür. Bununla da kalmayıp, merkezi olarak yönetilmesi gerçek anlamda örgütlenmesini sağlamıştır. Dini bir alt yapı ile güçlenmiş bu örgütlenmeyi Gelinci şöyle açıklamaktadır. Başlangıçta, debbağ, saraç ve kunduracıları kapsayan bir teşkilat olarak ortaya çıkan, fakat gelişerek bütün esnafı ve üye olmak isteyenleri de bünyesinde toplayan Ahi Birliği zamanla çok yönlü ekonomik ve sosyal bir kuruluş haline almıştır. Böylece, Anadolu'nun her şehri, kasaba ve hatta büyük köylerine kadar örgütlenme işlerdir. Bu yerleşme yerlerinde, birbirine yakın meslek mensupları yanı birlikte, daha küçük yerlerde ise bütün meslek mensupları yanı birlikte toplanmışlardır. Yerleşim biriminde kurulan Ahi Birlikleri arasındaki münasebetleri Büyük Meclis sağlardı. Ülke sathındaki bütün Esnaf Birlikleri ise merkezi Kırşehir'de bulunan Ahi Evren Zaviyesi'ne bağlıydılar. Bu zaviyenin başında bulunan Ahi Baba, bütün sanatkârların piri kabul edilen Ahi Evran Veli'nin halifesiydi ve bütün Esnaf Birlikleri ona bağlıydı. İdare merkezden bu şekilde sağladığından bahsetmektedir.

Özerkmen, (2004:69). Ahiliğin temel misyonunun; mükemmel bireyler yetiştirmek, mükemmel topluluklara ulaşmak, dünyayı düzene koymak ve bu biçimde “insanlara ve insanlığa hizmet edebilmek” olduğunu söylemiştir. Ahiler, misyonlarını yerine getirebilmek için önceleri kendilerinin mükemmel olmaları gerektiğinin farkında olduklarını, diğer bir deyişle, Ahi önce kendisine çekidüzen vermelidir ki, inandırıcı

olsun, hizmet sunabilsin. Ahinin üç şeyi bağlanır, üç şeyi açılır: gözü haram olan şeylere, ağız günah olan sözlere, eli zulümlere bağlanır ama buna karşılık; kapısı konuklara, kesesi ihtiyacı olanlara ve sofrası bütün açlara açılır.

Kantarıcı, (2007:66) Ahi örgütlerinin hayatta bakış tarzları ve kültürlerine göre uyması gereken kuralların önemi Kantarıcı tarafından şöyle aktırılmıştır. Ahi kültürüne göre insan iki kürekli bir kayığa benzer. Bir kürek üretim, ticaret, ekonomi, sanat gibi işleri temsil eder, diğer kürek insan ilişkileri ile ahlâkî değerlerdir. Kayığın düzgün ve hızlı hareket etmesi için her iki küreğin de aynı güç ve ritimde çekilmesi gerekir. Küreklerden biri çekilmez ise ya da az çekilir ise kayık olduğu yerde dönecektir. Ahilik, sanat, ticaret ve mesleğin, olgun kişilik, ahlâk ve doğruluğun iç içe girmiş bir alaşımıdır. Ahi diye anılan kişi kesin olarak bir sanat, ticaret ya da meslek sahibidir. O, bununla birlikte olgun, ahlâklı, merhametli, iyiliksever ve her işinde, her davranışında dürüst ve güvenilir bir kişidir (Tatar ve Dönmez, 2008: 198). Ahilik tanımı net bir biçimde yapılmış ve toplumda ahilik anlayışına uygun davranışların uygulanması hem ahiliğe olan güveni arttırmış hem de toplumda saygın bir yere gelmeyi başarmışlardır. Ahiliğin, Fütüvvetçilik kavramından ayıran temel özellikleri şöyle açıklamışlardır. Fütüvvetçilik daha çok kişisel erdemlere ve askeri niteliklere önem verdiği halde, Ahilik, XIII. yüzyıl başlarında Osmanlı Devleti'nin askeri ve yönetim kurullarını düzene koymasına dek, hem esnaf ve sanatkar gibi, hem de devletin askeri güçleri yanında Abbasiler yönetimindeki fütüvvetçiler gibi onlara yardımcı olarak görev yapmış bir kuruluştur. Amaçtaki bu farklılık, kendisini teşkilatlanmada da belli eder (Öztürk,2002:43).

3.2.3. Lonca

Toplumsal değişme ile birlikte mesleki örgütlerde de çağa uygun şekilde değişiklikler geldiği gözlenmektedir. Bu değişikliklerin kaynağı genellikle toplumda meydana gelen fiziki, siyasi ve coğrafik değişiklikler olduğunu söyleyebiliriz. Lonca örgütlenmesi de Ahilikten sonra ortaya çıkmış ve zamanın şartlarına göre dizayn edilmiş bir mesleki örgütlenmedir. Yazıcı, (1994:155) Lonca örgütünün kelime anlamını ve fütüvvet ve ahilik örgütlerinden sonra kurulma nedenini şöyle açıklamıştır. Kelimenin İtalyanca *Loggia* ve Fransızca *Loge* ile ilişkisi de, Avrupa ile artan ticari münasebetlerin bir sonucu olarak değerlendirilebilir demiştir. Netice itibariyle Lonca; Osmanlı ülkesindeki

bir merkezde, aynı mesleği icra eden esnaf ve sanatkârın, mesleki dayanışma amacıyla oluşturdukları, devlet kontrolündeki organizasyon ve bu organizasyonun bulunduğu yere verilen isim olmuştur. Bilindiği gibi loncalar; İslam toplumlarındaki esnaf arasında, çok uzun bir geçmişe sahip bulunan Fütüvvet ve Ahilik zincirinin, zamanın şartlarına göre değişikliğe uğramış bir devamıdır. Bir esnaf teşekkülü olarak loncaların, Fütüvvet ve Ahilikten farkı, tasavvufî cephelerinin gitgide önemli ölçüde ihmale uğramış olmasıdır. Bu halleriyle loncalar, esnaf ve sanatkar arasında dayanışmayı sağlayan, bir bakıma işveren sendikasıdan daha ileride üretim kooperatifleri olarak nitelenebilecek kuruluşlardır. Osmanlı döneminde esnaflar mutlaka bir loncaya kayıtlı olmuş, loncanın koruması ve denetimi altına girmiştir. Dükkân açmak için gedik sahibi olmak gerekirdi, bunun anlamı; ustalık belgesi için çıraklık, kalfalık yapılması gerekirdi. Bu dönemde özellikle işveren durumundaki ustalar, işçi durumunda olan kalfa ve çıraklar bu teşkilata dahil olmuşlardır (Orhan, 1973:22). Osmanlı'da ilk olarak loncalar dini ayrıma göre Müslümanlar, Hıristiyanlar, Museviler için ayrı ayrı kurulmuştur. Ancak, ekonominin milletlerarası alanda kazandığı güç sebebiyle, Osmanlı loncaları, dini ayrılıkları ortadan kaldırarak birleştiler. XV. yüzyıldan itibaren loncalar arası rekabet yasaklanmış, ekonomik kaynaklar ve hammaddeden itibaren fiyatlar sıkı kontrol altına alınmıştır (Tosun, 2010:30).

Çelik, (2004:62-63) Osmanlı imparatorluğunun farklı bölgelerinde lonca örgütünün farklı şekilde geliştiğinden söz etmektedir. Çelik lonca örgütüyle ilgili şunları söylemiştir. Loncalardaki örgütlenme tarzının tüm Osmanlı İmparatorluğu'nda aynı olmadığı, işkolları ve üretimin farklılaşmasına bağlı olarak zaman ve mekan anlamında değişik şekillere büründüğü kabul edilebilir görünmektedir. Özellikle batı kapitalizminin sonucu olarak imparatorluğa giren yabancı mallarla rekabetin XIX. yüzyılda kızıştığı ve lonca üretimine büyük zararlar verdiği düşünülürse örgütlenme ve üretim tarzında bu dönem için büyük değişikliklerin olduğu ya da olması gerektiği düşünülebilir.

3.2.4. Gedik Örgütü

Yörük, ve diğ. (2002:300-301) Ahi'lik, faydalı sosyal ve ekonomik görevler yapmış ve etkinliğini 17. yüzyıla kadar sürdürdüğünü söylemektedirler. Osmanlı Devleti'nin egemenliğinde Müslüman olmayan halkın da bulunması sebebiyle çeşitli dinler arasında

ortak çalışma zorunluluğu belirlemiştir. Bu nedenle eski niteliğinden fazla bir şey kaybetmeden yeniden bir teşkilat oluşturulmuştur. Bu teşkilat Gedik adını almıştır. Gedik teşkilatının bulunduğu dönemde bir kimse, çıraklık ve kalfalıktan yetişip ustalığa geçmeden, başka bir deyimle gedik sahibi (Gedikli) olmadan dükkân açmak suretiyle sanat ve ticaret yapamadığı anlaşılmaktadır. 1860 yılına kadar süren bu sistem, Tazimatın ilanı ve yabancı devletlerle yapılan ticaret anlaşmalar sonunda sanat ve ticaretin gelişmesine engel olabileceği düşüncesiyle kaldırılmıştır. Buna rağmen Ahilikten gelen; yönetim anlayışı, kurullar ve toplantılar, mesleğe başlama, mesleki eğitim, meslekte yükselme ve işyeri açma törenleri uzun yıllar uygulanmış ve sonradan hazırlanan hukuk kurallarına da ışık tutmuştur. Mahiroğulları, (2008:143-144) Ahilik teşkilatının Osmanlı'nın gerileme döneminden itibaren çözülmeye başlamasıyla XVIII. yüzyılın ilk çeyreğinde (1727) bu örgütlerin yerine, özü terk edilmeden “tekel” (monopol) ve “imtiyaz” (privilege) anlamına gelen “gedik-lonca (corporation)” lar devreye sokulduğu aktarmıştır. Gedik teşkilatının, ahiliğin temelindeki “ihtiyaca göre üretim” ilkesi doğrultusunda “ihtiyaç kadar işyeri” mantığıyla hareket ettiğini, bir yörede yeni bir işyerinin açılması, o yörede nüfusun artması, ya da mevcut işyerlerinden birinin sahibinin ölüm-hastalığı sonucunda kapanıp çarşıda “gedik” açılmasıyla mümkün olabildiğini yazmıştır. Yüzyılın son çeyreğine doğru “ticaret meclisleri” kurulmuştur Gedik teşkilatları XX. Yüzyılın başlarında, 1912-1913'te çıkarılan bir yasayla tamamen kaldırılmıştır. Anlaşılacağı üzere sanayi devrimiyle birlikte eski usul teşkilatlanmalar da çözülmeler olmuş, kanuni ayrıcalıklarını kaybetmişlerdir. Fakat bu teşkilatlar sanayi sonrası kurulan örgütlenmelere yol göstermiştir. Geçmişten gelen mesleki örgütlenme kültürü Türk toplumu için çok değerli bir miras olduğu açıktır.

3.2.5. Çağdaş Mesleki Birlikler

Profesyonel mesleğe ilişkin kavramlaştırmalarda yüksek eğitim sistemine büyük önem verildiği görülmektedir. Profesyonel meslekler konusundaki gerçek farklılaştırıcı özellik, bu meslekler tarafından yerine getirilen görevlere yönelik piyasa talebinin, yüksek eğitim ile kurumsallaşmış dernekleri sayesinde yönlendirildiğidir (Seçer, 2009:37).

Ersöz, (2008:95-96) ülkemizdeki meslek oda ve birlikleri, tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları olduğundan bahsetmektedir. Bu kuruluşların

tarihsel gelişimine bakıldığında, Ahilik ve daha sonra Ahiliğin yerini alan Lonca sistemine dayanan köklü bir geçmişe sahip oldukları görülmektedir. 19. yüzyılın ortalarına kadar varlıklarını “lonca” ve “gedik” olarak sürdüren mesleki birliklerin tarihsel işlevlerini tamamlamaları nedeniyle bu yıllardan itibaren çeşitli meslek odaları kurulmaya ve bunlarla ilgili yasal düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır. Nitekim Türkiye’de ilk ticaret odası, resmi olarak, 16 Ocak 1882’de, bugün İstanbul Ticaret Odası olan “Dersaadet Ticaret Odası” adıyla, İstanbul’da kurulmuştur. Ticaret ve sanayi odalarına ilişkin ilk hukuksal düzenleme ise 1910 tarihli Ticaret ve Sanayi Odaları Nizamnamesi ile getirilmiştir. Yine, Ziraat odalarının kuruluşu ve bu odalara ilişkin hukuksal düzenleme nispeten daha öncedir. Ziraat odalarının kuruluşu ilk kez 1881 tarihli bir tüzükle gerçekleştirilmiştir. Görülmektedir ki mesleki birliklerin kültürü eski mesleki birliklerden gelmekte ve bazı kuralları günümüzde devam ettirilmektedir. Cumhuriyetin ilanından önce çağdaş mesleki örgütlenmeleri diyebileceğimiz yapılaşmaların oluştuğu ortaya çıkmaktadır.

Karasu, (2001:81-82) “Meslek birliklerinin kuruluş tarihinin eskiliği ile sahip olduğu güç arasında pozitif bir ilişki olduğundan bahsetmektedir. Profesyonelleşme sürecinin en önemli aşamalarından birinin mesleki birliklerinin kurulması olduğu düşünülürse bu anlamlı bir ilişkidir. Karasu’nun aktarımıyla Hickson ve Thomas 1969 yılında yapmış oldukları araştırmada, Britanya’da o dönemde var olan 43 ‘nitelikli meslek birliğinin profesyonelleşme derecesini incelemiş, bu incelemede mesleklerin uzmanlaşma ölçek puanları ile meslek örgütlerinin kuruluş tarihleri arasında tutarlılık esas alınmıştır’. Araştırma sonucunda, birliklerin kuruluş tarihi en eski olan mesleklerin, profesyonelleşme derecesinin en yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Hickson ve Thomas, yerleşik mesleklerin yenilere göre, pazarı kapmak, toplumda statü ve güç elde etmek, toplumsal kurumlarda yer edinmiş olmak ve bunun verdiği iktidar sahip olmak gibi avantajları olduğunu kabul etmekle birlikte; profesyonelleşme derecesini mesleklerin eskiliği ile açıklayan düşünceler yerine, nitelikli meslek birliklerinin eskiliği ile açıklamayı tercih etmektedir”.

Tablo 2: Bazı Meslek Birliklerinin Birleşik Krallık, ABD ve Türkiye’de Kuruluş Tarihleri

	HUKUK	HEKİMLİK	MUHASEBECİLİK	MÜHENİSLİK
ABD	1878	1847	1887	1852
B.KRALLIK	1824	1854	1880	1818
TÜRKİYE	1969	1953	1989	1954

Kaynak: Karasu, (2001:82) A.M. Carr-Saunders, anılan “Professionalisation in...” s.3; H.Wilensky, anılan “The Professionalization..,” s.143

Ersöz, (2008:95-96) mesleklerin yasal bir dayanağa kavuşmasıyla ilgili olarak meslek odalarının anayasal dayanağa kavuşmaları ise 1961 Anayasası ile mümkün olduğunu söylemiştir. Bu Anayasa ile birlikte, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları Anayasal düzen içinde, Anayasal kurum olarak yerini almışlardır. 1924 Anayasası, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarına ilişkin bir düzenleme içermemekteydi. “Tüccar ve sanayicilerin, tabiplerin, mühendis ve mimarların, veteriner hekimlerin, eczacıların, tarımla uğraşanların” odalarını düzenleyen yasalar ise 1950–1957 yılları arasında yürürlüğe konulmuştur. 1961 Anayasası’na göre kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları 1982 Anayasası’nda çok ayrıntılı bir biçimde düzenlenmiştir. 1961 Anayasası’nın 122. maddesinde bu kuruluşlarla ilgili düzenleme oldukça kısa olup sadece 3 fıkradan ibaretti. 1982 Anayasası’nda ise ayrıntılı bir biçimde düzenleme yapılmış ve meslek kuruluşlarının disiplin altına alınmaları ve özellikle siyasi faaliyette bulunmalarının engellenmesi amaçlanmıştır. Mesleki örgütlenmelerin ülkemizde diğer ülkelere göre neredeyse 100 yıl gecikme ile kurulmuş olmaları bu mesleklerin diğer sanayileşmesini tamamlamış ülkelere tam anlamıyla profesyonelleştiğini ülkemize ise yeni yeni profesyonelleştiğini göstermektedir.

Mesleki örgütlenmelere en çok karıştırılan konulardan bir tanesi de, sendikalar ile mesleki örgütlenmelerin birbirleri ile karıştırılmasıdır. Karasu, (2001:79) Sendika tarzı örgütlenmeler ile mesleki örgütlenmeler arasında bir ayırım yapmıştır. Karasu, Sendika örgütleri, sınıfsal temelinde örgütlenen birlikleri olarak tanımlamıştır. Bu nedenle bu iki örgütlenme öncelikle üyelerinin niteliği açısından farklılaşmaktadır. Sendikanın

geleneksel üye tabanı işçiler oluşturur. Buna karşılık mesleki birliklerin üyeleri bağımsız ya da maaşlı konumda çalışan konumuna gelmiş profesyonellerin meslek birlikleri ile olan ilişkileri zorunlu üyelik ile sınırlı kalmaya başlamış, profesyoneller meslek birlikleri yerine daha çok ekonomik kaygıları gidermeye yönelik mücadele veren sendika üyeliğini tercih eder hale gelmiştir. a.g.t. (79-80) Sendika örgütlerinin öncelikli işlevi kamusal ya da özel örgütlerde sunulan uğraşlara da profesyonel hizmetin örgütlü alıcılarına karşı üyelerini özellikle ekonomik ve siyasal haklar açısından korumaktadır. Sendikalar, bu işlevlerini yerine getirirken, doğrudan iş ilgili düzenlemeleri ve kolektif hareketi öne çıkarmaktadır. Buna karşılık meslek birlikleri, daha çok meslek ile ilgili işlev alanını düzenlemek, meslek bilgisinin üretimini sağlamak, meslek üyelerinin özlük haklarını ve yükümlülüklerin belirlemek gibi işlevleri yerine getirmektedir. Meslek birlikleri sendikalardan farklı olarak kolektif hareketi öne çıkarmaz. Profesyonelleşmenin, sendikalaşma hareketinden farklı olarak sınıfa dayalı bir örgütlenme ve bu yönde politika üretme sürecine dayanmaması nedeniyle meslek birlikleri ile sendikalar arasında temelde ideolojik bir ayrım olduğu belirtilmektedir.

3.2. Halkla İlişkiler Mesleğinin Profesyonelleşmesi

3.3.1. Halkla İlişkiler Tanımı

Günümüzdeki biçimde halkla ilişkilerin oluşmasına neden olan başlangıç olarak kapitalist ekonomik ve siyasal pazarın çıkışı ve özellikle gelişme safhasındaki sorunlarını verilebilir. Bu da konuyu genel olarak burjuvazinin çıkışı ve feodal sistemin çöküşünü hazırlayan koşullara ve özel olarak 19. yüzyılın koşullarına kadar geri götürmektedir. Dolayısıyla, halkla ilişkilerin günümüzdeki biçimiyle gelişmesi kapitalist üretim tarzı ve ilişkilerinin Avrupa'da özellikle de Amerika'da gelişmesine bağlı olarak olmuştur (Keloğlu, 2003:92). Buradan da anlaşılacağı gibi Halkla ilişkiler aslında sanayi devrimini sonucunda ortaya çıkan ve sanayileşmesini tamamlamış ülkelerde daha etkin olarak faaliyet gösteren bir meslektir. Halkla ilişkiler çabalarına daha ilk yüzyıllarda önem verilmiştir. Halkla ilişkiler genç bir meslek olmasına rağmen halkla ilişkiler uygulamalarının geçmişi çok eskilere dayandığı bilinmektedir.

Halkla İlişkiler terimini oluşturan halk ve ilişki kavramlarını gerçek ve yan anlamlarıyla ayrı ayrı inceleyerek bazı tespitlerde bulunabiliriz. Halk, günlük yaşamda en yoğun kullanılan kavramlardan biridir. Sosyal bilimlerin her dalında kullanılan bu kavram aslında sosyolojiye aittir. Belli örgütlü yer ve zamanda yaşayan ortak özelliklere sahip insan topluluğunu anlatmak için kullanılır. Günümüzde halk sözcüğü farklı bağlamlarda farklı anlamlarda kullanılır. Kullanım, örgütlü ilişkilerin doğasına ve ideolojik biçimlendirmeye göre değişir. Örneğin siyaset sosyolojisinde halk, ülke olarak betimlenen bir siyasal birimi oluşturan insan kitleleri veya seçmenler olarak ele alınır; yönetici sınıfların (üst tabakanın) dışında kalanlar ve yönetilenler olarak da tanımlanır. Hatta daha da ileri gidip, halk sözcüğüne belli bir durumu, davranışı, olguyu, insanı, insan gruplarını küçümsemek, hor görmek amacıyla avam, vasat, düşük kalitede, basmakalıp, sıradan, ucuz gibi olumsuz anlamlar yüklendiği de olur. (Tuncel, 2009:110). Karadeniz, (200:4) Halkla ilişkiler kavramını açıklamaya halk ve ilişkiler kelimelerinin kökenini ve Türkçeye nasıl geçtiğini açıklayarak başlamıştır. Karadeniz'e göre Halk kelimesi İngilizce 'de "public", Fransızca 'da ise "publique" olarak kullanılmaktadır. Public (pub) halk, kamu anlamına gelmektedir. Kamu, genel toplum içindeki bir bölümü temsil etmekte ve bu bölümün kendi içerisinde birçok ortak özelliği bulunmaktadır. Türkçe'ye Halkla İlişkiler" olarak geçen bu kavram, İngilizce 'de "public relations", Fransızca 'da "Relations publiques" olarak isimlendirilmektedir. "Halkla ilişkiler sektöründe çalışanlar, genellikle halka ilişkiler kavramının ifade ederken İngilizce 'deki baş harfleri olan PR sembolünü kullanmaktadır.

Mesleğin kısacı söylenişi olan PR halkla ilişkiler uzmanlarınca sıkça tercih edilen bir meslek ismidir. Bunun en önemli sebebi insanların Halkla İlişkiler kelimesine yönelik daha önceki dönemlerde mesleğin güzel bayanların yaptığı ve sadece görüntüden ibaret olduğu algısının bir dönem toplumumuzda yaygın olarak kabul görmesiydi. Mesleki birçok terim halen Türkçe karşılığı olmasına rağmen İngilizce olarak söylenmeye devam etmesi de dikkat çeken bir diğer noktadır. Araştırma sırasında katılımcı 2'nin Halkla İlişkiler yerine PR'cıyım demeyi daha çok kullanmasının sebebini şöyle ifade etmektedir.

Maalesef Halkla ilişkiler mesleğini yaptığımı söylediğim zaman tam olarak ne yaptığımı anlamıyorlar, ama PR'cıyım dediğim zaman PR ne olduğunu bilmeseler

bile sordukları zaman onlara daha farklı geliyor. Maalesef ki ülkemizde yabancı kelimelere karşı daha sempatik bir ilgi var. Dönem dönem bazı meslekler, mesleği icra edenler tarafından olumsuz şekilde kullanıldığı için mesleğin itibarını düşürdüler. O yüzden birçok meslek adını değiştirmek zorunda kaldı. Sekreterler Yönetici asistanı oldular. Halkla ilişkiler Kurumsal iletişimci, aslında aynı işi ifade eden iki kelimedede bir tanesi sanki daha itibarlıymış gibi duruyor. (Katılımcı 2)

Kocaman, (2006:22) ise Halkla ilişkiler, bir meslek ve uzmanlık alanı olarak görmektedir. Bu nedenle halkla ilişkilerin, Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği (IPRA) tarafından yapılmış tanımını da vermek gerektiğini düşünmektedir. IPRA halkla ilişkileri; “özel ya da kamu kurum ve kuruluşunun, ilişkide bulunduğu kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek için sürekli olarak yaptığı örgütlenmiş bir yönetim görevi” olarak tanımlamaktadır. Halkla ilişkiler kavramının farklı birçok tanımı olmasına rağmen uluslararası Halkla ilişkiler Birliği’nin tanımı önemlidir. Gerçektende toplumun anlayışını, sempatisini ve desteğini kazanmış olan kurum ve kuruluşların krizlerden daha rahat çıktığını ve toplum gözünde itibarlarının yüksek olduğu yapılan birçok araştırmada ortaya çıkmıştır. Güllüoğlu, (2006:147-148) Halkla ilişkilerin ne olduğuna dair tanımlamaların halkla ilişkilerin işlevi doğrultusunda her geçen gün arttığını söylemektedir. Birçok tanımın varlığına rağmen ortak halkla ilişkilerin üzerinde birleştirilebileceği düşünceleri Güllüoğlu şu şekilde sıralamaktadır.

- Belli bir davranışı benimsetmek için halkı etkilemek, inandırmak,
- Dış dünyanın sempatisini ve iyi niyetini kazanmak amacıyla yöneticilerin başvurduğu yöntemler,
- Yönetimin izlemekte olduğu politikaları halka benimsetilmesi olarak sıralanabilir.

Bu doğrultuda halkla ilişkilerin,

- Yönetimsel görevi
- İletişim süreci

- Kamuoyunu etkileme aracı olarak tanımlayabiliriz

Halkla ilişkiler mesleğinin toplum için vazgeçilmez olmasının yanı sıra kamu yararına faaliyette göstermesi gerekmektedir. Profesyonelleşmeyi başarmış meslekler aynı zamanda kamu yararına faaliyet gösteren mesleklerdir. Halkla ilişkiler mesleği de birçok unsuru ile kamu yararına faaliyet gösteren, toplumun kamu veya özel sektörden beklentilerini artıran, sosyo kültürel hayatta ve sosyal sorumluluk projelerine daha fazla katılımını sağlamada ve en önemlisi demokrasinin gelişmesine doğrudan etkili olduğunu söyleyebiliriz. Halkla ilişkiler mesleğinin kamu ve toplum yararına faaliyetleriyle ilgili dernek üyesi katılımcıların görüşleri şöyledir.

“Evet, halkla ilişkiler mesleği yaptığı iş ve görevi itibari ile kesinlikle kamu yararına faaliyet gösteren bir meslektir.” (Katılımcı 7)

Profesyonel meslekleri diğer mesleklerden ayıran bir takım özellikler bulunmaktadır. Bunların en önemlilerinden bir tanesi kamu yararına faaliyet gösteren bir meslek olmasıdır. Toplumlarda hukuk sorunları hukukçularca çözülmüşken, sağlık sorunları doktorlarca ve eğitim sorunları da eğitimcilerce çözülmektedir. Bu mesleklerin hepsi kamusal hizmeti sağlamaktadır. Halkla ilişkiler mesleğinin yaptığı işler itibari ile bu gruba girdiği görülmektedir.

“Kamu yararı diğer adı ile toplum yararına faaliyet gösteren bir meslek kolu olduğunu düşünüyorum. Kamu yararı topluma ekonomik, sosyal gelişine katkıda bulunmak olarak anlaşıldığını düşünüyorum. Halkla ilişkiler mesleği de çoğu faaliyeti ile bu kriterleri fazlası ile karşılıyor.” (Katılımcı 12)

“Evet, yaptığımız iş tanımlarına bakarsak birçoğu toplum yararına olan şeyler” (Katılımcı 14).

Katılımcı 13 ve 14’de ifadelerinden anlaşılacağı gibi, Halkla ilişkiler mesleğinin bünyesinde barındırdığı birçok Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyeti aslında toplumun gelişmesi, devletin her şeye yetişemeyeceği mantığı ile sorumluluk almasıdır. Kurum ve kuruluşların sadece vergi ödeyerek toplumsal sorumluluklardan kaçmadığını görmekteyiz. Bünyelerinde Halkla ilişkiler departmanı bulunan şirketlerin toplumsal olaylara daha duyarlı olması aslında mesleğin önemini göstermektedir. Ayrıca iletişim

olanaklarının gelişmesi, sosyal medya unsurları olan Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinin güçlenmesi iletişim mesleğinin yakın bir zamanda daha çok ciddiye alınacağını ve tıpkı diğer profesyonel mesleklerde olduğu gibi iletişim alanının da bu alanda yetkin olan uzmanlar tarafından yürütüleceği düşünülmektedir.

3.3.2. Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişim Süreci

As, (1984:2) konuyla ilgili ilk çalışmaların, Forum adlı eski bir halkla ilişkiler aracı olduğundan bahsetmektedir. Mardin ise Halka olayları haber verme konusunda, bundan 3000 yıl önce eski Teb de papirus üzerine yazılmış yarış ilanları, zamanımıza kadar bozulmadan kalmış en eski tanıtım örneklerinden olduğunu söylemektedir (Mardin, 1987:21-22). 1987 yılında düzenlenen Halkla ilişkiler konferansında Mardin (1987:21-22) bahsetmiş olduğu örnekte ise ilk halkla ilişkiler çalışmaların Amerika Birleşik Devletlerinde yapılmaya başlandığını söylemiş ve ABD’ de tanıtım olayı toplumun tarihinden de daha eski olduğunu ve ilk mesaj göndermenin önemini Kızıldereliler’in duman sinyallerinin getirdiği sonuçlardan öğrendiklerinden bahsetmiştir. Yapılan araştırmalar göre, Amerika’nın tanıtımaya yatkınlığı 1644’de doğu kıyısında yerleşen gruplara dayanır. İlk sistemli bağış toplama veya fon kurma çabaları 1641’de o devirdeki ufak Harvard Üniversitesi’nin İngiltere’ye gönderdiği misyoner ekiple başladı. Bu misyonerler İngiltere’ye vardıklarında Harvard hakkında bilgi içeren bir tanıtım mektubuna veya bir kitapçığa ihtiyaçları olduğunu anladılar. Bu kitapçık basılmadıkça yardım toplamaya başlamayacaklarını bildirmeleri üzerine Harvard yöneticileri Massachussets’de metinleri hazırladılar ve daha ucuz olacağından baskısı Londra’da yapılan kitapçık misyonerler tarafından kullanılmıştır. İşte, adı “ilk meyveler” olan bu tanıtım materyali halkla ilişkiler tarihinde kabul edilen ilk broşürdür. Günümüzde milyonlarca basılan bu broşürler şirketler aracılığıyla hedef kitlelere gönderilmektedir. Summak, (2001:16) Modern manada halkla ilişkilerin temeli A.B.D.’de atıldığını söylemiştir. Halkla ilişkiler kavramı ilk olarak A.B.D. devlet başkanı Thomas Jefferson 1807’de kongreye gönderdiği bir mesajda kullanmıştır. Woodrow Wilson Beyaz Sarayda sürekli ve düzenli basın toplantıları düzenlemiştir. Jockson’un halkoyu danışmanı A.Kendall tarafından kamuoyu araştırmaları 18. Yüzyılda başlamış ve hızlı bir şekilde de yayılmıştır. 1896 yılında yapılan seçim kampanyalarda halkla ilişkiler çok önemli bir yer tutmuştur. Bu kampanya halkla

ilişkilerin planlı ve düzenli bir biçimde uygulandığı ilk seçim kampanyasıdır. Aynı zamanda bu yıllarda bir firma G.Harvey isimli bir gazeteciyi, yalnızca halkla ilişkilerle uğraşmak firma ve kamuoyu arasında çıkan sorunları çözmesi için bünyesinde çalıştırmaya başlamıştır. 1917 yılında Halklı Aydınlatma Komitesi (Committee On Public Information) kamu yönetimini ilk halkla ilişkiler birimi olarak çalışmaya başlamıştır.

İngiltere’de bilinen ilk bilinçli halkla ilişkiler uzmanı Sir Stephen Tarrensts’dir. Yine İngiltere’de halkla ilişkiler sözcüğü ilk kez 1932 yılında kullanıldı. 1939-1945 yıllarında yani II. Dünya Savaşı sırasında devlet tarafından yürütülen kampanyalar da halkla ilişkiler mesleğinin yerleşmesini sağladı Kanada’da 1940’da, Fransa’da 1946’dan itibaren (La Maison de Vevre:Cam Evi), Hollanda’da 1948’den, Norveç’te 1949 da mesleki faaliyetler başladı. İtalya, Belçika, İsveç ve Finlandiya’da, 1950’den itibaren, Orta Amerika, Güney Amerika, Avustralya, Japonya, Yeni Zelanda ve Güney Afrika’da ise 1950-1955 yılları arasında Halkla İlişkiler mesleği yayılmağa başladı (Asna, 1987:26).

Tablo 3: Halkla İlişkiler Mesleğinin Ülkelere Yayılışı

	HALKLA İLİŞKİLER MESLEĞİNİN ÜLKELERDE YAYILIŞI	BAŞLANGIÇ YILI
1	İNGİLTERE	1932
2	KANADA	1940
3	FRANSA	1946
4	HOLLANDA	1948
5	NORVEÇ	1949
6	İTALYA, BELÇİKA, İSVEÇ, FİNLANDİYA	1950
7	ORTA AMERİKA, GÜNEY AMERİKA, AVUSTALYA, JAPONYA, YENİ ZELLANDA VE GÜNEY AFRİKA	1950-1955
8	TÜRKİYE	1961

Kaynak: Betül Mardin’in 1987 yılında düzenlenen Halkla ilişkiler sempozyumu bildirisinden uyarlanmıştır.

3.3.3. Türkiye’de Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerçek anlamda başlaması maalesef ki diğer ülkelere göre daha geç olmuştur. Gerçi Osmanlı imparatorluğu döneminde halkla ilişkiler örneği sayılabilecek uygulamalara rastlanılmakta ise de bunlar bilinçli bir halkla ilişkiler uygulamasından çok, iyi bir yönetim için harcanan çabaları göstermektedir (Bostancı, 1998:35). Yıldırım ve Metin’e (2006:46) göre Türkiye’de Halkla İlişkiler tamamen dışarıdan gelen bir yapıdır ve etiği de farklı şekilde gelişmektedir. Türkiye’de ilk halkla ilişkiler, cumhuriyetin kurulmasıyla beraber Atatürk’ün yaptığı inkılâpları halka tanımasıyla ile başlatılabilir. Bu başlangıç 1920’lerde genç Türkiye Cumhuriyeti’nin ulus kurma çabasında olduğu bir dönem içinde gerçekleştirilmiştir. Tek partili devletçi bir yapıda, profesyonel anlamda halkla ilişkiler yapma olanağı yoktu. Onun yerine propaganda faaliyetleri için Anadolu Ajansı ve radyo gibi örgütlenmeler oluşturulmuştu. Gazetelerin içerikleri ciddi anlamda denetim altındaydı. En anlamlı halkla ilişkiler faaliyetleri; Atatürk’ün gezilerinde yaptığı tanıtımlardır. Örneğin yeni alfabeyi, şapkayı, traktörü tanıması, “Çiftçi halkın efendisidir” gibi sözleri ve Nutuk’taki sözleri, 23 Nisan’ı çocuklara, 19 Mayıs’ı gençlere armağan etmesidir. Bütün bu tanıtımlar halk tarafından kolayca kabul edildi, çok az bir tepkiyle karşılaştı. As, (1984:3)’a göre Türkiye de resmen bir kamu kuruluşunda halkla ilişkiler ünitesine yer verilmesi 1961 de D.P.T. nın 91 sayılı kuruluş kanunu ile başladı. Daha sonra kamu kuruluşlarında Halkla ilişkiler elemanı ihtiyacının büyümesi üzerine üniversitelerde bu eleman açığını kapatmak için halkla ilişkiler birimleri kuruldu. Bu üniversitelerdeki Halkla ilişkiler eğitiminin yeterli düzeyde olduğu pek söylenmeselde çok yeni olan ve hatta tüm anlamıyla anlaşılmamış olan Halkla ilişkilerin eğitiminin üniversite seviyesinden başlamasını bir başarı olarak kabul etmek gerekir.

Bostancı, (1998:36-38) Türkiye’de Halkla ilişkiler mesleğinin kamu ve özel sektörde nasıl geliştiğini şöyle anlatmaktadır.

“1962 yılında gerçekleştirilen Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesinde, halkla ilişkiler konusuna da yer verilmiştir. Kısaca “Mehtap Projesi” diye isimlendirilen bu projede “Devlet kuruluşlarının her kademesindeki çalışmalarda ve kararların alınmasında halkla yakın ilişki sağlamak zorunludur” denilmektedir. Bugün bile büyük bir değer taşıyan Mehtap projesinde; Türk idaresindeki çeşitli

kademelerde, her kurumun bünyesine uygun olarak halkla temas ve dinleme usulleri kurmak gerektiği belirtilmektedir. 1969 yılında sonra Eczacıbaşı, Koç, Sabancı gibi büyük kuruluşlar, halkla ilişkilere gereken önemi vererek diğer özel sektör temsilcilerinin de benimsemesinde öncülük etmişlerdir. 1972 yılında sayıları henüz çok az olan Halkla ilişkiler uzmanları birleşerek bu konudaki ilk meslek örgütünü kurmuşlardır. “Türkiye Halkla İlişkiler Derneği” adı altında kurulan bu derneğin ilk çalışması, İstanbul ve Ankara’da Sevk ve İdare Derneği ile ortaklaşa düzenlenen seminerler olmuştur. Amacı; Halkla İlişkilerde Türkiye’de sürdürülen çabaları organize etmektir. Bugün Ankara, İzmir, İstanbul ve Bursa gibi illerde bulunan halkla ilişkiler dernekleri kamu ve özel kuruluşlara yönelik çalışmalarını sürdürmektedir”.

Avrupa’da 1932 yıllarda başlayan Halkla ilişkiler mesleğinin olgunlaşması bakıldığı zaman Türkiye’ye çok geç gelmemiştir. Genç bir bilim dalı olması sebebiyle Halkla ilişkiler çok hızlı şekilde ülkemizde kendisine yer edinmiş ve çeşitli örgütlenmeler ile meslekleşme fonksiyonunu yerine getirmek için çalışmalara başlamıştır. Daha önce ki bölümlerde bahsetmiş olduğumuz meslekleri tarihsel örgütlenmeleri ile profesyonelleşme arasındaki ilişki kapsamında şunu dile getirebiliriz, Halkla ilişkiler mesleğinin tarihsel olarak geç sayılabilecek bir zamanda diğer mesleklere göre örgütlenmesini tamamladı için profesyonelleşme düzeyinde diğer örgütlere göre istenen düzeye ulaşamamıştır.

3.3.4. Halkla İlişkiler Meslekleşme Olgusu

Halkla ilişkiler mesleğinin başarılı gelişimi, işletmelerin bu mesleğe bakış açısıyla birlikte mesleği uygulayan halkla ilişkiler uzmanlarının yetkinlik, bilgi, beceri ve yaratıcılıkları ile de ilgilidir (Ciğerdelen, 2006:26). Topluma belirli bir işi yaptırmanın yolu, onu inandırmak ve ikna etmekten geçer. İşte halkla ilişkiler uygulaması böyle bir amaca varmak için bilinen en önemli araçlardan biridir. Bir meslek olarak halkla ilişkiler tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yeni ve hızla gelişme gösteren bir disiplindir. Gelişmelere ve yeniliklere açık olması, geniş imkân ve fırsatları barındırması sebebiyle, bu disiplini meslek olarak benimseyen kitlelerini de sayısı her geçen gün artmaktadır. Halkla ilişkiler yan destek hizmetleriyle birlikte birçok ülkede adeta bir sanayi haline gelmiştir. Ancak her sektör halkla ilişkileri kendi amacı

doğrultusunda kullanmakta olup, bu da halkla ilişkilerin farklı algılanmasına ve uygulamada etik dışı eğilimlerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Güllüoğlu, 2006:146). Bugün birtakım yazar, araştırmacı ve yöneticiler halkla ilişkileri bir meslek hem de toplum içinde önemli etkilere sahip bir meslek olarak görmektedir. 1961 yılında birleşen ve büyük bir örgüt olan PRSA (Public Relations Society of America) ve APRA (American Public Relations Association) halkla ilişkiler mesleği ile ilgili standartlar ve uyulması gereken ahlâki kuralları saptayarak meslekleşmeyi güçlendirmektedirler. Öte yandan birçok kişi ve kuruluş ise henüz halkla ilişkilerin bir meslek düzeyine yükselmediği kanısını taşımaktadırlar. Dictionary of Occupational Titles, halkla ilişkileri bir meslek olarak ele almakta ve yönetsel uzmanlık alanlarından biri olduğunu kabul etmektedir" (Ertekin, 1987:37).

Akbulut, (2008:33-34) Halkla ilişkiler mesleğinin örgütlenmesini ve meslekleşmeye doğru geçirdiği yolu şöyle açıklamaktadır;

"Halkla ilişkiler disiplini gelişirken, meslekleşme yolunda da birçok adım atılmıştır. 1950 yılı Mart ayında İngiltere, Fransa, Norveç ve ABD'li halkla ilişkiler uzmanlarının katılımlarıyla Hollanda'da Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IPRA) oluşumu bir araya gelmiştir. Gerçek anlamda uluslararası bir dernek olarak kuruluşu ise, Mayıs 1955 tarihinde IPRA Konseyi'nin seçimiyle gerçekleşmiştir. Yapılan toplantılar sonrasında kurucu ülkeler arasında Avustralya, Belçika, Kanada, Finlandiya, İtalya ve İsviçre de katılmıştır. Türkiye'den 1960 yılında ilk kez Ahmet Ramazanoğlu'nun üye olduğu IPRA'nın 12 Mayıs 1965'te Atina'da gerçekleştirilen toplantısında kabul edilen Atina Bildirisi, dünyada halkla ilişkiler mesleğinin ilk yazılı anayasası olmuştur".

Ertekin, (1987:39). Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (International Public Relations Association), halkla ilişkilerin bütün dünyada yayılmasına yardımcı olmak ve bu mesleğin belli kurallara uyularak yapılmasını sağlamak üzere "Code d'Athenes" olarak anılan birtakım kurallar saptamıştır. Amaç, halkla ilişkiler uygulamalarını daha uyumlu kılmak, insan haklarına, moral ve sosyal gereksinmelere daha geniş ölçüde cevap vermek ve kurallara uymama halini halkla ilişkiler görevlileri için ağır bir kusur olarak saptamaktır. Atina kurallarına göre halkla ilişkiler görevlilerinin uymakla yükümlü oldukları hususlar şunlardır:

1. İnsan Hakları Evrensel Demecinde belirtilen haklardan insanların yararlanması için moral ve kültürel koşulların gerçekleşmesine yardımcı olmak,
2. Belli başlı haberlerin serbest yayını kolaylaştırarak, herkesin sorumlu, ilgili ve bilgili olabileceği haberleşme kanalları ve ortamını yaratmak, '
3. Davranışlarının benzer işlerde çalışan diğer meslektaşlarını da etkileyeceğini göz önünde tutmak,
4. İnsan haklarına ve kişiliğine saygıyı, mesleğin yürütülmesinde daima unutmamak, insanların görüşlerini ifade edebileceği moral, psikolojik, entelektüel koşulları sağlamak,
5. Her zaman karşılıklı çıkarları olduğunu dikkate alarak örgüt ve halkı birlikte düşünmek,
 - Sözlerinde durmak, halkın memur ve diğer ilgililerin güvenlerini sağlamak için yasalara ve ahlaka uygun hareket etmek,
 - Gerçekleri diğer yükümlülükler yüzünden saklamamak, haberlerin doğruluğunu incelemeyen yayımlamamak,

Konuyla ilgili olarak halkla ilişkiler mesleğinin topluma katkıları konusunda bir dernek üyesi görüşlerini şöyle ifade etmiştir.

“Halkla ilişkiler mesleği toplum için önemlidir. Mesleğin ana görevi toplumu doğru bilgilendirmek ve şeffaflık. Bunlar yapılmassa insanlar kimin ne yaptığını, nasıl yaptığını bilemeyeceklerdi. Ama şu anda insanlar mesleğimiz sayesinde daha fazla şey isteyebilen, bir sorunları olduğu zaman genellikle ilgili müdürü veya Halkla ilişkiler sorumlusunu görmek istiyorum gibi ifadeler aslında insanların sorunlarına çözüm bulabileceklerini düşündükleri, en azından taleplerinin değerlendirilebileceğine inandıkları bir meslek olduklarını görmekteyiz” (Katılımcı 2).

Günümüzde Halkla ilişkiler alanında örgütlenme ve mesleğin uygulamacıları tarafından standartlarının belirlenmesi konusunda değişik çalışmalar yapılmaktadır. Bunlardan bir tanesinde Saydam'ın, (2011:40) Türkiye Halkla İlişkiler derneğinin “Mesleki Yeterlilik

Kurumu” (MYK) ilişkin dernekçe yürütülen faaliyetlerden bahsetmekte olup, Ulusal Meslek Standardı (UMS) oluşturma çalışmalarının sektörle ilişkilendirilmesi konusunda alınmış olan sorumluluk ve girişimlerden bahsetmektedir. Saydam MYK ve UMS her önüne gelenin halkla ilişkiler ve iletişim danışmanlığı mesleğini icra etmesini engelleyecek, sektöre çeki düzen verecek, haksız rekabeti engelleyecek bir çalışma olarak İDA tarafından desteklendiğinden bahsetmektedir. Bilindiği gibi Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK), meslek standartlarını temel alarak, teknik ve mesleki alanlarda ulusal yeterlilik esaslarını belirlemek; denetim, ölçme ve değerlendirme, belgelendirme ve sertifikalandırmaya ilişkin faaliyetleri yürütmek üzere 21 Eylül 2006 tarihli ve 5544 sayılı Kanun ile kurulmuştur. Kurumun temel görevi “Avrupa Birliği ile Uyumlu” ulusal mesleki yeterlilik sistemini kurmak ve işletmektir.” Kurum bu görevini Milli Eğitim Bakanlığı, Yükseköğretim Kurulu, işçi, işveren, meslek kuruluşları ve diğer ilgili kurumlarla işbirliği yaparak yerine getirecektir denilmektedir (www.myk.gov.tr).

3.3.5. Halkla İlişkiler Mesleğinin İşlevleri

Kesgin'e (2006:34) göre Halkla ilişkiler uygulamacılarının sayısı artmaya devam etmektedir. Örgütsel, sosyal, ekonomik ve politik güçler halkla ilişkiler uygulamacılarının itibar ve rolünü tüm dünyada değiştirmektedir. Meiden, dünya çapında 1.5 milyon halkla ilişkiler uzmanı olduğunu söylemektedir. Reed's Worldwide Directory of Public Relations Organizations dünya çapında yaklaşık 150.000 kişinin 215 halkla ilişkiler derneklerine, topluluklarına, kulüplere ve diğer gruplara üye olduğunu bildirmiştir.

Sarı, (2006:24) Halkla ilişkilerin işlevleri aşağıda gösterildiği şekilde sıralanmıştır.

1. Dürüstlük:

Halkla ilişkilerin her aşamasında dürüst davranmak gerekir. Halkın kuruma inanması, güvenmesi hizmetin anlaşılır kılınmasını sağlar. Halkın inanç ve desteğinin sağlanması da halka doğru bilgi vermekle mümkündür. Halkla ilişkiler çalışmaları doğruluk ve dürüstlükten ayrılmamalıdır. Halkla ilişkiler bir sanattır dedik. Halkla ilişkiler sanatında da yalnızca gerçeğin yeri vardır. Halkla ilişkilerde amaç, işletmeyi olmak istediği gibi

değil, olduğu gibi tanıtılmaktır. Gerçek olmayan bilgiler verildiğinde o an için halk inandırılmış olabilir. Ancak sonradan verilen bilgilerle örtüşmeyen gerçekler su yüzüne çıkınca işletmenin halkın gözünde düşeceği durum düşünülemez bile. Halkın gözünden o işletme hakkındaki oluşacak olumsuz düşünceyi silmek çok zordur. Belki de yıllarca sürecektir. Halkın gözünde iyi bir imaj isteyen işletmeler, halka karşı dürüst ve açık olmayı sağlamalıdır.

2. *İnandırıcılık:*

İnandırıcılık, en zor çalışmadır. Başkalarını etkilemek, var olan düşünceyi değiştirmek büyük bir ikna yeteneğini gerektirir. İnandırıcılık ilkesi, halkla ilişkiler etkinliklerini gerçekleştiren kişilerin yaptıkları işin doğru olduğuna inanmaları, bu inanç doğrultusunda çalışmaları ve inandırıcı olmalarını gerektirir. Kişinin inanmadan yaptığına başkalarının inanması beklenemez. Bunun için hedef kitlenin iyi tanınması gerekir. Özelliklerinin, istek ve beklentilerinin, sosyo-kültürel özelliklerinin iyi bilinmesi gerekir. Bu durum, halka ulaştırmak istenen mesajların halkın anlayabileceği bir dille hazırlanmasını ve çeşitli ulaştırma kanallarından verilmesini sağlamak bakımından önem arz etmektedir. Bir mesajın inandırıcı olması için verilen bilgi ile elde edilen sonucun tutarlı olması gerekir. Sonuçların başarılı olduğunu gören halk kuruma karşı güven duyacak ve girişilen çabalara destek verecektir.

3. *Çift Yönlü İletişim Kurmak:*

Halkla ilişkiler, çift yönlü iletişimi gerekli kılmaktadır. Bilinçli bir halkla ilişkiler kampanyası ile halka gerekli bilgiler verilerek onun ilgi ve desteği sağlanırken, halkın kurumdan beklediği istek ve tepkiler de anlaşılmaya çalışılmalıdır. Yapılan çalışmaların ve etkinliklerin halkın gözünde ne gibi anlamlar kazandığını, amacın gerçekleşip gerçekleşmediğini kurulan çift yönlü iletişimle anlamak mümkündür. Amaç yapılan çalışmaları halka direktmek değil, halkın ilgi ve desteği doğrultusunda etkinliğe ulaşmasını sağlamaktır.

4. *Sabırlı Çalışmak:*

Halkla ilişkiler devamlı olan ve sabırla çalışmayı gerektiren eylemdir. Bir kurumun veya işletmenin kısa bir sürede halkın gözünde olumlu ve iyi algılanması, halkın

desteğinin sağlanması, saygı ve sevgi kazanılması uzun bir süreci gerektirir. Halkın gözünde etkinlik kazanılması kolay bir iş değildir. Bunun için planlı ve programlı bir çalışmayı gerektirir. Öncelikli olarak da hedef kitlenin çok iyi araştırılması, tutum ve davranışlarının, istek ve beklentilerinin neler olduğunun öğrenilmesi gerekmektedir. Elde edilen bilgiler ışığında halkla ilişkiler çalışmalarına yön verilmelidir. Daha sonra planlama yapılmalı, kullanılacak araçlar, halka iletilecek mesajlar belirlenmelidir. Bunun için gerekiyorsa bütçe hazırlanmalı, etkinlikte görev alacak personelin nitelik ve niceliği saptanmalıdır. Plan, üst yönetimin onayından geçtikten sonra genel uygulamaya geçmeden önce küçük bir grup üzerinde denemeye geçilmelidir. Böyle bir uygulama aksaklıkların ortaya çıkmasını önleme açısından önemlidir. Olumlu sonuçlar alındıktan sonra halkla ilişkiler kampanyasına geçilmelidir. Bütün bu çalışmalar uzun bir çalışma sürecini gerektirir. Günümüzde işletmelerin bir çoğu halkla ilişkiler çalışmalarını reklam gibi görerek etkilerinin hemen görülmesini ister ve halkla ilişkiler çalışanlarına da bu isteklerini bildirirler. Sonuçların hemen alınmaması durumunda da tepki gösterirler. Olumlu bir imajın hemen oluşması, kamuoyunda sempati ve ilgi kazanmak hemen ve kısa sürede oluşacak bir durum değildir. Uzun süren çalışmaları ve emekleri gerektirir. Üst yönetim, halkla ilişkiler çalışmalarının uzun dönemde sonuçlanacağı konusunda uyarılmalıdır. Ayrıca sabırlı bir bekleyiş gerektirdiği konusunda bilgilendirilmelidir.

5. *Yineleme:*

Halkla ilişkiler çalışması hedef kitleyi etkilemek ve iletilen mesajları kalıcı kılmak için zaman zaman mesajları tekrarlamalıdır. Buradaki amaç, hedef kitlenin iletilen mesajı belleğine geçirmesi ve kolay kolay unutmamasıdır. Halkla ilişkiler etkinlikleri süreklilik arz eder. Halka iletilmek istenen mesajlar sık sık tekrarlanmalıdır. Sürekli olarak halkın ilgisi ve dikkati çekilmeli ve bu dikkat uyanık tutulmalıdır. Tekrarlardan halkın bıktırılacağı endişesi duyulabilir. Ancak insanlar bir kez duyup gördükleri şeylerin üzerinde durmazlar ve kısa sürede akıllardan silinip gider. Verilmek istenen mesajın akıllarda kalabilmesi ve unutulmaması için yineleme ilkesinin uygulanması gerekir.

3.3.5.1. Mesleğin Kişisel Özellikler

Akbulut'a (2008:54-55) göre Halkla ilişkiler alanında çalışan sorumlu ve uzman personelin başarılı olabilmesi için çok yönlü nitelik ve yeteneklere sahip olması gerekmektedir. Halkla ilişkiler bir eğitim, deneyim ve uzmanlık işi olarak tanımlanmaktadır. Geniş bir bilgi birikimi ve beceriyi zorunlu kılan halkla ilişkiler alanında başarılı olabilmek için, iletişim yöntemleri hakkında bilgi sahibi olmak yanında, yönetim, organizasyon yeteneği, dürüstlük ve hepsinin üzerinde güçlü kişilik ve liderlik özelliklerine sahip olmak gerekmektedir. Bernays'a göre halkla ilişkiler uzmanı, çalışma sahası, kamuoyu; kitabı ise, gazeteler, dergiler, yayınlanan makaleler, reklamlar, sokaktaki billboardlar, yasama organı tarafından dağıtılan konuşma metinleri, kalabalık ortamlarda konuşulanlar ve tiyatrolarda dile getirilenlerden oluşan bir öğrenci, aynı zamanda araştırmalardan ve psikolojik verilerden öğrendikleri ile deneyimlerini kendi yetenekleri çevresinde birleştiren bir uygulamacı olmaktadır.

IABC tarafından desteklenen "Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik" çalışması bir halkla ilişkiler uzmanının Tablo 4.'te de görüldüğü gibi 15 alanda özel uzmanlık bilgisine sahip olması gerektiğini belirtmiştir: (Kesgin, 2006:40).

Tablo:4 Halkla İlişkiler Biriminde Gerekli Uzmanlık Alanları

Stratejik ve Operasyonel Yönetim Bilgisi
Problemlerin çözümü için stratejiler geliştirmek, Örgütsel tepkiyi olaylara karşı yönetmek, Birim için hedefi ve ilkeleri geliştirmek, Bütçe hazırlamak, İnsanları Yönetmek.
Araştırma Bilgisi
Çevresel taramayı gerçekleştirebilmek, Organizasyona karşı halkın reaksiyonlarını belirlemek, Halkları gruplandırmak için araştırmalar kullanmak, Değerlendirme araştırmaları ortaya koymak.
Arabuluculuk Bilgisi
Aktif halkla anlaşmak, Halkın fikirlerini anlamada yönetime yardım etmek, Halka karşı çatışma çözümü teorilerini kullanmak.
İkna Bilgisi
Organizasyonun haklı olduğunu halka anlatmak, Kampyalarda davranış teorisini kullanmak, Halkı organizasyonun istediği gibi hareket etmeye yönlendirmek (Wilcox, 2003, 201)

Kaynak:(akt. Kesgin, 2006:4)

Zeyyat Sabuncuoğlu'ndan göre halkla ilişkiler uzmanının, insan ve toplum psikolojisi, sosyoloji, ekonomi, işletmecilik, hukuk ve genel kültür konularında bilgi sahibi olması

gerekmektedir. Etkili yazma, etkili konuşma ve etkili dinleme konularında yetenekli, halkla ilişkiler konusunda bir yüksekokuldan mezun olması gerekmektedir. Gazetecilik konusunda deneyimli, yaratıcı, araştırmacı ve yenilikçi bir kişiliğe sahip olması gerekmektedir. İşini sevmeli, karşılaştığı sorunlara karşı soğukkanlı, hoşgörülü ve sabırlı olması gerekmektedir. En az bir yabancı dil bilmesi gerekmektedir. Karşı tarafa inanç ve ilgi sağlayacak bir dış görünüme sahip olmaya ve giyimine dikkat etmesi gerekmektedir. Bu kalıplarda dikkat çeken konu Halkla ilişkiler mesleğinde bazı mesleklerden beklenmeyen dış görünüş ve kişisel özellikler olması istenmektedir (akt. Akbulut, 2008:55). Bu konuda Bursa Halkla İlişkiler Derneği üyelerinin Halkla ilişkiler uzmanında olmasa olmaz özelliklerini şöyle sıralamışlardır.

“Güler yüzlü olması, anti kibar olması, böbürlenmemesi, iletişim yeteneğinin güçlü olması, mesleğinde uzman olması gerekmektedir.” (Katılımcı 5).

Halkla ilişkiler uzmanları mesleğin statüsü gereğince oynaması gereken rolün veya diğer bir deyişle toplumun meslek mensuplarından oynamasını beklediği rolü açıklamaya çalışmışlardır. Bu çerçevede bir halkla ilişkiler uzmanında hem dış görünüşüne dikkat etmesi gerektiği, hem de içsel farklı özelliklerin olması gerektiği görülmektedir.

“Geniş bir bakış açısına sahip olmalı, araştırmaya önem vermeli, görsel hafızası güçlü olmalı, çeşitli kültürleri iyi tanımalı, empati yapabilmeli, kişileri ve kitleleri ikna edebilecek yeteneği olmalı, yaratıcı olmalı ve soğukkanlı olması gerektiği kanısındayım.” (Katılımcı 6).

Diğer bir görüşe göre, Halkla ilişkiler mesleğini uygulayan kişilerde, kişisel özellikleri ve hayatta bakış tarzlarının nasıl olması gerektiği vurgulanmaktadır. Aslında hayatta bakış tarzları ve mesleki özellikler kişinin toplumsal rolünü etkileyen önemli unsurlardır. Halkla ilişkiler uzmanları, toplumdan uzak olması düşünülemez. Mesleği icra edenlerin sadece kendi rollerini değil, toplumdaki diğer mesleklerin ve insanların davranış ve rollerini de bilmesi, her türlü kişilik özelliğine göre konumunu belirlemesi gerekmektedir.

“İletişim yeteneğinin kuvvetli olması, olaylara geniş açıdan bakabiliyor olmak, stratejik planlama yapabilmesi, donanımlı olmak.” (Katılımcı 11).

Halkla ilişkiler mesleğini yaparken bireye değil toplumu görmeleri gerekmektedir. Hayat görüşü olarak, siyasi düşüncesi, etnik kökeni ne olursa olsun tarafsız olması ve tarafsızlığını hiçbir dönem kaybetmemesi gerekmektedir. Dikkat çeken bir nokta uzmanların halkla ilişkiler mesleği mensubunun giyinişine önem vermesi gerektiği düşüncesinde birleşirken, bu kişinin dış görünüşü konusunda bir beklenti ortaya koymamaktadırlar. Bir dönem ünlü mankenlerin bu mesleği yaptığını iddia etmeleri toplumun mesleği algılamalarında farklılaşmaya yol açmış ve bir dönem olumsuz bir algı olarak kalmıştır.

3.3.5.2. Mesleki Özellikler

Kesgin'e (2006:33) göre Halkla ilişkiler alanında çalışacak kişilerdeki olması gereken mesleki özellikler şöyledir;

“Halkla ilişkiler birimine gereken canlılığı verecek, onu örgütün öteki birimleri arasında saygın bir düzeye yükseltecek ve kökleşmiş yönetsel işlevlerle ilişkisini kuracak olan personel ögesidir. Yönetsel evrenin giderek karmaşıklaşması sonucunda işleve göre gruplandırma ve en doğru personeli seçerek, en uygun işlerde görevlendirme önem kazanmıştır. Birtakım örgütsel birimler, yönetsel bir etkinliğin belli bir yönü ile (planlama, denetim, hukuk danışmanlığı gibi) ilgilenirken, halkla ilişkiler birimi ise birçok birimi ilgilendiren işlerle ya da olağanüstü bir durumla karşı karşıya kalabilir. Halkla ilişkiler biriminin tek bir amaca ya da ayırıcı bir niteliğe sahip olmasının altında böyle bir zorluk da vardır. Bu nedenle halkla ilişkiler uzmanının, örgütü çok iyi bir biçimde tanuması her zaman yeterli olmamakta, alınan kararlardan ve yürütülen tüm etkinliklerden de zamanında bilgi sahibi olması, katılımının sağlanması açısından yararlıdır”.

Meslek seçimi kişisel özelliklere ve günün şartlarında ideal olan toplum tarafından daha çok saygı ve talep gören mesleklere yapılmaktadır. Bu da genellikle üniversite tercih ile başlayan bir süreçtir. Bu süreçte kişi sosyal çevresinden değişik kişilerden etkilenir ve kararını buna göre verir. Bursa Halkla ilişkiler derneği üyesi halkla ilişkiler uzmanlarının çoğunluğunun Halkla ilişkiler alanından mezun olduğu dikkate alınarak bu mesleği seçmelerinde etkili olan sosyal çevre konusunda yöneltilen sorulara şu cevapları vermişlerdir.

“Mesleği seçmemdeki en önemli neden ablamın gazeteci olmasıydı. Onu gördükçe bu mesleği yapmam gerektiğini düşündüm” (Katılımcı 4).

Kepçeoğlu, (2004:65) göre meslek seçimini etkileyen etmenler şu altı grupta toplanabilir:

- 1.Biyolojik Etmenler: Bireyin fiziksel özellikleri, cinsiyet, beden yapısı, görme ve işitme durumu vb.
- 2.Sosyolojik Etmenler: Duyguları, değerleri, aile ile ilişkileri, bağlı olduğu arkadaş çevresinin beklentileri ve baskıları, ailenin sosyal düzeyi, yakın ilişki kurulan öteki kişiler.
- 3.Psikolojik ya da Kişisel Etmenler: Bireyin ihtiyaçları, duyguları, tutumları, değerleri, ilgileri ve yetenekleri.
- 4.Ekonomik Etmenler: Ailenin ekonomik düzeyi, çevrenin ya da ülkenin genel ekonomik durumu, otomasyon ve teknik gelişmeler, bunların, toplumun insan gücü ihtiyacı üzerindeki etkileri.
- 5.Politik Etmenler: Mesleğe girme olanakları, iş bulma olanakları, değişik eğitim ve yetişme fırsatları vb.
- 6.Şans ile İlgili Etmenler: Doğal afetler, işleri ve iş yerlerini etkileyen beklenmedik olaylar, iç ve dış savaşlar vb (akt. Dayı, 2007:33).

“ Aile şirketimizin Halkla İlişkiler alanında iş yapması ve organizasyon, stratejik iletişim planlarında çalışmayı seviyorum. Meslek seçimine kendim karar verdim” (Katılımcı 10).

Aile bireylerinin mesleğin devamı için aile fertlerini yönlendirmesi ülkemizde yaygın bir uygulamadır. Eski dönemlerde babadan oğluna geçen meslek sisteminden farklı olarak günümüzde meslek seçimleri daha çok bireyin elinde bulunmakta olup, istemesi durumunda o meslekten çıkıp farklı bir mesleği yapabilmektedir. Eski dönemlerde ise böyle bir şey mümkün değildir.

3.4. Halkla İlişkiler Mesleğinde Üniversite Eğitim

Meslekleşme ölçütlerinden bir tanesi de ileri düzeyde üniversite eğitimi ve diploma, kolayca elde edilemeyen ve çok fazla kişinin sahip olmadığı kurumsal bir bilgi temeli meslek olmanın önemli bir koşulu olarak belirtilmektedir. Bu bilgi temelini edinmek, mesleğin gerektirdiği davranışları kazanmak resmi olarak onaylanmış ya da akredite edilmiş bir eğitim programının tamamlanması gerektirir. Diploma, sertifika vb. belgeler meslek için gerekli eğitimin alındığının kanıtıdır. Sıradan insanlar, mesleğin gerektirdiği karmaşık bilgileri sahip olsalar dahi bunlar mesleğin uygulayıcıları olamazlar. Bir mesleğin faaliyetlerini belge olmaksızın yürütmek yasadışı bir uygulamadır (Şahin, 2009:126-127). Karasu'ya (2001:82-83) göre meslekler ilk oluşumlarından itibaren eğitim kurumları ile yoğun bir ilişki içinde olmuşlardır. Mesleklerin, mesleki bilginin üretilmesi ve geliştirilmesi açısından, 'bilim tekeline sahip, teknolojik gelişmenin temeli olan üniversite ve diğer eğitim kurumlarına bağımlı olduğu söylenebilir. Üniversite ve diğer kurumların ilk katkısını çalışma yaşamında işe yönelik eğitim türlerinden biri olan iş ve uğraşlar için verilen hizmet içi eğitimde olduğu söyleyebiliriz. İşin yapılması sırasındaki öğrenmeyi ve deneyimi de kapayan bu eğitim, sendika, işveren ya da kıdemli çalışanlarca, çalışanların çoğunlukla piyasadaki değişen koşullara uyum sağlaması için verilen, kısa süreli, işin kendisi ile sınırlı, diğer bir deyişle dar alanda uzmanlaşmış uygulama bilgisini vermeye yönelik bir eğitimidir. İşe yönelik eğitimin diğer bir türü meslek eğitimidir. Bu tür eğitimin temel özelliği, sadece basit bir uzmanlık bilgisi değil, meslek alanı ile ilgili tüm konuları kapsayıcı nitelikte olmasıdır. Cırhinlioğlu, (1996:49). Profesyonelleri yetiştiren üniversitelerin temel işlevinin, öğrencilerine profesyonel uygulamaların temelini oluşturan genel ve sistematik bilgilerin aktarmak olduğunu söylemektedir. Aktarmak istedikleri konu sadece temel bilgiler değil, profesyonel bilgideki gelişmelerin nasıl takip edileceğine ilişkin bilgilerdir. Profesyonel bilginin bütünlüğünün değişmeye başladığı yerde, bu üniversiteler meslek sonrası eğitim kursları, seminerler ve kurumlar aracılığıyla meslek üyelerinin eğitiminin geliştirilmesinde direk bir rol oynarlar. 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 işi alma standartlarının bulunmaması, görevlerinin yeterince örgütlenememesi gibi sebepler sayılabilir.

Halkla ilişkiler mesleğinin üniversiteler 'de kendisine yer bulması yaklaşık 50 yıllık bir serüvendir. Tuna'nın (1994:38) aktardığına göre Halkla ilişkiler 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'nde bağlı Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulları'nda okutulmaya başlandı. Günümüzde birçok üniversitede iletişim fakültesi bünyesinde Halkla ilişkiler ve Tanıtım bölümü bulunmaktadır. Akbulut'a (2008:57) göre Halkla ilişkiler rekabet ortamından doğan talepler doğrultusunda birçok alanda hizmet vermeye devam etmektedir. Ancak gün geçtikçe önemi artan bu meslekte uzmanlaşmak önem kazanmaktadır. İyi bir halkla ilişkiler uzmanı olmak için eğitim almak şart olmaktadır. Bugün sadece ABD'de 100'den fazla üniversitede, 200'den fazla kolejde gazetecilik ya da İletişim bölümlerinde halkla ilişkiler eğitimi verilmektedir. Ülkemizde ise 30'dan fazla üniversitenin iletişim fakültelerinin halkla ilişkiler bölümlerinde bu eğitim mevcuttur. Halkla ilişkiler uzmanlarının giderek özel alanlarda uzmanlaştığı düşünüldüğünde bu bölümlerde eğitim alan kişilerin çeşitli alanlarda eğitim alarak daha okul döneminde uzmanlaşmaya gitmesi gerekmektedir. Bunun yanında iyi bir halkla ilişkiler uzmanı olmak için geniş bir bilgi birikimine ve yönetim organizasyon yeteneğine sahip olmak gerekmektedir. Yukarıdaki oranlara baktığımızda bu mesleğin diğer alanlara göre çok daha hızlı bir şekilde gelişeceğini görmekteyiz. Halkla ilişkiler mesleğinin ülkemizde gelişmesi için dünyayı yakından takip etmek ve dünya standartlarını yakalamak gerekmektedir.

Güllüoğlu'nun (2006:149) bahsettiği gibi halkla ilişkiler mesleğinde en önemli çıkmazlardan bir tanesi de eğitim konusudur. Mesleğe bölüm dışından girişlerin açık olması ve verilen eğitim konusunda kalitenin özel sektörün beklentilerine uymaması söz konusudur. Eğitim konusunda Halkla ilişkiler mesleği üzerine yapılan yüksek eğitimin kalitesi konusunda katılımcıların düşünceleri şöyledir.

“Maalesef hayır, bize öğretilen bilgilerin birçoğu dış kaynaklı teoriler, bizim kültürümüze uygun çalışmaların yapılması gerektiğini düşünüyorum” (Katılımcı 4).

Halkla ilişkiler eğitiminin Avrupa ve Amerika’da gelişen ve dünyaya yayılan bir disiplin olması ve ülkemizdeki geçmişinin 60 yıllık olan genç bir bilim, sanat ve meslektir. Geliştirilen ve üniversitelerin genellikle teoriye dayalı eğitim anlayışı sadece Halkla ilişkiler mesleğinin sorunu olmayıp birçok doğa ve sosyal bilimin sorunu olmaya devam etmektedir.

“Bence bu üniversiteden üniversiteye geçiyor. Mesela bazı üniversitelerde devam zorunluluğu vardır bazılarında ise yoktur. Bakarsanız Marmara üniversitesinden mezun olanlar hemen iş bulur çünkü orada devam zorunluluğu yoktur. Okula gider gitmez piyasaya girmektedir. Okul ile iş yaşantısı birleştikçe mesleğe girenlerin daha başarılı olduğunu düşünmekteyim” (Katılımcı 5).

Gözlemler ve mülakat sonuçlarında ortaya çıkan bir diğer konuda, üniversitelerde verilen eğitimin yanı sıra üniversitelerin öğrencilere uyguladığı zaman kısıtlamasıdır. Bazı üniversitelerin devamsızlığa çok önem vermeyerek öğrencileri okul döneminde çalışmaya teşvik etmesinin genellikle olumlu sonuçlar verdiği gözlenmektedir. Bu konunun dengeli bir biçimde oluşturulmasının ve halkla ilişkiler bölümü açılırken ilgili ilçe veya ilde öğrencilerin pratik yapabileceği iş alanları ve sanayinin olması önemlidir. Maalesef ülkemizde birçok ilçesinde Halkla ilişkiler bölümleri açılmakta fakat öğrenciler buldukları ilçede pratik yapamamaktadır. Bu da doğal olarak teoriye dayalı bir eğitimi mecbur kılmakla birlikte, iş hayatlarına başladıkları zaman sektörde algı olarak üniversite eğitiminin yetersiz olduğu görüşü oluşmaktadır.

“Halkla ilişkiler konusunda üniversitede verilen eğitimi yeterli bulmamakta, üniversitelerin daha çok teorik eğitim verdiklerini iş yaşantısında meslekle ilgili çoğu şeyi üniversite hayatında görmediğini işe başladıktan sonra mesleği yeniden öğrendiğini düşünüyor” (Katılımcı 7).

Katılımcı 7 bahsetmiş olduğu konu aslında sektörde alaylı ve mektepli ayrımının oluşmasına neden olmaktadır. Alaylı olarak adlandırılan kişiler mesleği çekirdekten öğrenmekte ve kısa bir zamanda edindikleri tecrübe ile birlikte meslekte kendilerine yer

edinebilmektedir. Mektepli olarak bahsedilen kesim ise yeterli uygulamalı eğitimden yoksun olmaları ve alaylı olarak konumlanan kişilerin kendilerini rakip olarak görmelerinden ötürü aslında üniversite mezunlarının aslında yeteri kadar iyi olmadığı görüşü yerleşmiştir. Üniversite mezunları uygulamalı eğitime daha fazla önem verdikleri zaman ve sektörde aranan nitelikli eleman gücü oldukları zaman bu sorunlar çözülecektir. Ülkemizde her yıl binlerce Halkla ilişkiler bölümlerinden mezun olmakta, bu sayı yeni açılan üniversiteler ile birlikte her yıl katlanarak devam etmektedir.

“Teorik eğitim güzeldir. Maalesef bizim mesleğimizde teorik bilginin önemi bizim mesleğimizde yüzde 10 seviyelerinde. O yüzden uygulamalı eğitime daha fazla önem verilmesi gerekiyor.” (Katılımcı 10)

Güllüoğlu'nun Halkla ilişkiler mesleğindeki eğitim istenilen seviyede olmamasıyla ilgili olarak, sıkıntının sadece mesleğe dışarıdan giriş yapan kişilerden kaynaklanmadığı, çok göz önünde olmasa da gereğinden fazla açılan ve asıl hedefi mesleki ara elaman yetiştirmek olan Meslek Yüksek Okullarından mezun olan öğrencilerinde mesleğe ne katıp ne aldıkları Bursa Halkla İlişkiler derneği uzmanlarınca sorgulamaktadır. Uzmanlara göre buralardan mezun olan kişiler gerçek mesleklerini yapmamakta, danışmanlık, yönetici asistanlığı veya telefonlara bakarak çalışma hayatına girmektedir. Çok az sayıda iki yıllık MYO mezunu gerçek işini yapabilmektedir. Buradaki en büyük sıkıntının Halkla ilişkiler mesleğinin bir yönetici mesleği olduğu, projeyi hazırlayan ve uygulayan kişinin aynı kişi olduğu, Halkla ilişkilerde ara elaman kavramının olmadığı düşüncesidir. Ayrıca iki yıllık meslek yüksek okulu mezunları kendilerinin aslında sıkıştırılmış bir eğitim programı gördüklerini, dört yıllık üniversitelerde bir dönemde 6 ders verilirken MYO'da bir dönemde 13 ders aldıklarını ifade etmişlerdir. Yani aslında denilmek istenen şey 4 yıllık eğitimin 2 yılda alındığıdır. Bu konuyla ilgili görüşler şöyledir.

“Halkla ilişkiler mesleği adı itibari ile insanları çok cezbeden bir meslek hele hele üniversite olunca hem zevkli hem de okunacak bir bölüm olarak algılanıyor. Halkla ilişkiler mezunu olmadığım için net bir şey söyleyemeyeceğim fakat bu mesleği yapan birisi olarak şunu diyebilirim ki, gereğinden çok bölüm açılıyor ve de mezun olanların çok azı gerçek anlamda mesleğini yapabiliyor. Birçoğu farklı alanlarda Halkla ilişkileriyim diye çalışıyor bu da mesleğin itibarını ve toplumsal

statüsünü düşürüyor. Burada da şu olabilir iş tanımı yapılabilir Dört yıllık Halkla ilişkiler mezunları ile iki yıllık mezunların yapabileceği işler ortaya konulabilir. Birde şu var ben farklı alandan geldim ve bu mesleği yaparak öğrendim, iki yıllık bir mezun bence dört yıllık farklı bir alandan gelenden meslek hakkında daha çok şey bilecektir ve mesleğini daha çok sahiplenecektir. Eğer farklı alanlardan girişler mesleğe olacaksa öncelik iki yıllık halkla ilişkiler mezunlarında olmalıdır” (Katılımcı 2).

Profesyonel meslekler işe giriş koşullarını tamamlamış, dışarıdan müdahalelere kapalı ve bir yere kadar özerkliği olan mesleklerdir. Yetkinlik belgesi yani bir diploma veya sertifikaya sahip olmadan o mesleği icra etmek zordur. Hatta profesyonel meslek olarak kabul edilen mesleklerde eğitim süreleri ve staj süreleri daha uzundur. Maalesef ki halkla ilişkiler mesleği işe giriş koşullarının yasal bir dayanağı olmadığı için sıkıntı yaşamaktadır. Devlet kurumlarına bile personel alınırken diploma haricinde iş tecrübesi ve dört yıllık bir üniversiteden mezun olmak yeterli görülmektedir. Mesleğin ileriye gidebilmesi için en kısa sürede diploma zorunluluğunun getirilmesi gerekmektedir. Burada karşılaşılabilecek en büyük sıkıntı sektörün duayenlerinin genellikle başka bölümlerden mezun kişiler olmasıdır. Halkla ilişkiler mesleğinde bir devrim yapılmasından önce yavaş bir geçiş döneminin herkesin kabullenebileceği bir süreç olacağı görülmektedir.

“Halkla ilişkilerde 2 yıllık MYO mezunu uzman olamaz fakat operatör olabilir. Halkla ilişkiler mesleğinin tanımı kalın çizgiler ile çizilmesi gerekiyor. Bunu da bizim yapmamız gerekiyor” (Katılımcı 5).

Dört yıllık üniversite mezunlarının sorunları çözülmeden iki yıllık Meslek Yüksek Okulu mezunların meslekleriyle ilgili doğru yönlendirilmesi ve iş süreçlerinin tanımlanmasının çok mümkün olmadığı görülmektedir.

“İki yıllık halkla ilişkiler bölümlerinin ise popülist olarak açılan ve üniversitelerin para kazanmak için açtığı bölümler olarak görüyor. Burada şu ifadesi ilginç “ MYO Mesleki ara eleman yetiştiren programlardır. Mesela elektrik mühendisi projeyi hazırlar, tekniker ise bunu uygular. Halkla ilişkiler mesleği yönetim mesleği olduğu için projeyi hazırlayanda uygulayanda aynıdır. Bu sebepten dolayı ara eleman ihtiyacı yoktur. Buradan mezun olan öğrenciler çoğu zaman farklı

alanlarda çalışmakta, danışma, sekreter veya çağrı merkezleri gibi, bu da mesleğin adını önemsizleştirmekte. Çok az iki yıllık halkla ilişkiler mezunu kendi işini yapabilmekte. 4 yıllık mezunların bile iş bulmadaki sıkıntısı düşünülürse” (Katılımcı 7).

Ülkemizde birçok meslek yüksek okulunun geri kalmış ilçeleri öğrenciler ile kalkındırmak ve o ilçelerde sosyolojik bir değişime neden olmalarını sağlamak amacıyla açıldığı kanısı yaygındır. Maalesef ki siyasi baskılar, ilçelerden gelen talepler planlanmadan ve altyapısı oluşturulmadan bazı bölümlerin açılmasına neden olmaktadır. Halkla ilişkiler bölümleri hem iki hem dört yıllık çok talep gören bölümlerdir. Bunun nedeni sözel bölümlerde insanların fazla bölüm seçme şansının olmaması ve Halkla ilişkiler mesleğinin dışarıdan okunabilecek ve zevkli bir bölüm olarak algılanmasıdır.

“Her alanda mesleğin alt, orta ve üst kademelerinden ekiplere ihtiyaç vardır. Bu çeşitlilik alt ekiplerin de meslek konusunda doğru bilgi ve birikime sahip olması sonucu başarılı sonuçları doğurur” (Katılımcı 15).

Halkla ilişkiler mesleğinde işe giriş koşullarının oluşmaması sebebi ile değer alanlardan mesleğe çok sayıda giriş olduğu bunun da mesleğin değerini düşürdüğü üyeler tarafından düşünülmektedir. Diğer profesyonel mesleklerde olduğu gibi halkla ilişkiler mesleğini de sadece Halkla ilişkiler alanından mezun olanların yapması yani diploma zorunluluğu getirilmesiyle ilgili üyelerin farklı görüşleri ortaya çıkmasıyla birlikte genel kanı mesleğe dışarıdan girişler olsa bile bunun bir standarda bağlanması gerektiğidir. Uzmanların konu hakkındaki görüşleri şöyledir.

“Diğer alanlardan mesleğe katılanların mesleğe artı bir şey kattığını düşünmüyorum, hatta onlar meslekten bir şeyler alıp götürüyorlar. Bu kişiler bir şekilde biz halkla ilişkiler mezunlarının önünü tıkıyorlar. Şu da göz ardı edilmemeli, bu kişiler daha ucuza iş gücü niteliğinde piyasada biz mezunların daha fazla ücret almasını engelleyen bir yapı var” (Katılımcı 14).

Halkla ilişkiler alanı dışından gelenler konusunda farklı görüşler mevcuttur. Genel olarak Halkla ilişkiler alanından mezun olanlar mesleğe dışarıdan girişlerden rahatsızlık

duymaktadır. Bunun bir sisteme konulmasının üniversitede alınan diplomasının sektörde diğer mesleklerde olduğu gibi bir fark yaratmasını talep etmektedirler.

“Halkla ilişkiler mezunları dışındakilerin de mesleği yapabileceğini söylüyor. Eskiden bu konuda katıydım. Mutlaka eğitimini alanlar yapsın diyordum. Daha sonra farklı uzmanlıkları olan kişilerin de bu işi isteyerek yaptığını görünce başardıklarına inandım“ (Katılımcı 9).

Aslında dışarıdan mesleğe girişlerin kolay olması mesleğin değerini ve saygınlığını düşürdüğü bir gerçektir. Hiçbir profesyonel meslek buna izin vermemekte ve üyeleri ve mesleği yapanlar üzerinde bir otokontrol kurmak istemektedir. Çünkü bu mesleği yapan kişilerin yaptığı işlerden sadece kendisi sorumlu olmamakta, dolaylı olarak tüm meslektaşlar bundan etkilenmektedir. Nasıl ki bir öğretmen olmak için öncelikle ilgili alanda mezun olmak ve sonra formasyon eğitimini almak gerekiyorsa, halkla ilişkiler mesleğinde de buna benzer yetkinlik kurallarının olması en doğal sonuçtur. Bugün profesyonel olarak adlandırılan mesleklere de dışarıdan girişler kolay olsa birçok insan belki de kayda değer başarı elde edebileceklerdi. Fakat meslekler kurallarını önceden belirleyen ve bir norm koyan yapılaşmalardır.

“Günümüzde eğitim alanlarının dışında uzmanlaşanların sayısı oldukça fazla. İstek ve disiplin varsa mezuniyetiniz dışındaki alanda, alacağınız eğitimler ve edineceğiniz tecrübelerle pekiştirerek uzmanlaşabilirsiniz” (Katılımcı 11).

Bazı alanların Halkla ilişkilere yakın ve içinde yer alması mesleğe karşı katı tutumu engelleyen diğer bir faktördür. Bu kişilerinde en azından bir sertifika veya yüksek lisans zorunluluğu ile mesleğe girişlerini sağlanması gerekmektedir.

“Mesleğe giriş koşulları konusunda kesinlikle giremezler gibi bir ifade kullanmanın doğru olduğunu düşünmüyorum. Fakat bu işin akademik eğitimini almış insanların önceliği ve bir ayrıcalığı olması gerekiyor” (Katılımcı 13).

Profesyonel olarak halkla ilişkiler mesleğinde, örgütlenme, mesleki derneklere üyelik, yabancı dil, mesleki bilinç, meslek ahlakı ve mesleği geliştirme gayretti içerisinde araştırma ruhu olması gerekmektedir. Halkla ilişkiler mesleğinde göze çarpan bir husus maaş karşılığı çalışma isteği ile ajans veya farklı bir çalışma şeklinde iş yapma arasında bir denge olduğudur. Ayrıca Seitel, Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu'nun 1999

raporunda yeni yüzyılda halkla ilişkiler öğrencilerinin yeterli olabilmeleri için alması gereken dersleri şöyle sıralamıştır: (akt. Kesgin, 2006:39).

- İletişim, ikna konseptleri ve stratejileri
- İletişim ve halkla ilişkiler teorileri
- İlişkiler ve ilişkiler kurma
- Sosyal eğilimler
- Etik konular
- Kanuni gereklilikler ve konular
- Pazarlama ve finans
- Halkla ilişkilerin tarihi
- Araştırma ve ön izlemelerin kullanılması
- Kültürler arası ve global konular
- Örgütsel değişim ve gelişim
- Yönetim konseptleri ve teorileri

Bugün ülke genelinde Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümlerinde okuyan öğrenci sayılarına göz atacak olursak, ÖSYM (Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi) tarafından hazırlanan 2010-2011 Öğretim Yılı Yükseköğretim İstatistikleri verilerine göre, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde 7266 kişi lisans eğitimine devam etmekteyken bu rakamın 3536 kişi kadın, 3730 kişi erkektir. 2009-2010 yılında bu bölümden 961 kişi mezun olmuştur. Yine aynı verilere göre Halkla ilişkiler ve Reklamcılık bölümünde kayıtlı 1530 kişi bulunmaktadır. Yakın bölümleri de dikkate aldığımız zaman (Kitle iletişimi ve Araçları, Gazetecilik, Reklam ve Tanıtım, Reklam ve İletişim) toplam 31622 kişi eğitime devam etmekte olup, 2009-2010 döneminde 4178 kişi mezun olmuştur. Yine ÖSYM verilerine göre, ön lisansta eğitime devam eden “Gazetecilik ve Halkla İlişiler”, “Halkla İlişkiler ve Tanıtım”, “Halkla İlişkiler ve Reklamcılık”, “İnternet Gazeteciliği ve Yayıncılığı” bölümlerinde toplam 14.595 öğrenci okumakta olup, bu öğrencilerin 8457 kişisi kadın, 6138 kişisi ise erkektir. 2009-2010 döneminde bu alanlardan mezun olan öğrenci sayısı 4584 kişidir. Halkla ilişkiler alanında yüksek lisans ve doktora yapan öğrenci oranlarına baktığımız zaman, 181 kişinin yüksek lisans, 13 kişinin doktora yaptığını görmekteyiz. Halkla ilişkiler ve

Tanıtım alanında ise 137 yüksek lisans yaptığın 37 kişinin ise doktorasına devam ettiğin görmekteyiz (www.osym.gov.tr).

Bilindiği gibi Halkla ilişkiler mesleği birçok bilim dalından faydalanır. Sosyoloji, Psikoloji, İşletme, Tarih, Antropoloji vb. fakat dikkat çeken bir nokta bu bölümlerin üniversiteye yerleştirme sınavlarında genel olarak eşit ağırlık puanla öğrenci alırken, Halkla ilişkiler bölümleri sözel puanlı öğrencileri almaktadır. Halkla ilişkiler uzmanının analitik düşüncesi ve bir bütçe yöneteceği için sayısal becerisinin yüksek olması gerektiği düşünülürse Halkla ilişkiler bölümüne öğrenci alımlarında eşit ağırlık puanının geçerli olması öğrenci kapasitesini artıracak daha nitelikli öğrencilerin bu alanlara geçişini sağlayacaktır.

3.6. Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik

M.Ö. 4. yüzyılda zamanın en büyük filozofu olan Aristoteles iyi, erdem, özgürlük, mutluluk gibi sözcükleri kavram yapısına kavuşturduğu için Etik'in kurucusu sayılır. Etik neyin yapılması gerektiğini, hangi eylemin iyi olduğunu, neyin yaşama anlam kazandırdığını gösterir. Özetle; etik, ahlak fenomeni üzerine derinliğine düşünme, yani felsefe yapmadır. Birtakım kuralları normları “normatif etik” ortaya koyar. İyi davranışlarda bulunabilmek iyi işler yapabilmek için eylemlerimizi uydurduğumuz kurallara da “uygulamalı (pratik) etik” denilmektedir (Megep, 2006:6). Etik karşımıza ahlak alanını konu edinen bir felsefe dalı-ahlak felsefesi- iyi ya da kötü, doğru ya da yanlışın ne oluşunu düşünmenin felsefe tartışması olarak çıkar. Sözcüğünün kökeni Yunanca “ethos” kelimesinden gelir ve anlamı ”gelenek, alışkanlıklar, kabul edilen düzen, bir topluluğun ruhu, karakter ya da huy” olarak bilinir. İdeal ve soyut olana işaret eder. Ahlak kurallarının ve değerlerin incelenmesi sonucu ortaya çıkar. Eylem, iyi, en yüksek iyi, mutluluk ve erdemler...” ilk kez Aristoteles ile kavram yapısına kavuştuğu için Aristoteles etik'in kurucusu sayılır (Orak, 2005:6). Tarihsel süreç içerisinde etik kavramının birçok tanımı yapılmıştır. Sözlük anlamı olarak etik; töre bilimi, ahlak bilimi, ahlaki, ahlakla ilgili olarak tanımlanmaktadır Etik, ahlaki olanın özünü ve temellerini araştıran bilim, insan davranışları ile ilgili problemleri inceleyen felsefe dalı olarak tanımlanmaktadır. Etik, ahlak felsefesidir. Etik, insanın bütün davranış ve eylemlerinin temelini araştırır (Megep, 2006:3).

Meslek etiğinin belirli bir meslekte, özellikle de doğrudan doğruya insanla ilgili mesleklerde, uygulaması gereken davranış kuralları olarak da tanımlanması mümkündür. Meslek etiğinin evrensel olduğu düşünülür. Çünkü dünyanın neresinde olursa olsun aynı mesleğin üyesi olan bireylerde bu davranış kurallarına uymaları beklenir. Meslek etiğinin temelinde insanlarla ilişkiler yatar. Bu nedenle meslek etik ilkeler belirlenirken meslek üyesinin çeşitli insan ve insan gruplarıyla ilişkilerine yer verilir (Orak, 2005:9). İş hayatındaki davranışları yönlendiren, onlara rehberlik eden etik prensipler ve standartların toplamına “mesleki etik” denilmektedir. Belirli bir meslek grubunun, meslek üyelerine emreden, onları belli kurallarla davranmaya zorlayan kişisel eğilimlerini sınırlayan, yetersiz ve ilkesiz üyeleri meslekten dışlayan, mesleki rekabeti düzenleyen ve hizmet ideallerini korumayı amaçlayan mesleki ilkelerdir (Megep, 2006:23).

Halkla ilişkiler mesleğinde etik kurallar oluşmuştur. Yazılı olarak da IPRA açıklamıştır. Etik kuralların Halkla ilişkiler uzmanları tarafından ne kadar bilindiği konusunda sorulan sorulara katılımcıların vermiş olduğu cevaplar aşağıdaki gibidir.

“Etik kuralları biliyorum, ama içeriğini tam olarak bilmiyorum” (Katılımcı 5).

“Etik kuralların bazılarını biliyorum” (Katılımcı 10).

“Çok fazla bilmiyorum” (Katılımcı 12).

Etik kurallar profesyonel meslekler için olmasa olmaz ölçütlerden bir tanesidir, yazılı ve yazısız olabilen bu etik kurallara meslek üyelerinin uyması ve bu kurallara göre hareket etmesi gerekir. Uymayanların ise ya kınanarak veya daha ağır cezalar uygulanır. Mülakattan anlaşılan Halkla ilişkiler alanından mezun olanların etik kuralları daha çok vakıf olduğudur. Bunun sebebi ise üniversite eğitimi sırasında bunun bir ders veya konu olarak aktarılmasıdır. Bursa Halkla İlişkiler Derneğinde üyelerinin halkla ilişkiler etik kurallarına daha çok uyması için dönem dönem çalışmalar yaptığı yapılan araştırma sonucu ortaya çıkmıştır. Halkla ilişkiler mesleğinde etik kurallara uyulmasıyla ilgili uluslararası meslek standartlarının bulunmasına rağmen, bunları denetleyecek bir mekanizmanın olmadığı görülmektedir. Profesyonelleşmesini tamamlamış birçok meslek geniş bir örgüt yapısı sayesinde meslek üyeleri üzerinde otokontrolü sağlamak ve etik kurallara uyumu bazı kanuni müyideler ile birlikte

koruyabilmektedirler. Halkla ilişkiler mesleğinde belli başlı dernekler olmasına rağmen meslek üyeleri üzerinde herhangi bir bağlayıcı etkisi yoktur. Meslek üyeleri derneklerin böyle bir yetkiye kavuşması durumunda etik kurallara uyum konusunda şunları söylemektedir.

“Tabi ki, baktığımız zaman bir yere üye olmuş veya üye olması zorunlu meslek mensupları daha dikkatli olmak zorunda, çünkü onları ilk denetleyen veya bir hataları olduğu zaman ilk uyarıcı kişiler yine meslektaşları. Bir şeyin doğru veya yanlış olduğunu o mesleği yapanlardan daha iyi kim bilebilir ki? O yüzden mesleğimizde daha güçlü ve katılımcı bir örgütlenmeye ihtiyaç var” (Katılımcı 1).

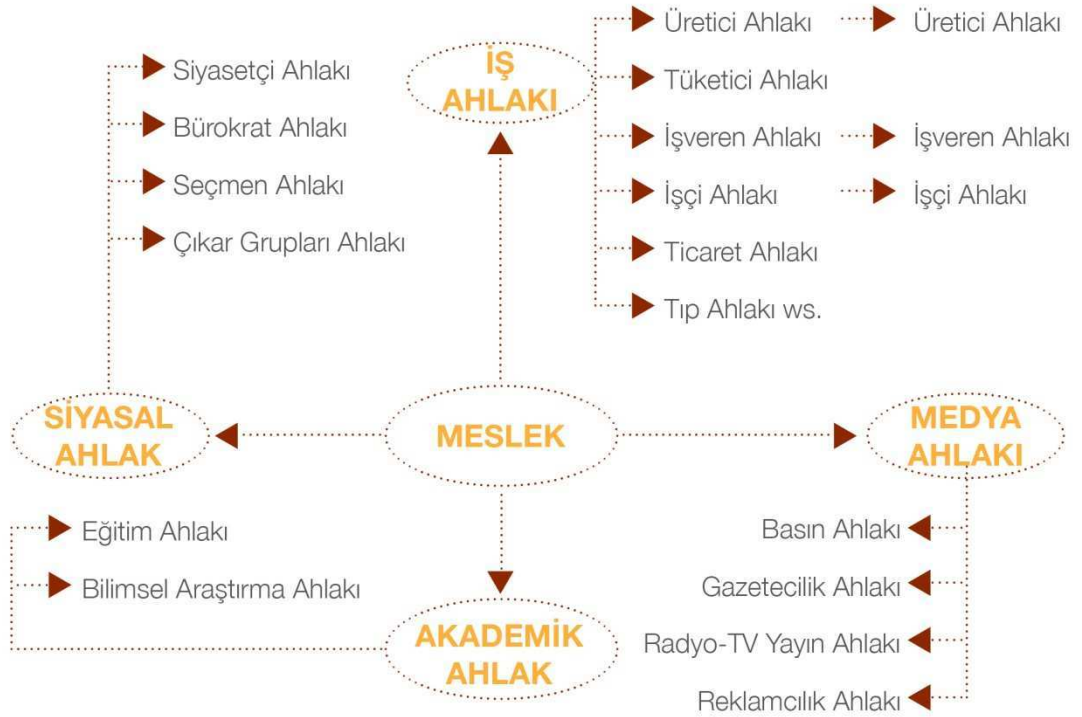
Profesyonel mesleklerin bu sorunu çok öncelerden aşıklarını bununda kendilerine bir itibar ve güven sağladığını ifade etmektedir. Aslında profesyonelleşmek isteyen Halkla ilişkiler mesleğinin eninde sonunda bu süreci yaşayacağı kanısı hâkimdir.

“Mesleki otokontrol aslında ihtiyacımız olan bir şey, ben bunu meslekte araç kullanırken emniyet kemeri takmaya benzetiyorum. Öncelikle bizim kendimizi korumamız gerekiyor” (Katılımcı 14).

Bir mesleğin itibarını korumak ve o mesleğin ürettiği mal ve hizmetin kalitesinden ve güvenilirliğinden öncelikle o mesleği temsil eden topluluk sorumludur. Mülakatta katılan bu üyenin ifade ettiği gibi mesleğin asıl sahipleri olan meslektaşlar diğer üyelerin hareketlerinden ve davranışlarından da sorumludur. Bu sorumluluk aslında zorunlu bir sorumluluktur. Çünkü meslektaşlarının yapacağı yanlış bir hareket mesleğin itibarını ve saygınlığını düşürecektir. Bu da dolaylı olarak o mesleği yapan diğer meslek mensuplarının işlerini etkileyecektir. Tam tersi olarak bir meslek mensubu mesleği konusunda güzel işlere imza atarsa mesleğin itibarı artacak dolaylı olarak bu mesleği yapan diğer kişilere faydası dokunacaktı. Neredeyse mülakat yapılan bütün üyeler böyle bir sisteme geçilmesini talep etmektedir. Mesleğin itibarının korunması ve mesleği yapanların tespiti böylelikle daha kolay olabilecektir. Halkla ilişkiler derneklerinin varlığına rağmen ortak bir noktada buluşamamaları mesleğin birçok sorununun gerektiği kadar irdelenip çözüm yolları için mücadeleyi geciktirmektedir.

Megep (2006:25-26) Meslek Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi kapsamında hazırlanan meslek etiği bölümünde Meslek-Ahlak ilişkisini şöyle ifade edilmiştir.

Tablo 5: Meslek - Ahlak İlişkisi



Kaynak: (Megep,2006:25-26)

1. Doğruluk

Doğruluk; doğru sözlülük ve güvenilirliğe işaret eden bir kavramdır. Etik davranış, başkaları ile ilişkilerde dürüst olmayı ve içtenliği gerektirir. İçten ve dürüst davranmayanlar, ilişkilerde kendi sonlarını hazırlarlar ve güven ortamı ortadan kalkar. En önemli zedeleyici davranış biçimi çoğunlukla korku ve güvensizlikten kaynaklanan yalan söylemedir. Kişiler yalandan uzak durarak üstlerine ve altlarına tam bir güven sağlamak zorundadır. İş hayatı içerisinde doğru davranış biçimlerini uygulamak, dürüst, adil, eşit ve tarafsız olmak, yalan söylememek meslek etiğinin temel ilkelerindedir. Bütün meslektaşlar çalışmalarının her cephesinde dürüstlük sergilemelidir. Meslektaşların kurdukları ilişkiler ve kurum dışındaki temasları samimi ve hakkaniyetli olmalıdır, yürütülen bütün faaliyetlerde itimada dayalı bir güven ortamı sağlanmalıdır.

2. Yasallık:

İş hayatında üretilen her türlü malın üretiminde ve çalışanlarla ilgili problemlerin çözümünde yasalara bağlı kalmak da mesleki etik ilkelerindedir. Günümüzde iş yaşamında gerek üretim alanını gerekse çalışma hayatını düzenleyen yasalar mevcuttur. Hatta yalnızca devletlerin değil uluslararası bir takım kuruluşların da bu konuda etkili olduğunu söyleyebiliriz. Bunlara örnek olarak çalışma hayatını düzenleyen Uluslararası Çalışma Örgütü ile üretim standartlarını düzenleyen Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO)'yu sayabiliriz. Hukuken suç teşkil eden emirlerin yerine getirilmemesi konusunda yöneticiler kesin tavır içinde olmalıdırlar. Emirlerin yasalara aykırılığının, üst yöneticilere hatırlatılması, yöneticinin yönetimde keyfiliklerinin ortadan kaldırılması ve hukukun üstünlüğünün sağlanmasında önemli katkıları olmaktadır.

3. Yeterlik:

İş hayatında her gün sürekli gelişmeler olmaktadır. Bu gelişmeleri takip etmek, kendini yenilemek, iş hayatına uyarlamak mesleki etik ilkeleri arasında önemli yer tutmaktadır. Meslekte sahip olunan mesleki boyut, o işi yapmak konusunda kişiye toplum içerisinde "uzman", "yetkili" veya "yeterli kişi" gibi kimlikler kazandırır. Bir işi yapabilmek için diploma ya da herhangi bir belge almak, gerçekte o kişiye söz konusu işi yapabilmek konusunda hak ve yetki verir. Bu nedenle meslek elemanlarının iyi bir eğitimden geçmiş olmaları gereklidir. Yeterlik aynı zamanda sorumluluk alabilme, inisiyatif kullanabilme davranışdır.

4. Güvenirlik:

Meslek olarak kabul edilen bütün işlerin kendine özgü etik değer ve ilkeleri vardır. Mesleğin üyeleri bu etik değer ve ilkelere uygun davranmak durumundadırlar. Uygun davranmadıkları durumda meslek etiği ilkeleri devreye girer. Genel mesleki etik davranış kurallarını şöyle sıralayabiliriz.

1. Yetersiz ve ilkesiz üyeleri meslekten ayırmak,
2. Meslek içi rekabeti düzenlemek,
3. Mesleğin ideallerini korumak.

Bu durum meslek türüne, özelliğine hizmet alanına göre çeşitlilik alabilir.

5. Mesleğe Bağlılık

Mesleki etik ilkelerinden biri de kişinin yaptığı işi önemsemesi ve en iyi şekilde yapmaya çalışmasıdır. Buna kısaca mesleğe bağlılık diyoruz. Kişinin iş hayatı içerisinde sürekli kendini geliştirmesi ve eğitim olanaklarından yararlanması işine verdiği önemi gösterir. Yalnızca kendi gelişimini yeterli görmeyip, meslektaşlarının mesleki gelişimine katkıda bulunmak ta meslek etiği içindedir. Mesleğe bağlılık kişinin işini sevmesine ve huzurlu bir ortamda çalışmasına katkıda bulunur. Bu da verimliliği artırır. Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (İPRA) tarafından, 12 Mayıs 1965'te Atina'da yapılan genel kurul toplantısında bir Ahlak Yasası kabul edilmiştir. 17 Nisan 1968 'te Tahran 'da bazı maddeleri değiştirildikten sonra kesinleşmiş olan "Ahlak Yasası"nda halkla ilişkilerin mesleki ilkeleri yer almaktadır. Bu ilkeler, İnsan Hakları Evrensel Bildirisinden esinlenerek düzenlenmiştir. Bu düzenlerin (İPRA üyeleri bakımından) "kendi kendini denetim" bilincini geliştirici ve meslek ahlakını destekleyici işlevi vardır Dernek üyelerini uyulması gereken ilkeler (görgü kurallarına varıncaya dek) yukarıda sözünü ettiğimiz "Ahlak Yasası"nda ayrıntılı biçimde açıklanmıştır (Tikveş, 2005:52).

Tikveş'nin, (2005:52) yukarıda belirttiği ahlak yasasının metni şöyledir;

Birleşmiş milletlere üye ülkeler, örgütün temel insan haklarına, insan onuru ve değerlerine inancını yineleyen antlaşmasına uymayı kabul ettiklerine göre, bu ülkelerindeki halkla ilişkiler danışmanın ilkelerine uymaları gerektiğini;

İnsanların maddi gereksinimlerinin yanı sıra, düşünsel, ahlaki ve sosyal gereksinimleri de olduğu ve haklarının ancak bu gereksinimler yeterince karşılandığında anlam kazanacağı ve halkla ilişkiler danışmanlarının, mesleki faaliyetleri sırasında, bu gereksinimlerin karşılanması, doğrultusunda hareket edildiğinde, önemli katkıları olabileceğini;

Ve son olarak, halka ilişkiler uygulamacılarının milyonlarca insanla ilişki kurmalarına olanak sağlayan yöntem ve teknolojiden yararlandıklarını ve bunun onlara sağladığı büyük gücün bir ahlak yasası ile sınırlanması gerektiğini göz önünde tutarak,

Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (İPRA) üyeleri bu Ahlak Yasasına uymayı ve üyelerden herhangi birinin mesleğini yürütürken bu yasayı çiğnediği konseye sunulan

kanıtlar ışığında saptandığında, üyenin ciddi bir kusur işlemiş olduğunu ve cezalandırılması gerektiğini kabul ettiklerini beyan ederler.

Görülüyor ki, hayli uzun bir cümlede, halkla ilişkiler konusunda birçok ilke, amaç ve taahhüt gayet düzgün biçimde ifade edilmiştir.

Buna göre dernek üyeleri:

1. İnsanların serbestçe gelişmelerine ve “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi”nde kendilerine tanınan vazgeçilmez hakların kullanabilmelerine olanak verecek ahlaki ve kültürel koşulların oluşmasına katkıda bulunmaya;
2. Bilginin serbestçe akışına kolaylaştıracak, bireylere toplumları içinde gerekli bilgilerle donandıkları güvenini verecek, bu bilgiler ışığında sorumluluklarının ve diğer bireylerle dayanışma içinde olmanın bilincine varmalarını sağlayacak iletişim model ve kanallarını oluşturmaya;
3. Her koşul altında, ilişki kurdukları insanların güvenini kazanacak biçimde davranmaya;
4. Mesleklerin kamu ile olan yakın ilişkisi nedeniyle, özel yaşamları dahil tüm davranışlarının mesleğin bir bütün olarak değerlendirilmesinde etkili olacağını daima göz önünde bulundurmaya;
5. Meslekleri sürdürürken “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi”nin ilke ve kurallarına uymaya;
6. İnsan onuruna saygı göstermeye, onu korumaya ve bireylere kişisel değerlendirme hakkını tanımaya;
7. Gerçek diyaloglar için (karşılıklı görüşmelerle oluşacak anlayışla) gerekli ahlaki, psikolojik ve düşünsel koşulların oluşmasına yardımcı olmaya ve tarafların savlarını ortaya koyabilme ve görüşlerini belirtebilme hakkını tanımaya;
8. Her koşul altında, hizmet ettikleri kuruluşların çıkarları ile birlikte kamunun da çıkarlarını göz önünde bulundurmaya;

9. Ve görevlerini dürüstlük içinde yürütülmeye, anlaşılmazlık yaratacak bir dil kullanmaktan çekinmeye ve mevcut ve geçmiş müşterilerine veya işverenlerine sadakat ve dürüstlüğü sürdürmeye çalışacaklardır.
10. Gerçeği bazı zorunluluklar karşısında ikinci plana itmekten,
11. Belli ve doğrulanmış verilere dayanmayan bilgi iletmekten,
12. Ahlaki ve dürüst olmayan; insan onurunu ve dürüstlüğü zedeleyen herhangi bir girişime katılmaktan,
13. Ve bireylerde kontrol edemeyecekleri ve sorumlu tutulamayacakları bilinçaltı güdülerini geliştirecek aldatıcı yöntem ve tekniklere başvurmadan sakınacaklardır.

IPRA Ahlak Yasasında 1989 yılında bazı değişiklikler yapılmıştır. Aşağıda bu değişiklikler belirtilmiştir:

1. Bir üye halkla ilişkiler yaparak, en yüksek standartları kullanmalıdır. Asla düşük kaliteye kaçmamalıdır.
2. Bir üye tüm çalışanlarına, müşterilerine, üye arkadaşlarına, halkla ve basın karşı samimi olmalıdır.
3. Basın kışkırtmamalı ve yanlış bilgi vermemelidir.
4. Çalıştığı şirketin gizliliğine saygı duymalıdır.
5. İşini gördürmek için bir resmi kuruma rüşvet vermemelidir.
6. Her zaman doğruyu söylemelidir.
7. Mahkeme emri olmadığı sürece gizli bilgileri vermemeli ve gereksiz yere hiçbir şey söylememelidir.
8. Aynı anda iki tarafı birden temsil etmemeli ve ancak istediği anda aracı olmalıdır.
9. Bir ticari şirkette payı varsa, bunu açıklamalıdır.

10. Yapacağı işin önceden pazarlığını yapmamalı ve bunu göre para almaya teklif etmemelidir.
11. Resmi sıfatı olan biriyle (gizlilik gerektiren bir hususta) görüşecekse bağlı olduğu Enstitüye bildirmeli ve bu görüşme kayıtlara geçmelidir.
12. Bir başka üyeyi eleştirmemelidir.
13. Bir üye enstitünün ününe (itibarına) ya da halkla ilişkiler mesleğine gölge düşürecek hareketlerde bulunmamalıdır.
14. Üye bu kurallara uymalı ve herhangi bir üyenin bu kurallara uymadığını gördüğünde ilgili üyeye bildirmelidir. Daha sonraki safhada ise bu hatalı davranışı Enstitüye bildirmelidir.
15. Bir üye başka profesyonellerle çalışırken, onların meslek kurallarına göre hareket etmelidir.
16. Üye devamlı gelişen olayları takip edecek, kendini yenileyecek ve haberdar olacaktır.
17. Bir üye halkla ilişkiler konusunda başkalarını da eğitecektir.

Aşağıdaki kurallar, Halkla İlişkiler Avrupa Konfederasyonu'nun 16.04.1978 tarihli Lizbon genel oturumunda kabul edilmiştir. Bu metne 13 Mayıs 1989 yılında bazı eklemeler yapılmıştır. Bu ek düzenlemeler şöyledir (Tikveş, 2005:52).

1. Bölüm

Her profesyonel üye, ulusal derneklerinin kurallarına uygun olarak birer halkla ilişkiler uygulayıcısıdır. Ve bu kurallara bağlıdır.

2. Bölüm

Genel Profesyonel Yükümlülükler

Mesleğini yürütürken halkla ilişkiler uygulayıcısı evrensel insan hakları prensiplerine bağlıdır. Özellikle basın hürriyetine saygılı olmalıdır. Çünkü kişinin bilgi alma hürriyeti temel bir haktır. Halkın iyiliğini ve çıkarlarını gözetmelidir.

3.Bölüm

Halkla ilişkiler uygulayıcısının dürüstlük, entelektüel olma ve sadakat gibi özellikler taşıması şarttır. Yanlış ve yanıltıcı bilgiyi bilerek kullanmamalıdır.

Profesyonel Davranış Kuralları

IPRA (Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği) Ahlak Yasasının yanı sıra “Davranış ve Görgü Kuralları” içeren bir metni, Mayıs 1961’de Venedik’te yapılan toplantıda kabul edilmiştir:

Derneğe üye bir halkla ilişkiler uzmanının piyasada unvanını iyi olarak duyulması; yüksek ahlaki değerlere sahip olduğunun bilinmesi ve ayrıca IPRA’nın belirlediği görgü kuralları ve ahlak kurallarına uyduğunun bilinmesi gereklidir.

Müşteriye Yönelik Kurallar

1. Derneğe üye bir halkla ilişkiler uzmanı bütün müşterilerine görev anlayışı açısından adil ve eşit davranmalıdır.
2. Bir üye ilgili tarafın onayı olmaksızın taraf tutmamalı ve rekabet etmemelidir.
3. Bir üye eski ya da yeni müşterisine ait gizli bilgilerini ilgili tarafın onayı olmadan açıklamamalı ve bunları daima kendine saklamalıdır.
4. Bir üye diğer bir üyenin müşteri ve işverenini tenkit edici davranışlarda bulunmamalıdır.
5. Bir üye bir müşterinin işini yaparken bu işle ilgili olarak başka hiç kimseden değerli hediye, komisyon ve maaş alamaz.
6. Bir üye başarıyla sonuçlandırdığı işlerin sonunda hiçbir şekilde fiyat ve ücret tartışmasına giremez.

Halkla ve Basına Yönelik Kurallar

1. Bir üye daima kamuoyunun çıkarları doğrultusunda hareket etmelidir.

2. Derneğe üye bir halkla ilişkiler uzmanı asla medyayı (kitle iletişim araçlarını) birbirine düşürecek hareketlerde bulunmamalıdır.
3. Bir halkla ilişkiler uzmanı yanlış ve çarpıtılmış bilgiyi basına vermemelidir.
4. Bir üye çalıştığı organizasyon adına daima tutarlı ve iyi bir temsilci olmalıdır.
5. Bir üye hiçbir zaman bir derneği kendi çıkarları için kullanmamalıdır.

Meslektaşlara Yönelik Kurallar

1. Bir üye hiçbir zaman diğer bir üyenin kişiliğini zedeleyecek ve onu rencide edecek davranışlarda bulunmamalıdır.
2. Bir üye kötü amaçlı bir meslektaş hakkında bir şeyler biliyorsa, bu bildiklerini mutlaka IPRA'ya bildirmelidir.
3. Bir üye, başka bir üyenin işine talip olmamalıdır.

3.6. Halkla İlişkiler Mesleğinde Örgütlenme

Örgütlenme, kelime anlamı ile; ortak bir amacı veya işi gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kurumların veya kişilerin oluşturduğu birliktelik, teşekkül oluşturma anlamına gelmektedir (Ataman, 2006). Bursalıoğlu'na göre toplum içerisinde yaşama işbölümünü ve örgütlülüğü zorunlu kılmaktadır. Toplumsal gereksinimlerin ve sorunların pek çoğu, birden çok kişinin bir araya gelip güçlerini birleştirerek, gereksinmeyi karşılamak, sorunu çözmek için uğraşmayı gerektirdiğinden, toplumsal eylemler artık genellikle ekonomik, politik, dinsel ve mesleki eksenler etrafında düzenlenmiş güçlü grupların etkileri sonucunda meydana gelmektedir (akt.Baysal, 2006:5-6). Baysal, buna bağlı olarak toplumsal birimlerin sayısı ve türü arttığını söylemektedir. Bu toplumsal gereksinmeyi karşılamak ya da mesleki sorunları çözmek için bir araya gelen insanların kendi aralarında örgütlenerek iş bölümü yapmaları gerekir. Bir örgütün toplumsal olabilmesi için toplum içinde yerleşmiş olması, halka açık olması ve toplumun bir kesimince ürünlerinin kullanılabilir olması gerekir. Toplumsal gereksinmelerin karşılanması, toplumsal sorunların çözülmesi zorunluluğu, insanı öbür toplum üyeleriyle iş birliği yapmaya zorlamaktadır. Bu zorlamanın doğal sonucu olarak da

toplumda örgütler ortaya çıkmıştır. Toplumsal bir olay olan örgütlenme, toplumların var olduğu gündün beri sürüp gelmektedir. Toplumsal kuramların olgusu olan toplumsal birimlerin tümü de bir örgütlenme sonucu ortaya çıkmıştır (a.g.t, 2006:6). İnat, (2006:24) günümüzde Türkiye’de yaklaşık 55.000 dernek olduğu ifade edilmektedir. 2 binin üzerinde vakıf, binin üzerinde sendika ve 500 meslek kuruluşu bulunmaktadır. Bunlardan 35–40 binini yerel inisiyatifler (okul, aile birliği, cami yaptırma dernekleri, köy-mahalle-şehir güzelleştirme dernekleri gibi) oluşturur. Özenli bir çalışma yürüten kuruluş 10–15 bin düzeyindedir. İnat’ın çalışmasının 2006 yılında yapıldığı için bahsetmiş olduğu dernek sayısı ve meslek kuruluşu sayısının arttığını gözden kaçırmamak gerekir. Örgütlenmenin tam olarak tamamlanamamış olmasının otokontrolü sağlamada büyük sıkıntı yarattığı görülmektedir. Çünkü meslek mensuplarının kendilerini bağlayacakları ve üzerlerinde yasal yetki kullanmaya izin verebilecekleri bir örgütlü yapılanma şu an için mevcut olmamakla birlikte Halkla ilişkiler uzmanları bunu talep etmektedirler. Konuyla ilgili farklı bir dernek üyesinin görüşleri ise şöyledir.

“Bunu anlayabilmek için diğer örgütlerin yapısına bakmamız yeterli bence, onlar bu sorunu çoktan aşmış ve mesleğin itibarını zedelememek için ellerinden gelen her şeyi kullanıyorlar. Halkla ilişkiler mesleğinin de en kısa zamanda örgütlenmesini tamamlaması ve mesleki bilincin yerleştirilmesi için çalışmalar yapması gerekiyor. Örgütlenme arttıkça emin olun etik kurallara uyum artacaktır. Çünkü kimse artık kafasına göre davranamayacaktır“ (Katılımcı 3).

Profesyonel mesleklerin bu sorunu çok öncelerden aştıklarını bununda kendilerine bir itibar ve güven sağladığını ifade etmektedir. Aslında profesyonelleşmek isteyen Halkla ilişkiler mesleğinin eninde sonunda bu süreci yaşayacağı kanısı hâkimdir.

“Mesleki örgütlenme, bir mesleğin etrafında güç birliği yapmayı, o mesleğin her türlü sorun veya gelişimi için ortak hareket etmeyi, üyeleri arasında grup bilincinin oluşmasını ve birlikten güç doğar anlayışını temsil ediyor benim için” (Katılımcı 2).

Mesleki örgütlenme çoğu uzmana göre güç birliği ve birlikte hareket etmeyi ifade etmektedir. Örgütlenme sayesinde yaratılan sinerji ile bir kişinin yapamayacağı şeylerin örgüt halinde yapılabileceği ve taleplere daha rahat ulaşılacağı düşünülmektedir.

“Mesleki örgütlenme devletin sağladığı hak ve özgürlüklerin artması ve sektörün daha iyiye gitmesi için eğitimler veren, mesleki bilgi paylaşımının olduğu yapılar olarak ifade edebilirim” (Katılımcı 3).

“Mesleki örgütlenme o meslekte çalışanların haklarını korumak diğer örgütler ile iletişimi sağlamak ve mesleki eğitimlerin alındığı sivil toplum kurumlarıdır” (Katılımcı 6).

3.7. Halkla İlişkiler Mesleği ve Siyaset İlişkisi

Meslek bireyin almış olduğu eğitim, yaşadığı çevre vb. değişkenler, sahip olacağı mesleği belirlemede etkili olmaktadır. Sahip olunan meslek, bireyin toplumdaki statüsünü göstermektedir. Toplumdaki statüsünün yüksek olması bireyin siyasal konulara yönelik ilgisini artırırken, bürokrasi ile de ilişki kurmasını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, bu grupta yer alan bireyler siyasal katılma faaliyetlerinden bazılarını oy verme, çevresiyle siyasal konularda konuşma veya tartışma vb. düşük statülü meslek gruplarına göre daha sık ve rahat yaparlar. Mesleğin çeşitli nitelikleri, bireyin siyasal katılımını etkilemektedir. Farklı meslek gruplarının, kendileri ile ilgili konularda siyasal kararlar alınması söz konusu iken, daha yoğun siyasal katılma biçimlerine yönelmeleri beklenmektedir (Duran, 135:2005).

Baykal'a göre, kişinin mesleği siyasal davranışını ve siyasal katılımını şu yollarla etkileyebilir: (akt.Çadır, 15:2001).

- Meslek, bireye, siyasal önemi olabilecek yetenekler ya da ustalıklar kazanma imkanı verebilir. Örneğin avukatlık, öğretmenlik, gazetecilik gibi mesleklerin siyasal yaşam içinde aktif görev aldıkları görülmektedir. Bunların aksine el emeği kullananların, basit sekreterlik işleri yapanların, ev kadınlarının siyasal ilgiyi yükseltecek işler yapmaması sebebiyle düşük siyasal katılım gösterdiği görülmektedir.

- Meslek, bireyi belli bir siyasal görüşü olan insanlarla bir araya getirerek siyasal etkileşim içine sokabilir. Örneğin, işin teknik mahiyeti nedeniyle maden işçileri yerleşim yerleri dışında uzun süreler bir arada kalmaktadırlar. Bu süre içinde birbirleriyle etkileşim içinde bulunmaktadırlar. Maden kasabalarının (örn. Zonguldak) yüksek oranlarda oya katılmasının sebeplerinden biri de budur.

- Bireyin mesleği, hükümetin politikaları ile menfaat ilişkisi içinde olabilir. Resmi politikanın oluşturulması ve yürütülmesi sürecinde görev alan bazı meslek mensuplarının siyasal olayları zorunlu olarak izlemek durumunda kaldığı görülmüştür. Örneğin, bürokratların yüksek oranda siyasal yaşama katıldıkları gözlemlenmektedir. Ayrıca hükümet politikalarını yakından takip etmek durumunda olan iş adamları ve çiftçilerin de yüksek oranda siyasal yaşama katıldıkları görülmektedir.

- Mesleği icabı bireyin sahip olduğu rol kişiyi kolayca siyasal hayata geçirebilir. Bazı mesleklerin gerektirdiği müzakerecilik, tarafların arasını bulma, insanlarla iyi geçinme gibi nitelikler bireylere siyasal yaşam açısından gerekli özellikleri sağlamaktadır. Örneğin, avukatların siyasal yaşamın en aktif meslek gruplarından biri olmasında bu niteliklere haiz olması yatmaktadır. Siyasette katılımı belirlemede mesleğin etkisi önemli olmakla birlikte bunun dışında, eğitim, gelir düzeyi, yerleşim biçimi, aile yapısı, kitle iletişim araçları, cinsiyet, sivil toplum kuruluşlarının etkisinin de olduğu unutulmamalıdır. Bunun yanı sıra meslek örgütleri, dernek ve sendikaların çatısı altında toplanan bireylerin siyasal katılım düzeylerinin de yüksek olduğu görülmektedir. Söz konusu kuruluşlar doğrudan siyasal örgütler içinde yer almasalar da pek çok siyasal konuda açık bir tavır sergilemekte ve gerçekleştirdikleri etkinliklerle üyelerine bu tavrı empoze etmektedirler. Bu durum üyelerin siyasal katılımını olumlu olarak etkilemektedir (Çadır, 2001:15-16). Örgüt üyeliği, siyasal görevler üstlenmede anahtar bir statü konumundadır. Çünkü örgütlerde edinilen deneyimler, bireyi siyasallaştırmakta ve karar alma mekanizmalarında görev almaya özendirir.

Ülkemizde mesleklerin siyasette katılımı konusunda sayısal verilere baktığımız zaman 23. dönem milletvekillerinin 73 ayrı meslekten geldiklerini görmekteyiz, bu milletvekilleri dağılımlarına göre, 92 hukukçu, 82 işadamı ve iş kadını, 78 öğretim üyesi, 40 eğitimci veya öğretmen, 39' da ekonomist bulunmaktadır. 18 milletvekili üst düzey yöneticilikte geldiğini belirtilmiş. Milletvekilli meslekleri konusunda diğer meslekler ise şöyle sıralanmış 27 tıp doktoru, 24 inşaat mühendisi, 16 mali müşavir, 15 makine mühendisi, 11 gazeteci, 9 mimar, 8 planlamacı, 7 diplomat-büyükelçi, 6 bankacı, 4 subay, 2 siyaset bilimci. Vekiller arasında mesleklerini “şarap mühendisi”, “stratejist”, sporcu, sanatçı, ressam, bilgisayar mühendisi, armatör, tarihçi ve mütercim olarak bildiren 1'er milletvekilli olduğu söylenmiş (www.tbmm.gov.tr).

Tez çalışmamızda Halkla ilişkiler uzmanlarına siyasette ilgi düzeyleriyle ilgili sorular yöneltilmiştir, araştırmada öğrenilmek istenen husus meslek mensuplarının hangi ideoloji veya partiyi desteklediklerini öğrenmek değil, siyasette ilgi düzeylerini ortaya çıkarmaktadır. Mülakatlar sırasında siyasette ilgi düzeyi, Halkla ilişkiler uzmanlarının siyasette genellikle uzak durmalarının nedenleri ve profesyonelleşmenin artması durumunda siyasette katılım düzeyini nasıl etkileyeceğine yönelik sorular yöneltilmiş ve uzmanlardan bazıları aşağıdaki cevapları vermiştir.

“Herhangi bir siyasi partiye üye değilim ve olmayı da düşünmüyorum, tabii ki bir savunduğum bir siyasi görüş var. İletişim mesleği bilimsel bir meslek algılanmaya başladığı zaman ve toplumda itibari yükseldikçe meslektaşlarımızın siyasette daha fazla yer edineceğini düşünüyorum. Genel olarak baktığımız zaman örgütlenmelerinin meslektaşlar üzerinde belirli bir bilinci oluşturduğunu görmekteyiz. Halkla ilişkiler mesleğinde de istenilen veya örgütlenmesini tamamlamış diğer meslekler gibi bir örgütlenme olursa siyasete daha fazla meslektaşımızı görebileceğimizi düşünüyorum”
(Katılımcı 1).

Siyasi partilere üye olmada ve gelecekte siyasette kariyer yapmada önemli olan hususlardan bir tanesi ‘mesleki saygınlık’ ve kişinin toplumdaki ‘itibarı’ olduğunu varsayarsak, profesyonelleşmenin mesleklere itibar kazandırdığı ve bununda meslek mensupları üzerinde özgüveni ve daha fazla toplumsal sorunlara eğilimi artırdığını söyleyebiliriz. Bunun dışında örgütlenmesini tamamlamış mesleklerin göreceli olarak siyasette daha fazla ilgi duyduğu veya siyasilerin bu örgütlerin gücünden faydalanmak için onları arasında görmek istediği bir gerçektir. Örgütlenme hem bir baskı grubu olmayı, hem de sorunlarını daha güçlü bir şekilde dile getirmeyi yol açacağı için genel olarak örgütlenmenin siyasette katılımı artıracığı yönünde görüşler öne sürülmüştür. Diğer bir görüşte ise,

“Siyasette ilgimi sadece seçmen düzeyinde, hayatımın hiçbir döneminde siyasi faaliyette bulunmadım. Bence halkla ilişkiler uzmanları siyasetten uzak durmalı, bunun nedeni bir siyasi partiye üye olduğum zaman ve o partinin bir ferdi olarak kabul gördükten sonra fişlenme gibi bir tehlike ile karşı karşıya kalabilirsiniz. İktidar değişti zaman veya başka bir sebepten

dolayı iş değiştirmek zorunda kalırsanız zorlanabilirsiniz. Mesleki örgütlenmelerin siyasette katılımı artıracığını yönündeki düşünceye çok katılmıyorum. Çünkü mesleğin tarafsız olması gerekiyor, yani mesleğin yapısından kaynaklanan bir şey söz konusu” (Katılımcı 3).

Bu konu anket sonucunda bulunamayacak kadar önemli ve derinlemesine mülakat yönteminin uygulanmasının faydaları açısından dikkate değer bir örnektir. Birçok halkla ilişkiler uzmanı ajanslarda veya kurumsal firmalarda çalışmaktadır. Ve de mesleklerinin gereğince her siyasi görüşe eşit mesafede olma ve bu anlamda işlerini profesyonelce yapma eğilimindedirler. Aslına profesyonelleşme konusunda bilinçli veya bilinçsiz olarak bu normun meslektaşlarda oturduğu görülmektedir. Zaman içerisinde halkla ilişkiler uzmanların algılarında ve hizmet verdikleri sektör yöneticilerinde değişiklik olması durumunda bu mesleğin mensuplarının siyasette daha fazla yer alabilecektir.

“Siyasette ilgili bir insan değilim, hayatımın hiçbir döneminde siyasi bir faaliyette bulunmadım, bir partiye üye olmadım olmayı da düşünmedim. Bence biz fazla inandırıcıyız, o yüzden siyasetin içerisinde yer alamıyoruz. Siyaset insanlara itibar kazandıran ve bir statü veren bir kurum, onu yapabilmek için farklı özelliklere sahip olmak gerektiğini düşünüyorum. Profesyonelleşme artıça ve mesleğimizin ne olduğunu ufak çocuklar bile anladığı zamanda Halkla ilişkiler uzmanları siyasette daha çok girebilir veya girmesi için daha çok teşvik edilebilir” (Katılımcı 12).

Farklı bir görüşte ise Halkla ilişkiler uzmanlarının siyasette girebilmeleri için öncelikle Halkla ilişkiler mesleğinin tıpkı doktorluk, avukatlık veya öğretmenlik gibi meslekler gibi ne iş yaptığını toplum tarafından bilinmesi gerektiğini savunmuştur. Mülakatta katılan bir diğer Halkla ilişkiler uzmanı da konuya çok ayrı bir noktadan yaklaşmaktadır. Siyasetin ekonomik gelir ile doğru orantılı olduğunu Halkla ilişkiler mesleğini yapanların gelirlerinin bu kadar olmadığını söylemektedir.

“Bence, siyaset kişilerin kendi yapısı ve istekleriyle doğru orantılı bir tercihtir. Mesleki etki sadece gelirlerim azlığı nedeniyle olabilir. Siyaset pahalı bir uğraş. Siyaset nedense biz Halkla ilişkiler uzmanlarına soğuk geliyor, biz bir siyasetçinin seçim çalışmasını severek ve şevk ile

yapabiliriz, o kişinin partisine desteklemesek bile. Fakat siyasette ne kadar yer alırız o meçhul. Bence halkla ilişkiler mesleğinin iş tatmini yüksek olduğu için insanlar siyasette fazla ilgi duymuyor. Örgütlenince ne olur bilemem, belki örgüt insanları siyasi faaliyet içerisinde olmaya teşvik edebilir” (Katılımcı 7).

Bu düşünceden şu sonucu çıkarmak yanlış olmaz, maddi güç olarak birçok meslek birbirine yakın seviyededir. Öğretmenlerin siyasette katılımı Halkla ilişkiler uzmanlarından daha fazla olmasına rağmen maddi gelirleri neredeyse aynı seviyededir. Örgütlenmenin gücü burada ortaya çıkmaktadır.

3.8. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği

Türkiye Halkla İlişkiler Derneğinin kurucuları, Alaaddin Asna, Ahmet Ramazanoğlu, Affan Başak, Ayşegül Dora, Babür Ardahan, Canan Usman, Cüneyt Koryürek, Ender Gürol, Mehmet Akter, Mehmet Turaç, Necdet Gülkut, Rıdvan Menteş ve Sağlam Dalaman'dır. İlk dönemdeki ayakları üzerinde durma aşamasını geçen ve mesleğin kamuoyunda tanınmaya başlamasını sağlayan dernek, ikinci dönemde dünyaya açılarak IPRA ve öteki uluslararası kuruluşlarla bağlantı kurmuş, sonraki dönemlerde ise üye sayısını çoğaltmayı hedeflemiştir. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği kuranlar bir uzmanlık alanı olan bu mesleğin sorunlarını ancak geçimini bu işten kazananların, geleceğin bu işe bağlayanların çözümleyebileceğini düşünerek üye alınması konusunda, tüzüğe sınırlayıcı hükümler koymuşlardır. Bunun amacı, derneğin herhangi bir sosyal kulüp değil, mesleğin gelişmesini kendi kişisel yararları için gören uzmanların oluşturduğu bir meslek örgütü niteliğine kavuşmasıdır. Bugün dernek üyelerinin büyük bir çoğunluğu bu hedefi benimsemiş, Halkla ilişkiler mesleğini kendilerine profesyonel kimlik olarak kabul etmiş uzmanlardır (www.tuhid.com.tr). Kurulduğunda başkanlığına o yıllarda Koç Holding Halkla İlişkiler müdürü olan Alaeddin Asna'nın getirildiği derneğin tüzüğünde halkla ilişkiler kavramı “Halkla ilişkiler, özel ve kamu kurumlarının müşteri, işçi, ortak gibi özel gruplar, resmi çerçeveler ve geniş anlamda halkla sağlam bağlar kurup, geliştirerek kendisini çevresine yerleştirme, topluma tanıtma ve çalışmalarında halkoyundan gelen yakınlıkları değerlendirerek tutuma yön verme konusundaki giriştiği planlı çabalarıdır” şeklinde tanımlanmaktadır (Akbulut, 2008:48). Başlangıç döneminde öncelikle halkla ilişkiler mesleğinin kamuoyunda tanınmasını

sağlayan dernek, daha sonraki dönemlerde dünyaya açılarak uluslararası Halkla ilişkiler Derneği (IPRA) ve Avrupa Halkla ilişkiler Konfederasyonu (CERP) gibi diğer uluslararası kuruluşlarla bağlantı kurmuş ve halkla ilişkiler mesleğini profesyonel kimlik olarak kabul eden yüzlerce üye kazanmıştır. 2004 yılı Aralık ayında Türkiye unvanını ad alarak Türkiye Halkla ilişkiler Derneği oluşmuştur. Ayrıca yine aynı yıl dünyada halkla ilişkiler alanında etik kavramı için çalimsalar yapan Global Alliance üyesi olmuştur. “Türkiye markası” üzerine çalimsalar yapan Türkiye Tanıtımı Konseyi’nin kurucu üyeleri arasında yer alan TÜHİD’in üyesi olup dernek her yıl eğitim, forum, seminer gibi birçok etkinliğe imza atmaktadır. Dernek’in her yıl düzenlediği Altın Pusula Halkla İlişkiler Ödülleri, sektörün ilk ve tek ödülü olma özelliğini taşımaktadır (Akbulut, 2008:49). Türkiye Halkla İlişkiler Derneğinin resmi web sayfasında derneğin kuruluş amaçları ve derneğe üye olma koşulları ile ilgili şunlar söylenmiştir. Halkla ilişkiler Mesleğinin kimliğini ve itibarını gözetmek, gerektiğinde bunların korunması için girişimlerde bulunmak, mesleği uluslararası standartlara uyumlu hale getirmek, bağlı bulunduğu organlarda temsil kabiliyetini arttırmak, doğru ve anlaşılır iletişim faaliyetlerinin yaygınlaştırılmasını sağlamaktır. Derneğe üye olabilmek için, Fiil ehliyetine sahip, 18 yaşını bitirmiş, 4 yıllık lisans eğitimini tamamlamış bulunmak, Halkla ilişkiler faaliyetlerini bilfiil yürütüyor olmak, İletişim alanında yüksek tahsil yapanların 2 yıllık, diğer branşlardan yüksek tahsil yapanların ise 5 yıllık mesleki tecrübeye sahip olmak. En az iki dernek üyesince tavsiye edilmiş olmak gerekmektedir (www.tuhid.com.tr). Derneğe üye olmak için yüksek düzeyde bir eğitim almış olmak ve iş tecrübesine sahip olmak olmazsa olmaz kurallar olmuştur. Derneğe üye olabilmek için ayrıca iki üyenin tavsiyesi gerektiğinden bahsedilmektedir. Derneğin genel olarak üyelerini seçerek aldığı ve yarı açık bir yapıya sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Bu amaç ile kurulduğunu ifade eden Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, Türkiye’deki Halkla ilişkiler uzmanlarını bir çatı altında toplamayı hedeflediğini belirtmektedir. Bu konuda ki Bursa Halkla İlişkiler Derneği üyelerinin görüşleri derneğin Türkiye’deki bütün Halkla ilişkilercileri temsil ettiğini düşünüp düşünmedikleri konusundaki görüşler aşağıdaki gibidir.

“Türkiye Halkla ilişkiler derneğine üye değilim, şu anda da üye olmayı düşünmüyorum. Türkiye Halkla İlişkiler derneğinin merkezinin İstanbul olmasının ve orada yapılacak olan faaliyetlere istese bile birçoğuna katılamayacak olmam bunda etkilidir. Türkiye de Halkla ilişkiler mesleğini temsil ettiğini düşündüğüm bir yapı yok, Ülkemizde Halkla ilişkiler alanında örgütlenmelere baktığımız zaman Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, İletişim Danışmanları Derneği ve Kurumsal İletişimciler derneklerinin yanı sıra farklı illerde kurulmuş yerel dernekler bulunmakta, bu dernekler içerisinde bana göre en aktif olan İletişim danışmanları derneği. Fakat İletişim danışmanları derneğinin yapısının farklı olduğunu oradaki üyelik sürecinde bireysel üyelik değil kurumsal üyelikler olduğunu söyledi. Derneklere üye olma konusunda nasıl Eczacılar Derneği varsa ve bunlar bütün üyeleri eczacıysa Halkla ilişkiler derneklerinde de en azından lisans, yüksek lisans veya doktorasını Halkla ilişkiler alanında yapmış insanların derneklere üye olabilme zorunluluğu getirebilir. Fakat günümüzde bunu yapmak gerçekten çok zor, bunun en büyük nedeni şu anda sektörde yer edinmiş ve tanınan çoğu Halkla ilişkiler uzmanının aslında bu alandan mezun olmaması yani mesleğin temelini alaylı bir yapıya sahip olması” (Katılımcı 1).

Türkiye’de sayılı Halkla ilişkiler derneklerinden belki de en bilineni Türkiye Halkla İlişkiler derneğidir. Türkiye’de farklı illerde daha çok kendi şehirlerin ismini ön tarafına koyan dernekler açılmıştır. Bu derneklerin hepsi birbirinden bağımsızdır. Aslında sorun burada ortaya çıkmaktadır. Bütün Halkla ilişkiler uzmanları üzerinde yetkinliğini kabul ettirebilmiş bir dernek olmaması sektördeki en büyük sıkıntılardan bir tanesidir.

“Üye değilim Bursa’da yaşadığım için toplantılarını İstanbul’da katılmam zor olacağı için üye olmadım. Hayır, temsil ettiğini düşünmüyorum sadece İstanbulluları kapsıyor daha önce Bursa’ya kendi şubeleri yapma konusunda derneğe geldiler ancak BHİD bunu reddetti. TÜHİD federasyon olmayı düşünmüştü o yıllarda ancak sanırım olamadı. Bize bağlı şube olun dediler bizde o dönemde reddettik ben o dönem yönetimde değildim sadece üyeydim ama üyelerimiz istemediler hatırlıyorum dönem yönetimde olmadığım için ayrıntıları çok iyi bilmiyorum” (Katılımcı 16).

“Türkiye halkla ilişkiler derneğinin ismini okul yıllarında duydum, fakat üye olmayı düşünmedim. En büyük sorun uzak olması ve eğitimlerine katılamayacak olmam. Maalesef düşünmüyorum. Bu konuda diğer mesleklere göre eksik olduğumuzu görüyorum. Hepimiz iletişimciyiz ama kendi iletişimimizi maalesef doğru yapamıyoruz” (Katılımcı 4).

Üyelerinin çoğunun bu derneğe katılmama sebebinin İstanbul’da bulunuyor olması ve etkinliklerine iş yoğunluğundan ve mesafeden dolayı katılmalarının zor olduğu içindir. Katılımcılar bu derneklerin tek çatı altında toplanmalarını eğer bir dernek altında toplanmaları mümkün olmayacaksa bir birlik olarak faaliyet göstermelerini talep etmektedirler.

“Türkiye Halkla İlişkiler derneğine üye değilim daha önce ismini duymuştum ama üye olmayı hiç düşünmedim. Üye olmayı düşünmememin sebebi etkinliklerine katılamayacak olmam üye olsam bile bu sadece oraya üyeyim demek gibi bir şey olacak ne ben oraya bir şey katabileceğim neden oradan gerçek anlamda bir şeyler öğrenebileceğim. Kâğıt üzerinde üyelikleri doğru bulmuyorum. Evet, bence Türkiye Halkla ilişkiler derneği bütün meslektaşları temsil eden veya etmesi gereken bir dernek. Fakat daha etkin olabilmesi için diğer dernekler ile işbirliği yapması gerekiyor. Eğer yapabilirlerse tek çatı altında toplanmalılar” (Katılımcı 3).

Mülakatlar sonucunda dernek üyelerinin aslında tüm halkla ilişkilercileri kucaklayacak ve sorunlarına eğilecek bir dernek olması gerektiği, Türkiye Halkla ilişkiler derneğinin bu misyonu üstlenebileceği fakat gerekli adımları atmadıklarını düşündükleri görülmektedir. Saydam, (2011:40) Marketing Türkiye dergisindeki köşesindeki yazısında, Halkla İlişkiler sektöründeki çalışmaların bireysel bazda üye olunabilecek tek derneğin, Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) olduğunu, diğerine, yani İDA’ya (İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği) sadece şirketler (ajanslar) üye olabilmektedir ifadesini kullanmıştır. Saydam’ın Türkiye’de faaliyet gösteren diğer Halkla ilişkiler derneklerini saymaması aslında İstanbul’da faaliyet gösteren mensupların diğer örgütlenmeleri çok ciddiye almadıklarını düşündürmektedir.

3.9. Bursa Halkla İlişkiler Derneği

Bursa Halkla İlişkiler Derneği 23 Ocak 1992’de Dernekler yasasına göre defterlerini tasdik ettirerek 9 teşebbüsçü meslektaşın ile ilk adımını atmış ve 7 üyenin aralarında yaptıkları görev taksimi ile faaliyetlerine başlamıştır. 11 Şubat 1992’de kurucu yönetim kurulu oluşturulmuş ve en hızlı bir araştırma ile üye kayıtları yapıldığı söylenmiştir. 17 Eylül 1992’de yapılan ilk genel Kurul’da ilk yönetim ve denetim kurulları oluşturulmuştur. O günden bugüne kadar 20 Mayıs 1993, 21 Nisan 1994, 21 Nisan 1995, 23 Nisan 1996, 30 Haziran 1997, 03 Mayıs 2000, 25 Nisan 2002, 27 Nisan 2004, 26 Nisan 2006 ve 28 Nisan 2008’de genel kurullar yapılarak günümüze geldiğinden bahsedilmiştir. Tüm seçilen yönetim kurulu, denetleme kurulu ve dernek üyelerinin katkılarıyla birçok etkinlikler yapılmış ve mesleki açıdan tanıtım, üyeleri destek olduğu gibi yaşadığımız kent Bursa ve halkına da yaralı olunmaya çalışılmıştır her dönem yapılan etkinlikler planlanırken Bursa’nın bir sanayi kenti oluşu ve yeni yetişen genç kuşaklara mesleğin özendirilmesi gibi noktalar üzerinde durulmuştur ve durulmakta olduğundan bahsedilmiştir (www.bhid.com).

Bursa Halkla ilişkiler Derneği Başkanı Ebru Koçanalı, 14 Ağustos 2011 tarihli Bursa Hürriyet gazetesi magazin sayfasındaki Funda Avcı’nın röportajında, Sayın Koçanalı’ya göreve geldiğiniz günden bu yana ağırlıklı çalışmalarınız ne oldu? Sorusuna şu cevabı vermiştir.

“ Yönetim kurulu üyesi arkadaşlarımla birlikte ilk iş olarak, şu an sektörde olmayan ve bu alanda çalışmayan çok sayıda üyemizin olduğunu tespit ederek ciddi bir revizyona gittik. Bu alanda eğitim almış ve henüz üyemiz olmamış çok fazla meslektaşımızın olduğunu farkındaydık. Onların derneğimize üye olmasına yönelik görüşme ve çalışmalar başlattık. Göreve geldiğimiz ilk yılda 30’a yakın yeni üye kazandırdık. Yeni üye kazanımının ardından yönetim kurulu olarak her zaman “dernekler ve üyeleriyle var olurlar ve güçlenirler” sloganıyla hareket ettik. Mesleki dayanışma ve üyeler arasında kaynaşmayı geliştirmek adına her ay düzenli olarak toplantılar yaptık. Bunlar meslektaşlarımızın hem mesleki gelişimlerine destek olmak anlamında eğitimler hem de motivasyonu artırmak adına etkinlikler şeklinde oldu.” (Avcı,2011:4).

Yapın çalışmada Bursa Halkla İlişkiler Derneği üyelerinin mesleği seçim süreçlerinde nasıl karar verdikleriyle ilgili olarak soru yöneltilmiştir, dernek üyeleri mesleği seçim süreçlerini şu ifadeler ile açıklamışlardır.

“Halkla ilişkiler mesleği statik değil dinamik bir meslek olması mesleği seçmemdeki en önemli neden. Mesleği seçmemde daha çok iletişim araçlarının yayınlarının etkili olduğunu söyleyebilirim” (Katılımcı 13).

Halkla ilişkiler mesleği iletişim araçları sayesinde hem popüler bir meslek olarak algılanması sağlanırken, hem de mesleği yaptığını söyleyen ilgisiz kişiler yüzünden itibarı düşmektedir. Fakat mesleğin hareketli bir meslek olması, durağan yani masa başında standart bir iş olmaması, kendi yeteneklerini gösterebilme fırsatı ve sosyal çevre edinme konusundaki sağladığı avantajlar meslek seçimini etkileyen diğer önemli unsurlardır.

“Mesleği tercih ederken çağın mesleği olacağı düşüncesi ile tercih ettim. Bu alanda o dönem ki algı önemliydi sanırım. Halkla ilişkiler mesleği popülerdi.” (Katılımcı 14).

Meslek seçiminde kitle iletişim araçlarının önemi yadsınamaz, bazı meslekler dönem dönem ön plana çıkmakta, dönem, dönem geleceğin mesleği olmaktadır. Sosyal bilimler alanında meslek seçimi konusunda fazla tercih şansı olmaması ve Halkla ilişkiler mesleğinin algısı tercih sırasında önemli sebeplere sahiptir. Bursa Halkla İlişkiler Derneği Bursa'nın web sitesindeki tanıtım metninde yapılan etkinliklerin yapılırken Bursa'nın bir sanayi kenti oluşundan bahsedilmektedir. Sanayi kenti olmasının Halkla ilişkiler mesleğine yaptığı olumlu veya olumsuz yönleriyle ilgili olarak dernek üyelerinin görüşleri şöyledir.

“Bence Bursa bir sanayi kentinden çok bir tüccar kenti konumunda. Bursa kendi markasını üreten bir şehir değil, ara üretici konumunda olmuş hep. Bunun nedenle meslek şu anda istenilen düzeyde değil. Bursa ne zaman kendi markasını üretir ve pazarlamaya başlarsa mesleğin önemi o zaman çoğalır”(Katılımcı 1).

Bursa'nın bir sanayi şehri olması, hizmet sektöründen çok işçinin çalıştığı bir şehir olması Bursa'nın sosyolojik yapılanmasına farklı bir önem vermektedir. Birçok şehrimizde hizmet sektöründe çalışanlar sanayi sektöründe çalışanlardan daha azdır. Bursa gelişmiş sanayisine rağmen daha çok marka üreten şehir değil, bilindik markaların işini yapan bir yapıya sahip olması ve birkaç büyük sanayi kuruluşu ve bu kuruluşların yan sanayisi olarak gelişmesi Halkla ilişkiler mesleğinin gelişmesini dolaylı olarak etkilemektedir.

“Sanayi kenti olması bir avantaj aslında, düşünseniz ya Anadolu'nun birçok kentinde ne sanayi var ne de başka bir şey, bizim bunu fırsatta dönüştürmemiz gerekiyor. Eminim ki önümüzdeki yıllarda mesleğimizin değer anlaşılacak ve çok talep gören bir meslek haline dönüşecek” (Katılımcı 8).

Katılımcılar iki görüş öne sürmüşlerdir, bir bölümü sanayi şehri olmasının dezavantaja yol açtığını savunurken, bir grup ise sanayi şehrinin olmasının aslında bir avantaj olduğunu söylemektedirler. Sonuçta sanayi kenti olması ve Halkla ilişkiler mesleğinin de kapitalizmin bir sonucu olarak başlaması önemlidir. Buradaki sorun Bursa'daki sanayileşmenin kendi markasını yaratamamasından kaynaklandığı konusudur.

“Sanayi şehri olmasının meslek üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu düşünmüyorum. Bu yönetici vizyonu ile alakalı bir konu olduğu görüşündeyim. Bir yönetici ne kadar vizyon sahibi ise Halkla ilişkilerin ona ne kazandıracağı konusunda bilgi sahibidir” (Katılımcı 13).

Bursa'nın sanayi şehri olmasının yanında yöneticilerin çoğunluğunun iş hayatından gelmesi ve yüksek eğitim almış yeni neslin aile şirketlerinin başına yeni yeni gelmeye başlamasının sektörde ve Halkla ilişkilerin algılanmasında farklılığa yol açacağı varsayılmıştır.

“Maalesef var çünkü marka olmaya çalışmak yerine fasoncu olmaya ağırlık verilen bir şehirde yaşamak mesleğimiz için bir dezavantaj” (Katılımcı 16).

Meslek mensuplarına Bursa Halkla İlişkiler derneğinin ismini ilk önce nerede duydukları ve derneğe üye olmaya nasıl karar verdikleriyle ilgili görüşleri aşağıdaki gibidir.

“Derneği internette araştırmalarım sonucu buldum. Gazetede birkaç etkinliğini okudum ve derneğe üye olmaya karar verdim. Birlikten kuvvet doğacağını düşünüyorum. Mesleğe daha çok değer verilmesi için bu mesleği yapanların harekette geçmesi gerektiği düşünüdüm” (Katılımcı 14).

Ortaya çıkan sonuçlara göre Halkla ilişkiler alanından mezun olanların böyle bir dernek olup olmadığını araştırdıkları ve internet aracılığı ile derneğe ulaştıkları anlaşılmaktadır. Halkla ilişkiler mezunları mesleklerine daha çok sahip çıkmak ve aidiyet duygusu sebebi ile derneği araştırmışlardır.

“Bursa Halkla ilişkiler derneğinin ismini ilk önce Anadolu üniversitesinde öğrencilik yıllarında duydum. Hatta bu dönemlerde BHİD birkaç etkinliğine katılma fırsatı yakaladım. Üye olmaya çok önceden karar verdim aslında, fakat o dönemki yönetim kurulundan memnun olmadığım için ve bana sıcak gelmediği için üye olmadım. Yönetim kurulu değişince ve yeni yönetimin herkese karşı sıcak olduğunu gördüm. Bence dernek yönetimleri çok önemli” (Katılımcı 4).

Derneğin yaptığı etkinlikler ve basında yer almasının da derneğe katılımda büyük etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Derneğin faaliyetlerini gören üyeler derneğe katılma konusunda istek bildirmektedirler.

“Bursa Halkla İlişkiler Derneğini basından duymuştum, Bir arkadaşımın tavsiyesi üzerine üye oldum, bu alandan mezun olduğum için doğru yer olduğunu düşünüdüm. şirket yöneticileri de hem şirketti temsil hem de kişisel gelişim için önemli olacağını düşünmüş” (Katılımcı 9).

BHİD üyelerinin dernekten beklentileriyle ilgili görüşlerine şöyledir.

“Derneğin önceliği mesleğe yeni girecek olan genç arkadaşlara yol göstermesi gerektiğidir. İstihdam sağlama konusunda çalışma yapılması

gerekiyor nasıl daha çok kişiyi bu alanda iş verebiliriz sorusunun sorulması gerektiğine inanıyorum” (Katılımcı 13).

En önemli sorunlardan bir tanesi derneğin mesleğe ve mesleği icra eden uzmanlara ne katacağı ve üye olanlardan ne beklendiği sorunsalıdır. Dernek üyelerinin çeşitli görüşler yansıtmıştır. Mesleğe yeni başlayan genç üyelere rehberlik etmek bunlardan bir tanesidir. Bursa’da Halkla ilişkiler bölümü olmaması derneğin gençlerle entegrasyonunu zorlaştırmaktadır. Ayrıca sektörde yaşanan iş sıkıntısının da dernek aracılığı ile giderilmesi istenmektedir. Buradan anlaşılması gereken husus derneğin iş bulmasından ziyade derneğin yetkin kişileri doğru kurumlara yönlendirmesidir.

“Meslekte yer alan insanların bir arada olmalarını, mesleki bilgi paylaşımının her dönem yapılmasını, mesleğin gelişimine ve dinamizmine katkıda bulunacak faaliyetlerin organize edilmesini istiyorum. Mesleğe daha çok gerçek anlamda bu mesleği yapan kişilerin tespit edilip derneğe katılımlarının sağlanması gerekiyor” (Katılımcı 14).

Mesleğin gerçek mensuplarının bir araya gelmesi ile mesleğin profesyonelleşme çabalarına sinerji yaratacağı ve mesleğin sorunlarının, beklentilerinin çözüleceği öngörülmektedir.

“Sektördeki uzmanlarla bir araya gelinebileceği platformlar oluşturması, mesleğin Bursa’da doğru algılanması adına imaj ve kamuoyu çalışmaları yapması “ (Katılımcı 17).

Derneğin üye sayısının 68 olduğu ve son 30 üyesinde son bir yıl içerisinde derneğe kayıt olduğu göz önüne alınarak derneğin üye sayısının neden daha fazla olmadığı, mesleği yapanların derneğe neden üye olmadıklarıyla ilgili görüşleri şöyledir:

“Bursa’da Halkla ilişkiler uzmanı adı altında kendini tanımlayan ve bir kebabçı veya restoranda çalışanların zaten bu mesleğin içerisinde olduklarını ve onların katılımlarının bize bir şey katacağını düşünmüyorum. Kurumsal firmalarda çalışan halkla ilişkiler uzmanlarına ise ya tam olarak ulaşamadığı için ya da derneğin onlara bir şey katmayacağı düşüncesinin hakim olmasından dolayı olabileceğini düşünüyorum” (Katılımcı 1).

Sektörün en büyük sıkıntılarında bir tanesi, çalışanların ve bu işi yapan ajansların bir listesinin bulunmamasıdır. Halkla ilişkiler unvanı ilgisiz yerlerde ve ilgisiz kişilere verilmektedir. Bir kişi telefona bakmakta veya danışmada oturmakta bu kişiye halkla ilişkiler görevlisi olarak tanıtılmaktadır. Bu da dolaylı olarak insanların Halkla ilişkileri telefona bakan veya karşılama yapan eleman olarak algılamasına neden olmaktadır. Bu kişilerinde derneğe üye olması hem dernek tüzüğü açısından hem de yapmış oldukları işin niteliği açısından mümkün değildir.

“Derneğe birçok küskün insan olduğunu biliyorum, burada eski yönetimlerden kaynaklanan bazı sorunlar olduğunu düşünüyorum. Ayrıca rekabettin çok etkili olduğu bir alanda insanları dernek üyesi olmasını etkilediğini düşünüyorum. Dernek yöneticileri çok önemli olduğunu düşünüyorum, sadece düşünmüyorum bunun böyle olduğunu görüyorum”
(Katılımcı 7).

Derneğin üye sayısının neden daha fazla olmadığı konusunda diğer bir görüşte, dernek yönetimlerinin etkisi olarak aktarılmıştır. Dernek yönetimleri yüzünden üye olmayan ve üyeliğini bütün şartlarının tutmasına rağmen geciktiren insanlara rastlanmıştır. Anlaşılacağı üzere dernek yönetimlerinin bütün kesimleri kucaklaması ve onlara bir adım daha fazla gitmesi gerektiği görülmektedir. Dernek üyelerinin neredeyse tamamının özel sektör mensuplarının oluşturması, kamu sektöründen katılımın az olmasının sebebi sorulduğu zaman Halkla ilişkiler uzmanlarının görüşleri aşağıdaki gibidir.

“Kamuda çalışan meslektaşların derneğe katılmaması hakkında, Yine varsayımda bulunacağım. Devlet memuru olmanın verdiği rahatlık ya da tam tersi gerginlik olabilir. İşlerinin garanti olduğunu düşünüyor olabilirler. Özel sektörde çalışanlar daha sık iş değiştiriyorlar. Ya da işlerine son verildiği için daha çok iş değiştirmek durumunda kalıyorlar. Daha aktif çalışıyorlar. Daha özgür olduklarını varsayıyorum. Devlet memurları belli saatlerde kurum dışına çıkmakta zorluk çekiyor, izin almak zorunda kalıyor olabilirler. Paylaşacak şeylerinin daha az olduğunu düşünüyor olabilirler. Belki de dışlanacaklarını varsayıyorlar” (Katılımcı 9).

Özel sektörün daha dinamik bir yapıda olması ve yükselme ve iş güvencesi olmaması sektörde çalışanların her zaman kendilerini yenilemeleri gerektiğini ortaya koyarken, devlet memuru olan ve genellikle halkla ilişkiler mezun olmayan ve buraya atanan kişilerin iş güvencesi ve mesleğe olan yabancılıkları sebebiyle örgütlenmeye ihtiyaç duymadığı düşünülmektedir. Fakat diğer profesyonel meslekleri baktığımız zaman hem kamuda hem özel sektörde çalışan kişilerin bir örgüte üye olmak istedikleri görülmektedir. Aradaki farkın sebebi kamuda çalışan Halkla ilişkiler uzmanlarının bu alandan mezun olmamasıdır. Buda mesleğe yabancılaşmayı ve önemsenmediğini göstermektedir.

“Kamu da çalışanlarının tuzunun kuru olması” (Katılımcı 11).

“Bir tarafta iş garantisi yok ve rekabet olan bir piyasada kendine güvenli yer bulmaya çalışıyor. Diğer tarafta iş garantisi var ve rekabet etmesi gereken kimse yok” (Katılımcı 12).

Kamu sektörünün örgütlenmeye ve derneklere fazla üye olmaması, üye olan kamu görevlilerinin ise Belediye gibi yarı kamu kurumu niteliğinde olması önemlidir. Katılımcılarının çoğunun görüşü iş garantisi olması sebebi ile derneğe üye olmadıkları yönünde olurken asıl gerçeğin bu mesleği yapan kişilerin aslında halkla ilişkiler alanından olmadığı başka bir görevde iken buraya atanan kişiler olduğu anlaşılmaktadır. Kamu 'da Halkla ilişkiler mezunları iş buldukça derneklere üyeliğin artacağı, profesyonelleşmenin artmasıyla birlikte bunun maksimum seviyeye yükseleceği öngörüşümüz vardır. Halkla ilişkiler mesleği mensupları farklı alanlardan gelmektedir. Daha çok gazetecilik, radyo televizyon ve pazarlama departmanlarından mesleğe giriş olduğu görülmektedir. Farklı birçok alandan da mesleğe giriş olduğu yapılan mülakat çalışmasında görülmüştür.

“2006 yılından bu yana mesleğin içerisindeyim, daha önce tekstil ve pazarlama alanlarında çalıştım. Pazarlama alanında çalışırken Halkla ilişkiler bölümü okumaya karar vermiş” (Katılımcı 6).

Pazarlama alanı çoğu zaman halkla ilişkiler ile karıştırılan bazen iç içe girmiş bezende Halkla ilişkiler bölümlerinin bu departmanların altına bağlandığı görülmüştür. Birbiri

ile etkileşim halinde olması gereken bu departmanların iş yapış şekil ve süreçlerinde farklılıklar vardır.

“5 yıldır halkla ilişkiler mesleğinde çalışıyorum, daha önce gazetecilik yaptım“ (Katılımcı 13).

Halkla ilişkiler uzmanının gazetecilik kökenli olması şirketlerin basında çalışmanın sosyal ilişkilerini kullanarak daha fazla yer almasının düşünüldüğü görülmektedir. Ülkemiz de birçok alanda oluşan hatır gönül işleri Halkla ilişkiler mesleğinin içinde de bulunmaktadır. Halkla ilişkiler uzmanın gazeteci kökenli olması hem basında daha fazla yer alma şansının olmasına, hem şirketle ilgili kötü haberlerin çıkmasının engellenmesine son olarak da gazetelerin yazdığı basın bültenini gazeteci diline uyarlanmasında daha kolay olduğu düşüncesidir.

“17 yıldır mesleğin içerisindeyim. Öğrencilik yıllarında bir otobüs firmasında satış görevlisi olarak çalıştım” (Katılımcı 15).

Halkla ilişkiler teorik olarak alınan eğitimin dışında daha çok iş hayatında edinilen tecrübe, deneyim gibi özelliklerin bileşeninden oluşan bir bilim dalıdır. Bu yüzden teorik bilginin yanı sıra mesleki çalışmanın içerisinde olunması mesleki gelişim açısından çok daha önemlidir. Mülakat çalışmasında üniversite yıllarında birçok halkla ilişkiler uzmanının meslekleriyle ilgili veya yakın alanlarda çalışma fırsatı bulunduğunu ve bunun mesleki yaşantılarına ve işe giriş aşamasında faydasını gördüklerini ifade etmişlerdir. Bursa Halkla ilişkiler uzmanlarının kökenlerine baktığımız zaman daha çok işçi ve memur ailelerinden geldikleri, kendilerini toplumsal statünün orta seviyelerinde gördükleri, toplumsal rollerinin çağdaş ve değişime ayak uyduran bir yapıda olduğunu görmekteyiz. Gelir düzeyi olarak yaptıkları iş ile orantılı bir ücret kazandıkları, bu konuda yine orta seviyede olduklarını düşündükleri görülmektedir. Araştırmamız aslında 1987 yılında Sayın Ertekin’in bahsetmiş olduğu meslek hakkında araştırma eksikliğini bir nebze olsun giderecek düzeyde olduğunu düşünülmekte.

“Halkla ilişkiler mesleğini seçmesinin sebebi, Yazarak ifade biçimini seviyorum, iletişimin gücüne inanıyorum. Kampanyalar organizasyonlar

düzenlemek bana heyecan veriyor. Sevdiğim işi yapıyorum. Mesleği seçmeye kendisi karar vermiş”(Katılımcı 9).

Meslek hayatımızın büyük bir bölümünü geçireceğimiz ve hizmet veya mal üreterek bir iş tatminine ulaştığımız mekânlardır. İnsanların hepsi sevdiği mutlu olacağını düşündüğü ve tabii ki iyi gelir elde edebildiği meslekleri seçmek istemektedirler. Profesyonelleşme mesleğe bu ölçütlerinin birçoğunu sağlarken, yetkin ve zeki insanları mesleğe çekme özelliğinde sahiptir. Halkla ilişkiler mesleği durağan bir meslek olmaması ve insanların teknoloji geliştikçe daha fazla aktivite içinde bulunma talebi önemlidir. Mülakata ortaya çıkar bir diğer önemli ayrıntı. Bu mesleği seçen ve ilgili alanda okuyan insanların mesleği bilinçli olarak yani isteyerek seçmeleridir. Ülkemizde çok az insanın mezun olduğu bölümde çalışma fırsatı bulunduğu düşünülürse önemli bir ayrıntıdır. Halkla ilişkiler mesleğinin toplum için vazgeçilmez olmasının yanı sıra kamu yararına faaliyette göstermesi gerekmektedir. Profesyonelleşmeyi başarmış meslekler aynı zamanda kamu yararına faaliyet gösteren mesleklerdir. Halkla ilişkiler mesleği de birçok unsuru ile kamu yararına faaliyet gösteren, toplumun kamu veya özel sektörden beklentilerini artıran, sosyo kültürel hayatta ve sosyal sorumluluk projelerine daha fazla katılımını sağlamada ve en önemlisi demokrasinin gelişmesine doğrudan etkili olduğunu söyleyebiliriz. Halkla ilişkiler mesleğinin kamu ve toplum yararına faaliyetleriyle ilgili dernek üyesi katılımcıların görüşleri şöyledir.

“Evet, halkla ilişkiler mesleği yaptığı iş ve görevi itibari ile kesinlikle kamu yararına faaliyet gösteren bir meslektir” (Katılımcı 7).

Profesyonel meslekleri diğer mesleklerden ayıran bir takım özellikler bulunmaktadır. Bunların en önemlilerinden bir tanesi kamu yararına faaliyet gösteren bir meslek olmasıdır. Toplumlarda hukuk sorunları hukukçularca çözülürken, sağlık sorunları doktorlarca ve eğitim sorunları da eğitimcilerce çözülmektedir. Bu mesleklerin hepsi kamusal hizmeti sağlamaktadır. Halkla ilişkiler mesleğinin yaptığı işler itibari ile bu gruba girdiği görülmektedir.

“Kamu yararı diğer adı ile toplum yararına faaliyet gösteren bir meslek kolu olduğunu düşünüyorum. Kamu yararı topluma ekonomik, sosyal gelişine katkıda bulunmak olarak anlaşıldığını düşünüyorum. Halkla

*ilişkiler mesleği de çoğu faaliyeti ile bu kriterleri fazlası ile karşılıyor”
(Katılımcı 12).*

*“Evet, yaptığımız iş tanımlarına bakarsak birçoğu toplum yararına olan
şeyler” (Katılımcı 14).*

Katılımcı 13 ve 14’de ifadelerinden anlaşılacağı gibi, Halkla ilişkiler mesleğinin bünyesinde barındırdığı birçok kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyeti aslında toplumun gelişmesi, devletin her şeye yetişemeyeceği mantığı ile sorumluluk almasıdır. Kurum ve kuruluşların sadece vergi ödeyerek toplumsal sorumluluklardan kaçmadığını görmekteyiz. Bünyelerinde Halkla ilişkiler departmanı bulunan şirketlerin toplumsal olaylara daha duyarlı olması aslında mesleğin önemini göstermektedir. Ayrıca iletişim olanaklarının gelişmesi, sosyal medya unsurları olan Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinin güçlenmesi iletişim mesleğinin yakın bir zamanda daha çok ciddiye alınacağını ve tıpkı diğer profesyonel mesleklerde olduğu gibi iletişim alanının da bu alanda yetkin olan uzmanlar tarafından yürütüleceği düşünülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İletişim olanaklarında meydana gelen gelişmeler bütün toplumların yapısında değişikliğe yol açmıştır. İnsanlar, televizyon ve internet sayesinde dünyanın herhangi bir bölgesinde meydana gelen bir olaydan saniyeler sonra haberdar olabilmektedir. İletişim olanaklarının artması toplumlarda gözle görülür kültürel ve sosyal değişikliklere yol açtığı bütün kesimlerce kabul gören bir olgudur. İletişimin küreselleşmesi, Halkla İlişkiler mesleğinin önemi ve Halkla İlişkiler mesleğinden beklentiler artmaktadır. Toplumlar, bu alanda yetişen uzmanların niteliği, eğitim durumları, mesleki bilinçleri, ahlak kurallarına ve mesleki normlar uyumu gibi birçok beklenti oluşmaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin dikkate alındığı zaman, derinlemesine mülakat yapılan Halkla ilişkiler uzmanlarının 10 tanesi bayan 7 tanesini erkek örneklem grubu oluşturmaktadır. Genel örneklem grubunda bulunan 68 üyeden 31 tanesi Erkek 37 tanesi bayan olduğu dikkate alınırsa örneklem grubunun temsil oranı istenen düzeydedir.

Örneklem grubunda çoğunlukla bayan olması derneğin üye sayısı ile doğru orantılı olup, üniversitede bu alandan mezun olan öğrencilerin genelde eşit dağılımı olduğu dikkate alınırsa normal karşılanmaktadır. Ayrıca birçok bölümden mezun olan bayanlar meslekte yer almakta zorlanırken Halkla ilişkiler mesleğinde kolaylıkla iş bulabildikleri ortaya çıkmaktadır.

Mülakata katılan Halkla ilişkiler uzmanlarının çoğunluğunun hayatının büyük bir kısmını Bursa'da geçirdiği anlaşılmaktadır. Örneklem grubu içerisinde yer alan Erkeklerin yaş ortalaması 29, Bayanların yaş ortalaması 32'dir. Halkla ilişkiler uzmanlarının Erkeklerin yüzde 72 evli, yüzde 28 bekâr olduğu görülmektedir. Bu durum bayanlarda ise yüzde 60 bayan evli, yüzde 40 bayan bekâr olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre erkeklerin daha erken yaşlarda evlendikleri anlaşılmaktadır. Ailelerin genel olarak işçi ve memur ailesi olduğu düşünülürse erkeklerin toplumsal beklentilere uygun olarak daha erken evlendikleri söylenebilir. Bayanlar ise eğitim hayatının sonunda iş hayatına atılmaları ile birlikte evlilik hayatlarında çağdaş yaşama uygun olarak bir gecikme olduğu gözlenmektedir. Ayrıca çocuk sayısı olarak genellikle 2

çocuğun üzerinde olan kişiye rastlanmamış olup, kentli aile yaşam tarzına uyum sağlandığı tespit edilmiştir.

Mesleği yapan ailelerin sosyo-ekonomik durumlarına baktığımız zaman, meslek mensuplarının daha çok orta sınıf memur ve işçi kökenli ailelerden geldikleri anlaşılmaktadır. Meslek mensuplarının birçoğu mesleği bilinçli seçtiklerini ifade etmiş olup, genelde anne baba değil de arkadaş veya kardeşlerinin etkisi ile mesleğe yöneldiği anlaşılmaktadır.

Mesleki statü olarak büyük bir çoğunluğu kendisini orta sınıfa mensup görmekte olup, kendini alt sınıfta gören çıkmamıştır. Üst sınıfa mensup olduğunu düşünen kişi sayısı dikkate değerdir. Şunu diyebiliriz ki Halkla ilişkiler mesleği mesleki statü olarak üst ve orta sınıfın arasında bir yerde olduğu fakat orta sınıfa daha yakın olduğu düşünülmektedir.

Dernek üyelerinin mesleğin içerisinde uzun süredir yer aldığı anlaşılmıştır, tüzük gereği Halkla ilişkiler mezunu dışındakilerden 4 yıllık mesleki tecrübe istendiği göz önüne alınırsa bu çıkan sonuç beklenen düzeydedir. Dernek üyelerinin bir kısmı üniversite yıllarında meslekleriyle ilgili alanlarda çalışma fırsatı bulmuş, bunda mesleki yaşantılarına çok olumlu yansıdığını söylemişlerdir. Çok az sayıda üye kendi alanları dışında ki alanlarda çalışmıştır.

Mesleki örgütlenme kavramını, meslek mensupları ile bir araya gelinen, bilgi paylaşılan ve etkinliklerin düzenlendiği yerler olarak görmektedirler.

Derneğe üye olma konusunda dikkati çeken bir özellik Halkla ilişkiler alanından mezun olanların kendi kişisel araştırmaları ile derneğin ismini buldukları ve üye olmak için harekette geçtikleri görülmektedir. Genellikle internet üzerinden yapılan araştırmalar sonucunda derneğin ismine rastlanmıştır. Büyük bir çoğunluğu da basında çıkan dernek ile ilgili haberleri görmüş dernekten bu şekilde haberdar olmuşlardır. Üye olunurken diğer dernek üyelerinin tavsiyesi ile üye olunduğu saptanmıştır. Halkla ilişkiler alanından mezun olanların kendilerini daha çok aidiyet duygusu hissettiği derneğe üye olmak istemelerinden anlaşılmaktadır. Derneğe daha çok üye kazandırmak için Halkla ilişkiler bölümlerinin bulunduğu yerlerde eğitim ve tanıtım faaliyeti yapılması, üyelerin

yakın oldukları Halkla ilişkiler derneği anlatmaları ve etkinliklerin duyurulmasının önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Halkla ilişkiler derneğinden genel beklentiler, bilgi paylaşımının daha fazla olması, yetkin insanların derneğe üye yapılması ve bunun teşvik edilmesi, dernek faaliyetlerinin daha çok duyurulması olarak görülmektedir.

Derneğin neden daha fazla üyesi olmadığı yönündeki soruya genellikle verilen cevaplardan çıkan sonuçlar, öncelikle derneğin faaliyetlerinden gerektiği kadar duyurulmadığının, meslek mensuplarına derneğin onlara neler katacağının anlatılmadığını, aidat ve benzeri giderler konusunda meslek mensuplarının yeterince bilgilendirilmediğinin düşünüldüğü anlaşılmıştır.

Türkiye Halkla ilişkiler derneğinin genellikle üye olunmak istenmediği anlaşılmaktadır. Bunun nedeni olarak derneğin merkezinin İstanbul'da olması ve oradaki faaliyetlere istenirse bile yeterince katlanamayacağı söylenmiştir. Burada aslında yerel derneklerin ne kadar önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Türkiye Halkla ilişkiler derneğinin ülkemizdeki bütün halkla ilişkiler temsil etmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Fakat üyelerin genel görüşü temsiliyet konusunda bir boşluk olduğu ve bütün derneklerin bir çatı altında birleşerek mesleki sorunlara çözüm aramaları gerektiği yönündedir.

Halkla ilişkiler mesleğinin kamu yararını faaliyet gösteren bir meslek olduğu görüşü hâkimdir. Profesyonelliği bilgi, tecrübe ve konu hakkında detaylı bilgi edinmek olduğu söylenmiştir.

Profesyonelleşme düzeyinin diğer meslekler olan Avukatlık, Doktorluk, Öğretmenlik ve Mühendislik seviyesine gelemediği söylenmiştir. Bunun nedeni olarak bu mesleklerin geçmişinin çok eskiye dayanması ve hukuki olarak meslekleri konusunda bazı ayrıcalıklara sahip olmaları gösterilmiştir. Halkla ilişkiler mesleğinin bu mesleklere göre yeni sayılabileceği ve birçok sorunu olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle bu mesleklerde diploma zorunluluğu olmasına rağmen halkla ilişkiler mesleğinde böyle bir zorunluluk olmamasının mesleğin profesyonelleşmesi üzerinde olumsuz etkisi olduğu anlaşılmıştır.

Meslek mensupları genellikle siyasete uzak durmakta olup gelecekte de siyaset ile ilgilenmeyi düşünmemektedirler. Bunun sebebi olarak, mesleğin herkese hizmet ettiğini bir parti ile isimlerinin anılmasının daha sonraki süreçte iş bulmakta kendilerine zorluk çıkaracağı görüşü hâkimdir. Ayrıca siyasette girmek için zaman ve maddi olanakların olması gerektiği düşüncesi hâkimdir. Halkla ilişkiler uzmanlarının diğer mesleklere göre daha fazla mesai yaptıkları ve maddi olarak siyasette harcayacak kadar para kazanmadıkları söylenebilir. İş tatmini olarak çıkan sonuçta siyasette katılım sürecinde etkili olabilir. Genel olarak iş tatmini iyi olan bu meslek, siyasete uzak durmasının bir nedeni olarak da gösterilebilir.

Buna rağmen profesyonelleşme arttıkça siyasette katılımın artacağı görüşü hakimdir. Profesyonelleşme ile birlikte bakış tarzının değişeceği ve mesleki bazı sıkıntıların gideceği öngörüsü hâkim olduğu düşünülmektedir.

Örgütlenmenin siyasete katılım üzerinde olumlu bir etkisi olduğu düşüncesi hakimdir. Örgütlenme ile birlikte mesleki bilincin artacağı ve mesleğin itibarının artması ile birlikte insanların siyasete katılımının çoğalacağı düşünülmektedir.

Mesleğe diğer alanlardan mezunların girmesi konusunda halkla ilişkiler mezunlarının görüşü daha katı olduğu söylenebilir. Birçok meslekte mesleğe giriş için ilk şartın diploma olmasına rağmen, halkla ilişkiler mesleğinde böyle bir uygulamanın olmaması olumsuz olarak karşılanmaktadır. Yine farklı alanlardan gelenlerin mesleğe girişinde çok tutucu olmayıp, gerekli yüksek lisans veya doktora eğitimin alınması durumunda mesleği yapabilmelerinde sakınca olmadığı söylenmektedir.

Halkla ilişkiler mesleği genellikle orta statüde yer aldığı görüşü hâkimdir. Mesleğin etik kurallarının bu alandan mezun olanların daha çok bildiği görülmektedir. Meslekte en az bir yabancı dilin bilinmesinin önemli olduğu, mesleki İngilizceye ağırlık verilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Meslekle ilgili kaynakların genellikle yabancı olması bu alanı takip etmek için önemlidir.

Meslek yüksekokulları tartışmaya açılmış olup, genel olarak meslekte ara elaman kavramının halkla ilişkiler alanında olmadığı, grafik veya metin yazarı adı altında olabileceği görülmüştür. İki yıllık üniversitelerden mezun olanlar genellikle sıkıştırılmış

eğitim programı uygulandığı aslında 4 yıllık eğitime eş değer bir eğitim gördüklerini ifade etmişlerdir. Genel olarak iki yıllık üniversitelerden mezun olanların Halkla ilişkiler mesleğini yapmadığı daha çok bir şirkete danışmanlık, telefona bakmak veya yönetici asistanı olarak çalıştığı söylenmiştir. Bununda mesleğini itibarını düşürdüğü varsayılmaktadır. Diğer alanlardan mesleğe girenlere göre bu alandan mezunların daha çok bilgi birikimine sahip olduğu kabul edilmektedir, fakat daha az tercih edilmektedir. Halkla ilişkilerin bir yönetici mesleği olduğu ve projeyi yapan ve uygulayan kişinin aynı olduğu düşünülmektedir.

Ülkemizde faaliyet gösteren ajansların sayıları ve çalıştırdığı personel miktarı belirlenmeli, bu ajansların uyması gereken kalite standartları oluşturulması için asgari sınırlan en kısa zamanda belirlenmelidir.

Mesleki uygulama konusunda sertifikalandırma işlemine geçilmesi gerekmektedir, bağımsız kuruluşlar tarafından oluşturulacak bu kurul ile lisans düzeyi eğitimini Halkla ilişkiler alanında almamış kişiler için Halkla ilişkiler yetkinliği ve uygulama hakkın kazanmasını sağlayacak bir sisteme geçilmelidir.

Mesleğin yasal olarak çalışma izninin bir standartta bağlanması gerekmektedir. Bu erevede Halkla ilişkiler hizmeti sağlayanların asgari düzeyde olması gereken standartların belirlenmesi ve yasal bir zemine oturtulması gerekmektedir.

Ülkemizde faaliyet gösteren halkla ilişkiler dernekleri, düzenli olarak mesleki sorunları ve mesleğin geleceği hakkında bir alıştay düzenlemeli ve Halkla ilişkiler uzmanlarını yetiştirme ve uygulama politikasını oluşturmalı. Düzenli olarak raporlar hazırlanmalı.

Meslek yasalarının ivedi şekilde oluşturulması için gerekli çabaların gösterilmesi gerekmektedir. Derneklerin daha güçlü hareket edebilmesi ve bir bütünlük oluşturabilmesi için bir çatı altında veya farklı bir örgütlenme biçimi ile ortak hareket etmesi mesleğe g katacaktır.

KAYNAKÇA

- AKBULUT, Aktaş Deniz, (2008) **İş İlanlarında Halkla İlişkiler Mesleğinin Sunumu**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AKÇA, Gürsoy, (2004) **Ahilik Geleneği ve Günümüz Fethiye Esnafı**, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, 14. Sayı, Güz Dönemi, Konya.
- AKTURAN, Ulun, (2007) **Tüketici Davranışına Yönelik Araştırmalarda Alternatif Bir Teknik: Etnografik Araştırma**, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl,6, Sayı 11 Bahar/2.
- ALTUNIŞIK, R. R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu ve E. Yıldırım (2002) **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Sakarya Kitabevi, Adapazarı.
- AS, Nusret, (1984) **Ormancılık Yönetiminde Halkla İlişkiler**, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- ASNA, M. Alaaddin, (1987) **Halkla İlişkiler Sempozyumu-87**, Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları:10, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları Ankara.
- ATAMAN, Petek, (2006) **Mesleki Örgütlenme**, Türkiye 9. Gıda Kongresi; 24-26 Mayıs 2006 Bolu.
- AVCI, Funda, (2011) **Mesleğimiz Hak Ettiği Yerde Değil**, Bursa Hürriyet Magazin Eki, 14 Ağustos 2011, Sayfa 4.
- AYTEKİN, Arif, (2005) **Meslek Seçimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Faktörler Isparta Örneği**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BAYSAL, Özgür, (2006) **Sınıf Öğretmenlerinin Mesleki Örgütlenme Tutumları (Uşak Örneği)**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- BEKLEVİŞ, Fatmagül, (2007) **Öğrencilerin Mesleki İlgil Alanları Ve Ailenin Meslek Seçimine Etkisi, Bolu İli Özel Dershanelerde Üniversiteye Hazırlık Kursu Gören Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BELER, Yahya, AVCI Süleyman, (2011) **Öğretimin Farklılaştırılmasında Etkili Bir Strateji: Katlı Öğretim**, Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 12, Sayı 3, Sayfa 109-126) Kırşehir.
- BERBER, Şakir, (2003) **Modern Bir Olgu Olarak Sosyal Sınıflar**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Vol:Issue:9 Pafes/record No:223-232
- BIÇAKCI, Ayhan, (1996) **Tarih Bilinci**, Felsefe Dünyası Dergisi, No.20 46-58
- BOSTANCI, Güldüren, (1998) **Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇADIR, Mustafa, (2001) **Kadının Siyasal Yaşama Katılımında Siyasi Parti Kadın Kollarının Rolü (TBMM’de Grubu Bulunan Siyasi Partiler Bağlamında Ankara İli Örneği)**, Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi.
- CANMAN, Doğan, (1973) **Personel Hareketliliği**, Amme İdaresi Dergisi Cilt 6, Sayı:4 Sayfa 3-13
- ÇELİK, Bülent, (2004) **Osmanlı Lonca Sistemi İçinde Yamaklık Olgusu**, Tarih Araştırmaları Dergisi, Cilt 23, Sayı:36 Sayfa 61-78
- ÇELİK, Serpil, (2010) **Hemşirelerin Profesyonellik Davranışlarının İş Doyumuna Etkisi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- CİĞERDELEN, Tumay, (2006) **Kocaeli Bölgesindeki Halkla İlişkiler Uzmanlarının Profiline Yönelik Bir Araştırma, II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu**, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kocaeli.

- CİRİNLIOĞLU, Zafer, (1996) **Meslekler ve Sosyoloji**, Gündoğan Yayınları, Ankara
- DAYI, Selim Yavuz (2007) **Meslekler Sosyolojisi Açısından Doktorluk Mesleği ve Doktorlar Elazığ Örneği**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DEMİRPOLAT, Anzavur ve Akça Gürsoy, (2004) **Ahilik ve Türk Sosyo-Kültürel Hayatına Katkıları**, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, 15. Sayı, Güz Dönemi, Konya.
- DURAN, Hasan, (2005) **Siyasal Katılmayı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma Tavşanlı-Kütahya Örneği**, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 13.
- EKEN, Huriğül, (2006) **Askeri Kurumların Mesleğe İlişkin Rol ile Aile İçi Rol Etkileşimindeki Rolü: Türk Silahlı Kuvvetlerindeki Kadın Subaylar Örneği**, Hacettepe Üniversitesi Sosyoloji Araştırmaları E-Dergi, Ankara.
- ERGUN, Doğan, (2006) **100 Soruda Sosyoloji El kitabı**, İmge Kitapevi Yayınları, Ankara.
- ERKAL, Mehmet, (1986) ,” **Sosyolojik Açından Spor**”, Megs Yayınları, Milli Eğitim Basım Evi, No.30, Ankara.
- ERSÖZ, H.Yunus, (2008) **İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişmesinde Meslek Kuruluşlarının Rolü**, Sosyal Siyaset Konferansları.
- ERTEKİN, Yücel, (1987) **Halkla İlişkiler ve Meslekleşme Olgusu**, Halkla İlişkiler Sempozyumu-87 Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, 35-46.
- EVANS, Linda, (2000) **Eğitimsel Değişimin Moral, İş Doyumu ve Motivasyon Üzerindeki Etkileri**. Çev, Mustafa Bayrakçı, Journal of Educational Change, 1, 173-192.

FURAT, Fahri Mehmet (2009) **Arşivcilik Hizmetlerinde Profesyoneleşme Süreci ve Türkiye**, Basılmış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GELİNCİ, Musa (2007) **Protestan İş Ahlakı İle Ahilik İş Ahlakının Karşılaştırılması**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GÜLLÜOĞLU, Özlem, (2006) **Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışı, II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu**, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kocaeli.

GEYİK, Selda, (2010) **Kırdan Kente Göç Sonrası Kentlilik Bilinciz (Mevlana Mahallesi Örneği)** Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GÜVEN, Burçak, (2011) **İş’le ‘Meslek’ Farkı**, Sabah Gazetesi İşte İnsan Eki, 14.08.2011, Sayfa 8.

GÜVEN, Tolga, (2009) **Tıp Etiği Açısından Meslek Ve Profesyonellik Kavramlarının İncelenmesi**, Hacettepe Tıp Dergisi; Cilt 40: Sayı:2 84-88, Ankara.

<http://www.bhid.com>, 03.01.2011.

<http://www.mimarlarodasi.org.tr/mimarlikdergisi/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayı=38&RecID=838>), 02.02.2011.

<http://www.myk.gov.tr/index.php/tr/hakkimizda/genel-olarak>, 10.01.2011.

<http://www.radikal.com.tr/Default.aspx?aType=EklerDetay&ArticleID=1016438ate=26.03.2011&CategoryID=42>, 17.08.201.

<http://www.osym.gov.tr/belge/1-12654/2010-2011-ogretim-yili-yuksekogretim-istatistikleri.html>, 24.08.2011.

http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/haber_portal.aciklama?p1=47461, 12.02.2011.

<http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=meslek>, 13.03.2011.

<http://www.thid.com.tr>, 07.02.2011.

İŞİK, Yiğit İdil, (1993) **Örgütsel Kariyer Geliştirme Sistemleri ve Eğitim Amaçları**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İLHAN, Süleyman, (2004) **Bazı Temel İşlevleri ve Artan Önemi Açısından Meslek**, Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi, Cilt 3- Sayı 1- Elazığ.

İLHAN, Süleyman, (2008) **Yeni Kapitalizm ve Meslek Olgusunun Değişen Anlamları Üzerine**, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 21, Ağustos, Kütahya.

İNAT, Şaban, (2006) **Sivil Toplum Kuruluşu Olarak Hemşehri Dernekleri ve Kentleşme Süreci (Antalya Örneği)**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KANTARCI, Zeynep, (2007) **İş Etiği Ve Ahilik**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KARADENİZ, Mustafa, (2009) **Pazarlama Yönetiminde Halkla İlişkilerde Kullanılan Kavram ve Tanımlamalar**, Journal of Naval Science and Engineering, Vol.5, No.1, pp. 1-16.

KARAGÜLLE, Başak, (2007) **Türkiye’de İşsizliğe Bir Çözüm Önerisi Olarak Türkiye İş Kurumu’nun İş Danışmanlığı Hizmetleri**, Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.

KARASU, Koray, (2001) **Profesyonelleşme Olgusu ve Kamu Yönetimi**, Mülkiyeliler Birliği Vakfı Yayınları Tezler Dizisi 11, Ankara.

KESGİR, Dönmez Derya, (2008) **Halkla İlişkiler Mesleği Profili: Antalya’da 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerindeki Halkla İlişkiler Uygulamalarına Yönelik Bir**

Araştırma, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KELOĞLU, İlkay Esra, (2003) **Halkla İlişkilerde Tanım, Tarih, Kuram Bağı ve Eğitimin Doğası Üzerine Eleştirel Bir İnceleme**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KOCAMAN, Faruk Ömer, (2006) **Belediyelerde Halkla İlişkiler ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KOÇANCI, Mustafa, (2003) 1984 **Bulgaristan Örneği: Göç Edenler Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

MAHİROĞULLARI, Adnan, (2008) **Selçuklu – Osmanlı Döneminde Kurumsal Bir Yapı: Ahilik-Gedik Teşkilatı ve Sosyo-Ekonomik İşlevleri**, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, Sayı 54, İstanbul.

MARDİN, Betül, **Halkla İlişkiler Sempozyumu-87**, (1987) Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları:10, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları: 221, s.21-26, Ankara.

MARSHALL, Gordon, (1999) **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev., Osman Akınhay, Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Meslek Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (MEGEP) (2006) **Meslek Etiği**, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.

NİRAY, Nasır, (2002) **Anadolu Ahiliği'nin Sosyo-Ekonomik Yönleri**, Gazi Üniversitesi Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Dergisi, Sayı: 24.

ORAK, Şahin Nuray, (2005) **İstanbul İli'ndeki Hemşirelerin Profesyonel Hemşirelik Değerleri ve Etkileyen Faktörlerin Analizi**, Basılmış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

ORHAN, Tuna, (1973) **Türkiye’de Mesleki ve Teknik Eğitim**, Ayyıldız, Ankara.

ÖZEN Yener, GÜLAÇTI Fikret, (2006) **Genel Lise ve İmam Hatip lisesi Son Sınıf Öğrencilerinin Meslekleri Prestij Yönünden Algılamaları ve Algılamalarını Etkileyen Bazı Faktörler**, Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: (8) Sayı: (2)

ÖZERKMEN, Necmettin, (2004) **Ahiliğin Tarihsel –Toplumsal Temelleri ve Temel Toplumsal Fonksiyonları-** Sosyolojik Yaklaşım, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi 44, 2, 57-78, Ankara.

ÖZKALIP, Enver, (2008) **Davranış Bilimlerine Giriş**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

ÖZLÜK, Bilgen, (2006) **Ülkemizde Sağlık Hizmetlerinde Profesyonelleşme Kapsamında Hemşireliğin Değerlendirilmesi ve Avrupa Birliği’ne Uyum Süreci, Basılmış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

ÖZTÜRK, Nurettin. (2002), “**Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi, Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi**”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7, 43-56.

ÖZYURT, Cevat, (2007) **Durkheim Sosyolojisinde Ahlaki Kontrol Sorunu**, Değerler Eğitimi Dergisi, 5 (13), 95-121.

SAĞER, Turan, İMİK Ünal, (2008) **Müziksel Beğeninde Sosyal Statünün Rolü**, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 24, 273-291, Kayseri.

ŞAHMAN, İlkem, (2008) **Özel Hastanelerde Yönetimin Profesyonelleşmesinin, Kurumsallaşma Süreci Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Alan Çalışması**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- ŞAHİN, Ekbir Ali, (2009) **Türkiye’de İlköğretim Okulu Müdürlüğünün Bir Meslek Olarak Mevcut Durumu Bir Delphi Çalışması**, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi, Sayı 26, ss.125-136.
- SANCAKLI, Saffet, (2010) **Ahilik Ahlakının Oluşumunda Hadislerin Etkisi**, İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 1 (1) 1-28.
- SARI, Çetin Emine, (2006) **Hizmet Birimlerinde Halkla İlişkilerin Dünü ve Bugünü**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- SAYDAM, Ali, (2011) **Bir “Altın Pusula” da Sektöre Lazım (!)..**, Marketing Türkiye Dergisi, Rota Yayınları, İstanbul.
- SEÇER, Şebnem, (2009) **Profesyonel Mesleklere ve Profesyonel Bireylere Güven**, Kamu-İş; C:10,s,4.
- SEÇER, Şebnem, (2009) **Mesleki Yaşam Modelinin Oluşturulması ve Mesleki Analizlerde Kullanımı**, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 7 Sayı:1 7/1 s.35-56.
- ŞEN, Osman, (2002) **Osmanlı Devletinde Sosyal Güvenlik: Ahi Birlikleri, Loncalar ve Vakıflar"**, Çimento İşveren Dergisi, Sayı 6, (Cilt 16) Kasım 2002- İstanbul.
- SÖZEN, Süleyman, (2004) **Polislik ve Profesyonellik**, Polis Bilimleri Dergisi, Cilt:6, Sayı:3-4, Polis Akademisi Başkanlığı, Ankara.
- SUĞUR, Serap ve diğ, (2009) **Sosyoloji Giriş**, Anadolu Üniversitesi Yayın No:1951, Açıköğretim Fakültesi Yayını No:1031, Eskişehir.
- SUNA, Başak, (2005) **Türk Sosyolojisinde Yapı Araştırmaları**, Ahmet Yesevi Üniversitesi Bilig Dergisi, Kış/Sayı 32: 33-63
- SUMMAK, Erhan M. (2001) **Kamu ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler (Karşılaştırmalı Bir Çalışma)**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

- TATAR, Taner ve Dönmez Mehmet, (2008) **Zihniyet ve İktisat İlişkisi Çerçevesinde Ahilik Kurumu**, Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi, Elazığ.
- TİKVEŞ, Özkan (2005) **Halkla İlişkiler&Reklamcılık**, Beta Basım A.Ş. 2.Baskı, İstanbul.
- TORUN, Feride, (2010) **Farklı Statülerde Çalışan Öğretmenlerin Öğretmenlik Mesleğine Bakışları (Isparta Örneği)** , Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TOSUN, Tolga (2010) **Tanzimat'tan Günümüze Türkiye'de Mesleki ve Teknik Eğitim Politikaları**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TURAN, Sinan Namık, (2007) **Selçuklu ve Osmanlı Anadolu'sunda Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Gelişim Süreci, İstanbul Üniversitesi Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi**, Sayı 52, İstanbul.
- TUNCEL, Hakan, (2009) **Halkla İlişkilerin Adlandırma Sorunsalı Üzerine Bir Değerlendirme**, Marmara Üniversitesi İletişim Dergisi, Ocak Sayı:14.
- TUNA, Beyhan, (1994) **Üniversite-Kent Kültürel İletişiminde Halkla İlişkilerin İşlevi Bir Model Olarak Eskişehir-Anadolu Üniversitesi Örneği**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- UÇAK, Özenç Nazan, (2000) **Sosyal Bilimler ve Kütüphanecilik Alanında Nitel Araştırma Yöntemlerinin Kullanımı**, Bilgi Dünyası, 1 (2): 255-279.
- UZUN, Hasan, (2000) **Meslekler Sosyolojisi Açısından Avukatlar ve Avukatlık Mesleği, Elazığ Barosu Avukatları Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma**, Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- YAZGAN, Pınar, (2010) **Danimarka'daki Türkiye Kökenli Göçmenlerin Aidiyet ve Kimlikleri**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- YAZICI, Nesimi, (1994) **Lonca Sisteminin İşsizlik Sigortasıyla İlgisi Üzerine Bazı Düşünceler**, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 35. Sayı. Ankara.
- YETİM, A. Azmi, (2006) **Sosyoloji ve Spor**, Morpa Kültür Yayınları, İstanbul.
- YILDIRIM, Damla ve Metin Selin, (2006) **Halkla İlişkiler ve Cinsiyet, II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu**, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- YILDIRIM, Ali ve Hasan Şimşek, (2008), **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin, Ankara.
- YILMAZ, Kamil, (2009) **Fütüvvet Ahlakı ve Teşkilatı**, DERSİAD Fikir Toplantıları.
- YÖRÜK, Sinan, D. Abdullah ve U. Ahmet, (2002) **Bilgi Toplumu ve Türkiye'de Mesleki Eğitim**, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 12, Sayı:2, Sayfa: 299-312 Elazığ.

EKLER

EK 1: Mülakat Soruları

Konuşulan Bursa Halkla İlişkiler Derneği üyelerine aşağıdaki sorular sorulmuştur.

1. Halkla ilişkiler mesleğini seçmenizdeki nedenler nelerdir, meslek seçiminde kimlerin etkisi oldu.
2. Kaç yıldan bu yana bu mesleğin içindediniz. Daha önce halkla ilişkiler dışında farklı bir alanda çalıştınız mı?
3. Genel olarak Mesleki örgütlenme sizin için neyi ifade ediyor.
4. Bursa Halkla ilişkiler derneğinin ismini ilk nereden duydunuz.? Bursa Halkla İlişkiler Derneğine üye olmaya nasıl karar verdiniz.
5. Bursa Halkla İlişkiler Derneğinden beklentileriniz nelerdir.
6. Bildiğiniz gibi Bursa Halkla İlişkiler Derneğinin şu anda 68 üyesi bulunmakta, fakat Bursa da halkla ilişkiler mesleğini icra eden uzman sayısı bundan çok daha fazla, meslek mensupları derneğe üye olmamasında sebepleri ne olabilir.
7. Türkiye Halkla İlişkiler Derneğine üye misiniz? Eğer üye değilseniz neden üye olmadığınızı açıklar mısınız?
8. Sizce Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, bütün halkla ilişkiler uzmanlarını temsil eden bir dernek olduğunu düşünüyor musunuz?
9. Halkla İlişkiler Mesleği Kamu yararına faaliyet gösteren bir meslek olduğunu düşünüyor musunuz?
10. Sizce Profesyonellik nedir?
11. Halkla ilişkiler mesleği profesyonelleşme sürecinde sizce diğer profesyonel meslekler olan doktorluk, avukatlık, mühendislik, öğretmenlik gibi mesleki

örgütlenme seviyesine gelebilmiş midir? Gelemediğini düşünüyorsanız nedeni sizce nedir.

12. Siyasette ilgi düzeyiniz nedir, hayatınız bir bölümünde siyasi faaliyette bulundunuz mu?
13. Halkla ilişkiler uzmanlarının siyasette fazla yer alamamasını nedeni sizce nedir.
14. Halkla İlişkiler mesleğinde profesyonelleşme arttıkça meslek mensuplarının siyasette katılımın artacağını düşünüyor musunuz?
15. Profesyonel meslekler olarak kabul gören doktorluk, avukatlık ve mühendislik alanları siyasette diğer meslek gruplarına göre çok daha fazla ilgi duyuyor. Sizce bunda bu derneklerin örgütlenme kültürünü çok önceleri oluşturmalarının etkisi varmadır.
16. Sizce İletişim alanı dışından mezun olanlar Halkla İlişkiler Mesleği yapmalı mı, bununla ilgili neler önerirsiniz.
17. Meslek Yüksek Okullarının temel amacı orta kademe eleman yetiştirmektir, Türkiye’de birçok üniversitede iki yıllık halkla ilişkiler bölümü bulunmaktadır, ayrıca AÖF halkla ilişkiler bölümü vardır. İki yıllık halkla ilişkiler bölümlerinin sektördeki yeri nedir?
18. Örgütlenmesini tamamlamış olan meslekler, üyeleri üzerinde daha fazla yaptırım gücü olması yazılı veya yazısız etik kurallarını daha etkin olmaktadır. Sizce Halkla İlişkiler mesleğinde böyle bir örgütlenme, mesleki etik kuralları uyumu çoğaltırım.
19. Sadece mesleğinizi dikkate alırsanız kendinizi toplumda alt sınıf- orta sınıf- üst sınıf statülerden hangisinde görmektesiniz.
20. Halkla İlişkiler mesleğinin yazılı etik kurallarını biliyor musunuz?
21. Halkla ilişkiler mesleğinde dil ne kadar önemli?

22. Bursa'nın sanayi kenti olmasının halkla ilişkiler mesleği üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu düşüncesi var, sizce?
23. Bugün işten ayrılırsanız, aynı şartlarda Halkla İlişkiler sektöründe iş bulabileceğinize inanıyor musunuz?
24. Mesleğinizin iş tatmini nasıl buluyorsun?
25. Bir Halkla ilişkiler uzmanında olmazsa olmaz özellikler neler olmalıdır.
26. Halkla ilişkiler alanında üniversitelerde verilen eğitimi yeterli buluyor musunuz, bulmuyorsanız eksik gördüğünüz bölümleri bizimle paylaşır mısınız?
27. Bursa'da Kamu 'da görev yapan halkla ilişkiler uzmanlarının özel sektörde görev yapan halkla ilişkiler uzmanlarına göre derneğe katılımı daha az olduğu görülmekte. Sizce sebebi ne olabilir.
28. Bursa'da iletişim fakültesinin olmaması ve yeni İletişim fakültesinin Bursa Teknik Üniversitesi bünyesinde kurulacak olmasını konusunda ne düşünüyorsunuz.
29. Sizce mesleğin en büyük sıkıntısı nedir.
30. Mesleğin geleceğiyle ilgili ne düşünüyorsunuz?

ÖZGEÇMİŞ

Cengiz ACAR 12.02.1980 yılında Bursa'nın Mudanya ilçesinde dünyaya geldi. İlk, Orta ve Lise öğrenimini Mudanya'da tamamladı. 2003 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal bilimler bölümünü bittirdi. 2007 yılında Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyoloji bölümünde mezun oldu. 2006 yılından bu yana özel bir şirkette Kurumsal İletişim Uzmanı olarak çalışmakta.