



Halkla İlişkilerin Siyaset ve Kamu Yönetimi Eğitimindeki Yeri

Osman KARACAN¹, Veysel Karani ŞÜKÜROĞLU²

Öz

Küreselleşme ile birlikte toplum içinde meydana gelen değişimler, kurumların da yapısını etkileyerek halkla ilişkilere olan ihtiyacı artırmıştır. Bu durum halkla ilişkilerin bir meslek olarak dönüşüm sürecini hızlandırmıştır. Bir iletişim faaliyeti olarak her alanda varlığı hissedilen halkla ilişkiler, kamu yönetimi alanında da hedef kitleyi oluşturan kamularla kurumlar arasındaki çift yönlü etkileşimin sağlanması bağlamında önemli bir yere gelmiştir. Kamu kuruluşlarının vizyonunun kamuları da içine alarak etkin ve sürdürülebilir bir şekilde geleceğe taşınması, doğru ve etkin bir halkla ilişkiler faaliyeti sayesinde gerçekleştirilebilir. Böylelikle kamu yönetimi sürecinde kamuyu oluşturan grupların şeffaflığı görmesinin önü açılmış olacaktır. Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin öneminin artmasından dolayı, bu çalışma kapsamında Türkiye'deki devlet üniversiteleri bünyesinde bulunan kamu yönetimi bölümleri ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinde halkla ilişkiler derslerinin ilgili bölüm müfredatlarındaki yeri ve önemi analiz edilerek durum tespiti yapılmaya çalışılmıştır. Tespit edilen sorun ve ihtiyaçların giderilmesi adına ise çeşitli öneriler sunulmuştur. Bulgular göstermektedir ki, ilgili bölümlerin müfredatlarında halkla ilişkiler içerikli genellikle sadece bir ders bulunmakta, bu dersler çoğunlukla seçmeli ders olarak verilmekte ve ders içerikleri büyük oranda siyaset ve kamu yönetimi alanlarından ziyade özel sektöre yönelik hazırlanmış bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Kamu Yönetimi, Siyaset Bilimi, Yükseköğretim

Jel Kodu: M1, M3

The Place of Public Relations in Politics and Public Administration Education

Abstract

The changes in society brought about by globalization have affected the structure of institutions and increased the need for public relations. This situation has accelerated the transformation process of public relations into a profession. Public relations, as a communication activity whose presence is felt in every field, has also gained an important place in public administration by ensuring two-way interaction between institutions and their target audiences. Carrying the vision of public institutions into the future in an effective and sustainable manner, with the inclusion of target audiences, can be achieved through accurate and effective public relations activities. In this way, the groups that constitute the public are enabled to observe transparency in the public administration process. In light of the growing importance of public relations in public administration, this study aims to identify the current situation by analyzing the place and significance of public relations courses in the curricula of public administration and political science and public administration departments at state universities in Türkiye. Based on this situation analysis, various suggestions are offered to address the identified problems and needs. The findings indicate that, typically, only a single public relations course is included in the curricula of the relevant departments, that these courses are predominantly offered as electives, and that their content is largely oriented toward the private sector rather than politics and public administration.

Keywords: Public Relations, Public Administration, Political Science, Higher Education

Jel Codes: M1, M3

¹ Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Kastamonu, Türkiye. E-posta: osmankaracan@kastamonu.edu.tr Orcid no: 0000-0001-8250-1981

² Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Kastamonu, Türkiye. E-posta: vksukuroglu@kastamonu.edu.tr Orcid no: 0000-0002-8469-1421

Atf/Citation: Karacan, O., Şüküroğlu, V. K. (2025), Halkla İlişkilerin Siyaset ve Kamu Yönetimi Eğitimindeki Yeri, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 27/2, s. 661-680.

Extended Abstract

Introduction

Public relations is a set of activities aimed at regulating an individual's or organization's relations with the public, enhancing its image, and managing its reputation. The necessity of conveying information to larger areas and audiences in order to carry out these activities makes public relations indispensable. Politics and public administration, which aim to meet citizens' needs and provide public services, can achieve these goals more effectively through public relations. Therefore, public relations activities are becoming increasingly important in the fields of politics and public administration.

In this context, due to the growing significance of public relations in politics and public administration, this research aims to reveal the place and importance of public relations courses in the curricula of public administration and political science and public administration departments at state universities in Türkiye.

Method

As of 28.02.2025, there are 208 state universities in Türkiye, 129 of which are state universities and 79 of which are foundation universities. There are 19 public administration departments and 99 political science and public administration departments. While 17 of the 19 public administration departments are in state universities and 2 are in foundation universities, 81 of the 99 political science and public administration departments are in state universities and 18 are in foundation universities. The universe of this research consists of 19 public administration departments and 99 political science and public administration departments. The research sample consists of the public administration and political science and public administration departments of state universities. In other words, a total of 98 departments in state universities –17 public administration departments and 81 political science and public administration departments– constitute the sample of this research. This is because data on university curricula and course content are generally obtained from the Bologna information packages on university websites, and this standardization in public universities has facilitated data collection. Data were collected between 8-28 February 2025.

There are 59 courses related to public relations in related departments. However, within the scope of the research, 43 courses with complete course information packages were subjected to content analysis. Through this analysis, it was examined whether the information such as course objectives, course contents, recommended or required readings, teaching methods, course instructors, learning outcomes, weekly contents, assessment methods, ECTS workload, program and course outcome relation was available and to what extent the existing information was related to the fields of politics and/or public administration.

Result and Discussion

The curricula of the relevant departments that offer public relations courses generally include only a single course on this subject. Only three universities offer two public relations courses. Public relations course in these departments are given under 10 different titles, including *Public Relations in Public Administration*, *Public Relations and Political Campaign*, *Public Relations and Public Opinion*, *Social Media and Public Relations*, and *Public Relations and Communications*. These courses are predominantly elective; only 9 of the 59 courses are compulsory. All of them are theoretical in nature; none are designed to include practice. The courses can be given at any stage of the undergraduate program, from the first to the fourth year, and the language of instruction is predominantly Turkish.

When the information packages of 43 public relations related courses, which are full of Bologna information packages, were examined, the following main findings were reached: the sections on program and course outcome relation are often filled in superficially or left blank; many course information packages do not include an update date; the weekly content in some course information packages is superficially filled in; and the course contents are, to a large extent, oriented toward the private sector, with relatively limited emphasis on politics and public administration.

Findings indicate that public relations education is not given sufficient importance in the curricula of public administration and political science and public administration departments at state universities in Türkiye. In order to offer more effective public relations courses in these departments, the following recommendations are proposed: at least one public relations course should be included in the curriculum; qualified and experienced academic staff should be employed to teach these courses; course contents should be prepared in line with the specific needs of the fields of politics and public administration; course contents should be reviewed periodically in light of current developments; and, in addition to theoretical knowledge, courses should incorporate practical components such as designing a public relations project or conducting case studies.

GİRİŞ

İnsanları etkileme ve bilgilendirmeyi amaç edinen iletişim, bireyler arasındaki ilişkilerin ve diyalogların gelişmesine de katkıda bulunmuştur. Kendisi de bir iletişim faaliyeti olan halkla ilişkiler, kamuları etkilemeyi ve bilgilendirmeyi amaç edinmiştir. Bu amaçtan dolayı halkla ilişkilerin temeli iletişim, ikna ve insanlar arası ilişkilere dayanmaktadır. Kamu kurumlarıyla, kamuları yani hedef kitleleri arasındaki ilişkiler de etkilemeyi, tanıtmayı ve bilgilendirmeyi içerdiğinden halkla ilişkiler taraflar arasında köprü vazifesi görmektedir.

Kamu kurumlarının varlığını etkin bir şekilde sürdürebilmesi, hedef kitleleri nezdinde varlığını kabul ettirmesine, onay almasına ve rıza elde etmesine bağlı olmaktadır. Çünkü bir kamu kurumu sosyolojik anlamda meşruiyet elde etmek istiyorsa, hedef kitlesi nezdindeki algısını iyi bir şekilde yönetmeli ve itibarını sürdürülebilir bir şekilde etkin kılmalıdır. Kamu yönetiminin varlık nedeninin kamu kuruluşlarının hizmet alanı ile ilişkili kesimlere hizmet etmek olduğu göz ardı edilemez bir gerçeklik olarak bilinmektedir. Bu nedenle kamu kurumları hedef kitlesini oluşturan halka karşı duyarlı, sorumlu ve hassas bir yönetim anlayışını özümsemek durumundadır.

Günümüz toplumları, dijitalleşmeyle birlikte bilgi aktarımının yoğun olduğu, bilginin hâkim olduğu ve dijital tabanlı iletişim araçlarının sürekli olarak kullanıldığı toplumlar hâline gelmiştir. Her ne kadar dijitalleşme ile birlikte teknoloji günümüz toplumlarında egemen olsa da, halkla ilişkilerin ana gayesi kişi veya kuruluşların kamularıyla çift yönlü karşılıklı ilişki yoluyla etkileşim kurması ve bunun sonucunda olumlu anlamda kamuoyu oluşturmak olduğundan, halkla ilişkiler faaliyetlerine olan ihtiyaç da buna bağlı olarak sürekli artmaktadır.

Halkla ilişkiler faaliyetleri, herhangi bir kişinin veya kuruluşun kamuoyuyla olan ilişkilerini yöneten, itibarını ve imajını geliştiren faaliyetler olduğundan, bu faaliyetlerin sağlanması amacıyla bilginin daha büyük alanlara ve kitlelere ulaştırılmasının gerekliliği halkla ilişkileri vazgeçilmez kılmaktadır. Vatandaşların ihtiyaçlarını karşılamak ve onlara hizmet sunmak amacıyla olan siyaset ve kamu yönetimi ise bu amacına halkla ilişkiler vasıtasıyla ulaşabileceğinden, halkla ilişkiler faaliyetleri siyaset ve kamu yönetimi açısından da önemli bir etkiye sahip olmaktadır.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin siyasi kampanyaların ve hükümetlerin kamuoyu etkileme çabalarında önemli bir rol oynaması, kamu yönetiminin siyasetin çerçevesini belirleyip uygulanabilirliğini sağlaması ve her ikisinin de vatandaşlara ulaşmada halkla ilişkileri kullanması, bu disiplinler arasında sürekli bir etkileşim olduğunu göstermektedir. Söz konusu disiplinlerin toplumsal yapı içerisinde hedeflerine ulaşabilmek açısından birbirlerini tamamlayıcı ve destekleyici bir rol üstlenmeleri, bu araştırmanın çıkış noktasını oluşturmuştur.

Türkiye’de kamu politikalarına yön veren siyasetçilerin ve bürokratların önemli bir kısmı, üniversitelerin kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümü mezunlarından oluşmaktadır. Siyasetçiler ve bürokratlar, temelinde insan ilişkileri yatan görevler yürütmektedirler. Bu kişiler her ne kadar donanımlı olursa olsun, sahip oldukları bilgiyi halka doğru şekilde aktaramadıkları takdirde icra ettikleri görevler gereği sıkıntılar yaşamaları muhtemeldir. Dolayısıyla gelişmiş iletişim becerilerine ve güçlü insan ilişkilerine sahip olmaları, onları görevlerinde de ön plana çıkaracaktır. Üniversitelerin kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümleri gibi siyasetçi ve bürokrat yetiştiren bölümlerinin müfredatlarında halkla ilişkilere odaklanan derslere yer verilmesi, geleceğin kamu yöneticilerinin insan ilişkileri konusunda karşılaşılabilecekleri sorunlar hakkında fikir sahibi ve donanımlı olmaları bakımından yarar

sağlayacaktır. Bu nedenlerden dolayı, bu araştırmada Türkiye’deki üniversitelerde bulunan kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinin müfredatlarında yer alan halkla ilişkiler içerikli derslere ne derece önem verildiğinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Üniversiteler bünyesinde verilen halkla ilişkiler dersleriyle genel olarak öğrencilerin, kariyerlerinde gereksinim duyacakları halkla ilişkilerin temel ilkelerini öğrenmeleri, halkla ilişkiler faaliyetleri yürütme yeterliliği kazanmaları ve iletişim becerilerini geliştirmeleri amaçlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, görevleri gereği halkla sürekli yakın temas halinde olacak geleceğin siyasetçilerinin ve bürokratlarının, iş hayatlarında en çok ihtiyaç duyacakları halkla ilişkilerde kullanılan yöntem ve araçları öğrenmeleri; kriz dönemlerinde başvurabilecekleri halkla ilişkiler uygulamaları hakkında bilgi edinmeleri; halkla ilişkiler faaliyetleri sırasında göz önünde bulundurulması gereken etik ilkeleri, kuralları ve değerleri bilmeleri; günümüz koşullarında internet ve sosyal medyanın halkla ilişkiler bakımından önemini anlamaları gibi hususlar, halkla ilişkiler derslerinin ana gayelerindendir. Kısacası bu kişilere, görevlerini başarılı şekilde icra edebilmeleri, etkili iletişim ve güçlü insan ilişkileri kurabilmeleri, kamuoyunu daha iyi yönlendirebilmeleri için gerekli temel bilgilerin sunulması hedeflenmektedir.

Hal böyleyken, geleceğin kamu yöneticilerinin yetiştirildiği kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinde halkla ilişkileri konu edinen derslerin bulunması ve bu derslerin; kamu yönetiminde halkla ilişkilere ilişkin mevzuat, siyasette ve kamu yönetiminde halkla ilişkilerin önemi, kamuda yönetim yaklaşımında halkla ilişkilerin yeri gibi meslek özelinde konuların dâhil edilerek özellikle bu derslerin özellikle siyaset ve kamu yönetimi bağlamında sunulması büyük önem arz etmektedir. Çalışmada, kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerindeki halkla ilişkiler eğitiminin işlevselliği tartışılmaya çalışılarak, daha etkin verilebilmesi adına gerekli önerilerde bulunulmuştur.

Günümüze kadar kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinin müfredatları, genel olarak yeterlilikleri bakımından ya da belli konulara ne denli yer verip vermedikleri bakımından çeşitli analizlere tabi tutulmuştur. Ayrıca, halkla ilişkiler konusu pek çok çalışmaya konu olmuştur. Ancak literatürde, Türkiye’deki üniversitelerin kamu yönetimi ve/veya siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinin müfredatlarında halkla ilişkileri konu alan derslerin mevcudiyetine ve analizine yönelik herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu konuda öncül olacak bu araştırmanın literatüre katkı sunacağı düşünülmektedir.

1. KURAMSAL VE KAVRAMSAL BAĞLAMDA HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler kavramı, İngilizcede “public relations” olarak ifade edilmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunanlar daha çok halkla ilişkiler kavramı yerine İngilizce karşılığı olan “public relations” sözcüklerinin baş harflerinden oluşan “PR” kısaltmasını yaygın bir şekilde kullanmaktadır (Asna, 1969:2-3). “Public relations” Türkçede “kamusal ilişkiler” anlamına gelmekteyken “halkla ilişkiler” olarak anlamlandırılmıştır. Esasen “halkla ilişkiler” kavramında yer alan “halk” sözcüğü, “kamu” veya “hedef kitle” anlamına gelmektedir.

Halkla ilişkiler bağlamında “halk” kavramı, kamu veya özel sektör ayrımı olmaksızın halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunan kurumun veya bireyin, bu faaliyetlerinden etkilenen, geçmişte etkilenmiş veya etkilemesi olası olan kişi, grup veya kurumların oluşturduğu halkı, yani kamuları kapsamaktadır. Söz konusu kamuların ortak özellikleri ise kurumların

faaliyet ve işlemlerinden etkilenmeleri, irade ve fiilleri ile kurumu etkilemeleri ve kendi aralarında ortak bir çıkara sahip olmaları olarak ifade edilmektedir. Bu minvalde kamu ile ilişkileri ifade eden halkla ilişkiler; herhangi bir kurum, kuruluş veya en genel ifadeyle örgüt ile çevresi arasında rıza, onay ve güvene dayalı ilişkiler kurmak ve sürdürmek için yapılan planlı, bilinçli ve süreklilik gerektiren çalışmalardır (Biber, 2012:31-32).

Halkla ilişkiler alanında mesleki olarak ilk çalışmaları yapan Ivy Lee olmakla birlikte, terimsel olarak halkla ilişkiler kavramı 1807 yılında Amerikan Başkanı Thomas Jefferson tarafından Birleşik Devletler'in dış ilişkileri ile ilgili bir sunumda kullanılmıştır. Söz konusu metinde hedef kitleyi tanıma ve yönetimi tanıtmaya faaliyetleri üzerinde durulmuştur (Black, 1989:198). Bu bağlamda hedef kitlenin istek ve beklentilerini öğrenme ve hedef kitleyi yapılan faaliyetler hususunda bilgilendirme, halkla ilişkilerin önemli gayeleri arasında yer almaktadır (Mecek, 2018:2317-2318).

Halkla ilişkilerin gelişim göstermesinde özel ve kamu sektöründe kendisini gösteren iktisadi, siyasal ve sosyal krizlerin etkisi olmuştur. Sanayi Devrimi ile birlikte kentleşmenin yol açtığı kitlesel üretime yönelik bir meyil oluşmuş, telefon ve demiryolu iletişimi hızlı bir şekilde gelişmiştir. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) demiryolları sektörü ilk büyük iş alanını oluşturmuş; onları çelik, kömür, petrol, et paketleme şirketleri ve kamu hizmeti kurumları izlemiştir. Aniden gelişen büyüme ve denetimsiz birleşimler, büyük tekelleri meydana getirmiştir. Bunun sonucunda bireysellik ve siyasal iktidarın ekonomiye müdahalesinin doğru olmadığını savunan “laissez-faire” anlayışı egemen kılınmış; para harcama çılgınlığı ve başarı ibadeti, iktisadi, siyasal ve sosyal hayatın tüm aşamalarına etkisini yansıtmıştır. Bununla beraber firmalar, kamularını ve kamu yararı ilkesini göz ardı ederek hedef kitle ile olan ilişkisini yitirmiş ve ilkesiz bir hale gelmişlerdir (Canfield & Moore, 1973:12).

Halkla ilişkilerin özellikle Amerika'da gelişmesinde hükümet kurumları ile özel sektör arasında oluşan yakın ilişkinin etkisi büyük olmuştur. Kamu kurumları, özel sektörün başarılarını belirleyip ölçen önemli alternatiflerden biri haline gelmiştir (Baskin vd., 1983:338). Bu dönemde halkın görüşü, önemli siyasi kararların verilmesi aşamasında dikkate alınmamış; küçük bir muhalif grup haricinde halk, nadiren bu gizlilik politikasına itiraz etmiştir. Ancak, yirminci yüzyıl ile birlikte ulaşım, sanayi ve finans sektörlerindeki belirsizlik, sorumsuzluk ve güçlü tekellerin acımasız taktikleri karşısında kamuda bir düşmanlık görülmeye başlamıştır (Canfield & Moore, 1973:12).

Öncelikle ABD'de kurumsallaşmaya başlayan halkla ilişkilerin bu süreci beş dönemde incelenebilir. Bu dönemler şunlardır: 1900-1917 yılları, siyasi reformların ve “muckraking” olarak ifade edilen araştırmacı gazeteciliğin yaygın olduğu dönem; 1917-1919 yılları, I. Dünya Savaşı süresince savaş tahvilatı yapmak ve sosyal yardım çalışmalarını genişletmek gayesiyle düzenlenen propaganda ve dramatik gösterilerin yoğun olduğu dönem; 1919-1933 yılları, tanıtım faaliyetleri ve ilkeleri hakkında gerekli donanımın sağlandığı, yapılandırılmış ürünlerin kullanıldığı, savaş teknolojisinin geliştiği ve bu teknolojinin getirdiği değişikliklerin benimsendiği, politik savaşların kazanıldığı ve yüksek meblağlı yardımların arttığı dönem; 1933-1945 yılları, Büyük Buhran'ın ve II. Dünya Savaşı'nın etkilerinin sanat ve halkla ilişkiler uygulamalarıyla içselleştiği dönem; 1945-1970'ler ise halkla ilişkiler uygulamalarında mükemmelleşme çalışmalarının yapıldığı ve halkla ilişkiler mefhumunun yerini bulduğu dönem olarak ifade edilmektedir (Cutlip & Center, 1971:70).

Ivy Lee'nin “Declaration of Principles” başlığıyla 1905 yılında yayımlamış olduğu çalışma, modern anlamda halkla ilişkilerin başlangıcı için bir mihenk taşı kabul edilmektedir. Halkla ilişkilerin bugünkü anlamıyla önem kazanması, on

dokuzuncu yüzyılın son çeyreği ile yirminci yüzyılın ilk dönemine kadar olan süreçte, kamuda veya özel sektörde faaliyet gösteren kurumsal tanıtım ajanslarıyla gazeteciler arasında yaşanan olumsuz ilişkilerin görünür hâle gelmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu durum karşısında Ivy Lee, kamu kurumları ve özel sektördeki tanıtım ajansları ile basının daha koordineli bir şekilde çalışmasının halkla güvenilir kaynaklara dayanan doğru ve zamanında bilgi akışının sağlanmasının önemini vurgulamıştır. Bu minvalde, olumsuz benzetimler barındıran basın ajansı anlayışı yerini daha olumlu izlenimler oluşturan kurumsal tanıtım (corporate publicity) anlayışına bırakmıştır (Russel & Bishop, 2009:91-99). Bu anlayış, halkla ilişkiler ile hem siyaset hem de kamu yönetimi arasındaki ilişkinin de temelini teşkil etmiştir.

Diğer taraftan halkla ilişkiler disiplininin ülkemizdeki gelişimi ana hatları ile tetkik edildiğinde; ülkemizin batı ekseninin yanında yer almasıyla beraber kapitalist dünyaya uyum sağlama gayesinin, halkla ilişkiler mefhumunun hızlı bir şekilde gelişmesine olanak sağladığı söylenebilir. Çünkü dünyada meydana gelen değişimlerin farkında olunması ve mevzubahis değişimlere uyum sağlama zorunluluğu, beraberinde birtakım anlaşmaları ve yenilikleri getirmiştir. Türkiye’de meydana gelen rejim değişikliği neticesinde yapılan inkılaplar, demokratik atılımlar ve çok partili siyasal hayata geçiş denemeleri, 1945 yılında gerçekleşen Birleşmiş Milletler ve akabinde 1952 yılında gerçekleşen NATO üyelikleri, bu üyelikler sonucunda benimsenmek durumunda kalan serbest piyasa anlayışı gibi önemli durumlar halkla ilişkilerin özellikle de siyasal iletişim bağlamında gelişimini etkilediği ifade edilmektedir (Canöz, 2008:142).

Özellikle ülkemizde 1960 ve 1980 arası ve hatta 1980 sonrası dönemde yaşanan gelişmeler, halkla ilişkiler alanının daha belirgin bir hal almasını sağlamıştır. Bunlar arasında; Devlet Planlama Teşkilatının kurulması, MEHTAP Projesi olarak adlandırılan Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi, yapılan akademik çalışmalar, 1964 tarihinde Nermin Abadan Unat tarafından hazırlanan “Modern Toplumlarda Halkla Münasebetler”, 1965 tarihli Mümtaz Soysal’a ait “Halkın Yönetime Etkisi: Yönetimde Halkla İlişkiler” raporu veya Suat Çadircı’ya ait 1966 tarihli “Halkla İlişkiler” kitabı gibi alanla alakalı ilk çalışmalar, halkla ilişkiler alanının tanıtımı gayesiyle 1972 yılında kurulan dernek ve özel sektörde faaliyet göstermekte olan Koç Holding bünyesinde 1968 yılında halkla ilişkiler bölümünün kurulması, yine bu yıllarda ilk halkla ilişkiler ajansının kurulması sayılabilir (Okay & Okay, 2012:24-29; Sönmez, 2022:83-84).

Özelleştirmenin başladığı ve hâkim olduğu 1992 ile 2001 yılları arasındaki dönemde halkla ilişkiler alanındaki gelişmeler daha farklı bir boyut kazanmış ve halkla ilişkiler eğitimi yükseköğrenim bünyesine girmeye başlamıştır. Yükseköğrenim Kurulunun (YÖK) isteğiyle 1988 yılından itibaren gazetecilik ve halkla ilişkiler bölümleri birbirinden bağımsız olarak ders vermeye başlamıştır. Kamu yönetimi bağlamında halkla ilişkiler, kamu kuruluşlarının toplumla olan münasebetlerinin müspet dairede kuvvetli bir şekilde yürütülmesi gayesiyle önem arz etmiştir. Bu minvalde 2006 yılında Başbakanlık İletişim Merkezi (BİMER) ve 2015 yılında ise Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER) gibi hedef kitlenin talep ve şikâyetlerinin alındığı sistemler geliştirilmiştir (Sönmez, 2022:83-84). İletişim tabanlı internet teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte bu tarz gelişmeler kamu yönetimi alanında halkla ilişkilerin varlığını elzem elzem hâle getirmektedir.

2. SİYASET VE KAMU YÖNETİMİ EĞİTİMİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN GEREKLİLİĞİ

Halkla ilişkiler alanı ile siyaset-kamu yönetimi alanı arasındaki ilişki, bunların birbiri ile olan etkileşimi ve bağımlılığı ile karakterize olmaktadır. Her iki alan da toplumun ilgili kesimleriyle etkili iletişim kurmayı ve bu kesimlerin güven, rıza ve

onayını kazanmayı amaçlamaktadır. Bu süreçte halkla ilişkiler politikaları, siyaset ve kamu yönetimi açısından önem taşımaktadır.

Siyaset ve kamu yönetimi cihetinden halkla ilişkilerin temel iki ana işlevi “tanıtma” ve “tanıma” faaliyetleri olmaktadır. Bu durum; yönetilen kitleyi bilgilendirme, aydınlatma, yönetimin hareketlerini ve yaptığı işlemleri hedef kitleye açıklama “tanıtma”, hedef kitlenin isteklerini, şikâyetlerini öğrenme ise “tanıma” olarak ifade edilmektedir (Kazancı, 1999:81).

Siyaset ve kamu yönetiminde halkla ilişkilerin gerekliliği daha çok “tanıtım” kavramı etrafında şekillenmektedir. Halkla ilişkiler bağlamında tanıtım, bir kurumun tüm yönleriyle ve gerçekliğiyle kamularına anlatılması ve kurumun yapısı ile faaliyetleri hakkında bilgi verilmesi eylemidir. Yapılan tanıtım faaliyetleri çerçevesinde hedef kitle, kurumun amaçlarını, politikalarını ve stratejilerini öğrenmekte ve bunlar doğrultusunda kuruma yönelik tutum ve davranış geliştirmektedir (Biber, 2012:100). Bu sebeple, kamu yönetiminin ana karakteri ile halkla ilişkiler birbirinden bağımsız değildir. Her iki alan da varlığını devam ettirebilmek için etkileşim içerisinde olmak durumundadır. Kamu yönetimi sistemi içinde halkla ilişkiler, siyasi ve bürokratik otoriteye meşruiyet sağlamaktadır. Kurum büyük bir sistem içerisinde yer almakta ve gerek toplumsal gerek siyasal olsun alt sistemlerle etkileşim içinde bulunmak zorundadır. Kurum ve çevre arasındaki söz konusu etkileşim, halkla ilişkiler tarafından sağlanmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında kamu kurumları açısından halkla ilişkiler; kurumların kamuları olan hedef kitleleri ile ilişkilerinde bir denge unsuru olarak, hedef kitlenin istekleri ile kamu kurumlarının menfaatlerinin çatışmamasına özen göstermektedir. Halkla ilişkilerin, kamuoyu oluşturma doğrultusunda ikna ve onay sağlamaya yönelik yönetsel rolü ise esasen daha üst bir düzeyde siyasal bir nitelik taşımaktadır (Lee, 1998:515-516).

Kamu yönetimi, kamu kurumlarının hedef kitesinde yer alan kamularıyla/halkla olan ilişkilerini yönetmek ve gerekli bilgi akışını sağlayarak kamu hizmetlerinin etkin bir şekilde sunulmasını temin etmek için halkla ilişkilerle etkin bir ilişki kurmak durumundadır. Bu ilişki; şeffaflık ve hesap verilebilirlik, kamuoyunu bilgilendirme ve katılımcı yönetim bağlamında yürütülmektedir.

Kamu kurumları hedef kitlelerine hesap verilebilirliği artırıp şeffaflığı sağlayarak kamunun devlet kurumlarına olan güvenini pekiştirmeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda hedef kitlenin kamu hizmetleri ve kamu kurumlarının politikaları hakkında bilgilenmeleri yoluyla hak ve yükümlülüklerini öğrenmelerinin sağlanması ve hedef kitlenin alınan kararlara katılımcı olarak süreçlere dâhil olmaları için kamu yönetimi, ilgili stratejiler geliştirmek için halkla ilişkilere başvurmaktadır. Çünkü halkla ilişkiler sadece reklam ve pazarlama faaliyetlerini kapsamamaktadır. Bunların da ötesinde, kamu olsun özel olsun, bir kurumda var olan stratejik noktaların hepsinin tek bir ses üzerinden yönetilmesini, birleştirilmesini ve bütünsel bir bakış açısının sağlanmasını kapsamaktadır (Yurdakul & Coşkun, 2008:52-53).

Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin gerekliliği, hedef kitleyi kamu kuruluşlarının faaliyetleri hakkında aydınlatmak ve yapılan faaliyetlerin amaçlarını onlara benimsetmektir (Kazan, 2007:17). Kamu yönetimi açısından; kurum içi öncelik ve amaçları belirlemek, bu amaçlar doğrultusunda gerekli planları yapmak, doğru yerde uygun insanları görevlendirmek, ilgili birimlere sorumluluk ve yöneticilere gerekli yetkileri vermek, çalışanların bilgi ve becerilerini artıran eğitimler aldırarak kurumsal kapasiteyi geliştirmek, bütçeleme, hesaplama, raporlama gibi değerlendirme sistemlerine karar vermek, örgütün dış birimleriyle ilişkileri kurmak gibi hayati öneme haiz durumlar halkla ilişkiler marifetiyle

gerçekleştirilir (Hughes, 1998:55).

Kamu kuruluşlarının varoluş nedeni Simon vd. (1985) tarafından ele alınmış ve bu kuruluşların varlığını sürdürebilmesinin hedef kitlelerin desteğinin sağlanmasına bağlı olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla kamu yönetiminde halkla ilişkiler; kamuları, hakları ve yükümlülükleri bağlamında bilgilendirmek, kuruluşun imkânları dâhilinde kamulara gerekli imkânların hizmet ve fayda bağlamında sunulmasını sağlamak, kuruluşun görev sahası ve kamusal süreçler konusunda hedef kitleyi bilgilendirmek ve yasamanın yetkisi dâhilinde kamuların bilgilendirilmesini sağlanması açısından önemli bir araç olmaktadır (Özer, 2018:171).

Siyaset ve kamu yönetimi açısından halkla ilişkiler, yönetsel bir işlev olarak kendisini göstermektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin ana gayesi, yönetimin kamuları nezdinde etkinliğini artırarak hedef kitle nezdinde yönetime duyulan güvenin sağlanmasına ve gelişmesine katkıda bulunmaktır. Halkla ilişkiler, olası kriz durumlarının önüne geçerek sistemin sürekli bir şekilde devamını sağlamakta, Uysal (1998)'ın ifadesiyle kamu yönetimi bağlamında bir “tampon” işlevi görmektedir.

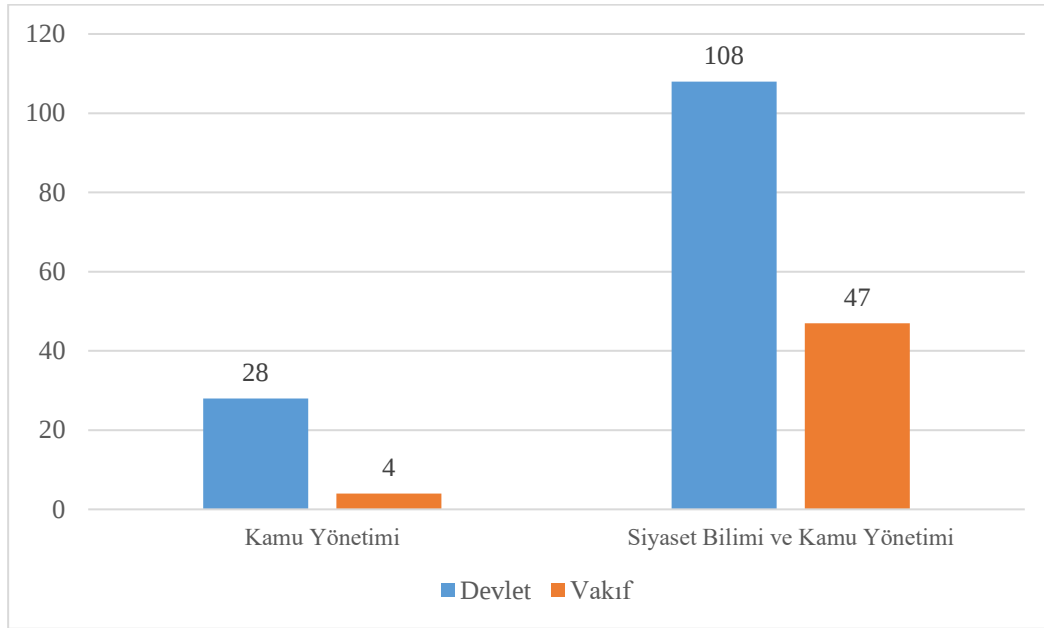
Siyaset ve kamu yönetiminde hâkim olan çoğulcu yaklaşım yerini korumakla birlikte müzakereci bir yapıya doğru evrilmeye başlamıştır. Hatta müzakereci yaklaşımın daha çok hâkim olduğu ifade edilebilir. Kısacası bireyin tek olarak katılım göstermesi, toplumun sorunlarının çözümünde yeterli görülmemektedir. Halkla ilişkiler, bu bağlamda geniş halk kitlelerinin aynı anda ve eşzamanlı olarak katılımına olanak sağlayarak dinamik bir kamusal yapının ortaya çıkarılmasında katkıda bulunduğundan (Şen, 2012:76), siyaset ve kamu yönetimi eğitimlerinde etkin bir yere sahip olmaktadır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma kapsamında, Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarında kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinin müfredatlarında halkla ilişkiler içerikli derslerin konumu araştırılmıştır. YÖK'ün web sitesinden edinilen bilgiye göre, 28 Şubat 2025 tarihi itibarıyla Türkiye'de 129'u devlet, 79'u ise vakıf olmak üzere toplam 208 devlet üniversitesi bulunmaktadır.

Türkiye'deki 208 üniversitede 32 kamu yönetimi lisans programı ve 155 siyaset bilimi ve kamu yönetimi lisans programı mevcuttur. Yani, Türkiye'deki kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi lisans programlarının toplam sayısı 187'dir. Şekil 1'de söz konusu programların devlet ve vakıf üniversitelerindeki dağılımı görülmektedir. Buna göre, 32 kamu yönetimi programının 28'i devlet, 4'ü ise vakıf üniversitelerinde bulunmaktayken; 155 siyaset bilimi ve kamu yönetimi programının ise 108'i devlet, 47'si vakıf üniversiteleri bünyesinde bulunmaktadır.



Şekil 1: Türkiye’deki Kamu Yönetimi ile Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Programlarının Yer Aldığı Üniversitelerin Türü

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

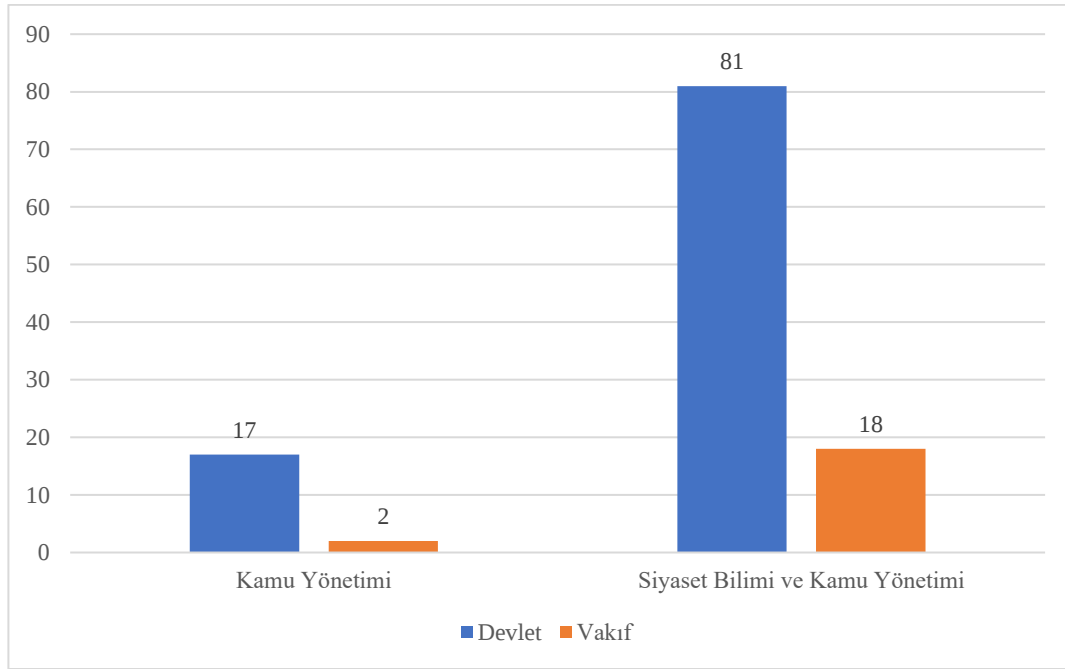
Bazı üniversitelerde söz konusu alanlarda birden çok lisans programı bulunmaktadır. Örneğin, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi’nde Söke İşletme Fakültesinde hem I. Öğretim hem II. Öğretim Kamu Yönetimi Programı; Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde (İİBF) hem I. Öğretim hem II. Öğretim Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Programı; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi’ne bağlı Biga İİBF’de hem I. Öğretim hem II. Öğretim Kamu Yönetimi Programı, Siyasal Bilgiler Fakültesinde (SBF) hem I. Öğretim hem II. Öğretim Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Programı; Gaziantep Üniversitesi İİBF’de Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Programı, İslahiye İİBF’de Kamu Yönetimi Programı; Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF’de hem I. hem II. Öğretim Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Programı hem de Uzaktan Öğretim Programı; bir vakıf üniversitesi olan Kadir Has Üniversitesi’nde ise Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi İngilizce Ücretli, İngilizce %50 İndirimli ve İngilizce Burslu Programları bulunmaktadır.

Öte yandan, bazı üniversitelerde hem örgün hem de uzaktan ve/veya açık öğretim ve uzaktan eğitim programları bulunmaktadır. Atatürk Üniversitesi İİBF’de örgün Kamu Yönetimi Programı, Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesinde Kamu Yönetimi Açık Öğretim Programı; Anadolu Üniversitesi SBF’de örgün Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Programı, Açık Öğretim İktisat Fakültesinde Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Türkçe ve İngilizce Programları; İstanbul Üniversitesi SBF’de örgün Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Programı, Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesinde Kamu Yönetimi Uzaktan Öğretim Programı ve Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Açık Öğretim Programı bulunmaktadır.

Yukarıdaki verilerden de anlaşılacağı üzere, bir bölüm altında birden çok program yer alabilmektedir. Ancak şunu belirtmek gerekir ki aynı bölüm altındaki programların, özellikle örgün öğretim müfredatları arasında bir farklılık bulunmamaktadır. Örneğin, bir vakıf üniversitesi olan İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi’nde Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi İngilizce Ücretli, İngilizce %50 İndirimli ve İngilizce Burslu Programlarının müfredatları aynı olduğu gibi, bir devlet üniversitesi olan Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümü bünyesindeki I. ve II. Öğretim Kamu Yönetimi Programlarının müfredatları da aynıdır. Şunu da belirtmek gerekir ki YÖK, 2024 Temmuz ayında yaptığı

bir duyuruyla tüm devlet üniversitelerindeki II. öğretim programlarının kapatıldığını ve 2024-2025 akademik yılından itibaren bu programlara bir daha kontenjan tanımlanmayacağını ilan etmiştir.

Şekil 2’de, söz konusu programların yer aldığı bölümlerin devlet ve vakıf üniversitelerindeki dağılımı görülmektedir. Buna göre, Türkiye’de 19 kamu yönetimi bölümü ve 99 siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümü mevcuttur. 19 kamu yönetimi bölümünün 17’si devlet, 2’si vakıf üniversiteleri bünyesinde bulunurken; 99 siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümünün 81’i devlet, 18’i vakıf üniversiteleri bünyesindedir. Dolayısıyla bu araştırmanın evrenini, Türkiye’deki üniversitelerde bulunan 19 kamu yönetimi bölümü ile 99 siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümü oluşturmaktadır.



Şekil 2: Türkiye’deki Kamu Yönetimi ile Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümlerinin Yer Aldığı Üniversitelerin Türü

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmanın örneklemine ise Türkiye’deki devlet üniversitelerindeki kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümleri oluşturmaktadır. Yani, Türkiye’deki devlet üniversitelerinde var olan 17’si kamu yönetimi bölümü ve 81’i siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümü olmak üzere toplam 98 bölüm bu araştırmanın örneklemidir. Bunun nedeni ise, üniversitelerin müfredatlarına ve ders içeriklerine ilişkin verilerin genellikle üniversitelerin web sitelerindeki Bologna bilgi paketlerinden alınmış olması ve devlet üniversitelerindeki bu standardizasyonun verilerin toplanmasını kolaylaştırmasıdır. Ancak vakıf üniversitelerinde hâlihazırda söz konusu standardizasyonun mevcut olmaması nedeniyle verilerin toplanmasında güçlük yaşanacağından dolayı vakıf üniversiteleri araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır.

Araştırmaya Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’ndeki (KKTC) üniversiteler dâhil edilmemiştir. Ayrıca, üniversite çapında “ortak seçmeli ders (OSD)” ya da “üniversite seçmeli dersi (ÜSD)” olarak okutulan ve üniversitedeki tüm bölümlerin öğrencilerinin alabileceği dersler de bu araştırma kapsamı dışındadır. Araştırmaya dâhil edilen seçmeli dersler, yalnızca bölüm ya da fakülte öğrencilerine açık olan seçmeli derslerdir. Ön lisans, yüksek lisans ve doktora programları ile açık öğretim ve uzaktan öğretim programları da değerlendirme dışı bırakılmıştır.

3.2. Veri Toplama Araçları ve Süreci

Araştırmada ilk aşama olarak, üniversite ve meslek tercihlerini yaparken adayların daha bilinçli kararlar verebilmesine destek olmak amacıyla YÖK tarafından geliştirilen Yükseköğretim Program Atlası (YÖK Atlas) web sitesinden yararlanılmış ve YÖK Lisans Atlası aracılığıyla Türkiye'deki lisans düzeyindeki kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi programları ve bu programları yürüten üniversiteler, fakülteler ve bölümler tespit edilmiştir. İkinci aşama olarak, bu programların yürütüldüğü üniversitelerin resmî web sayfaları taranmış ve ilgili fakültelerin ya da bölümlerin sayfalarındaki ders müfredatlarına ve Bologna bilgi paketlerine ulaşılmıştır. Üçüncü aşama olarak, müfredatlarda halkla ilişkileri konu edinen derslerin mevcut olup olmadığı araştırılmış ve ilgili dersin bulunduğu programların müfredatları ile söz konusu derslerin bilgi paketleri bilgisayarda depolanmıştır. İlk üç aşama 8-28 Şubat 2025 tarihleri arasında tamamlanmıştır. Bu nedenle 28 Şubat 2025 tarihinden sonraki müfredat değişiklikleri ve ders bilgi paketlerindeki güncellemeler değerlendirmeye alınmamıştır. Ayrıca şunu da belirtmek gerekir ki her bölüm için Bologna bilgi paketi haricinde müfredata ulaşmak mümkün olmamıştır. Bologna bilgi paketlerinde ise derslerin görünürlüğü açılıp kapatılabilmekte olup müfredatta olan ders bilgi paketinde görünmeyebilmektedir. Bu nedenle Bologna bilgi paketi harici başka bir müfredat bilgisine ulaşamayan bölümler için geçerli olmak üzere, müfredatta olan; ancak 8-28 Şubat 2025 tarihleri arasında Bologna bilgi paketinde görünür durumda olmayan halkla ilişkileri ilgili dersler varsa, o dersler de değerlendirme dışı kalmıştır.

Veri toplama sürecinde bazı güçlüklerle de karşılaşmıştır. Zira 17 devlet üniversitesindeki kamu yönetimi bölümünün 10'unda halkla ilişkiler ile ilgili 10 ders, 81 devlet üniversitesindeki siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümünün ise 46'sında halkla ilişkilerle ilgili 49 ders olmak üzere toplam 59 ders tespit edilmiş; ancak bunların 8 tanesinin bilgi paketinin ya tamamen ya da büyük oranda boş olduğu görülmüş, 8 tanesinin ise bilgi paketine tüm araştırmalara rağmen ulaşamamıştır. Öyle ki, seçmeli olarak okutulan dersler bir yana, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümünde zorunlu olarak okutulan Halkla İlişkiler dersinin bilgi paketine ulaşamazken, Ardahan Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü zorunlu Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler dersinin bilgi paketi çok büyük oranda boştur. Ayrıca bazı bölümlerin müfredatında söz konusu ders birden fazla yarıyıl da yer aldığı için tam olarak hangi sınıfta ya da yarıyıl da okutulduğuna dair kesin bir kanıya varılamamıştır. Örneğin, Ankara Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümünde müfredatta seçmeli ders olarak yer alan Halkla İlişkiler dersi 3., 4., 5. ve 6. yarıyıllarda seçilebilecek ders olarak görülmekteyken, Yozgat Bozok Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü müfredatında seçmeli olarak yer alan Halkla İlişkiler dersi 3., 7. ve 8. yarıyıllarda seçilebilecek ders olarak görülmekte, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü seçmeli Public Relations (Halkla İlişkiler) dersi ise 5., 6., 7. ve 8. yarıyıllarda seçilebilecek ders olarak görülmektedir. Öte yandan, bazı bölümlerin web sitelerinde birden fazla müfredat mevcut olup bunlardan en güncel olanı dikkate alınmıştır. Örneğin, Bartın Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümünün iki müfredatı mevcut olup eski müfredatta Halkla İlişkiler dersi 8. yarıyıl da seçmeli ders olarak müfredatta bulunurken, yeni müfredatta halkla ilişkileri konu edinen herhangi bir ders tespit edilememiştir.

3.3. Verilerin Analizi

Bu araştırma kapsamında ilk etapta, 10 kamu yönetimi bölümünde mevcut ve halkla ilişkileri konu edinen 10 ders ile 46

siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümünde mevcut ve halkla ilişkileri konu edinen 49 ders olmak üzere toplam 59 ders; adları, zorunlu mu yoksa seçmeli mi oldukları, tamamen teorik mi yoksa uygulamayı da içerecek şekilde mi yürütüldükleri, kredi ve AKTS bilgileri, müfredatta kaçınıcı sınıfta yer aldıkları ve dersin dili gibi kriterler bağlamında analiz edilmiştir. Bu veriler, kolay anlaşılabilmesi adına tablolaştırılarak aşağıda sunulmuştur.

İkinci etapta ise, ders bilgi paketleri dolu olan 43 ders detaylı olarak içerik analizine tabi tutulmuş ve dersin amacı, dersin içeriği, dersin kitabı ya da önerilen kaynaklar, öğretme yöntemleri, dersi veren öğretim elemanı, dersin öğrenme çıktıları, haftalık ders konuları, değerlendirme ölçütleri, AKTS iş yükü (aktiviteler) ve dersin öğrenme çıktılarının programın öğrenme çıktılarına katkısı (program-öğrenme çıktısı ilişkisi) gibi kısımların dolu olup olmadığı; dolu olanların ise ne derece siyaset ve/veya kamu yönetimi alanları ile alakalı olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

4. TÜRKİYE’DE SİYASET VE KAMU YÖNETİMİ EĞİTİMİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN GEREKLİLİĞİ

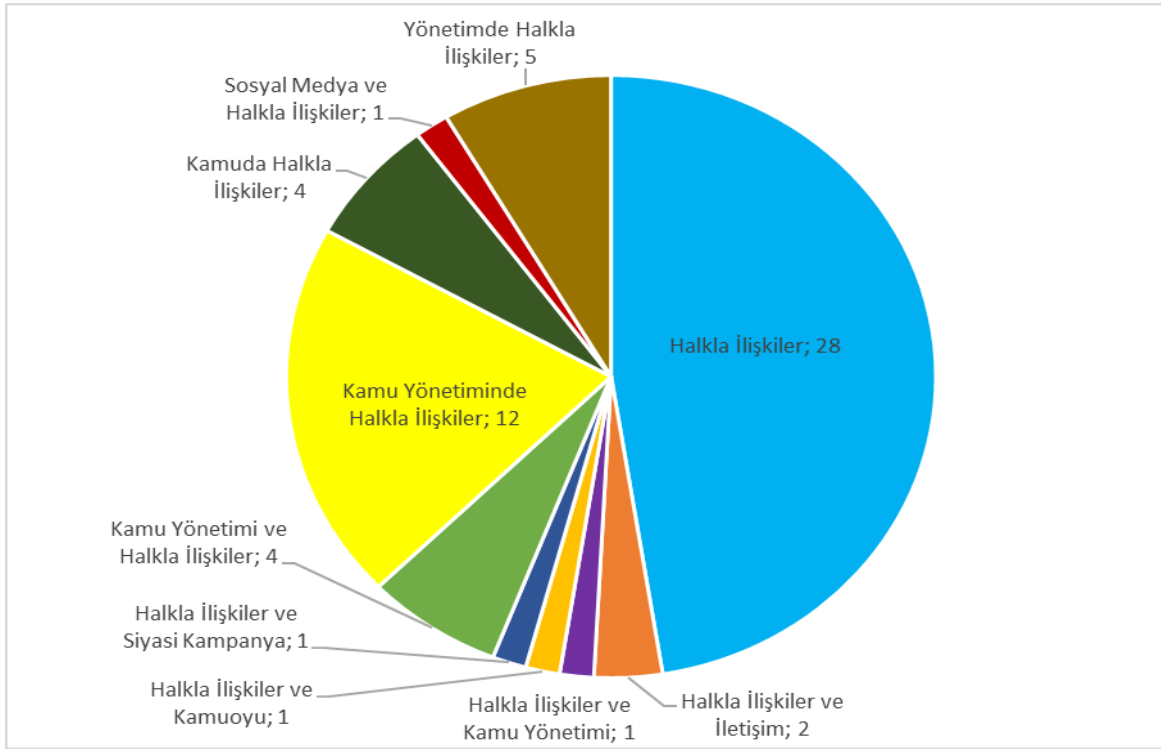
Siyaset ve kamu yönetimi eğitimlerinde halkla ilişkiler bu denli önemliyken, Türkiye’de durum nasıldır? Bu araştırma, bu soruya cevap aramakta olup Türkiye’deki devlet üniversiteleri bünyesindeki lisans düzeyindeki kamu yönetimi ve siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinin müfredatları ve ders içerikleri üzerinden mevcut tabloyu ortaya koymaya çalışmaktadır.

Türkiye’de 17 devlet üniversitesi bünyesinde kamu yönetimi bölümü, 81 devlet üniversitesinde ise siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümü olmak üzere toplam 98 devlet üniversitesinde siyaset ve kamu yönetimi eğitimleri verilmektedir. Ancak, bu bölümlerdeki halkla ilişkiler ile ilgili ders sayılarına baktığımızda, 17 kamu yönetimi bölümünün 10’unda, 81 siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümünün ise 46’sında halkla ilişkilerle alakalı ders tespit edilebilmiştir. Diğer bir ifadeyle halkla ilişkilerle ilgili dersler, toplam 98 bölümün ancak 56’sının müfredatında ancak yer alabilmiştir. Halkla ilişkilerle ilgili olarak 10 kamu yönetimi bölümünde 10 ders, 46 siyaset bilimi ve kamu yönetiminde ise 49 ders olmak üzere 59 ders bulunmakta olup bunların 43’ünün bilgi paketleri doluyken, 8’inin bilgi paketi tamamen boş ya da büyük oranda boş; 8 dersin bilgi paketine ise ulaşmak mümkün olmamıştır. Dolayısıyla bu araştırma kapsamında önce 59 ders üzerinden genel bir analiz, ardından 43 ders üzerinden detaylı bir analiz yapılmıştır.

Söz konusu bölümlerde halkla ilişkiler ile ilgili dersler farklı adlar altında okutulmaktadır. Toplamda 59 dersin yer aldığı bu kapsamda, dersler 10 farklı adlandırma ile müfredata dâhil edilmiştir. Bu derslerin 28’i *Halkla İlişkiler*, 12’si *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler* ve 5’i *Yönetimde Halkla İlişkiler* başlığıyla verilmekte olup, kalan dersler ise daha az sayıda olmak üzere diğer çeşitli adlarla sunulmaktadır. Şekil 3’te derslerin hangi adlar altında verildiği ile kaç bölümde hangi ders adıyla okutulduğu sayı ve oran olarak görülmektedir. Bazı bölümlerde dersler İngilizce olarak okutulmakta olup İngilizce ders adları Türkçeye çevrilmiştir.

Halkla ilişkiler ile derslerin bulunduğu ilgili bölümlerinin müfredatlarına bakıldığında, genelde her bölümde bir halkla ilişkiler dersi bulunurken, üç üniversitede ikişer adet ders bulunmaktadır. Bu üniversitelerden Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümünde dersler *Public Relations [Halkla İlişkiler]* ve *Public Relations and Political Campaign [Halkla İlişkiler ve Siyasi Kampanya]* adları altında verilirken, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümünde *Kamuda Halkla İlişkiler Araştırmaları I* ve *Kamuda Halkla İlişkiler Araştırmaları II* dersleri bulunmakta, Kastamonu Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü müfredatında

ise *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler* dersinin yanı sıra *Halkla İlişkiler* ve *Kamuoyu* dersleri yer almaktadır.

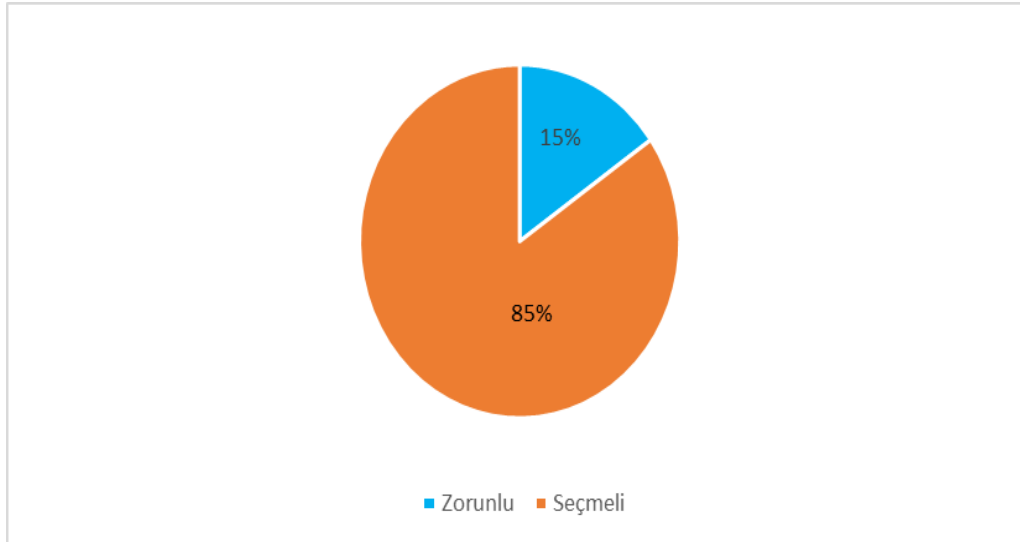


Şekil 3: Kamu Yönetimi ile Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümlerindeki Halkla İlişkileri Konu Edinen Derslerin Adları ve Bölümlere Göre Sayı ve Oran Olarak Dağılımı

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Halkla ilişkileri konu edinen derslerin verilme türleri incelendiğinde, kamu yönetimi bölümlerinin müfredatlarında bulunan 10 dersin sadece 3'ü zorunlu ders olarak verilmekte iken, siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerindeki 49 dersin ise sadece 6'sı zorunlu olarak okutulmaktadır. Diğer bir deyişle, halkla ilişkiler ile ilgili dersler yüksek oranda seçmeli havuzunda tutulmaktadır. İlgili derslerin zorunlu olduğu kamu yönetimi bölümü bulunan üniversiteler Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ve Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi iken; ilgili derslerin zorunlu olduğu siyaset bilimi ve yönetim bölümü bulunan üniversiteler Ardahan Üniversitesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Iğdır Üniversitesi, İnönü Üniversitesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi ve Süleyman Demirel Üniversitesidir. Söz konusu derslerin zorunlu ve seçmeli olma durumlarına ilişkin oransal sonuçlar Şekil 4'te görülmektedir.

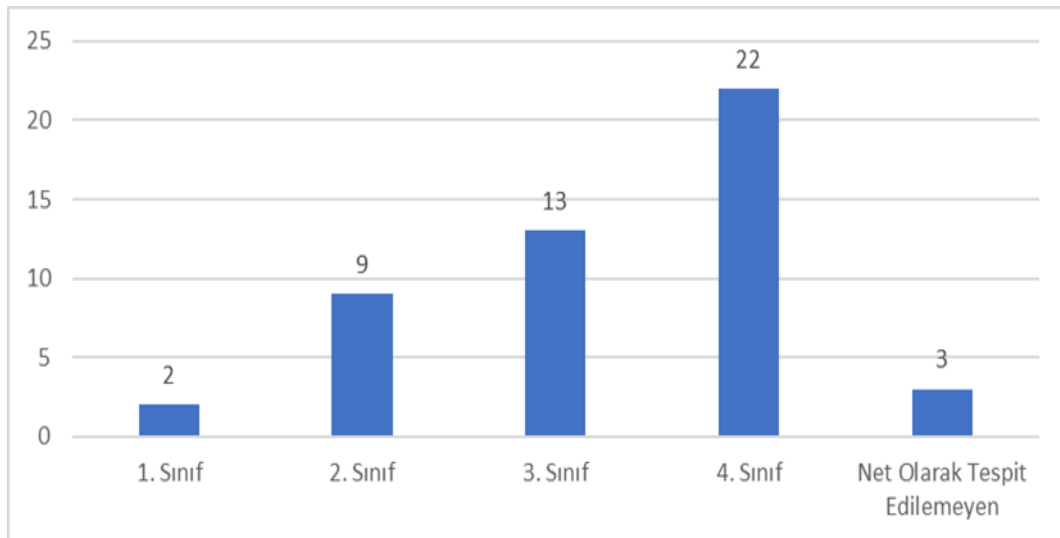
Derslerin kredilendirilmesinde nasıl bir kurgulama yapıldığı da bu çalışma kapsamında araştırılmıştır. Verilere göre, 59 dersin tamamı teoriktir. Başka bir ifadeyle, hiçbir ders uygulama içerecek biçimde kurgulanmamıştır. Bu derslerin kredi dağılımlara bakıldığında ise 11 dersin 2 kredi ve 48 dersin 3 kredi olduğu görülmektedir. AKTS bilgilerine bakıldığında ise 2 AKTS'li 1 ders, 3 AKTS'li 11 ders, 4 AKTS'li 20 ders, 5 AKTS'li 22 ders ve 6 AKTS'li 5 ders bulunduğu görülmektedir.



Şekil 4: Kamu Yönetimi ile Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümlerindeki Halkla İlişkileri Konu Edinen Derslerin Zorunlu/Seçmeli Oranları (%)

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Bu araştırmada söz konusu bölümlerde halkla ilişkiler ile ilgili derslerin hangi sınıflarda verildiği de analiz edilmiştir. Bu bağlamda veriler, ilgili derslerin 1. sınıftan 4. sınıfa kadar eğitim sürecinin her düzeyinde verilebildiğini göstermektedir. Şekil 5’te derslerin sınıflara göre dağılımı yer almaktadır. Buna göre 59 dersin sadece 2’si 1. sınıf dersi olarak yer almaktayken, bu derslerin 22 tanesi yani üçte birden fazlası son sınıf dersi olarak yer almıştır. Ancak bu 59 ders içerisinde, Ankara Üniversitesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi ve Yozgat Bozok Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümlerindeki Halkla İlişkiler adlı 3 seçmeli ders 1. sınıftan sonraki birden fazla yarıyılta okutabileceği için net olarak tespit edilemeyenler kategorisine dâhil edilmiştir.



Şekil 5: Kamu Yönetimi ile Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümlerindeki Halkla İlişkileri Konu Edinen Derslerin Sınıflara Göre Dağılımı

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Müfredatında halkla ilişkileri konu edinen ders bulunan bölümlerdeki derslerin diline baktığımızda, Şekil 6’da görüldüğü

üzere derslerin öğretim dilinin ağırlıklı olarak Türkçe olduğu görülmektedir. Türkiye’deki kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinin ağırlıklı olarak Türkçe eğitim verdiği göz önünde bulundurulduğunda bu sonuç sürpriz olmamıştır. Verilere göre, 59 dersin yalnızca 4’ü İngilizce olarak verilmekte olup bu dersler Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi ve İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümlerinde verilen derslerdir.



Şekil 6: Kamu Yönetimi ile Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümlerindeki Halkla İlişkileri Konu Edinen Derslerin Eğitim Dili İtibariyle Dağılımı

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Bologna bilgi paketi dolu olan 43 adet halkla ilişkilerle ilgili dersler içerik açısından incelediğinde bazı ilgi çekici bulgular elde edilmiştir. İçerik analizi sonucu ulaşılan en dikkat çekici bulgu, ders bilgi paketlerindeki “program-öğrenme çıktısı ilişkisi”, “dersin öğrenme çıktılarının programın öğrenme çıktılarına katkısı” veya “dersin öğrenme kazanımlarının program yeterlilikleri ile ilişkisi” gibi üniversiteden üniversiteye değişen başlıklarla olsa da, söz konusu dersin sonucunda öğrencilerin elde edeceği kazanımların ilgili programın sonunda elde edeceği kazanımlarla ne derece uyduğu tablonun genellikle üstünkörü doldurulması ya da hiç doldurulmamış olmasıdır. Zira azımsanmayacak sayıda dersin bilgi paketinde bu kısım bomboş durumdadır ya da her birine 3 gibi ortalama bir puan veya verilebilecek en üst puan olan 5 verilmiştir. Öte yandan Aksaray, Batman, Fırat, Giresun, İnönü, Süleyman Demirel gibi çeşitli üniversitelerin ders bilgi paketlerinde ise program-öğrenme çıktısı ilişkisinin gösterildiği bir kısım mevcut değildir.

Ders bilgi paketlerinden elde edilen diğer bir bulgu ise dersi veren öğretim elemanlarına ilişkindir. YÖK’ün mevcut kararları doğrultusunda, doktora derecesine sahip olmayan bir araştırma görevlisinin resmî olarak ders vermesi mümkün değildir. Ancak birkaç dersin bilgi paketinde dersi veren öğretim elemanı olarak “Dr.” unvanı olmayan araştırma görevlilerinin adlarının yazıldığı görülmektedir.

Diğer bir tespit ise, farklı üniversitelerde verilen bazı derslerin bilgi paketlerindeki içeriklerin birebir aynı olmasıdır. Hatta öyle ki, yazım hataları bile aynıdır. Bu durum şunu açıkça göstermektedir ki ilk olarak bir üniversitedeki öğretim elemanı tarafından hazırlanan bu içerik, başka bir üniversitedeki öğretim elemanı tarafından hiç incelenmeden kopyalanmıştır.

Pek çok üniversitenin ders bilgi paketlerinde dikkat çeken başka bir husus ise içeriklerin ne zaman güncellendiğini gösteren bilginin mevcut olmamasıdır. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Kastamonu Üniversitesi gibi az sayıda üniversitede ise “En Son Güncelleme Tarihi” bilgisi mevcuttur. En son güncellenme tarihi bilgisine yer verilmesi, bu tarz araştırmaları yaparak ders içeriklerini analiz etmek isteyen araştırmacılara kolaylık sağlayacak ve dersi alan öğrencilere daha sağlıklı bilgi sunulmasına katkıda bulunacaktır. Ayrıca, yukarıda bahsedildiği gibi, ders içeriğinin başka bir üniversitenin sistemi incelenerek birebir oluşturulduğu durumlarda da içeriğin ilk defa kim tarafından hazırlandığı anlaşılabilecektir.

Ders bilgi paketlerindeki haftalık ders konularına ilişkin de bazı bulgular dikkat çekmektedir. Nitekim bir dersin bilgi paketinde diğer kısımlar genelde doluyken haftalık konular tamamen boştur. Birkaç dersin bilgi paketinde ise sadece üç dört haftanın konusu yazılmış; diğer haftalar boş bırakılmıştır. Bazı bilgi paketlerinde ise üç dört haftaya aynı konu yazılmış ya da bir konu başlığı yazılıp üç dört hafta boyunca bu konunun farklı açılardan incelendiği izlenimini veren I–II–III–IV şeklinde ibareler eklenmiştir; ancak bu durum daha çok haftalık içeriklerin boş kalmaması için yapıldığı izlenimi uyandırmaktadır. Bir ders bilgi paketinde ise dersin dili Türkçe olduğu halde ve o bölümdeki tüm programlar Türkçe dilde eğitim verdiği halde haftalık ders konularının bir kısmının İngilizce olarak yazıldığı görülmüştür.

Tüm haftaların ders konularının dolu olduğu ders bilgi paketlerinde ise konuların güncelliği bakımından çeşitli sıkıntılar bulunmaktadır. Örneğin, Türkiye’de Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi 2017 yılında gerçekleştirilen referandum ile kabul edilmiş olup 2018’de yeni sisteme fiilen geçilmiştir; ancak içerikleri birbirinin aynısı olan iki bölümün ders bilgi paketinde haftalık ders konularına baktığımızda “Başbakanlıkta Halkla İlişkiler” gibi konular bulunmakta; ancak Cumhurbaşkanlığından hiç bahsedilmemektedir. Bu gibi durumlar haftalık ders konularının uzun zamandır güncellenmediği düşüncesini uyandırmaktadır.

Haftalık ders konuları noktasında dikkat çeken bir diğer husus ise, derslerin kamu yönetimi bölümü veya siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümü bünyesinde verilmesine rağmen haftalık içeriklerin siyaset veya kamu yönetimi alanlarına uygun şekilde belirlenmemiş olması ve bazı bilgi paketlerinde siyaset ya da kamu yönetimine dair hiçbir ders konusunun bulunmamasıdır. Zira bazı ders bilgi paketlerindeki haftalık ders konuları arasında “Halkla İlişkiler ve İşletmelerde Etik Yaklaşımlar”, “İşletmelerdeki Halkla İlişkiler Birimi ve Uzmanlarında Bulunması Gereken Özellikler” gibi konu başlıkları yer almakta olup, bu durum söz konusu derslerin içeriklerinin siyaset ve kamu yönetimi alanlarından ziyade özel sektöre yönelik hazırlandığını göstermektedir.

Dersi alan bir öğrencinin ders sonunda ne gibi kazanımlar elde edeceğini gösteren “Dersin Öğrenme Çıktıları” kısımları incelendiğinde de dikkat çeken ibarelere rastlanmıştır. Zira bu dersler kamu yönetimi veya siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinde verilmelerine rağmen, çıktılar arasında “işletmenin fonksiyonları içinde halkla ilişkilerin yerini ana hatlarıyla belirtebilme” ya da “müşteri memnuniyeti konusunda yeterlilik kazanır” gibi ifadeler yer verilmesi bazı derslerin içeriklerinin siyaset ve kamu yönetimi alanlarına yönelik hazırlanmadığının bir diğer göstergesidir. Diğer yandan, bazı ders bilgi paketlerinde “halkla ilişkiler ve ilgili kavramları tanımlar” ya da “halkla ilişkilerin temel ilkelerini bilir” gibi basit ve yalnızca 1 ya da en fazla 2 adet öğrenme çıktısına yer verilmiştir. Ayrıca, birkaç ders bilgi paketinde ise dersin öğrenme çıktıları yerine programın öğrenme çıktılarının yazıldığı saptanmıştır. Bu durumlar da ders bilgi

paketlerinin yeterince özenli hazırlanmadığının bir örneğidir.

Ders bilgi paketlerindeki “Dersin Kitabı/Malzemesi/Önerilen Kaynaklar” kısmına ilişkin de bazı tespitler yapılmıştır. Bazı derslerin siyaset ve kamu yönetiminden ziyade özel sektöre yönelik hazırlandığı düşüncesini destekler nitelikte, kimi ders bilgi paketlerinde dersin kaynağı olarak “İşletmelerde Halkla İlişkiler” başlıklı kitabın tek kaynak olarak sunulması dikkat çekmiştir. Bazı bilgi paketlerinde ise herhangi bir kitap, makale ya da kaynak ismi yazılmadan “öğretim üyesi tarafından verilecektir” gibi ifadelerle yer verildiği görülmüştür.

SONUÇ

Bu çalışmada, kamu yönetimi ve siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümleri eğitim müfredatlarında yer alan halkla ilişkiler derslerinin muhteviyatı üzerinde durularak halkla ilişkilerin siyaset ve kamu yönetimi eğitimindeki yeri incelenmeye çalışılmıştır. Bireyler arasındaki diyalog ve etkileşimi sağlayan iletişim, toplumsal ilişkilerin de gelişmesine katkıda bulunmuştur. Bu gelişme, halkla ilişkiler faaliyetlerinin de temelini oluşturmaktadır. Halkla ilişkiler, hedef kitlelerinde yer alan kamuların kurumlarıyla olan ilişkisini etkilemeyi, tanıtmayı ve bilgilendirmeyi amaçlamaktadır.

Kamu kuruluşları, bulundukları bölgede var olan hedef kitleleri konumundaki kişilerle yakından ilgilenmek ve yaptıkları faaliyetler konusunda onları bilgilendirmek durumundadır. Bu minvalde halkla ilişkiler, kamu yönetiminde zorunlu olarak kendisini hissettirmektedir. Hedef kitleyi oluşturan kamular üzerinde etkili olabilmek için onları tanımak gerekmektedir. Kamuların, kuruluşların politikasından ve günlük faaliyetlerinden haberdar olmalarının sağlanması, kamu kuruluşlarının bazı önemli kararların alımında çift yönlü iletişimi benimseyerek kamularının görüşlerine başvurması, kamu kuruluşlarının kendi işleyişleri ile hak ve sorumlulukları hususunda hedef kitlelerini oluşturan kamuları aydınlatmak durumunda olmaları, siyaset ve kamu yönetimi ile halkla ilişkileri girift bir ilişkiye sokmuştur.

Halkla ilişkiler, kamu yönetimi açısından kurumların hedef kitleleriyle olan ilişkisini etkin bir yönetim anlayışı ve vatandaş memnuniyetinin sağlanması bakımından önemli bir unsur olarak görülmektedir. Kamu kurumlarının faaliyetlerinin kamuları tarafından izlenebilir ve hesap verebilir olması, halkla ilişkiler faaliyetlerini kamu yönetimi açısından gerekli kılmaktadır. Bunun yanı sıra, günümüzde kamu yönetiminin işlevselliği bağlamında yapısının yeni liberal yaklaşımlar doğrultusunda alanının daraltılarak daha çok işletme mantığı ile bir dönüşüm geçirmesi; kamu yönetimi alanında aşırı bürokrasinin engellenerek hantal yapının özelleştirme suretiyle tasfiye edilip halkla daha hızlı ulaşmak istenmesi, halkla ilişkilerin önemini bir kez daha artırmıştır.

Yukarıda bahsedilen halkla ilişkiler faaliyetlerine ilişkin önemin sağlıklı bir şekilde karşılanabilmesi için kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinin müfredatlarındaki halkla ilişkiler içerikli dersler incelenerek bazı tespitler yapılmıştır. Bu tespitlerden öne çıkanlar şöyle sıralanmıştır: ilgili bölümlerde halkla ilişkiler içerikli genellikle 1 ders, en fazla 2 ders bulunması; derslerin çoğunlukla seçmeli ders olarak müfredatta yer alması; ders bilgi paketlerinin içeriklerinin Bologna kurallarına göre düzenlenmemesi; ders içeriklerinin büyük oranda siyaset ve kamu yönetimi alanlarından ziyade özel sektöre yönelik hazırlanması.

Türkiye’deki üniversitelerin kamu yönetimi ile siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümlerinde, halkla ilişkiler alanında daha nitelikli bir eğitim verilmesini sağlamak amacıyla şu önerileri sunulabiliriz:

- *Müfredata Halkla İlişkiler Dersi Entegrasyonu:* Her bölümde, en az bir adet halkla ilişkiler konulu dersin zorunlu veya seçmeli olarak müfredata dâhil edilmesi sağlanmalıdır.
- *Alanında Yetkin Öğretim Elemanlarının İstihdamı:* Halkla ilişkiler derslerinin niteliğini artırmak amacıyla, bu alanda uzmanlaşmış öğretim elemanlarının istihdamı sağlanmalıdır. İlgili kadroların mevcut olmaması hâlinde ise, iletişim fakülteleri başta olmak üzere, diğer fakültelerde görev yapan uzman akademisyenlerden derslerin Ortak Seçmeli Ders (OSD) veya Üniversite Seçmeli Dersi (ÜSD) olarak sunulması yoluna gidilmelidir.
- *Sektör Temsilcilerinin Derse Davet Edilmesi:* Uygulamalı bilginin güçlendirilmesi amacıyla, kamu veya özel sektörde görev yapan deneyimli halkla ilişkiler uzmanlarının derslere misafir konuşmacı olarak davet edilmesi teşvik edilmelidir.
- *Ders Bilgi Paketlerinin Bologna Süreci'ne Uyumlu Hale Getirilmesi:* Ders içerikleri, öğrenme çıktıları, ölçme-değerlendirme yöntemleri gibi unsurlar açısından Bologna kriterleri çerçevesinde gözden geçirilmelidir.
- *Ders İçeriklerinin Alan Gereksinimlerine Göre Yeniden Yapılandırılması:* Halkla ilişkiler derslerinin içeriği, kamu yönetimi ve siyaset bilimi disiplinlerinin özgün ihtiyaçları göz önünde bulundurularak hazırlanmalı; teorik bilgi ile uygulama arasındaki denge gözetilmelidir.
- *İçeriklerin Güncellenmesi:* Ders içerikleri, güncel gelişmeler, dijital iletişim trendleri ve kriz yönetimi gibi konularla ilişkili olarak periyodik aralıklarla güncellenmelidir.
- *Uygulamalı Projelerin Teşviki:* Öğrenciler, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı, Gençlik ve Spor Bakanlığı Üniversite Öğrenci Toplulukları İş Birliği ve Destek Programı (ÜNİDES) ve üniversitelerin projeleri ofisleri tarafından desteklenen sosyal sorumluluk projeleri gibi uygulamalara katılarak halklar ilişkiler alanında projeler üretmeye teşvik edilmelidir.
- *Vaka Analizi ve Kriz İletişimi Çalışmaları:* Derslerde yerel yönetim krizleri, afet iletişimi ve kamuoyuyla etkileşim gibi temalara yönelik vaka analizlerine yer verilerek öğrencilerin analitik düşünme becerileri desteklenmelidir.
- *Kamu Kurumlarının İletişim Faaliyetlerinin İncelenmesi:* Öğrencilerin, kamu kurumlarına ait stratejik planlar, faaliyet raporları, resmî web siteleri ve sosyal medya hesaplarını analiz ederek gelişim raporları hazırlamaları sağlanmalıdır. Bu tür uygulamalar, eleştirel düşünme ve değerlendirme becerilerini güçlendirecektir.
- *Etkinlikler Yoluyla Öğrenmenin Pekiştirilmesi:* Halkla ilişkiler alanına yönelik panel, seminer ve konferans gibi akademik etkinlikler düzenlenmeli; alan uzmanlarıyla öğrenciler bir araya getirilerek derslerde edinilen teorik bilgilerin uygulamalı olarak pekiştirilmesi sağlanmalıdır.
- *Öğretim Elemanlarının Mesleki Gelişimi:* Halkla ilişkiler eğitiminin kalitesini artırmak amacıyla, öğretim elemanlarına yönelik kısa süreli eğitim programları düzenlenmelidir.

Bu öneriler, hem kuramsal hem de pratik düzeyde halkla ilişkiler eğitiminin kalitesini artırmaya yönelik bütüncül bir yaklaşımı yansıtmaktadır. Böylece Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi öğrencileri, iletişim temelli sorunlara daha etkin ve profesyonel çözümler geliştirme kapasitesine ulaşabilecektir.

ETİK BEYAN VE AÇIKLAMALAR

Etik Kurul Onay Bilgileri Beyanı

Çalışma, etik kurul izni gerektirmeyen bir çalışmadır.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar tüm çalışmaları birlikte yürütmüştür.

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Asna, A. (1969). *Halkla İlişkiler*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Baskin, O. W., Aronoff, C. E. & Lattimore, D. (1983). *Public Relations: The Profession and The Practice* (4th Edition). West Publishing Co.
- Biber, A. (2012). *Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve* (2. Baskı). İstanbul: Vadi Yayınları.
- Canfield, B. G. & Moore, H. F. (1973). *Public Relations Principles, Cases and Problems* (6th Edition). London: Richard D. Irwin Inc.
- Canöz, K. (2008). Kamuda Halkla İlişkilerin Yeni Yüzü: Bilgi Edinme Yasası. *Selçuk İletişim*, 5(3), 141–152.
- Cutlip, S. M. & Center, A. H. (1971). *Effective Public Relations* (4th Edition). London: Prentice-Hall.
- Kazancı, M. (1999). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Lee, M. (1998). Public Relations in Public Administration: A Disappearing Act in Public Administration Education. *Public Relations Review*, 24(4), 509-520.
- Mecek, M. (2018). *E-Belediyecilik, Halkla İlişkiler, Bilgi Edinme, Şeffaflık, vb. Unsurlar Açısından Belediye Web Sayfalarının Kullanılması ve Etkinlik Analizi: Bolvadin Belediyesi Örneği*. İçinde: M. Güler & K. Cantürk (Ed.), *Bolvadin Araştırmaları 1* (s. 2307-2350). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Okay, A. & Okay, A. (2012). *Halkla İlişkiler: Kavram Strateji ve Uygulamalar*. İstanbul: Der Yayınları.
- Özer, M. A. (2018). *Halkla İlişkiler Dersleri* (4. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Russel, K. M. & Bishop, C. O. (2009). Understanding Ivy Lee's Declaration of Principles: U.S. Newspaper and Magazine Coverage of Publicity and Press Agency, 1865-1904. *Public Relations Review*, 35(2), 91-101.
- Simon, H., Smithburg, D. W. & Thompson, V. A. (1985). *Kamu Yönetimi* (Çev. C. Mıhçıoğlu). Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını.
- Sönmez, G. (2022). *Halkla İlişkilerin Türkiye'de Tarihsel Gelişimi*. İçinde: G. Çalışır, E. Diker & İ. Türkal (Ed.), *Halkla İlişkilere Giriş* (s. 81-110). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Şen, F. (2012). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkileri Yeniden Düşünmek. *Akdeniz İletişim Dergisi*, (16), 64-79.
- Uysal, B. (1998). *Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Yurdakul, N. B. & Coşkun, G. (2008). *Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri: Ödüllü Örnek Uygulamalar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.