

## TÜRKİYE’DE HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM EĞİTİMİNE AKREDİTASYON ÇERÇEVESİNDEN BİR BAKIŞ\*

Dr. Öğr. Üyesi Birgül ÜSTÜNBAŞ ERDOĞAN\*\*

Doç. Dr. Deniz AKBULUT\*\*\*

DOI: 10.47107/inifedergi.1606475

Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi: 24.12.2024

Kabul Tarihi: 18.04.2025

**Atıf Bilgisi:** Üstünbaş Erdoğan, B., & Akbulut D. (2025). Türkiye’de Halkla İlişkiler ve Tanıtım Eğitimi Akreditasyon Çerçevesinden Bir Bakış. *İNİF E- Dergi*, 10(1), 231-254.

### Öz

İletişim biliminin önde gelen dallarından biri olan halkla ilişkiler, psikoloji, sosyoloji, hukuk, siyaset gibi birçok disiplin ile ilişki halindedir. Medya ilişkilerinden kriz yönetimine, uluslararası halkla ilişkilerden kamu diplomasisine kadar uzanan çok boyutlu uzmanlık gerektiren birçok uygulama alanı bulunmaktadır. Bu kadar çok alandan beslenmesi halkla ilişkilerin önemini arttırmakta, eğitimini daha kapsamlı bir hale getirmektedir. Bu doğrultuda lisans programlarının müfredatlarında genel iletişim derslerinin haricinde öğrencilere teorik ve uygulama odaklı alan derslerinin sunulması önem kazanmaktadır. 2016 yılından bu yana iletişim eğitiminin kalitesinin yükseltilmesi için faaliyetlerini sürdüren İletişim Eğitimi Değerlendirme Kurulu (İLEDK), halkla ilişkiler ve tanıtım programları için ölçütler ortaya koymuştur. Bu ölçütler, müfredatları yeniden yapılandırmaya ve sürekli iyileştirmelerle güncellemeye teşvik etmektedir. Bu çalışmanın amacı, İLEDK tarafından yeniden genel değerlendirme ile ikinci kez beş sene akredite olan halkla ilişkiler ve tanıtım programlarının müfredatlarını inceleyerek, İLEDK’ın iletişim alanı ve programa özgü ölçütlerini hangi derslerle karşıladıklarını ve program müfredatlarının birbirleriyle benzeştiği ve ayrıştığı yönleri ortaya koymaktır. İçerik analizi yönteminin kullanıldığı araştırma sonucunda üç programda da iletişim alanı kazanımlarını sağlamaya yönelik ortak bulunan dersler; Sosyoloji, Araştırma Yöntemleri, Psikoloji, Ekonomi, Etik, Mesleki İngilizce, Halkla İlişkiler Kampanyaları ve Staj olarak sıralanmaktadır. Programa özgü ölçütler konusunda ise üç programda da Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulama, Yönetim ve Organizasyon, Halkla İlişkiler Kampanyaları, Pazarlama, Yazarlık, Halkla İlişkiler Kavramları olarak tespit edilmiştir. Bu dersler incelendiğinde hepsinin sektöre yönelik uygulama yeteneği kazandırmayı hedefleyen bilgi ve beceri dersleri olduğu görülmektedir. Üç programda da zorunlu olarak yer alan bu dersler akredite olmaya hazırlanan programlara müfredatlarını iyileştirmede yol göstermek adına anlamlı bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Halkla ilişkiler eğitimi, iletişim kazanımları, müfredat çalışmaları, akreditasyon, İLEDK

\* Bu çalışmanın özeti, Başkent Üniversitesi tarafından 8 Kasım 2024’te düzenlenen Prof. Dr. Alâeddin Asna 8. İletişim ve Halkla İlişkiler Sempozyumu kapsamında yazarlar tarafından sunulmuştur.

\*\* İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, [birgulustunbas@aydin.edu.tr](mailto:birgulustunbas@aydin.edu.tr), 0000-0003-1054-1866

\*\*\* İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, [denizakbulut@aydin.edu.tr](mailto:denizakbulut@aydin.edu.tr), 0000-0003-0236-525X

## A PERSPECTIVE ON THE ACCREDITATION FRAMEWORK FOR PUBLIC RELATIONS AND PUBLICITY EDUCATION IN TURKEY

### Abstract

Public relations, one of the leading branches of communication science, is in contact with many disciplines such as psychology, sociology, law and politics. There are many application areas that require multi-dimensional expertise, ranging from media relations to crisis management, from international public relations to public diplomacy. Being informed by so many fields increases the importance of public relations and makes its education more comprehensive. In this regard, it becomes important to offer students theoretical and application-oriented field courses in addition to general communication courses in the curriculum of undergraduate programs. The Communication Education Evaluation Board (İLEDİAK), which has been continuing its activities to improve the quality of communication education since 2016, has set criteria for public relations and publicity programs. These metrics encourage us to restructure curricula and update them with continuous improvements. The purpose of this study is to examine the curricula of public relations and publicity programs that have been accredited for the second time for five years with a general evaluation by İLEDİAK, and to reveal which courses meet İLEDİAK's communication field and program-specific criteria and the aspects in which the program curricula are similar and different from each other. As a result of the research in which the content analysis method was used, the courses found to be common in all three programs to provide communication field gains; They are listed as Sociology, Research Methods, Psychology, Economics, Ethics, Professional English, Public Relations Campaigns and Internship. Regarding the program-specific criteria, they were determined as Public Relations Theory and Practice, Management and Organization, Public Relations Campaigns, Marketing, Writing, Public Relations Concepts in all three programs. When these courses are examined, it is seen that they are all knowledge and skill courses aiming to provide application skills for the sector. These courses, which are compulsory in all three programs, emerge as a meaningful result to guide the programs preparing to be accredited in improving their curricula.

**Keywords:** Public relations education, communication gains, curriculum studies, accreditation, İLEDİAK

### Giriş

Halkla ilişkiler mesleğinin her geçen gün daha stratejik bir kimliğe bürünmesi, bu alanda yetişmiş nitelikli profesyonellere olan ihtiyacı arttırmaktadır. Bu yönetim fonksiyonunun stratejik işlevini yerine getirebilmesi için yeterli yetenek ve eğitim düzeyine sahip uzmanlara gereksinim vardır (Vural ve Yurdakul, 2004, s. 254). İyi bir halkla ilişkiler uzmanı geniş bir ağı ve iyi iletişim becerilerine sahip, bilgi ve diyalogu nasıl kullanacağını (veya nasıl tavsiyede bulunacağını) bilen ve trendlere duyarlı bir kişidir (Van Ruler vd., 2004, s. 44). Ayrıca ikna etmek ve imge oluşturmak halkla ilişkiler uygulayıcının temel işlevlerindendir. Etkili halkla ilişkiler profesyonelleri duyarlı iletişimciler ve ağ oluşturucular olarak tanımlanabilir.

Halkla ilişkiler alanı “diğer sosyal bilim disiplinleriyle karşılaştırıldığında – PR’in uzun süredir bir meslek olarak var olduğu ülkelerde bile emekleme aşamasında olan bir alandır” (Bentele, 2004, s. 485). Bir dizi çağdaş kuruluşun halkla ilişkiler uzmanlarına yönelik artan talebi, Amerika ve Avrupa’da halkla ilişkiler alanında lisans eğitiminde genişlemeye yol açmaktadır. Mesleğin toplumda meşrulaştırılması için, uzmanlaşmış sürekli eğitimin gerekliliği ve mükemmel halkla ilişkiler müfredatının nasıl olması gerektiği konusunda fikir birliğine varılması gerekmektedir (Grunig, 1989; Van Leuven, 1989).

Literatürde halkla ilişkiler uygulayıcı rolleri üzerine yapılan temel çalışmalar (Grunig, 1989; Broom ve Dozier, 1979; Steyn, 2000; Van Ruler vd., 2004) halkla ilişkiler alanını tanımlama ve halkla ilişkilerin işlevini anlama aracı olarak kabul edilmektedir. Ayrıca halkla ilişkiler uzmanlarının uygulamaları ve alan hakkındaki görüşleri, halkla ilişkiler öğretimine katkıda bulunmakta ve rolleri açıklamaya da yardımcı olmaktadır. Örneğin, Grunig’in (1989, s. 18) yönetici ve teknisyen olmak üzere ikiye ayırdığı rol tipolojisinde iletişim yöneticileri halkla ilişkiler programlarını kavramsallaştırır ve yönlendirir. İletişim teknisyenleri ise yazma, düzenleme, fotoğraf çekme, medya bağlantıları veya yayın prodüksiyonu gibi teknik hizmetler sağlar. Halkla ilişkiler, teknik bir işlev olarak gazetecilikten doğduğu için ilk zamanlardaki gazetecilik okulları, insanları teknisyen rolü için eğitmeye uygundur. Ancak öğrencileri yönetici rolüne uygun şekilde yetiştirmek için, özellikle lisans üstü düzeyde hem iletişim hem de yönetim teorilerine dayanan bir takım temel alan derslerine ihtiyaç vardır.

Ayrıca Grunig ve Hunt'ın halkla ilişkiler modelleri, en temelden stratejik düşünceye kadar aslında müfredatın nasıl olması gerektiği hakkında fikir vermektedir. Basın ajansı modeli, kitle iletişim araçlarında tanıtım yapan bir programı tanımlar. Kamuyu bilgilendirme modeliyle tanımlanan bir program, haber bültenleri, broşürler ve duyurular gibi kitle iletişim araçları ve kontrollü medya aracılığıyla nispeten nesnel bilgileri yaymak için gazetecileri kullanır. Hem basın ajansları hem de kamuyu bilgilendirme, araştırma ve stratejik planlamaya dayanmayan iletişim programlarını tanımlamaktadır. Üçüncü model olan iki yönlü asimetrik model, daha karmaşık bir modeldir; araştırma, kamuoyunu kurumun istediği gibi davranmaya ikna etme olasılığı en yüksek olan mesajları geliştirmek için kullanılır. Sosyal psikoloji, retorik ve ikna teorileri gibi dersler önemli parçasıdır. İki yönlü simetrik model ise, araştırmaya dayanan ve çatışmayı yönetmek ve stratejik hedef kitlelerle anlayışı geliştirmek için iletişimi kullanan halkla ilişkiler çabalarını açıklamaktadır (Grunig, 1989, s. 18-19). Geçmişte halkla ilişkilerin uygulanma şeklini yansıtan bu modeller, günümüzde halkla ilişkiler eğitiminin nasıl olması gerektiği ve programın hangi dersleri barındırması gerektiğine yönelik fikir vermektedir.

Halkla ilişkiler programları hem teorik hem de uygulamalı beceriler sunarak öğrencileri halkla ilişkiler alanında profesyonel anlamda donanımlı hale getirmeyi amaçlamaktadır. Sektörün ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde öğrenciler yetiştirmek ve halkla ilişkilerin bir bilim olarak gelişmesini sağlamak temel hedefler arasındadır. Bu bakımdan halkla ilişkiler eğitimi, alana dair temel teorileri, kavramları, stratejileri ve uygulamaları konusundaki bilgiyi artırarak, bireylerin veya kuruluşların hedef kitleyle etkili iletişim kurmalarını sağlamak amacıyla verilen eğitim sürecini içermelidir.

Halkla ilişkiler eğitiminin Türkiye'de gelişmeye başladığı 1960'lı yıllardan itibaren akademisyenler, dernekler ve mesleki birliklerin müfredata ilişkin çalışmaları süreklilik göstermektedir. Özellikle Türkiye'de İletişim Eğitimi Değerlendirme Kurulu (İLEDK) 2016 yılından bu yana halkla ilişkiler eğitiminde standartların sağlanması ve eğitim kurumları tarafından nitelikli eğitim verilmesi konusunda çalışmalarını sürdürmektedir. Devlet ve vakıf üniversitelerinde halkla ilişkiler eğitimi veren programların eğitim süreçlerine dair kanıt sunmaları ve akredite olmaları eğitim kalitelerini kanıtlamada önemli bir faktördür.

Bu çalışma kapsamında Türkiye'de İLEDK tarafından akredite olan halkla ilişkiler ve tanıtım programlarının müfredatlarının incelenmesi, mevcut halkla ilişkiler eğitiminin nasıl olduğuna ilişkin durum tespiti yapmak ve İLEDK'nın iletişim alanı ve programa özgü ölçütlerini programların hangi derslerle karşıladıklarını öğrenmek açısından önem taşımaktadır.

### 1. Halkla İlişkiler Eğitimi

Halkla ilişkiler eğitimi, halkla ilişkiler mesleğinin profesyonel standartlara ulaşması ve yürütülmesinde önemli bir role sahiptir. Uygulayıcılarının her türlü halkla ilişkiler etkinliğinin görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesi için gerekli olan bilgi, beceri ve yetkinlik kazanmasının temel aracı olarak işlev görmektedir (Grunig, 2005, s. 463). Halkla ilişkiler eğitiminin üniversite düzeyinde ilk geliştiği ülke olan ABD'de 1920'lerden beri kursların devam ettiği ve ilk tanıtım kurslarının Illinois ve Indiana Üniversitesi'nde verildiği görülmektedir. İlk halkla ilişkiler dersi New York Üniversitesi Ticaret, Muhasebe ve Finans Okulu'nun gazetecilik bölümünde Edward Bernays tarafından seçmeli ders olarak verilmiştir. Halkla ilişkiler dersleri gazetecilik yeterliliklerinin bir parçası olma eğilimindedir ve öğrencilerin tercih yaparak halkla ilişkiler konusunda uzmanlaşabildikleri bir alan sunmaktadır (Cutlip vd., 2006, s. 150).

1945'te Alfred McClung Lee yalnızca 21 üniversitenin halkla ilişkiler alanında ders verdiğini bildirmiş; iki yıl sonra bu sayı 30'a yükselmiştir (Lee, 1947). 1947'de Boston Üniversitesi Halkla İlişkiler Okulu açmış, Maryland Üniversitesi ise 1949'da Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Bölümü kurduğunu bildirmiştir. 1950'lerde halkla ilişkiler derslerinin çoğu gazetecilik, işletme yönetimi veya eğitim okullarında verilmektedir (Cutlip ve Center, 1958, s. 429-430). Bernays 1920'lerde halkla ilişkileri bir sosyal bilim disiplini olarak kurmaya çalışsa da halkla ilişkiler uygulayıcılarının çoğu gazetecilik tecrübesi edindikten sonra bu alana girmiştir. Böylece akademik alan doğal olarak gazeteciliğin bir alt disiplini olarak gelişmiştir. Gazetecilik eğitimcileri sıklıkla mezunlarının çoğunun sonunda halkla ilişkiler alanında çalıştığını kabul etmişlerdir. Sonuç olarak gazetecilik okulları, gazetecilik öğrencilerine halkla ilişkiler alanındaki temel dersleri vermiştir (Grunig, 1989, s. 15). Bu uygulamalar sektörde halkla ilişkiler mesleğini üstlenen uygulayıcıların temelde gazetecilik kökenli olmalarına sebep olmuştur. Her iki meslek tarihsel olarak birbiriyle yakından ilişki halinde olarak sektördeki profesyonel pratiklerini yürütmektedir.

1981 yılında Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu, lisans ve lisansüstü derslerin içeriğinin kitle iletişimini, halkla ilişkiler teorilerini, medya ilişkileri tekniklerini, araştırma metodolojisini, vaka çalışmalarını, işe yerleştirmeleri ve halkla ilişkiler yönetimini içermesi gerektiğini tavsiye etmiştir. 1897'de IPRA listeye etik,

hukuk ve değerlendirme başlıklarını eklemiştir. Bu, Amerika Halkla İlişkiler Derneği (PRSA) tarafından 1999 yılında kurulan, lisans ve lisansüstü derslerde yer alması gereken bilgi ve becerileri inceleyen Halkla İlişkiler Eğitim Komisyonu'nun çalışmasıyla güncellenmiştir. İşletme bağlamı, finans, iletişim teorisi ve uygulamada denetimli işe yerleştirme, lisans aşamasında önemli hissedilmiş ve lisansüstü düzeyde de yönetim bilimi ve araştırma tasarımına ağırlık verilmiştir (Theaker, 2012, s. 90).

Dünyada halkla ilişkiler eğitiminin uzun yıllar üniversitelerde ve kolejlerde geliştiği görülmektedir. Ne var ki, bir koordinasyonun sağlanmasında yakın zamana kadar oldukça az çaba gösterilmiştir. Eğitim standartlarında uygunluk ve uyumun sağlanması çok istenmekle birlikte bu konuda görüş birliğine de varılmıştır (Black, 1998, s. 9). Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IPRA), 1990 yılında Halkla İlişkiler eğitimi için yayınladığı kılavuzda, halkla ilişkiler derslerinin, alanın hem akademik hem de profesyonel yönleri hakkında sağlam bir deneyime ve anlayışa sahip kişiler tarafından verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Kılavuzda önerilen “Eğitim Çarkı” modeline göre halkla ilişkiler eğitimi yalnızca alan derslerinden değil, iletişim bilimleri ve alanla bağlantılı diğer disiplinlerden de yararlanmalıdır. Modele göre müfredat, iç içe eş merkezli üç daire dizisi olarak resmedilebilir. En temelde halkla ilişkiler uygulamasıyla ilgili konuları, onu çevreleyen ikinci daire içerisinde genel iletişim alanındaki konuları, en dışarda olan üçüncü ve en büyük daire ise genel sanatlar ve beşerî bilimleri temsil etmektedir (Gold Paper, 1990, s. 2). En küçük dairedeki temel dersler halkla ilişkiler eğitiminin en temel ilgi alanlarıdır. Halkla ilişkiler kuramı, tarihi, uygulama alanlarına ilişkin bilimsel ve mesleki literatüre giriş yapılır. Araştırmadan başlayarak kampanya planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarının tartışılması ve halkla ilişkiler kampanyalarının incelenmesi sağlanır. Halkla ilişkiler uygulamalarının yerinde incelenmesi ve deneyim kazanımı için öğrencilere staj uygulaması kazandırılır. Ortadaki daire, iletişim eğitiminin yanı sıra araştırma yöntemleri, iletişim hukuku, iletişim kuramı, sözlü iletişim, iletişim yönetimi gibi birtakım temel iletişim derslerini kapsamaktadır. Dış daire ise, halkla ilişkiler eğitime temel oluşturan sosyal bilimler, genel kültür dersleri ve beşerî bilimlerle ilgili dersleri kapsamaktadır. Aslında bu model, halkla ilişkiler öğrencisinin çalışma alanının dünya olduğunu göstermektedir. Halkla ilişkiler eğitimiyle uğraşanların kapsamlı bir eğitim vermeleri gereklidir (Sjöberg, 1998, s. 48-49). Böylelikle halkla ilişkiler öğrencilerinin daha uzmanlaşmış alan derslerinin yanı sıra sosyal bilimler ve insan çalışmaları alanlarında da geniş kapsamlı bir eğitim alması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Halkla ilişkiler eğitimi müfredatına ilişkin genel teorik görüş birliği olmasına rağmen alandaki programların amacı konusunda farklı düşünce ekolleri bulunmaktadır. Bunlardan biri, bu programların teknisyen temelli iletişim becerileri programları olması gerektiği fikridir. Diğer ise bu programların beceri yaklaşımının ötesine geçmesi ve öğrencileri danışman, yönetici, karar verici vb. rollere hazırlaması gerektiğini öne sürmektedir. Bu düşünce ekolü iletişim ve organizasyon teorisi, istatistik, araştırma metodolojisi, halkla ilişkiler yönetimi ve idaresi gibi alanlarda çalışmayı önermektedir (Gold Paper, 1990, s. 4). Öyle ki dünya genelinde halkla ilişkiler programlarının yapısı ele alındığında genel itibarıyla Amerika ve Avrupa halkla ilişkiler eğitimi birbirinden ayıran temel farklılıkların olduğu ortaya çıkmaktadır. Amerika’da öğrenci açısından eğitim başarısının çok değerli görülmediği, gazetecilikle olan geleneksel bağları nedeniyle zanaat eğitimi modelini yansıttıkları, yani öğrenmenin icraatla gerçekleşeceği ve uygulamalı derslerin temelde oldukça önemli olduğu görülmektedir. Öyle ki en iyi öğretim elemanlarının halkla ilişkiler alanıyla ilgili pratik deneyime sahip olanlar olduğu; halkla ilişkiler derslerinin akademik kariyer yapmış eğitimcilerden ziyade uygulamacılar tarafından daha iyi öğretileceği ileri sürülmektedir. Avrupa’daki halkla ilişkiler öğrencilerinin ise pratik becerilerden daha çok teorik yönelimli anlayışla eğitildikleri, programların öğrencileri ağırlıklı olarak yönetim görevleri için hazırlamalarıdır. Amerika’da eğitim daha çok öğrencileri sektörde teknik işler için etkili şekilde rekabet edecekleri becerileri kazandırmaya yönelik iken, Avrupa’da işe yerleştirmekten ziyade mezun öğrencileri bulunduğu görevde ilerletme üzerinde durmaktadır (Hazleton ve Cutbirth 1996, s. 113’ten aktaran Bakan, 2014, s. 66). Grunig’e göre (1989, s. 23) halkla ilişkiler bölümü, lisans düzeyinde öğrencileri iletişim teknisyeni olarak giriş seviyesi işler için yetiştirmeli, aynı zamanda onları halkla ilişkiler yönetimi, iletişim teorisi ve araştırma yöntemleri ve iki yönlü simetrik iletişimin etiğiyle tanıştırmalıdır. Aynı zamanda çalışan, medya, topluluk, mali veya eğitim ilişkileri gibi halkla ilişkiler programlarında bir dizi uzmanlaşmış seçmeli ders de sunacaktır. Kampanyalar, halkla ilişkiler, pazarlama iletişimi, halkla ilişkiler tarihi, etik, yazarlık ve toplumsal cinsiyet meseleleri ve perspektifleri konularında ileri düzey ders içeriği sunacaktır.

Gonçalves’e göre (2009, s. 43) müfredat içeriğinde alışıl gelmiş iki bölümlü bir yapı vardır. İlk bölüm, tüm öğrenciler için ortak olan ve liberal sanatlar (örneğin, diller, edebiyat veya tarih) ve sosyal bilimler (sosyoloji, psikoloji veya ekonomi) alanındaki içeriğe ve aynı zamanda temel içeriğe sahip disiplinler arası hazırlık dersleridir. İletişim Bilimleri alanındaki çalışmalar için (örneğin iletişim teorisi ve tarihi, iletişim hukuku ve iletişim etiği gibi) dersler bulunur. Müfredatın ikinci kısmını öğrencilerin gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık veya görsel iletişim alanlarında daha spesifik bir eğitim seçebilecekleri branşlar

oluşturmaktadır. Bu uzmanlaşma kurumdan kuruma değişir ve kültürel etkinlik yönetimi, kültürel iletişim veya etkileşimli iletişim gibi diğer içerikler de müfredatın içerisinde bulunabilir.

Halkla ilişkiler programlarının öğrencileri için vaka çalışmasına dayalı bir halkla ilişkiler etiği dersi uygulaması ve zorunlu kılınması gereklidir. Bu ders, temel halkla ilişkiler derslerinden daha yüksek bir seviyede tamamlanmalı ve öğrencilere etik bir durum deneyimini kavrama ve dönüştürme fırsatı sağlamak için gerçek çalışmalardan yararlanılmalıdır (Del Rosso vd., 2020, s. 19). Ayrıca çok kültürlülüğe, uluslararası konulara ve teknoloji kullanımına daha fazla önem vererek iletilemesi gereklidir. İlk olarak eğitim için geliştirilen modeller teori, uygulama, araştırma ve kültür alanlarını içermelidir. İkincisi, modeller müfredat genelinde etik çerçeveye uygun olmalıdır. Üçüncüsü, teknolojik gelişmeler eğitim sürecine entegre edilmelidir. Dördüncüsü, eğitim modelleri görsel okuryazarlığı ön plana çıkarmalıdır. Beşincisi, modeller halkla ilişkiler eğitiminde çok kültürlü ve uluslararası bir yaklaşımı savunmalıdır (Toth, 1999, s. 48). Bunun yanı sıra halkla ilişkilerin geleceği, giderek modern sosyal alana nüfus eden, yeni iletişim teknolojileri ve dijitalleşme olgusu tarafından de belirlenmektedir. Bu ortamlar, iletişim profesyonellerine yeni platformlar, kanallar ve içerik biçimlerini kullanma fırsatları sağlarken, aynı zamanda stratejik halkla ilişkiler uygulamalarını dijital düşünebilme imkânı sağlamıştır (Ryabicheva, 2020, s. 7). Bu bakımdan eğitim aracılığıyla dijitali halkla ilişkilerin odağında anlamlandırabilmek ve dijital dünyada rekabet edebilen halkla ilişkiler mezunları sağlayarak talebin karşılanması gerekmektedir. Dijital vatandaşlık ve sosyal medya yeterliliğini dikkate almak halkla ilişkiler uygulamalarının ana hedefini tasarlamak için zorunlu bir beceri seti olarak görülmektedir (Permatasari vd., 2023, s. 377). Bu bağlamda halkla ilişkiler müfredat programları genellikle pratik bir alan olarak etiketlendiği için öğrencilerin stajlarına ve profesyonel kariyerlerine aktarabilecekleri uygulanabilir teknik becerilerin eğitim hayatı boyunca verilmesi gerekliliği de ortaya çıkmaktadır (Del Rosso vd., 2020, s. 11).

Grunig'e göre halkla ilişkiler, araştırma yöntemleri ve teorik fikirler açısından sosyal ve davranış bilimlerine dayanmasına rağmen, aynı zamanda etiği, yazımı, sosyal sorumluluğu, hukuk ve tarihi açısından da beşerî bilimlere ve sanata güvenmektedir. Halkla ilişkiler bir bilimden, hümanist bir çalışmadan veya bir sanattan daha fazlasıdır. Hepsinin birleşimidir. Halkla ilişkiler profesyonel bir alandır; daha spesifik olarak bir iletişim mesleğidir. Halkla ilişkiler uygulayıcıları, sorunları belirlerken, kamuoyunu araştırırken, yönetime danışmanlık yaparken ve programları değerlendirirken ve ayrıca bir çalışan bülteni için basın bültenleri veya hikayeler yazarken kuruluşların iletişimlerini yönetmelerine yardımcı olmaktadır. Her durumda, yönetimin, kuruluştaki diğer kişilerin veya kuruluşun hedeflerine ulaşma yeteneğine ulaşmak amacıyla stratejik hedef kitlelerle iletişim kurmasına, anlamalarına ve çatışmaları yönetmelerini sağlar. Bu nedenle bir disiplin olarak halkla ilişkiler hem iletişimi hem de yönetimi bünyesinde barındırmaktadır (1989, s. 20). Ryabicheva'nın (2020, s. 8) da ifadesiyle halkla ilişkiler mesleği açısından çok yönlü "her işi yapabilen" olmak, kaçınılmaz olarak mesleğin hem temel bir özelliği hem de kaçınılmaz bir zorluğu haline gelecektir.

## 2. Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitimi

İlk halkla ilişkiler eğitimi 1966 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksekokulu’nda üniversite düzeyinde verilmeye başlanmıştır. Yüksekokul ilk iki yılında öğrencilere genel alan dersleri verirken son iki yılda öğrenciler Gazetecilik, Radyo Televizyon ve Halkla İlişkiler bölümlerine ayrılmaktadır. Alaeddin Asna üniversitede öğretim görevine bu okulda halkla ilişkiler dersi vererek başlamıştır. Basın Yayın Yüksek Okulu’nu İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü, Ankara Özel Başkent, İstanbul Özel Vatan Gazetecilik Okulları takip etmiş; özel okulların devletleştirilmesinin ardından İstanbul, Ankara ve İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademileri bünyesinde dört yıllık Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulları eğitime başlamıştır. Ardından ODTÜ, Anadolu ve Boğaziçi Üniversiteleri, Ankara Hukuk Fakültesi, işletme gibi programların ders müfredatına halkla ilişkiler dersi eklenmiştir (Erdoğan, 2014, s. 141; Okay ve Okay, 2018, s. 38). Halkla ilişkiler, gün geçtikçe açılan halkla ilişkiler programları ve halkla ilişkiler dersleriyle eğitim sistemine eklenmiştir.

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi genellikle üniversitelerin iletişim fakülteleri veya ilgili bölümlerinde verilmektedir. Türkiye’de 2024 yılı itibarıyla (KKTC üniversiteleri hariç) 42 devlet üniversitesinde örgün eğitim, açık ve uzaktan eğitim dahil olmak üzere 47 halkla ilişkiler programı, 29 vakıf üniversitesinde ise Türkçe ve İngilizce programlar dahil olmak üzere 31, toplamda ise 78 halkla ilişkiler programı bulunmaktadır. Devlet üniversitelerinde 35, vakıf üniversitelerinde ise 19 İletişim Fakültesi’nde halkla ilişkiler programı vardır. Devlet üniversitelerinde iletişim fakültesinin yanı sıra İşletme, Sosyal ve Beşerî Bilimler, Uygulamalı Bilimler ile Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi’nde; vakıf üniversitelerinde Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İktisadi ve İdari bilimler Fakültesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, İşletme Fakültesi’nde halkla ilişkiler programları yer almaktadır. Devlette 31 Halkla İlişkiler ve Tanıtım programı, 16

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık programı varken; vakıf üniversitelerinde 11 Halkla İlişkiler ve Tanıtım programı, 20 Halkla İlişkiler ve Reklamcılık programı bulunmaktadır (www.osym.gov.tr, 2024). Lisans programlarının yanı sıra 56 üniversitenin Meslek Yüksekokulu'nda ön lisans halkla ilişkiler programı bulunmaktadır (yokatlas.yok.gov.tr, 2024).

Üniversitelerdeki teorik ve uygulamalı ders yoğunluğuna bakıldığında, devlet üniversitelerinde halkla ilişkiler programlarında teorik derslerin ağırlığı %76-%85 arasında yer alırken, vakıf üniversitelerinde bu oranın %63-%88 arasında olduğu görülmektedir. Vakıf üniversitelerinde uygulamalı eğitime ve sektörün beklentilerine devlet üniversitelerinden daha fazla ağırlık verildiği ve üniversiteler arasında bir denge olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır (Becerikli 2004'ten aktaran Solmaz vd., 2017, s. 258). Her ne kadar üzerinden çeyrek asır geçmesine rağmen bu dağılım varlığını günümüzde de sürdürmektedir. Üniversitelerde uygulamalı eğitim daha çok bünyesindeki akademik personelin niteliği, geçmiş deneyimleri ve sektör bağlantılarına dayalı gelişmektedir. Bu sayede öğrencilere yalnızca teorik bilgi aktarmak yerine uygulama yapabilecekleri bir alan yaratmak ve öğrencileri halkla ilişkiler atölyelerine dahil etmek onları sektöre bir adım daha hazırlamaktadır.

Türkiye'de lisans düzeyinde verilen halkla ilişkiler eğitiminin genel yapısına bakıldığında, halkla ilişkiler programları için eğitimin IPRA yayınlarında önerilen temel eğitim başlıklarıyla (siyaset, ekonomi, istatistik, hukuk, etik gibi) uyumlu olduğu ve halkla ilişkiler profesyonellerinin çok yönlü eğitilmesi gerekliliğine yanıt verdiği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca üniversitelerde halkla ilişkilerde teori ve uygulamaya yönelik derslerin genel kültür ve iletişim alanı derslerinden daha az yer aldığı da temel bulgular arasında yer almaktadır (Canpolat, 2013, s. 139). Benzer şekilde halkla ilişkiler eğitiminin iletişim, toplum bilimleri, yönetim bilimleri ve sanat/yaratıcılık olmak üzere dört temel boyutu olduğunu ve ders müfredatlarının buna göre oluşturulması gerektiğini ileri süren Van het Hof ve Tuncer (2011, s. 142) Türkiye'deki halkla ilişkiler eğitiminin Amerika ve Avrupa'dakine kıyasla iletişim ağırlıklı olduğunu, çağdaş anlamda halkla ilişkiler stratejisti yetiştirmek olan bölümlerde daha fazla yönetim bilimleri derslerinin olması gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Akademi ve sektör arasındaki iletişimsizlik ve uyumsuzluğun ders içeriklerine de yansıdığı ve ileride yapılacak akreditasyon çalışmalarıyla bu çözümün yakalanması gerektiği, halkla ilişkiler eğitiminde yaratıcılığı geliştirecek derslerin daha fazla gelişmesi gerektiği öne çıkmaktadır.

Halkla ilişkiler eğitiminde müfredat ve uygulamaları Türk ve Amerikan üniversiteleri üzerinden inceleyen Vural ve Yurdakul ise (2004, s. 264-265) ülkemizde tekniğe dayalı iletişim yeteneklerinden daha çok öğrencileri ağırlıklı olarak danışman, yönetici ve karar alıcı gibi rollere hazırlamak amacıyla müfredatların hazırlandığı, bu eğilimle birlikte Türk üniversitelerindeki halkla ilişkiler programlarının tekniğe dayalı iletişim yeteneklerinin geliştirilmesinde daha zayıf kaldığı görülmektedir. Türkiye'deki üniversitelerin kendi içlerinde ders müfredatında çok fazla ortaklık sağlamadığı, özellikle ara eleman ihtiyacı ve sektörel çeşitliliğe yanıt oluşturacak nitelikte olmadığı ileri sürülmektedir.

Türkiye'deki halkla ilişkiler eğitimiyle alakalı çeşitli sorun ve kaygılara bakıldığında, son dönemde iletişim fakültesi ve halkla ilişkiler programlarının sayısı artması ve niteliksel anlamda belli bir standardı yakalayamaması en başta gelmektedir. Ders programları, eğitim veren akademik personel ve teorik bilginin uygulamaya geçirilmesinde yaşanan sıkıntılar diğer yaşanan sorunlar arasındadır. Bu bağlamda mesleki örgütlerin bu temel sorunlar konusunda yaptığı veya yapacağı çalışmaların göz ardı edilmemesi ve desteklenmesi gerekmektedir (Canpolat, 2013, s. 142). TÜHİD ve İDA'nın iletişim ve halkla ilişkiler sektörünün gelişimine yönelik ilgili paydaşların algılarını ve beklentilerini anlamak amacıyla iletişim yöneticileri, çalışanlar, medya mensupları ve akademisyenlerle yapılan görüşmelerden yola çıkarak hazırladığı İletişim Hizmetleri Algılama Araştırması'na göre (2009) halkla ilişkiler eğitiminde üniversite sektör iş birliklerinin geliştirilmesi, uygulama derslerin ağırlığının artırılması, uzmanlaşmaya yönelik derslerin artırılması, gündem takibi ve yorumlama becerilerinin geliştirilmesi, yabancı dil ve genel kültür eksikliklerinin giderilmesi ve eğitim devam ederken stajın yapılması gerektiği gibi tüm paydaşların fikir birliğine vardığı konular sıralanmıştır.

Sektördeki kuruluşlar ile halkla ilişkiler ajansları Türkiye'deki üniversitelerde verilen eğitimde özellikle uygulama bilgisi anlamında öğrencilerin yetersiz kaldığını, öğrencilerin daha fazla uygulama yapabilecekleri bir yapının sunulması gerekliliğini ileri sürmektedir. Özellikle sektördeki kurumlar ile birlikte hareket ederek gerek projeler gerek iş birlikleri yapılmasıyla nitelikli uygulayıcıların yetiştirileceği öne çıkmaktadır. Bu bağlamda özellikle uygulamalı derslerde sektör tecrübesi olan profesyonellerden yararlanılması, meslek üzerine sektörel söyleşi ve seminerlerin düzenlenmesi, öğrencilerin staj programlarına yönlendirilmesi gibi faaliyetlerle öğrenciler sektöre daha kolay hazırlanabilmektedir (Özcan vd., 2020, s. 51-52). Özellikle halkla ilişkilerin her uygulama alanının bir ders niteliği taşıdığı düşünüldüğünde kurumsal sosyal sorumluluktan etkinlik yönetimi, kriz ve itibar yönetimine kadar teorik ve uygulamalı eğitim anlayışının

öğrencilere aktarılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte halkla ilişkilerin son yıllarda meydana gelen teknolojik gelişmelerden oldukça etkilendiği ve ders müfredatlarının güncel gelişmeler ve sektörün beklentileri doğrultusunda geliştirilmesi gerektiği öne sürülmektedir. Örneğin halkla ilişkiler lisans eğitiminde dijitalleşme olgusunu tartışan, 31 üniversitede bulunan halkla ilişkiler ve tanıtım programlarının ders müfredatını inceleyen Polat (2023), halkla ilişkiler eğitiminde dijitalleşme ağırlıklı derslerin çoğunluklu olarak seçmeli ders olarak ve teorik tabanlı konumlandığını, eğitimde dijitalleşme eğiliminin oldukça zayıf olduğunu ortaya çıkarmıştır. Geleceğin halkla ilişkiler profesyonellerinin dijital yeterliliklerinin sağlanmasında yapay zekâ, metaverse, büyük veri gibi derslerin müfredata eklenmesi, derslerin zorunlu ve uygulamalı olarak okutulması gerekliliği ileri sürülmektedir.

Halkla ilişkiler eğitimine ilişkin geçmişten bugüne dünyada ve ülkemizde pek çok faaliyetin üstlenildiği, müfredatın nasıl olması gerektiği ve güncel gelişmelerin nasıl eklenmesi gerektiğine ilişkin yapılan çalışmalar sürekliliğini korumaktadır. Bu çalışmalar nitelikli eğitim anlayışı ve uygun müfredata ilişkin destekleyici niteliktedir. Bunun yanı sıra halkla ilişkiler eğitiminde kalitenin sağlanmasına yönelik denetleyici bir etken olan akreditasyon faaliyetleri ise müfredatların güncellenmesinde temel aktör konumundadır.

### 3. Halkla İlişkiler Bölümlerinin Akreditasyonu

Akreditasyon, eğitim programlarının tanımlanmış kalite standartlarını karşılayıp karşılamadığını belirlemek için yapılan bir inceleme süreci olarak birçok akademisyen ve uygulayıcı tarafından halkla ilişkiler programlarının profesyonelliğini artırmanın bir yolu olarak görülmektedir. Akredite bir program olmak, yöneticilere ve öğretim üyelerine programın başarıları ve başarısızlıkları üzerinde düşünme, kendisini diğer programlarla karşılaştırma ve öğrencilerinin sektör çalışmalarına hazır olup olmadıklarını değerlendirme imkânı sunmaktadır.

Bir yükseköğrenim kurumunun kalitesi, kurumsal performansın ve kaliteli eğitimin bir göstergesi olarak kabul edilmekte ve üniversiteler kurum/program kalitesini onaylamak için çeşitli kalite güvence yöntemleri uygulamaktadır (Knight, 2007, s.139). Akreditasyon ise eğitim kalitesini iyileştirmek için gerekli bir başlangıç ve itici bir güç olarak en çok tercih edilen yöntemlerden biridir (Kohler, 2003, s. 318). Akreditasyon, üniversiteler için hem bir kalite güvencesi hem de hesap verebilirlik mekanizması olarak hizmet etmektedir. Genel olarak üçüncül eğitim sağlayıcıları tarafından desteklenen gönüllü bir öz düzenleme ve inceleme süreci olarak işleve sahiptir. Kurumun felsefesini, hedeflerini, programlarını, alt yapısını, kaynaklarını ve mali uygulanabilirliğini incelemektedir. Akreditasyon belgesine sahip olmak için kanıtların toplanması ve denetleyiciler tarafından değerlendirme sürecinin geçirilmesi gerekmektedir (Garfolo ve L’Huillier 2015, s. 151). Akreditasyon sertifikası bir kez elde edildikten sonra ise kalıcı değildir, eğitim programının kalitesinin korunduğundan emin olmak için periyodik olarak yenilenmesi gerekmektedir.

Akreditasyon faaliyetlerinin kurumlara itibar kattığı, programlara güvenilirlik sağladığı, eğitim öğretimde yenilikçi yaklaşımların kullanıldığı, öğrencileri hem programa hem de derslere çektiğiyle alakalı görüş temel geçerliliğe sahiptir. Bununla birlikte akredite programların akredite olmayan programlara göre daha nitelikli bir müfredata sahip olması ve kurumların kendi eksiklerini görmelerine fırsat tanıyarak öz değerlendirme imkânı yaratması akreditasyonu daha işlevli kılmaktadır (Kaygusuz, 2023, s. 132). Akreditasyondan yana olanların çoğu bunu çoğunlukla ‘itibar artışı’ olarak görürken (Blom vd, 2019, s. 1462) akreditasyon, yükseköğretim kurumlarının yalnızca kalite standartlarına ulaşmasını ve bu standartları korumasını değil, aynı zamanda öğrencileri çekmesini de sağlamaktadır (Dill, 2007, s. 9). Başarılı öğrenme ve kurumlar arası kredi transferi için kriterler belirlemek, kalite kriterlerini karşılayan kurumları belirlemek, mezunların eğitim kalitesini güvence altına almak ve bir kurumun sürekli iyileştirme kültürünü sağlamak akreditasyonun kurumlara olan katkıları olarak sayılabilmektedir (Garfolo ve L’Huillier, 2015, s. 151).

Akredite olan ve olmayan programlar arasında eğitim kalitesi açısından önemli farklılıklar bulunmaktadır. Akredite olmayan programlar eğitim programı açıklamaları, müfredatlar ve kaynakların eksikliği gibi nedenlerle eğitim standartlarını karşılamamaktadır (Gersamia ve Freedman, 2017, s. 331-332). Bu kapsamda akreditasyon çalışmalarının etkili şekilde gerçekleşmesi için öğretim üyeleri ve yöneticilerin akademik programların kalitesini topluca değerlendirdiği ve iyileştirmeler yaptığı iç süreçlerin güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle akreditasyon kuruluşlarının rolü, hem kurumun kendi iç kalite güvence politikalarının ve prosedürlerinin sağlamlığını hem de iç sürecin somut iyileştirmelere yol açıp açmadığını denetlemektir (Dill vd. 1996, s. 3).

Dünya’da Amerika Halkla İlişkiler Topluluğu (PRSA), 1964 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde akreditasyon programına başlamıştır. Program mesleki yeterlilik iddia etmekte, mesleki uzmanlığın yanı sıra kişisel ve mesleki bağlılık ve değerleri iletmektedir. İlerici halkla ilişkiler sektörü uygulamalarını ve yüksek

standartları yansıtmaktadır. Uzun yıllar sürece rehberlik ve uzmanlık sağlayacak yetenekli ve deneyimli bir mentör ağı sunmaktadır (accreditation.prsa.org, 2024). Amerika’da halkla ilişkiler programlarına sahip okullar ve bölümler Gazetecilik ve Kitle İletişiminde Eğitim Akreditasyon Konseyi (ACEJMC) ile akreditasyon veya Amerika Halkla İlişkiler Topluluğu (PRSA) aracılığıyla sertifikasyon almaktadır. Gazetecilik ve ACEJMC üniversitelerdeki profesyonel gazetecilik ve kitle iletişim programlarının değerlendirilmesinden sorumlu kurumdur. 2024 yılı itibariyle ACEJMC tarafından akredite edilmiş 120 okul bulunmaktadır. Halkla ilişkiler programı bulunduran okullar da listeye dahildir (ACEJMC, 2024).

ACEJMC, programları akredite etmede akreditasyon için dokuz temel standardı özetlemektedir. Bunlar, 1. Misyon, yönetim ve idare; 2. Müfredat ve öğretim; 3. Çeşitlilik ve kapsayıcılık; 4. Tam zamanlı ve yarı zamanlı öğretim üyeleri; 5. Araştırma, yaratıcı ve profesyonel hizmeti içeren burs; 6. Öğrenci hizmetleri; 7. Kaynaklar, tesisler ve ekipmanlar; 8. Mesleki ve kamu hizmeti; 9. Öğrenme çıktılarının değerlendirilmesidir. Bu standartlar, akreditasyon sürecinde programların nasıl değerlendirileceğine ilişkin değerlendirme tablosunu sağlarlar. Akreditasyon süreci her altı yılda bir gerçekleşir ve akreditasyon ekibi saha ziyareti gerçekleştirilmeden önce programlar kendi kendine çalışmayı tamamlar. Bireysel çalışma ve saha ziyaretinin ardından, ulusal akreditasyon komitesi materyalleri ve oyları inceler ve ardından ulusal akreditasyon konseyi nihai eylemi gerçekleştirir. 1989 yılında Amerika Halkla İlişkiler Derneği, eğitim işleri komitesi aracılığıyla halkla ilişkiler programları için bir sertifikasyon oluşturmuştur. ACEJMC sürecine benzer şekilde Halkla İlişkiler Eğitiminde PRSA Sertifikası (CEPR), programların bir öz değerlendirme sunmasını ve ardından iki PRSA üyesiyle saha ziyareti yapmasını gerektirmektedir. CEPR, müfredat analizini de içeren sekiz standart tanımlar: Fakülte; kaynaklar, ekipman ve tesisler; öğrenciler; değerlendirme; mesleki bağlantılar; birim ve üniversite ile ilişkiler; ve çeşitlilik ve küresel halkla ilişkilere ilişkin bakış açılarıdır (Del Rosso vd., 2020, s. 8-9). Her iki akreditasyon yapısı, profesyonel ve kamu hizmetine (ACEJMC) ve müfredata, çeşitliliğe ve küresel perspektiflere (CEPR) atfedilen önemli bir bileşendir.

Türkiye’de ise İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD) çatısı altında faaliyetlerini 2016 yılından bu yana sürdüren İletişim Eğitim Değerlendirme Akreditasyon Kurulu (İLEDK), iletişim eğitimi programları için akreditasyon, değerlendirme ve bilgilendirme çalışmaları yaparak iletişim eğitiminin kalitesinin yükselmesine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, iletişim programlarında güncel gelişmeleri takip eden, iyi eğitilmiş, nitelikli iletişimcilerin yetiştirilmesi ve bu sayede toplumun bilinçlendirilmesini temel ilke edinmiştir (İLEDK, 2024).

İLEDK tarafından yürütülen akreditasyon sürecinde nihai karar, İLAD Yönetim Kurulu tarafından alınmaktadır. Böylelikle 2019 yılında Türkiye’de İLEDK tarafından akredite edilen 4 üniversitenin 10 programı (6’sı halkla ilişkiler programı) ilk İLAD akreditasyon belgesini almıştır (Atabek, 2023, s. 113). Güncel görünümde ise, 2024 yılı itibariyle 36 üniversiteden farklı disiplinlerdeki 85 program akreditasyon sertifikasına sahiptir. Aşağıdaki tabloda da belirtildiği üzere akredite edilen 26 halkla ilişkiler programından 24 programın akreditasyon geçerlilik süresi devam etmektedir. Programlardan 9’u ilk defa akreditasyon sertifikası alırken, 11’i ara değerlendirme sonrasında akreditasyon süresini uzatmış, 4 program ise yeniden genel değerlendirmeye tabii olarak daha önceden almış olduğu akreditasyon süresini beş yıla tamamlamıştır. Türkiye’de akredite olan halkla ilişkiler programlarının listesi güncel olarak İLEDK’nın web sayfasında sıralanmaktadır. (İLEDK, <https://iledak.ilad.org.tr/akreditasyon/akredite-programlar> , 2024).

İLEDK öz değerlendirme dosyasında öğrenciler, eğitim ve öğretim çıktıları, öğretim kadrosu, alt yapı, kurum desteği ve finansal kaynaklar gibi çeşitli ölçütler akreditasyon standartları olarak başlıklandırılmaktadır. Müfredata ilişkin kazanımlar öz değerlendirme dosyasında iki ayrı ölçüt altında değerlendirilmektedir. İletişim alanı öğretim çıktıları (Ölçüt 3) ve programa özgü ölçütler (Ölçüt 10) öğrencilerin programdan mezun oluncaya kadar edinmeleri gereken bilgi, beceri ve yetkinlikleri sağlamalarını; gerek iletişim alanı gerek programa özgü ders nitelikleri ile öğretim amaçlarına ulaşmayı amaçlamaktadır. Değerlendirme için başvuruda bulunan programlar, belirtilen kazanımları yerine getirdiğini kanıtlamakla yükümlüdür. İletişim alanı kazanımları ile halkla ilişkiler ve tanıtım programına özgü ölçütler Tablo 1 ve Tablo 2’te sunulmaktadır.

#### 4. Amaç ve Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde İLEDK tarafından yeniden genel değerlendirme ile ikinci kez beş sene akredite olan halkla ilişkiler ve tanıtım programlarının müfredatları üzerine yapılan araştırmanın yöntemi, örnekleme ve elde edilen bulguların değerlendirmesine ilişkin bilgilere yer verilmektedir.



#### 4.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, İLEDİAK tarafından yeniden genel değerlendirme ile ikinci kez beş sene akredite olan (toplam 10 sene) halkla ilişkiler ve tanıtım programlarının müfredatlarını inceleyerek, İLEDİAK'ın iletişim alanı ve programa özgü ölçütlerini hangi derslerle karşıladıklarını ve program müfredatlarının birbirleriyle benzeştiği ve ayrıştığı yönleri ortaya koymaktır.

Akredite edilmiş bir programın müfredatı, İletişim Eğitim Değerlendirme Akreditasyon Kurulu (İLEDİAK) tarafından belirtilen iletişim alanı kazanımları ve programa özgü ölçütleri karşılamak zorundadır. Değerlendirilen programlar sundukları özdeğerlendirme raporlarında Ölçüt 5 – Öğretim Programı (müfredat) kısmında söz konusu ölçütleri programlarda hangi derslerle sağladıklarını açıklamak durumundadır. Burada öğretim programında yer alan her bir ders program öğretim amaçları ve program kazanımlarına bileşenlerine katkı sağlamalıdır.

Bu çalışmada üç temel araştırma sorusu bulunmaktadır:

1. İLEDİAK'ın ölçüt olarak sunduğu iletişim alanı kazanımlarını müfredatları incelenen üç üniversite hangi derslerle öğrencilere kazandırmaktadır?
2. İLEDİAK'ın halkla ilişkiler ve tanıtım programına özgü ölçütlerini müfredatları incelenen üç üniversite hangi derslerle öğrencilere kazandırmaktadır?
3. Söz konusu üç üniversitenin müfredatları bulunan dersler arasında ne tür benzerlik ve/veya farklılıklar bulunmaktadır?

Bu çalışma sonucunda İLEDİAK ölçütlerini sağlamak için ideal bir müfredat önerisi ortaya koymak amaçlanmaktadır. Ulusal literatürde halkla ilişkiler ve tanıtım programlarının müfredatlarına ilişkin çalışmaların güncelliğini yitirdiği ve müfredat konusunda akreditasyon çalışmalarına yönelik araştırmaların var olmadığı görülmüştür. Bu durum çalışmaya özgünlük kazandırmaktadır. Ayrıca çalışmanın akreditasyon almak için hazırlanan halkla ilişkiler ve tanıtım programlarına rehberlik etmesi ve literatüre katkıda bulunması amaçlanmaktadır.

#### 4.2. Çalışmanın Evren ve Örneklemi

Bu çalışmanın evrenini İLEDİAK tarafından akredite edilen ve akreditasyon geçerlilik süresi devam eden 24 halkla ilişkiler lisans programı oluşturmaktadır. Ancak her programın müfredatına ulaşmak zaman ve imkân bakımından mümkün olmadığı için örneklemeye gidilmiş, yeniden genel değerlendirmeye daha öncesinde almış olduğu akreditasyon süresini ikinci kez beş yıla tamamlayan Halkla İlişkiler ve Tanıtım programları seçilmiştir.

Yapılan çalışmalar (Bishop, 2004; Saunders, 2007) yeniden akredite olan bir kurumda akreditasyonun program kalitesine önemli katkı sağladığı; kurumsal gelişim ve bir bütün olarak sürekli iyileştirmenin teşviki açısından daha etkili olduğunu göstermiştir. Bu doğrultuda çalışmanın örneklemi İLEDİAK tarafından yeniden genel değerlendirme ile beş sene akredite olan (toplamda 10 sene) Ankara Üniversitesi, Bahçeşehir Üniversitesi ve İstanbul Aydın Üniversitesi'nin Halkla ilişkiler ve Tanıtım programları (Çalışmada bu programlardan kısaca üniversite adıyla bahsedilecektir) oluşturmaktadır. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık programlarının müfredata ilişkin temel ölçütleri ve kazanımlarının farklı olmasından dolayı bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

#### 4.3. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, insanların sözlü ve yazılı ifadelerinin nicel olarak değerlendirilmesi ve sayısallaştırılması sürecidir. Bu yöntem metinlerin ve konuşmaların belirli kategorilere ayrılmasını ve bu kategorilerin ne sıklıkla kullanıldığının incelenmesini temel almaktadır (Simon ve Burstein, 1985). Ayrıca içerik analizi, içeriği tarafsız, sistematik ve sayısal bir şekilde inceleyerek genel çıkarımlar yapmayı sağlayan ve kanıtlanabilir bulgular elde etmeye yönelik kapsamlı bir araştırma tekniğidir (Neuendorf, 2002). Bu çalışma kapsamında ele alınan üniversitelerin ilgili programlarının web sitelerinde yer alan 2024-2025 eğitim öğretim yılı müfredatları 10.10. 2024 – 31.10.2024 tarihleri arasında içerik analizi yöntemiyle incelenmiş olup elde edilen bulgular aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

#### 4.4. Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi

İLEDAK'ın Özdeğerlendirme Raporu'nda (sürüm 2.3) yer alan kriterlere göre akreditasyona başvuracak olan programlar şu koşulları sağlamalıdır:

- Ölçüt 5-öğretim programında müfredatın %25'i alanına uygun temel öğretim derslerinden oluşmalıdır. Bu dersler sosyoloji, araştırma yöntemleri, istatistik, hukuk, felsefe, güzel sanatlar, ekonomi vb. gibi öğrenciye akademik yetkinlik kazandıracak temel derslerden oluşmalıdır.
- Müfredatın en az %37,5'ini kapsaması gereken alana uygun öğretim kategorisinin ise, genellikle 2. sınıfta başlayan ve üst sınıflarda yoğunlaşan derslerle karşılanmalıdır.
- Müfredatın %25'ini ise seçmeli dersler (alan içi/dışı) oluşturmalıdır.
- Kalan %12,5 luk kısım ise YÖK zorunlu dersler ve diğer derslere ayrılmıştır (<https://iledak.ilad.org.tr>, 2024).

Örnekleme oluşturan programların seçmeli ders havuzları incelendiğinde havuzların fakülteye özgü derslerden oluşturulmadığı ve üniversitelerin tüm dersleri aynı havuza koyduğu görülmektedir. Örneğin, Ankara Üniversitesi'nde 3. ve 4. yarıyıl HIL278 Halkla İlişkiler Stratejileri dersi ile YBUS1007 Hintçe dersi aynı havuzda yer almaktadır. Listede yer alan yüzlerce ders arasından hangisinin açılıp açılmadığı tespit edilemediğinden ve öğrencilerin transkriptlerine ulaşamadığından seçmeli dersler bu araştırmanın dışında tutulmuştur. Ayrıca seçmeli dersler iletişim alanı kazanımlarını elde etmesi gereken program öğrencilerinin tamamı tarafından alınmamaktadır. Bu durum kazanımların tüm öğrencilere kazandırılması konusunda eksikliğe yol açmaktadır. Dolayısıyla araştırma kapsamında sadece zorunlu dersler ve ders içerikleri incelenmiştir.

İLEDAK'ın Özdeğerlendirme Raporu sürüm 2.3'e göre İLAD İletişim Alanı Kazanımlarını söz konusu programların hangi derslerle karşıladıklarını öğrenmek amacıyla her kazanım müfredattaki zorunlu dersler bağlamında incelenmiş, aşağıdaki tablolar oluşturulmuştur.



**Tablo 1. Üniversiteler ve İletişim Alanı Kazanımları Ders Eşleşmesi**

| İLAD İletişim Alanı Kazanımları                                                                                                                                                                    | İstanbul Aydın Üniversitesi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Ankara Üniversitesi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Bahçeşehir Üniversitesi                                                                                                                                                                                                                                    | Ortak                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 3.1 İletişim alanı ve programlarıyla ilgili sosyal ve kültürel konularda disiplinlerarası yeterli bilgi birikimine ve bu bilgiyi programın kapsadığı alanlarda kullanabilme becerisine sahip olma. | ILF131 İletişim Sosyolojisi<br>ILF132 İletişim ve Felsefe<br>ILF232 Siyasal İletişim<br>ILF231 İletişim Tarihi<br>PSR 193 Siyasetin Temel Kavramları<br>ILF111 İletişim Bilimine Giriş<br>HUK161 Hukukun Temel Kavramları<br>EKO297 Genel Ekonomi<br>HUK221 İletişim Hukuku ve Fikri Haklar<br>ILF235 İletişimde Araştırma Yöntemleri<br>ILF222 Sosyal Psikoloji<br>ILF226 İletişim Kuramları | İLE123 Uygarlık Tarihi<br>İLE212 Sosyolojiye Giriş<br>ILT107 İletişimin Temel Kavramları<br>İLT209 İletişim Tarihi<br>İLE304 Kişilerarası İletişim<br>İLT309 İletişim Kuramları I<br>İLT310 İletişim Kuramları II<br>İLE128 Hukuka Giriş<br>İLE132 Siyaset Bilimi<br>İLE136 Siyasi Tarih<br>İLE140 Güncel Sosyolojik Çalışmalar<br>İLE221 Sosyal Bilim Felsefesi<br>İLE251 Siyasal Düşünceler ve Rejimler<br>İLE224 İktisat<br>İLE256 Araştırma Yöntemleri,<br>İLE258 Anayasa<br>ETK301 Bilimsel Kültürel ve Sosyal Etkinlikler<br>İLE317 Sosyal Politika<br>İLE323 Türkiye siyasal Hayatı ve Kurumları<br>İLE349 Sosyal Psikoloji<br>İLT320 Siyasal İletişim | VCD1112 Sanat, Kültür ve Toplum<br>SOC1053 Sosyoloji<br>PSY1004 Psikolojinin Temelleri<br>ADV1621 İşletme Stratejileri ve Ekonomi<br>PRL2517 Toplum, Kamusal Katılım ve Etik<br>PRL2525 Sosyal Bilimlerde Araştırma<br>PRL11 Medya ve İletişim Teorileri I | <b>Sosyoloji<br/>Araştırma<br/>Yöntemleri<br/>Psikoloji</b>             |
| 3.2 Bilimsel, toplumsal, ekonomik, yasal, siyasal gelişmeler vb. konularda bilgi sahibi olma.                                                                                                      | ILF131 İletişim Sosyolojisi<br>ILF132 İletişim ve Felsefe<br>ILF232 Siyasal İletişim<br>PSR 193 Siyasetin Temel Kavramları<br>HUK161 Hukukun Temel Kavramları<br>EKO297 Genel Ekonomi<br>HUK221 İletişim Hukuku ve Fikri Haklar<br>ILF235 İletişimde Araştırma Yöntemleri<br>ILF222 Sosyal Psikoloji<br>ILF226 İletişim Kuramları                                                             | İLE123 Uygarlık Tarihi<br>İLE212 Sosyolojiye Giriş<br>İLE210 Siyasi Tarih<br>İLE132 Siyaset Bilimi<br>İLE130 Güncel Sosyolojik Tartışmalar<br>İLE251 Siyasal Düşünceler ve Rejimler<br>İLE224 İktisat<br>İLE349 Sosyal Psikoloji<br>ETK301 Bilimsel Kültürel ve Sosyal Etkinlikler<br>İLE305 Türkiye Siyasal Hayatı ve Kurumları<br>İLE304 Türkiye'nin Yönetim Yapısı<br>İLE316 Siyasal İletişim                                                                                                                                                                                                                                                              | VCD1112 Sanat, Kültür ve Toplum<br>SOC1053 Sosyoloji<br>PSY1004 Psikolojinin Temelleri<br>ADV1621 İşletme Stratejileri ve Ekonomi<br>PRL2517 Toplum, Kamusal Katılım ve Etik<br>PRL2525 Sosyal Bilimlerde Araştırma                                        | <b>Sosyoloji<br/>Araştırma<br/>Yöntemleri<br/>Psikoloji<br/>Ekonomi</b> |



|                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.3 Yaratıcı ve eleştirel yaklaşımla, alanına özgü araştırma, planlama, ürüne dönüştürme, uygulama becerisine sahip olma. | ILF235 İletişimde Araştırma Yöntemleri<br>HAT222 Halkla İlişkiler Yazarlığı<br>HAT327 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama<br>HAT326 Medya Planlama<br>HAT312 Medya Analizi ve Veri Okuma<br>ILF411 Bitirme Projesi<br>HAT226 İmaj Yönetimi<br>ILF411 Bitirme Projesi<br>Yerinde Uygulama I- II-III<br>HAT480 Kamuoyu Araştırmaları | ILT238 Yeni Medya Uygulamaları<br>HİL340 Halkla İlişkiler Plan ve Uygulama<br>İLT448 Mezuniyet Tezi / Mezuniyet Projesi<br>ILT450 Staj<br>HİL425 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar<br>HİL342 Halkla İlişkiler Plan ve Uygulamaları<br>ILE227 Eleştirel Okuma<br>ILE256 Araştırma Yöntemleri | PRL2517 Yaratıcılık ve Eleştirel Düşünce<br>PRL2426 Temel Grafik Tasarım<br>PRL3531 Halkla İlişkiler Yönetimi ve Stratejisi<br>PRL2113 Halkla İlişkiler Yazarlığı I<br>PRL2120 Halkla İlişkiler Yazarlığı II<br>PRL3554 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar<br>PRL4512 Halkla İlişkiler Kampanyaları<br>PRL4211 Halkla İlişkilerde İleri Çalışmalar I<br>PRL4212 Halkla İlişkilerde İleri Çalışmalar II<br>Staj I<br>Staj II<br>PRL2525 Sosyal Bilimlerde Araştırma | <b>Araştırma Yöntemleri</b><br><b>Staj</b><br><b>Halkla İlişkiler Kampanyaları</b> |
| 3.4 Alanında ekip çalışması yürütebilme becerisine sahip olma.                                                            | HAT327 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama<br>ILF411 Bitirme Projesi<br>HAT226 İmaj Yönetimi                                                                                                                                                                                                                                       | HİL425 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar<br>İLT448 Mezuniyet Tezi / Mezuniyet Projesi                                                                                                                                                                                                       | PRL3531 Halkla İlişkiler Yönetimi ve Stratejisi<br>PRL3554 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar<br>PRL4511 Halkla İlişkiler Kampanyaları I<br>PRL4512 Halkla İlişkiler Kampanyaları II                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Halkla İlişkiler Kampanyaları</b>                                               |
| 3.5 Alanı ile ilgili hukuki düzenlemeler ve uygulamaları konusunda bilgi sahibi olma.                                     | HUK161 Hukukun Temel Kavramları<br>HUK221 İletişim Hukuku ve Fikri Haklar                                                                                                                                                                                                                                                           | ILE128 Hukuka Giriş                                                                                                                                                                                                                                                                        | Yok                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Yok</b>                                                                         |
| 3.6 Çalışmalarında mesleki etik ilkelerini uygulama becerisine sahip olma.                                                | HAT478 Halkla İlişkiler ve Etik                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ILT407 İletişim ve Etik                                                                                                                                                                                                                                                                    | PRL2517 Toplum, Kamusal Katılım ve Etik                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Etik</b>                                                                        |



|                                                                                                                                                                                                                       |                                                                       |                                                                                                                                                                                       |                                                                                                          |                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 3.7 Alanla ilgili mesleki çalışmalarının insan hakları, kültürel çeşitlilik, çevre sorunları, kamu yararı ve kamu hizmeti gibi evrensel ve toplumsal boyuttaki etkileri ve hukuksal sonuçları konusunda duyarlı olma. | Yok                                                                   | Yok                                                                                                                                                                                   | PRL2517 Toplum, Kamusal Katılım ve Etik                                                                  | Yok               |
| 3.8 İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibi olma; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinci ile davranma becerisine sahip olma.                                                                     | GRI404 Girişimcilik<br>Yerinde Uygulama I- II-III                     | MYU302 Mesleki Yaşama Uyum<br>ILT411 İletişim Alanında Girişimcilik<br>İLT450 Staj                                                                                                    | PRL4990 Staj I<br>PRL4991 Staj II                                                                        | Staj              |
| 3.9 Öğretim programlarında en az iki adet alan dışı dersi başarıyla tamamlama.                                                                                                                                        | Mevcut                                                                | Mevcut                                                                                                                                                                                | Mevcut                                                                                                   | Yok               |
| 3.10 İş sağlığı ve güvenliği konusunda bilgi sahibi olma.                                                                                                                                                             | ILF404 İş Sağlığı ve Güvenliği                                        | İLE315 Sosyal Politika                                                                                                                                                                | PRL4990 Staj I                                                                                           | Yok               |
| 3.11 En az bir yabancı dilde alanyla ilgili sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine (Avrupa Dil Portfolyosu B1 Genel Düzeyinde) sahip olma.                                                                   | ING101 İngilizce-I<br>ING102 İngilizce-II<br>HAT329 Mesleki İngilizce | YDİ117 İngilizce-I<br>YDİ118 İngilizce-II<br>YDİ215 İngilizce-III<br>YDİ216 İngilizce-IV<br>İLE321 Mesleki İngilizce-I<br>İLE308 Mesleki İngilizce-II<br>İLE409 Mesleki İngilizce-III | ENG1003 İletişim Becerileri ve Akademik Raporlama I<br>ENG1004 İletişim Becerileri ve Akademik Raporlama | Mesleki İngilizce |

İLAD İletişim Alanı Kazanımları:

**“3.1 İletişim alanı ve programlarıyla ilgili sosyal ve kültürel konularda disiplinlerarası yeterli bilgi birikimine ve bu bilgiyi programın kapsadığı alanlarda kullanabilme becerisine sahip olma.”** kazanımını hangi derslerin sağladığını belirlemek üzere üç programın zorunlu dersleri incelenmiş, üçünde de ortak olarak sosyoloji, araştırma yöntemleri ve psikoloji derslerinin bulunduğu görülmüştür. Ankara Üniversitesi’nde Sosyal Politika, Türkiye Siyasal Hayatı ve Kurumları, Siyasal Düşünceler ve Rejimler, Anayasa gibi siyaset ve



hukuk bilgisinin ağırlıklı olduğu dersler yoğun olarak bulunmaktadır. Bununla birlikte Bahçeşehir Üniversitesi'nde felsefe, siyaset, siyasal iletişim, iletişim bilimine dair temel derslerin (iletişim tarihi, iletişim bilimine giriş, iletişim hukuku vb.) bulunmadığı, İstanbul Aydın Üniversitesi'nde ise kültür ve sanat içerikli herhangi bir dersin zorunlu olarak bulunmadığı görülmektedir.

**“3.2 Bilimsel, toplumsal, ekonomik, yasal, siyasal gelişmeler vb. konularda bilgi sahibi olma.”** kazanımı için üç programın zorunlu derslerinde ortak olarak sosyoloji, araştırma yöntemleri, psikoloji ve ekonomi derslerine ağırlık verdiği görülmektedir. Bununla birlikte Bahçeşehir Üniversitesi'nde yasal ve siyasal gelişmelerle ilgili zorunlu derslere rastlanmamıştır.

**“3.3 Yaratıcı ve eleştirel yaklaşımla, alanına özgü araştırma, planlama, ürüne dönüştürme, uygulama becerisine sahip olma.”** kazanımını üç program ortak olarak araştırma yöntemleri, staj ve halkla ilişkiler kampanyaları dersleriyle karşılamaktadır. Diğer iki üniversitede olan Eleştirel Okuma ile Yaratıcılık ve Eleştirel Düşünce dersleri gibi temel derslerin İstanbul Aydın Üniversitesi'nde bulunmadığı görülmektedir.

**“3.4 Alanında ekip çalışması yürütebilme becerisine sahip olma.”** kazanımına ilişkin halkla ilişkiler kampanyalarına yönelik dersler üç üniversitede de zorunlu olarak bulunmaktadır. Bahçeşehir Üniversitesi'nde Bitirme Projesi dersi olmamasına rağmen halkla ilişkiler kampanyalarına yönelik dört adet zorunlu ders göze çarpmaktadır.

**“3.5 Alanı ile ilgili hukuki düzenlemeler ve uygulamaları konusunda bilgi sahibi olma.”** kazanımına göre İstanbul Aydın Üniversitesi'nde “İletişim Hukuku ve Fikri Haklar” dersi bulunmasına karşın diğer iki üniversitede bu konuda zorunlu bir derse rastlanmamıştır.

**“3.6 Çalışmalarında mesleki etik ilkelerini uygulama becerisine sahip olma.”** kazanımına göre İstanbul Aydın Üniversitesi'nde “Halkla İlişkiler ve Etik” dersi zorunlu olarak bulunurken, Ankara ve Bahçeşehir Üniversitesi'nde etik dersleri iletişim alanına yönelik “iletişim ve etik, toplum, kamusal katılım ve etik” olarak yer almaktadır. Ayrıca Bahçeşehir Üniversitesi'nde program seçmeli olarak Halkla İlişkiler ve Etik dersinin olduğu görülmektedir.

**“3.7 Alanla ilgili mesleki çalışmalarının insan hakları, kültürel çeşitlilik, çevre sorunları, kamu yararı ve kamu hizmeti gibi evrensel ve toplumsal boyuttaki etkileri ve hukuksal sonuçları konusunda duyarlı olma.”** kazanımını yalnızca Bahçeşehir Üniversitesi “Toplum, Kamusal Katılım ve Etik” dersinin içeriğinde bu konulara yer vererek sağlarken, diğer üniversitelerde bu konularda zorunlu derslere rastlanmamıştır.

**“3.8 İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibi olma; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinci ile davranma becerisine sahip olma.”** kazanımına ilişkin üç üniversitede staj uygulaması bulunmaktadır. İstanbul Aydın ve Ankara Üniversitesi'nde “Girişimcilik” zorunlu ders olarak vardır. Ayrıca Ankara Üniversitesi “Mesleki Yaşama Uyum” adlı zorunlu ders koymuştur.

**“3.9 Öğretim programlarında en az iki adet alan dışı dersi başarıyla tamamlama.”** kazanımını üç üniversite de sağlamaktadır, seçmeli ders havuzlarında üniversite seçmeli dersleri mevcuttur.

**“3.10 İş sağlığı ve güvenliği konusunda bilgi sahibi olma.”** kazanımına ilişkin Ankara Üniversitesi'nde “Sosyal Politika” dersinin içeriğinde konu olarak rastlanmakla birlikte İstanbul Aydın Üniversitesi'nde zorunlu olarak bu dersin bulunduğu görülmektedir. Bahçeşehir Üniversitesi'nde ise bu konuda herhangi bir zorunlu ders bulunmamaktadır, seçmeli ders olarak vardır.

**“3.11 En az bir yabancı dilde alanıyla ilgili sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine (Avrupa Dil Portfolyosu B1 Genel Düzeyinde) sahip olma.”** kazanımını Bahçeşehir Üniversitesi'nin eğitim dili İngilizce olduğu için sağlamaktadır. Ankara Üniversitesi müfredatında dört adet İngilizce dersi, üç adet Mesleki İngilizce dersi koyarak öğrenciye bu kazanımı sağlamak için gerekli desteği sağlamaktadır. İstanbul Aydın Üniversitesi'nde iki İngilizce bir de zorunlu Mesleki İngilizce dersi bulunmaktadır.

İLAD iletişim alanı kazanımlarına yönelik konulan dersler ve ders içerikleri incelendiğinde, halkla ilişkiler tutum ve davranış değişikliği yaratmayı amaçlayan bir uygulama alanı olduğu için sosyoloji ve psikoloji gibi insan davranışlarını konu alan temel bilimlerin konularının üç üniversitede de ortak olarak yer aldığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde bir bilim dalı olmanın gerekliliğini sağlayan araştırma yöntemleri dersi temel ders olarak üç üniversitede de mevcuttur. Ayrıca halkla ilişkiler alanı için önemli olan temel ekonomi bilgisi üç üniversitenin ders planında da mevcuttur.



Bahçeşehir Üniversitesi'nin ders planında yasal konular ve siyasi gelişmelere dair temel dersler bulunmamaktadır. Bu durum İLAD ölçütlerini yeterince karşılamamaktadır. Halkla ilişkiler disiplinler arası bir bilim alanı olduğu için bu konularda öğrencilerin yetkin olması önem taşımaktadır.

Ölçütlerde bir gereklilik olarak öne sürülen etik kavramının genel olarak iletişim alanına yönelik ele alındığı, bölüme özel mesleki etik dersinin sadece İstanbul Aydın Üniversitesi'nde zorunlu olarak bulunduğu tespit edilmiştir.

Halkla ilişkiler alanı ile ilgili insan hakları, kültürel çeşitlilik, çevre sorunları vb. konuların evrensel ve toplumsal boyuttaki etkileri ve hukuksal sonuçları konusunda öğrenciye duyarlılık sağlayacak ders içeriğinin yalnızca Bahçeşehir Üniversitesi'nde bulunduğu görülmüştür. Günümüzde oldukça tartışılan ve gündem olan bu konularla ilgili gerekli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Genel olarak üç üniversitede de İLAD iletişim alanı kazanımlarını sağlayacak nitelikte bir ders planının olduğu görülmektedir.

İLEDAK'ın Özdeğerlendirme Raporu sürüm 2.3'e göre Programa Özgü Ölçütleri ilgili programların hangi derslerle karşıladıklarını öğrenmek amacıyla her ölçüt müfredatta bulunan zorunlu dersler bağlamında incelenmiş, aşağıdaki tablo oluşturulmuştur.

**Tablo 2. Üniversiteler ile Programa Özgü Ölçütler Ders Eşleşmesi**

| <b>Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programları</b>                                                                    | <b>İstanbul Aydın Üniversitesi</b>                                                                                | <b>Ankara Üniversitesi</b>                                                                                                     | <b>Bahçeşehir Üniversitesi</b>                                                                                                                                                     | <b>Ortak</b>                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 1. Halkla ilişkiler kuram ve modellerini bilir.                                                                   | HAT123 Halkla İlişkilere Giriş<br>HAT126 Kurumsal Halkla İlişkiler<br>HAT327 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama | HİL101 Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar<br>HİL271 Halkla İlişkiler Modelleri<br>HİL340 Halkla İlişkiler Plan ve Uygulamaları | PRL1113 Halkla İlişkilere Giriş<br>PRL2224 Halkla İlişkiler Teorileri<br>PRL3531 Halkla İlişkiler Yönetimi ve Stratejisi                                                           | <b>Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulama</b> |
| 2. Yönetim-organizasyon ve örgütsel davranış hakkında bilgi sahibidir.                                            | HAT234 Yönetim ve Organizasyon<br>HAT301 Örgütsel Davranış                                                        | HİL102 İşletme ve Yönetim<br>İLE216 Örgüt Sosyolojisi                                                                          | PRL1504 Organizasyon, Yönetim ve İletişim<br>ADV1621 İşletme Stratejileri ve Ekonomi                                                                                               | <b>Yönetim ve Organizasyon</b>            |
| 3. Halkla ilişkilerde araştırma, planlama, uygulama, ölçme ve değerlendirme ile ilgili bilgi ve beceri sahibidir. | HAT226 İmaj Yönetimi<br>HAT327 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama<br>ILF411 Bitirme Projesi                     | HİL340 Halkla İlişkiler Plan ve Uygulamaları<br>HİL425 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar                                        | PRL3531 Halkla İlişkiler Yönetimi ve Stratejisi<br>PRL4511 Halkla İlişkiler Kampanyaları I<br>PRL4512 Halkla İlişkiler Kampanyaları II<br>PRL3554 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar | <b>Halkla İlişkiler Kampanyaları</b>      |



|                                                                                                                       |                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                              |                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 4. Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde halkla ilişkilerin ve tanıtımın önemini ve rolünü bilir.               | HAT322 Bütünleşik Pazarlama İletişimi<br>HAT123 Halkla İlişkilere Giriş<br>HAT126 Kurumsal Halkla İlişkiler                                                        | HİL101 Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar<br>ILT411 İletişim Alanında Girişimcilik<br>HİL206 Pazarlama<br>HİL301 Tüketici Davranışları | PRL1113 Halkla İlişkilere Giriş<br>PRL1502 Bütünleşik Pazarlama Stratejisi<br>PRL3554 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar                                                                       | <b>Pazarlama</b>                          |
| 5. Halkla ilişkilerde kriz yönetimi, risk yönetimi, algı ve itibar yönetimi konusunda bilgi ve beceri sahibidir.      | HAT123 Halkla İlişkilere Giriş<br>HAT126 Kurumsal Halkla İlişkiler<br>HAT226 İmaj Yönetimi<br>HAT327 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama<br>HAT423 Marka Yönetimi | HİL101 Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar<br>HİL203 Halkla İlişkileri Anlamak                                                          | PRL3531 Halkla İlişkiler Yönetimi ve Stratejisi<br>PRL1113 Halkla İlişkilere Giriş                                                                                                           | <b>Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulama</b> |
| 6. Stratejik kurumsal iletişim yönetimine ilişkin medya planlaması ve teknikleri konusunda bilgi ve beceri sahibidir. | HAT326 Medya Planlama<br>HAT312 Medya Analizi ve Veri Okuma                                                                                                        | Yok                                                                                                                                    | PRL2117 Medya İlişkileri ve Planlama                                                                                                                                                         | <b>Yok</b>                                |
| 7. Yazılı etkin iletişim kurma, rapor yazma ve yazılı raporları anlama bilgi ve becerisine sahiptir.                  | HAT124 Etkili Sunum ve Söyleşi Teknikleri<br>ILF213 Medya Okuryazarlığı<br>HAT312 Medya Analizi ve Veri Okuma<br>HAT222 Halkla İlişkiler Yazarlığı                 | ILE227 Eleştirel Okuma<br>ILE230 Yazma Teknikleri<br>İLE415 Seminer                                                                    | PRL2113 Halkla İlişkiler Yazarlığı I<br>PRL2120 Halkla İlişkiler Yazarlığı II<br>ENG1003 İletişim Becerileri ve Akademik Raporlama I<br>ENG1004 İletişim Becerileri ve Akademik Raporlama II | <b>Yazarlık</b>                           |
| 8. Sözlü etkin iletişim kurma ve etkin sunum yapabilme bilgi ve becerisine sahiptir.                                  | HAT124 Etkili Sunum ve Söyleşi Teknikleri                                                                                                                          | ILT304 Kişilerarası İletişim                                                                                                           | Yok                                                                                                                                                                                          | <b>Yok</b>                                |



|                                                                                                    |                                                                                               |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 9. Siyasal iletişim ve lobicilik ile ilgili bilgiye sahiptir.                                      | ILF232 Siyasal İletişim<br>HAT126 Kurumsal Halkla İlişkiler                                   | HİL101 Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar<br>ILT320 Siyasal İletişim                    | PRL1113 Halkla İlişkilere Giriş                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Halkla İlişkiler Kavramları</b>            |
| 10. Halkla ilişkilerde kampanya ve proje yönetimi ile ilgili bilgi, beceri ve yetkinliğe sahiptir. | HAT226 İmaj Yönetimi<br>HAT327 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama<br>ILF411 Bitirme Projesi | HİL340 Halkla İlişkiler Plan ve Uygulamaları<br>HİL425 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar | PRL3531 Halkla İlişkiler Yönetimi ve Stratejisi<br>PRL4511 Halkla İlişkiler Kampanyaları I<br>PRL4512 Halkla İlişkiler Kampanyaları II<br>PRL3554 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar                                                                                                    | <b>Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulamaları</b> |
| 11. Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi ile ilgili bilgi ve beceri sahibidir                      | HAT226 İmaj Yönetimi<br>HAT327 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama<br>ILF411 Bitirme Projesi | HİL340 Halkla İlişkiler Plan ve Uygulamaları<br>HİL425 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar | PRL3531 Halkla İlişkiler Yönetimi ve Stratejisi<br>PRL4511 Halkla İlişkiler Kampanyaları I<br>PRL4512 Halkla İlişkiler Kampanyaları II<br>PRL3554 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar                                                                                                    | <b>Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulamaları</b> |
| 12. Halkla ilişkiler uygulamalarını, eleştirel bir yaklaşımla değerlendirir ve yorumlar.           | HAT226 İmaj Yönetimi<br>HAT327 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama<br>ILF411 Bitirme Projesi | HİL340 Halkla İlişkiler Plan ve Uygulamaları<br>HİL425 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar | PRL3531 Halkla İlişkiler Yönetimi ve Stratejisi<br>PRL4511 Halkla İlişkiler Kampanyaları I<br>PRL4512 Halkla İlişkiler Kampanyaları II<br>PRL3554 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar<br>PRL4211 Halkla İlişkilerde İleri Çalışmalar I<br>PRL4212 Halkla İlişkilerde İleri Çalışmalar II | <b>Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulamaları</b> |



|                                                                                                                                                                            |                                                                                               |                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 13. Mesleği ile ilgili yenilikleri takip ederek, bu doğrultuda içerikler oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.                                                      | HAT226 İmaj Yönetimi<br>HAT327 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama<br>ILF411 Bitirme Projesi | ILT217 Yeni Medya, Yeni Teknolojiler<br>HİL340 Halkla İlişkiler Plan ve Uygulamaları<br>HİL425 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar | PRL3531 Halkla İlişkiler Yönetimi ve Stratejisi<br>PRL4511 Halkla İlişkiler Kampanyaları I<br>PRL4512 Halkla İlişkiler Kampanyaları II<br>PRL3554 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar<br>PRL4211 Halkla İlişkilerde İleri Çalışmalar I<br>PRL4212 Halkla İlişkilerde İleri Çalışmalar II | <b>Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulamaları</b> |
| 14. Halkla ilişkiler alanıyla ilgili uluslararası, ulusal mevzuat, mesleki örgütlenmeler ve etik ilkeler hakkında bilgi sahibidir.                                         | HAT123 Halkla İlişkilere Giriş<br>HAT478 Halkla İlişkiler ve Etik                             | ILT407 İletişim ve Etik                                                                                                         | Yok                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Yok</b>                                    |
| 15. İçinde bulunduğu toplumun ekonomik, sosyal ve siyasal politikalarını ve gündemini yakından izleyip sürdürülebilirlik çerçevesinde değerlendirme yetkinliğine sahiptir. | HAT126 Kurumsal Halkla İlişkiler                                                              | Yok                                                                                                                             | PRL3554 Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Yok</b>                                    |

İLAD Program Öğretim Çıktıları:

**“1. Halkla ilişkiler kuram ve modellerini bilir.”** ölçütünü üç programda halkla ilişkilere giriş ve halkla ilişkilerde temel kavramlar gibi zorunlu derslerle karşılamaktadır. Ek olarak, İstanbul Aydın ve Bahçeşehir Üniversitesi’nde kuram dersi bulunurken, Ankara Üniversitesi’nde halkla ilişkiler alanına özgü kuram dersinin olmadığı görülmektedir.



**“2. Yönetim-organizasyon ve örgütsel davranış hakkında bilgi sahibidir.”** ölçütünü her üç program da en az iki dersle sağlamaktadır. “Yönetim ve Organizasyon” dersi üç programda da ortak olarak bulunmaktadır.

**“3. Halkla ilişkilerde araştırma, planlama, uygulama, ölçme ve değerlendirme ile ilgili bilgi ve beceri sahibidir.”** ölçütüne ilişkin her üç üniversitede uygulama derslerinin yoğun olduğu ve halkla ilişkiler kampanyalarına ilişkin derslere yer verildiği görülmektedir. Bahçeşehir Üniversitesi’nde dört adet uygulama dersi olmasına rağmen Bitirme Projesi’nin olmadığı dikkat çekmektedir.

**“4. Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde halkla ilişkilerin ve tanıtımın önemini ve rolünü bilir.”** ölçütüne ilişkin İstanbul Aydın ile Bahçeşehir Üniversitesi’nde bütünleşik pazarlama iletişimi konulu zorunlu ders bulunurken, Ankara Üniversitesi’nde temel pazarlama ve tüketici davranışları dersi zorunlu ders olarak bulunmaktadır.

**“5. Halkla ilişkilerde kriz yönetimi, risk yönetimi, algı ve itibar yönetimi konusunda bilgi ve beceri sahibidir.”** ölçütündeki bu kavramlar İstanbul Aydın Üniversitesi’nde beş farklı zorunlu dersin içerisinde geçerken, Ankara ve Bahçeşehir Üniversitesi’nde Halkla İlişkilere Giriş ve Halkla İlişkiler Yönetimi gibi iki derste kavramlar anlatılmakta, seçmeli ders havuzunda bu tür derslerin bulunduğu görülmektedir.

**“6. Stratejik kurumsal iletişim yönetimine ilişkin medya planlaması ve teknikleri konusunda bilgi ve beceri sahibidir.”** ölçütüne ilişkin İstanbul Aydın Üniversitesi’nde iki adet zorunlu ders, Bahçeşehir’de bir adet zorunlu ders bulunmaktadır. Ankara Üniversitesi’nde bu ölçütünü karşılayan herhangi zorunlu derse rastlanmamıştır.

**“7. Yazılı etkin iletişim kurma, rapor yazma ve yazılı raporları anlama bilgi ve becerisine sahiptir.”** ölçütünde halkla ilişkiler yazarlığına ilişkin alana uygun zorunlu ders İstanbul Aydın Üniversitesi ve Bahçeşehir Üniversitesi’nde varken, Ankara Üniversitesi’nde eleştirel okuma, yazma teknikleri ve seminer dersinin olduğu görülmektedir. Bahçeşehir Üniversitesi’nde halkla ilişkiler yazarlığının yanında öğrenciye yetkinlikleri kazandıracak iki adet iletişim becerileri ve akademik raporlama dersinin olduğu görülmektedir.

**“8. Sözlü etkin iletişim kurma ve etkin sunum yapabilme bilgi ve becerisine sahiptir.”** ölçütüne ilişkin İstanbul Aydın Üniversitesi’nde “Etkili Sunum ve Söyleşi Teknikleri” dersi, Ankara Üniversitesi’nde “Kişilerarası İletişim” dersi yer alırken, Bahçeşehir Üniversitesi’nde zorunlu bir derse rastlanmamıştır.

**“9. Siyasal iletişim ve lobicilik ile ilgili bilgiye sahiptir.”** ölçütüne ilişkin lobicilik temel halkla ilişkiler dersleri içerisinde temel kavram olarak üç üniversitede anlatılmaktadır. Siyasal iletişim ise, İstanbul Aydın Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi’nde zorunlu ders olarak varken, Bahçeşehir Üniversitesi’nde zorunlu bir ders olarak bulunmamaktadır.

**“10. Halkla ilişkilerde kampanya ve proje yönetimi ile ilgili bilgi, beceri ve yetkinliğe sahiptir.”** ölçütüne ilişkin üç üniversitede halkla ilişkiler kampanyaları ile ilgili en az iki adet zorunlu ders bulunmaktadır. Bununla birlikte zorunlu Bitirme Projesi dersi yalnızca İstanbul Aydın Üniversitesi’nde mevcuttur. Bitirme Projesi öğrenci mezun olmadan önce alana ilişkin temel bilgi, beceri ve yetkinliği kendi uygulama çalışmasıyla yaptığı bir ders olup, Ankara ve Bahçeşehir Üniversitesi’nde zorunlu bir Bitirme Projesi dersine rastlanmamıştır.

**“11. Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi ile ilgili bilgi ve beceri sahibidir.”** ölçütünü üç üniversitenin halkla ilişkiler kampanyaları derslerinde sağladıkları, bunun yanı sıra İstanbul Aydın Üniversitesi ve Bahçeşehir Üniversitesi’nde seçmeli ders olarak etkinlik yönetiminin yer aldığı görülmektedir.

**“12. Halkla ilişkiler uygulamalarını, eleştirel bir yaklaşımla değerlendirir ve yorumlar.”** ölçütünü üç üniversitenin de halkla ilişkiler kampanyalarına ilişkin dersler içeriklerinde eleştirel değerlendirmeyi öğrenciye aktardıkları görülmektedir.

**“13. Mesleği ile ilgili yenilikleri takip ederek, bu doğrultuda içerikler oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.”** ölçütüne üç üniversitenin halkla ilişkiler kampanyaları derslerinin içeriklerinde rastlanmıştır.

**“14. Halkla ilişkiler alanıyla ilgili uluslararası, ulusal mevzuat, mesleki örgütlenmeler ve etik ilkeler hakkında bilgi sahibidir.”** ölçütüne ilişkin İstanbul Aydın Üniversitesi’nde Halkla İlişkiler ve Etik dersi zorunlu olarak bulunurken, Ankara Üniversitesi’nde iletişim ve etik dersinin içeriğinde halkla ilişkiler alanına ilişkin etik anlatılmaktadır. Bahçeşehir Üniversitesi’nde ise zorunlu olarak etik dersi bulunmamakla birlikte, program seçmeli olarak Halkla İlişkiler ve Etik dersinin olduğu görülmektedir.

**“15. İçinde bulunduğu toplumun ekonomik, sosyal ve siyasal politikalarını ve gündemini yakından izleyip sürdürülebilirlik çerçevesinde değerlendirme yetkinliğine sahiptir.”** ölçütü İstanbul Aydın Üniversitesi’nde kurumsal halkla ilişkiler dersinin içeriğinde, Bahçeşehir Üniversitesi’nin de Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar



dersinin içeriğinde bulunmakla birlikte, Ankara Üniversitesi'nde ölçüte ilişkin dersin var olmadığı görülmektedir. Ayrıca İstanbul Aydın Üniversitesi'nde Sürdürülebilirlik dersi ile Bahçeşehir Üniversitesi'nde Sürdürülebilirlik İçin Stratejik İletişim dersinin program seçmeli olarak ders havuzunda bulunduğu görülmektedir.

İLAD program öğretim çıktılarına yönelik konulan dersler ve içerikleri incelendiğinde, İstanbul Aydın ve Bahçeşehir Üniversitesi'nde halkla ilişkiler kuram derslerinin olması, öğrencilere kuramsal bilgiyi daha derinlemesine sunarken, Ankara Üniversitesi'nde bu ölçütü sağlayacak herhangi bir ders içeriği olmaması kuramsal temelin zayıf olmasına neden olmaktadır.

Türkiye'de halihazırda bulunan 78 halkla ilişkiler lisans programı yılda ortalama 3000'e yakın mezun vermektedir. Mezunların hepsi lisansüstü eğitime yönelemeyeceği için sektörün ihtiyacını karşılamak ve istihdam oranını arttırmak için uygulama ağırlıklı dersler ve staj gibi uygulamalar her geçen gün artmakta ve müfredatta daha fazla yer edinmektedir. Bununla birlikte halkla ilişkilerin kuruluşlar için önemli bir yönetim görevi haline gelmesi sebebiyle yönetim ve organizasyon dersi halkla ilişkiler bölümleri için temel alan dersi olarak konumlanmaktadır. Üç üniversitede de bu dersin bulunması bu varsayımı doğrular niteliktedir.

Günümüzde sektörde yoğun olarak benimsenen 360' iletişim kavramı çerçevesinde bütünsel pazarlama iletişimi uygulamaları oldukça önemli hale gelmiştir. İstanbul Aydın ve Bahçeşehir Üniversitesi'ndeki zorunlu dersler, öğrencilere bütünsel pazarlama iletişimi konusunda sağlam bir temel sağlarken, Ankara Üniversitesi'nin sadece temel pazarlama ve tüketici davranışları dersine yer vermesi, halkla ilişkilerdeki pazarlama boyutunun eksik kaldığını göstermektedir. Aynı şekilde medya planlama bilgisi halkla ilişkiler alanında öğrencinin edinmesi gereken temel kazanımlardan biridir. İstanbul Aydın ve Bahçeşehir Üniversitesi'nde medya planlaması konusunda zorunlu dersler bulunması, öğrencilere bu alandaki teknikleri öğretme açısından oldukça faydalıdır. Ancak, Ankara Üniversitesi'nde bu konuya yer verilmemesi, stratejik iletişim alanındaki bilgi eksikliğine yol açabilecektir.

Siyasal iletişim ve lobicilik gibi konular, halkla ilişkiler alanında önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü bu alanlar genellikle kamu kurumları, hükümetler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektördeki belirli iletişim stratejilerinin temelini oluşturur. Bu dersler, öğrencilere sadece halkla ilişkiler uygulamalarını değil, aynı zamanda toplumsal, politik ve ekonomik bağlamda nasıl etkili iletişim stratejileri geliştirebileceklerini öğretmektedir. Bu konuların zorunlu ders olarak öğrenciye ders planlarında sunulması herkesin eşit şekilde bilgiye erişimine imkân verecektir.

Halkla ilişkiler öğrencisi öğrendiği teorik bilgiyi mezun olmadan önce gerçekleştireceği proje üzerinde uygulama fırsatını Bitirme Projesi ile sağlamaktadır. İyi bir Bitirme Projesi deneyimi öğrencinin mezuniyet sonrası iş hayatına daha donanımlı başlamasına katkı sunmaktadır. Bu sebeple Ankara ve Bahçeşehir Üniversitesi'nde Bitirme Projesinin olmaması önemli bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Üniversitelerin ders planlarına zorunlu Bitirme Projesi dersini eklemesi öğrencilerin bireysel ya da grup olarak ortaya koyacağı çalışmaları teşvik etmesi açısından faydalı olacaktır. Bitirme Projelerinin üniversite senatosu tarafından kabul edilmiş bir yönerge eşliğinde uygulanması bu uygulamaların ciddi, kalıcı ve kurallara uygun olarak yapılması için bir temel sağlayacaktır.

### Sonuç

Sektör tarafından halkla ilişkiler uygulayıcılarının istihdam edilmesi için nitelikli eğitim şarttır. Halkla ilişkiler eğitiminin nitelikli olabilmesi için eğitim veren kurumların açık sistem anlayışı çerçevesinde sürekli iyileştirme politikası benimseyerek bu programları geliştirmek için paydaş görüşlerine başvurması ve yatırım yapması gerekmektedir. Akreditasyon süreci bu süreçlerin hızlı bir şekilde benimsenmesi ve uygulanması için önemli bir fırsattır. Akreditasyon çalışmaları standartlaşma getirme amacı gütmeyen ancak o alandaki program mezunlarının hepsinde bulunması gereken temel nitelik ve kazanımları garanti altına almak için kriterler belirler. İLEDAK'a akreditasyon başvurusunda bulunan programlar bu kriterleri sağlamak için gerekli çalışmaları sürdürür ancak aynı zamanda bağlı olduğu üniversitenin altyapısı, coğrafi koşulları, öğretim elemanlarının niteliği vb. unsurların etkisiyle programı kendi misyonu doğrultusunda şekillendirir. Örneğin Ankara Üniversitesi'nin ilgili programının müfredatı incelendiğinde siyaset, hukuk gibi derslerin ağırlıklı olarak bulunduğu görülmüştür. Bu güncel görünüm devlet üniversitelerinin teori ağırlıklı, vakıf üniversitelerinin uygulama ağırlıklı eğitime öncelik verdiğini doğrular niteliktedir (Becerikli, 2004). Her ne kadar üzerinden çeyrek asır geçse de bu dağılım varlığını günümüzde de sürdürmektedir. Aynı şekilde uygulama ağırlıklı derslerin fazla olması ve staj gibi uygulamaların üç üniversitede de ortak zorunlu ders olarak bulunması Amerika tarzı eğitim yaklaşımıyla örtüşmektedir (Hazleton ve Cutbirth, 1996).



Van het Hof ve Tuncer (2011) yaptıkları araştırmada ABD ve Avrupa'nın aksine Türkiye'de yönetim biliminde sunulan derslerin artırılması gerektiğini önermiştir. Bu araştırma sonucunda üç üniversitede bu alanda sunulan derslerin yeterli olduğu görülmüştür. Bu da geçtiğimiz on dört yılda gelişme kaydedildiğini göstermektedir.

Bu araştırmanın sonucunda da üst üste iki kez 5 yıllık akreditasyon alan ve aynı kriterler doğrultusunda değerlendirilen üç programın müfredatının birebir aynı olmadığı görülmüştür. Bununla birlikte üç programda da iletişim alanı kazanımlarını sağlamaya yönelik ortak bulunan dersler; Sosyoloji, Araştırma Yöntemleri, Psikoloji, Ekonomi, Etik, Mesleki İngilizce, Halkla İlişkiler Kampanyaları ve Staj olarak sıralanmaktadır. Disiplinler arası bir bilim dalı olan ve uygulama gerektiren halkla ilişkiler için bu derslerin hepsi temel ders olarak önem taşımaktadır.

Programa özgü ölçütler konusunda ise üç programda da Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulama, Yönetim ve Organizasyon, Halkla İlişkiler Kampanyaları, Pazarlama, Yazarlık, Halkla İlişkiler Kavramları ortak olarak tespit edilmiştir. Bu dersler incelediğinde hepsinin sektöre yönelik uygulama yeteneği kazandırmayı hedefleyen bilgi ve beceri dersleri olduğu görülmektedir. Bu sonuç, halkla ilişkiler programlarının müfredatlarında teorinin yanı sıra tekniğe dayalı iletişim ve uygulama yeteneklerinin geliştirilmesine yönelik derslere önem verildiğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları literatür araştırması sonucunda elde edilen bazı bulguları doğrular niteliktedir. Araştırmaya konu edilen iki vakıf üniversitesinde ağırlıklı uygulama derslerinin olduğu, devlet üniversitesinde ise teori ağırlıklı derslerin olduğu görülmektedir. Üç üniversitenin de eğitiminin genel yapısı IPRA yayınlarında önerilen temel eğitim başlıklarıyla uyumludur, halkla ilişkiler profesyonellerinin çok yönlü eğitilmesi gerekliliğine önem verilmektedir. Aynı zamanda üç üniversitede de halkla ilişkiler eğitiminin Amerika ve Avrupa'dakine kıyasla iletişim ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir.

Polat (2023) yaptığı araştırmada halkla ilişkiler eğitiminde dijital becerilere odaklanılması gerektiğini belirtmektedir. Ancak bu araştırmada gerek İLAD iletişim alanı kazanımlarında gerek İLAD program öğretim çıktılarında dijitalleşme ile ilgili herhangi bir ölçüte rastlanmamıştır. Yapay zekanın yoğun olarak tartışıldığı bu dönemde dijitalleşme süreçlerine herhangi bir ölçütte yer verilmemesi önemli bir eksiklikler. İLEDAK'ın bu konuda mevcut ölçütlerini gözden geçirmesi ve çağın gerektirdiği şekilde mevcut uygulamalara göre iyileştirmesi gerekmektedir.

Akreditasyona başvurmayı amaçlayan halkla ilişkiler ve tanıtım programları, hazırlık aşamasında müfredatları ile ilgili olarak öncelikle söz konusu ölçütleri inceleyerek bu ölçütleri hangi derslerle ne şekilde sağlayacaklarını belirlemelidir. Bu planlamayı yaparken araştırmaya konu olan üç programda da ortak olarak çıkan zorunlu derslere mutlaka müfredatlarında yer vermesi tavsiye edilmektedir. Akreditasyon, ulusal ve uluslararası kurumlar için güvenilir bir kalite güvence mekanizması olarak konumlandıkça üniversiteler, öğretim üyeleri, öğrenci adayları ve ilgili tüm paydaşlar açısından kalite konusu gün geçtikçe daha önemli ve sürekli gündemde tutulması gereken bir konu haline gelecektir. Bu noktada halkla ilişkiler ve tanıtım alanı için sadece bu derslerin zorunlu olarak müfredatlarında yer alması değil, sektördeki profesyonellerle iletişim ve iş birliği kurulması, programların danışma kurullarında yer alması sağlanarak staj, uygulama ve sektör ihtiyaçları konusunda katkı vermesi sağlanmalıdır.

### Kaynakça

- Accredited APR in Public Relations, APR: Accredited in Public Relations (2024). 12 Ağustos 2024 tarihinde <https://accreditation.pr.sa.org/MyAPR/Content/Apply/APR/APR.aspx> adresinden erişilmiştir.
- Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications (ACEJMC) Accredited/Reaccredited (2024). 12 Ağustos 2024 tarihinde <http://www.acejmc.org/accreditedreaccredited/> adresinden erişilmiştir.
- Ankara Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı Web Sitesi (2024). 12 Ağustos 2024 tarihinde [http://bbs.ankara.edu.tr/Ders\\_Plani.aspx?bno=4361&bot=1997](http://bbs.ankara.edu.tr/Ders_Plani.aspx?bno=4361&bot=1997) adresinden erişilmiştir.
- Atabek, G. Ş. (2023). Türkiye'de iletişim eğitimi alanında akreditasyon süreci. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (42), 107-122.
- Bahçeşehir Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı Web Sitesi, (2024) 12 Ağustos 2024 tarihinde <https://bau.edu.tr/icerik/2406-halkla-iliskiler-lisans-programi> adresinden erişilmiştir.
- Bakan, Ö. (2014). Halkla ilişkiler eğitiminde teori-pratik dengesi bakımından türkiye için bir model önerisi. *Selçuk İletişim*, 2(2), 64-72.

- Becerikli, S. (2004). Türkiye'deki lisans düzeyindeki halkla ilişkiler eğitimine ilişkin bir değerlendirme, *2nd. International Symposium Communication in the Millennium*, Vol: 2, İstanbul.
- Bentele, G. (2004). *New perspectives of public relations in Europe*, in Betteke van Ruler and Dejan Verc'ic (Ed.), *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation by Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice* (pp. 485-496), Berlin – New York: Mouton de Gruyter.
- Bishop, J. A. 2004. *The impact of academic quality improvement program (aqip) on the higher learning institutions north central association accreditation*. Unpublished PhD Thesis, Marquette University, Milwaukee, Wisconsin.
- Black, S. (1998). *Halkla ilişkiler eğitimi öneriler ve standartlar*. Altın Kitap. Rota Yayınları.
- Blom, R., Bowe, B. J. & Davenport, L. D. (2018) Accrediting council on education in journalism and mass communications accreditation: Quality or compliance?. *Journalism Studies*, 20(10), 1458-1471.
- Canpolat, N. (2013). Türkiye'de halkla ilişkiler eğitimi: halkla ilişkiler ders programlarının değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(2).
- Cutlip, S., Center, A.H. & Broom, G. (2006) *Effective public relations (9th edition)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Cutlip, Scott M. & Center, Allen H. (1958). *Effective public relations*, NJ: Prentice Hall.
- Del Rosso, T., Haught, M. J. & Malone, K. S. M. (2020). Accreditation, curriculum, and ethics: Exploring the public relations education landscape. *Journal of Public Relations Education*, 6(3), 4-28.
- Dill, D. D. (2007). Quality assurance in higher education: Practices and issues. *The 3rd International Encyclopedia of Education*, 1-13.
- Dill, D. D., Massy, W. F., Williams, P. R. & Cook C. (1996). Accreditation & academic quality assurance: Can we get there from here? *Change* 28 (5): 16-24.
- Erdoğan, İ. (2014). *Teori ve pratikte halkla ilişkiler*. Ankara. Erk Yayınları
- Garfolo, B. T. & L'Huillier, B. (2015). Demystifying assessment: The road to accreditation. *Journal of College Teaching & Learning*, 12 (4): 151-70.
- Gersamia, M. & Freedman, E. (2017). Challenges to creating vibrant media education in young democracies: Accreditation for media schools in Georgia. *Journalism & Mass Communication Educator*, 72(3), 322-333.
- Gold Paper (1990). *Public relations education recommendations and standards*. IPRA, No:7.
- Gonçalves, Gisela Marques P. (2009). Strengths and weaknesses of public relations education in Portugal, *Estudos em Comunicação*, 6, 37-54.
- Grunig, J. (1989). Teaching public relations in the future, *Public Relations Review*, 19 (4): 311-13.
- Grunig, J. (2005). *Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik*, İstanbul. Rota Yayınları.
- Hazleton, V. & Cythbirth, C. (1996). *Avrupa'da halkla ilişkiler: Alternatif bir eğitim paradigması*. A.Ü. Basımevi.
- İLEDK İletişim Eğitimi Değerlendirme Akreditasyon Kurulu (2024). 12 Ağustos 2024 tarihinde <https://iledak.ilad.org.tr/iledak/misyon-ve-kalite-yonetimi> adresinden erişilmiştir.
- İLEDK İletişim Eğitimi Değerlendirme Akreditasyon Kurulu (2024). 13 Ağustos 2024 tarihinde <https://iledak.ilad.org.tr/akreditasyon/akredite-programlar> adresinden erişilmiştir.
- İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı Web Sitesi (2024), 7 Eylül 2024 tarihinde <https://www.aydin.edu.tr/tr-tr/akademik/fakulteler/iletisim/halkla-iliskiler-ve-tanitim/Pages/Ders-Plan%C4%B1.aspx> adresinden erişilmiştir.
- Kaygusuz, E. (2023). Türkiye'de iletişim eğitiminin akreditasyonu: Akredite programlardaki idareci akademisyenlerin görüşlerine yönelik bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences* (64), 123-153.
- Knight, J. (2007). *Cross-border higher education: Issues and implications for quality assurance and accreditation* In GUNI Series on the Social Commitment of Universities 2: Higher Education in the World (2007), Accreditation for Quality Assurance. New York, NY: Palgrave/MacMillan.
- Kohler, J. (2003). Quality assurance, accreditation, and recognition of qualifications as regulatory mechanisms in the European higher education area. *Higher Education in Europe*. 28 (3): 317-30.
- Lee, Alfred M. (1947). Trends in public relations training, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 11, No. 1 (Spring, 1947), 83-91.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*, Thousands Oaks, California: Sage. 10.
- Okay A. & Okay, A. (2018). *Halkla ilişkiler kavram strateji ve uygulamaları*. Der Yayınları.
- Özcan, H., Işık, T., Dünya, P., & Kocabaş, İ. (2020). Türkiye'deki özel firmaların ve halkla ilişkiler ajanslarının halkla ilişkiler mezunlarına bakış açıları ve halkla ilişkiler çalışanlarından beklentileri. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (3), 37-53.



- ÖSYM Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu (2024). 12 Ağustos 2024 tarihinde <https://www.osym.gov.tr/TR,29532/2024-yuksekogretim-kurumlari-sinavi-yks-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-kilavuzu.html> adresinden erişilmiştir.
- Permatasari, A. N., Soelistiyowati, E., Suastami, I. G. A. P. P. & Johan, R. A. (2021). Digital public relations: Trend and required skills. *Jurnal Aspikom*, 6(2), 373-386.
- Polat, H. (2023). Halkla ilişkiler eğitiminde dijitalleşme eğilimleri: Müfredat üzerine bir içerik analizi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 11(2), 1748-1764.
- Ryabicheva, O. (2020). The future of public relations: A view from 2020. *Lund University-Department of Strategic Communication*, 2-8.
- Saunders, V. M. (2007). *Does the accreditation process affect program quality? A qualitative study of perceptions of the higher education accountability system on learning*. Unpublished PhD Thesis, The Temple University, Philadelphia.
- Simon, J. & Burstein, P. (1985). *Basic research methods in social sciences*, NewYork, Random Press.
- Sjöberg, G. (1998). *Mesleki uygulama için bir halkla ilişkiler eğitim modeli*. Altın Kitap Sayı 4. Rota Yayınları
- Solmaz, B., Torun, B. U., Tarakcı, H. N., & Yüksek, Ö. (2017). Halkla ilişkiler eğitimi üzerine bir değerlendirme: Selçuk üniversitesi öğrencilerinin gözünden halkla ilişkiler eğitimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 256-272.
- Steyn, B. (2000). CEO expectations in terms of PR roles. *Communicare: Journal for Communication Sciences in Southern Africa*, 19(1), 20-43.
- Theaker, A. (2012). *The public relations handbook*. Routledge.
- Toth, E. L. (1999). Models for instruction and curriculum. *Public Relations Review*, 25(1), 45-53.
- Van het Hof, S. & Tuncer, U. (2011). Halkla ilişkiler eğitimi üzerine bir eleştiri, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi. Akdeniz İletişim Dergisi* (15). 133-144.
- Van Leuven, J. (1989). Practioners talk about the state of PR education, *Public Relations Review*, 14 (1): 5-24.
- Van Ruler, B., Vercic, D., Bütschi, G. & Flodin, B. (2004). A first look for parameters of public relations in Europe. *Journal of Public Relations Research*, 16(1), 35-63.
- Vural, B. A. & Yurdakul, N. B. (2004). Halkla ilişkiler eğitiminde müfredat ve uygulamalar; Türk ve amerikan üniversitelerine yönelik kıyaslamalı bir çalışma. *In 2th International Symposium, Communication in the Millenium* (pp. 253-268).
- Yükseköğretim Kurulu (2024). Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı Bulunan Tüm Üniversiteler (2024). 20 Ağustos 2024 tarihine <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-program.php?b=30190> adresinden erişilmiştir.

**Araştırmacı Katkı Oranı:** Araştırmacılar çalışmaya eşit oranda katkı sunmuştur.

**Destekleyen Kurum/Kuruluşlar:** Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### Extended Abstract

Public relations, one of the leading branches of communication science, is related to many disciplines such as psychology, sociology, law, and politics. There are many application areas that require multidimensional expertise, ranging from media relations to crisis management, from international public relations to public diplomacy. Being fed by so many fields increases the importance of public relations and makes its education more comprehensive. In this context, it is important to offer theoretical and application-oriented field courses to students in addition to general communication courses in the curriculum of undergraduate programs. The main goals are to train students to meet the needs of the sector and to ensure the development of public relations as a science. In this respect, public relations education should include the educational process provided to increase the knowledge of the basic theories, concepts, strategies, and applications of the field and to enable individuals or organizations to communicate effectively with the target audience.

Since the 1960s when public relations education began to develop in Turkey, academics, associations and professional associations have been continuously working on the curriculum. In particular, the Communication Education Evaluation Board (İLEDAK) in Turkey has been continuing its work since 2016 to ensure standards in public relations education and to ensure that educational institutions provide quality education. The fact that programs providing public relations education at state and foundation universities provide evidence of their educational processes and are accredited is an important factor in proving the quality of their education.

The purpose of this study is to examine the curricula of public relations and publicity programs that were re-evaluated by İLEDAK for a second time for five years (10 years in total) and to reveal which courses meet İLEDAK's communication field and program-specific criteria and the aspects where the program curricula are similar and different from each other. The curricula of Ankara University, Bahçeşehir University and İstanbul Aydın University's Public Relations and Publicity programs on their websites were examined using content analysis.

As a result of this research, it was seen that the curricula of the three programs that received 5-year accreditation twice in a row and were evaluated according to the same criteria were not exactly the same. However, the common courses in all three programs aimed at providing communication field gains are; Sociology, Research Methods, Psychology, Economics, Ethics, Professional English, Public Relations Campaigns and Internship. All of these courses are important as basic courses for public relations, which is an interdisciplinary branch of science and requires application.

Regarding the program-specific criteria, it has been determined that Public Relations Theory and Application, Management and Organization, Public Relations Campaigns, Marketing, Writing, Public Relations Concepts are in all three programs. When these courses are examined, it is seen that all of them are knowledge and skill courses that aim to provide application skills for the sector. This result shows that in the curricula of public relations programs, importance is given to courses based on the development of communication and application skills based on technique as well as theory.

The research results confirm some findings obtained as a result of the literature review. It is seen that the two foundation universities subject to the research have mainly applied courses, while the state university has mainly theoretical courses. The general structure of the education in all three universities is compatible with the basic education titles recommended in IPRA publications, and importance is given to the need for multi-faceted education of public relations professionals. It was also determined that public relations education in all three universities is more communication-oriented compared to that in America and Europe.

Public relations and publicity programs that aim to apply for accreditation should first examine the criteria in question in their curricula during the preparation phase and determine which courses and how they will meet these criteria. While making this plan, it is recommended that the compulsory courses that are common to the three programs under study should definitely be included in their curricula. As accreditation is positioned as a reliable quality assurance mechanism for national and international institutions, the issue of quality will become increasingly important and a subject that should be kept on the agenda for universities, faculty members, student candidates and all relevant stakeholders. At this point, not only should these courses be included in the curriculum as compulsory for the field of public relations and promotion, but also communication and collaboration should be established with professionals in the sector, and participation in the advisory boards of the programs should be ensured to contribute to internships, practices and sector needs.