

## Halkla İlişkiler Eğitiminde Uluslararasılaşmanın Önemi: İngiltere ve Türkiye Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma

Başak SOLMAZ\*  
Halil TAŞTEKİN\*\*  
Öznur YÜKSEK\*\*\*  
Kadir AKPINAR\*\*\*\*  
Esra YAY BAKMAZ\*\*\*\*\*

### ÖZ

İlk halkla ilişkiler derslerinin 1923 yılında ABD New York Üniversitesinde Edward Bernays tarafından verilmeye başlamasından itibaren günümüze kadar uzanan süreçte, başta ABD ve Batı Avrupa ülkeleri olmak üzere hizmet sektörünün geliştiği dünyanın hemen hemen her ülkesindeki üniversitelerde halkla ilişkiler lisans eğitiminin kendi başına müstakil bir bölüm/program olarak yer aldığı görülmektedir. Günümüzde ise küreselleşmenin de etkisiyle birlikte halkla ilişkiler lisans eğitimi veren üniversitelerin ders müfredatlarının uluslararasılaşması bir zorunluluk haline gelmiştir. Bunun öncelikli nedeni halkla ilişkiler uygulayıcılarının söz konusu global iş çevresinde rekabet edebilmesi için donanımlarının/niteliklerinin zenginleştirilmesi ihtiyacıdır. Nitekim halkla ilişkiler uzmanlığının hedef kitlesini oluşturan kamular artık çok çeşitli ve geniş bir yelpazede varlık göstermektedir. Yalnızca uluslararası kurum ve kuruluşlar değil aynı zamanda küçük ve orta ölçekli organizasyonlar da farklı düzeylerde uluslararasılaşma kapsamında etkinliklerini sürdürmektedir. Bu bağlamda çalışmada, Avrupa modeli halkla ilişkiler eğitimi veren iki ülke olan İngiltere ve Türkiye'nin giriş standartları en yüksek 10'ar halkla ilişkiler lisans bölümü tespit edilerek web sayfalarındaki ders müfredatları incelenmiş ve uluslararasılaşma oranları belirlenmiştir. Ders müfredatlarının incelenmesi neticesinde ortaya çıkan sonuca göre İngiltere'de Leeds Beckett Üniversitesi ve Türkiye'de Gazi Üniversitesi dışında diğer tüm üniversitelerin halkla ilişkiler lisans bölümlerinin ders müfredatlarındaki uluslararasılaşma oranının %10'un altında kaldığı görülmüştür. İngiltere'de Manchester Metropolitan Üniversitesi, Greenwich Üniversitesi, West London Üniversitesi ve Londra Sanat Üniversitesi olmak üzere dört üniversitede uluslararasılaşma anlamında hiçbir dersin bulunmayışı şaşırtıcı bir bilgi olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de ise en düşük oran %1,79 olarak Anadolu Üniversitesi özelinde dikkat çekmekte, bu oranı 4,17 yüzdesi ile Adnan Menderes Üniversitesi takip etmektedir. Ortaya çıkan bu sonuç halkla ilişkiler ders müfredatlarındaki uluslararası içeriğe sahip ders sayısının üniversitelerin tercihlerine bırakılmayıp bir eğitim politikası olarak genele yayılmasının bir zorunluluk haline geldiğini göstermektedir. Bu noktada halkla ilişkiler eğitiminin uluslararasılaşması konusunda bir standardizasyona gidilebilmesi ve konuya ilişkin farkındalık oluşturulabilmesi için ciddi bir takım çalışmalar yapılması gerektiği anlaşılmaktadır. Yapılacak olan bu çalışmaların sürekli değişen küresel dengelere paralel olarak halkla ilişkiler sektörünün güncel ihtiyaçlarını karşılamak adına olumlu sonuçlar doğuracağını söylemek yanlış olmayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** halkla ilişkiler, halkla ilişkiler eğitimi, uluslararasılaşma, üniversiteler, iletişim, İngiltere, Türkiye.

## The Importance Of Internalization Of Public Relations Education: A Comparative Study On England And Turkey

### ABSTRACT

Since the first public relations lessons have been given by Edward Bernays in 1923 in USA New York University till today, public relations undergraduate education can be seen as a separate department/program in universities in every country of the world particularly in USA and western countries that service sector has been developed. Today, internationalization of public relations BA programs' curriculums has become obligation by the effect of globalization. The primary reason of it, the need of enriching public relations practitioners' qualifications so that they can compete in this new global business environment. As a matter of fact now target audiences of public relations area have been in a wide range of variety. Not only international institutions and organizations, but also small and medium scaled enterprises continue their activities within the scope of internationalization. In this context, top ten universities have been chosen by entry standards for each two countries Turkey and England, which offer public relations education in the perspective of European model, and those universities' curriculums have been analysed via their websites and the rates of internationalization have been determined by this research. As a result of the

\* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, bsolmaz@selcuk.edu.tr

\*\* Arş. Gör., Kastamonu Üniversitesi, htastekin@kastamonu.edu.tr

\*\*\* Uzman, Selçuk Üniversitesi, oznuryukse@selcuk.edu.tr

\*\*\*\* Öğr. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, kadirakpinar@kmu.edu.tr

\*\*\*\*\* Dr. Öğrencisi, esra-yay@hotmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 22.02.2017; Makalenin Kabul Tarihi: 16.03.2017

analyse, it has been understood that all universities' rates of internationalization are below of 10% except for Leeds Beckett University in England and Gazi University in Turkey. In England, it is suprising to find that there are no lessons in terms of internationalization at Manchester Metropolitan University, University of Greenwich, University of West London and University of the Arts London. In Turkey, the lowest rate stands out as 1,79% for Anadolu University, followed by Adnan Menderes University with a rate of 4,17%. This result indicates that public relations curriculums' internationalization should be accepted as an education policy for all universities instead of leaving it to universities' preferences. At this point, the necessity of doing some serious studies has come up about public relations education' internationalization for standardization and creating awareness concerning to the subject. It can be said these future studies will bring to a successful conclusions on meeting the current needs of public relations sector correspondingly everchanging global balance.

**Keywords:** public relations, public relations education, internationalization, universities, communication, England, Turkey.

## 1. Giriş

Dünyanın globalleştiği, yeni teknolojiler ile büyük bir köye dönüştüğü ve coğrafi sınırların belirsizleştiğine ilişkin vurgulamalar ile başlayan pek çok akademik çalışmanın varlığına karşın bu küreselleşmenin iletişim eğitimine ne kadar yansıdığı ya da yansımaları gerektiği konusunda bilimsel çıktı olabildiğince azdır. En basit haliyle uluslararası tepkimelere neden olan yerel ve ulusal olaylar, birkaç gün içerisinde bütün dünyaya yayılabilen farkındalık etkinlikleri/eylemleri, politik okumalarını yalnızca ülkesi üzerinden değil uluslararası bir düzlemde yapan bireyler ve pek çok ülkede varlık gösteren büyük markalar göstermektedir ki iletişim yönetimi artık bilginin, insanın, kültürün, ekonominin, siyasetin ve teknolojinin evrenselleştiği ilkesi çerçevesinde gerçekleştirilmelidir.

İletişim alanı bu yeni dinamiklere uyum sağlayacak, uluslararasılaşan iş koşullarında varlık gösterebilecek uzmanlar yetiştirmek adına eğitim müfredatında ve sisteminde bir takım yenilikler ve değişiklikler yapmak durumundadır. Nitekim 2001'de yapılan "Halkla İlişkiler Müfredatının Uluslararasılaştırılması" başlıklı akademik çalışmada uluslararasılaşma ihtiyacının gerekçeleri şu şekilde anlatılmaktadır (Taylor, 2001;73): "Yeni iletişim teknolojileri ve küresel iletişim süreçleri çok daha sık uluslararası iletişimi gerekli kılmıştır. Dolayısıyla organizasyonlar ve uluslararası kamuları arasında ortak anlayışlar geliştirme ihtiyacı olacaktır. Ortak anlayış ve müşterek ilişkiler oluşturma halkla ilişkiler teorisi ve pratiğinin uzmanlık alanıdır". Üzerinden on beş yıl geçen bu tespit bugün çok daha yoğun bir şekilde hissedilmektedir.

Bu bağlamda Türkiye'de ve İngiltere'de halkla ilişkiler eğitiminin "uluslararasılaşma" noktasında ne aşamada olduğunun ortaya konması amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de konuya ilişkin yapılan çalışmaların genellikle Amerika Birleşik Devletleri örneği üzerinden ele alınması ve Türkiye'de aslında Avrupa modeline yakın bir çizgide halkla ilişkiler eğitimi sunulması nedeniyle İngiltere örneği üzerinden karşılaştırmalı bir değerlendirme yapılmıştır.

Çalışmanın kuramsal çerçevesinde dünyada, İngiltere'de ve Türkiye'de halkla ilişkiler eğitiminin tarihine genel bir bakış açısıyla değinilmiş ve uluslararasılaşma ihtiyacının temellerine açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın uygulama bölümünde ise Türkiye ve İngiltere'de üniversiteye giriş standartları dikkate alınarak tespit edilen ilk on üniversitenin web sayfaları üzerinden müfredatları incelenerek "uluslararasılaşma" perspektifinde olan derslerin sayısı ve eğitim süresi boyunca sunulan tüm derslere oranı belirlenmiştir. Elde edilen veriler ışığında mevcut durum hem ülkeler özelinde hem de karşılaştırmalı olarak yorumlanmıştır.

## 2. Dünyadaki Halkla İlişkiler Eğitimine Genel Bir Bakış

Dünyada halkla ilişkiler eğitiminin geçmişine bakıldığında, bu eğitimin aslında iletişim eğitimi ile başladığı görülmektedir. Gazetecilik eğitiminin başlaması ile birlikte iletişim eğitiminin de temelleri atılmıştır (Mutlu, 2000;235). İlk halkla ilişkiler dersleri ise 1923 yılında ABD New York Üniversitesinde Edward Bernays tarafından verilmiştir. New York Üniversitesinden sonra 1929 yılında Yale, Harvard ve Columbia Üniversiteleri halkla ilişkiler dersleri vermeye başlamışlardır (Kadıbeşegil, 1999;20). Günümüzde, başta ABD ve Batı Avrupa ülkeleri olmak üzere hizmet sektörünün geliştiği dünyanın hemen hemen her ülkesindeki üniversitelerde halkla ilişkiler lisans eğitimi kendi başına müstakil bir bölüm/program olarak yer almaktadır.

Dünyada, halkla ilişkiler eğitim programlarının yapısı incelendiğinde, genel anlamda Avrupa modeli ve ABD modeli olmak üzere iki modelin varlığından söz edilmektedir. Avrupa modeli öğrencileri yetiştirirken

kuramsal eğitime ağırlık verirken, ABD modeli ise uygulamaya daha çok önem vermektedir (Bakan, 2002;71).

Halkla İlişkiler Lisans Eğitim Komisyonu'nun 1985 yılında aldığı kararlara göre dünyada halkla ilişkiler eğitiminin geliştirilmesi gerekmektedir. Bunlardan birincisi halkla ilişkiler eğitimi için geliştirilen modeller; teori, pratik, araştırma ve kültür alanlarıyla ilgili olmalıdır, ikincisi modeller etik çerçeveye sunulmalıdır. Üçüncüsü eğitsel süreç içerisinde teknoloji ile bütünleşme sağlanmalıdır, dördüncüsü modeller görsel okuryazarlık alanlarının ortaya çıkışını vurgulamalıdır ve en son olarak da modeller halkla ilişkiler yaklaşımına çok kültürlü ve uluslararası bir yaklaşım getirmelidir (Toth, 1999;48).

Yukarıda bahsedilen 80'li yıllardaki tespitlere ek olarak günümüzdeki duruma bakmak gerekirse ABD'de yapılan bir araştırma dünyadaki halkla ilişkiler eğitimindeki gelişmeleri şöyle değerlendirmektedir (Canpolat, 2013;141):

- Halkla ilişkiler eğitim programlarına yapılan kayıtlar halkla ilişkiler mezunlarının istihdam potansiyelinin üstündedir,
- Nitelikli halkla ilişkiler profesörü eksikliği söz konusudur,
- Bazı halkla ilişkiler uygulayıcıları bazı mezunların yeteneklerini sorgulamakta ve halkla ilişkiler eğitiminin değerinden şüphe duymaktadırlar,
- Halkla ilişkiler eğitimi henüz hukuk ve tıp gibi diğer profesyonel dallara verilen saygıyı görmemektedir,
- Halkla ilişkiler eğitimi, iletişim teknisyenleri gibi başlangıç düzeyindeki işler için mezunları hazırlamadan, onları halkla ilişkiler yönetimi ve iletişim becerileri ile yönetim görevlerini birleştiren konular için hazırlamalıdır,
- Halkla ilişkiler lisans programlarına daha yüksek nitelikli öğrenciler alınmalıdır.

80 yılı aşkın bir süredir halkla ilişkiler eğitimi dünyada birçok üniversite ve fakültede verilmesine karşın bu konuda henüz kabul edilen bir standarttan söz edebilmek mümkün değildir. Ancak günümüzde, bazı eğitim standartları belirlenmesi konusunda bir eğilimin varlığı da söz konusudur (Peltekoğlu, 2007;148).

### 3. Türkiye'de Halkla İlişkiler Eğitiminin Tarihi

Türkiye'de halkla ilişkiler eğitiminin temelleri tüm dünyada olduğu gibi iletişim eğitimi/gazetecilik eğitimi ile atılmıştır. 1950 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü gazetecilik/iletişim eğitimi vermeye başlamış, 1965 yılında ise Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu'nda gazetecilik/iletişim eğitimi programa dâhil edilmiştir (Tokgöz, 2003;7).

1965 yılından yürürlüğe giren kanunla birlikte özel yüksek okulların açılmasına izin verilmiş ve bu gelişme ile birlikte gazetecilik eğitiminde özel yüksek okullar da eğitim vermeye başlamışlardır. 1975 yılında Eskişehir'de Enstitü Sinema ve Televizyon Yüksek Okulu açılmış, bu fakülteye basın yayın bölümü de eklenerek 1980 yılında fakültenin adı İletişim Bilimleri Fakültesi olarak değiştirilmiştir (Tokgöz, 2003;11).

Özellikle halkla ilişkiler eğitiminin verilmesi 1960'dan sonrasına rastlamaktadır. Devlet Planlama Teşkilatının kurulması halkla ilişkilerin gelişmesinde önemli rol oynamış, 1972 yılında Halkla İlişkiler Derneği'nin kurulması halkla ilişkiler eğitimine başka bir ivme kazandırmıştır. 1988 yılında ise Yükseköğretim Kurulunun (YÖK) isteği ile birlikte Basın Yayın Yüksek okullarında yer alan gazetecilik ve halkla ilişkiler bölümleri ayrılmış gazetecilik ve halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü iki ayrı bölüm olarak kurulmuştur (Tokgöz, 2003;4).

1992 yılında yapılan yasa değişikliği ile birlikte birçok üniversitede iletişim fakülteleri açılmış aynı zamanda birçok bölümde de iletişim, halkla ilişkiler, radyo televizyon eğitimi vermeye başlanmıştır. 1990'dan itibaren Türkiye'de iletişim eğitimi veren fakültelerin sayısı da artış göstermiştir (Tokgöz, 2006;4). 1992 yılındaki söz konusu değişiklik ile 1993 yılından itibaren iletişim fakültelerinin bölümlerine Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından anabilim dalları yerleştirilmeye başlanmıştır. Halkla ilişkiler bölümüne "Halkla İlişkiler, Kişilerarası İletişim, Araştırma Yöntemleri, Reklamcılık ve Tanıtım" ana bilim dalları konulmuştur (Tokgöz, 2003;23).

Bununla birlikte, devlet üniversitelerinde iletişim fakültesi sayısı artarken çeşitli üniversitelerin güzel sanatlar fakültelerinde iletişimle ilgili lisans programları, meslek yüksekokullarında iletişim, halkla ilişkiler,

radio ve televizyon yayıncılığı, fotoğrafçılık bölümleri ve özel iletişim eğitimi veren kuruluşlar açılmıştır (Uzun, 2007;123).

Özelikle 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'nda yapılan düzenlemelerle birlikte 1997 yılından itibaren vakıf üniversitelerinin kurulmasının yolu açılınca (Uzun, 2007;122), bazı vakıf üniversitelerinin kuruluşu aşamasında fazla maddi bir donanım gerektirmeyen "Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık vb." isimler altında bölümler kurdukları görülmektedir (Varol ve Alemdar, 2007;2).

Avrupa halkla ilişkiler eğitim modeline yakın bir eğitim modelinin görüldüğü Türkiye'de 2000'li yıllardan günümüze kadar hem devlet hem de vakıf üniversitelerindeki iletişim fakültelerinin ya da başka fakültelerin bünyesinde halkla ilişkiler bölümleri açılmaya devam etmiştir. 2016 Aralık ayı itibarıyla Türkiye'de 29'u devlet, 28'i vakıf, 2'si açıköğretim ve 2'si uzaktan öğretim olmak üzere toplam 61 halkla ilişkiler ve (tanıtım/reklamcılık) bölümü bulunmaktadır.

#### 4. İngiltere'de Halkla İlişkiler Eğitiminin Tarihi

Halkla ilişkiler çalışmalarında ABD'den sonra en gelişmiş ülke olan İngiltere'de halkla ilişkiler eğitiminin geçmişi, Londra'da Şubat 1948'de kurulan ve İngiltere'de halkla ilişkiler mesleğinin gelişiminde önemli bir rol oynayan "Halkla İlişkiler Enstitüsü" (IPR - Institute of Public Relations) ile yakından bağlantılıdır. Bu bağlamda, İngiltere'de ilk halkla ilişkiler dersleri IPR (şimdiki adı ile CIPR - Chartered Institute of Public Relations) aracılığıyla Londra'da bulunan Regent Street Polytechnic'te (Regent Street Politeknik) 1956 yılında verilmiştir (Morris ve Goldsworthy, 2016;22).

İlk uluslararası halkla ilişkiler diploması 1987 yılında Watford College (Watford Koleji) tarafından, ilk halkla ilişkiler yüksek lisans derecesi ise University of Stirling (Stirling Üniversitesi) tarafından 1988 yılında verilmiştir. Bu okulları 1989 yılında Bournemouth University (Bournemouth Üniversitesi), University of Exeter (Exeter Üniversitesi) ve Leeds Business School (Leeds İşletme Okulu) izlemiştir. Bu üniversiteler arasına 1994 yılında Manchester Metropolitan University (Manchester Metropolitan Üniversitesi) de katılmıştır (L'Etang ve Pieczka, 2006;439). Ancak, tüm dünyada olduğu gibi İngiltere'de de halkla ilişkiler alanının bir bilim dalı olarak yavaş ilerlemesine paralel olarak, İngiltere'de ilk halkla ilişkiler derslerinin verildiği Regent Street Polytechnic'te (şimdiki adı ile University of Westminster - Westminster Üniversitesi) halkla ilişkiler alanının müstakil bir bölüm/program olması 2000 yılını bulmuştur (Morris ve Goldsworthy, 2016;22).

İngiltere'de halkla ilişkiler lisans bölümleri de Türkiye'de olduğu gibi farklı isimler altında (halkla ilişkiler ve pazarlama, halkla ilişkiler ve reklamcılık, halkla ilişkiler ve iletişim vb.) kategorize edilmektedir. Halkla ilişkiler lisans eğitimi çoğunlukla 3 yıl olmakla birlikte, bazı üniversiteler bir yıl sektörde çalışmayı kapsayan bir program ile halkla ilişkiler eğitimi opsiyonel olarak dört yıl olarak gerçekleştirmektedirler.

Ayrıca, İngiliz reklam ve pazarlama örgütlerinin iş birliğiyle IPR tarafından kurulan "İletişim, Reklam ve Pazarlama Eğitimi Vakfı" (CAM - Communication Advertising and Marketing Education Foundation) iletişimin tüm alanlarında temel eğitimler vermektedir. İletişim, reklam ve pazarlama eğitimi veren birçok yükseköğretim ve enstitüde öğrenciler iki yıl süren yarım günlük kurslarla iletişim, reklam ve pazarlama sınavlarına hazırlanmakta, aynı amaçla, mektupla ve açık öğretimle de verilen kurslar bulunmaktadır. Bu programlarda 3 yıl süren eğitimin ardından "İletişim, Reklam ve Pazarlama Diploması" almaya hak kazanılmakta ve bu diploma kişilerin halkla ilişkiler mesleğinde çalışmaya uygun olduklarını göstermektedir (Oeckl, 1998;13).

İngiltere'de halkla ilişkiler dersleri veren özel kurslar da bulunmaktadır. Örneğin Londra'da bulunan Frank Jefkins Halkla İlişkiler Okulu'nda (Frank Jefkins School of Public Relations) hızlandırılmış on günlük kurslar verilmektedir. Bu eğitim programlarında halkla ilişkiler kampanyalarının planlanması, basınla ilişkilerin planlanması, kurum içi yayınlar vb. konular işlenmektedir (Oeckl, 1998;15).

2016 Aralık ayı itibarıyla İngiltere'de, British Council'in resmi web sayfası Education UK (www.educationuk.org) verilerine göre 30 yükseköğretim kurumunda 78 program seçeneği ile halkla ilişkiler eğitimi lisans düzeyinde verilmektedir.

## 5. Halkla İlişkiler Eğitiminde Uluslararasılaşmanın Önemi ve Gerekliliği

Günümüzün küresel dünyasında halkla ilişkiler eğitiminin de uluslararasılaşması ve bu eğitim alanında birtakım standartların oluşması oldukça önemlidir. Bu anlamda bazı çalışmalar yapılmış ve raporlar ortaya konmuştur. Bunlardan birisi de 1999 yılında Halkla İlişkiler Komisyonu'nun ortaya koyduğu rapordur.

Bu bağlamda, 1999'daki Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu Raporu, uluslararası halkla ilişkilerle ilgili bilgilerin değerini kabul etmiştir. Bu rapor, öğrencilerin halkla ilişkiler, çok kültürlü ve küresel sorunlar halinde toplumsal yönelimlerin etkisini anlamaları için lisans eğitimini ele almıştır. Komisyona göre; uluslararası pazarda rekabet için öğrencilerin sahip olması gereken yetenekler kapsamında "kültürlere yönelik duyarlılık" ve "akıcı bir yabancı dil" yer almaktadır (Taylor, 2001;73-74). Ayrıca, halkla ilişkiler uygulamalarının uluslararası platformda yoğunlaşması, beraberinde halkla ilişkiler uzmanlarının çok kültürlü iletişimciler olması zorunluluğunu getirmiştir. Buradaki sorun, mevcut halkla ilişkiler eğitiminin öğrencileri bu anlamda yetiştirmek için yeterli olup olmadığıdır (Becerikli, 2005;48). Ancak, günümüzde hala halkla ilişkiler eğitiminde kullanılan kitaplarda çok kültürlülük ve uluslararasılaşma üzerine yapılan araştırmaların ve bölümlerin oldukça sınırlı olduğu görülmektedir.

Bu çerçevede halkla ilişkiler eğitim programlarının uluslararasılaşmasında dikkate alınması gereken başlıkları şu şekilde özetlemek mümkündür (Taylor, 2001;75):

1. Kişilerarası ve örgütsel iletişimde kültürel çeşitliliğe önem verilmelidir,
2. Halkla ilişkilerde toplumsal faktörlerin etkisine dikkat edilmelidir,
3. Uluslararası bağlamda etik konusu ihmal edilmemelidir,
4. Uluslararası uygulayıcıların profesyonel gelişiminin aynı yönde olmasına önem verilmelidir,
5. Coğrafyanın ve güncel olayların önemi göz ardı edilmemelidir.

Özetle, 21. yüzyılda hizmet sektörü dünyanın hemen hemen her ülkesinde, her anlamda gelişmekte ve artan rekabet koşullarıyla birlikte uluslararası halkla ilişkiler eğitiminin önemi de artmaktadır. Bununla birlikte, halkla ilişkiler alanının uluslararasılaşması profesyonellere hem ayrıcalıklı fırsatlar sunmakta hem de mücadele zorunluluğunu beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda, halkla ilişkiler alanında verilmesi gereken eğitimin de uygulamadaki genişliğe, zenginliğe paralellik göstermesi, üniversitelerde verilen halkla ilişkiler eğitiminin de içinde bulunan çağın şartlarına uygun olması gerekmektedir. Bunun yolu da uluslararası halkla ilişkiler eğitime ve halkla ilişkiler eğitiminin uluslararasılaşmasına gereken önemi vermekten geçmektedir.

## 6. Uygulama

Uygulama bölümünde, çalışmanın konusunu oluşturan halkla ilişkiler eğitiminde uluslararasılaşmanın önemi İngiltere ve Türkiye'deki halkla ilişkiler eğitimi örnekleri üzerinden karşılaştırmalı olarak ele alınacaktır.

### 6.1. Araştırmanın Amacı

Yüzyıllık tarihinde hızla gelişen ve değişen halkla ilişkiler alanının, bugün geldiğimiz noktada yerel ya da ulusal perspektifinden çıkıp global bir bakış açısının hakimiyetine girmeye başladığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu noktadan hareketle, karşılıklı anlayış geliştirme amacındaki halkla ilişkiler uzmanlığının hedef kitesini oluşturan kamuları çok çeşitli ve geniş bir yelpazede varlık göstermektedir. Bu yeni koşullara ayak uydurmak hiç şüphesiz halkla ilişkiler eğitiminin uluslararasılaşması çerçevesinde gerçekleşebilecektir. Bu çalışma ile Türkiye ve İngiltere'deki halkla ilişkiler eğitiminin uluslararasılaşma düzeyinin ortaya konması amaçlanmıştır, sıklıkla dile getirilen global, küresel, evrensel benzeri kavramların eğitim müfredatına ne kadar yansıtıldığına ilişkin tespitler yapılmaya çalışılmıştır.

### 6.2. Araştırmanın Önemi

Halkla ilişkiler eğitiminin uluslararasılaşmasının önemi son yıllarda az da olsa akademik çalışmaların konusu haline gelmeye başlamıştır. Türkiye ve İngiltere'deki üniversitelerin müfredatlarının incelenerek uluslararasılaşma oranlarının ortaya konduğu bu çalışma mevcut durum analizi yapması bakımından önem arz etmektedir.

Çalışmayı önemli hale getiren bir diğer konu ise halkla ilişkiler eğitimine ilişkin karşılaştırmalı çalışmaların genellikle ABD örneği üzerinden gerçekleştirilmesi ve Türkiye ile aynı ekolde (kuramsal) olan İngiltere ile ilgili araştırmaların yok denecek kadar az olmasıdır.

Son olarak halkla ilişkiler eğitiminde uluslararasılaşmanın önemine dikkat çekmesi anlamında da çalışmanın değerli olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

### 6.3. Araştırmanın Yöntemi

Türkiye ve İngiltere halkla ilişkiler eğitimin uluslararasılaşma düzeyinin ölçülmeye çalışıldığı bu araştırmada üniversite seçimleri yapılırken Türkiye’de taban puanları dikkate alınmış; İngiltere’de ise üniversiteye giriş standartlarına göre halkla ilişkiler lisans eğitimi veren ve sıralamada ilk ona giren üniversiteler çalışma kapsamına dâhil edilmiştir. Bağımsız bir kuruluş olan (üniversiteler ve 1993 yılından bu yana İngiltere’de yükseköğretime ilişkin istatistik ve analizler yayınlayan HESA ile yakın çalışmalar yürüten) “The Complete University Guide” 2007’den bu yana farklı kategorilerde İngiltere’deki üniversiteleri değerlendirerek sıralamaktadır (<http://www.thecompleteuniversityguide.co.uk/>). Söz konusu kuruluşun verdiği bilgiler ışığında “Entry Standards/Giriş Standartları” üzerinden “halkla ilişkiler” eğitimi veren ve en yüksek puana sahip ilk on üniversite listelenmiştir. Türkiye’de ise Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) verilerine göre 2016 yılında halkla ilişkiler alanında eğitim veren kurumlar arasında en yüksek puan ile öğrenci alan ilk on yükseköğretim kurumu belirlenmiştir. Vakıf üniversiteleri değerlendirmeye alınırken yanlıtıcı olmaması bakımından %100, %50 ya da %25 vb. burslu taban puanları dikkate alınmamıştır.

Ders müfredatları çalışma kapsamında belirlenmiş yirmi üniversitenin kurumsal web sayfaları üzerinden paylaşılan bilgiler ışığında incelenmiştir. Ders seçimlerinde uluslararasılaşmanın ders başlıklarında ya da dersin temel bağlamında/yaklaşımında yer alması dikkate alınmıştır. Dersin içeriğinde pek çok tema arasında uluslararasılaşmanın yalnızca bir başlık olarak yer alması durumunda kapsam dışında bırakılmıştır. İngiltere’deki halkla ilişkiler lisans bölümleri Türkiye’de olduğu gibi farklı isimler altında kategorize edilmektedir. Bu çerçevede üniversiteler tespit edilirken “pazarlama, reklamcılık ve halkla ilişkiler” gibi üç alanda eğitim veren bölümler yerine Türkiye’deki ile uyumlu olması bakımından ya yalnızca “halkla ilişkiler” ya da “halkla ilişkiler ve reklamcılık”, “halkla ilişkiler ve pazarlama” veya “halkla ilişkiler ve iletişim” gibi iki alan üzerine kurulan bölümler dikkate alınmıştır.

Türkiye’de halkla ilişkiler lisans eğitimi dört yıldır. İngiltere’de ise halkla ilişkiler lisans eğitimi çoğunlukla üç yıl olmakla birlikte bazı üniversiteler bir yıl sektörde çalışmayı kapsayan bir program ile eğitimi opsiyonel olarak dört yıl öngörebilmektedir. Ancak teorik eğitimin üç yıl olması ve bu çalışmanın kapsamını ders müfredatları oluşturması nedeniyle üniversite eğitimlerinin üç yıl olarak değerlendirilmeye alınmıştır.

### 6.4. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın temel kısıtlılığı çalışmanın yükseköğretim kurumları web sayfaları üzerinden yürütülmesi nedeniyle sunulan verilerin derinliğinin ve yoğunluğunun kurumdaki kuruma değişim göstermesi olmuştur.

### 6.5. Araştırmanın Bulguları

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular çalışmanın bu bölümünde Türkiye ve İngiltere özelinde ayrı ayrı ve sonuç bölümünde karşılaştırmalı olarak değerlendirilecektir.

#### 6.5.1. İngiltere’de Halkla İlişkiler Eğitiminde Uluslararasılaşma

“The Complete University Guide” 2016 verilerine göre İngiltere’de halkla ilişkiler eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının üniversite giriş standartlarına göre sıralamaları ve ders müfredatlarının uluslararasılaşma bağlamındaki bilgileri aşağıdaki gibidir:

**Tablo-1.** İngiltere’de Giriş Standartlarına Göre Halkla İlişkiler Eğitimi Veren İlk On Üniversite ve Derslerinin Uluslararasılaşma Oranları\*

Eğitim Veren Üniversite	Giriş Standardına Göre Üniversite Puanları	Bölüm Adı	Eğitim Süresi ve Eğitimi Kapsayan Toplam Ders Sayısı	Uluslararası Halkla İlişkiler Kapsamındaki Dersler ve Verildiği Yıllar	Derse İlişkin Açıklama	Uluslararası Halkla İlişkiler Derslerinin Toplam Ders Sayısına Oranı
Westminster Üniversitesi (University of Westminster) - Londra - İngiltere	348	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (Public Relations and Advertising)	3 YIL - 22 ders (13 zorunlu, 9 opsiyonel ders)	Media and Globalization / Medya ve Küreselleşme - 1. sınıf	Zorunlu Ders	9,00%
				Global Practice & Issues in Contemporary Communications / Günümüz İletişiminde Küresel Konular ve Uygulamalar - 2. sınıf	Zorunlu Ders	
Lincoln Üniversitesi (University of Lincoln) Lincoln - İngiltere	346	Halkla İlişkiler (Public Relations)	3 YIL - 22 ders (16 zorunlu, 6 opsiyonel ders)	Brand and Reputation / Marka ve İtibar (Küresel Marka Yönetimi Bağlamında) - 2. sınıf	Ders opsiyoneldir ve öğrenci ve akademisyen sayısına göre açılmaktadır.	9,00%
				Roots of Cultural Conflict: The Historical Origins of Contemporary World Challenges / Kültürel Çatışmanın Kökeni: Günümüz Dünyası Sorunlarının Tarihi Kökleri - 3. sınıf	Ders opsiyoneldir ve öğrenci ve akademisyen sayısına göre açılmaktadır.	
Manchester Metropolitan Üniversitesi (Manchester Metropolitan University) Manchester - İngiltere	340	Halkla İlişkiler ve Pazarlama (Public Relations and Marketing)	3 YIL - 15 ders (10 zorunlu, 5 opsiyonel ders)	YOK	YOK	0%
Greenwich Üniversitesi (University of Greenwich) Londra - İngiltere	320	Halkla İlişkiler ve İletişim (Public Relations and Com.)	3 YIL - 18 ders (13 zorunlu, 5 opsiyonel ders)	YOK	YOK	0%
Edge Hill Üniversitesi (Edge Hill University) Lancashire - İngiltere	301	Halkla İlişkiler (Public Relations)	3 YIL - 26 ders (9 zorunlu, 17 opsiyonel ders)	Media Policy and Political Communication (National and Transnational Level) / Medya Politikası ve Politik İletişim (Ulusal ve Uluslararası Düzeyde) - 3. sınıf	Opsiyonel dersler arasında yer almaktadır.	7,60%

\* Tabloda ders başlıkları bölümünde parantez içinde verilen bilgiler ders açıklamaları değerlendirilerek oluşturulmuştur.

				Media Futures (Global and Local Media) / Medyanın Geleceği (Küresel ve Yerel Medya) - 3. sınıf	Opsiyonel dersler arasında yer almaktadır.	
Sheffield Hallam Üniversitesi (Sheffield Hallam University) Sheffield - İngiltere	292	Halkla İlişkiler (Public Relations)	3 YIL - 36 ders (14 zorunlu, 22 opsiyonel ders)	Global PR / Küresel Halkla İlişkiler - 2. sınıf	Opsiyonel dersler arasında yer almaktadır.	5,55%
				Postcolonial Media Cultures / Post-kolonyal Medya Kültürleri - 3. sınıf	Opsiyonel dersler arasında yer almaktadır.	
Leeds Beckett Üniversitesi (Leeds Beckett University) Leeds - İngiltere	283	Halkla İlişkiler (Public Relations)	3 YIL - 22 ders (16 zorunlu, 6 opsiyonel ders) Not: Ders programında dersleri açıklarken “küresel bakış açısı/global outlook” başlığı altında bir bölüm açılarak 12 dersin küresel bağlamdaki kapsayıcılığına da yer vermiştir.	PR Trends (Local and Global Issues) / Halkla İlişkiler Trendleri (Yerel ve Küresel Konular) - 1. sınıf	Zorunlu Ders	13,63%
				Global Business Environment / Küresel İş Çevresi - 1. sınıf	Zorunlu Ders	
				Portfolio 3, PR Management and Consultancy (Issues tend to be global rather than local) / Portfolyo 3, Halkla İlişkiler Yönetimi ve Danışmanlığı (Konular yerel olmaktan çok küresel olmalıdır) - 3. sınıf	Zorunlu Ders	
West London Üniversitesi (University of West London) Londra - İngiltere	277	Reklamcılık ve Halkla İlişkiler (Advertising and Public Relations)	3 YIL - 15 ders (hepsi zorunlu)	YOK	YOK	0%
Southampton Solent Üniversitesi (Southampton Solent University) Southampton – İngiltere	272	Halkla İlişkiler ve İletişim (Public Relations and Com.)	3 YIL - 21 ders (15 zorunlu, 6 opsiyonel ders)	International and Global PR / Uluslararası ve Küresel Halkla İlişkiler - 3. sınıf	Opsiyonel dersler arasında yer almaktadır.	4,76%
Londra Sanat Üniversitesi (University of the Arts London) Londra - İngiltere	263	Halkla İlişkiler (Public Relations)	3 YIL - 13 ders (hepsi zorunlu ders)	YOK	YOK	0%

İngiltere, halkla ilişkiler tarihi ve uygulamalarında önemli bir yer edinmiş, çok kültürlü toplum yapısına sahip bir ülke olma özelliği taşımaktadır. Pek çok kurum ve kuruluş, insan kaynağı bakımından farklı kültürlerden, milliyetlerden ve dinlerden insanların bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Yalnızca kurumlar düzeyinden değil yükseköğretim alanında uluslararası öğrenci katılımı bakımından küresel eğitim ekonomisinde de İngiltere büyük bir paya sahiptir. Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Eğitim Ekonomisi ve İş Konseyi Mart 2013 raporuna göre en çok uluslararası öğrenci alan ikinci ülke Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra İngiltere'dir. Bu bilgiler ışığında “halkla ilişkiler” lisans eğitiminin ders içerikleri “uluslararasılaşma” çerçevesinde incelenirken yalnızca toplumsal ve kültürel anlamda değil İngiltere yükseköğretim alanının uluslararası özelliği dikkatten kaçmamalıdır.



The Complete University Guide’ın verilerine göre giriş standartları bakımından halkla ilişkiler lisans eğitimi veren üniversiteler arasında birinci sırada yer alan Westminster Üniversitesinin (Dördüncü bölümde belirtildiği üzere İngiltere’de ilk halkla ilişkiler eğitimi veren kurumdur) opsiyonel ve zorunlu olmak üzere sunduğu toplam ders seçeneklerinin yüzde %9’u uluslararası kapsamda yer almaktadır. Diğer pek çok üniversiteyle karşılaştırıldığında derslerin zorunlu ve birinci (Medya ve Küreselleşme) ve ikinci sınıfta (Günümüz İletişimde Küresel Konular ve Uygulamalar) yer alması dikkat çekmektedir. İkinci sırada yer alan Lincoln Üniversitesi’nin uluslararasılaşma kapsamında sunduğu derslerin tüm derslere oranı yine %9’dur. Her iki ders de seçmelidir (Medya ve Küreselleşme, Kültürel Çatışmanın Kökeni: Günümüz Dünyası Sorunlarının Tarihi Kökleri) ve öğrencinin tercihine bırakılarak, uluslararasılaşmanın zorunluluk olduğu düşüncesinden uzaklaştırıldığı söylemek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte üçüncü sınıfta verilmek üzere sunulan “Kültürel Çatışmanın Kökeni: Günümüz Dünyası Sorunlarının Tarihi Kökleri” isimli ders geniş perspektifte kültürleri ve tarihi olayları incelemesi bakımından değerlidir. Sıralamanın üçüncü ve dördüncü sırasında yer alan Manchester Metropolitan ve Greenwich üniversitelerinin küreselleşme bağlamında kapsayıcı olarak nitelenebilecek dersleri bulunmamaktadır. Mevcut derslerin içerisinde elbette uluslararası perspektife yer vermeleri olasıdır ancak bu çalışmanın kapsamında dersler incelenirken ya dersin başlığında ya da içeriğinde dersin doğrudan uluslararasılaşma ile ilişkilendirilmiş olması noktası mihenk taşı olmuştur. Sıralamanın beşinci sırasında yer alan Edge Hill Üniversitesi derslerinin %7,6’sı uluslararası çerçevede bulunmakta ve bu oranı sağlayan her iki ders de (Medya Politikası ve Politik İletişim, Medyanın Geleceği) hem son sınıfta hem de opsiyonel olarak sunulmaktadır. Derslerin son sınıfta olması, öğrencinin eğitime başladığı andan itibaren alana uluslararası bir perspektiften bakması ihtimalini ortadan kaldırması bakımından değerlendirilebilmektedir. Sonraki üniversite olan Sheffield Hallam Üniversitesi %5,5’lik bir oranla karşımıza çıkmakta ve tabloda görüleceği üzere söz konusu iki ders (Küresel Halkla İlişkiler, Post-kolonyal Medya Kültürleri) de opsiyonel olma özelliği taşımakta, ikinci ve üçüncü sınıfta yer almaktadır. Giriş standartlarına göre yedinci sırada yer alan Leeds Beckett Üniversitesi burada en fazla değinilmesi gereken yükseköğretim kurumudur. Bunun tek nedeni 13,6’lık yüzdesi ile (toplamda Halkla İlişkiler Trendleri, Küresel İş Çevresi ve Portfolyo 3/Halkla İlişkiler Yönetimi ve Danışmanlığı olmak üzere üç derste) en fazla orana sahip olması değil aynı zamanda müfredatını açıklarken tablolastırıldığı içerikte **“küresel bakış açısı”** başlığıyla özel bir bölüm oluşturmasıdır. Bu bölümde hangi derslerin uluslararası bağlamda hangi açılardan ele alınacağına tek tek yer verilmektedir. Buna göre toplam yirmi iki dersin on ikisinde global açıdan nasıl bir yol izleneceğine değinilmektedir. Ders bağlamından çıkarıp uluslararasılaşmayı müfredatın büyük kısmına yayarak halkla ilişkiler eğitiminin uluslararasılaşmasına yeni bir perspektif katması bakımından söz konusu üniversitenin küresel bakış açısı ile ele aldığı on iki derse ilişkin bilgileri paylaşmak yerinde olacaktır: (Tabloya ilişkin bilgilere üniversitenin web sayfasında ulaşılabilir: <https://courses.leedsbeckett.ac.uk/publicrelations/#Year1CoreModules>).

**Tablo-2.** Leeds Beckett Üniversitesinin Ders İçeriklerine Küresel Bakış

Dersin Adı	Küresel Bakış Açısı
Halkla İlişkiler Trendleri	Sınav yöntemi ile yerel ve küresel konu ve trendlerin anlaşılması.
Pazarlamanın Temeli	Öğrencilerden uluslararası örnek çalışmalar üzerine seminer hazırlaması istenecektir.
Küresel İş Çevresi	Organizasyonların dış çevresine ilişkin değişimlerin tespit ve analizini içeren bireysel olarak hazırlanmış makale hazırlanması.
Halkla İlişkiler ve Medya Çevresi	Küresel bir düzlemde günümüz medyasının sosyal medyayı da içerecek şekilde incelenmesi ve açıklanması, bu çerçevede halkla ilişkilerin nasıl uygulandığının grup sunumu ve makale yazımı ile değerlendirilmesi.
İletişim Kampanyaları – Strateji ve Taktikler	Uluslararası bir çevrede faaliyet gösteren danışmanlık şirketlerinden elde edilecek iletişim planı.
Kurum içi İletişim ve Çalışanlarla	Farklı kültür, dil ve etnik gruplarla kıtalar ötesi çalışan ve çalışanlarına ilişkin konulara

<b>İlişkiler</b>	küresel bir bakış açısına sahip uluslararası organizasyonların güncel uygulamaları hakkında araştırma.
<b>Halkla İlişkiler ve Pazarlamada Kaynakların Yönetimi</b>	Küresel amaçları olacak bir organizasyona ilişkin örnek çalışma.
<b>İletişim ve Sosyal Psikolojisi</b>	Uluslararası bakış açısı ile örnek çalışmalar.
<b>Pazarlama İletişimi</b>	Tüm derslerde dijital içerik anahtar kavram.
<b>Kurumsal İletişim: İletişim Denetimi</b>	Çeşitli konularda küresel bakış açısına sahip organizasyonlarda güncel halkla ilişkiler uygulamalarının araştırılması. Örneğin global bir çevrede varlık gösteren sosyal medya uygulamaları.
<b>Sorun ve Kriz Yönetimi</b>	Her sorun ve krizin global bir etkisi bulunmaktadır, özellikle çok kültürlü organizasyonlarda. Medya krizlere odaklanmakta, küresel bakış açısına rağbet etmekte ve yönetim tarafından karşılık verilmektedir.
<b>Portfolyo 3 / Halkla İlişkiler Yönetimi ve Danışmanlığı</b>	Konular yerel olmaktan çok küresel olma eğilimindedir.

İlk on üniversite sıralamasının sekizinci ve onuncu sıralarında yer alan West London ve Londra Sanat üniversitelerinin halkla ilişkiler programlarına ilişkin sundukları ders müfredatında uluslararasılaşma bağlamında bir ders bulunmamaktadır. Dokuzuncu sırada yer alan Southampton Solent Üniversitesi ise üçüncü sınıfta opsiyonel olarak sunduğu “Uluslararası ve Küresel Halkla İlişkiler” dersi ile %4,7’lik bir paya sahiptir.

İngiltere’de incelenen üniversiteler üç yıl süreyle verdikleri halkla ilişkiler eğitimleri boyunca 15 ila 36 arasında ders seçeneği ile karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’deki ders sayılarına oranla çok az gibi görünmesine karşın her bir ders kendi içerisinde alt temalara ayrılarak kapsayıcı bir özellik taşımakta ve çoğunlukla bir yıl boyunca verilmektedir. Şaşırtıcı olarak görülebilecek nokta dört üniversitede “uluslararasılaşma” ile doğrudan alakalı hiç ders bulunmamasıdır. Leeds Beckett Üniversitesi dışında diğer beş üniversitenin oranları ise %10’un altındadır. Üniversitelerin web sayfalarında incelenerek bu bilgiler derlenirken hem ders içeriklerine hem de eğitime ilişkin geniş bilgi verildiği gözlemlenmiştir. Bu çerçevede Leeds Beckett Üniversitesinin farklı başlıklarda “uluslararasılaşma” konusuna değindiği ve halkla ilişkiler eğitimi ve mesleğine bu bağlamda yaklaştığı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra diğer üniversitelerin web sayfalarında uluslararası öğrencilere net bir davet olmakla birlikte halkla ilişkiler eğitimine yaklaşımlarına temel olacak bir uluslararasılaşma algısı gözlemlenmemiştir. Toplum, ekonomisi, kültürü, eğitimi bakımından uluslararası bir düzlemi olan İngiltere’nin halkla ilişkiler eğitimine uluslararasılaşma yeterince yansımadığını söylemek yanlış olmayacaktır.

### 6.5.2. Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitiminde Uluslararasılaşma

Türkiye’de yükseköğretime geçiş Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi tarafından yapılan iki kademeli bir sınav ile yapılmakta ve lise eğitimi sonrasında eğitime lisans düzeyinde devam etmek isteyen öğrenciler ikinci seviye sınavından aldıkları puanlara göre tercih yapmaktadır. 2016 verilerine göre halkla ilişkiler alanında eğitim veren fakültelerin yerleştirme puanına göre sıralamaları ve ders müfredatlarının uluslararasılaşma bağlamındaki bilgileri aşağıdaki gibidir:

**Tablo-3.** Türkiye’de Yerleştirme Puanlarına Göre Halkla İlişkiler Eğitimi Veren İlk On Üniversite ve Derslerinin Uluslararasılaşma Oranları

Eğitim Veren Üniversite	Giriş Standardına Göre Üniversite Puanları	Bölüm Adı	Eğitim Süresi ve Eğitimi Kapsayan Toplam Ders Sayısı	Uluslararası Halkla İlişkiler Kapsamındaki Dersler ve Verildiği Yıllar	Derse İlişkin Açıklama	Uluslararası Halkla İlişkiler Derslerinin Toplam Ders Sayısına Oranı
Marmara Üniversitesi İstanbul-Türkiye	392,06	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	4 Yıl - 48 Ders (32 Zorunlu, 16 Seçmeli)	Kültürlerarası İletişim - 2. Sınıf	Seçmeli	8,33%
				Uluslararası İlişkiler - 2. sınıf	Seçmeli	
				Uluslararası İletişim - 3. sınıf	Seçmeli	
				İletişim, Teknoloji ve Küresel Kültür - 4. sınıf	Seçmeli	
Anadolu Üniversitesi Eskişehir-Türkiye	389,39	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	4 Yıl - 56 Ders (37 Zorunlu, 19 Seçmeli)	Uluslararası Reklamcılık ve Halkla İlişkiler - 4. sınıf	Seçmeli	1,79%
Ankara Üniversitesi Ankara-Türkiye	389,07	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	4 Yıl - 69 ders (47 Zorunlu, 22 Seçmeli)	Uluslararası İlişkiler ve Örgütler - 3. sınıf	Zorunlu	5,80%
				Uluslararası İletişim - 2. sınıf	Seçmeli	
				Kültürlerarası İletişim - 3. sınıf	Seçmeli	
				Uluslararası İletişim - 2. sınıf	Seçmeli	
İstanbul Üniversitesi İstanbul-Türkiye	387,37	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	4 Yıl - 44 Ders (38 Zorunlu, 6 Seçmeli)	Uluslararası ve Kültürlerarası İletişim Kampanyaları - 2. sınıf	Zorunlu	4,55%
				Transmedya Anlatıları 4. sınıf	Seçmeli	
Ege Üniversitesi İzmir-Türkiye	384,26	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	4 Yıl - 48 Ders (40 Zorunlu, 8 Seçmeli)	Kültürlerarası İletişim - 3. sınıf	Zorunlu	8,33%
				Uluslararası İlişkiler - 2. sınıf	Seçmeli	
				Az gelişmişlik ve Küreselleşme - 3. sınıf	Seçmeli	
				Uluslararası Halkla İlişkiler - 4. sınıf	Seçmeli	
Gazi Üniversitesi Ankara-Türkiye	369,78	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	4 Yıl 58 Ders (42 Zorunlu, 16 Seçmeli)	Küreselleşme ve İletişim - 4. sınıf	Zorunlu	10,34%
				Kültürlerarası İletişim - 3. sınıf	Seçmeli	
				AB ve Kültür Politikaları - 4. sınıf	Seçmeli	
				Küresel Pazarın İletişimi - 4. sınıf	Seçmeli	
				Uluslararası İletişim - 4. sınıf	Seçmeli	
				Küresel Ekonomi Politik - 4. sınıf	Seçmeli	
Akdeniz Üniversitesi Antalya-Türkiye	364,189	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	4 Yıl 58 Ders (34 Zorunlu, 24 Seçmeli)	Kültürlerarası İletişim - 2. sınıf	Seçmeli	6,90%
				Uluslararası İletişim - 2. sınıf	Seçmeli	
				Avrupa Birliği ve Medya	Seçmeli	

				Politikaları - 4. sınıf		
				Uluslararası Halkla İlişkiler - 4. sınıf	Seçmeli	
Kocaeli Üniversitesi Kocaeli-Türkiye	351,80	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	4 Yıl 54 Ders (38 Zorunlu, 16 Seçmeli)	Uluslararası İlişkiler - 3. sınıf	Zorunlu	5,55%
				Uluslararası Halkla İlişkiler - 4. sınıf	Zorunlu	
				Kültürlerarası Halkla İlişkiler - 4. sınıf	Seçmeli	
Sakarya Üniversitesi Sakarya-Türkiye	348,22	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	4 Yıl 37 Ders (23 Zorunlu, 14 Seçmeli)	Uluslararası İletişimde Çevirinin Rolü - 4. sınıf	Üniversite Ortak Seçmeli	5,40%
				Uluslararası İlişkiler - 4. sınıf		
Adnan Menderes Üniversitesi Aydın-Türkiye	344,06	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	4 Yıl 48 Ders (36 Zorunlu, 12 Seçmeli)	Uluslararası Halkla İlişkiler - 4. sınıf	Seçmeli	4,17%
				Uluslararası Reklamcılık - 4. sınıf	Seçmeli	

Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi verilerine göre 2016 yılında halkla ilişkiler alanında eğitim veren kurumlar arasında en yüksek puan ile öğrenci alan üniversite Marmara Üniversitesi olmuştur. Marmara Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü dört yıllık eğitim sürecinde 32'si zorunlu, 16'sı seçmeli toplam 48 ders ile eğitim vermektedir. Zorunlu dersleri arasında uluslararasılaşma kapsamında ders bulunmamasına rağmen seçmeli derslerin dört tanesi uluslararası içeriktedir. Söz konusu derslerden "Kültürlerarası İletişim" ve "Uluslararası İlişkiler" dersleri ikinci sınıfta, "Uluslararası İletişim" dersi üçüncü, "İletişim, Teknoloji ve Küresel Kültür" dersi ise dördüncü sınıfta yer almaktadır. Marmara Üniversitesi'nin halkla ilişkiler eğitiminde uluslararasılaşma oranı % 8,33 olarak hesaplanmıştır.

Üniversiteye giriş puanlarına göre ikinci sırada yer alan Anadolu Üniversitesi Eskişehir ilinde eğitim vermektedir. Anadolu Üniversitesi Halka İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü dört yıl boyunca 37 zorunlu, 19 seçmeli toplam 56 ders ile öğrencilerini eğitmektedir. Bu derslerden bir tanesi "Uluslararası Reklamcılık ve Halkla İlişkiler" dersi son sınıfta seçmeli olarak açılmaktadır. Bu dersin tüm derslere oranı % 1,79'dur ve bu oran Türkiye'de halkla ilişkiler eğitimi veren kurumlar arasındaki en düşük seviyedir.

Sıralamanın üçüncü sırasında Türkiye'de lisans düzeyinde eğitim veren ilk kurum olan Ankara Üniversitesi yer almaktadır. Ankara Üniversitesi öğrencilerine 4 yıl boyunca toplam 69 ders ile eğitim vermektedir. Bu derslerin 47'si zorunlu, 22'si ise seçmeli statüsündedir. Üniversitede, birisi ikinci sınıfta üçü üçüncü sınıfta olmak üzere, uluslararası boyutta dört farklı ders bulunmaktadır. Üçüncü yıldaki "Uluslararası İlişkiler ve Örgütler" dersi zorunlu, "Kültürlerarası İletişim" ve "Avrupa Birliği ve Türkiye" dersleri seçmelidir. Diğer seçmeli ders ise ikinci sınıftaki "Uluslararası İletişim" dersidir. Bu üç dersin toplam derslere oranı %5,80'dir.

İstanbul Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü giriş puanlarına göre dördüncü sırada yer almaktadır. Uluslararası içeriğe sahip zorunlu ve seçmeli birer adet dersleri bulunmaktadır. Zorunlu ders ikinci sınıfta yer alan "Uluslararası ve Kültürlerarası İletişim Kampanyaları" dersidir. Dördüncü sınıfta seçmeli olarak sunulan "Transmedya Anlatıları" dersi öğrencilere Türkiye'yi küreselleşme ve modernite kavramları içine yerleştirerek anlama amacı taşımaktadır. Bu iki dersin genel derslere oranı ise %4,55'tir.

İzmir'de eğitim veren Ege Üniversitesi halkla ilişkiler alanında Türkiye'nin köklü kurumları arasındadır. Ege Üniversitesinde öğrenciler öğrenim hayatları boyunca 40 zorunlu sekiz seçmeli ders almak zorundadırlar. Bu dersler arasında uluslararası özelliği bulunan dört ders dikkat çekmektedir. Üçüncü sınıftaki "Kültürlerarası İletişim" dersi zorunludur. Geriye kalan üç ders ise seçmelidir: Uluslararası İlişkiler ikinci sınıfta, "Azgelişmişlik ve Küreselleşme" üçüncü sınıfta, "Uluslararası Halkla İlişkiler" dördüncü sınıfta yer almaktadır.

Ankara'da eğitim veren Gazi Üniversitesi derslerinde en fazla uluslararası içerik barındıran kurumdur. Uluslararası içerikli altı tane dersi bulunan üniversite 42'si zorunlu 16'sı seçmeli olmak üzere toplam 58

ders ile eğitim hizmeti vermektedir. Söz konusu altı dersin bir tanesi zorunlu kalan beşi ise seçmelidir. Gazi Üniversitesinin uluslararasılaşma oranı %10,34 olarak hesaplanmıştır. Bu dersler şu şekilde sıralanabilir:

- Küreselleşme ve İletişim – 4. Sınıf, Zorunlu
- Kültürlerarası İletişim – 3. Sınıf, Seçmeli
- AB ve Kültür Politikaları – 4. Sınıf (1. Dönem), Seçmeli
- Küresel Pazarın İletişimi – 4. Sınıf (1. Dönem), Seçmeli
- Uluslararası İletişim – 4. Sınıf (2. Dönem), Seçmeli
- Küresel Ekonomi Politik – 4. Sınıf (2. Dönem), Seçmeli

Akdeniz Üniversitesi 2016 giriş standartlarına göre yedinci sırada yer almaktadır ve Antalya ilinde eğitim vermektedir. Üniversitede dört yıl boyunca 58 ders verilmektedir. Bu derslerin 24'ü seçmeli statüde yer alması dikkat çekmektedir. Bu özellik uluslararası içeriğe sahip derslerde de kendini göstermiştir. Söz konusu derslerin tamamı seçmeli ders statüsündedir. Bu derslerin iki tanesi (Kültürlerarası İletişim ve Uluslararası İletişim) ikinci sınıfta, kalan ikisi ise (Avrupa Birliği ve Medya Politikaları ve Uluslararası Halkla İlişkiler) dördüncü sınıfta yer almaktadır. Akdeniz Üniversitesi'nde verilen derslerin uluslararasılaşma oranı %6,90 olarak hesaplanmıştır.

Halkla ilişkiler eğitimi veren üniversitelerin giriş puanlarına göre sekizinci sırasında Kocaeli Üniversitesi yer almaktadır. Kocaeli üniversitesi eğitim süresince 38'i zorunlu, 16'sı seçmeli olan 54 ders ile eğitim vermektedir. Bu dersler ayrıntılı olarak incelendiğinde uluslararası içeriğe sahip üç ders olduğu görülür. Söz konusu dersler üçüncü sınıftaki "Uluslararası İlişkiler", dördüncü sınıftaki "Uluslararası Halkla İlişkiler" ve yine dördüncü sınıftaki "Kültürlerarası Halkla İlişkiler" dersleridir. Bunların ilk ikisi zorunlu, sonuncusu seçmelidir. Kocaeli Üniversitesi Türkiye'de halkla ilişkiler eğitimi veren ilk on üniversite içerisinde en fazla zorunlu uluslararası içerikli ders veren okuldur. Diğer dokuz üniversite içerisinde en fazla bir zorunlu uluslararası ders varken Kocaeli Üniversitesi'nde bu sayı ikidir. Bir tane de seçmeli uluslararası içerikli ders bulunan Kocaeli Üniversitesi'nin halkla ilişkiler eğitimi uluslararasılaşma oranı %5,55 olarak hesaplanmıştır.

Sakarya Üniversitesi, Türkiye'de halkla ilişkiler eğitimi veren kurumların 2016 giriş standartlarına göre dokuzuncu üniversitesidir. Halkla ilişkiler ve reklamcılık adı altında sunulan eğitim 23 zorunlu, 14 seçmeli toplam 37 ders ile gerçekleştirilmektedir. Seçmeli dersler içerisindeki "Uluslararası İletişimde Çevirinin Rolü" ve "Uluslararası İlişkiler" dersleri dördüncü sınıfta üniversite ortak seçmeli dersleri arasında yer almaktadır. Zorunlu dersler arasında uluslararası içerikli dersin bulunmadığı Sakarya Üniversitesinin halkla ilişkiler alanında uluslararasılaşma oranı %5,40'tır.

Türkiye'de halkla ilişkiler alanında eğitim veren ilk on üniversite 2016 giriş puanlarına göre sıralandığında en altta yer alan kurum Adnan Menderes Üniversitesidir. Aydın ilinde eğitim veren üniversite dört yılda toplam 48 ders vermektedir. Bu derslerin 36'sı zorunlu, 12'si seçmelidir. Zorunlu dersler arasında uluslararası içeriğe sahip bir derse rastlanmazken dördüncü sınıf seçmeli derslerinden ikisi (Uluslararası Halkla İlişkiler ve Uluslararası Reklamcılık) uluslararası özelliğiyle dikkat çekmektedir. Bu derslerin toplam derslere oranı da %4,17 olarak hesaplanmaktadır.

## 7. Karşılaştırmalı Sonuç

PRSA (Public Relations Society of America) 2012 yılında modern halkla ilişkiler tanımı başlığıyla disiplini şöyle açıklamıştır: "*Halkla ilişkiler bir organizasyon ve kamuları arasında ortak faydaya dayanan ilişkiler inşa eden bir stratejik iletişim sürecidir*" (<http://prdefinition.prsa.org/index.php/2012/03/01/new-definition-of-public-relations/>). Bu tanımda "kamular" ifadesi çok farklı hedef kitleleri içermesi bakımından anlamlı ve uluslararasılaşma ile bağlantılıdır. Günümüzde ister büyük ister küçük ölçekte olsun organizasyonlar yalnızca yerel ve ulusal değil aynı zamanda uluslararası düzlemde kamuları ile ilişkiler kurmak ve geliştirmek zorundadır. Çok kültürlü ortamlarda başarılı halkla ilişkiler faaliyetleri yürütülmesinin sırrı ise bu koşullara uygun olarak hazırlanmış halkla ilişkiler uygulayıcıları/uzmanları yetiştirmekten geçmektedir. Bu çerçevede Türkiye'de ve İngiltere'de halkla ilişkiler eğitiminin uluslararasılaşma seviyesini ölçümlenmeyi amaçlayan bu çalışma ile mevcut durum analizi yapılmaya çalışılmıştır.

Türkiye ve İngiltere'deki üniversitelerin halkla ilişkiler eğitimi açısından uluslararasılaşma oranlarına bakıldığında ortaya çıkan rakamların benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Hem Türkiye'de hem de

İngiltere’de yüzde 10’un üzerine çıkan yalnızca birer üniversite bulunmaktadır. İngiltere’deki Leeds Beckett Üniversitesi %13,63, Türkiye’deki Gazi Üniversitesi ise %10,34’lük uluslararasılaşma oranları ile her iki ülke tablosunun zirvesinde yer almaktadır.

Bununla birlikte İngiltere’de doğrudan uluslararasılaşma ile bağlantılı hiç dersi bulunmayan dört üniversitenin varlığı şaşırtıcıdır. Bu dört üniversite dışındaki altı üniversitenin uluslararasılaşma oranları ise %4,76 ile %13,63 arasında değişmektedir. Türkiye’de ise incelemeye alınan üniversitelerin tamamında %1,79 ve %10,34 aralığında olmak üzere müfredat bağlamında bir uluslararasılaşma görülmektedir.

İngiltere’nin sosyo-kültürel yaşamına ve kurumlarına yansımış olan uluslararasılaşma düzeyinin halkla ilişkiler eğitimine yeterince yansımadığı anlaşılmaktadır. Ancak İngiltere’ye göre nispeten daha homojen bir sosyal yapı içerisinde olan Türkiye’de ise incelenen üniversitelerin tamamında uluslararası bağlamda bir ya da daha fazla dersin olması pozitif bir gelişme olarak düşünülebilir. Burada vurgulanması gereken nokta niceliksel olarak kurgulanmış bu çalışmanın rakamlar üzerinden bir değerlendirme ile gerçekleştirilmiş olmasıdır. Bu çerçevede üniversitelerin sundukları müfredatlarda uluslararasılaşma bağlamında yer almayan ancak tematik olarak küresel konulara değinilen dersler olabileceği gerçeği unutulmamalıdır. Nitekim ders içeriği ve sunumu subjektif bir konu olup halkla ilişkiler eğitmenlerinin bakış açılarına göre de şekillenebilmektedir. Halkla ilişkiler eğitiminin niteliksel olarak yeterliliğine dönük tartışmalar ise ayrı bir boyutta devam etmekte ve bu anlamda uluslararası derslerin niteliksel olarak doygunluğu ayrıca düşünülmelidir.

Sonuç olarak, yapılan araştırma kapsamında halkla ilişkiler eğitiminin uluslararasılaşması konusunun alana hâkim temel bir politika olmaktan çok üniversitelerin kendi vizyonlarına ve tercihlerine göre şekillendiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda alana yönelik eğitimin uluslararası bir boyut kazanmasının üniversite tercihlerinden çıkarılıp genele yayılmasının bir ihtiyaç olduğunu ve bu yönde ciddi çalışmalar yapılması gerektiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

#### Kaynakça

- Bakan, Ö. (2002). “*Halkla İlişkiler Eğitiminde Teori-Pratik Dengesi Bakımından Türkiye için Bir Model Önerisi*”, *Selçuk İletişim Dergisi*, sayı: 2 (2), s.64-72.
- Becerikli, Sema Yıldırım. Uluslararası Halkla İlişkiler, Ankara, Nobel Yayınları, 2005.
- Canpolat, N. (2013). “*Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitimi: Halkla İlişkiler Ders Programlarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma*”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, sayı: 2 (2), s.139-162.
- Kadıbeşegil, Salim. Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı, Ankara, Mediacat Yayınları, 1999.
- L’Etang, Jackie and Pieczka, Magda. Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 2006.
- Morris, Trevor and Goldsworthy, Simon. PR Today: The Authoritative Guide to Public Relations, (Second Edition), London, Palgrave, 2016.
- Mutlu, E. (2000). “*Türkiye’de İletişim Eğitimi: Kişisel Bir Tarih Denemesi*”, *İletişim*, sayı: (8), s.234-259.
- Oeckl, Albert. Dünyada Halkla İlişkiler Eğitimi, (Çevirenler: Nur Nirven ve Ahmet Ünver), İstanbul, Rota Yayınları, 1998.
- Peltekoğlu, Filiz Balta. Halkla İlişkiler Nedir?, (Genişletilmiş 5. Baskı), İstanbul, Beta Yayınları, 2007.
- Taylor, M. (2001). “*Internationalizing the Public Relations Curriculum*”, *Public Relations Review*, sayı: (27), s. 73-88.
- Tokgöz, O. (2003). “*Türkiye’de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi*”, *Kültür ve İletişim*, sayı:6 (2), s.7-32.
- Tokgöz, O. (2006). “*Türkiye’de İletişim Araştırmalarında İletişim Eğitiminin Rolü ve Önemi*”, *Küresel İletişim Dergisi*, sayı: Bahar, (1), s.1-12.
- Toth, E. L. (1999). “*Models for Instruction and Curriculum*”, *Public Relations Review*, sayı: 25 (1), s.45-53.
- Uzun, R. (2007). “*İstihdam Sorunu Bağlamında Türkiye’de İletişim Eğitimi ve Öğrenci Yerleştirme*”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, sayı: (25), s.117-134.
- Varol, A. ve Alemdar, K. (2007). “*İletişim Fakültelerine Öğrenci Yerleştirmede Karşılaşılan Çelişkiler ve Çözüm Önerileri*”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, sayı: (24), s.1-12.

**Üniversitelerin Web Sayfaları**

Adnan Menderes Üniversitesi,

[http://www.akademik.adu.edu.tr/fakulte/iletisim/webfolders/OgretimProgram\(1\).pdf](http://www.akademik.adu.edu.tr/fakulte/iletisim/webfolders/OgretimProgram(1).pdf) Erişim Tarihi: 21.12.2016Akdeniz Üniversitesi, <http://iletisim.akdeniz.edu.tr/wpcontent/uploads/2016/12/HALKLA-%C4%B0L%C4%B0%C5%9EK%C4%B0LER-VE-TANITIM-YEN%C4%B0-M%C3%9CFREDAT.xlsx> Erişim Tarihi: 20.12.2016Anadolu Üniversitesi, <https://www.anadolu.edu.tr/akademik/fakulteler/228/halklailiskiler-ve-reklamcilik-bolumu/dersler> Erişim Tarihi: 15.12.2016Ankara Üniversitesi, <http://ilef.ankara.edu.tr/ogrenci/ders-katalogu/> Erişim Tarihi: 15.12.2016Edge Hill Üniversitesi, <https://www.edgehill.ac.uk/courses/publicrelations/tab/modules/> Erişim Tarihi: 20.12.2016Ege Üniversitesi, <http://ebys.ege.edu.tr/ogrenci/ebp/organizasyon.aspx?kultur=tr-TR&Mod=1&custbirim=8&birim=4&altbirim=-1&program=2715&organizasyonId=120&mufredatTurId=932001#Anchor3> Erişim Tarihi: 18.12.2016Gazi Üniversitesi, <http://ilet.gazi.edu.tr/posts/view/title/halkla-iliskiler-ve-tanitim-bolumu-ders-icerigi-11758> Erişim Tarihi: 18.12.2016Greenwich Üniversitesi, <http://www.gre.ac.uk/ug/business-school/p210> Erişim Tarihi: 17.12.2016İstanbul Üniversitesi, <http://iletisim.istanbul.edu.tr/wpcontent/uploads/2012/09/H%C4%B0T-2.Ders-Litesi.xls> Erişim Tarihi: 13.12.2016Kocaeli Üniversitesi, <http://if.kocaeli.edu.tr/DersPlanlari/HIT.pdf> Erişim Tarihi: 19.12.2016

Leeds Beckett Üniversitesi,

<https://courses.leedsbeckett.ac.uk/publicrelations/#Year1CoreModules> Erişim Tarihi: 20.12.2016Lincoln Üniversitesi, <https://www.lincoln.ac.uk/home/course/pbrpbrub/> Erişim Tarihi: 15.12.2016Londra Sanat Üniversitesi, <http://www.arts.ac.uk/lcc/courses/undergraduate/ba-hons-public-relations/> Erişim Tarihi: 23.12.2016

Manchester Metropolitan Üniversitesi,

<http://www2.mmu.ac.uk/study/undergraduate/courses/2017/14127/#indepth> Erişim Tarihi: 13.12.2016Marmara Üniversitesi, <http://hit.iletisim.marmara.edu.tr/lisans-programi/mufredat/> Erişim Tarihi: 15.12.2016Sakarya Üniversitesi, [http://www.saupr.sakarya.edu.tr/tr/7336/ebs\\_bolum\\_lisans](http://www.saupr.sakarya.edu.tr/tr/7336/ebs_bolum_lisans) Erişim Tarihi: 21.12.2016Sheffield Hallam Üniversitesi, <https://www.shu.ac.uk/study-here/find-a-course/ba-honours-public-relations-fulltime> Erişim Tarihi: 20.12.2016Southampton Solent Üniversitesi, <https://www.solent.ac.uk/courses/undergraduate/public-relations-and-communications-ba> Erişim Tarihi: 21.12.2016West London Üniversitesi, <http://www.uwl.ac.uk/course/advertising-and-public-relations/34656> Erişim Tarihi: 21.12.2016

Westminster Üniversitesi,

<https://www.westminster.ac.uk/sites/default/files/Public%20Relations%20and%20Advertising%20BA%20Honours%2016-17.pdf> Erişim Tarihi: 13.12.2016**Diğer Web Sayfaları**British Council/Education UK, <http://www.educationuk.org> (Erişim Tarihi: 15.12.2016)

Leeds Beckett Üniversitesinin Ders İçeriklerine Küresel Bakışı,

<https://courses.leedsbeckett.ac.uk/publicrelations/#Year1CoreModules> (Erişim Tarihi: 19.12.2016)

PRSA (Public Relations Society of America),  
<http://prdefinition.prsa.org/index.php/2012/03/01/new-definition-of-public-relations/> (Erişim Tarihi: 13.12.2016)  
The Complete University Guide, <http://www.thecompleteuniversityguide.co.uk/> (Erişim Tarihi:17.12.2016)