

**Tez Özeti**

**HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİNDE LİSANS MÜFREDATLARI:  
TÜRKİYE VE KANADA ÖRNEĞİ**

**Muammer ÖZTÜRK<sup>1</sup>**

**Özet**

Çağımızın koşullarının sürekli değişimi ve her geçen gün iletişim alanında meydana gelen yenilikler iletişimin dinamikliği ve evrenselliğinden dolayı halkla ilişkilerin günümüz şartlarına uyum sağlamasını gerektirmektedir. Halkla ilişkiler sektöründe görev alacak ve uzmanlaşacak kişilerin eğitim süreçlerinde önemli bir aşama olan halkla ilişkiler lisans eğitiminin kaliteli olması gelişmiş bir müfredata sahip olmasıyla doğru orantılıdır. Eğitim müfredatlarının çağın koşullarını yakalaması için güncel tutularak teorik bilgiden nasıl faydalanılacağı ve yeni iletişim teknolojilerinin uygulamalı olarak halkla ilişkilerde nasıl kullanılacağına öğretilmesi meslekte başarılı olunması için önem taşıyan gereksinimler olarak nitelendirilmektedir. Halkla ilişkiler uzmanının yer alacağı sektöre göre farklı becerilere sahip olması ilgili konular hakkında dersler almış olmasıyla bağlantılıdır.

Bir ülke içerisinde bulunan üniversitelerin halkla ilişkiler müfredatlarında farklılıklar olabileceği gibi diğer ülkelerin müfredatlarında da farklılıkların bulunacağından hareketle kuruluş yılları temel alınarak Türkiye ve Kanada'dan 16 halkla ilişkiler lisans programının 2017-2018 eğitim müfredatlarına içerik analizi uygulanmıştır. Her ülkede verilen dersler teorik ve uygulamalı olarak detaylı bir biçimde incelenmiş daha sonrasında her iki ülkenin müfredatları karşılaştırılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans müfredatlarının Kanada'ya göre öğrencilere hem teorik hem de uygulamalı dersler bakımından daha geniş ve ayrıntılı bir ders katalogu sunduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Eğitim, Müfredat, İletişim, Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi.*

**UNDERGRADUATE CURRICULUM IN PUBLIC RELATIONS EDUCATION:  
THE CASE OF TURKEY AND CANADA**

**ABSTRACT**

The constant change of the conditions of our age and the innovations occurring day by day in the communication field are required to adapt to the current conditions of public relations because of the dynamics and universality of communication. The quality of public relations undergraduate education, an important stage in the educational processes of specialists who will be involved in the public relations sector, is directly proportionate to having an advanced curriculum. Teaching the lessons in the curriculum to catch up with the conditions of the age, how to take advantage of theoretical knowledge and how to use new communication technologies in public relations are considered essential requirements for success in the profession. The fact that the public relations expert has different skills according to the business in which he will work is related to the fact that he has taken lessons on related topics. Considering that there may be differences in the public relations curriculum of universities in a country, as well as differences in the curriculum of other countries, content analysis was applied to the 2017-2018 curriculum of 16 public relations undergraduate programs from Turkey and Canada. The

<sup>1</sup> Doktorant (YÖK 100/2000), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, muammer@live.com, ORCID: 0000-0001-8124-7096

**Gönderim Tarihi/Received:** 04.03.2021 **Kabul Tarihi/Accepted:** 27.05.2021

<https://doi.org/10.53495/e-kiad.891130>

lessons given in each country were examined in detail, theoretically and practically, and then the curriculum of both countries were compared. As a result of the findings, it has been determined that the public relations undergraduate curriculum in Turkey offer a comprehensive and more specific lesson catalog to the students in terms of both theoretical and applied lessons compared to Canada.

**Keywords:** *Education, Curriculum, Communication, Public Relations, Public Relations Undergraduate Education.*

### Extended Abstract

The strategic position of public relations in our age, the need for equipped personnel in this field, emphasizes the importance of Public Relations Education. Considering the present and tomorrow of Public Relations, the level of education must be high for the professionals to carry out successful activities in business life. Information and rate appreciation in the process of globalization, emerging communication technologies, institutions with higher levels of education than in the past strives to more external audiences (Vural & Yurdakul, 2004; 254).

Public relations education of the National Communication Association (NCA) conference in 1998, twenty-four scholars from different universities and Public Relations Program on a board of education with academics, pedagogy and the assessment criteria that is based on a research study. As a result of this research, they have come to the conclusion that public relations should improve its program in the context of the basic social sciences. In addition, it has been proposed that the development of Public Relations Education should focus on issues such as ethics, multiculturalism, international problems and the use of technology. As a result of another research conducted by this board on public relations education, writing ability, internship, field experience, problem solving ability, media relations methods, presentation/speech and management ability were identified as priority issues. In 1985, the Institute for Public Relations Research and Education, formerly the Foundation for Public Relations Research and Education, emphasizes that public relations education can be developed in five aspects as a demonstration of a multicultural and international approach (Toth, 1999: 45-48).

The aim of the research is to compare the public relations curriculum programs taught at the undergraduate level in Turkey and Canada within the framework of the characteristics specified in the literature and to reveal the similarities and differences between them. Importance of research although there are different studies on public relations education in the literature, there is no comprehensive research in Turkey and Canada that comparatively reveals the current state of undergraduate public relations curriculum programs. The research covers course curricula taught in the undergraduate-level Public Relations Department of a total of sixteen universities. But since the course content of faculties in Canada, in particular, was not available, the analysis was conducted based on the course names. Research is limited to course curricula for the 2017-2018 period.

The universe of research is composed of Public Relations undergraduate faculties located in Turkey and Canada. This universe by purposive sampling method from Turkey (Istanbul University, Ankara University, Marmara University, Ege University, Gazi University, Selcuk University, Akdeniz University, Erciyes University) and from Canada (Humber University, Mount Saint Vincent University, University of Ottawa, Centennial University, Université du Québec, Cambrian University, Conestoga University, Mount Royal University) were selected according to eight university foundation year.

An important step in public relations education, undergraduate education is a serious starting point for public relations practitioners who will succeed in the field. Because of this, the content of the education, the courses taken, the choice of the applications made should be in accordance with the requirements of our time. When Public Relations undergraduate programs in Turkey and Canada were examined, it was determined that Turkish programs consist of 8 semesters and Canadian programs consist of 6 semesters. Therefore, more courses are taught in Turkey than in Canada.

It is clearly seen that the universities are doing enough work to determine the needs of the sector in terms of trainings and to give appropriate courses. After the university graduation, university and business collaborations should be established in order to use this education and skills gained actively in business life, and employment should be cared about. Alumni associations should be established at universities, and experts should give advice to students who have just started university life, and necessary guidance should be provided.

### **Giriş**

Kişilerin, ülkelerin, kurumların ve grupların hedef kitlelerinde kendi yararlarına olumlu imaj oluşturmada ve bu kitlelerin desteği, ilgisi ve yardımını elde etmeden, amaçlarını benimsetmeden hedeflerine ulaşması beklenemez. İlgili kitlenin desteğini alamayan, onun zihninde olumlu algı yaratamayan ve hedef kitlesi ile stratejik iletişim kuramayan kursta bile bu iletişimi yönetemeyen kurum ve kuruluşların başarılı olamayacağı ve sürekliliklerini devam ettiremeyecekleri görüşü dünyanın her yerinde kabul gören bir anlayış haline gelmiştir. Bu anlamda halkla ilişkiler günlük hayatımızın her alanında önemini hissettiren, popüler olmaktan çok zorunluluk haline gelen bir yönetim işlevidir (Güz, 2006:294). Yirminci yüzyılla birlikte teknolojik gelişmelerin giderek artması, rekabetin uluslararası boyuta taşınması, zaman ve mekân tanımlarının değişmesi ve insan ögesinin öne çıkmasıyla iletişim, geçmişe göre günümüzde daha önemli bir konumda yer almaktadır. Değişen

ve karmaşıklaşan bu rekabet ortamında kurum ve kuruluşların varlıklarını devam ettirebilmeleri için yeniliklere uyum sağlamaları gerekmektedir (Solmaz vd., 2012: 254).

Eğitim, insanları önceden tasarlanmış bir programa göre yetiştirme süreci olarak tanımlanmaktadır. İnsanlarda bu sürecin sonunda birtakım farklılaşmalar meydana gelmektedir. Bu farklılaşmalar eğitim sürecinde kazanılan bilgi, beceri, tutum ve değerler yoluyla gerçekleşmektedir (Fidan & Erden, 2001:5). Üniversiteler bilginin üretildiği ve paylaşıldığı kurumlardır. Üniversiteler sadece öğrencilerine verimli eğitim sunabilmek için değil, aynı zamanda onları toplumsal, teknolojik ve bilimsel öneme sahip karmaşık ama gerçek yaşam sorunlarını çözmelerini sağlayacak becerilerle donatabilmek için de kendi öğretim ve araştırma faaliyetlerini hızla değişen ihtiyaçlara uygun hale getirecek yapısal değişiklikler için, hep bir uğraş içinde olmaları gerekmektedir (Gür, 2003: 181). Halkla ilişkiler uygulayıcısı geniş bir alana hizmet vermektedir. Bu nedenle bilgi ve birikiminin de çok kapsamlı olmasını gerekmektedir. Üniversitelerde okutulan derslerin sadece iletişim bilgisine yönelik verilmesi öğrencilerin halkla ilişkiler için gerekli bilgiyi almasını engellemektedir. Kuramsal bilginin yanı sıra alan bilgisi ve becerinin birlikte yer aldığı iş hayatında verim sağlayacak bir üniversite eğitimine ihtiyaç duyulmaktadır (Kazancı, 2003: 137).

Bu verimli eğitimin sağlanması da günümüz koşullarına uygun bir müfredat oluşturularak gerçekleştirilmelidir. Eğitim kalitesinin uluslar arası boyuta çıkarılmasında mevcut müfredatın başka bir ülke müfredatıyla karşılaştırılmasının verilecek eğitimin daha iyi düzeye taşınmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### **Halkla İlişkiler Eğitimi**

Çağımızda halkla ilişkilerin stratejik bir konuma sahip olması, bu alanda donanımlı personele duyulan ihtiyaç, halkla ilişkiler eğitiminin önemini vurgulamaktadır. Halkla ilişkilerin bugünü ve yarını düşünüldüğünden personelin iş hayatında başarılı faaliyetler gerçekleştirmesi için kaliteli bir eğitim alınması gerekmektedir. Küreselleşme sürecinde enformasyon ve hızın değer kazanması,

gelişen iletişim teknolojileri, eğitim düzeyinin yükselmesiyle kurum ve kuruluşlar geçmişe oranla daha çok dış hedef kitlelerine özen göstermektedir (Vural & Yurdakul, 2004; 254).

Halkla ilişkiler enformasyonu oluşturan, paylaşan, enformasyonun şekillenmesini, saklanmasını, yeniden düzenlenip kullanılmasını sağlayan bir yönetim fonksiyonudur. Enformasyon çağında halkla ilişkilerin yeri büyüktür. Eğitim, kültürün evrenselleşmesini belirleyen en önemli faktörlerden biridir (Çakmak, 2003:66). Bir meslek veya sanat alanında yapılan eğitimin kalitesi o alanın bilimsel konumuna da katkıda bulunur. Eğitim zamanla, alanın teoriğine dair fikirler sunan ve bu alanı kontrol edebilen yetişmiş bireyler sağlarken aynı zamanda düzenli olarak teorik çerçeveyi test edip, alana özgü yenilikleri takip edebilen uzmanların yetişmesine de katkı sağlamaktadır (Lowe, 2002:21).

Halkla ilişkiler eğitimi halkla ilişkiler mesleğinin profesyonel standarda ulaşmasında önemli bir güç olarak her tür halkla ilişkiler etkinliğinin görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesinde gerekli olan bilgi ve becerileri edinmenin temel aracı olarak işlemektedir (Grunig, 2005: 463). Halkla ilişkiler çalışmalarında da hedeflenen sonuca ulaşmada eğitimin önemi göz ardı edilemez. Eğitim kapsamının, öğrencilerin teorik bilgilerini uygulamaya geçirecek şekilde tasarlanmış olması gerekmektedir (White, 1991: 16).

Halkla ilişkilerde yetiştirilecek öğrencinin başarı sağlaması için ders müfredatının geliştirilerek günümüz koşullarına uygun hale getirmek, müfredat oluşturulurken öğretim yöntem ve ilkelerine bağlı kalmak ve öğrencilere etkili eğitiminin yapılması şeklinde ifade edilen halkla ilişkiler temel eğitime ait problem, profesyonellik, eğitim ve bilgiyi bu dört faktör, halkla ilişkiler eğitiminin analiz edilmesinde etkin unsurlar olarak görülmektedir (Coombs & Ryback, 1999: 219).

Halkla ilişkiler sektörünün yetenek veya eğitimden çok, sadece iletişim açısından ele alınması nedeniyle halkla ilişkiler geçmişi olmayan kişiler bu sektörde faaliyet göstermekteydi, medya ile olan ilişkilerin geniş bir boyut kazanmasıyla halkla ilişkiler gazetecilik eğitime kaymış, böylelikle ilk örnekleri ABD’de olmak üzere,

gazetecilik eğitimi veren okullar eğitim müfredatlarına halkla ilişkiler derslerini eklemiştir (Peltekoğlu, 2007: 144).

Halkla ilişkiler eğitimi, tek başına mesleğin uygulanmasında yeterli değildir. Mesleki eğitimin yanında aynı zamanda genel kültüre sahip olunması, düzenli bir çalışma programının olması ve ana dilin etkin bir biçimde hem sözlü hem yazılı kullanması gerekmektedir. Üniversiteler öğrencilerin akademik hedeflerine ulaşması için çaba göstermekte, içerik analizi uygulamakta, medyanın yapısını incelemekte ve bu incelemelerden eğitime de katkı sağlayacak bulgular arama içerisindeyler (Ludwing, 1997: 122'den aktaran Gülsünler, 2008: 78).

Eğitimli bir halkla ilişkiler uygulayıcısının ekonomi, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, eğitim ve fen bilimleri gibi alanlarda da donanımlı olması gerekmektedir. Bu nedenle halkla ilişkiler eğitiminde bu alanlardan da derslerin yer almasına özen gösterilmelidir. ABD'de yapılan bir araştırmaya göre, halkla ilişkiler alanında görev alacak personelde lisans eğitiminin yanında, haber bülteni yazma, işletme ve iktisat dersleri gibi sosyal bilimler alanında eğitim almış ve sektörde deneyim sahibi olması gibi nitelikler aranmaktadır (Peltekoğlu, 2007: 145).

### **Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi**

Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu (CPRE), 1999 ve 2012 yılları arasında bir dizi rapor yayınlamıştır. Bunlardan birincisi 1999 yılında yayınlanan "A Port of Entry" raporudur. Rapor, 12 yeterlik alanına ve lisans derecesini tamamlayan öğrencilerin sahip olması gereken 20 özel yeteneğe detaylı bir açıklama getirerek halkla ilişkiler müfredatının, geleneksel liberal sanat ve sosyal bilimler eğitime dayandırılması gerektiğini vurgulamıştır. İkincisi 2006 yılında yayınlanan "The Professional Bond" raporudur. Komisyon raporda, halkla ilişkiler lisans öğrencilerinin neleri öğrenmeleri konusunda eğitimciler ve uygulayıcılar arasında işbirliği yapılması gerektiğinin altını çizerek yazma, problem çözme, eleştirel düşünme, pozitif davranma, etkili iletişim kurabilme, inisiyatif alma yeteneklerinin eğitim programlarında bulunması gereken beceriler olduğunu belirtmiştir. Ayrıca raporda, halkla ilişkiler eğitiminde stajın



zorunlu olması konusunda da bir uzlaşmaya varılarak halkla ilişkiler müfredatında hem etik hem de çeşitliliğin yanı sıra öğrencilerin, iletişim teknolojileri kullanımının toplum üzerindeki etkilerini öğrenmesine özen gösterilmesi gerektiğine de dikkat çekmiştir (Jugo vd., 2017: 999).

Halkla ilişkiler alanında mesleki başarı doğru bilgi ve beceriyle elde edilebilir. Her branşta olduğu gibi halkla ilişkiler lisans mezunlarının da sorumluluk sahibi olması ve gelişmiş öz yönetim becerilerinin bulunması gerekmektedir. Çünkü halkla ilişkiler uygulayıcısı toplumun herhangi bir kesimiyle iletişime geçilmesi gerektiğinde bunu rahatça yapabilecek ve olası her durumda yada her sorunda olumlu karşılık verebilecek seviyede olmalıdır. Öğrenciler her şeyden önce herkese karşı dürüst olmalıdırlar. Analitik ve kavramsal düşünmeli, eleştiriye açık olmalı mevcut veya daha sonradan oluşabilecek sorunları çözmeye inisiyatif alabilmeli ve asla bencil davranışlar sergilememelidirler. Çevrelerine daima yaratıcı ve faydacı olmalı farklı görüş ve düşüncede olan insanlarla olan iletişimlerini saygı ve empati çerçevesinde yürütmeli, ayrımcılık yapılabilecek konularda örneğin din, mezhep, ırk, dil, kültür gibi tamamen uzak durmalıdırlar. Bu gereklilikleri sağlayabilmek için halkla ilişkiler eğitimi disiplinler arası ve geniş kapsamlı olmalıdır. Bundan dolayı öğrencilerin lisans eğitimleri sürecinde bilgi ve becerilerini geliştirmelerine katkı sağlayacak halkla ilişkiler alanıyla yakından ilgili olan bir yan dal veya çift ana dal programına kaydolmaları önerilmektedir. Halkla ilişkiler lisans müfredatı beşeri ve sosyal bilimler dersleri üzerine kurulmalı ve bu dersler davranış bilimleri, teknoloji, işletme gibi disiplinlerle iç içe olmalıdır. Halkla ilişkiler alanında ki değişimler, bilginin bütünleşmesini gerektirmiştir. Çağımızın koşullarını göz önüne aldığımızda halkla ilişkiler eğitime çok daha fazla özen gösterilmesi gerektiği görülmektedir. Küresel odaklı dersler verilmesi kendi başına yetersiz kalacaktır. Küresel kavramlar müfredatla birleştirilmelidir. Çünkü öğrenciler iş hayatına girdiklerinde çok kültürlü bir yapıyla karşı karşıya kalacaklardır. Bu sebepten dolayı akıcı bir İngilizceye sahip olmaları mümkünse ikinci bir yabancı dili akıcı düzeyde bilmeleri istenmektedir. Son yıllarda yaşanan örgütsel krizlere baktığımızda, halkla ilişkiler müfredatında, etik ve

örgütsel şeffaflık derslerine daha fazla önem verilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. İlişki kurma becerisi halkla ilişkilerde çok kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle, öğrencilerin toplumları açık bir şekilde anlayacak ve karşılıklı güven ortamı sağlayacak ilişkinin nasıl kurulması gerektiğini öğrenmeleri önerilmektedir (CPRE, 2006: 42-44).

### **Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitimi**

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitiminin temelleri iletişim eğitimi ve gazetecilik eğitime dayanmaktadır. 1950 yılında "İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü" gazetecilik/iletişim eğitimi vermeye başlamış, 1965 yılında ise "Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi" Basın Yayın Yüksek Okulu’nda gazetecilik/iletişim eğitimi programa dahil edilmiştir. 1965 yılında yürürlüğe giren kanunla birlikte özel yüksek okulların kurulması izini çıkarılmış, bu kanunla özel yüksek okullar da gazetecilik eğitimi vermeye başlamışlardır. 1975 yılında "Eskişehir’de Sinema ve Televizyon Yüksek Okulu" kurulmuş, bu okula basın yayın bölümü de eklenerek 1980 yılında fakültenin adı "İletişim Bilimleri Fakültesi" olarak değiştirilmiştir (Tokgöz, 2003: 7-11).

Halkla ilişkiler eğitiminin verilmesi 1960 yılından sonra görülmektedir. Devlet Planlama Teşkilatı’nın (DPT) kurulması halkla ilişkilerin gelişmesinde önemli katkı sağlamıştır. 1972 yılında Halkla İlişkiler Derneği’nin kurulması halkla ilişkiler eğitiminin gelişimine yarar sağlamıştır. 1988 yılında Yüksek Öğretim Kurulu’nun isteği ile Basın Yayın Yüksekokullarında verilen gazetecilik ve halkla ilişkiler bölümü iki ayrı bölüm olarak kurulmuştur. 1988 yılından itibaren yeni bölümlerin kurulmasıyla birlikte, Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM), merkezi sınav ile bu bölümlere öğrenci almaya başlamıştır. Yeni bölümlerin açılması ve öğrencilerin bu bölümleri tercih etmesi, iletişim eğitiminde yeni sorunların doğmasına sebebiyet vermiştir. 1992 yılında yapılan yasa değişikliği ile birlikte birçok üniversitede iletişim fakülteleri kurulmuş bunun yanında birçok bölümde de iletişim, halkla ilişkiler, radyo televizyon eğitimi verilmeye başlanmıştır. 1990 yılından itibaren Türkiye’de iletişim eğitimi veren fakültelerin sayısında da artma yaşanmıştır (Solmaz vd., 2012: 255-256).



1992 yılında İletişim Fakültelerinin sayısı 7'ye yükselmiş bu yıldan sonra Devlet Üniversiteleri içerisinde yeni iletişim fakülteleri kurulmuştur. 1993 yılından itibaren iletişim fakültelerinin bölümlerine Yüksek Öğretim Kurulu tarafından anabilim dalları yerleştirilmeye başlanmıştır. Halkla ilişkiler bölümü için 'halkla ilişkiler, kişilerarası iletişim, araştırma yöntemleri, reklamcılık ve tanıtım' ana bilim dalları konulmuştur (Tokgöz, 2003: 23). Bununla birlikte, devlet üniversitelerinde iletişim fakültesi sayısı artarken çeşitli üniversitelerin güzel sanatlar fakültelerinde iletişimle ilgili lisans programları, meslek yüksekokullarında iletişim, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yayıncılığı, fotoğrafçılık bölümleri ve özel iletişim eğitimi veren bölümler kurulmuştur (Uzun, 2007: 123).

1994 yılında İstanbul'da "Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi", 1997 yılında Erzurum'da "Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi", Elazığ'da "Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi", 1998 yılında "Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi", 1999 yılında Antalya'da "Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi" kurulmuştur. Devlet Üniversiteleri'nde iletişim fakültesi sayısı artarken çeşitli üniversitelerin güzel sanatlar fakültelerinde iletişimle ilgili lisans programları, meslek yüksekokullarında iletişim, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yayıncılığı, fotoğrafçılık bölümleri ve özel iletişim eğitimi veren bölümler kurulmuştur (Arık & Bayram, 2011: 84).

1997 yılından itibaren vakıf üniversitelerinin kurulması yasasının çıkarılmasıyla, kuruluşu aşamasında bazı üniversitelerin teorik ders ağırlıklı Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık vb. isimler altında bölümler açtıkları görülmektedir (Varol & Alemdar, 2007:2). Vakıf üniversitelerinin halkla ilişkiler pazarına girmesiyle, her vakıf üniversitenin ilk yaptığı işlerden birisi, ders verecek yeterli düzeyde uzman ve öğretim elemanı bulunmamasına rağmen, halkla ilişkiler bölümü açmasıdır (Erdoğan, 2006: 176).

Avrupa halkla ilişkiler eğitim modeline benzer bir eğitim modelinin uygulandığı Türkiye'de 2000'li yıllardan günümüze kadar hem devlet hem de vakıf

üniversitelerindeki iletişim fakültelerinde ya da başka fakültelerin bünyesinde halkla ilişkiler bölümleri açılmaya devam etmiştir (Solmaz vd., 2017:276).

2018 Mayıs ayı itibarıyla Türkiye’de 56’sı devlet, 32’si vakıf olmak üzere toplam 88 lisans programı (halkla ilişkiler, halkla ilişkiler ve tanıtım, halkla ilişkiler ve reklamcılık) bulunmaktadır (YÖK, 2018).

### **Kanada’da Halkla İlişkiler Eğitimi**

Kanada'daki halkla ilişkiler eğitiminin başlangıcıyla ilgili bir takım tartışmalar bulunmaktadır. Bunlardan ilki Ira Basen'e göre Kanada'da ilk Üniversite çatısı altında halkla ilişkiler dersinin 6 Kasım 1947 tarihinde Toronto Üniversitesi'nde yapıldığı yönündedir. İkinci tartışma ise Kanada Halkla İlişkiler Derneği kaynaklarına göre ilk halkla ilişkiler dersi Leonard Knott tarafından 1948 yılında Montreal'deki McGill Üniversitesi'nde yapılmıştır. Bununla birlikte 1949 yılında Toronto Üniversitesinde, Ontario Halkla İlişkiler Derneği ve Toronto Reklamcılık ve Satış Kulübü 'nün desteğiyle halkla ilişkiler dersi vermeye başlamıştır. İlk halkla ilişkiler dersini veren Leonard Knott, 1936 yılında ülkenin ilk halkla ilişkiler firmalarından birini kurmuş Montreal'de çok saygı duyulan önemli bir halkla ilişkiler danışmanıdır. Aynı zamanda 1955 yılında halkla ilişkilerin gelişimine katkı sağlama amacıyla "The Public Relations in Profit" isimli ilk halkla ilişkiler kitabını yazarıdır (Basen, 2013: 1).

Halkla ilişkiler eğitimi yalnız İngilizce konuşan üniversitelerde değil Fransızca konuşan üniversitelerde de başlamıştır. Kanada'da İngilizce ve Fransızca olmak üzere iki resmi dilin konuşulmasının yararı halkla ilişkiler eğitimine de yansımıştır. Fransızcada ilk halkla ilişkiler kitabı 1964 yılında Paul Dumont-Frenette tarafından yazılmıştır. Yazılan bu kitap Quebec'te halkla ilişkilerin gelişimine bir temel hazırlamıştır. Fransızca eğitim veren üniversitelerde 1970'lerin başında Quebec'deki Laval Üniversitesinde ardından Montreal'deki Quebec Üniversitesinde ilk halkla ilişkiler lisans programları kurulmuştur (Wright ve Flynn, 2017: 56). İlk İngilizce halkla ilişkiler lisans eğitimi, 1977 yılında Halifax eyaletinde ki Saint Vincent Üniversitesinde başlamıştır. Kanada Halkla İlişkiler Derneği, bu üniversitenin lisans programının

gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. İki yıl sonrasında ise 1979 yılında Kanada Halkla İlişkiler Derneği, eğitime destek ve halkla ilişkilerin önemini artırmak amacıyla İletişim ve Halkla İlişkiler Vakfı'nı kurmuştur (CPRS, 2010: 5).

Kanada Halkla İlişkiler Derneği (CPRS) Ulusal Eğitim Konseyi'ne göre, Kanada'da 2018 yılı itibarıyla halkla ilişkiler lisans eğitimi veren 9 üniversite programı bulunmaktadır. Bunlar, Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Yönetimi bölümlerinde oluşmaktadır. Halkla ilişkiler yüksek lisans eğitimi ise yalnız 5 üniversitede yine aynı bölüm isimleriyle ana bilim dalları olarak yer almaktadır. Kanada'da halkla ilişkiler eğitiminin doktora derecesi programı bulunmamaktadır (CPRS, 2018).

Mevcut bulunan yüksek lisans programlarıyla akademik gelişmeler de başlamış, hakemli dergiler ve makaleler halkla ilişkilere verilen öneme ivme kazandırmıştır. Kanada'daki üniversitelerde halkla ilişkiler eğitiminin bu sınırlı gelişmesine ek olarak, Quebec eyaleti hariç olmak üzere, Kanada'da halkla ilişkiler eğitimi bir çok meslek yüksek okulunda yani ön lisans düzeyinde gelişim göstermiştir. CPRS verilerine göre, Kanada'da 25 tane halkla ilişkiler eğitimi veren 2 yıl süreli meslek yüksek okulları ve 1 yıl süreli sertifikasyon programları bulunmaktadır. ABD'de "Üniversite" ve "Kolej" kavramları aynı anlama gelse de bunlar Kanada'da farklıdır. Kanada'da kolejler üniversitelerin derece olarak altında kalmaktadır. Kolejler daha çok bir mesleğe yönelik ara eleman yetiştiren uygulamalı eğitim kurumlarıdır. Kolejlerde akademik araştırmalar üniversitelere göre daha az sayıda yapılmaktadır. Sonuç olarak Kanada'da halkla ilişkiler eğitimi ağırlıklı olarak ön lisans seviyesinde verilmektedir. Lisans ve lisansüstü programlarının yeterli sayıda olmamasının halkla ilişkilerin akademik gelişimine engel olduğu açıkça görülmektedir (Wright & Flynn, 2017: 57-58).

### **Araştırmanın Amacı ve Yöntemi**

Araştırmanın amacı, Türkiye ve Kanada'daki lisans düzeyinde okutulan halkla ilişkiler müfredat programlarının literatürde belirtilen özellikleri çerçevesinde karşılaştırılarak aralarındaki benzerlik ve farklılıklarının ortaya konulmasıdır. Her ülkede farklı dersler verildiğinden müfredatlarda değişiklik yapılması gerektiğinde

başvurulacak kaynak olması bu araştırma çalışmanın önemini arz etmektedir. Araştırma, toplam on altı üniversitenin lisans düzeyi halkla ilişkiler bölümünde okutulan ders müfredatlarını kapsamaktadır. Ancak özellikle Kanada'daki fakültelerin ders içeriklerine ulaşamadığından analizler ders isimleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 2017-2018 dönemi ders müfredatları ile sınırlıdır.

Araştırmanın evrenini Türkiye ve Kanada'da bulunan halkla ilişkiler lisans eğitimi veren fakülteler oluşturmaktadır. Bu evrenden amaçlı örnekleme yöntemiyle Türkiye'den (İstanbul Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi) ve Kanada'dan (Humber Üniversitesi, Mount Saint Vincent Üniversitesi, Ottawa Üniversitesi, Centennial Üniversitesi, Québec Üniversitesi, Cambrian Üniversitesi, Conestoga Üniversitesi, Mount Royal Üniversitesi) sekiz üniversite kuruluş yıllarına göre seçilmiştir. İçerik analizinde birbirine benzeyen verilerin belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilmesi ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenlenerek yorumlanması söz konusudur (Yıldırım ve Şimşek, 2006). İçerik analizi sonuçları genellikle frekans veya yüzde tabloları kullanılarak betimsel olarak sunulmaktadır (Balcı, 2009). Bu çalışmada dersler teorik ve uygulamalı olarak ele alındığı için bu tekniğe başvurulmuş dersler sayısal verilerle betimlenmiştir. İçerik analizinde kullanılan kodlama cetveli ders isimleri üzerinden alanında uzman üç akademisyen tarafından oluşturulmuş ve kontrolü sağlanmıştır.

### **Bulgular**

Türkiye ve Kanada'da yer alan halkla ilişkiler lisans programları derslerine üniversite internet sayfalarından ulaşılmıştır. Önce her ülke kendi içerisinde değerlendirilmiştir sonra ortak dersler tespit edilmiştir. Karşılaştırma ilk olarak teorik dersler açısından ele alındığında, Türkiye'de toplam 126 dersin okutulduğu tespit edilmiştir. Bu derslerden 99'u teorik olarak verilmektedir. Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans programlarında bulunan derslerin yüzde 78.6'sı teorik derslerden oluşmaktadır.

**Tablo 1.** Türkiye Müfredatlarındaki Derslerin Sayısal Verileri

Dersler	Frekans	Yüzde %
Teorik	99	77.4
Uygulamalı	29	22.6

Kanada'da toplam 67 dersin okutulduğu tespit edilmiştir. Bu derslerden 47'si teorik olarak verilmektedir. Kanada'daki halkla ilişkiler lisans programlarında bulunan derslerin yüzde 70.1'i teorik derslerden oluşmaktadır.

**Tablo 2.** Kanada Müfredatlarındaki Derslerin Sayısal Verileri

Dersler	Frekans	Yüzde %
Teorik	47	70.1
Uygulamalı	20	29.9

Türkiye'de tüm bölümlerde zorunlu okutulan, Türk Dili, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi derslerine benzer dersler Kanada müfredatlarında bulunmamaktadır. Kanada'da eğitim dili bölgeye göre Fransızca veya İngilizce olarak değişmektedir. Buna rağmen herhangi bir yabancı dil dersi müfredatlarda tespit edilememiştir. Türkiye müfredatlarında, Türkiye Siyasal Hayatı ve Kurumları, Türkiye'nin Sosyal ve Kültürel Yapısı gibi ülkeye özgü dersler okutulurken buna benzerlik gösteren derslerin Kanada müfredatlarında yer almadığı sadece Küresel Vatandaşlık dersinin verildiği görülmektedir. Türkiye müfredatlarında Siyaset Bilimi, Siyasal Düşünceler dersleri okutulurken Kanada'da bu dersler yer almamaktadır.

Kanada müfredatlarında sağlık iletişimi dersi veya sağlık alanında halkla ilişkiler uygulamalarına yönelik herhangi bir derse rastlanamamıştır. Türkiye müfredatlarında sağlık iletişimi dersleri verilmektedir. Turizm alanına yönelik halkla ilişkiler dersi de Kanada müfredatlarında bulunmamaktadır. Türkiye'de turizm iletişimiyle ilgili tanıtım derslerinin verildiği tespit edilmiştir.

Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar, Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar, Propaganda, Kurum Kültürü, Algı Yönetimi, Medya ve İletişim Sosyolojisi ve Medya ve Reklam Psikolojisi dersleri yada bunlara benzerlik gösteren dersler Kanada müfredatlarında

yer almamaktadır. Müzakere ve Arabuluculuk dersi ve Sürdürebilirlik İletişimi dersi Türkiye müfredatlarında yer almamaktadır.

Temel Gazetecilik dersi Türkiye müfredatlarında yer alırken Kanada müfredatlarında bulunmamaktadır. Temel Reklamcılık dersi her iki ülkede bulunmasına karşın, Kanada müfredatlarında Kurumsal Reklamcılık, Siyasal Reklam ve Kampanyalar, Radyo ve Televizyon Reklamcılığı, Marka İletişimi ve Yönetimi derslerinin okutulmadığı bilgisine ulaşılmıştır.

Karşılaştırma uygulamalı dersler açısından ele alındığında, Türkiye'de toplam 128 dersten 29'u uygulamalı olarak verilmektedir. Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans programlarında bulunan derslerin yüzde 22.6'sı uygulamalı derslerden oluşmaktadır. Kanada'da toplam 67 dersten 20'si uygulamalı olarak verilmektedir. Kanada'daki halkla ilişkiler lisans programlarında bulunan derslerin yüzde 29.9'u uygulamalı derslerden oluşmaktadır.

Araştırma yöntemleri derslerine bakıldığında, iki ülke müfredatlarında da temel derslerin verildiği görülmektedir. Türkiye müfredatlarında alana özgü Halkla İlişkiler ve Reklam Araştırmaları dersi verildiği bu dersin Kanada müfredatlarında bulunmadığı tespit edilmiştir. Türkiye müfredatlarında yer alan Temel Bilgi Teknolojileri, bilgisayar kullanımı ve ofis uygulamaları eğitimini içeren dersin Kanada müfredatlarında bulunmadığı görülmektedir. Bunun yerine Kanada'da İnternet Uygulamalarına Giriş dersi verilmektedir. Yazılım teknolojisine yönelik olan Veritabanı Yönetimi dersinin Türkiye müfredatlarında yer almadığı görülmektedir.

Halkla İlişkiler Yazarlığı dersi hem Türkiye hem Kanada müfredatlarında bulunmaktadır. Bunun devamı niteliğinde olan İleri Halkla İlişkiler Yazarlığı dersinin Kanada müfredatlarında bulunduğu tespit edilmiştir. Reklam Çözümlemesi, Metin ve Yorumları derslerinin Türkiye müfredatlarında verildiği Kanada müfredatlarında buna benzer çözümleme ve analiz derslerinin verilmediği görülmektedir. Sunum Teknikleri dersi iki ülkede de ortak verilmekte buna ek olarak Sunuculuk ve Spikerlik dersinin sadece Türkiye müfredatların bulunduğu tespit edilmiştir.



Kamera ve Işık, Kısa Film Yapımı, Kurgu gibi teknik derslerin Kanada müfredatlarında yer almadığı görülmektedir. Kanada müfredatında sadece bu dersleri genel olarak yüzeysel kapsayan Videoya Giriş dersinin bulunduğu görülmektedir. Sosyal Medya dersleri iki ülkede ortak ders olarak bulunmakta, Kanada müfredatlarında İleri Sosyal Medya ve Sosyal Medya Laboratuvarı isminde ileri düzey sosyal medya dersleri verilmektedir. Tasarım içerikli derslere bakıldığında, Grafik Tasarım ve Web Tasarım derslerinin Kanada müfredatlarında bulunmadığı tespit edilmiş bu dersleri genel anlamda kapsamı içersine alan Dijital İçerik Üretimi dersinin Kanada müfredatlarında verildiği görülmektedir.

Haber Toplama ve Yazma Teknikleri ve Röportaj Teknikleri dersleri Türkiye müfredatlarında bulunmasına karşın, bu derslere benzer herhangi bir dersin Kanada müfredatlarında bulunmadığı tespit edilmiştir. İşaret Dili dersi sadece Türkiye müfredatlarında yer almaktadır. Türkiye müfredatlarında Güzel Sanatlar dersi geniş bir yelpazede öğrencilere sunulurken Kanada müfredatlarında uygulamalı sanat dersinin olmadığı görülmektedir. Spor Dersleri de Türkiye müfredatlarında aynı şekilde farklı spor dallarını içeren geniş kapsamlı dersler olarak sunulurken Kanada müfredatlarında sadece Sağlıklı Yaşam dersi verildiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Türkiye ve Kanada'daki Ortak Okutulan Teorik ve Uygulamalı Dersler

Teorik Dersler	Uygulamalı Dersler
❖ İşletmeye Giriş	❖ Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri
❖ İletişim Kuramları	❖ İletişimde Araştırma Yöntemleri
❖ Pazarlama İlkeleri	❖ Sunum Teknikleri ve Etkili Konuşma
❖ İletişime Giriş	❖ Pazar Araştırması ve Analizi
❖ Halkla İlişkilere Giriş	❖ İletişimde Araştırma Yöntemleri
❖ Siyasal İletişim	❖ Halkla İlişkiler Yazarlığı
❖ Sponsorluk	❖ Temel Fotoğrafçılık
❖ Lobicilik	❖ Dijital İçerik Üretimi
❖ Halkla İlişkiler Araştırmaları	❖ Dijital Medya
❖ Temel Reklamcılık	❖ Sosyal Medya
❖ Uluslararası Halkla İlişkiler	
❖ İmaj Yönetimi	
❖ Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar	
❖ Kişilerarası İletişim	
❖ İletişim Tarihi	

<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Medyaya Giriş</li> <li>❖ Kültürlerarası İletişim</li> <li>❖ Kurum içi İletişim</li> <li>❖ İnsan Kaynakları Yönetimi</li> <li>❖ Halkla İlişkiler Kampanyaları</li> <li>❖ Kurumsal Sosyal Sorumluluk</li> <li>❖ Medya İlişkileri</li> <li>❖ Finansal Yönetim</li> <li>❖ İletişim Hukuku ve Etik</li> <li>❖ Kurumsal İletişim Yönetimi</li> <li>❖ Bütünleşik Pazarlama İletişimi</li> <li>❖ İkna Edici İletişim</li> <li>❖ Kamusal Halkla İlişkiler</li> <li>❖ Kriz İletişimi</li> <li>❖ Etkinlik Yönetimi</li> <li>❖ Sosyal Psikoloji</li> <li>❖ Örgütsel Davranış</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Bitirme Projesi</li> <li>❖ Staj</li> </ul>
--	---

Bitirme Projesi ve Staj uygulamalarının her iki ülkede verildiği açık bir şekilde görülmektedir. Bitirme projeleri, ödevleri, mezuniyet çalışmaları tüm lisans programlarında zorunludur. Stajın zorunlu olduğu programlarda müfredatlarında belirtildiği görülmektedir. İsteğe bağlı staj uygulaması olan üniversitelerin müfredatlarında staj dersinin yer almadığı tespit edilmiştir.

### **Tartışma ve Sonuç**

Halkla ilişkilerin stratejik iletişimi yöneten ve yönlendiren boyutu göz önüne alındığında günümüz dünya şartlarının sürekli değişim ve yenilik içerisinde olmasından dolayı eğitimin çok önemli bir yere sahip olduğu ortadadır. Halkla ilişkiler alanında başarı, mesleğin gerektirdiği bilgi ve tecrübeye sahip, iyi eğitim almış bireylerle sağlanabilir. Bu bireylerin gelişimi, verilecek eğitimin kalitesiyle doğru orantılıdır (Solmaz vd., 2017: 273).

Halkla ilişkiler eğitiminde önemli bir basamak olan lisans eğitimi alanda başarılı olacak halkla ilişkiler uygulayıcıları için ciddi bir başlangıç noktası konumundadır. Bundan dolayı eğitimin içeriği, alınan dersler, yapılan uygulamaların seçimi çağımızın gerekliliklerine uygun olmalıdır.

Türkiye ve Kanada'daki halkla ilişkiler lisans programları incelendiğinde, Türkiye programlarının 8 dönemden oluştuğu, Kanada programlarının ise 6 dönemden oluştuğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla Türkiye'deki programlarda Kanada'ya göre daha fazla ders verilmektedir.

Bu çalışmanın bulgularına göre yapılan karşılaştırmanın sonucu, Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans müfredatlarında alana yönelik teorik derslerde geniş bir ders havuzunun olduğu, öğrenciye zorunlu ve seçmeli olarak halkla ilişkilerin tüm faaliyet alanlarında bilgi ve beceri kazandırılmasına yönelik derslerin bulunduğu görülmektedir. Bununla beraber halkla ilişkilerin ilişkili olduğu diğer bilim ve meslek dallarıyla ilgilide teori ve bilgi kazandırıldığı da görülmektedir. Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans müfredatlarında teorik eğitimin yoğunluğunun öğrencilerin çalışmak isteyecekleri halkla ilişkiler alanlarına göre daha fazla fikir sahibi olmalarında fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Türkiye'deki halkla ilişkiler lisans müfredatlarında Kanada'ya göre üzerinde durulması gereken derslerden birisinin, Sosyal Medya uygulamaları olduğu tespit edilmiştir. Günümüzde sosyal medyanın öneminin gittikçe arttığı görülmektedir. Birçok halkla ilişkiler faaliyetlerinin bu mecra üzerinden gerçekleştirildiği öğrencilerin hem teorik hem uygulamalı olarak sosyal medya eğitimi alması, sosyal medya hesaplarının yönetiminde profesyonelleşmeleri alanda başarı sağlamaları açısından önemli bir husustur. Kanada halkla ilişkiler lisans müfredatlarında sıklıkla yer alan bir ders ise Halkla İlişkiler Yazarlığı dersidir. Bu ders ileri düzey ve uygulamalı olarak yoğun şekilde öğrencilere verildiği görülmektedir. Öğrencilerin ana dillerinde yetkin olmaları, etkili yazım becerilerine sahip olmaları, yazılı içerik üretimleri konularında ki eğitimleri stratejik iletişim süreçleri açısından önemli görülmektedir. Türkiye müfredatlarında da Halkla İlişkiler Yazarlığı dersine daha fazla vurgu yapılmasının öğrencilerin yararına olabileceği düşünülmektedir.

Kanada'daki halkla ilişkiler lisans müfredatlarında Türkiye müfredatlarına göre Kurumsal İletişim dersinin az sayıda verildiği tespit edilmiştir. Kurum ve kuruluşların halkla ilişkiler departmanlarında çalışacak öğrenciler için bu dersin daha

fazla üniversitede verilmesinin yararlı olacağı ön görülmektedir. Az sayıda tespit edilen bir diğer ders ise Kurumsal Kimlik ve İmaj Yönetimi dersidir. Bu ders de Kurumsal İletişim dersi gibi sektörde öğrencilerin bilgi edinmesi ve deneyim kazanması gereken derslerden biridir.

Halkla ilişkilerin sıkça uygulandığı önemli bir alanın ise Sağlık iletişimi olduğu bilinmektedir. Kanada müfredatlarında sağlık iletişimine yönelik dersler yeterli sayıda bulunmamaktadır. Sağlık sektöründe çalışmayı tercih edecek öğrenciler için bu dersin müfredatlarda olması gerektiği düşünülmektedir. Siyasal İletişim dersi de Kanada müfredatlarında nadir olarak bulunmaktadır. Lobcilik, Propaganda gibi derslere müfredatlarda yer verilmesi siyasal alanda halkla ilişkiler çalışmalarında rol alacak öğrenciler açısından önemli bir etkidir. Uluslararası Halkla İlişkiler dersinin Kanada müfredatlarında yeterli ölçüde verildiği tespit edilmiştir. Bunun yanında turizm ve tanıtım faaliyetleri içerikli derslerin eklenmesiyle müfredatların daha güçlü olacağı kanısına varılmaktadır.

Eğitimler konusunda sektörün ihtiyaçlarının belirlenmesi ve bunlara uygun derslerin verilmesi hususunda Üniversitelerin yeterli çalışmaları yaptıkları açıkça görülmektedir. Üniversite mezuniyetinden sonra bu alınan eğitim ve kazandırılan yeteneklerin iş hayatında aktif olarak kullanılması açısından üniversite ve sektör iş birlikleri sağlanmalı, istihdama özen gösterilmelidir. Üniversitelerde mezun birlikleri oluşturulmalı ve üniversite hayatına yeni başlayan öğrencilere uzmanlar tarafından tavsiyeler verilmeli gerekli yönlendirmeler yapılmalıdır.

### **ÇALIŞMANIN ETİK İZİN BELGELERİ**

Söz konusu bu çalışma, 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılmış bir yüksek lisans çalışmasından üretildiğinden dolayı etik kurul izni gerekmemektedir.

**KAYNAKÇA**

- Arık, M. B., & Bayram, F. (2011). "İletişim Eğitimi ve İletişim Akademisyenleri: Veriler Işığında Genel Bir Değerlendirme." *Akdeniz İletişim*, 15, 81-98.
- Balcı, A. (2009). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler* (7. baskı). Tübitak Bitav-Ceren Yayınları. İstanbul.
- Coombs, W. T., Rybacki, K. (1999). Public relations education: Where is pedagogy? *Public Relations Review*, 25(1), 55-63.
- Çakmak, O. (2003). *Bilgi Çağında Eğitim ve Üniversite*, İstanbul: Nesil Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2006). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, Ankara: Erk Yayınları.
- Fidan, N. & Erden, M. (2001). *Eğitime Giriş*, İstanbul: Alkım Yayınları.
- Grunig, J. E. (2005). "İletişim, Halkla İlişkiler ve Etkin Örgütler: Kitaba Genel Bir Bakış" (ed.) James, E. Grunig, *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik* (s. 11-39). (Çev: Elif Özsayar). İstanbul: Rota Yayınları.
- Gülsünler, M. E. (2008). "Türkiye ve Almanya'daki Halkla İlişkiler Eğitiminin Karşılaştırılması Ve Türkiye için Yeni Bir Model Önerisi", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.
- Gür, M. T. (2003). "Araştırma ve Eğitimde Disiplinler Arasılık", (ed.) Oğuz N. Babüroğlu. *Eğitimin Geleceği* (s. 181-209). İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Güz, H. (2006). "Halkla İlişkiler Eğitimi: Halkla İlişkiler Eğitiminin Algılanması Üzerine Bir Araştırma ve Model Önerisi" (s. 293-304) *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Kocaeli.
- Jugo, D., Ciboci, L., Alavanja, M. (2017). Trends in education of communication professionals: The perspective of educators and employers in Croatia. *Public Relations Review*, 43(5), 998-1006.
- Kazancı, M. (2003). "Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bazı Düşünceler ve Yeni Eğitim Programı", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı: 2003/1, s.131-151.

- Lowe, G. I. (2002). Outcomes-based Guidelines for the Curriculation of Technikon Level Public Relations Education in South Africa. (Doctoral dissertation). Retrieved from Retrieved from: <http://ujcontent.uj.ac.za8080/10210/381348>
- Ludwig, B. (1997). *Werbung & Public Relations Berufe mit Zukunft. Einstieg - Praxis - Perspektiven*, Eichborn Verlag, Frankfurt am Main.
- Peltekoğlu, F. (2007). *Halkla İlişkiler Nedir?*, İstanbul: Beta Yayım Dağıtım.
- Solmaz, B., Arslan, A., Aydın, B. Oğuz, Duđan, Ö. (2012). "Türkiye'de Halkla İlişkiler Lisans Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme" *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 253-269.
- Solmaz, B., Taştekin, H., Yüksek, Ö., Akpınar, K., Bakmaz, Y. E. (2017). "Halkla İlişkiler Eğitiminde Uluslararasılaşmanın Önemi: İngiltere ve Türkiye Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma" *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 37, 271-288.
- Tokgöz, O. (2003). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Deđerlendirilmesi", *Kültür ve İletişim*, 6 (2), 7-32.
- Toth, L. E. (1999). "Models for Instruction and Curriculum". *Public Relations Review*. 25 (1), 45-53
- Uzun, R. (2007). "İstihdam Sorunu Bağlamında Türkiye'de İletişim Eğitimi ve Öğrenci Yerleştirme", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 25, 117-134.
- Varol, A. & Alemdar, K. (2007). "İletişim Fakültelerine Öğrenci Yerleştirmede Karşılaşılan Çelişkiler ve Çözüm Önerileri", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 24, 1-12.
- Vural, B. A & Yurdakul, N. B. (2004). "Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine Yönelik Kıyaslamalı Bir Çalışma" (s.253-267) *2nd International Symposium Communication in the Millennium: A Dialogue Between Turkish and American Scholars*. İstanbul.
- White, J. (1991). *How to Understand and Manage Public Relation*, London : Business Books.



- Wright K. D. & Flynn, T. (2017). North American Perspectives on the Development of Public Relations. National Perspectives on the Development of Public Relations. Watson T. (eds) "Public Relations Education and the Development of Professionalization in Canada and the USA." (pp 51-64) London: Palgrave Macmillan.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık. Ankara.

### İnternet Kaynakları

- Basen, I. (2013). "How different is PR in Canada Versus the U.S. Marketing Magazine". <http://www.marketingmag.ca/advertising/columnhow-different-is-pr-in-canada-versus-the-u-s-93395>, [Erişim Tarihi: 06.03.2018]
- CPRE (2006). "The Professional Bond – Public Relations Education and The Practice", The Commission on Public Relations Education". <http://www.commissionpred.org/wp-content/uploads/2018/03/report2-full.pdf> [Erişim Tarihi: 25.03.2018]
- CPRS (2018). "College, University Programs & Academia". [https://cprs.ca/education/education\\_listings.aspx](https://cprs.ca/education/education_listings.aspx), [Erişim Tarihi: 01.06.2018]
- CPRS (2010). "Pathways to the profession: An outcomes based approach towards excellence in Canadian public relations and communications management education". <https://cprs.ca/education/pathways.aspx>, [Erişim Tarihi: 10.03.2018]
- YÖK (2018). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi. <https://istatistik.yok.gov.tr/>, [Erişim Tarihi: 01.06.2018]

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

**This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.**

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

**In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.**