

## HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNDE DİJİTALLEŞME EĞİLİMLERİ: MÜFREDAT ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ

Hıdır POLAT<sup>1</sup>

### ÖZ

Dijitalleşmenin etkisi ile toplum ve pazar yapısında meydana gelen değişimlere cevap verebilmek kurumlar için elzemdir. Bu durum halkla ilişkiler uygulayıcılarının daha farklı niteliklere sahip olmalarını zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla bu aşamada geleceğin halkla ilişkiler profesyonelleri için eğitim sürecindeki derslerin önemi bir kat daha artmaktadır. Uzmanlık süreçlerine hazırlandıkları lisans eğitimlerinde, aldıkları derslerin toplumsal ve sektörel ihtiyaçları karşılayacak nitelikleri kazandırması beklenmektedir. Bu nitelikler içerisinde özellikle dijital teknolojileri kullanabilme yeterliliği ön plana çıkmaktadır. Buradan hareketle araştırmanın amacı halkla ilişkiler lisans eğitiminde dijitalleşme eğilimlerini tartışmaktır. Amaç doğrultusunda Üniversitelerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü ders müfredatları, nitel yöntem desenlerinden durum çalışmasına uygun olarak incelenmiştir. Doküman analizi neticesinde elde edilen verilerin analiz edilmesinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi sürecinde de MAXQDA 2020 paket programdan yararlanılmıştır. Araştırma neticesinde halkla ilişkiler eğitimi içerisinde dijitalleşmeye yönelik derslerin oldukça çoğunlukla seçmeli ve teorik olarak konumlandırıldığı görülmüştür. Bu durum halkla ilişkiler eğitiminin dijitalleşme eğiliminin zayıf olduğuna işaret etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Halkla ilişkiler, Müfredat, Dijitalleşme, İçerik Analizi

### DIGITALISATION TRENDS IN PUBLIC RELATIONS EDUCATION: A CONTENT ANALYSIS OF THE CURRICULUM

#### ABSTRACT

Institutions need to respond to the changes in society and market structure with the effect of digitalization. This situation requires public relations practitioners to have different qualifications. Therefore, at this stage, the importance of the courses in the education process for future public relations professionals increases even more. In their undergraduate education, where they prepare for their specialization processes, their courses are expected to provide them with the qualifications to meet social and sectoral needs. Among these qualifications, especially the ability to use digital technologies comes to the fore. The research aims to discuss digitalization trends in public relations undergraduate education. For this purpose, the course curricula of the Public Relations and Publicity Departments of Universities were analyzed by the case study, one of the qualitative method designs. Content analysis technique was used to analyze the data obtained as a result of document analysis. MAXQDA 2020 package program was used in the content analysis process. As a result of the research, it was seen that the courses on digitalization in public relations education are mostly elective and theoretical. This situation indicates that the digitalization tendency of public relations education needs to be stronger.

**Keywords:** Public relations, Curriculum, Digitalization, Content Analysis

#### Araştırma Makalesi

#### Research Article

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi  
Tokat Gaziosmanpaşa  
Üniversitesi  
Niksar Uygulamalı Bilimler  
Fakültesi

E-Posta  
hidirpolatt@gmail.com

#### ORCID

0000-0002-7839-4666

**Başvuru Tarihi / Received**  
22.08.2023

**Kabul Tarihi / Accepted**  
27.09.2023

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

## GİRİŞ

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler sadece mesajları ve araçları değiştirmemiştir aynı zamanda insanların tutum ve davranışlarını da değiştirmektedir. Artık iletişim yönetimi; yatay ve dikey bileşenleri olan organik bir yapıya dönüşmüştür. Halkla İlişkiler profesyonelleri ve akademisyenleri iletişim stratejilerini planlarken veya eğitim müfredatlarını geliştirirken; teknolojinin gelişimini ve insanın teknoloji ile değişimini merkeze alarak yeni yol haritaları belirlemelidir. Bu yüzden de halkla ilişkiler disiplini güncel yaklaşımları yakalaması büyük önem taşımaktadır (Seyfi, 2021: 53-55). Dijitalleşmenin etkisiyle yaşanan hızlı değişimler, halkla ilişkiler uygulayıcılarından beklenen yeterliliklerin tekrar gözden geçirilmesine yol açmıştır (Ehling, 2005: 68). Özellikle de halkla ilişkiler uygulama alanlarının dijitalleşmesi ve hedef kitlenin iletişim tercihindeki teknoloji tabanlı eğilim, bu alanda eğitim alan öğrenciler ve eğitim veren akademisyenler için eğitimin dönüşme ihtiyacını doğurmuştur. Nitekim geleceğin halkla ilişkiler profesyonellerinin toplumsal taleplere karşılık verebilmeleri için halkla ilişkiler müfredatlarının, gelişmeler doğrultusunda yeni teoriler ve becerilerle güncellenmesi gerekmektedir (Alexander, 2004: 1-4). Bunu destekler nitelikte Pohl ve Vandeventer, (2001: 357), "başarılı kurumlar ve profesörler, değişen ekonomik iklime yanıt vermeli ve toplumlarında bulunan gerçekleri yansıtmalıdır. Eğitim misyonları, toplumlara ve onların ihtiyaçlarına uyum sağlayacak şekilde değiştirilmelidir" demektedir.

Public Relations Society of America tarafından 2006 yılında 21. Yüzyıl Halkla İlişkiler Eğitimi üzerine hazırladıkları raporunda şu ifadeler yer vermektedir: "Lisans düzeyindeki halkla ilişkiler eğitimi, halkla ilişkiler pratiğine uygun olarak değişmekte ve kendini yeniden konumlandırmaktadır... Uygulayıcılar, kuruluşlara farklı halklar arasında karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler geliştirmelerinde yardımcı olduklarında, kuruluşlar gelişmektedir" (Turk, 2006: 6). Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu (Commission on Public Relations Education- CPRE) tarafından 2018'de yayınlanan Fast Forward raporunda öğrencilerin (profesyonel geleceğlerinin bir parçası olarak) dijital varlıklarını öğrenmelerine yardımcı olma ihtiyacına vurgu yapılmıştır (Kim, 2018: 9). Bunun yolu halkla ilişkiler müfredatlarını güncel gelişmeler ışığında güncellemek ve başarılı bir şekilde uygulamaktır. Böylelikle halkla ilişkiler eğitimi

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

alan öğrenciler, halkla ilişkilerin disiplinlerarası niteliğine hakim olarak, dijital teknolojileri kullanabilen, ölçme ve değerlendirme yapabilen, veriyi anlayan ve analiz eden, analitik stratejiler geliştiren bir profesyonele dönüşebilir (Turk, 2006: 6). Buradan hareketle araştırmanın amacı Türkiye’de lisans düzeyinde eğitim veren Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü müfredatlarını dijital gelişmelere göre ne derece düzenlendiğini tartışmaktır.

### 1. Dijitalleşme ve Halkla İlişkiler Eğitimi

Dijitalleşen toplumsal yapı içerisinde halkla ilişkilerin dijitalleşmesi kaçınılmaz bir durumdur. Özellikle paydaşların beklentilerinin farklılaşması ve teknoloji odaklı hareket tarzları halkla ilişkiler profesyonellerini de dijital teknolojiye entegre olmaya zorlamaktadır (Seyfi, 2017: 30-31). Dijital teknolojilerin halkla ilişkiler uygulayıcıları ve akademisyenleri tarafından tam anlamıyla kullanılabilmesi için sembolik-yorumlamacı yaklaşımın yerine davranışsal-stratejik yaklaşımın benimsenmesi gerekmektedir (Grunig, 2009: 1). Bu da demek oluyor ki dijital teknolojiler halkla ilişkiler profesyonelleri tarafından stratejik olarak uygulanabilir olmalıdır. Bu sebeptendir ki son yıllarda halkla ilişkiler ile ilgili; kurumsal iletişim, etkinlik yönetimi, reklamcılık, itibar yönetimi ve kriz iletişimi gibi birçok alt başlığın dijital teknolojilerden etkilendiği ve sektörün buna göre şekillendiği ortaya çıkmıştır. Dijital iletişim araçları işletmelerin tüm stratejik iletişim süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Bunun temel sonucu olarak sektörde çalışacak uygulayıcılardan sosyal medya yönetimi, kullanıcı odaklı içerik yönetimi, görüntü işleme, arttırılmış gerçeklik, dijital pazarlama, içerik üretimi gibi dijital odaklı yöntemler hakkında bilgi ve beceriye sahip olmaları beklenmektedir (Chaikhamwang vd., 2018; Ünlü vd., 2023; Yulianita, 2008; Zhang ve Cameron, 2003).

Alexander (2002: 6-7), geleceğin halkla ilişkiler profesyonellerinin sahip olması gereken yetenekleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Veri tabanı yönetme becerisine sahip olmalıdır. Böylelikle paydaşlar hakkında bilgi toplayabilir ve depolayabilir.
- Yaratıcı ve ilgi çekici web sayfaları oluşturabilmeli, çevrimiçi veri toplayabilmeli (anket vb.), etkileşimi teşvik edebilmelidir.

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

- Çevrimiçi ilişkileri yöneten yazılım programlarını bilmelidir. Veriyi takip edebilmelidir.
- Potansiyel paydaşlar hakkında bilgi toplayabilecek ve işbirliği geliştirebilecek dijital ortamları anlayabilmelidir.
- Kitlelerin tutum ve davranışlarını tahmin edebilmek için çevrimiçi araştırma yapabilmelidir.
- Çevrimiçi mülakat tekniklerini, elektronik odak grupları nasıl yöneteceğini bilmelidir.

Öyle ki günümüzde küçük ölçekli işletmeler dahi müşterilerinin taleplerine karşın web sitelerine haber bültenlerinin dijital ortamlara gönderilmesine ihtiyaç duymaktadır. Çünkü küçük büyük bütün işletmeler dijital platformların bir kriz-fırsat alanı olduğunun farkındadır. Bu sebeple çağdaş halkla ilişkiler profesyonellerinden dijital ortamları izlemeleri, sorunları tespit etmeleri, hızlı bir şekilde bloglar, web siteleri ve diğer dijital araçlarla cevap vermelidir. Dolayısıyla halkla ilişkiler öğrencileri dijital teknolojileri anlamalı, öğrenmeli ve kullanabilmelidir (Turk, 2006: 31). Bu yüzden de bu alanda eğitim alan öğrencilerin sektörel beklentileri karşılanması için halkla ilişkiler alanında lisans düzeyinde verilen eğitim müfredatlarının dijital teknolojiler doğrultusunda güncellenmesi önemlidir.

Nitekim müfredat geliştirme sürecinde sadece dijital iletişim ile ilgili derslerin/konuların müfredata ders içeriği olarak eklenmesi yeterli ve sağlıklı değildir. Eğitim müfredatı geliştirirken; eğitimi alan ve veren kişilerin yeterlilikleri, kapsam için hedeflerin ve öğrenme çıktılarının tanımlanması, ekonomik, teknolojik ve süreç odaklı etki ve beklentilerin tespit edilmesi gerekmektedir. Ayrıca bu konulara yönelik yeni bir ölçme ve değerlendirme sistemi ortaya konulması da elzemdir. Eğer ki yeterli alt yapı çalışmaları yapılmadan, sadece güncel olduğu için ders müfredatına dijital konulu ders içeriklerinin eklenmesi başarıdan çok başarısızlık meydana getirecektir (Balasundaram vd., 2010; Coşkun, 2015; Erstad vd., 2021).

Türkiye’de Halkla İlişkiler eğitimi üzerine birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalar; halkla ilişkiler eğitimi üzerine değerlendirmeleri (Bakan, 2014; Solmaz vd., 2017), halkla ilişkiler lisans eğitimi üzerine değerlendirme araştırmalarını (Öztürk, 2021; Solmaz vd., 2012), halkla ilişkiler lisansüstü eğitime dair araştırmaları

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

(Okay ve Okay, 2013; Solmaz vd., 2018), değişimlerin (Ural, 2012) ve dijitalleşmenin halkla ilişkiler eğitimine aktarılması üzerine araştırmaları (Kılıç ve Türker, 2021; Öztürk ve Şardağı, 2019) kapsamaktadır. Buradan hareketle çalışma kapsamında şu araştırma soruları cevaplanmaya çalışılmıştır.

A.S.1. Halkla İlişkiler Tanıtım Bölümü eğitiminde dijitalleşme eğilimi ne seviyededir?

A.S.2.Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde dijital ders içerikleri nasıl konumlandırılmıştır?

## 2. Araştırma Yöntemi

Araştırma nitel yöntem desenlerinden durum çalışmasına göre dizayn edilmiştir. Durum çalışmaları genellikle belirli bir durum, programı ya da olayı derinlemesine araştıran bir özelliğe sahiptir (Creswell, 2014: 14). Durum çalışmalarında ilgili durumda meydana gelen değişimleri ve süreçleri anlamak, etkileri ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır(Yıldırım ve Şimşek, 2018: 73). Bu çalışmada da Halkla İlişkiler ve Tanıtım müfredatının dijitalleşme eğilimlerini ortaya çıkarmak ve anlamak amaçlanmaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda veri toplama sürecinde doküman incelemesi tekniğinden yararlanılmıştır. Doküman incelemelerinde ilgili duruma ait tüm dokümanların taranması ve analizi söz konusudur. Nitel araştırmalarda etkili bir veri toplama tekniği olarak kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 189-190). Elde edilen verilerin analizinde içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi sürecinde MAXQDA 2020 paket programı kullanılmıştır. Araştırma kapsamında YÖK Atlas üzerinden Lisans Programı seçilerek, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bulunan üniversiteler ele alınmıştır. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Halkla İlişkiler gibi lisans programlarının müfredatları bu çalışma kapsamına alınmamıştır. Bu araştırma için bir sınırlılık arz etmektedir. Araştırma verilerinden ders müfredatlarına ulaşamayan 3 üniversite (Maltepe Üniversitesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi ve Munzur Üniversitesi) kapsam dışı bırakılmıştır.

## 3. Bulgular

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

Araştırma kapsamında Türkiye’de 4 yıllık Lisans düzeyinde eğitim veren Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü’nün ders müfredatları dijitalleşme olgusu çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu analizler neticesinde elde edilen bulgular göre;

**Tablo 1. Kod Sistemi**

<b>Dersin Kapsamı</b>	<b>193</b>
Algoritma ve Kodlama	2
Dijital Medya, Toplum ve İletişim Stratejileri	11
Dijital Model ve Uygulamalar	3
Dijital Okuryazarlık	7
Dijital Pazarlama ve Stratejileri	7
Dijital Reklamcılık	14
Grafik Tasarım ve Animasyon	29
Masaüstü Yayıncılık ve İnternet Haberciliği	16
Metaverse ve NFT	1
Ofis Uygulamaları / Bilgi İletişim Teknolojileri	21
Sosyal Medya Yönetimi ve İçerik Üretimi	13
Web Tasarımı	19
Yeni Medya, Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler	51
<b>Derse İlişkin Uygulama Bilgileri</b>	<b>590</b>
<b>Ders Uygulanma Biçimi</b>	<b>204</b>
Uygulama	32
Teorik	172
<b>Dersin Alınma Biçimi</b>	<b>193</b>
Seçmeli Ders	122
Zorunlu Ders	71
<b>Ders Yılı</b>	<b>193</b>
4. Sınıf	56
3. Sınıf	75
2. Sınıf	38
1. Sınıf	24
<b>Üniversitenin Adı</b>	<b>31</b>
Akdeniz Üniversitesi	1
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	1
Ankara Üniversitesi	1
Atatürk Üniversitesi	1
Bahçeşehir Üniversitesi	1
Başkent Üniversitesi	1
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	1
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	1
Dicle Üniversitesi	1
Erciyes Üniversitesi	1
Fırat Üniversitesi	1
Gaziantep Üniversitesi	1
Giresun Üniversitesi	1
Gümüşhane Üniversitesi	1
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi	1
İnönü Üniversitesi	1
İstanbul Aydın Üniversitesi	1
İstanbul Üniversitesi	1
Kadir Has Üniversitesi	1
Karabük Üniversitesi	1
Kocaeli Üniversitesi	1

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

Manisa Celal Bayar Üniversitesi	1
Marmara Üniversitesi	1
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	1
Pamukkale Üniversitesi	1
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	1
Süleyman Demirel Üniversitesi	1
Üsküdar Üniversitesi	1
Yakın Doğu Üniversitesi	1
Yeditepe Üniversitesi	1
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	1
<b>Üniversitenin Bulunduğu İl</b>	<b>31</b>
Zonguldak	1
KKTC	1
Isparta	1
Sivas	1
Denizli	1
Samsun	1
Manisa	1
Kocaeli	1
Karabük	1
Malatya	1
Hatay	1
Gümüşhane	1
Giresun	1
Gaziantep	1
Elazığ	1
Kayseri	1
Diyarbakır	1
Burdur	1
Bolu	1
İstanbul	7
Erzurum	1
Antalya	1
Ankara	3
<b>Üniversite Türü</b>	<b>31</b>
Vakıf	7
Devlet	24
<b>Ders Sayısı</b>	<b>62</b>
<b>Toplam Ders Sayısı</b>	<b>31</b>
23 Ders	1
29 Ders	1
32 Ders	2
36 Ders	1
37 Ders	1
38 Ders	2
40 Ders	2
41 Ders	1
42 Ders	1
43 Ders	4
44 Ders	4
45 Ders	2
46 Ders	2
48 Ders	3
49 Ders	1
50 Ders	1
56 Ders	1
67 Ders	1

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

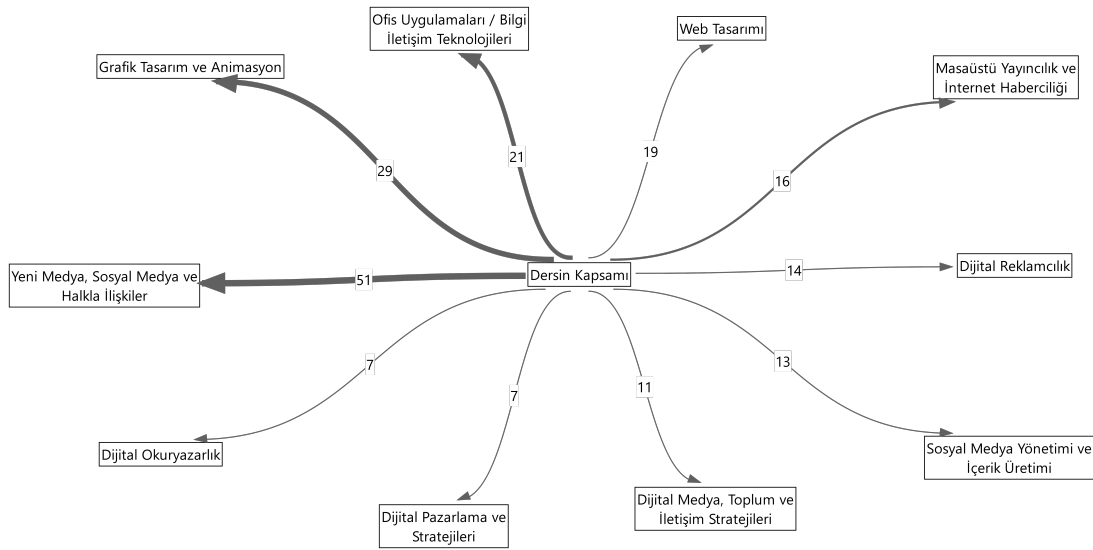
<b>Dijital Ders Sayısı</b>	<b>31</b>
1 Ders	1
2 Ders	3
3 Ders	1
4 Ders	1
5 Ders	8
6 Ders	3
7 Ders	6
8 Ders	3
9 Ders	2
10 Ders	1
11 Ders	1
16 Ders	1
<b>Toplam Kodlama Sayısı</b>	<b>938</b>

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nün yer aldığı 33 üniversite bulunmaktadır. Bu üniversiteler içerisinde İstanbul Bilgi Üniversitesi (Vakıf), Maltepe Üniversitesi (Vakıf) ve Munzur Üniversitesi (Devlet) bünyesindeki Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü müfredatına erişilemediğinden araştırma kapsamına alınmamıştır. Dolayısıyla kod sistemine göre (Tablo 1), 31 üniversite de bulunan Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü müfredatı analiz edilmiştir. Bu üniversitelerin 24'ü Devlet, 7'si Vakıf statüsüne sahiptir. Bunların yanı sıra Üniversitelerin 22 tanesi Türkiye sınırları içerisindeki illere dağılırken, 1 tanesi Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC)'nde bulunmaktadır. Bu Üniversitelerde dijitalleşmeye yönelik 193 adet ders bulunmakta olup bunların 122 tanesi seçmeli, 71 tanesi ise zorunludur. Müfredatlar içerisinde zorunlu ders sayıları ise 1327'dir. Dijitalleşmeye yönelik ders içerikleri zorunlu dersler içerisinde 14,54'ü kapsamaktadır. Bu derslerin %67,88'i üçüncü ve dördüncü sınıf dersleri olarak müfredatlarda yer almaktadır. Derslerin uygulanış biçimlerine göre teorik ve uygulama olarak iki kategoride ele alınmıştır. Veriler kodlanırken dersin uygulama ağırlığına göre hareket edilmiştir. Teorik ders sayısı yüksek olan dersler "Teorik" olarak kodlanırken, Uygulama ders sayısı yüksek olan dersler "Uygulama" olarak kodlanmıştır. Eşit olması durumunda hem teorik hem de uygulama kodlanmıştır. Buna göre dijitalleşmeye yönelik derslerin büyük çoğunlukla teorik (N=172, %84,3) olarak işlendiği, uygulama sayısının (N=32, %15,7) oldukça düşük kaldığı görülmektedir.

### Şekil 1. Dersin Kapsamını Gösterir Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.



Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü müfredatlarında dijitalleşmeye yönelik dersler kodlandığında, alan kapsamında en sık (Şekil 1), “Yeni Medya, Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler (N=51, %27,12)” üzerine odaklanan derslerin işlendiği görülmektedir. Bunun ardından “Grafik Tasarım ve Animasyon (N=29, %15,42)” , “Ofis Uygulamaları/Bilgi İletişim Teknolojileri (N=21, %11,17)”, “Web Tasarım (N=19, %10,10) ve “Masaüstü Yayıncılık ve İnternet Haberciliği (N=16, %8,5) kapsamındaki derslerin verildiği görülmektedir. Bölüm içerisinde verilen derslerin %72,31’ini oluşturmaktadır. Bu derslerin uygulanma (teorik/uygulama) ve alınma biçimleri (zorunlu/seçmeli) bakmak önemlidir.

**Tablo 2. Derslerin Uygulanma Biçimlerine Göre Dağılımı**

Ders Kapsamı	U	T	S	Z	TOPLAM
Dijital Medya, Toplum ve İletişim Stratejileri	1	11	8	3	23
Dijital Okuryazarlık	1	7	5	2	15
Dijital Pazarlama ve Stratejileri	-	7	7	-	14
Dijital Reklamcılık	1	13	12	2	28
Grafik Tasarım ve Animasyon	12	20	16	12	60
Masaüstü Yayıncılık ve İnternet Haberciliği	4	13	11	5	33
Ofis Uygulamaları / Bilgi İletişim Teknolojileri	4	20	-	21	45
Sosyal Medya Yönetimi ve İçerik Üretimi	-	13	9	4	26
Web Tasarımı	6	13	16	3	38
Yeni Medya, Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler	2	50	33	18	103
<b>TOPLAM</b>	<b>31</b>	<b>167</b>	<b>117</b>	<b>70</b>	<b>385</b>
<b>U= Uygulama</b>		<b>T=Teorik</b>	<b>S=Seçmeli</b>	<b>Z=Zorunlu</b>	

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde dijitalleşmeye yönelik ilk 10 ders kategorisinin derslerin uygulanma, alınma biçimlerine bakıldığında (Tablo 2), derslerin uygulamasının büyük çoğunlukla teorik (N=167, %84,34) olarak verildiği görülmektedir. Bununla birlikte derslerin alınma biçiminde de seçmeli (N=117, %62,56) olarak sunulduğu görülmektedir. Bu ders kategorileri içerisinde yalnızca Ofis Uygulamaları / Bilgi İletişim Teknolojileri ders kategorisindeki dersler zorunlu olarak sunulmaktadır. Diğer ders kategorilerinde seçmeli durumu daha baskındır. Dikkat çekici bir diğer bulgu ise uygulama ağırlıklı olması gereken Web Tasarımı (N=13, %68,42), Masaüstü Yayıncılık ve İnternet Haberciliği (N=13, %76,47), Ofis Uygulamaları / Bilgi İletişim Teknolojileri (N=20, %83,33), Grafik Tasarım ve Animasyon (N=20, %62,5) ders kategorilerinin teorik olarak uygulanmasıdır.

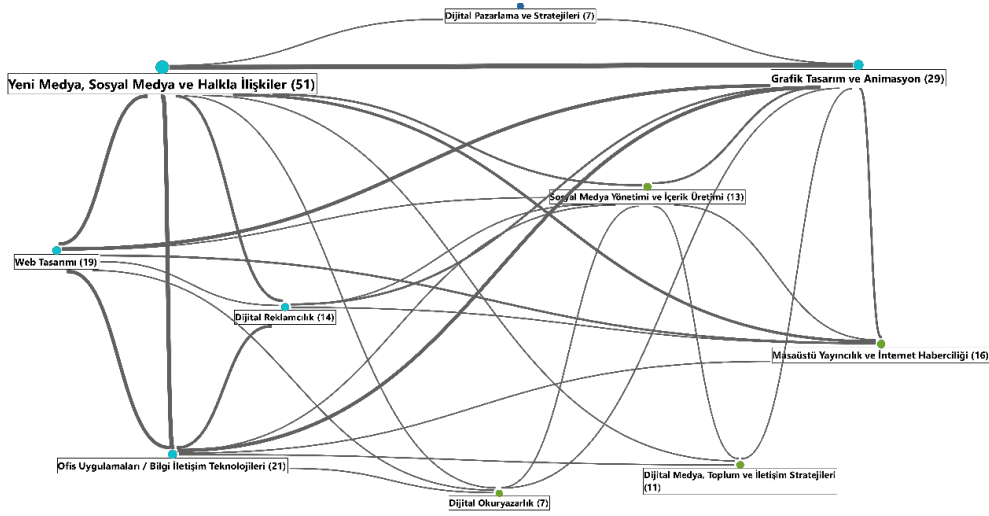
**Tablo 3. Üniversite Türüne Göre Derslerin Dağılımı**

Kod Sistemi	Vakıf	Devlet	TOPLAM
Algoritma ve Kodlama	1	1	2
Dijital Medya, Toplum ve İletişim Stratejileri	1	7	8
Dijital Model ve Uygulamalar	-	3	3
Dijital Okuryazarlık	-	7	7
Dijital Pazarlama ve Stratejileri	1	6	7
Dijital Reklamcılık	2	11	13
Grafik Tasarım ve Animasyon	2	20	22
Masaüstü Yayıncılık ve İnternet Haberciliği	1	12	13
Metaverse ve NFT	-	1	1
Ofis Uygulamaları / Bilgi İletişim Teknolojileri	2	18	20
Sosyal Medya Yönetimi ve İçerik Üretimi	1	11	12
Web Tasarımı	1	16	17
Yeni Medya, Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler	6	21	27
<b>TOPLAM</b>	<b>18</b>	<b>134</b>	<b>152</b>

Üniversite türlerine göre ders kategorilerinin dağılımlarına bakıldığında (Tablo 3), devlet üniversitelerinde dijitalleşmeye yönelik ders içeriklerinin daha yoğun olduğu görülmektedir. Üniversite başına 5,58 ders düşmektedir. Vakıf üniversitelerinde bu sayı oldukça azdır. Üniversite başına 2,57'dir. Devlet üniversitelerinde Yeni Medya, Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler (N= 21, %15,67, Grafik Tasarım ve Animasyon (N= 20, %14,92), Ofis Uygulamaları / Bilgi İletişim Teknolojileri (N= 18, %13,43), Web Tasarımı (N=16, %11,94) ve Masaüstü Yayıncılık ve İnternet Haberciliği (N=12, %8,95) ön planda olan ders kategorileridir.

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

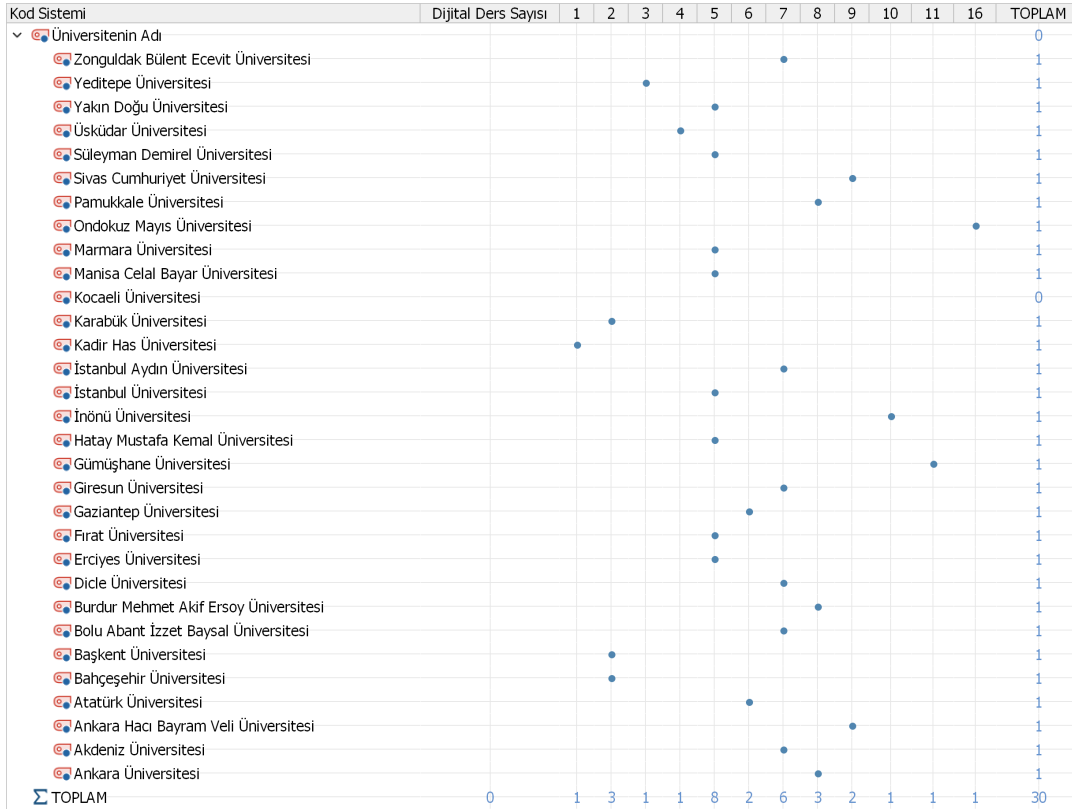
## Şekil 2. Aynı Belgedeki Kodların Kesişimini Gösteri Kod Haritası Modeli



Kod haritası oluşturulurken küme ayarı 3, kod genişliği sıklığı yaratır, kod sıklığı 5 olarak ayarlanmıştır. Buna göre 3 temel küme (yeşil, mavi ve turkuaz) ortaya çıkmıştır. Yeşil küme sıklığın en yüksek olduğu kümedir. Bu küme içerisinde Yeni Medya, Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler, Web tasarımı, Grafik Tasarım ve Animasyon, Dijital Reklamcılık, Ofis Uygulamaları/Bilgi İletişim Teknolojileri yer almaktadır. Yeşil Küme ise, Masaüstü Yayıncılık ve İnternet Haberciliği, Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya Yönetimi ve İçerik Üretimi yer almaktadır. Mavi kümede ise, Dijital Pazarlama ve Stratejiler yer almaktadır. Bu ders kategorisinin Yeni Medya, Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler ve Grafik Tasarım ile ilişkisi bulunmakla birlikte bu ilişki düzeyi düşüktür. Ders kategorilerinin kesişimlerine bakıldığında Yeni Medya, Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler ders kategorisinin diğer ders kategorileriyle ilişki sıklığının yüksek olduğu görülmektedir. Bu ders kategorisinin özellikle Ofis Uygulamaları/Bilgi İletişim Teknolojileri, Grafik Tasarım ve Web Tasarım ders kategorileri ile bağlantısı bulunmaktadır. Dolayısıyla ders müfredatlarından bu ders kategorilerinin birlikte yer alma oranının yüksek olduğu söylenebilir.

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

### Şekil 3. Üniversitelere Göre Dijital İçerikli Derslerin Dağılımını Gösterir Kod İlişkiler Tarayıcısı Modeli



Kod ilişkiler tarayıcısı modeline göre (Şekil 3), On Dokuz Mayıs Üniversitesi (N=16) dijital içerikli ders sayısına bölüm müfredatında yer veren kurumdur. Bunu sırasıyla; Gümüşhane Üniversitesi (N=11), İnönü Üniversitesi (N=10), Sivas Cumhuriyet Üniversitesi (N=9), Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi (N=9), Pamukkale Üniversitesi (N=8), Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi (N=8) ve Ankara Üniversitesi (N=8) izlemektedir.

#### TARTIŞMA VE SONUÇ

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü müfredatı üzerinde gerçekleştirilen analizlerde elde edilen bulgular, dijital içerikli derslerin genellikle seçmeli olarak sunulduğu görülmüştür. Halbuki literatürde sıklıkla dijitalleşme sürecinde geleceğin halkla ilişkiler profesyonelleri için dijital yeterliliklere vurgu yapılmaktadır (Alexander, 2002; Pohl ve Vandeventer, 2001; Turk, 2006; Yulianita, 2008). Dijital içerikli derslerin yoğun seçmeli havuzu içerisinde yer alması, literatürdeki bu ifadeyle çelişen bir durum ortaya çıkarmaktadır. Bunun yanı sıra dijital içerikli derslerin teorik

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

ağırlıklı olarak sunulması da öğrencilerin bu nitelikleri kazanmalarının önünde engel teşkil etmektedir. Halkla İlişkiler Eğitim Komisyonu'nun 2018 yılı raporunda içerik yönetimi, grafik tasarım, web tasarım gibi derslerin öğrencilere gerekli yeterlilikleri sağlamaları için zorunlu olmaları gerektiğinin altı çizilmektedir(akt. Pressgrove ve Kinsky, 2023: 36). Grunig, (2009) de dijital teknolojileri kullanma biçiminin davranışsal-stratejik yönelimli olması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Araştırma bulguları halkla ilişkiler eğitimlerinde, dijital içerikli derslerin yorumlamacı bir yaklaşımla ele alındığını göstermektedir.

Araştırma bulgularına göre Grafik Tasarım, Web Tasarım, İçerik Üretimi gibi dersler üniversitelerde teorik ağırlıklı olarak sunulmaktadır. Bu sonuçlar literatürde daha önceki araştırma sonuçlarını (Kılıç ve Türker, 2021; Öztürk ve Şardağı, 2019) destekler niteliktedir. Üniversitelerin ders müfredatlarında da en sık yer alan ders Yeni Medya, Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler'dir. Fakat Önceki araştırmalarda Dijital Halkla İlişkilere yönelik derslerin yetersiz olduğu vurgulanmaktadır. Bu bulgular üniversitelerin bu kapsamdaki açığı ortadan kaldırdığını göstermektedir.

Dijital içerikli dersler bölüm müfredatında seçmeli olarak sunulmakla birlikte müfredat içerisinde kapladığı alan bir hayli küçüktür. Daha önce gerçekleştirilen araştırmada da (Kılıç ve Türker, 2021; Solmaz vd., 2012) seçmeli derslerin zorunlu derslerden daha az olduğu görülmüştür. Ayrıca dijital içerikli dersler devlet üniversitelerinde daha yaygındır. Bu sonuçlarda literatürdeki diğer araştırma (Öztürk ve Şardağı, 2019) sonuçları uyusmaktadır.

Sonuç olarak Türkiye'de Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde eğitim gören öğrencilerin, sektörün dijital niteliklere yönelik beklentilerini karşılamaktan uzak olduğu söylenebilir. Dijital teknolojilerin hayatımızda kapladığı alan her geçen gün büyürken, eğitim alanında sınırlandırılmış olması, dijital derslere yönelik eğilimin düşük olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte var olan derslerin genellikle seçmeli ve teorik bağlamda sunulması da dijital içerikli derslerin, müfredatlar içerisinde zayıf konumlandırıldığını göstermektedir.

Soz söz olarak halkla ilişkiler alanında eğitim alan bireylerin, geleceğin halkla ilişkiler profesyonelleri olacağı düşünüldüğünde, sektörün ve toplumun ihtiyaçlarına

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

cevap verecek yeterlilikleri kazanmaları önemlidir. Bunun içinde günceli sürekli takip ederek, eğitim içeriklerini sürekli güncellemek gerekmektedir. Yapay Zeka, Metaverse, Endüstri 4.0, Büyük Veri, Veri Madenciliği gibi derslere müfredatlarda yer vermek ve zorunlu/uygulamalı olarak konumlandırmak gerekmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

Alexander, D. (2002). “New Information and Communication Technologies and the “Demassification” of Public Relations”, Australian New Zealand Communication Association Annual Conference, p.1-8, New Zeland.

<https://researchoutput.csu.edu.au/en/publications/new-information-and-communication-technologies-and-the-demassific>, Erişim Tarihi: 19.08.2023

Alexander, D. (2004). Changing the Public Relations Curriculum: A new challenge for educators. PRism, 2(1), p.1-7.

Bakan, Ö. (2014). Halkla İlişkiler Eğitiminde Teori-Pratik Dengesi Bakımından Türkiye İçin Bir Model Önerisi, Journal of Selcuk Communication, 2(2), s. 64-72. <https://doi.org/10.18094/SI.58560>

Balasundaram, I., Aggarwal, R., ve Darzi, L. A. (2010). Development of a Training Curriculum for Microsurgery, British Journal of Oral and Maxillofacial Surgery, 48(8), p.598-606.

Chaikhamwang, S., Montri, W., ve Anantasomboon, K. (2018). “The Development of Public Relations for School of Computer and Information Technology Chiangrai Rajabhat University Using Virtual Reality Technology”, 2018 22nd International Computer Science and Engineering Conference (ICSEC), p. 1-4, 21-24 November 2018, IEEE.

Coşkun, Y. D. (2015). Promoting Digital Change in Higher Education: Evaluating the Curriculum Digitalisation, Journal of International Education Research (JIER), 11(3), p. 197-204.

Creswell, J. (2014). Nicel, Nitel ve Karma Yöntem Araştırmaları: Araştırma Deseni. (Çeviri Editörü), Selçuk Beşir Demir, Ankara: Eğiten Kitap.

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

Ehling, W. (2005). Halkla İlişkiler Eğitimi ve Profesyonellik. (Editör) James Grunig, Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik. İstanbul: Rota Yayıncılık.

Erstad, O., Kjällander, S., ve Järvelä, S. (2021). Facing the Challenges of ‘Digital Competence’ a Nordic Agenda for Curriculum Development for the 21st Century, Nordic Journal of Digital Literacy, 16(2), p.77-87.

Grunig, J. (2009). Paradigms of Global Public Relations in An Age of Digitalisation. PRism, 6, p.1-19.

Kılıç, H., ve Türker, O. (2021). Türkiye’deki Halkla İlişkiler Lisans Bölümlerinin Müfredatlarının Dijitalleşme Bağlamında İncelenmesi, İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 28(28), s. 278-290.

<https://dergipark.org.tr/en/pub/igdirsosbilder/issue/65608/977778>

Kim, C. M. (2018). CPRE Fast Forward: Updates on Public Relations Education, Commission of Public Relations Education, <https://www.commissionpred.org/commission-reports/cpre-fast-forward-updates-on-public-relations-education/> Erişim Tarihi: 20.08.2023

Okay, A., ve Okay, A. (2013). Türkiye’de Lisans ve Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitimi: Tezlerin Halkla İlişkiler Alanına Katkısının Kantitatif Bir Çalışması (1984-2007), Journal of Selcuk Communication, 5(2), s. 5-14.

<https://doi.org/10.18094/SI.54411>

Öztürk, M. (2021). Halkla İlişkiler Eğitiminde Lisans Müfredatları: Türkiye ve Kanada Örneği, Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 11(1), s.208-228. <https://doi.org/10.53495/E-KIAD.891130>

Öztürk, M., ve Şardağı, E. (2019). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme: Türkiye ve ABD’de Bulunan Üniversitelerdeki Halkla İlişkiler Programlarının Karşılaştırılması, Journal of Erciyes Communication, 1, s.125-142.

<https://doi.org/10.17680/ERCIYESILETISIM.484903>

POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

Pohl, G., ve Vandeventer, D. (2001). The Workplace, Undergraduate Education, and Career Preparation. (Editor) R. L. Heath, Handbook of Public Relations, Thousand Oaks: Sage Publications, p. 357-368.

Pressgrove, G., ve Kinsky, E. (2023). “Unapologetically Original”: Building Creative Self-Confidence in the Public Relations Curriculum, Journal of Public Relations Education, 9(1), p.35-61.

Seyfi, M. (2017). Halkla İlişkiler Perspektifinde Dijital Etkinlik Yöntemi, İstanbul: Der Yayınları.

Seyfi, M. (2021). Kurumsal Sosyal Medya Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar, (Editör), Yeliz Kuşay, Dijital Dünyada Halkla İlişkilerin Dönüşümü, Konya:Eğitim Yayınevi, s. 52-85.

Solmaz, B., Arslan, A., Aydın, B., ve Duğan, Ö. (2012). Türkiye’de Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 27, s.253-269.

Solmaz, B., Ergen, Y., ve Alkan, Ö. (2018). Türkiye’de Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bir Araştırma: Doktora Tezlerinin Halkla İlişkiler Alanına Katkısının Niceliksel İçerik Analizi 2008-2017, The Journal of Selcuk University Social Sciences Institute, 39, s. 236-248.

<https://dergipark.org.tr/en/pub/susbed/issue/61821/925003>

Solmaz, B., Urhan Torun, B., Nur Tarakcı, H., Yüksek, Ö., Üniversitesi, S., ve Gör, A. (2017). Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme: Selçuk Üniversitesi Öğrencilerinin Gözünden Halkla İlişkiler Eğitimi, The Journal of Selcuk University Social Sciences Institute, 38, s. 256-272.

<https://dergipark.org.tr/en/pub/susbed/issue/61818/924931>

Turk, J. V. (2006). The Professional Bond: Education, Public Relations and The Practice, Virginia: PRSA.

Ural, E. (2012). Etkili Bir Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi için Halkla İlişkiler Alanında Ortaya Çıkan Değişimlerin Eğitime Aktarılması, Social Sciences, 7(2), s.161-182. <https://doi.org/10.12739/10.12739>



POLAT, Hıdır (2023). Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme Eğilimleri: Müfredat Üzerine Bir İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1748-1764.

Ünlü, S., Yaşar, L., ve Bilici, E. (2023). Metaverse as a Platform for Event Management: The Sample of the Metaverse Türkiye E-Magazine, TRT Akademi, 8(17), s.122-143.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2018). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yulianita, N. (2008). Corporate Social Responsibility”(CSR) sebagai Aktivitas “Social Marketing Public Relations, Mediator: Jurnal Komunikasi, 9(1), p.123-134.

Zhang, J., ve Cameron, G. T. (2003). China’s Agenda Building and Image Polishing in the US: Assessing An International Public Relations Campaign, Public Relations Review, 29(1), p.3-28.

Çalışma Tek Yazarlıdır.

Herhangi bir kişi ya da kurum ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.