

**İhsan TÜRKAL**

Dr. Öğr. Üyesi | Assist. Prof.

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak İşletme Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Burdur-TÜRKİYE  
Burdur Mehmet Akif Ersoy University, Bucak Business Administration Faculty, Public Relations and Publicity,  
Burdur-TURKIYE  
0000-0002-6302-5622  
[iturkal@mehmetakif.edu.tr](mailto:iturkal@mehmetakif.edu.tr)

## Akreditasyon Ekseninde Müfredat Değişimleri: Halkla İlişkiler Eğitimi Örneği

### Öz

Son dönemde önem ve hız kazanan akreditasyon çalışmaları, halkla ilişkiler bölümlerinin gündem maddelerinden biri durumuna gelmiştir. Akreditasyon süreçleri halkla ilişkiler bölümlerinin çeşitli açılardan değişim geçirmelerine önayak olmaktadır. Değişimin etkili olduğu konulardan biri de eğitim müfredatlarıdır. Akreditasyon kurumu olan İletişim Eğitimi Değerlendirme Akreditasyon Kurulunun (İLEDAK) akreditasyon ölçütleri içerisinde müfredatlar önemli başlıklardan birini oluşturmaktadır. Kurul, halkla ilişkiler programlarını iç ve dış paydaşların görüş ve önerileri doğrultusunda yeniden yapılandırmaya ve belirli aralıklarla güncellemeye teşvik etmektedir. Dolayısıyla halkla ilişkiler eğitiminde özellikle müfredat boyutuyla yaşanan değişimleri anlamak bakımından akreditasyon olgusuna da büyüteç tutmak önem taşımaktadır. Türkiye'de 2023 yılı itibarıyla eğitim çalışmalarını sürdüren 88 halkla ilişkiler bölümünün müfredatlarında yaşanan akreditasyon temelli değişimleri açıklamak, çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda tüm halkla ilişkiler bölümlerinin müfredatları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Akredite olan ve olmayan bölümlerin müfredatlarının karşılaştırmalı analizinin yapıldığı çalışmada betimsel bir tablo oluşturmak yanı sıra akreditasyon ve müfredat değişimleri arasında bir ilişkinin varlığı aranmıştır. Elde edilen bulgular, müfredat bazında üçlü bir ders sınıflamasını ortaya koymaktadır. Akredite olan bölümlerde bir grup dersin ağırlığı artarken bir grup dersin ağırlığı aynı düzeyde kalmakta ve diğer bir grup dersin de ağırlığı azalmaktadır. Bir bütün olarak müfredat değişiminin oranına bakıldığında ise ortaya çıkan rakam; değer olarak yaklaşık 10 puanlık, yüzdesel olarak da 23 puanlık bir farka karşılık gelen minimal düzeyde işaret etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Akreditasyon, Halkla İlişkiler Eğitimi, Müfredat, İLEDAK.

## Curriculum Changes in Terms of Accreditation: An Example of Public Relations Education

### Abstract

Accreditation studies, which have gained importance and momentum recently, have become one of the agenda items of public relations departments. Accreditation processes lead public relations departments to change in various aspects. One of the issues where change is effective is education curricula. Curricula constitute one of the important topics within the accreditation criteria of the Communication Education Evaluation Accreditation Board (İLEDAK), which is the accreditation institution. The Board encourages public relations programs to be restructured in line with the opinions and suggestions of internal and external stakeholders and updated at regular intervals. Therefore, it is important to research the phenomenon of accreditation in order to understand the changes in public relations education, especially in the curriculum dimension. The purpose of this study is to reveal the accreditation-based changes in the curricula of 88 public relations departments that continue their educational activities in Turkey as of 2023. For this purpose, the curricula of all public relations departments were examined by content analysis method. In the study, in which a comparative analysis of the curricula of accredited and non-accredited departments was made, in addition to presenting a descriptive picture, the existence of a relationship between accreditation and curriculum changes was sought. The findings reveal a triple course classification on the basis of curriculum. In accredited departments, while the weight of one group of courses increases, the weight of another group of courses remains at the same level and the weight of another group of courses decreases. If it is considered the rate of curriculum change as a whole, the resulting figure indicates a minimal level, corresponding to a difference of approximately 10 points in value and a difference of 23 points in percentage.

**Keywords:** Accreditation, Public Relations Education, Curriculum, İLEDAK.

## Giriş

1960'lı yıllardan bu yana önemli bir gelişim gösteren halkla ilişkiler alanı, bu dönemde Türkiye'de uygulamada, eğitimde ve araştırmada hızla büyümüş ve ilerleme kaydetmiştir. Uygulama yönüyle en başta kamu kurumlarında ortaya çıkan halkla ilişkiler, devamında özel kuruluşlarda ve sivil toplum kuruluşlarında yaygınlık kazanmıştır. Gelişimin bir diğer ayağı, halkla ilişkiler eğitiminin üniversitelerde yaygınlaşması biçiminde kendini göstermiştir. Üniversitelerde iletişim ve halkla ilişkiler alanlarında eğitim veren fakülteler ve bölümler, 1965 sonrası açılmaya başlamış ve halkla ilişkilerin akademik olarak tanınmasına katkıda bulunmuştur. Günümüzde çok sayıda uzman akademisyenin yetişmesine ve alana ilişkin araştırma ve bilimsel çalışmaların yapılmasına olanak sağlayan bir altyapının oluştuğu rahatlıkla gözlemlenebilmektedir.

Halkla ilişkiler mesleği, günümüzün karmaşık ve hızla değişen iletişim dünyasında önemli bir işlev görmektedir. Şirketler, kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, güçlü bir halkla ilişkiler ekibine sahip olmanın örgütleri için hayati olduğunu kabul etmektedir. Bu nedenle halkla ilişkiler alanında nitelikli personel bulma ihtiyacı giderek artmaktadır. Halkla ilişkilerin karmaşıklığı, iletişim teknolojilerindeki hızlı değişim ve uluslararası iletişim gereksinimleri, halkla ilişkiler uzmanlarının daha fazla bilgi ve beceri geliştirmesini gerekli kılmaktadır. Bu noktada halkla ilişkiler uzmanları, sadece iletişim becerilerine sahip değil, aynı zamanda stratejik düşünme, kriz yönetimi, dijital medya yönetimi ve çok kültürlü iletişim yeteneklerine de sahip olmalıdırlar. Bu karmaşıklığın farkında olan üniversiteler, halkla ilişkiler bölümlerini bu beceri ve bilgilere sahip mezunlar yetiştirmek için dönüştürme arayışındadırlar. Üniversiteler, halkla ilişkiler alanında akademik programlar geliştirerek ve nitelikli öğretim kadrosu oluşturarak bu ihtiyacı karşılamada önemli bir rol oynamaktadır. 2023 yılı itibarıyla 101 lisans programı düzeyine ulaşan halkla ilişkiler eğitimi, ön lisans ve lisansüstü seviyede de eğitim kapasitesini her geçen gün artırmaktadır. Halkla ilişkiler bölümleri, öğrencilere hem teorik hem de pratik bilgiler sunmaya ve onları iş dünyasının taleplerine uygun şekilde yetiştirmeye çaba göstermektedir. Bu, halkla ilişkiler bilimi ve mesleğinin geleceği açısından önemli bir temel oluşturmaktadır.

Halkla ilişkiler eğitiminin niteliği geçen zamana paralel bir biçimde önemli ilerlemeler göstermiştir. Halkla ilişkiler eğitimi, öncelikle 1980'li yıllarda gazetecilik eğitiminden ayrılmış ve ayrı bir eğitim programına dönüşmüştür. İlk yıllarda yaşanan bilimsel kaynak ve yetişmiş akademik personel yetersizliğine ilişkin sıkıntılar zamanla aşılmıştır. Daha nitelikli bir halkla ilişkiler eğitiminin koşulları her geçen gün daha da olgunlaşmaktadır. Bununla birlikte bir bütün olarak hayatın her alanında yaşanan hızlı değişimler halkla ilişkilerin de hızlı bir biçimde yeni ortama uyum sağlamasını gerektirmektedir. Bu yöndeki çabalardan birini de halkla ilişkiler bölümlerinin akreditasyon süreçleri oluşturmaktadır.

Halkla ilişkiler bölümlerinin temel kuruluş amaçları, halkla ilişkiler sektörünün ihtiyaçlarını karşılayacak donanımda öğrenciler mezun etmeye atıfta bulunmaktadır. Öğrencilerin niteliğinin oluşmasında belirleyici olan en önemli faktörlerden birisi bölüm müfredatlarıdır. Müfredatların istenilen öğrenci niteliğini ortaya çıkarabilmesi bakımından sektör ihtiyaçlarını karşılayan ve güncel değişimleri yakalayan bir niteliğe sahip olması gerekmektedir. Bu bakımdan akreditasyon süreçlerinin en çok odaklandığı konulardan biri de müfredatlardır.

Akreditasyon süreçleri, müfredatların konuya taraf paydaşların istek ve beklentileri doğrultusunda ortak aklın devreye sokulması yoluyla ya da bir başka ifadeyle daha demokratik bir ortamda konuşulup, tartışılıp kararlaştırılmasına ve belirli aralıklarla güncellenmesine salık vermektedir. Bu yaklaşımın doğal bir sonucu olarak müfredatlar, akreditasyon süreçlerinde yeniden ele alınmakta ve belirli ölçüde değişime uğrayarak güncellenmektedir. Bu noktada bu araştırmanın amacı, akredite olan bölümlerin müfredatlarında ne ölçüde ve ne yönde değişimler yaşandığını tespit etmektir. Bununla birlikte değişimin akredite olmayan diğer bölüm müfredatları ile kıyaslamalı

sonuçlarını ortaya koymak ve nihai olarak akreditasyon uygulamaları ile müfredat değişimleri arasında bir ilişkinin varlığını aramak araştırma amacının kapsamı içinde bulunmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde halkla ilişkiler eğitimi ve müfredatları ile akreditasyon süreçleri açıklanmakta ve iletişim alanında YÖK tarafından yetkilendirilmiş akreditasyon kurumu olan İLEDAK'a ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Araştırma amaçlarına uygun kuramsal zeminin oluşturulması bakımından kavramların tanımlanması ve sınırlarının belirgin hâle getirilmesi, kavram kargaşasını önlemek ve farklı şekillerde yorumlanmasından kaynaklanan anlaşmazlıkları engellemek açısından önem taşımaktadır. Böylece araştırmaya daha sağlam bir zemin oluşturulmakta ve önceki çalışmalarla bağlantı kurulmasına olanak ve sonraki çalışmaların yeni bilgi üretmesine katkı sunmak amaçlanmaktadır. Çalışmanın bir sonraki bölümünde araştırmada takip edilen yöntemin ayrıntıları aktarılmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın konusu, amacı, önemi, sınırlılıkları, geçerlik ve güvenilirliği, veri toplama, değerlendirme ve yorumlama süreçleri hakkında bilgiler verilmektedir. Takip eden bölümde araştırmadan elde edilen bulgulara belirli bir sistematik içerisinde yer verilmiştir. Sayısal veriler içermesi bakımından tablolar hâlinde sunulan ve devamında yazılı olarak açıklanan bulgular, araştırmanın ana omurgasını oluşturan araştırma sorularına cevap niteliği taşımaktadır. Bu bakımdan her bir araştırma sorusu ilgili bulgunun altında yanıtlanmıştır. Son bölümde ise araştırmanın sonucu, sonuçların anlamı ve önemi genel bir değerlendirme biçiminde verilmiştir. Araştırma sorularına verilen cevaplar temelinde araştırmanın nasıl bir sonuca ulaştığı aktarılmış ve literatür bilgileri kapsamında yorumlanmıştır. Sonuçların ilgili alandaki genel bilgiye nasıl katkı sağladığının açıklanması ile devam eden bölüm konuyla ilgili verilen önerilerle sonlandırılmıştır.

## 1. Kavramsal Çerçeve

### 1.1. Halkla İlişkiler Eğitimi

Dünyada iletişim eğitimi, özellikle gazetecilik yönüyle 20. yüzyılın ilk yıllarında ABD'de başlarken (Wright, 2011, s. 253; Özcan vd., 2020, s. 40) Türkiye'de de benzeri bir yaklaşımla 1950 ve 1960'lı yıllarda İstanbul ve Ankara Üniversiteleri çatısı altında başlamaktadır. 1970'li yıllarda iletişim eğitimi Ankara, İstanbul, Marmara, Ege ve Gazi Üniversiteleri olmak üzere 5 farklı üniversitede vermeye başlanmakta ve ileride ortaya çıkacak olan iletişim fakültelerinin alt yapısını oluşturmaktadır. 1982 senesi ile birlikte yapılan mevzuat değişikliği ile bu okullar Basın Yayın Yüksek Okulları olarak isim değiştirmiş ve ilgili üniversitelerin rektörlüklerinin yönetimine bırakılmıştır. 10 yıl sonra 1992 senesine gelince yeni bir yasal değişiklik bu okulları İletişim Fakültelerine dönüştürmüştür (Tokgöz, 2003, s. 1). Bu fakültelere 1992 yılında Selçuk ve Anadolu, 1994 yılında Galatasaray, 1997 yılında Atatürk ve Fırat, 1998 yılında Kocaeli ve 1999 yılında Akdeniz Üniversitesinde açılan iletişim fakülteleri eklenmiştir. 1997 yılından itibaren vakıf üniversiteleri içerisinde de iletişim fakülteleri kurulmaya başlanmıştır (Tokgöz, 2003, s. 1; Solmaz, 2012, s. 256; Canpolat, 2013, s. 147-148).

Halkla ilişkiler eğitimi de iletişim/gazetecilik eğitimi gibi ABD'de ortaya çıkıp gelişmiştir. İlk halkla ilişkiler dersi 1923 yılında Edward L. Bernays tarafından New York Üniversitesinde verilmiştir (Grünig & Hunt, 1984, 77-78). İlk halkla ilişkiler okulu ise 1947 yılında Boston Üniversitesinde kurulmuş ve onu takip eden iki yılın sonunda bölümlerin sayısı farklı üniversitelerde 100'e ulaşmıştır (Lattimore vd., 2012, s. 40; Sert & Özel, 2019, s. 684). Günümüzde ABD'de yaklaşık 300 üniversitede halkla ilişkiler bölümü bulunmaktadır ve uygulamada halkla ilişkiler çalışanlarının üçte ikisi alana ilişkin lisans düzeyinde eğitime sahiptir (Lattimore vd., 2012, s. 40, Broom & Sha, 2013, s. 51). Gelinek nokta itibarıyla dünyanın pek çok ülkesinde yer alan yükseköğretim kurumlarında halkla ilişkiler eğitimi önemli ölçüde yaygınlık kazanmış (Solmaz, 2017, s. 274) ve bir meslek olarak disiplinin temel dayanak noktası durumuna gelmiştir (Jain, 2017, s. 19).

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi, başlangıçta gazetecilik eğitimi ile birleşik bir bölüm olarak okutulmuş ve 1969 yılında ilk mezunlar “gazetecilik-halkla ilişkiler” diplomasına hak kazanmışlardır. Bu yıllarda yukarıda bahsedilen beş iletişim/gazetecilik okulu benzeri bir biçimde eğitim programlarında halkla ilişkiler dersleri vermiştir (Asna, 1998, s. 87). Halkla ilişkiler eğitiminin kendi başına bağımsız bir bölüme dönüşmesi ancak 1988 yılındaki yasal değişiklikle mümkün olmuştur (Tokgöz, 2003, s. 10). Halkla ilişkiler bölümlerinin sayıları da yine yukarıda bahsedilen ve 1992 sonrası faaliyete geçen iletişim fakültelerinde kurulan halkla ilişkiler bölümleri ile artış yaşamıştır. Başlangıçtan itibaren ağırlıklı olarak iletişim fakülteleri altında kurulduklarına tanık olunmaktadır (Van Het Hof & Tuncer, 2011, s. 137).

Halkla ilişkiler bölümlerinin sayısı 2002 yılında 21’e (Bakan, 2002, s. 67), 2011 yılında 32’ye (Van Het Hof & Tuncer, 2011, s. 136) ve 2016 yılında kamu ve vakıf üniversiteleri dâhil 61’e ulaşmıştır (Solmaz vd., 2017, s. 276; Solmaz, 2018, s. 238). İçerisinde bulunduğumuz 2023 yılı için bu sayı (uzaktan, ikinci öğretim, İngilizce öğretim dâhil) 101 farklı halkla ilişkiler programı şeklinde ortaya çıkmaktadır. 2023-2024 eğitim öğretim yılı için lisans programlarına yerleşen öğrenci sayısı 12.440 olup halkla ilişkiler öğrencilerine ayrılan kontenjanlar tam doluluk kapasitesine ulaşmıştır (ÖSYM, 2023). Dolayısıyla eğitim programları bakımından en önemli paydaş olarak (Öztürk, 2022, s. 188) öğrencilerin Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimine yüksek ilgi gösterdiği anlaşılmaktadır.

## 1.2. Halkla İlişkiler Müfredatları

1960’lı yıllarda ilk kurulan ve halkla ilişkilere ilişkin eğitim veren bölümlerin müfredatlarında üçüncü sınıftan sonra şu derslere yer verilmiştir: “Gazete Yayınlama Teknikleri, Haber Toplama ve Yazma Tekniği, Radyo Programcılığı, Radyo Televizyon Yayını, Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Yazı Çeşitleri ve Yazı Yazma Tekniği, Radyo Televizyon Yazarlığı, Radyo Televizyon İdaresi”. Kitle iletişim ile ilgili verilen dersler ise şu şekilde gerçekleşmiştir: “Basın-Yayın Tarihi, Kamuoyu, Haberleşme Teorileri ve Araçları, Haberleşme Hukuku, Fikri Haklar, Turizm”. Sosyal bilim kategorisinde bulunan müfredat listesine de şu dersler dâhil edilmiştir: “Anayasa, İktisat, Sosyoloji, Siyaset Bilimine Giriş, Uluslararası İlişkiler Tarihi, Hukukun Temel Kavramları, Dünya Edebiyatı, Türk Dili ve Kompozisyon, İstatistik, Sosyal Psikoloji, Maliye, Uluslararası İlişkiler, Siyasal Düşünceler ve Rejimler, Sosyal Politika” (Tokgöz, 2003, s. 10-11).

1988 yılında ayrı halkla ilişkiler bölümlerinin ortaya çıkması, müfredatlara yeni derslerin de girmesine yol açmıştır. “Halkla İlişkiler ve Tanıtım” adını alan yeni halkla ilişkiler bölümleri “Pazarlama ve Reklamcılık, Reklam Tasarımı, Halkla İlişkiler Uygulamaları, Kamuoyu ve Piyasa Araştırmaları, Tanıtma Yöntemleri, İşletmeciliğe Giriş, Reklam Fotoğrafçılığı” dersleri bu kapsamdadır (Tokgöz, 2003, s. 10-11).

Müfredatlarda yaşanan bir değişiklik de 1990’lı yıllardan itibaren bazı seçmeli derslerin programa dâhil edilmesidir. Böylelikle halkla ilişkiler eğitiminde öğrencilere yönelik daha esnek bir eğitim ortamı sağlanmıştır. Diğer yandan yeterli akademik personelin ve ders kaynağı ve ekipmanının bulunmaması gibi nedenlerle müfredatların güncellenmesi o yıllarda çok fazla mümkün olamamıştır (Tokgöz, 2003, s. 12).

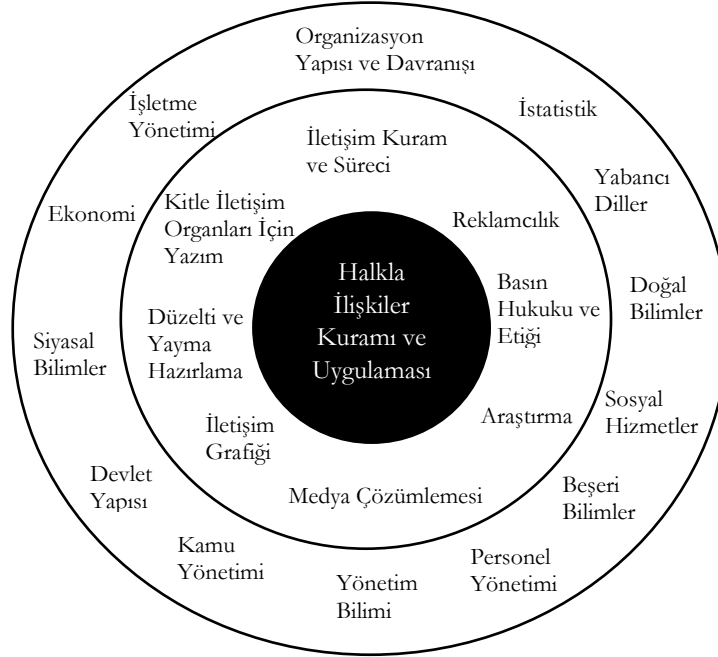
Günümüzde yetişmiş akademik personelin artması, ders kaynakları ve ekipmanların gelişmesi, dünyada ve Türkiye’de iletişim teknolojilerindeki gelişmeler dolayısıyla ülke içi ve dışı bilgi alışverişinin ve etkileşimin artması gibi nedenlerle halkla ilişkiler müfredatlarının gelişim ve değişim geçirdiği görülmektedir. Müfredatlar ve müfredatlara yönelik yaklaşımlar bir yönüyle önemli benzerlikler gösterirken (Stacks vd., 2004, s. 158; Distaso vd., 2009, s. 267; Türkal, 2018, s. 291) farklı bakış açıları ve özellikle seçmeli dersler yoluyla önemli bir çeşitlenmeye ve farklılaşmaya gitmektedir (Peltekoğlu, 2001, s. 117; Şeker & Şeker, 2011, s. 116).

### 1.3. Halkla İlişkiler Müfredatlarına Yönelik Yaklaşımlar

Bir halkla ilişkiler müfredatının nasıl olması gerektiği konusunda çeşitli görüşler bulunmaktadır (Tellan, 2011, s. 23). Bunlardan biri, en çok üzerinde durduğu konulardan biri, eğitim olan (Checkl, 1998, s. 7; Berth & Sjöberg, 1998, s. 13) Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (International Public Relations Association, kısaca IPRA) tarafından 1979 yılında ortaya konulmuştur. Aşağıda yer alan Şekil 1.1.'de halkla ilişkiler müfredatının ana çerçevesi çizilmektedir.

#### Şekil 1

*Eğitim Çarkı*



*Kaynak:* Sjöberg, G. (1998). *Mesleki uygulama için bir halkla ilişkiler eğitim modeli*. Rota Yayınları.

Şekilde görüldüğü üzere halkla ilişkilere ilişkin müfredat 3 ana kategori oluşturmaktadır. İlk kategori, eğitimin merkezinde yer alan halkla ilişkilere özgü mesleki derslerdir. İkinci kategori, mesleki dersleri önemli ölçüde destekleyen ve halkla ilişkilere yakın ilişki içerisinde olan iletişim, reklam ve medyaya yönelik derslerdir. Üçüncü kategoride bir sosyal bilim olarak halkla ilişkilere ilintili işletme, istatistik, yönetim, ekonomi, sosyoloji ve psikoloji gibi sosyal bilim dersleri yer almaktadır.

Konuya ilişkin önemli bir başka yaklaşım alanın önemli teorisyenlerinden James E. Grunig ve Hunt'dan (1984) gelmektedir. Grunig ve Hunt'a (1984, s. 78-79) göre halkla ilişkiler eğitimine yöneltilen üç farklı eleştiri bulunmaktadır. Bunlardan ilki halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından ileri sürülen ve halkla ilişkilerin deneyime dayalı bir alan olduğu ve öğretilemeyeceği ile ilgili eleştiridir. Bu uygulayıcılar halkla ilişkilerin bir sanat olduğuna ve yalnızca deneyimle öğrenilebileceğine inanmaktadırlar. Bu düşünceyi ileri sürenler, bunun yerine temel bilimler eğitimi verilmesinin öğrencilere işlerini yapmalarında daha çok yardımcı olacağını savunmaktadırlar. Diğer bir eleştiri, mesleğin gazetecilik yeteneklerine dayalı olduğu ve bu nedenle daha çok haber yazımı, düzenleme, yayın tasarımı gibi konularda öğrencilere eğitim verilmesi gerektiği yönündedir. Başka bir eleştiri ise bölümün gazetecilik bağından sıyrılması gerektiğini ileri sürmektedir. Öğrencilerin iletişim teknisyenleri olarak yetiştirilmesinden çok halkla ilişkiler danışmanları olarak yetiştirilmesinin daha yararlı olacağını ve derslerin iletişim yetenekleri yerine sosyal bilimlere odaklanması gerektiğini

söylemektedir. Grunig ve Hunt, üç görüşün de haklı olduğu yönler bulunduğunu kabul etmekte ve modern halkla ilişkiler eğitiminin bu üç yönü bir araya getirdiğini dile getirmektedir.

Grunig ve Hunt (1984, s. 78-79), genel olarak halkla ilişkiler eğitimcilerinin ve uygulayıcılarının aşağıda yer alan derslerin halkla ilişkiler öğrencilerine okutulması konusunda fikir birliğine sahip olduğunu ifade etmektedirler:

- Temel Bilimler Eğitimi

Eğitimin ilk iki yılı halkla ilişkiler ve iletişim alanının dışındaki temel bilimleri içermelidir. Halkla ilişkiler için temel bilimlerin önemli olduğu kabul edilmektedir.

- İletişim Becerileri

Halkla ilişkilerde tüm başlangıç seviyesi işler gazetecilik yeteneği (yazma, düzenleme ve tasarım vb.) gerektirmektedir. Çoğu halkla ilişkiler programı gazetecilik okulundan çıkmıştır. Çünkü gazetecilik okulları temel iletişim becerileri konusunda eğitim sunmaktadır.

- Yönetim Bilimleri

Yönetici konumuna ulaşan halkla ilişkiler çalışanlarının yönetim becerisi gösterebilmesi için öğrenciler iletişim teorilerinin nasıl planlanacağını ve halkla ilişkiler programlarının nasıl yönetileceğini öğrenmesi gerekmektedir. Aynı zamanda paydaş davranış teorilerini, araştırma teknikleri ve değerlendirmeyi de öğrenmelidirler.

- İşletme Bilimi

Halkla ilişkiler mezunlarına iş sağlayan işletmelerle ilgili olarak halkla ilişkiler eğitimi verilmektedir. Halkla ilişkiler çalışanları yalnızca iletişimi ve paydaş davranışlarını anlamamalı aynı zamanda çalıştıkları özel, kamu ya da gönüllü kuruluşu da niteliklerine bağlı olarak iyi anlamalıdır.

- Uygulama Deneyimi

Mezun olmadan önce halkla ilişkiler uygulaması yapan öğrenciler genellikle en iyi işleri almaktadırlar. Bu nedenle, çoğu öğrenci staj programına katılmakta ve son eğitim yılı içerisinde vaka çalışmaları yapılan, gerçek kuruluşlar için halkla ilişkiler programları hazırlanan kampanya dersi almaktadır.

Grunig ve Hunt (1984, s. 79), eğitim programı yukarıdaki beş ögeyi içerdiği sürece farklı üniversite birimlerinde de olsa başarılı bir halkla ilişkiler eğitimi verilebileceğini ifade eder.

Müfredatlara ilişkin yapılan bir başka öneri, 1973 yılında Gazetecilik Eğitimi Derneğinin Halkla İlişkiler Bölümü tarafından kurulan ve Amerikan Halkla İlişkiler Derneği ile birlikte çalışan Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyonu tarafından yapılmaktadır. Komisyon, dünya çapındaki üniversiteler ve profesyonel dernekler için halkla ilişkiler eğitimi konusunda önerilerde bulunmaktadır (Commissionpred, 2023). Son olarak 2006 yılında yayınladıkları raporda ideal bir halkla ilişkiler müfredatının aşağıda yer alan özellikleri içermesi gerektiğini dile getirmişlerdir:

- Halkla ilişkilere giriş (teorisi, kökeni ve ilkeleri)
- Halkla ilişkilerde uygulama ve örnek olaylar
- Halkla ilişkiler araştırması, ölçümü ve değerlendirme
- Halkla ilişkiler hukuku ve etiği
- Halkla ilişkiler yazımı ve üretimi
- Halkla ilişkiler planlaması ve yönetimi
- Halkla ilişkiler kampanyaları
- Halkla ilişkiler alanında denetimli iş deneyimi (staj)
- Yönlendirilmiş seçmeli dersler (Commissionpred, 2006, s. 7)

Halkla ilişkiler müfredatları zaman zaman güncellenmektedir ve güncellenmesi üzerinde pek çok etken bulunmaktadır (Ural, 2012, s. 162). Bu etkenler arasında özellikle son dönemde halkla ilişkiler bölümlerinin akreditasyonu dikkat çekmektedir. Bu yönde yapılan çalışmalar ve etkileri, bir sonraki başlık altında ele alınmaktadır.

#### 1.4. Halkla İlişkiler Bölümlerinin Akreditasyonu

Halkla ilişkiler bölümlerinin akreditasyonu, eğitim kurumlarının bu programların belirli kalite ve standartlara uygun olduğunu belgelemesini sağlayan önemli bir süreçtir. Akreditasyon hem öğrencilere hem de iş dünyasına, programın kalitesi ve etkinliği hakkında güvence sağlamaktadır. Akreditasyon, paydaşlar açısından önemli bir öge olarak itibarın (Güllüpunar, 2022, s. 42) özellikle öğrenci tercihleri üzerinde etkisi bakımından gelişmesine katkı sunmaktadır.

Birçok halkla ilişkiler akademik programı, Amerikan Halkla İlişkiler Topluluğu (Public Relations Society of America, kısaca PRSA) tarafından lisans almaktadır ve/veya Gazetecilik ve Kitle İletişiminde Eğitim Akreditasyon Konseyi (The Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications, kısaca ACEJMC) tarafından akredite edilmektedir. Bu programlar, sertifikasyon ve akreditasyon mükemmellik standartlarına ilişkin kapsamlı bir öz incelemeden geçmektedir. Elde edilen akreditasyon belirli standartları temsil etmesi bakımından bu programlara saygınlık ve statü kazandırmaktadır (Commissionpred, 2006, s. 6).

Her iki uygulama da gönüllülük esaslı bulunmaktadır. 2006 yılı itibarıyla 14 ABD, bir Kanada ve bir Arjantin üniversitesinde bulunan halkla ilişkiler programı PRSA tarafından onaylanmıştır. ACEJMC ise 2006 yılına değin 88 halkla ilişkiler programına akreditasyon vermiştir. 2023 yılı içindeki veriler ise ACEJMC'nin 119 programı akredite ettiğini göstermektedir (ACEJMC, 2023a). ABD'de 300 dolayında halkla ilişkiler programı olması dolayısıyla akreditasyon oranının düşük olması bir eleştiri konusu olmaktadır (Black, 1998, s. 34-35).

Gerek PRSA gerekse ACEJMC dokuz inceleme standardına sahiptir. Her iki uygulamanın da inceleme kriterleri arasında eğitim müfredatları da bulunmaktadır (Commissionpred, 2006, s. 9).

ACEJMC (2023b), Yükseköğretimde akreditasyonu, “kamunun hesap verebilirliği ve akademik kalitenin iyileştirilmesi için iç ve dış değerlendirmeye dayalı, ortak bir süreç” olarak tanımlanmaktadır. Dışarıdan değerlendirme yapanlar bir kurumun veya akademik programın kalitesini incelemekte ve öğretim üyelerine ve personele gelişim konusunda yardımcı olmaktadır. Bir akademik programın veya bir kurumun tamamının akreditasyonu genellikle üç ana faaliyeti içermektedir.

- Kurumun veya akademik programın öğretim üyeleri, yöneticileri ve personeli, akreditasyon veren kuruluşun kaliteye ilişkin beklentilerini (standartlar, ölçütler) rehber alarak kendi kendine çalışma yürütmektedirler.
- Akreditasyon kuruluşu tarafından seçilen değerlendirme uzmanlarından oluşan bir ekip, kanıtları gözden geçirmekte, öğretim üyeleri ve personel ile görüşmek üzere kampüsü ziyaret etmekte ve kendi değerlendirmelerini ve akreditasyon kuruluşuna önerilerini içeren bir rapor yayınlamaktadır.
- Kalite ve standartlara uyum ile ilgili bir dizi beklentinin ışığında komisyon, delilleri ve tavsiyeleri incelemekte, bir karara varmakta ve kararı kuruma ve uygunsuzsa üçüncü taraflara iletmektedir.

Türkiye'de ise İLEDAK (İletişim Fakülteleri İçin Akreditasyon Derneği) iletişim fakültelerinin akreditasyonunu düzenleyen ve denetleyen bağımsız bir kuruluş olarak 2016 yılından beri faaliyet göstermektedir. İLEDAK, Türkiye'deki iletişim fakültelerinin eğitim kalitesini artırmayı amaçlayan bir dernek olarak İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD) çatısı altında faaliyet göstermektedir (İLEDAK, 2023a).

İLAD dernek tüzüğü şu ifadeleri içermektedir.

Madde 3- Derneğin amacı, iletişim, medya, reklamcılık, halkla ilişkiler gibi sektörlerin geliştirilmesine, ifade ve basın özgürlüğünün yerleşmesine katkıda bulunur, bu konularda yurt içinde veya yurt dışında üniversiteler, dernekler, vakıflar, sendikalar, sivil toplum örgütleri, kamu kurum ve kuruluşları ile birlikte veya tek başına araştırmalar yapar, yaptırır veya yapılan araştırmaları destekler.

Farklı disiplinlerdeki iletişim eğitim programları için akreditasyon, değerlendirme ve bilgilendirme çalışmaları yaparak Türkiye'de ve KKTC'de iletişim eğitiminin kalitesinin yükseltilmesine katkıda bulunur. Böylece, güncel ve gelişmekte olan teknolojileri kavrayan, nitelikli iletişimciler yetiştirilerek toplumun kendi içinde ve dünyayla iletişiminin ileri götürülmesi hedeflenmektedir. (İLEDAK, 2023b).

İLEDAK'ın akredistasyona ilişkin ulaşmak istediği amaçlar derneğin yönetmeliğinde şu şekilde dile getirilmektedir.

Toplumu, öğrencileri, öğrenci adaylarını, öğrenci rehberlerini, öğrenci velilerini, eğitim kurumlarını, meslek örgütlerini, olası işverenleri, devlet kurumlarını ve diğer paydaşları bilgilendirmek üzere, asgari değerlendirme ölçütlerini sağlayan iletişim programlarını belirlemek;

İletişim alanındaki mevcut eğitim programlarının ilerletilmesi, sürekli iyileştirilmesi ve yeni programların geliştirilmesi konularında yönlendirici rol oynamak;

İletişim eğitimi veren Türkiye'deki yükseköğretim-eğitim kurumlarının uluslararası düzeyde gelişimini teşvik etmek (İLEDAK, 2023c).

İLEDAK akreditasyon sürecinin odaklandığı konulardan biri, eğitim müfredatıdır. Derneğin değerlendirme ölçütleri, ilgili kitapçıkta bizzat şu ifadelerle dile getirilmektedir.

Bu ölçütler, iletişim ortamlarının teknolojik gelişme ve değişimlere paralel olarak hızla yenilediği bir süreçte paydaşların ve sektörün beklentilerini karşılamak üzere, en az 8 yarıyıl ya da eşdeğerinden (240 AKTS kredisi ile) oluşan lisans düzeyindeki İletişim alanını kapsayan programların kalite güvencesini sağlamayı ve bu programların sürekli iyileştirilmesini desteklemeyi amaçlamaktadır.

Program, iç ve dış paydaşların görüş ve önerileri dikkate alınarak yapılandırılmalı ve belirli aralıklarla güncellenmelidir (İLEDAK, 2023d).

Yukarıda yer alan ifadelerden de açıkça anlaşılacağı üzere belirli kurallara bağlı olarak kurumsal bir yapı içerisinde (Güllüpunar & Güllüpunar, 2021, s. 107-108) İLEDAK, akreditasyon süreci halkla ilişkiler bölümlerinin müfredatları üzerinde değişiklik ve güncelleme konusunda teşvik edici bir etkiye bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamındaki temel odak noktası da halkla ilişkiler akreditasyon süreçlerinin halkla ilişkiler bölüm müfredatlarının belirlenmesindeki rolünü incelemektir.

## 2. Araştırma

### 2.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Halkla ilişkilerin uygulama alanında çalışan profesyoneller, her geçen gün daha da fazla oranda halkla ilişkiler eğitimi alan mezunlardan oluşmaktadır. Konuya ilişkin ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde yetişmiş eleman kazandıran halkla ilişkiler programları bu anlamda alanın temel lokomotifidir. Halkla ilişkiler eğitimi dikkate alındığında konuya ilişkin programların sayısı ve kontenjanları, öğretim elemanları, eğitim kaynak ve ekipmanları kadar programların müfredatları da önem taşımaktadır. Müfredatlar, öğrencilerin uygulamada nitelikli bir hizmet üretebilmeleri bakımından gerekli donanımı sağlayan dersleri içermektedir. Bununla birlikte hızla değişen ekonomik, sosyolojik ve teknolojik koşullar müfredatların da aynı hızla güncellenmesini gerektirmektedir. Araştırma, müfredat değişimleri üzerinde ilkesel olarak güncellemeyi teşvik eden



akreditasyon uygulamalarının halkla ilişkiler müfredatları üzerindeki etkisini ele almaktadır. Halkla ilişkiler eğitiminin, alanın merkezinde yer alması bakımından temel bileşenini oluşturan müfredat değişimleri üzerindeki etkilere odaklanan böylesi bir araştırmanın literatüre katkı sunacağı düşünülmektedir. Halkla ilişkiler konusu literatürde pek çok araştırmaya konu olmaktadır (Özgen vd., 2021, s. 134) bununla birlikte halkla ilişkiler eğitimi yeni bir olgu olması bakımından akreditasyon yönüyle henüz yeterince araştırmamıştır. Bu açıdan çalışmanın özgün bir konuya sahip olduğu söylenebilir.

## 2.2. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

İLEDAK tarafından yürütülen akreditasyon çalışmalarının halkla ilişkiler bölümlerinin müfredatları üzerindeki etkisini tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmanın temelini aşağıda yer alan araştırma soruları oluşturmaktadır.

Araştırma Sorusu 1. Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi veren 84 [aynı fakültede aynı müfredata sahip olan programların müfredatları (17 adet) değerlendirme dışı bırakılmıştır] halkla ilişkiler bölümünün müfredatlarında hangi dersler yer almaktadır?

Araştırma Sorusu 2. Halkla ilişkiler müfredatlarında yer alan her bir dersin 88 bölüm içerisindeki verilme oranı ne düzeydedir?

Araştırma Sorusu 3. Akredite olan bölümler ile akredite olmayan bölümlerdeki derslerin verilme oranları hangi düzeydedir?

Araştırma Sorusu 4. Akredite olmayan bölümlerin müfredatları ile kıyaslandığında akredite olan bölümlerin müfredatlarında ortaya çıkan farklılaşmanın düzeyi nedir?

## 2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın çalışma evreni, Türkiye’deki tüm halkla ilişkiler bölümleridir. Evrenin her üyesinin araştırma kapsamında incelemeye alınması dolayısıyla yöntemsel olarak tam sayıma karşılık gelmektedir. Araştırma örnekleme ile araştırma evreninin özdeş olduğu böylesi durumlarda her iki kavram aynı araştırma birimlerini ifade etmektedir. Çoğunlukla az sayıda elemanı bulunan araştırma evrenlerinde uygulanmaktadır (Kazan, 2016, s. 123).

## 2.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma halkla ilişkiler eğitimi konu edinmektedir. YÖK kapsamında yer alan “Halkla İlişkiler ve Tanıtım” ile “Halkla İlişkiler ve Reklamcılık” lisans bölümleri bu kapsamda araştırma alanı olarak kabul edilmiştir. Ön lisans ve lisansüstü programlar, araştırma dışı bırakılmıştır.

Araştırma zamansal açıdan 2023 yılının Ekim ayındaki verileri kapsamaktadır. Bu ay içerisinde tüm halkla ilişkiler bölümlerinin müfredatları çevrimiçi olarak ilgili üniversitelerin/fakültelerin/bölümlerin web sitelerinden alınmıştır. Yalnızca Lefke Avrupa Üniversitesi (KKTC-Lefke) müfredatına ulaşamamıştır. İlgili bölümün yöneticisi ile yazılı (çevrimiçi elektronik posta) ve sözlü iletişim kurulmuş ve müfredat talebinde bulunulmuştur. Bununla birlikte güncellenme dolayısıyla mevcut olmadığı yanıtı alınmıştır.

On yedi (13 ikinci öğretim + 4 İngilizce ve uzaktan öğretim) bölümün müfredatı aynı fakültedeki diğer bölüm müfredatı ile aynı olması dolayısıyla değerlendirme dışı bırakılmıştır. Seçmeli derslerin “alan dışı” olanları halkla ilişkiler alanından tamamen farklı olması bakımından yine değerlendirme dışı bırakılmıştır. Yalnızca “bölüm” ya da “fakülte” seçmeli dersler araştırma kapsamına alınmıştır. Bazı bölüm müfredatlarında İngilizce olarak verilen ders adları Türkçeye çevrilmiştir.

Araştırmada ayrıca aşağıda belirtilen erişim sınırlılıkları oluşmuştur:

- Doğu Akdeniz Üniversitesinin seçmeli derslerine ulaşamamıştır
- Girne Amerikan Üniversitesinin seçmeli derslerine ulaşamamıştır

-İstanbul Kent Üniversitesi t+u+k kredi bilgilerine ulaşamamıştır

YÖK tarafından zorunlu olarak okutulan “Yabancı Dil”, “Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi” ve “Türk Dili” dersleri değişime tabi olmaması bakımından analiz değerleri üzerinde etki etmemesi için değerlendirme dışı bırakılmıştır.

Müfredat dersleri farklı bölümlerde farklı isimler alabilmektedir. Ayrıca içerikleri açısından da bazı farklılıkların bulunması anlaşılabilir bir durumdur. Bu açıdan araştırmanın konuya ilişkin keskin bir nicel sonuç vermesinden çok olguyu yaklaşık verilerle açıkladığı kabul edilmektedir.

## 2.5. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi veren bölümlerin müfredatları incelenmektedir. Müfredatlarda bulunan derslerin nicel olarak tespit edilmesi ve akredite olan ve olmayan bölümler arasında sayısal veriler ile karşılaştırma yapılması nedeniyle nicel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, incelemeye konu edilen bir bağlamda bulunan kodların ortaya çıkma düzeyinin sayısal oranını tespit etmeyi olanaklı kılan bir analiz biçimidir. Belirli bir özelliğin veya bir içeriğin tekrar etme sayısı, bir metindeki belirli bir düşüncenin ya da anlamın önemini ölçüsü olarak kullanılmaktadır (Scott, 2006, s. 40).

Verileri içeren müfredatlar, her bir üniversitenin, fakültenin veya bölümün web sayfası çevrimiçi olarak ziyaret edilerek elde edilmiştir. Genellikle veriler AKTS Bologna bilgi paketlerinden alınmıştır. Devlet üniversiteleri bu konuda belirli bir standardizasyona sahip olduğu için veriler bu üniversitelerde daha kolay toplanmıştır. Verilere ulaşmak konusunda vakıf üniversitelerinde böylesi bir standardizasyon bulunmaması verilerin toplanmasında güçlük oluşturmuştur.

Toplanan müfredatlar aşağıda yer alan tablodaki standarda göre bir paket sayısal veri işleme programına aktarılmıştır.

**Tablo 1**

*Veri Toplama Çizelgesi*

No	Ünv. No	Şehir	Ünv.	Fakülte	Bölüm	Devlet/ Vakıf	Dersler	Yarıyıl	Zorunlu/ Seçmeli	Teori	Uygulama	Ulusal Kredi	AKTS	Laboratuvar
Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri	Veri

Toplamda 84 farklı bölüm müfredatında 6946 ders sayısına ulaşılmıştır. Bu rakam, bölüm başına ortalama yaklaşık 83 ders sayısına karşılık gelmektedir.

Araştırmada elde edilen müfredat bilgileri araştırma sorularına yanıt oluşturacak istatistiksel işlemlerle analiz edilmiştir. Bu doğrultuda veriler toplam sayılar olarak işlenmiş, sıralanmış, kümelere ayrılmış, ortalamaları ve yüzdeleri alınmış ve karşılaştırmalara tabi tutulmuştur.

## 2.6. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Araştırmalarda geçerlik, bir ölçüm aracının veya bir araştırma sonucunun, ölçülen kavramı veya araştırma sorusunu doğru bir şekilde temsil etme derecesini ifade eder. Geçerlik, bir ölçüm aracının veya bir araştırma yönteminin ne kadar iyi olduğunu belirlemeye yardımcı olan önemli bir kavramdır. Geçerlik, bir ölçümün veya araştırma sonucunun güvenilir ve anlamlı olduğunu göstermek için dikkate alınır. Araştırmanın geçerliğine yönelik 5 kişilik uzman (halkla ilişkiler ve yönetim alanlarından öğretim üyesi düzeyinde akademisyenler) ekip görüşüne başvurulmuştur. Uzman ekibin onayı üzerine araştırma sonraki adımlara geçmiştir.

Araştırmanın güvenirligi, bir ölçümün veya araştırma sonucunun istikrarlı, tekrarlanabilir ve güvenilir olduğunu gösteren bir kavramdır. Başka bir deyişle, güvenirlilik, aynı ölçüm aracı veya yöntemi tekrarlanarak aynı sonuçların elde edilebilme derecesini ifade etmektedir. Araştırmanın

güvenirliliği, ölçüm araçlarının veya yöntemlerin ne kadar güvenilir olduğunu belirlemek için önemlidir. Bu çalışmada güvenirliliğin sağlanması için ders kodlamalarının ikinci bir kodlayıcı ile yapılmasına karar verilmiştir. İki kodlayıcı arasındaki uyum oranı Cohen's Kappa formülünden yararlanılarak ölçüldüğünde 0,8-1 arası yüksek güvenirlilik aralığı içerisinde yer alan 0,99 sonucu alınmış ve çalışmanın güvenirliliği sağlanmıştır (Leiva vd., 2006, s. 523). Yüksek güvenirlilik kodlamaların paket sayısal program yardımıyla yapılması dolayısıyla hata payının oldukça düşük olmasından kaynaklandığını söylemek mümkündür.

### 3. Araştırma Bulguları

Bu bölümde araştırmadan elde edilen sayısal veriler tablo halinde sunulacak, açıklanacak ve araştırma sorularına yanıt olarak yorumlanacaktır.

İLEDAK (2023e) tarafından akredite olan halkla ilişkiler bölümlerinin listesi aşağıda Tablo 2'de verilmektedir.

**Tablo 2**

*Akredite Olan Halkla İlişkiler Bölümlerinin Listesi*

Üniversite	Fakülte	Bölüm
Ankara Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Atatürk Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Atılım Üniversitesi	İşletme Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Bahçeşehir Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Başkent Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Ege Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Erciyes Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Haliç Üniversitesi	İşletme Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
İnönü Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
İstanbul Aydın Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
İstanbul Beykent Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
İstanbul Medipol Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Nişantaşı Üniversitesi	İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
İstanbul Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
İzmir Ekonomi Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Maltepe Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Maltepe Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Sakarya Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Yaşar Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Yeditepe Üniversitesi	İletişim Fakültesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım

Bölüm müfredatlarında yer alan derslerin toplam sayıları, bütün içindeki yüzdesel oranları, akredite olan ve olmayan bölümlerdeki toplam ders sayısı ve yüzdesel oranları ile bu iki grubun arasındaki farklılık oranları (-azalanlar, +artanlar ve azalma/artmasına bakılmaksızın yalnızca değişim oranı) yapılan içerik analizi sonucunda belirlenmiştir. Bulgular aşağıda yer alan Tablo 3'te verilmektedir.

**Tablo 3**

*Araştırma Bulguları Analiz Tablosu*

Dersler	Tüm dersler (72 ders)		Akredite Olmayan Bölümlerin Dersleri (63 ders)		Akredite Olan Bölümlerin Dersleri (21 ders)		Dğişim (+/-)	Dğişim	Dğişim
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Fark	Fark	Fark Yüzdesi
Staj	43	51	24	38	19	90	-52	52	138
Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar	16	19	9	14	7	33	-19	19	133
İstatistik	22	26	21	33	1	5	29	29	86
Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler	15	18	14	22	1	5	17	17	79
Yönetim ve Organizasyon	25	30	16	25	9	43	-17	17	69
İletişim Sosyolojisi	34	40	30	48	4	19	29	29	60
Psikoloji	26	31	17	27	9	43	-16	16	59
Sponsorluk	29	35	25	40	4	19	21	21	52
Temel Bilgisayar Bilimleri	21	25	14	22	7	33	-11	11	50
Yeni Medya Bağlamı	18	21	12	19	6	29	-10	10	50
Video Yapımı	40	48	27	43	13	62	-19	19	44
Halkla İlişkilerde Etkinlik Yönetimi	37	44	25	40	12	57	-17	17	44
İnsan Kaynakları Yönetimi	38	45	32	51	6	29	22	22	44
Stratejik Halkla İlişkiler	44	52	30	48	14	67	-19	19	40
Reklam Yazarlığı	42	50	35	56	7	33	22	22	40
İşletme	39	46	32	51	7	33	17	17	34
Kurumsal Kimlik, İmaj ve İtibar Yönetimi	60	71	49	78	11	52	25	25	33
İletişim Tarihi	43	51	35	56	8	38	17	17	31
Girişimcilik	46	55	32	51	14	67	-16	16	31
Sağlık İletişimi	37	44	30	48	7	33	14	14	30
Pazarlama	58	69	47	75	11	52	22	22	30
Reklamda Yaratıcılık	25	30	20	32	5	24	8	8	25
Gazetecilik	40	48	32	51	8	38	13	13	25
Dijital Pazarlama	30	36	24	38	6	29	10	10	25
Kültürler Arası İletişim	35	42	28	44	7	33	11	11	25
İletişim Etiği	58	69	41	65	17	81	-16	16	24
Fotoğrafçılık	54	64	43	68	11	52	16	16	23
Medya Planlama	68	81	54	86	14	67	19	19	22
Siyaset Bilimine Giriş	53	63	42	67	11	52	14	14	21
Reklam Kampanyaları	43	51	34	54	9	43	11	11	21
Kişilerarası İletişim	53	63	38	60	15	71	-11	11	18
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	60	71	47	75	13	62	13	13	17
Grafik Tasarım ve Animasyon	68	81	49	78	19	90	-13	13	16
İktisat/Ekonomi	54	64	39	62	15	71	-10	10	15
Kariyer Planlama	45	54	35	56	10	48	8	8	14
Reklam Fotoğrafçılığı	29	35	21	33	8	38	-5	5	14
Tüketici Davranışları	63	75	49	78	14	67	11	11	14
Marka Yönetimi	62	74	45	71	17	81	-10	10	13
Uluslararası Halkla İlişkiler	49	58	38	60	11	52	8	8	13
Etkili İletişim	62	74	48	76	14	67	10	10	13
İletişim Kuramları	75	89	58	92	17	81	11	11	12
Kriz İletişimi	66	79	51	81	15	71	10	10	12
Bitirme Projesi	48	57	35	56	13	62	-6	6	11
Bilişim Teknolojileri	37	44	27	43	10	48	-5	5	11

Reklamcılığa Giriş	73	87	56	89	17	81	8	8	9
Halkla İlişkiler Yazarlığı	68	81	52	83	16	76	6	6	8
Hukukun Temel Kavramları	53	63	39	62	14	67	-5	5	8
Pazarlama İletişimi	72	86	55	87	17	81	6	6	7
Medya Okuryazarlığı	55	65	42	67	13	62	5	5	7
Diğer Reklamcılık Dersleri	57	68	42	67	15	71	-5	5	7
Web Tasarımı	38	45	29	46	9	43	3	3	7
Diğer Pazarlama Dersleri	23	27	17	27	6	29	-2	2	6
Medya Dersleri	67	80	51	81	16	76	5	5	6
Dijital Halkla İlişkiler	81	96	60	95	21	100	-5	5	5
Araştırma Yöntemleri	83	99	63	100	20	95	5	5	5
İletişim Hukuku	58	69	43	68	15	71	-3	3	5
Halkla İlişkiler Uygulamaları	58	69	44	70	14	67	3	3	5
Reklam Çözümlenmeleri	35	42	26	41	9	43	-2	2	4
Siyasal İletişim	74	88	56	89	18	86	3	3	4
Diğer İletişim Dersleri	78	93	58	92	20	95	-3	3	3
Sosyal Psikoloji	53	63	40	63	13	62	2	2	3
Kurumsal İletişim	61	73	46	73	15	71	2	2	2
Sosyoloji/Davranış Bilimleri	67	80	50	79	17	81	-2	2	2
Diğer Halkla İlişkiler Dersleri	75	89	56	89	19	90	-2	2	2
Halkla İlişkilere Giriş	84	100	63	100	21	100	0	0	0
Diğer Dersler	84	100	63	100	21	100	0	0	0
İletişime Giriş	76	90	57	90	19	90	0	0	0
Halkla İlişkiler Kampanyaları	60	71	45	71	15	71	0	0	0
Dijital Reklamcılık	36	43	27	43	9	43	0	0	0
Sunuş Teknikleri	36	43	27	43	9	43	0	0	0
Reklam Uygulamaları	24	29	18	29	6	29	0	0	0
Gönüllülük Çalışmaları	20	24	15	24	5	24	0	0	0
Ders Başına Ortalama Fark Ortalaması									10 23

Tabloda görüldüğü üzere toplamda 72 ders kodlanmıştır. 84 halkla ilişkiler bölümünün müfredatlarında yer alan 6946 adet ders bu 72 dersin içerisine sayısal olarak kodlanarak aktarılmıştır. 72 ders, “Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi veren 88 halkla ilişkiler bölümünün müfredatlarında hangi dersler yer almaktadır?” şeklindeki ilk araştırma sorusuna yanıt oluşturmaktadır.

84 halkla ilişkiler bölümünün tamamında (%100) okutulan yalnızca bir ders ve ders kategorisi bulunmaktadır. Bunlar “Halkla İlişkilere Giriş” dersi ile “Diğer Dersler” kategorisidir. Bunlara ilaveten en çok okutulan dersler arasında %99 ile “Araştırma Yöntemleri” ve %96 ile “Dijital Halkla İlişkiler dersleri ile %93 oranla “Diğer İletişim Dersleri” dersleri ön plana çıkmaktadır. En az sayıda okutulan derslere bakıldığı zaman binli sayılara ulaşan bir çeşitlilik ortaya çıkmaktadır. Analizin sağlıklı sonuç vermesinin sağlanması ve ana çerçevenin görülmesine engel oluşturacak gereksiz ayrıntılardan kaçınılması için minimum 15 (%18) ders kabul edilmiş ve bu sayının altında yer alan dersler niteliğine göre “diğer dersler” kategorilerinden birine kodlanıp aktarılmıştır. Bir bütün olarak bu listede yer alan veriler ikinci araştırma sorusu olan “halkla ilişkiler bölümlerinde derslerin verilme oranları ne düzeydedir?”e cevap niteliğindedir.

Tablo 3, aynı zamanda akredite olan 21 ve olmayan 63 bölümün müfredat verilerini yansıtmaktadır. Bu verilere göre, akredite olmayan 63 bölümde %100 oranında okutulan dersler “Halkla İlişkilere Giriş”, “Araştırma Yöntemleri” ile “Diğer Dersler” kategorisidir. Bunları %95 ile “Dijital Halkla İlişkiler”, %92 ile “İletişim Kuramları” dersi ve “Diğer İletişim Dersleri” kategorisi takip etmektedir. Akredite olan 21 bölümde ise %100 oranında okutulan dersler “Halkla İlişkilere Giriş”, “Dijital Halkla İlişkiler” ile “Diğer Dersler” kategorisidir. Bunları %95 ile “Araştırma Yöntemleri” ve “Diğer İletişim Dersleri” kategorisi izlemektedir. “Akredite olan bölümler ile akredite olmayan bölümlerdeki derslerin verilme oranları hangi düzeydedir?” şeklinde oluşturulan üçüncü araştırma sorusunun yanıtı bu verilerle sağlanmıştır.

Tablo 2'nin son üç sütunu akredite olan bölümler ile olmayan bölümler arasındaki farkı yansıtmaktadır. Akredite olan 21 halkla ilişkiler bölümünün olmayan 63 bölüme göre ne ölçüde farklılaştığını ortaya koymak bakımından hesaplamalar her iki gruba giren derslerin kendi bütünlüğü içerisindeki sayısı ve oranı çıkarılmış ve hesaplanmıştır. Elde edilen veriler akredite olan halkla ilişkiler bölümlerinde bir kısım derslerin akredite olmayan bölümlere göre arttığını göstermektedir. En çok artış yaşanan dersler %138 artış ile "Staj" ve %133 fark ile "Halkla İlişkilerde Örnek Olaylar" dersleri olmuştur. Bununla birlikte akredite olan halkla ilişkiler bölümlerinde bir kısım derslerin akredite olmayan bölümlere göre azaldığını göstermektedir. En çok azalan dersler %-86 fark ile "İstatistik", ardından %-79 fark ile "Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler" %-60 fark ile "İletişim Sosyolojisi" dersi olmuştur. Diğer yandan "Halkla İlişkilere Giriş", "İletişime Giriş" ve "Halkla İlişkiler Kampanyaları" gibi dersler her iki grupta aynı kalmıştır.

Tüm derslerin genel ortalamalarına bakıldığı zaman tabloda yer alan veriler ışığında değişimin değer bakımından 10 puan arttığı görülmektedir. Bu sayı toplamda %23'lük bir değişime karşılık gelmekte olup yüzdesel açıdan oldukça düşük bir değişim değeri olarak karşımıza çıkmaktadır. Dördüncü araştırma sorusu, akredite olan bölümlerin müfredatlarında akredite olmayan bölümlerin müfredatlarına göre ortaya çıkan farklılaşmanın düzeyini sorgulamaktadır. Elde edilen bulgular bir değişimin varlığını kanıtlamakla birlikte genel ortalamalarda bu değişimin oldukça düşük bir düzeyde gerçekleştiğini göstermektedir.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Uygulamada halkla ilişkilerin kamusal, özel ve gönüllü kuruluşlar yönüyle büyümesi, alana ilişkin yetişmiş halkla ilişkiler uzmanına ihtiyacı her geçen gün artırmaktadır. Bu ihtiyaç doğrultusunda üniversitelerde halkla ilişkiler bölümlerinin sayısı, özellikle son 20 yılda hızla artış göstermiştir. Halkla ilişkiler eğitiminin gelişimi, birtakım nicel unsurlara sahip olduğu gibi eğitim kadrosu, toplumsal ve akademik ilgi, bilimsel kaynak gibi niteliksel boyutlara da sahiptir.

Halkla İlişkiler eğitimi denilince konunun önemli bileşenlerinden biri de öğrencilerin sahip oldukları bilgi donanımına temel oluşturan program müfredatlarıdır. Müfredatlar, eğitimde belirli standartları ve hedefleri tanımlamakta ve öğrencilere ne öğrenmeleri ve hangi yetenekleri kazanmaları gerektiğini belirlemektedir. Müfredat, eğitimciler ve öğrencilere öğrenme sürecini yönlendiren bir çerçeve sunmakta olup ders planlaması ve öğrenme hedeflerini belirlemek için temel bir rehber oluşturmaktadır. Bu anlamda iyi bir müfredat, öğrencilere iş dünyası veya akademik kariyerlerine yönelik gerekli becerileri kazandırmaktadır. Bu, öğrencilerin gelecekteki başarıları için hazırlıklı olmalarına yardımcı olmaktadır. Eğitim müfredatının tasarımı ve uygulanması, eğitim sisteminin etkili bir şekilde çalışmasının anahtarı olmaktadır. İyi bir müfredat, öğrencilere bilgi ve beceri kazandırmakla kalmamakta, aynı zamanda toplumun ihtiyaçlarına ve değişen dünya koşullarına uyum sağlamaktadır. Bu nedenle, müfredatın düzenli olarak gözden geçirilmesi, güncellenmesi ve geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Üniversitelerin yaptıkları müfredatlar çeşitli zaman aralıklarında güncellenmektedir. Eğitim müfredatlarının güncellenmesi bir dizi önemli nedenle yapılmaktadır. Bilgi hızla evrilmekte ve teknoloji sürekli olarak gelişmektedir. Güncel bir müfredat, öğrencilere en son bilgileri ve teknolojileri öğrenme fırsatı sunmaktadır. Toplumun ihtiyaçları, değerleri ve beklentileri zaman içinde değişebilmektedir. Güncel bir müfredat, toplumsal değişikliklere uyum sağlamak için gereklidir. Müfredatlar, öğrencileri gelecekteki iş dünyası ve kariyerleri için hazırlamaktadır. Bu bakımdan güncel beceriler ve endüstri gereksinimleri dikkate alınmaktadır. Diğer yandan toplumlar giderek daha çeşitli hâle gelmekte ve kültürel farklılıkların anlaşılması ve saygı gösterilmesi gerekmektedir. Müfredatlar, kültürel çeşitliliği yansıtacak ve öğrencilere küresel bakış açısı kazandıracak biçimde değişime uğramaktadır. Ülkeler, eğitim standartlarını belirleyen ulusal ve uluslararası kurallara uyum sağlama çabası içerisinde olmakta ve kamu otoritesi müfredatların bu standartlara uygun olarak değişimini talep ya da teşvik edebilmektedir. Bu ve benzeri sebepler,

eğitim kurumları ve eğitimcilerin düzenli olarak müfredatları gözden geçirmelerine ve güncellemelerine zemin oluşturmaktadır.

Son dönemde müfredatların değişimi üzerinde rol oynayan yeni bir olgu olarak akreditasyon uygulamaları görülmektedir. Yükseköğretim alanında akreditasyon, bir eğitim kurumunun veya programının belirli bir kurum veya kuruluş tarafından belirlenmiş standartlara ve kalite ölçütlerine uygun olduğunun resmi olarak onaylandığı bir süreci oluşturmaktadır. Bu süreç; öğrencilere, velilere, işverenlere ve diğer paydaşlara, eğitim kurumunun veya programının kaliteli bir eğitim sağladığına dair güvence vermektedir. Doğal olarak rekabet içerisinde olan veya eğitim kalitesini dışarıdan bir gözle geliştirmek isteyen bölümler akredite olmuşlar ya da bu yöndeki çalışmalarını başlatmışlardır.

Akreditasyon kriterlerinin odak noktalarından birini müfredatlar oluşturmaktadır. Eğitim kalitesinin merkezinde yer alması bakımından olağan karşılanabilecek bu yaklaşım halkla ilişkiler müfredatlarının değişiminde temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. Türkiye’de iletişim alanında bulunan bölümleri akredite eden dernek olarak İLEDAK’ın güncel akreditasyon düzenlemesi de benzeri bir yaklaşıma sahiptir. Dernek, halkla ilişkiler bölümlerini paydaşların istek ve beklentileri doğrultusunda müfredat güncellemelerine teşvik etmektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada akreditasyon ile müfredat değişimleri arasındaki ilişki inceleme konusu yapılmıştır.

Müfredatlar üzerinde yapılan içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular, öncelikle halkla ilişkiler eğitimi ve müfredatlarına ilişkin geniş bir betimsel veri sunmuştur. 84 halkla ilişkiler bölümünde en çok tekrar eden 72 dersin incelendiği çalışmada müfredatların bir yönüyle belirli derslerde benzeştiği bir yönüyle de özellikle seçmeli derslerde bulunan çeşitlilik nedeniyle farklılaştığı görülmektedir. Halkla ilişkiler ve iletişime ilişkin temel mesleki derslerin, müfredatların büyük bir çoğunluğunda paylaşıldığı anlaşılmaktadır.

Araştırmanın asıl odak noktasını akredite olan ve olmayan bölümler arasındaki müfredat farklılıkları oluşturmaktadır. Türkiye’de 2023 yılı Ekim ayı itibarıyla 21 halkla ilişkiler bölümü İLEDAK tarafından akredite edilmiştir. Geriye kalan 63 bölüm ile karşılaştırmalı bir analiz yapıldığı çalışmada değişim bakımından akredite olan bölümlerde sayıca artan, azalan ve aynı kalan dersler olmak üzere 3 kategori oluştuğu tespit edilmiştir. Değişim oranına bakıldığında zaman %23’lük bir değişim oranı görülmektedir. Bu açıdan bu veriye dayalı olarak akreditasyon etkisine dayalı bir değişimin bulunduğunu ancak bu değişimin minimal bir düzeyde ortaya çıktığını söylemek mümkündür.

Halkla ilişkiler müfredatlarında büyük ölçekli bir değişimin olmamasının çeşitli sebepleri olabilir. Müfredatlar her yıl değişime açık olup bölümler çeşitli gerekçelerle müfredatlarını sıklıkla güncelleyebilmektedirler. Güncellemeler yapılırken ilgili bölüm yöneticileri Türkiye’de ve hatta dünyada bulunan diğer bölümlerin müfredatlarına kolayca ulaşarak kontrol edebilmekte onlardan yararlanabilmektedir. İletişim araçlarının bu olanağı bölümlerin birbirleri arasındaki etkileşimi kolaylaştırmakta ve artırmaktadır. Günümüzde halkla ilişkiler programları azımsanmayacak bir sayı olan 88 düzeyinde olup bu bölümlerin önemli bir kısmı son dönemde kurulmuştur. Dolayısıyla yeni açılmış olmaları müfredatlarının güncel olmalarını açıklayacak bir gerekçe oluşturabilir. Halkla ilişkiler eğitimine ilişkin temel müfredat dinamikleri çok fazla çeşitlilik göstermemekte ve eğitimcilerin çoğunluğu belirli noktalarda fikir birliğine sahip olmaktadır. Müfredatlar arasındaki benzerliğin baskın olmasında bir yönüyle alanın ana çıkış noktasının ABD olması ve ABD halkla ilişkiler yaklaşımlarının tüm dünyaya yayılım göstermesi olarak görülebilir (Broom & Sha, 2013, s. 98-125). Türkiye’de halkla ilişkiler akademisyenleri henüz sınırlı sayıda üniversitede bulunan doktora programlarından mezun olmaktadır. Yeni bölümlerin kurulmasında rol oynayan yeni akademik personel bu az sayıda üniversitenin halkla ilişkiler müfredatlarının yansıtıcısı rolünü görmekte ve doğal olarak benzeri müfredatların ortaya çıkmasına sebep alabilmektedir. Halkla ilişkiler eğitimi, halkla ilişkiler alanında çokça araştırılan konu başlıklarından birini oluşturmaktadır.

Ortaya çıkan bilgi birikiminin müfredat güncellemelerinde benzeri yaklaşımlar sergilenmesine katkı sunma ihtimalinden söz edilebilir. Akreditasyon güncellemeleri, bölümlerin müfredatları paydaşlarının istek ve beklentileri doğrultusunda biçimlendirmesine teşvik etmektedir. Ortaya çıkan sonuç, Türkiye’de konuya taraf olan paydaşların Türkiye’de alışık olunan ve bilinen müfredatın dışında çok farklı taleplerde bulunmadığını göstermektedir. Bu durumun da Türkiye’de egemen olan genel bir yaklaşımın bütün üzerindeki etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

Yukarıda ifade edildiği gibi halkla ilişkiler eğitimi, literatürde çeşitli yazarlarca araştırma konusu yapılmıştır. Örneğin Bakan (2002), müfredatların uygulamadan çok akademik bilgiye ağırlık veren Avrupa eğitim modeline yakın olması, Vural ve Yurdakul (2004, s. 267) ise farklı disiplinleri içinde barındırması bakımından disiplinler arası dengenin iyi kurulması gerektiğini ileri sürmektedir. İşler (2005, s. 83-104) halkla ilişkiler eğitimini liberal-eleştirel, işletme-iletişim, kuramsal-uygulamalı; Güllüpunar (2015, s. 17) da teknisyen/yönetici/stratejist perspektifleri etrafında sorunsallaştırmakta ve konuyu incelemektedirler. Tellan (2011, s. 29-30), halkla ilişkiler eğitiminin sosyal bilim ve iletişim bilimleri arasında yönelimini ele almakta ve yeni bir kurgulamaya ihtiyaç olduğunu dile getirmektedir. Van Het Hof ve Tuncer (2011, s. 142) ise müfredatlarda öğrencilerin yaratıcılık yönlerini de geliştirecek derslerin bulunması gerektiğini ve Kazancı’nın (2004, s. 3-4) da savunduğu gibi halkla ilişkiler eğitiminin yöneliminin Avrupa ve ABD’deki örneklerine benzer bir biçimde yönetim bilimlerine doğru olması gerektiğini söylemektedirler. Buna karşın Özgen vd. (2021, s. 127), sektör temsilcileri ve öğrencilerin daha fazla uygulama beklentisi içinde olduklarını aktarmaktadırlar. Bununla birlikte akreditasyon dolaylı müfredat değişiklikleri üzerine henüz bir araştırma olmadığı görülmektedir. Bu açıdan bu çalışma ile ortaya konulan verilerin alana katkı sunan özgün bir içerik oluşturduğu düşünülmektedir.

Bugünlerde halkla ilişkiler bölümlerinin akreditasyona yönelik girişim ve düşüncelerinin ağırlık kazandığı ve sayılarının da sürekli artış gösterdiği görülmektedir. Akredite olan bölüm sayısı henüz %25’ler dolaylarında bulunmaktadır. Bu oranın artması durumunda benzeri araştırmaların tekrarlanması literatürdeki bilginin boylamsal takibi açısından yararlı olacaktır. Elbette akreditasyonların müfredatlar dışında farklı boyutlardaki etkileri de araştırmacılar için inceleme konusu olmaya açıktır.

Halkla ilişkiler bölüm yöneticileri açısından akreditasyon kriterlerinin ortaya koyduğu vizyon üzerinde düşünülmesi ve değerlendirilmesi gereken bir yaklaşımı oluşturmaktadır. Müfredatların sektörün, mezunların, mevcut öğrencilerin, gelişen yeni çevresel ortamın koşullarına uygun bir biçimde güncellenmesi mezunların geleceği ve başarısı, sektörün daha etkin iletişim çalışmaları yapabilmesi ve küresel rekabete cevap verebilmesi bakımından önem taşımaktadır. Bu yönde yapılacak çalışmalar akreditasyon için de bir ön hazırlık oluşturacak ve bölümlerin kolaylıkla akredite olmalarına katkı sunacaktır.

Öğrencilerin de bölümlerin müfredat güncellemelerinde etkin olması yeni neslin eğilimlerine uygun derslerin ve ders içeriklerinin ortaya çıkarılması bakımından doğru bir yaklaşım olacaktır. Müfredatlar öğrencilere bilgi donanımı sağlamakta ve gelecek kariyerlerinde kullanacakları en önemli malzemeyi oluşturmaktadır. Bu açıdan öğrencilerin de tabandan yaklaşım sergileyerek bölümlerden bu yönde taleplerde bulunmaları müfredatların niteliğine olumlu katkı sunacaktır. Yöneticilerin de kararları tabana ve bütüne yaymak ve öğrenci motivasyonunu artırmak bakımından bu talepleri dikkate alması yararlı olacaktır.

Müfredatlar bakımından YÖK, üniversitelere özerklik tanımaktadır. Bilimsel yaklaşımın çeşitlilik oluşturması ve farklı yaklaşımlara olanak vermesi bakımından akla yatkın bir tutum olduğu açıktır. Bununla birlikte halkla ilişkiler bölümlerinin ortak çalışma alanlarında müfredatlara da yönelik fikir-alışverişi sağlayacak mekanizmalar oluşturulması yine bir öneri olarak dile getirilebilir.



### Kaynakça

- ACEJMC. (2023a). *Accredited/reaccredited*. <http://www.acejmc.org/accruitedreaccredited/>
- ACEJMC. (2023b). *The nature of accreditation*. <http://www.acejmc.org/accruitedreaccredited/>
- Asna, A. (1998). *Halkla ilişkiler: Düünden bugüne bir sanat-meslek öyküsü* (2. baskı). Sabah Kitapçılık.
- Bakan, Ö. (2002). Halkla ilişkiler eğitiminde teori-pratik dengesi bakımından Türkiye için bir model önerisi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 2(2), 64-72.
- Berth, K. & Sjöberg, G. (1998). *Halkla ilişkiler eğitiminin evrimi ve küreselleşmenin etkisi: Sekiz ülke üzerine inceleme*. Rota Yayınları.
- Black, S. (1998). *Halkla ilişkiler eğitimi: Öneriler ve standartlar*. Rota Yayınları.
- Broom, G. M. & Sha, B. L. (2013). *Cutlip and centers effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Canpolat, N. (2013). Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi: Halkla ilişkiler ders programlarının değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(2), 139-162.
- Checkl, A. (1998). *Dünyada halkla ilişkiler eğitimi*. Rota Yayınları.
- Commissionpred. (2006). *The report of the commission on public relations education*. <https://www.commissionpred.org/the-professional-bond/>
- Commissionpred. (2023). *About the commission*. <https://www.commissionpred.org/about-the-commission/>
- Distaso, M. W., Stacks, D. W. & Botan C. H. (2009). State of public relations education in the United States: 2006 report on a national survey of executives and academics. *Public Relations Review*, 35(3), 254-269. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.03.006>
- Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Thomson Wadsworth.
- Güllüpunar, H. & Güllüpunar, M. D. (2021). Dijitalleşmenin etkisinde kurumsal iletişimden kurumsal olmayan “kurumsal iletişime”. İçinde Ş. Güler (ed.), *Dijital iletişim araştırmaları* (ss. 105-131). Nobel Bilimsel Eserler.
- Güllüpunar, H. (2015). Stratejik iletişim bağlamında Türkiye’deki halkla ilişkiler bölümlerinin ders müfredatları üzerine bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 679-711.
- Güllüpunar, M. D. (2022). İşletmelerin kurumsal itibarı ve halkla ilişkiler. İçinde H. Altıncik (ed.), *Özel kuruluşlarda halkla ilişkiler* (ss. 41-63). Eğitim Yayınevi.
- İLEDAK. (2023a). *İLAD hakkında*. <https://iledak.ilad.org.tr/iledak/ilad-hakkında>
- İLEDAK. (2023b). *İLAD tüzükü*. [https://iledak.ilad.org.tr/img/pages/ilad-tuzuk\\_13.10.2021\\_3d16ceb.pdf](https://iledak.ilad.org.tr/img/pages/ilad-tuzuk_13.10.2021_3d16ceb.pdf)
- İLEDAK. (2023c). *Çalışma yönetmeliği*. [https://iledak.ilad.org.tr/img/pages/calisma-yonetmeliği-2021-13.07.2022\\_f4446ec.pdf](https://iledak.ilad.org.tr/img/pages/calisma-yonetmeliği-2021-13.07.2022_f4446ec.pdf)
- İLEDAK. (2023d). *İletişim lisans alanı ve programları değerlendirme ölçütleri* (Sürüm 2.3). [https://iledak.ilad.org.tr/img/pages/olcutler-surum-2.3\\_14.04.2022\\_a3ddd6b.pdf](https://iledak.ilad.org.tr/img/pages/olcutler-surum-2.3_14.04.2022_a3ddd6b.pdf)
- İLEDAK. (2023e). *Akredite kurumlar*. <https://iledak.ilad.org.tr/akredite/akredite-kurumlar>

Türkal, İ. (2023). Akreditasyon ekseninde müfredat değişimleri: Halkla ilişkiler eğitimi örneği, *Mavi Atlas*, 11(2), 403-421.

İşler, E. İ. (2003, 03-05 Aralık). *Sosyal bilimler eğitiminde endüstriye entegrasyon faktörleri üzerine eleştirel bir değerlendirme halkla ilişkiler eğitimi örneği* [Bildiri sunumu]. 8. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi, Ankara, Türkiye.

Jain, R. (2017). Preparing students for the global workplace: Current practices and future directions in international public relations education. *Journal of Public Relations Education*, 3(1), 14-35.

Kazan, H. (2016). *Bilimsel araştırma teknikleri*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları.

Kazancı, M. (2004). Halkla ilişkiler eğitimi üzerine bazı düşünceler ve yeni eğitim programı. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(2), 131-152.

Lattimore, D., Baskin, O., Heiman S. T. & Toth E. L. (2012). *Public relations: The profession and the practice*. Mc Graw Hill Education.

Leiva, F. M., Montoro, F. J. & Martinez, T. L. (2006). Assessment of interjudge reliability in the open-ended questions coding process. *Quality & Quantity*, 40, 519-537. <https://doi.org/10.1007/s11135-005-1093-6>

ÖSYM. (2023). *Merkezi yerleştirme ile öğrenci alan yükseköğretim önlisans ve açıköğretim programları* (Tablo-3). <https://www.osym.gov.tr/TR,2528/tablo-3-merkezi-yerlestirme-ile-ogrenci-alan-yuksekokretim-onlisans-ve-acikogretim-programlari.html>.

Özcan, H., Tahsin, I., Pınar, D. & 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.

Özgen, E., Yıldız, E. & Aydoğdu, İ. (2021). Evaluation of public relations curriculum on student and sector expectations: A research on Istanbul province, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 127-156. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.826181>

Öztürk, S. (2022). Halkla ilişkilerde hedef kitle. İçinde G. Çalışır, E. Diker & İ. Türkal (eds.), *Halkla ilişkilere giriş* (ss. 187-207). Eğitim Yayınevi.

Peltekoğlu, F. B. (2001). *Halkla ilişkiler nedir* (2. baskı). Beta Basım Yayım Dağıtım.

Scott, J. (2006). Content Analysis. In V. Jupp (ed.), *The Sage Dictionary of Social Research Methods* (pp. 40-41). Sage Publications.

Sert, N. Y. & Özel, A. P. (2019). Halkla ilişkiler eğitimi: Kocaeli ve Sakarya Üniversitesi öğrencilerinin halkla ilişkiler eğitimine ilişkin görüşlerinin araştırılması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 679-711. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.569546>

Sjöberg, G. (1998). *Mesleki uygulama için bir halkla ilişkiler eğitim modeli*. Rota Yayınları.

Solmaz, B., Arslan, A., Aydın, B. O. & Duğan Ö. (2012). Türkiye'de halkla ilişkiler lisans eğitimi üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 253-269.

Solmaz, B., Ergen, Y. & Alkan, Ö. (2018). Türkiye'de lisansüstü halkla ilişkiler eğitimi üzerine bir araştırma: Doktora tezlerinin halkla ilişkiler alanına katkısının niceliksel içerik analizi (2008-2017), *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 236-248.

Solmaz, B., Taştekin H., Yüksek, Ö., Akpınar, K. & Yaybakmaz E. (2017), Halkla ilişkiler eğitiminde uluslararasılaşmanın önemi: İngiltere ve Türkiye üzerine karşılaştırmalı bir çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (37), 273-288.

Stacks D. W., Botan C. & Turk J. V. (2004). Halkla ilişkiler eğitiminin algılanışı (F. Erendağ, Çev.). *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(2), 137-158.

Şeker M. & Şeker T. (2011). İletişim eğitiminde temel sorunlar ve açmazlar, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (15), 99-118.

Türkal, İ. (2023). Akreditasyon ekseninde müfredat değişimleri: Halkla ilişkiler eğitimi örneği, *Mavi Atlas*, 11(2), 403-421.

Tellan, D. (2011). Halkla ilişkiler eğitiminin bağlamı: İletişim, sosyal bilimler ya da onay üretimi, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (15), 11-31.

Tokgöz, O. (2003). Türkiye’de iletişim eğitimi: Elli yıllık bir geçmişin değerlendirilmesi. *Kültür ve İletişim*, 6(1), 9-32.

Türkal, İ. (2018). Halkla ilişkiler eğitiminde yönelimler: Türkiye ve Ukrayna üzerine karşılaştırmalı bir analiz. İçinde H. Çiftçi & M. Şahbaz (Eds.), *Taras Shevchenko 1st International congress on socialsciences* (ss. 284-293). Iksad Publications.

Ural, E. G. (2012). Etkili bir halkla ilişkiler lisans eğitimi için halkla ilişkiler alanında ortaya çıkan değişimlerin eğitime aktarılması, *E-Journal of New World Sciences Academy NWSA-Social Sciences*, 7(2), 161-182.

Van Het Hof, S. D. & Tuncer, M. U. (2011). Halkla ilişkiler eğitimi üzerine bir eleştiri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (15), 133-144.

Vural, B. A & Yurdakul, N. B. (2004). Halkla ilişkiler eğitiminde müfredat ve uygulamalar: Türk ve Amerikan üniversitelerine yönelik kıyaslamalı bir çalışma. *2nd International Symposium Communication in the Millennium: A Dialogue Between Turkish and American Scholars* (ss. 253-267). İstanbul, Türkiye.

Wright, D.K. (2011), History and development of public relations education in North America: A critical analysis. *Journal of Communication Management*, 15(3), 236-255. <https://doi.org/10.1108/13632541111151005>