



Asya Studies

Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar
Year: 7 - Number: 25 p. 271-290, Autumn 2023

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Öğrencilerinin İlişki Sürdürme Stratejilerine Dair Yetkinlik Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Uygulamalı Bir Araştırma* **

An Applied Research on Determining the Competency Levels of Public Relations and Publicity Students on Relationship Sustainability Strategies

DOI: <https://doi.org/10.31455/asya.1261942>

Araştırma Makalesi /
Research Article

Makale Geliř Tarihi /
Article Arrival Date
08.03.2023

Makale Kabul Tarihi /
Article Accepted Date
14.05.2023

Makale Yayın Tarihi /
Article Publication Date
30.09.2023

Asya Studies

Arş. Gör. Samet Candar
Atatürk Üniversitesi / İletişim
Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Bölümü
samet.candar@atauni.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0763-1940

* "COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri" beyanları: Bu makale için herhangi bir çıkar çatışması bildirilmemiştir. Bu makale, İntihal.net tarafından taranmıştır.

** Bu çalışma Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 11.02.2021 tarih ve 88656144-000.E.2100042200 belge numarası onayı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

Öz

Günümüzde pek çok akademik çalışma alanında olduğu gibi halkla ilişkiler alanında da gelişmeler ve değişimler söz konusu olmuştur. Halkla ilişkilerin sadece iletişim odaklı bir kapsamdan değil örgütler ile kamuları arasındaki ilişkilerin stratejik bir şekilde yönetilmesi olarak değerlendirilebilecek ilişki odaklı daha geniş bir kapsama geçişini temsil eden ilişki yönetimi, halkla ilişkilerin değişen yapısının en temel göstergesidir. Bu çalışma, halkla ilişkiler ve tanıtım bölümünde eğitim gören lisans öğrencilerinin ilişki sürdürme stratejilerine dair yetkinlik düzeylerinin belirlenmesi ve değişen iş paradigmalarna karşı öğrencilerin hazır bulunuşluk düzeylerin ortaya çıkarılması amacıyla yapılmıştır.

Araştırma kapsamında toplam 206 halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü lisans öğrencisine "İlişki Sürdürme Stratejileri Ölçeği" revize edilerek yüz yüze olacak şekilde uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda ilişki sürdürme stratejileri ölçeği alanyazına uygun şekilde faktörlere ayrılmış ve iç tutarlılık seviyelerinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin fark testleri yapıldığında; cinsiyetleri ile ilişki sürdürme stratejileri arasında anlamlı farklar bulunduğu tespit edilmiştir. Kadın öğrencilerin ilişki boyutlarından olan güven, pozitiflik ve açıklık boyutlarında erkek öğrencilere oranla daha yüksek algı düzeyine sahip olduğu saptanmıştır.

Değişen dünya ve halkla ilişkiler mesleği ile birlikte ilişki yönetimi kavramının önem kazanması, halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü öğrencilerinin meslek hayatına hazır olup olmadıkları sorusunu akla getirmektedir. Bu sorunun cevabını ortaya çıkarmak amacıyla yapılan bu çalışmada halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü lisans öğrencilerinin ilişki sürdürme stratejilerinin genel olarak ortalamanın üzerinde bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İlişki Yönetimi, Halkla İlişkiler, İlişki Stratejileri, İş Paradigmaları, Hazır Bulunuşluk

Abstract

Today, there have been developments and changes in the field of public relations, as in many academic fields of study. Representing the transition of public relations from a communication-oriented scope to a wider relation-oriented scope that can be considered as the strategic management of relations between organizations and their publics, relation management is the most basic indicator of the changing structure of public relations. This study was carried out in order to determine the competence levels of undergraduate students studying in the department of public relations and publicity on relationship maintenance strategies and to reveal the readiness levels of students against changing business paradigms.

Within the scope of the research, the "Relationship Maintenance Strategies Scale" was revised and applied face to face to a total of 206 public relations and publicity undergraduate students. As a result of the analysis, the scale of relationship maintenance strategies was divided into factors in accordance with the literature and it was revealed that the internal consistency levels were high. When the difference tests regarding the demographic characteristics of the students are made; It has been determined that there are significant differences between genders and strategies for maintaining a relationship. It was determined that female students had a higher perception level than male students in the dimensions of trust, positivity and openness, which are among the relationship dimensions.

The changing world and the importance of the concept of relationship management with the profession of public relations raises the question of whether the students of the public relations and publicity department are ready for their professional life. In this study, which was carried out to reveal the answer to this question, it was determined that the relationship maintenance strategies of the undergraduate students of the public relations and publicity department were generally above the average.

Keywords: Relationship Management, Public Relations, Relationship Strategies, Business Paradigms Readiness

Citation Information/Kaynakça Bilgisi

Candar, S. (2023). Halkla İlişkiler ve Tanıtım Öğrencilerinin İlişki Sürdürme Stratejilerine Dair Yetkinlik Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Uygulamalı Bir Araştırma. *Asya Studies-Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar*, 7(25), 271-290.

GİRİŞ

Halkla ilişkilerin ne olduğu ile ilgili tanımlara bakıldığında veya bir uygulayıcıya halkla ilişkileri tanımlamasını istediğinizde genel olarak yaptığı faaliyetlerin bir listesini size sunacaktır: tanıtım, etkinlik yönetimi, reklam, medya ile ilişkiler, basın ajansı vb. (Ledingham ve Bruning, 1998) dahası birçok halkla ilişkiler profesyoneli, halkla ilişkileri bir iletişim aracı olarak oluşturulan her mesajın halkla ilişkiler sorunlarına çözüm oluşturacağını düşünmektedir. Bu durum halkla ilişkilerin amacı konusunda kafa karışıklığına neden olarak ilişkisel veya davranışsal sorunlar yerine iletişim çıktısı altında halkla ilişkiler etkinliklerinin ölçülmesine neden olmaktadır. Fakat halkla ilişkileri tek başına bir iletişim yönetimi olarak algılamak ve tanımlamak yeterli olmamaktadır (Broom vd., 1997). Günümüzde halkla ilişkiler iki temel başlık altında değerlendirilmelidir. Bunlardan ilki iletişim yönetimi, ikincisi ise ilişki yönetimidir. Bu bağlamda halkla ilişkilerde iletişim yönetimi: “Bir örgüt ile kamusu arasındaki iletişimin yönetilmesi” (Grunig ve Hunt, 1984: 6) olarak tanımlanırken, ilişki yönetimi: “Bir kurumun başarı veya başarısızlığında rol oynayan çeşitli kamularla kurum arasında faydaya dayalı ilişkilerin kurulması, geliştirilmesi ve sürdürülmesi” olarak tanımlanmaktadır (Cutlip vd., 1994: 4). Bu tanımlardan hareketle ilişki yönetimi olarak halkla ilişkiler, kurum ve hedef kitle arasında iletişim kurulması ve bu iletişimin sürdürülebilmesini daha ileriye götürerek kurum ve hedef kitlesi arasındaki iletişim neticesinde meydana gelen ilişkiye dayanmaktadır denilebilir.

İlişki nosyonu sözlükte, “İki şey arasında karşılıklı ilgi, bağ, münasebet ve temas” anlamında kullanılmıştır (TDK, 2023). Halkla ilişkilerin esas amacı kurum ile hedef kitlesi arasında çift yönlü iletişim ve etkileşim ortamı oluşturmak, sürdürmek ve yönetmektir. Bu nedenle ilişki kavramı ile pek çok nokta da birleşmekte ve temel amaçlara ulaşma noktasında ortak stratejiler kullanılmaktadır (Center ve Jackson, 2003: 2). İlişki yönetiminin halkla ilişkilerin içindeki yeri ve önemi, karşılıklı ilişkilerin stratejik bir şekilde yönetilmesi olarak ifade edilmektedir (Boztepe, 2014: 13).

İletişim çerçevesi altında geleneksel halkla ilişkiler uygulayıcıları halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkililiğini çeşitli medya organlarında ne kadar yer bulduğunu ölçerdi. Fakat Grunig ve Huang halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkililiğinin ölçülmesinin temel probleminin burada yattığını belirtmiştir. Grunig ve Huang halkla ilişkiler faaliyetlerini ölçerken kolay hesaplanabilir olan gazete kopyaları, medyada ne kadar veya hangi sıklıkta yer aldığı veya basın bildirimlerinden ziyade ilişkilerin oluşturulması, iyileştirilmesi, geliştirilmesi veya bağlılık davranışının meydana getirilebilmesi gibi sonuç göstergelerine bakılmasını ve bu sonuç göstergelerinin ölçülmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu durum ayrıca halkla ilişkiler faaliyetlerinin uzun dönemli etkilerinin de anlaşılmasına olanak sağlayacaktır (Grunig ve Huang, 2000: 27).

Ferguson (1984: 27), Public Relation Review dergisinde yayımlanan 171 makaleyi içerik analizi yöntemiyle inceleyerek yapmış olduğu çalışmada kurum ile hedef kitleleri arasındaki ilişkilerin halkla ilişkiler çalışmalarının temel noktası olmasını önermiştir. İlişki yönetimi perspektifinden halkla ilişkiler günümüzde oldukça önem kazanmıştır. Bu durum halkla ilişkiler uygulayıcılarının veya geleceğin halkla ilişkiler uygulayıcıları olan halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü lisans öğrencilerinin ilişki yönetimi konusunda hazır bulunuşluk düzeyleriyle ilgili bir merak oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü lisans öğrencilerinin ilişki geliştirme stratejileri bağlamında yetkinlik düzeylerini belirlemek bu araştırmanın temel amacıdır. Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü lisans öğrencilerinin ilişki geliştirme stratejileri bağlamında yetkinlik düzeylerini demografik özelliklerine göre belirlenmesi ise araştırmanın alt amacıdır.

Araştırmanın problemi halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü öğrencilerinin ilişki kurma becerilerinin sektördeki iş hayatına uygunluğunu ölçmektir. Alan yazın incelendiğinde ilişki yönetimiyle birçok etmen arasındaki ilişki incelenmiş fakat halkla ilişkiler öğrencilerinin veya uygulayıcılarının ilişki sürdürme stratejileri üzerine bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle öğrencilerin iş hayatına uygunluğunun, ilişki stratejileri bağlamında incelenmesinin alanyazına önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

ALANYAZIN TARAMASI

İlişki Kavramı

İlişki kavramı Türkçe sözlükte: “İki şey arasında karşılıklı ilgi, bağ, münasebet ve temas anlamında kullanılmıştır” (TDK, 2023). Kurum ile hedef kitleleri arasında çift yönlü iletişimin oluşturulması ve korunması şeklinde ifade edilen halkla ilişkiler faaliyetleri, ilişki yönetimi kavramı ile anlam yönünden çok farklı değildir. Halkla ilişkiler, oluşturulan hedeflere ulaşma noktasında çeşitli eylem planları oluşturur ve oluşturulan bu eylem planlarını uygularken temelde ilişki ağlarını kullanır.

İlişki yönetiminin merkeziliği halkla ilişkiler uygulamasında ve teorisinde ilerleme kaydederek (Ledingham ve Brunig, 2000; Broom vd., 2000; Grunig ve Huang, 2000), halkla ilişkilerin odağını çıktıya dayalı faaliyetten (raporlar, medya bültenleri vb.) çok kurumun hedeflerine ulaşması için stratejik olarak kullanılan bir yönetim fonksiyonuna yükseltmiştir (Ledingham ve Brunig, 1998). Halkla ilişkiler stratejileri oluşturulurken hedef kitleler ile oluşturulan iletişim ve ilişki ortamının çok önemli olduğu sıkça ifade edilmekte ve halkla ilişkiler uygulamalarında nihai hedefin kamularla kurulan iyi ilişkiler olduğu açıklanmaktadır (Center ve Jackson, 2003: 2). Uzmanlar kurum ile hedef kitleleri arasında iyi ilişkiler kurmanın ancak yapılacak olan etkili halkla ilişkiler faaliyetleri ile mümkün olduğunu ileri sürmektedirler. Bu bağlamda halkla ilişkilerin temel hedefinin ilişkilerin oluşturulması ve devam ettirilmesi olduğu açıkça görülmektedir. İlişki kavramı halkla ilişkiler temelinde ele alındığında: “Katılan tüm taraflara ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel yararlar sağlayan ve karşılıklı olumlu bakışla nitelendirilen, bir kurumla hedef kitlesi arasında var olan bir durum” olarak dile getirilmektedir (Ledingham ve Brunig, 1998: 62).

Halkla İlişkilerde İlişki Yönetimi Yaklaşımının Önemi ve Ortaya Çıkışı

Halkla ilişkilerde ilişki yönetimi yaklaşımı, Ferguson’un 1984’te bir örgüt ile kamuları arasındaki ilişkinin kilit rol oynadığını ve yapılan araştırmaların merkezine ilişkilerin alınması gerektiğini iddia etmesine kadar gitmektedir (Ehling, 1992). Bu ilişki perspektifi, insanları halkla ilişkileri kamuoyunu manipüle edilmesi olarak düşünmekten kurtarmanın bir yolu olarak görmektedir. Ona göre halkla ilişkilerin asıl işlevi ilişkiler kurmak, büyütme ve bu ilişkilere odaklanmaktır. Halkla ilişkiler uygulayıcıları da yaptıkları tanımlamalarda genellikle bu dili kullanmaktaydılar ve bu da kısa süre içerisinde araştırmacıların bu durumu incelemesine neden olmuştur (Broom vd., 2000; Ledingham ve Brunig, 2000a; Cutlip vd., 2000; Grunig ve Huang, 2000; Heath, 2001; Ledingham ve Brunig, 1998; Leichty ve Springston, 1993; Wilson, 2001).

Halkla ilişkiler uygulamalarının paydaşların davranışlarını doğrudan etkilediği düşünüldüğünde, kurumlar halkla ilişkiler programlarını, iletişim strateji ve taktiklerini hedeflerine ulaşmak amacıyla ilişki hedefleri etrafında tasarlamak ve uygulamak durumundadır. Bu durumu, Ledingham ve Brunig (1998) kuruluşun halkla ilişkilerini etkili bir şekilde yönetmesi için hem sembolik hem de davranışsal unsurlara dâhil olmanın önemini vurgulayarak açıklamıştır.

Geleneksel olarak halkla ilişkiler uygulayıcılarının yaptıkları faaliyetlerin başarı ölçüsü medyada ne kadar ve hangi sıklıkta yer aldığı ile ölçülürken Grunig ve Huang’ın (2000: 27) temel sorunun bu kısıtlı bakış açısı olduğunu belirtmesi üzerine halkla ilişkiler çalışmalarında ilişki kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Medyada yer bulma durumu kısa bir zaman diliminde halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemini ortaya koysa dahi uzun vadede başarı ölçümü kısıtlı kalmaktadır. Bu durum sürdürülebilir iletişim ve ilişki kurma noktasında kurumları belirsizliğe iterek, halkla ilişkiler mesleğinin ve uygulamalarının öneminin de yeteri kadar anlaşılmasına yol açmaktadır.

İnsan odaklı ilişki yönetimi temel sorunların çözümüne de olanak sağladığından uzun sürede örgüt ve halkla ilişkiler mesleği açısından daha yararlı olacaktır. Örgüt ve hedef kitlesi arasında karşılıklı ilişkilerin oluşturulması, genişletilmesi ve sürdürülmesi ilişki yönetimi bakımından halkla ilişkiler uygulamalarının değerini göstermektedir (Ledingham ve Brunig, 1998: 55). İlişki yönetimi açısından halkla ilişkilere bakıldığında, halkla ilişkilerin yönetim fonksiyonu (idari birim) olması kaçınılmaz bir durumdur. Etkin iletişim ve karşılıklı pozitif ilişki ortamı oluşturulması ve stratejik olarak yürütülmesi ancak idari yönetim fonksiyonu ile birlikte gerçekleştirilebilir (Brunig, 2000: 438). Mükemmel halkla ilişkiler kuramına göre ilişki yönetimi, genel olarak bir kuruma ve dolayısıyla yaptıkları faaliyetlere nasıl değer katacağı üzerinde durmaktadır. Buna göre halkla ilişkiler, kısa vadeli amaçlardan ziyade uzun vadeli toplumsal iletişimi ve ilişkileri de kapsayan stratejik bir yönetim birimi olarak ortaya çıkmaktadır (Cho ve Huh, 2010: 33).

Halkla ilişkiler uygulamalarında ilişkilerin temel taşlardan birisi olarak görülmeye başlanması ilişki yönetiminin oluşmasında başlıca etmenlerden biridir. Bir başka etmen ise halkla ilişkilerin idari bir görev olarak tekrar tanımlanması durumudur. Bunlara ek olarak halkla ilişkilerin temel yapı taşlarının ve uygulama çeşitliliklerinin kavramsallaştırılması, kamularına yönelik strateji geliştirilmesi oldukça önemlidir. Son olarak ise halkla ilişkiler modellerinde ilişki boyutlarına yer verilmesi ilişki yönetimi perspektifinde halkla ilişkilerin ortaya çıkmasına ve önem kazanmasına neden olmuştur (Ledingham, 2001: 286).

Günümüzde ilişki yönetimi kurumlar tarafından görmezden gelinemeyecek derece de öneme sahiptir. Halkla ilişkiler uygulamalarında ilişki yönetiminin çözümlenmesinde kurum ve kamusu arasında etkileşim kurularak bunun sürdürülmesi yararlı olacaktır (Kalender ve Fidan, 2011: 384).

Halkla İlişkilerde İlişki Boyutları ve İlişki Yönetimi Yaklaşımının Temel Stratejileri

Kurumsal halkla ilişkilerde ilişki geliştirme stratejileri, kişilerarası iletişimden türetilmiştir. Çünkü halkla ilişkiler çalışmaları kişilerarası ilişki perspektiflerinin halkla ilişkilere uygulanabileceğini öne sürmektedir (Thomlison, 2000; Toth, 2000). Hem kişiler arası ilişkiler hem de kurum-hedef kitle ilişkileri, güven, kontrol, memnuniyet ve bağlılık gibi birkaç temel özelliği paylaşmaktadır.

Kişilerarası ilişki alanında yapılan birçok çalışma, ilişki stratejilerinin adil ve eşit ilişkilerle alakalı olduğunu ortaya koymuştur (Canary ve Stafford, 1992). Buna göre halkla ilişkilerde örgüt ile kamuları arasındaki ilişki, her iki taraf açısından adil ve eşitlikçi olarak algılanır. Aynı şekilde akademisyenler kişilerarası ilişkilerde kullanılan stratejilerin, iki yönlü simetrik halkla ilişkiler modelindeki halkla ilişkiler stratejilerine benzer olduğunu ileri sürmüşlerdir (Grunig ve Huang, 2000; Grunig ve White, 1992; Ki ve Hon, 2006). Bu stratejileri akademisyenler halkla ilişkilerde olumlu, istikrarlı ilişkileri sürdürmek ve geliştirmek için en etkili stratejiler olarak görmüşlerdir (Grunig ve Huang, 2000; Hon ve Grunig, 1999). Bu ilişki stratejileri arzu edilen ilişki kalitesine ulaşmak ve sonuçlar üretmek için faydalı birer süreç göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Halkla ilişkilerde ilişki yönetimi yaklaşımı ancak zaman içinde oluşturulan ve geliştirilen ilişki boyutlarıyla açıklanabilmektedir. Buna göre ilişki boyutları denildiğinde araştırmacılar güven, bağlılık oluşturma, şeffaf olma, açıklık, duygusallık, benzerlik, kesinlik, ortak ilgi ve ilişki geçmişi kavramlarını ön plana çıkarmışlardır (Ledingham vd., 1997: 23-43). Bu ilişki boyutlarını Grunig ve arkadaşları (2002: 550-559) temelde dört boyut olacak şekilde ileri sürmüşlerdir. Bunlar güven, karşılıklı kontrol, memnuniyet ve bağlılıktır. Grunig ve arkadaşlarının ortaya koyduğu ilişki boyutları kısaca şu şekilde özetlenebilir:

- **Güven:** Kişinin bir diğer kişiye korku, çekinme ve şüphe duymadan inanma ve bağlanma duygusudur. Güven oluşturulması zor fakat kaybetmesi kolay bir duygudur. Güvenin oluşması bazı davranış kurallarına uymak ile mümkündür. Bir kurum ancak içinde yaşadığı toplumun yazılı veya yazısız kurallarına uyduğu ve adaletli davrandığı ölçüde güvenilir olabilir. Kurum veya örgüt verdiği sözleri eksiksiz ve zamanında yerine getirdiği takdirde güvenilir olarak adlandırılabilir.
- **Karşılıklı Kontrol:** Bir kurumun veya kişinin hedef kitlelerine etki etmesi ve hedef kitlelerinden aldığı dönüt neticesinde kendinde değişikliğe gitmesi durumu olarak açıklanabilmektedir. Bir tarafın diğer tarafa olan baskınlığı, üstünlüğü karşılıklı kontrol ilkesine aykırıdır ve dengeyi bozar. Bu yüzden karşılıklı iletişim ve etkileşimin olduğu her iki tarafında eşit bir şekilde birbirlerini kontrol etmesi gerekmektedir.
- **Bağlılık:** Kurum ile hedef kitlesi arasında karşılıklı saygı, sevgi, yakınlık ve sadakat oluşması durumudur. Duygusal ve psikolojik olarak kurum ile hedef kitle arasında kurulan bağ olarak açıklanmaktadır.
- **Memnuniyet:** Kurum ile hedef kitleleri arasında çift yönlü anlamlı ve pozitif kurulan ilişki, memnun olma durumu olarak açıklanmaktadır.

Grunig ve arkadaşlarının ortaya koydukları bu dört boyut halkla ilişkilerde ilişki boyutları olarak yapılan birçok araştırmaya konu edilmiştir.

Bir ilişki yönetimi olarak halkla ilişkilere bakıldığında (Grunig ve Hunt, 1984: 6-8), “iletişim” ve “ilişki” arasındaki farka dikkat çekildiği açıkça görülmektedir. İlişki yönetimi perspektifinde halkla ilişkiler alan çalışmaları incelendiğinde ilişki yönetimi bağlamıyla iletişim, ilişki kurmayı sağlayan stratejik bir araç olarak görülmektedir. Bu araçsal değer, ilişki yönetimi şeklinde anlatılan halkla ilişkilerin doğasının bir parçası olarak ifade edilmektedir.

Halkla ilişkilerin önem kazanması kurum ile hedef kitleleri arasındaki ilişkinin öneminin kavranmasıyla birlikte daha da artmıştır. Halkla ilişkiler etkinliklerinin, değeri daha önce ölçülemezken ilişki yönetimi yaklaşımıyla ve yapılan araştırmalarla birlikte artık ölçülebilir bir hal almıştır. Bu durum bir meslek olarak halkla ilişkilerin değerini ortaya koyan en önemli etmenlerden birisidir. Hon ve Grunig’in 1999 yılında oluşturduğu ilişki ölçme ölçeği ile birlikte artık halkla ilişkiler ile oluşturulan ilişkilerin sonuçları ölçülebilir hale gelmiştir. Bir başka ölçek ise Bruning ve Ledingham’ın 1999 yılında oluşturduğu ölçektir. Oluşturulan bu ölçekler ilişki sonuçlarını oldukça başarılı bir şekilde ortaya çıkarabilen etkili birer araçlardır.

YÖNTEM

Yapılan bu çalışma, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kapsam açısından ilişki sürdürme stratejileri, yöntem olarak da betimsel araştırma yaklaşımı olan tarama modeli kullanılmıştır. Betimsel araştırma yöntemi, mevcut hâlihazır durumu kendi koşulları içerisinde ve olduğu gibi çalışmaktır. Betimsel araştırma, çalışılan konunun mevcut durumuna ilişkin hipotezler test etmek için veya sorulara cevap bulmak için veriler toplamayı gerektirir (Karasar, 2005). Araştırmada Hon ve Jung Ki'nin (2008) geliştirmiş olduğu "İlişki Sürdürme Stratejileri Ölçeği" kullanılmıştır. Bu ölçek çalışmaya uygun olacak şekilde revize edilmiş ve öğrencilere anket tekniği kullanılarak uygulanmıştır. Uygulama sonucunda elde edilen veriler ise SPSS 22.0 programıyla çeşitli testlere (ortalama, basit doğrusal regresyon analizi, bağımsız gruplar t testi, tek yönlü Anova) tabi tutularak çıktılara ulaşılmıştır.

Araştırma Modeli

Araştırma modeli olarak bu çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli: "Herhangi bir nesne, kişi ya da olayın kendi koşulları içinde olduğu gibi betimlendiği nicel bir araştırma yaklaşımıdır." (Karasar, 2005). Tarama modelinde amaç: "Kişi, olay ya da olguların özelliklerini ve oluş sıklıklarını belirleyerek, konu üzerinde etkili olan faktörlerin ortaya çıkış biçimini tespit edip önem derecelerini ortaya koymak ve değişkenler arasındaki ilişkileri belirleyerek genellemeler yapmaktır." (İslamoğlu, 2009). Bu gibi araştırmalarda evreni temsil edebilecek şekilde oluşturulan örneklem içerisinde birçok sayıda kişiye yazılı veya sözlü biçimde ulaşıp derinlemesine bilgi almak yerine genişlemesine yüzeysel verilere ulaşılmaya çalışılır. Bu veriler diğer araştırmalar için kullanılabilir gibi, bulgular neticesinde farklı araştırmalara sayıtlar ve varsayımlar da oluşturabilir (Aziz, 2008).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencilerinden oluşmaktadır. Evrenin bütününe ulaşma imkânı olduğu için araştırmada tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda araştırma, 2020-2021 eğitim-öğretim yılının bahar döneminde eğitim gören toplam 206 öğrenciden oluşmaktadır. Tam sayım yöntemi: "Herhangi bir araştırma için asıl olan araştırmaya konu olan tüm birimlerin incelenmesidir." İncelenecek topluluk anakütle, anakütleyi oluşturan en küçük parça ise birim olarak adlandırılmaktadır. Araştırmada asıl olan tüm birimlerin incelenmesidir (İslamoğlu, 2009). Araştırmaya katılan toplam 206 öğrencinin sınıf, frekans yüzde değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Öğrencilere Ait Veriler

Sınıf	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
1.sınıf	34	16,5	16,5
2.sınıf	32	15,5	15,5
3.sınıf	77	37,4	37,4
4.sınıf	63	30,6	30,6
Toplam	206	100,0	100,0

Hipotezler

H1. Öğrencilerin ilişki sürdürme stratejileri bağlamındaki yetkinlikleri demografik özelliklerinden cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

- H1a. Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden güven boyutuna göre farklılık göstermektedir.
- H1b. Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden örgütlenme boyutuna göre farklılık göstermektedir.
- H1c. Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden pozitiflik boyutuna göre farklılık göstermektedir.
- H1d. Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden açıklık boyutuna göre farklılık göstermektedir.

H2. Öğrencilerin ilişki sürdürme stratejileri bağlamındaki yetkinlikleri demografik özelliklerinden sınıf düzeyine göre farklılık göstermektedir.

- H2a. Öğrencilerin demografik özelliklerinden sınıf düzeyi ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden güven boyutuna göre farklılık göstermektedir.
- H2b. Öğrencilerin demografik özelliklerinden sınıf düzeyi ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden örgütlenme boyutuna göre farklılık göstermektedir.
- H2c. Öğrencilerin demografik özelliklerinden sınıf düzeyi ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden pozitiflik boyutuna göre farklılık göstermektedir.
- H2d. Öğrencilerin demografik özelliklerinden sınıf düzeyi ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden açıklık boyutuna göre farklılık göstermektedir.

H3. Öğrencilerin ilişki sürdürme stratejileri bağlamındaki yetkinlikleri demografik özelliklerinden yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

- H3a. Öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden güven boyutuna göre farklılık göstermektedir.
- H3b. Öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden örgütlenme boyutuna göre farklılık göstermektedir.
- H3c. Öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden pozitiflik boyutuna göre farklılık göstermektedir.
- H3d. Öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden açıklık boyutuna göre farklılık göstermektedir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada, verilen hipotezleri sınamak için Hon ve Jung Ki'nin (2008) geliştirmiş olduğu "İlişki Sürdürme Stratejileri Ölçeği" kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği kapsamında; orijinal ölçekteki soruların araştırmaya uyarlanması amacıyla, alanında uzman kişilerden ve dil uzmanlarından gelen dönütler doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Ayrıca araştırmanın yapılacağı öğrenciler üzerinde bir pilot uygulama yapılarak anketin dizaynı, okunurluğu, anlaşılabilirliği, tamamlanma zamanı gibi hususlarda görüşlerine başvurulmuş ve gereken düzenlemeler yapılarak anket uygulanmaya hazır bir hale getirilmiştir. Yapılan pilot çalışma neticesinde orijinal ankette bulunan 1, 3, 4 ve 5. sorular yapılan analizler neticesinde uygun değerlere sahip olmadıkları için anket sorularından çıkarılmıştır.

Veri Analizi

Araştırmada, öğrencilerin demografik özelliklerini, ilişki sürdürme stratejilerine ilişkin yetkinlik seviyelerini saptamak amacıyla toplanan verilerin analizinde betimsel istatistiklerden frekans (f) ve yüzde (%) kullanılarak genel durum ortaya çıkarılarak ortalamaları hesaplanmıştır. Araştırmada kullanılan "İlişki Sürdürme Stratejileri Ölçeği" faktör analizi testine tabi tutulmuştur. Oluşturulan veri setinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi amacıyla, "Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)" örneklem yeterliliği testi ve "Bartlett Küresellik Testi" uygulanmıştır. Buna göre 0,80 ve yukarı mükemmel, 0,70 ve 0,80 arası iyi, 0,60 ve 0,70 arası orta, 0,50 ve 0,60 arası kötü, 0,50'den aşağısı ise kabul edilemez olarak belirlenmiştir. "Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)" örneklem yeterliliği testi ve "Bartlett küresellik testi" sonuçlarına göre KMO değeri 0,50'nin üzerinde (0,866) ve Bartlett testi ise 0,05 önem derecesinde anlamlı olduğundan (p=0,000) analize konu olan veri setinin faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.

İlişki sürdürme stratejileri ölçeğinin faktör analizi sonuçlarında öz değerleri 1 ve faktör yükleri 0,50 olan maddeler doğrultusunda dört boyut ortaya çıkmıştır. "Güven", "Örgütlenme", "Pozitiflik" ve "Açıklık" şeklinde isimlendirilen bu dört boyut öğrencilerin ilişki stratejilerini ölçmek amacıyla kullanılmıştır. Bu boyutların faktör analizi sonuçları tablo 7' de ayrıntılı olarak verilmiştir.

Ayrıca ölçeklerin geçerlik ve güvenilirliği SPSS programı yardımıyla test edilmiştir. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır. Öğrencilerin ilişki sürdürme stratejilerine dair yetkinlik düzeylerini tespitine yönelik katılım dereceleri "kesinlikle katılıyorum", "katılıyorum", "kararsızım", "katılmıyorum", "kesinlikle katılmıyorum" biçiminde oluşturularak beşli Likert ölçeği kullanılmıştır.

Etik Kurul Beyanı

Kurul Adı : Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
 Karar Tarihi : 11.02.2021
 Belge Numarası: 88656144-000.E.2100042200

BULGULAR

Çalışmanın bulgular bölümünde ankette yer alan değişkenlere ait çıktılar veriler ışığında ortaya konulmuş ve yorumlanmıştır. Öncelikle katılımcılar ve değişkenlerle ilgili tanımlayıcı, açıklayıcı bilgiler verilmiş, sonrasında değişkenler arası ilişkiler ölçülerek çalışma kapsamında daha önce belirlenen hipotezler ve alt hipotezler test edilmiştir.

Betimsel İstatistik Bulguları

Araştırmanın bu aşamasında anket formunda bulunan değişkenlere ve katılımcılara ait tanımlayıcı bilgiler bulunmaktadır.

Demografik Özellikler

Çalışmaya katılan 206 katılımcının yaş, cinsiyet ve sınıf bağlamında demografik özellikleri bu kısımda özetlenmektedir.

Katılımcıların Cinsiyeti

Katılımcıların cinsiyete göre dağılımları:

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dağılımları

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kadın	66	32,0	32,68
Erkek	140	68,0	68,00
Toplam	206	100,0	100,0

Araştırmada yer alan toplam 206 katılımcıdan cinsiyetlerini açıklayanların yüzde 68,0'si (n= 140) erkek, yüzde 32,0'si (n= 66) ise kadındır.

Katılımcıların Sınıf Düzeyleri

Katılımcıların sınıf seviyelerine yönelik dağılımları aşağıda yer almaktadır:

Tablo 3: Katılımcıların Sınıf Düzeylerine Göre Dağılımları

Sınıf	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
1.sınıf	34	16,5	16,5
2.sınıf	32	15,5	15,5
3.sınıf	77	37,4	37,4
4. sınıf	63	30,6	30,6
Toplam	206	100,0	100,0

Tablo 3'de öğrencilerin eğitim seviyeleri dört sınıfta toplanmıştır. 1. sınıf seviyesinde olanların yüzdesi 16,5 (n= 34) iken; 2. sınıf seviyesinde olanların yüzde 15,5 (n= 32), 3. sınıf seviyesinde olanların yüzde 37,4 (n= 77), 4. sınıf düzeyinde olanların yüzdesi ise 30,6 (n= 63)'dur.

Katılımcıların Yaşları

Ankette yer alan öğrencilerin yaşlarına göre dağılımları şu şekildedir:

Tablo 4: Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımları

Yaş	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
18	5	2,4	2,4
19	20	9,7	9,7
20	46	22,3	22,3
21	47	22,8	22,8
22	36	17,5	17,5
23	26	12,6	12,6
24	15	7,3	7,3
25	6	2,9	2,9
26	2	1,0	1,0
27	1	,5	,5

36	1	,5	,5
45	1	,5	,5
Toplam	206	100,0	100,0

Katılımcıların yaş aralıkları birbirine çok yakın olduğu için yaş değişkenine herhangi bir gruplandırma yapılmamıştır. Buna göre tabloda görüldüğü üzere katılımcılardan 18 yaşında olanların yüzdesi 2,4 (n=5), 19 yaşında olanların yüzdesi 9,7 (n=20), 20 yaşında olanların yüzdesi 22,3 (n=46), 21 yaşında olanların yüzdesi 22,8 (n=47), 22 yaşında olanların yüzdesi 17,5 (n=36), 23 yaşında olanların yüzdesi 12,6 (n=26), 24 yaşında olanların yüzdesi 7,3 (n=15), 25 yaşında olanların yüzdesi 2,9 (n=6), 26 yaşında olanların yüzdesi 1,0 (n=2), 27 yaşında olanların yüzdesi 0,5 (n=1), 36 yaşında olanların yüzdesi 0,5 (n=1), 45 yaşında olanların yüzdesi ise 0,5 (n=1) şeklindedir.

İlişki Sürdürme Stratejilerine İlişkin Algular

Hon ve Ki'nin ilişki sürdürme stratejileri ölçeği; güven, örgütlenme, pozitiflik ve açıklık boyutlarından meydana gelmektedir. Çalışmada uygulanan "ilişki sürdürme stratejileri ölçeği" alanyazında kullanıldığı biçimiyle ne derece uyumlu olup olmadığını saptamak amacıyla öncelikle faktör analizi testine tabi tutulmuştur. Oluşturulan veri setinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi amacıyla, "Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)" örneklem yeterliliği testi ve "Bartlett küresellik testi" uygulanmıştır. Tablo 5'te KMO değeri 0.50'nin üzerinde (0,866) ve Bartlett testi ise 0.05 önem derecesinde anlamlı olduğundan (p=0.000) analize konu olan veri setinin faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.

İlişki sürdürme stratejileri ölçeği faktör analizi uygunluk testleri:

Tablo 5: Faktör Analizi Uygunluk Testleri

Faktör Analizi İçin Uygunluk Testleri	
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Testi	,866
Bartlett Küresellik Testi	,000

KMO değerleri ve yorumları:

Tablo 6: KMO Değerleri ve Yorumları

KMO Değeri	Yorumu
0,80 ve yukarısı	Mükemmel
0,70 ve 0,80 arası	İyi
0,60 ve 0,70 arası	Orta
0,50 ve 0,60 arası	Kötü
0,50'den aşağı	Kabul edilemez

Kaynak: Durmuş vd., 2013: 80

İlişki sürdürme stratejileri ölçeğinin faktör analizi sonuçlarında öz değerleri 1 ve faktör yükleri 0,50 olan maddeler doğrultusunda dört boyut ortaya çıkmıştır. "Güven", "Örgütlenme", "Pozitiflik" ve "Açıklık" şeklinde isimlendirilen bu dört boyut öğrencilerin ilişki stratejilerini ölçmek amacıyla kullanılmıştır. İlişki sürdürme stratejileri ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları Tablo 7'de bulunmaktadır.

Tablo 7: Boyutların Faktör Analizi Sonuçları

Faktörün Adı	Soru İfadesi	Faktör Açık. %	Güvenirlik
GÜVEN	<ul style="list-style-type: none">Arkadaşlarımın karşılaştığı sorunları çözmeye etkili biçimde çalışırım.Ne zaman bir arkadaşım endişe içerisinde olsa endişesini ciddiye alırım.Arkadaşlarımın benim için önemli olduğunu düşünüyorum.Arkadaşlarımın problemlerine çözüm bulmak için çalışmak benim için de faydalıdır.Arkadaşlarımın önem verdiği sorun ve konulara ben de önem veririm.Arkadaşlarımla düzenli/sürekli olarak iletişim kurmak benim için önemlidir.Arkadaşlarımın endişelerini gidermek üzere samimi/kişisel tavsiyeler verme konusunda özel bir çaba gösteririm.Arkadaşlarıma benden başka kişilerle tanışma fırsatı sunarım.Arkadaşlarımı cezbeden gruplarla etkili bir şekilde birlikte hareket etme konusunda istekliyimdir.Bu gruplarla birlikte hareket etmem arkadaşlarım için faydalıdır.	5,545	,812
ÖRGÜTLENME	<ul style="list-style-type: none">Arkadaşlarımın ve benim de dâhil olduğum grupların aktiviteleri arkadaşlarım için faydalıdır.Sorunlarım hakkında konuşmak üzere arkadaşlarımızla bir araya gelmemiz problemin daha iyi anlaşılmasına olanak sağlar.Arkadaşlarımla bir problem yaşadığımda uzlaşmacıyım.Herhangi bir tartışmalı konuda görüşlerini ve önerilerini sunma konusunda arkadaşlarıma eşit fırsatlar sağlarım.	4,750	,772
POZİTİFLİK	<ul style="list-style-type: none">Arkadaşlarımla kurduğum iletişimde kibar ve saygılı davranırım.Arkadaşlarımla kurduğum iletişimi keyifli hale getirmeye çalışırım.Sanal ortamda kendi hakkımda verdiğim bilgiler ve yaptığım paylaşımlar arkadaşlarım için hakkımda bilgi edinmeleri açısından önemli bir kaynaktır.	4,076	,610
AÇIKLIK	<ul style="list-style-type: none">Geleceğe yönelik planlarım hakkında arkadaşlarıma yeterli bilgi veririm.Arkadaş toplantıları ya da buluşmaları onların benim hakkımda düşüncelerini öğrenmek için iyi bir yoldur.	,767	,597

Katılımcıların ilişki sürdürme strateji düzeylerine ilişkin algıları (Güven Boyutu):

Tablo 8: İlişki Sürdürme Strateji Düzeyleri Güven Boyutu

İlişki Stratejileri Çıktıları Güven Boyutu	\bar{X}
Genel	4,125
<i>N= 300; \bar{X}: Ortalama</i>	

Tabloda görüldüğü üzere katılımcıların ilişki strateji boyutlarından olan güven boyutuna dair algılarının genel olarak orta düzeyin üzerinde olduğu tespit edilmiştir ($\bar{X}=4,125$).

Katılımcıların ilişki sürdürme strateji düzeylerine ilişkin algıları (Örgütlenme Boyutu):

Tablo 9: İlişki Sürdürme Strateji Düzeyleri Örgütlenme Boyutu

İlişki Stratejileri Çıktıları Örgütlenme Boyutu	\bar{X}
Genel	3,622
<i>N= 300; \bar{X}: Ortalama</i>	

Tabloda 9'da katılımcıların ilişki strateji boyutlarından olan örgütlenme boyutuna dair algılarının genel olarak orta düzeyde olduğu saptanmıştır ($\bar{X}=3,622$).

Katılımcıların ilişki sürdürme strateji düzeylerine ilişkin algıları (Pozitiflik Boyutu):

Tablo 10: İlişki Sürdürme Strateji Düzeyleri Pozitiflik Boyutu

İlişki Stratejileri Çıktıları Pozitiflik Boyutu	\bar{X}
Genel	4,168
<i>N= 300; \bar{X}: Ortalama</i>	

Tablo 10'da görüldüğü üzere katılımcıların ilişki strateji boyutlarından olan pozitiflik boyutuna dair algılarının genel olarak orta düzeyin üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmaktadır ($\bar{X}=4,168$).

Katılımcıların ilişki sürdürme strateji düzeylerine ilişkin algıları (Açıklık Boyutu):

Tablo 11: İlişki Sürdürme Strateji Düzeyleri Açıklık Boyutu

İlişki Stratejileri Çıktıları Açıklık Boyutu	\bar{X}
Genel	3,489
<i>N= 300; \bar{X}: Ortalama</i>	

Tablo 11'de katılımcıların ilişki strateji boyutlarından olan açıklık boyutuna dair algıları genel olarak orta düzeyde tespit edilmiştir ($\bar{X}=3,489$).

Katılımcıların ilişki sürdürme strateji düzeyleri Tüm Boyutlar:

Tablo 12: İlişki Sürdürme Strateji Düzeyleri Tüm Boyutlar

İlişki Stratejileri Boyutları	Güven	Örgütlenme	Pozitiflik	Açıklık
Ortalama	4,1250	3,6226	4,1687	3,4887
Standart Sapma	,61859	,80348	,65964	,81226

Katılımcıların ilişki strateji boyutlarına bütün olarak bakıldığında Güven ($\bar{X}=4,125$) ve Pozitiflik ($\bar{X}=4,168$) boyutunun ortalamasının üzerinde olduğu görülürken Örgütlenme ($\bar{X}=3,622$) ve Açıklık ($\bar{X}=3,489$) boyutu orta düzeydedir. Genel olarak değerlendirilecek olursa ilişki strateji boyutları katılımcıların ortalamasının üzerindedir.

Bağıntısal İstatistik Bulguları

Araştırmanın bu aşamasında değişkenler arası ilişkiler analiz yapılarak hipotezler test edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiler analiz yapılırken ortalama, basit doğrusal regresyon analizi, bağımsız gruplar t testi, tek yönlü Anova gibi istatistiksel testler kullanılmıştır.

Demografik Değişkenler ve İlişki Sürdürme Stratejileri İlişkisi

Katılımcıların ilişki sürdürme stratejilerine ilişkin algılarının demografik özelliklerine yönelik farklılık gösterdiğine ilişkin H1 ve buna bağlı H1a, H1b, H1c ve H1d alt hipotezlerini test etmek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır.

İlişki sürdürme stratejilerinden güven boyutu üzerinde algının cinsiyete yönelik farklılaşmasına dair bağımsız gruplar t testi sonuçları:

Tablo 13: Güven Boyutunun Cinsiyete Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyut	Levene Testi		t-testi		
	F	p	t	df	p
Güven	5,162	,024	-4,486	203	,000
			-3,995	97,768	,000

*N= 300; *. $p>0.05$*

Analiz sonucundan elde edilen bulgular neticesinde görülüyor ki ilişki sürdürme stratejilerinden olan güven ($p=0.00$) boyutunun p değeri $0,05$ 'den küçük olduğu için katılımcıların güveni cinsiyete yönelik farklılık göstermektedir.

Tablo 14: H1a. Hipotezi Test Sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H1a. Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden güven boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Kabul

İlişki sürdürme stratejilerinden örgütlenme boyutuna ilişkin algının cinsiyete göre farklılaşmasına yönelik bağımsız gruplar t testi sonuçları:

Tablo 15: Örgütlenme Boyutunun Cinsiyete Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyut	Levene Testi		t-testi		
	F	p	t	df	p
Örgütlenme	,298	,586	-,806	204	,421
			-,778	116,905	,438

*N= 300; *. $p>0.05$*

Analiz sonucunda elde edilen bulgular neticesinde t testinin p değeri $0,05$ 'den büyük olduğu için öğrencilerin ilişki sürdürme stratejileri boyutlarından olan örgütlenmeye ilişkin algılarının onların cinsiyetine göre anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 16: H1b. Hipotezi test sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H1b. Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden örgütlenme boyutuna göre farklılık göstermektedir	Ret

İlişki sürdürme stratejilerinden pozitiflik boyutuna ilişkin algının cinsiyete göre farklılaşmasına yönelik bağımsız gruplar t testi sonuçları:

Tablo 17: Pozitiflik Boyutunun Cinsiyete Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyut	Levene Testi		t-testi		
	F	p	t	df	p
Pozitiflik	3,540	,061	-3,153	204	,002
			-2,836	99,820	,006

*N= 300; *. $p>0.05$*

Analiz sonucundan elde edilen bulgular neticesinde görülüyor ki ilişki sürdürme stratejilerinden olan pozitiflik ($p=0.00$) boyutunun p değeri 0,05 den küçük olduğu için katılımcıların pozitifliği cinsiyete yönelik farklılık göstermektedir.

Tablo 18: H1c. Hipotezi test sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H1c. Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden pozitiflik boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Kabul

İlişki sürdürme stratejilerinden açıklık boyutuna ilişkin algının cinsiyete göre farklılaşmasına yönelik bağımsız gruplar t testi sonuçları:

Tablo 19: Açıklık Boyutunun Cinsiyete Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyut	Levene Testi		t-testi		
	F	p	t	df	p
Açıklık	,074	,786	-2,212	204	,028
			-2,173	121,991	,032

*N= 300; *. $p>0.05$*

Analiz sonucundan elde edilen bulgular neticesinde görülüyor ki ilişki sürdürme stratejilerinden olan açıklık ($p=0,028$) boyutunun p değeri 0,05'den küçük olduğundan katılımcıların açıklık düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Tablo 20: H1d. Hipotezi test sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H1d. Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden açıklık boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Kabul

İlişki sürdürme strateji boyutları birlikte cinsiyete dair farklılaşmasına yönelik bağımsız gruplar t testi sonuçları:

Tablo 21: Tüm Boyutlar Birlikte Cinsiyete Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyutlar	Levene Testi		t-testi		
	F	p	t	df	p
Açıklık	,074	,786	-2,212	204	,028
			-2,173	121,991	,032
Güven	5,162	,024	-4,486	203	,000
			-3,995	97,768	,000
Örgütlenme	,298	,586	-,806	204	,421
			-,778	116,905	,438
Pozitiflik	3,540	,061	-3,153	204	,002

	-2,836	99,820	,006
--	--------	--------	------

N= 175; *. $p>0.05$

Analiz neticesinde ulaşılan bulgular bağımsız gruplar t testi tablosundaki ilişki sürdürme stratejilerinden olan güven ($p= 0,00$), pozitiflik ($p= 0,02$) ve açıklık ($p=0,02$) boyutlarının p değerlerinin 0,05'den küçük olduğunu, bu nedenle öğrencilerin ilişki sürdürme strateji boyutlarından olan güven, pozitiflik ve açıklık algılarının onların cinsiyetlerine göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Sınıf Düzeyi ve İlişki Sürdürme Strateji Çıktıları

Sınıf düzeyine göre katılımcıların ilişki sürdürme stratejilerine dair algılarının farklılık gösterdiği ile ilgili H2 hipotezi tek faktörlü ANOVA analizi vasıtasıyla test edilmiştir.

İlişki sürdürme stratejilerine ilişkin algının katılımcıların sınıf seviyesine yönelik farklılaşmasıyla ilgili tek faktörlü anova analizi sonuçları (güven):

Tablo 22: Güven Boyutunun Sınıf Düzeyine Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyutlar	df	F	p
Güven	3	1,215	,305
	201		
	204		

N= 300; *. $p>0.05$

Analiz neticesinde ulaşılan bulgular incelendiğinde görülüyor ki güven boyutunun p değeri 0,05'den büyük olduğu için öğrencilerin ilişki sürdürme stratejileri boyutlarından olan güvene ilişkin algılarının onların sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 23: H2a. Hipotezi test sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H2a. Öğrencilerin demografik özelliklerinden sınıf düzeyi ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden güven boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Ret

İlişki sürdürme stratejilerine ilişkin algının katılımcıların sınıf seviyesine yönelik farklılaşmasıyla ilgili tek faktörlü anova analizi sonuçları (örgütlenme):

Tablo 24: Örgütlenme Boyutunun Sınıf Düzeyine Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyutlar	df	F	p
Örgütlenme	3	,660	,577
	202		
	205		

N= 300; *. $p>0.05$

Analiz neticesinde erişilen bulgular neticesinde görülüyor ki örgütlenme boyutunun p değeri 0,05'den büyük olduğu için öğrencilerin ilişki sürdürme stratejileri boyutlarından olan örgütlenmeye ilişkin algılarının onların sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 25: H2b. Hipotezi test sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H2b. Öğrencilerin demografik özelliklerinden sınıf düzeyi ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden örgütlenme boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Ret

İlişki sürdürme stratejilerine ilişkin algının katılımcıların sınıf seviyesine yönelik farklılaşmasıyla ilgili tek faktörlü anova analizi sonuçları (pozitiflik):

Tablo 26: Pozitiflik Boyutunun Sınıf Düzeyine Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyutlar	df	F	p
Pozitiflik	3	1,246	,294
	202		
	205		

*N= 300; *. $p>0.05$*

Analiz neticesinde edinilen bulgular sonucunda görülüyor ki pozitiflik boyutunun p değeri 0,05'den büyük olduğu için öğrencilerin ilişki sürdürme stratejileri boyutlarından olan pozitifliğe ilişkin algılarının onların sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 27: H2c. Hipotezi test sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H2c. Öğrencilerin demografik özelliklerinden sınıf düzeyi ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden pozitiflik boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Ret

İlişki sürdürme stratejilerine ilişkin algının katılımcıların sınıf seviyelerine yönelik farklılaşmasıyla ilgili tek faktörlü anova analizi sonuçları (açıklık):

Tablo 28: Açıklık Boyutunun Sınıf Düzeyine Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyutlar	df	F	p
Açıklık	3	1,472	,223
	202		
	205		

*N= 300; *. $p>0.05$*

Analiz sonucunda elde edilen bulgular neticesinde görülüyor ki açıklık boyutunun p değeri 0,05'den büyük olduğu için öğrencilerin ilişki sürdürme stratejileri boyutlarından olan açıklığa ilişkin algılarının onların sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 29: H2d. Hipotezi test sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H2d. Öğrencilerin demografik özelliklerinden sınıf düzeyi ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden açıklık boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Ret

İlişki sürdürme stratejilerine ilişkin algının katılımcıların sınıf seviyesine yönelik farklılaşmasıyla ilgili tek faktörlü anova analizi sonuçları (Tüm Boyutlar):

Tablo 30: Tüm Boyutların Sınıf Düzeyine Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Boyutlar	df	F	p
Açıklık	3	1,472	,223
	202		
	205		
Güven	3	1,215	,305
	201		
	204		
Örgütlenme	3	,660	,577
	202		

	205		
	3	1,246	,294
Pozitiflik	202		
	205		
<i>N= 175; *. p>0.05</i>			

Analiz neticesinde Anova tablosundaki p değerleri 0,05'den büyük olduğu için öğrencilerin ilişki sürdürme stratejilerine dair algılarının, sınıf düzeylerine göre farklılık göstermediği anlaşılmıştır.

Yaş ve ilişki sürdürme strateji çıktıları

Yaş değişkeninin öğrencilerin ilişki sürdürme stratejilerine dair algıları üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığını tespit etmek için oluşturulan H3 hipotezini test etmek amacıyla uygulanan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları aşağıdaki gibidir:

Tablo 31: Yaş Değişkeninin Güven Boyutuna Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Değişken	B	SEB	β	ΔR^2	F	p
Yaş	4,687	,362	-,109	,007	2,444	,120
<i>N= 363; *. p>0.05</i>						

Yapılan analiz sonucunda görüldüğü üzere yaş değişkeninin ilişki sürdürme stratejilerinden olan güven boyutuna dair öğrencilerin algılarında hiçbir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir ($p>0.05$; $p= 0,120$).

Tablo 32: H3a. Hipotezi Test Sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H3a. Öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden güven boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Ret

Yaş değişkeninin ilişki sürdürme boyutlarından örgütlenmeye dair algı üzerindeki etkisine yönelik basit doğrusal regresyon analizi sonuçları:

Tablo 33: Yaş Değişkeninin Örgütlenme Boyutuna Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Değişken	B	SEB	β	ΔR^2	F	p
Yaş	4,478	,468	-,128	,011	3,381	,067
<i>N= 363; *. p>0.05</i>						

Yapılan analiz sonucunda görüldüğü üzere öğrencilerin demografik özelliklerinden olan yaş değişkeninin ilişki sürdürme stratejilerinden olan örgütlenmeye dair etkisini olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>0.05$; $p= 0,067$).

Tablo 34: H3b. Hipotezi test sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H3b. Öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden örgütlenme boyutuna göre farklılık göstermektedir.	RET

Yaş değişkeninin ilişki sürdürme boyutlarından pozitifliğe dair algı üzerindeki etkisine yönelik basit doğrusal regresyon analizi sonuçları:

Tablo 35: Yaş Değişkeninin Pozitiflik Boyutuna Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Değişken	B	SE B	β	ΔR^2	F	p
Yaş	4,200	,388	-,006	-,005	0,007	,936
<i>N= 363; *. p>0.05</i>						

Yapılan analiz sonucuna göre öğrencilerin demografik özelliklerinden olan yaş değişkeninin ilişki sürdürme stratejilerinden pozitiflik boyutu üzerinde herhangi bir etki göstermediği tespit edilmiştir ($p > 0.05$; $p = 0,067$).

Tablo 36: H3c. Hipotezi Test Sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H3c. Öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden pozitiflik boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Ret

Yaş değişkeninin ilişki sürdürme boyutlarından açıklığa dair algı üzerinde etkisine yönelik basit doğrusal regresyon analizi sonuçları:

Tablo 37: Yaş Değişkeninin Açıklık Boyutuna Göre Farklılaşmasına Yönelik Test

Değişken	B	SE B	β	ΔR^2	F	p
Yaş	4,127	,475	-,094	,004	1,830	,178

N= 363; *. $p > 0.05$

Yapılan analiz sonucunda görüldüğü üzere yaş değişkeni, ilişki sürdürme stratejilerinden olan açıklığa ilişkin katılımcı algılarına dair bir etkisi söz konusu değildir ($p > 0.05$; $p = 0,067$).

Tablo 38: H3d. Hipotezi Test Sonucu

İlgili Hipotez	Sonuç
H3d. Öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden açıklık boyutuna göre farklılık göstermektedir.	Ret

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Halkla ilişkilere ilişki perspektifinden bakıldığında günümüzde oldukça önemli bir yeri olduğu açıkça görülmektedir. Kurumların iç ve dış paydaşlarıyla olan ilişkilerindeki hızlı değişim halkla ilişkiler açısından ilişki yönetimi konusunun kapsamını da genişletmektedir. Halkla ilişkiler uygulayıcıları ilişki kurucu görevini üstlenerek kurum ile hedef kitleler arasında uzun süreli potizif ilişki kurmaktadır. İlişki yönetimi, bağlılık, şeffaflık, açıklık, duygusallık, benzerlik, kesinlik, güven, karşılıklı kontrol, memnuniyet ve bağlılık olmak üzere pek çok farklı kavram ile açıklanabilmektedir (Ledingham vd., 1997: 23-43).

Halkla ilişkiler bakış açısı ile bakıldığında ilişki yönetimi, iletişim yönetiminin eksikliklerini kapatarak kurumların iletişim stratejilerini düzenlemekte ve paydaşlarla olan etkileşimi olumlu yönde değiştirmektedir. İyi ilişkiler kurarak oluşturulan kurum-hedef kitle bağı uzun vadede güçlenerek hem kuruma hem de hedef kitleye karşılıklı avantaj sağlamaktadır. İletişim ve ilişki halinde olan karşılıklı taraflar birbirlerinden olumlu anlamda etkilenerek sürdürülebilir çift yönlü bir iletişim ağı oluşturmaktadırlar. Bu durum kurumların artık kar odaklı bakış açısının yeterli olmadığını farkına varmalarına neden olmakta ve ilişki yönetimi konusuna daha fazla önem vermeleri ile sonuçlanmaktadır (Cho ve Huh, 2010: 33).

Buradan hareketle ortaya çıkan bu çalışma lisans öğrencilerinin değişen iş paradigmalarına ne derece hazırlıklı olduğunu anlamak, öğrencilerin hazır bulunuşluk derecelerini tespit etmek ve ilişki sürdürme stratejilerine dair yetkinlik düzeylerini belirlemek amacıyla çeşitli hipotezlerin oluşturulması ve test edilmesi ile önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Test edilen hipotezlerin sonuçlarına bakıldığında katılımcıların ilişki sürdürme stratejilerine dair algılarının demografik özelliklerine yönelik farklılaştığına ilişkin H1, H2, H3 ve bu hipotezlere bağlı alt hipotezlerin test sonuçları neticesinde görülüyor ki öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet, ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden güven boyutuna göre farklılık göstermektedir. Burada belirtilmesi gereken önemli noktalardan birisi de kadın öğrencilerin erkeklere göre güven boyutuna ilişkin algılarının daha yüksek olmasıdır. Buna göre kadın öğrencilerin arkadaşlarının karşılaştığı sorunları çözmeye gayret gösterdikleri, arkadaşlarının endişelerini ciddiye aldıkları, onları önemsedikleri, problemlerini çözmeye arkadaşlarına yardımcı oldukları ve bunda

faيدا buldukları, arkadaşlarının önem verdikleri konulara kendilerinin de önem verdiği, düzenli ve sürekli iletişim halinde oldukları, endişe verici bir konu olduğunda arkadaşlarına tavsiyeler verdiği ve arkadaşlarının başka insanlar ile tanışmasına fırsat verdiklerine ulaşılmaktadır. Kısaca, güven boyutunda erkeklere oranla kadın öğrencilerin daha yüksek bir seviyede oldukları açıkça görülmektedir.

Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden pozitiflik boyutuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre kadın öğrencilerin erkeklere göre pozitiflik boyutuna ilişkin algılarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Kadın öğrencilerin arkadaşlarıyla yaşadıkları problemlerde daha uzlaşmacı oldukları, tartışmalı konularda karşı tarafa görüş ve önerilerini sunmak adına daha fazla fırsat verdikleri, arkadaşlarıyla kurulan iletişimde daha kıbar ve saygılı davrandıkları ve kurulan iletişimi daha keyifli/eglençeli hale getirmeye çalıştıkları açıkça tespit edilmiştir. Özetle pozitiflik boyutunda kadın öğrencilerin erkeklere oranla daha yüksek algı düzeylerinin olduğuna net bir şekilde ulaşılmıştır.

Öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden olan açıklık boyutuna göre farklılık göstermektedir. Buna göre kadın öğrencilerin erkeklere göre açıklık boyutuna ilişkin algılarının çok az bir farkla yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre kadın öğrenciler sanal ortamlarda yaptıkları paylaşımlarda ve kendileri hakkında verdikleri bilgilerde arkadaşlarının bilgi edinmesine olanak sağladıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca geleceğe yönelik yaptıkları planları arkadaşlarına anlatarak onların bu konuda bilgi sahibi olmalarını önemsemişlerdir. Arkadaş buluşmaları ve toplantılarını kendilerini anlatma noktasında önemli bir yol olarak görmektedirler. Kısaca özetlemek gerekirse kadın öğrencilerin açıklık noktasında erkek öğrencilere oranla kısmen daha yüksek algı düzeyleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan analizler neticesinde görüldüğü üzere kadın öğrencilerin güven, pozitiflik ve açıklık anlamında erkek öğrencilere göre daha fazla algı düzeyleri bulunmaktadır. Örgütlenme boyutunda herhangi bir anlamlı fark bulunamamıştır.

Sınıf düzeyine göre katılımcıların ilişki sürdürme stratejilerine dair algılarının farklılık gösterdiği H2 hipotezi tek faktörlü ANOVA analizi vasıtasıyla test edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda öğrencilerin demografik özelliklerinden olan sınıf düzeyinin ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden güven boyutuna göre anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yine aynı şekilde öğrencilerin sınıf düzeyi ile ilişki sürdürme stratejilerinden örgütlenme boyutu ile ilgili de herhangi bir anlamlı fark tespit edilememiştir. Öğrencilerin demografik özelliklerinden sınıf düzeyi ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden pozitiflik boyutuna göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Yapılan analiz sonucunda öğrencilerin demografik özelliklerinden olan sınıf düzeyinin ilişki sürdürme stratejilerinden olan güven, örgütlenme, pozitiflik ve açıklık boyutlarına göre herhangi bir anlamlı fark oluşturmadığı görülmüştür. Buna göre sınıf düzeyinin öğrencilerin ilişki sürdürme stratejileri ile bağlantısı bu çalışma noktasında yoktur.

Yaş değişkeninin katılımcıların ilişki sürdürme stratejilerine ilişkin algıları üzerinde bir etkisi olup olmadığını tespit etmek için oluşturulan H3 hipotezini test etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Uygulanan analiz sonucuna göre öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş ilişki sürdürme stratejileri yetkinliklerinden olan güven, örgütlenme, pozitiflik ve açıklık boyutlarına göre herhangi bir anlamlı fark oluşturmadığı tespit edilmiştir. Buna göre yaşın ilişki sürdürme stratejileri ile ilgisi yoktur denilebilir. Halkla ilişkiler öğrencilerinin ilişki sürdürme stratejileri algılarının belirlenmesi amacıyla yapılan analiz sonucunda, öğrencilerin genel olarak ilişki sürdürme stratejilerinin ortalamasının üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Buna göre güven ve pozitiflik boyutunun diğer boyutlara oranla daha yüksek olması, öğrencilerin bu boyutlar çerçevesinde hazır bulunuşluk düzeylerinin yeterli olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Örgütlenme ve açıklık boyutlarında ise öğrencilerin hazır bulunuşluk düzeyleri ortalama bir değere sahip olup daha da geliştirilmesi gereken özellikler olduğu yapılan analiz sonucunda ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların ilişki strateji boyutlarına bütün olarak bakıldığında Güven ve Pozitiflik boyutunun ortalamasının üzerinde olduğu görülürken Örgütlenme ve Açıklık boyutu orta düzeydedir. Genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların ilişki strateji boyutları ortalamanın üzerindedir.

İş hayatında başarıyı yakalamak isteyen halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü öğrencilerinin, değişen ve gelişen dünya ile birlikte meslek anlamında da iletişim yönetimi bakış açısından ilişki yönetimi bakış açısına doğru ilerlediği görülmektedir (Broom vd., 2000; Ledingham ve Bruning, 2000a; Cutlip vd., 2000; Grunig ve Huang, 2000; Heath, 2001; Ledingham ve Bruning, 1998; Leichty ve Springston, 1993; Wilson, 2001). Bu yüzden halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü öğrencilerinin bu yenedünyaya ayak uydurmaları gerekmektedir. Bunu yapmak için alınan eğitimin yanı sıra öğrencilerin kendi aralarındaki ilişki sürdürme stratejileri, hazır bulunuşluk anlamında çok önemli bilgiler vermektedir. Çalışma neticesinde görülüyor ki

halkla ilişkiler öğrencileri ilişki sürdürme stratejileri bakımından ortalamanın üzerindedir. Geliştirilmesi gereken yönlerin olmasıyla birlikte yine de halkla ilişkiler öğrencilerinin meslek hayatlarına hazır bulunuşluk düzeylerinin yeterli olduğu görülmektedir. Fakat ilişki boyutları noktasında çıkan sonuçlara bakıldığında örgütlenme ve açıklık boyutu geliştirilmesi gereken iki boyut olarak gözlemlenmektedir.

Geliştirilmesi gereken noktalardan ilki örgütlenme boyutu olarak ele alınmaktadır. Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü lisans öğrencileri gruplarla etkili bir şekilde çalışarak birlikte hareket etme noktasında geliştirilmelidir. Bu geliştirme öğrencilerin bireysel performanslarına bağlı olmakla birlikte bölüm müfredatının buna uygun olarak güncellenmesiyle de desteklenebilir. Oluşturulan yeni müfredatlarla birlikte öğrenciler daha çok grup çalışmasına yönlendirilmeli, örgütlenme ve grup iletişimi noktasında eğitilmelidir. Böylelikle örgütlenme noktasında yaşanan problemler azalarak öğrencilerin iş hayatına dönük hazır bulunuşluk düzeyleri örgütlenme ve grup çalışması noktasında daha da artacaktır.

Geliştirilmesi gereken bir diğer nokta ise açıklık boyutudur. Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü öğrencileri hem sanal dünyada hem de yüz yüze iletişimde kendilerini tanıtmak noktasında eksik kalmaktadır. Öğrenciler kendilerini diğer kişilere açma noktasında çekingen davranarak kendileri hakkında bilgileri yeteri kadar vermemektedirler. Bu durum iletişim ve ilişki yönetimi noktasında problemlere yol açabilmektedir. Her ne kadar ortalamanın üzerinde bir değere sahip olursa da akademik anlamda verilen eğitim ve müfredat buna uygun olarak güncellenerek, halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü öğrencilerinin kendileri hakkında bilgi verme konusunda daha açık olacak şekilde eğitim almaları sağlanabilir.

Genel olarak kadın öğrencilerin birçok ilişki boyutunda erkek öğrencilere oranla daha yüksek algı düzeylerinin olması, kadın öğrencilerin ilişki sürdürme stratejilerine dair yetkinlik düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Kadın öğrencilerin iş hayatında hazır bulunuşluk düzeyleri de bu duruma paralel olarak daha iyi konumdadır. Yapılan bu araştırma çerçevesinde ileriye dönük yapılabilecek bazı araştırmalar ve sorular akla gelmektedir. Halkla ilişkiler uygulayıcısı olarak kadınların erkeklere oranla sektördeki sayıları araştırılabilir. Bu bağlamda kadın ve erkek çalışanların karşılaştıkları problemler, aldıkları ücretler ve mesleki memnuniyetleri cinsiyet boyutu altında birçok konu dâhil edilerek araştırılabilir ve sonuçlar karşılaştırılabilir.

Yazarlık Katkısı

Bu çalışma, tek yazar tarafından yürütülmüştür.

Etik Kurul Beyanı

Kurul Adı : T.C. Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu

Karar Tarihi : 11.02.2021

Belge Numarası: 88656144-000.E.2100042200

KAYNAKÇA

- Aziz, A. (2008). *Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Boztepe, H. (2014). *Halkla İlişkiler ve İlişki Yönetimi*, İstanbul: Derin Yayınları.
- Broom, G., Casey, S., & Ritchey, J. (1997). Toward a concept and theory of organisation-public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 9(2), 83-98.
- Broom, G., Casey, S., & Ritchey, J. (2000). Concept and theory of organisation-public relationships. (Eds. Ledingham J.A. & Bruning S.D.), In *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (s. 3-22). Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum.
- Bruning, S., D. (2000). Examining the Role that Personal, Professional, and Community Relationships Play in Respondent Relationship Recognition and Intended Behavior, *Communication Quarterly*, 48(4), 437-448.
- Bruning, S., D. (2001). Axioms of Relationship Management: Applying Interpersonal Communication Principles to the Public Relations Context, *Journal of Promotion Management*, 7(1/2), 3-16.
- Canary, D., J. & Stafford, L. (1992). Relational maintenance strategies and equity in marriage. *Communication Monographs*, 59(3), 239-267.
- Center, A., H. & Jackson, P. (2003). *Public Relations Practices: Managerial Case Studies and Problems*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Cho, S. & Huh, J. (2010). Content Analysis of Corporate Blogs as a Relationship Management Tool, *Corporate Communications: An International Journal*, 15 (1), 30-48.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. L. (1994). *Effective Public Relations*, New Jersey: Prentice-Hall.

- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. & Çinko, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Ehling, W. P. (1992). Estimating the value of public relations and communication to an organization. (Eds. Grunig, J.E., Dozier, D.M., Ehling, W.P., Grunig, L.A., Repper, F.C. and White, J.) In *Excellence in Public Relations and Communication Management*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ferguson, M. A. (1984). Building theory in public relations: Interorganizational relationships. In *annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Gainesville, FL*.
- Grunig, J. E. & Huang, Y. H. (2000). From organizational effectiveness to relationship indicators: Antecedents of relationships, public relations strategies, and relationship outcomes. (Eds. Ledingham, J. A. & Bruning, S. D.) In *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (s. 23-54). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*, Belmont CA: Wadsworth Thomson Learning.
- Grunig, J. E. & White, J. (1992). The effect of worldviews on public relations theory and practice, (Ed. Grunig, J. E.). In *Excellence in Public Relations and Communication Management*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Heath, R. L. (2001). Learning best practices from experience and research, (Ed. Heath, R. L.). In *Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hon, L. C. & Grunig, J. E. (1999). Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations, *Institute for Public Relations*, 1-44. https://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Guidelines_Measuring_Relationships.pdf adresinden 01.01.2023 tarihinde erişildi.
- İslamoğlu, A. H. (2009). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*, Kocaeli: Beta Yayınları.
- Jung Ki, E. & Hon, L. C. (2006). Relationship Maintenance Strategies on Fortune 500 Company Web Sites, *Journal of Communication Management*, 10 (1), 27-43.
- Jung, Ki. E. & Hon, C. L. (2008). A Measure of Relationship Cultivation Strategies. *Journal of Public Relations Research*, 21(1), 1-24.
- Kalender, A. & Fidan M. (2011). *Halkla İlişkiler*, Konya: Tablet Yayınları.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ledingham, J. & Bruning, S. (1998). Relationship management in public relations: Dimensions of an organisation-public relationship. *Public Relations Review*, 24(1), 55-65.
- Ledingham, J. & Bruning, S. (2000). A longitudinal study of organisational public relationship dimensions: Defining the role of communication in the practice of relationship management. (Eds. Ledingham, J. & Bruning, S.) In *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (s. 55-69). Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum.
- Ledingham, J. & Bruning, S. (2000a). Introduction: Background and current trends in the study of relationship management. (Eds. Ledingham, J. & Bruning, S.) In *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (s. 50-69). Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum.
- Ledingham, J. A. & Bruning, S. D. (1998). Relationship Management in Public Relations: Dimensions of an Organization-Public Relationship, *Public Relations Review*, 24(1), 52-66.
- Ledingham, J. A. (2001) Government-Community Relationships: Extending The Relational Theory of Public Relations. *Public Relations Review*, 27(3), 285-295.
- Ledingham, J. A., Bruning, S. D., Thomlison, T. D. & Lesko, C. (1997). The applicability of interpersonal relationship dimensions to an organizational context: Toward a Theory of Relational Loyalty a Qualitative Approach. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*, 1(1), 23-43.
- Leichty, G. B. & Springston, J. (1993). Reconsidering public relations models. *Public Relations Review*, 19(4), 327-339.
- TDK (2023). *Türkçe Sözlük*. <https://sozluk.gov.tr/> 12.04.2023 tarihinde erişildi.
- Thomlison, T. D. (2000). An interpersonal primer with implications for public relations. (Eds. Ledingham, J. & Bruning, S.) In *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (s. 177-204). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Toth, E. L. (2000). From personal influence to interpersonal influence: a model for relationship management, (Eds. Ledingham, J. & Bruning, S.) In *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations*, (s. 46). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wilson, L. J. (2001). Relationships within communities: public relations for the new century. (Ed. Heath, R. L.). In *Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Wise, K. (2008). Why Public Health Needs Relationship Management. *Journal of Health and Human Services Administration*, 31 (3), 309-331.
-