

TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLER EĞİTİMİ: HALKLA İLİŞKİLER DERS PROGRAMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Nesrin CANPOLAT¹

Özet

Bu çalışma, lisans düzeyinde verilen halkla ilişkiler eğitiminin genel yapısını ortaya koymak için tasarlandı. Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi'nin hazırladığı Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu'ndaki verilerden yararlanılarak halkla ilişkiler eğitimi veren bölümlerin hangi üniversitelerde, hangi bölümler altında yer aldığı, hangi isim altında faaliyet gösterdikleri, yarıyıldaki ders yoğunlukları, derslerin niteliği, hangi derslerin yoğunlukla işlendiği konusunda incelendi. Türkiye'deki halkla ilişkiler eğitiminin IPRA'nın yayınlarında yer alan halkla ilişkiler eğitim programı için önerilen beşeri bilimler, siyasi bilimler, devlet yapısı ve yönetim, ekonomi ve yöneticilik, organizasyon, dil, istatistik ve bilgisayar, hukuk ve etik gibi sekiz maddeden oluşan temel eğitim başlıklarıyla uyum gösterdiği ortaya çıktı. Bu veriler Türkiye'deki halkla ilişkiler eğitiminin genel yapısının halkla ilişkiler uygulayıcılarının çok yönlü eğitilmesi zorunluluğuna yanıt verdiğini ve uluslar arası standartlarla uyumlu olduğunu gösterdi. Halkla ilişkiler eğitiminin uluslar arası standartlarla uyumlu gözükken biçimsel yönünün içerik olarak doyurucu olup olmadığı konusu tartışılmalıdır. Ayrıca halkla ilişkiler adı altında faaliyet gösteren eğitim kurumlarında halkla ilişkiler teori ve pratiğine yönelik derslerin genel kültür ve alan derslerinden daha az yer alması üzerine düşünülmesi gereken konulardan biri olarak göze çarpmaktadır.

Anahtar Sözcükler: İletişim fakültesi, halkla ilişkiler, halkla ilişkiler eğitimi, ders programı.

PUBLIC RELATIONS EDUCATION IN TURKEY: A RESEARCH ABOUT EVALUATING COURSE SCHEDULES IN PUBLIC RELATIONS

Abstract

This study is designed for explaining the general structure of the public relations education in graduate level. According to the data in Higher Education Programs and Quotas Guide prepared by Student Selection And Placement Center using the information in the web sites of universities, public relations education, in which universities does public relations education is given, under which department it is given, under which name does it active, its credits in terms, the quality of the lessons, which lessons does it thought mostly. It has been defined that the public relations education in Turkey, is appropriate with the basic education titles consisting of eight points as humanities, political science, state structure and government, economy and administration, organization, language, statistics and computer, law and ethics suggested for the public relations education program at the International Public Relations Associations publishings. These datas has shown us that the public relations education in Turkey, answers the necessity of training the public relations practitioners and it is appropriate with the international standards. It has to be discussed if the formal part of the public relations education which seems to be appropriate with the international standards, is satisfactory enough. Besides At the education institutions which are active under public relations, courses directed at the public relations theory and application are less than the ones directed at general culture. This is a point we must think about.

Keywords: Communication faculty, public relations, public relations education, course schedule.

¹ Yrd.Doç. Dr., Niğde Üniversitesi İletişim Fakültesi, nesrincanpolat@nigde.edu.tr.

1. Giriş

Halkla ilişkiler tanıtım olmaktan çıkıp bir karar alma süreci haline gelirken uygulamalı bir sosyal bilim disiplini niteliği de kazanmaktadır. Halkla ilişkiler bir sosyal bilim olarak uygulandığında, iletişim kurumlar ile kurumların, kurumlar ile bireylerin, bireyler ile bireylerin ilişki içinde bulunduğu çeşitli kesimler arasında bir anlam alışverişi olarak ele alınmaktadır (Berth ve Sjöberg, 1998). Bundan dolayı halkla ilişkiler çok çeşitli alanlarda beceri ve deneyim sahibi olmayı gerektirmektedir. Bu çok yönlülük halkla ilişkiler uygulamalarının karakteristiğinde de kendini göstermektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları insan davranışlarının anlaşılması temeline dayalı danışmanlık sağlamak, gelecekteki eğilimleri çözümlmek ve sonuçları tahmin etmek, kamuoyu tercihleri, eğilimleri ve beklentileri konularında araştırmalar yapmak, bunların sonucunda gerekli görülen etkinlikler konusunda önerilerde bulunmak, doğru bilgi temelinde çift yönlü iletişim kurmak ve sürdürmek şeklinde sıralanmaktadır. Ayrıca anlaşmazlıkları ve yanlış anlaşılmaları önlemek, finansal iletişim, medya ilişkileri, sosyal sorumluluğu geliştirmek, özel sektör ve kamu çıkarlarını uyumlulaştırmak, çalışanlar, tedarikçiler ve müşterilerle ilişkilerde karşılıklı iyi niyetleri geliştirmek, endüstri ilişkilerini geliştirmek, ürün ve hizmetlerin tanıtımı, kurum kimliğinin yansıtılması, imaj oluşturma ve sürdürme çabaları, uluslar arası ilişkilerin geliştirilmesi (Berth ve Sjöberg, 1998:43; Black,1998:15) eylemlerini de halkla ilişkiler uygulamaları olarak sıralamak mümkün görünmektedir. Bu çalışma çok yönlü meslek alanlarından biri olan halkla ilişkilerin lisans düzeyinde verilen eğitiminin genel yapısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda ilk olarak iletişim alanındaki eğitimin hangi fakülteler nezdinde verildiği, iletişim fakültelerinin altında hangi bölümlerin yer aldığı, birinci ve ikinci öğretim konusu, iletişim fakültelerinin bulunduğu şehirler, özel ve devlet üniversitesi durumu ele alınmaktadır. Daha sonra ise halkla ilişkiler eğitimi veren bölümlerin hangi üniversitelerde, hangi bölümler altında yer aldığı, hangi isim altında faaliyet gösterdikleri, yarıyıllardaki ders yoğunlukları, derslerin niteliği, hangi derslerin yoğunlukla işlendiği sorgulanmaktadır.

2 .Halkla İlişkiler Eğitimi

Halka ilişkiler eğitimi halkla ilişkiler mesleğinin profesyonel standarda ulaşmasında önemli bir güç olarak her tür halkla ilişkiler etkinliğinin görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesinde gerekli olan bilgi ve becerileri edinmenin temel aracı olarak işlemektedir (Grunig, 2005: 463). Dünyada ilk halkla ilişkiler dersi ise 1923 yılında “Crystallizing Public Opinion” adlı eseri yeni yazmış olan Edward L. Bernays tarafından New York Üniversitesi Ticaret, Muhasebe ve Finans Okulu’nun Gazetecilik Bölümü’nde verilmiştir. Halkla ilişkiler dersi, 1923 yılından bu yana pek çok üniversitede akademik bir disiplin olarak öğretilmektedir (Bakan, 2002: 65-67). Bu yıllardan günümüze halkla ilişkiler eğitimi entelektüel bir temele dayanarak gelişimini sürdürmesine rağmen standartlarının oluşması ve kavramsallaştırılmasında yaşanan güçlükler konusunda yapılan tartışmalar söz konusu olmaktadır.

ABD’de, yapılan bir araştırma, halkla ilişkiler eğitimindeki gelişmeleri şöyle değerlendirmektedir (White, 1991: 185, 186):

- Halkla ilişkiler eğitim programlarına yapılan kayıtlar halkla ilişkiler mezunlarının istihdam potansiyelinin üstündedir,
- Nitelikli halkla ilişkiler profesörü eksikliği söz konusudur,
- Bazı halkla ilişkiler uygulayıcıları bazı mezunların yeteneklerini sorgulamakta ve halkla ilişkiler eğitiminin değerinden şüphe duymaktadırlar,
- Halkla ilişkiler eğitimi henüz hukuk ve tıp gibi diğer profesyonel dallara verilen saygıyı görmemektedir,
- Halkla ilişkiler eğitimi, iletişim teknisyenleri gibi başlangıç düzeyindeki işler için mezunları hazırlamadan, onları halkla ilişkiler yönetimi ve iletişim becerileri ile yönetim görevlerini birleştiren konular için hazırlamalıdır,
- Halkla ilişkiler lisans programlarına daha yüksek nitelikli öğrenciler alınmalıdır.

Türkiye’de ise halkla ilişkiler eğitiminin geliştirilmesi sürecinde şu konular üzerinde tartışmalar yapılmaktadır (Kocabaş v.d. 2004: 224):

- Halkla ilişkiler eğitimi alacak öğrencilerin sahip olması gereken nitelikleri ve eğitim sürecinde eğitimin rolü;
- Halkla ilişkiler eğitimi alan öğrencilerin eğitim süresi boyunca kendilerini geliştirmeleri gereken yan dallar;
- Halkla ilişkiler eğitimi veren fakültelerin sahip olması gereken nitelikler;
- Halkla ilişkiler eğitimine ilişkin derslerin içerik ve yeterliliği;
- Uygulanması gereken eğitim metotları;
- Halkla ilişkiler eğitimi veren eğitimcilerin sahip olması gereken nitelikler ve eğitiminin rolü;
- Profesyonel halkla ilişkiler uygulamacılarının eğitim sürecine katkı sağlayabileceği noktalar;
- Halkla ilişkiler eğitiminin kalite ve etkinliğinin nasıl ölçümlenebileceği gibi konulardır.

Görüldüğü gibi halkla ilişkiler eğitimi konusunda Amerika Birleşik Devletleri’nde de ülkemizde de benzer bir takım sorun ve kaygılar yaşanmaktadır. Bunun en önemli nedenleri arasında özellikle son yıllarda sayıları giderek artan iletişim fakültesi ve halkla ilişkiler bölümlerinin niteliksel olarak belli bir standardı yakalamakta güçlük çekmesi sayılabilmektedir. Ders programları, eğitim veren öğretim elemanları ve teorik bilgilerin uygulamaya geçirilmesi konusunda yaşanan sıkıntılar halkla ilişkiler eğitimiyle ilgili yaşanan temel sorun ve kaygılar olarak göze çarpmaktadır. Bu sorunlardan hareketle alandaki mesleki yapılanmaların bu konuda yaptığı çalışmalar göz ardı edilmemelidir.

Amerika Halkla İlişkiler Derneği (Public Relations Society of America-PRSA) ve Uluslararası İş İletişimcileri Derneği (IABC-International Association of Business Communicators) gibi uygulamacıların oluşturduğu dernekler ve Uluslar arası İletişim Birliği (ICA-International Communication Association ICA), Gazetecilik ve Kitle İletişimi Eğitimi Akreditasyon Komitesi (AEJMC-Association

for Education in Journalism and Mass Communication), ABD Ulusal İletişim Birliği (NCA- National Communication Association), Uluslar arası Halkla İlişkiler Derneği (International Public Relations Association-IPRA), Uluslararası Halkla İlişkiler Danışmanları Derneği Komitesi (International Communications Consultancy Organisation-ICCO) ve Avrupa Halkla İlişkiler Konfederasyonu (Confederation European Relations Populity-CERP) gibi meslek örgütleri, halkla ilişkiler alanı için yeni hedefler koymak, halkla ilişkiler alanının yüz yüze kaldığı sorunları aşmak, uluslar arası standartlar oluşturmak, ölçüleme ve değerlendirme teknikleri geliştirmek ve halkla ilişkiler eğitiminin kalitesini yükseltmek gibi çok çeşitli çalışmalar yürütmektedirler (Becerikli, 2004). Örneğin 1976 yılında yayınlanan “Dünyada Halkla İlişkiler Eğitimi” başlıklı Altın Kitap Sayı-2, 1982 yılında yayınlanan “Mesleki Uygulama İçin Bir Halkla İlişkiler Eğitimi Modeli” adlı Altın Kitap Sayı-4; 1990 yılında çıkarılan “Halkla İlişkiler Eğitimi- Öneriler ve Standartlar” başlıklı Altın Kitap Sayı 7, 1997 yılında yayınlanan “Halkla ilişkiler Eğitiminin Evrimi ve Küreselleşmenin Etkisi” adlı Altın Kitap Sayı 12 İPRA’nın bu yöndeki çalışmaları olarak sıralanmaktadır. Bu çalışmalarda halkla ilişkiler eğitimine yalnızca halkla ilişkiler derslerinin değil, psikoloji, siyaset bilimi, sosyoloji ve örgütsel davranıştan; medya ve kültürel çalışmalara uzanan halkla ilişkiler çalışmalarının gerektirdiği bütün disiplinlerin de dahil edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Black, 1998: 12; L’Etang ve Pieczka, 2002:38). Halkla ilişkiler eğitiminde bu çok yönlülüğü en iyi ortaya koyan çalışmalardan biri iç içe geçmiş daireler kuramıdır. Bu daire Gazetecilik Eğitimi Derneği’nin Halkla İlişkiler Bölümü (ABD) ve Amerika Halkla İlişkiler Derneği’nin ortaklaşa desteğiyle hazırlanan Halkla İlişkiler Eğitimi Tasarısı’ndan alınmaktadır.

Dış daire (genel bilgi dersleri ve beşeri bilimler): üç dairenin en büyüğünde profesyonelin hazırlanmasında bir temel oluşturan sosyal bilimlerle, genel kültür dersleri ve beşeri bilimler görülmektedir. Ortadaki dairede ise genel iletişim alanına giren konular sıralanmaktadır. İçteki en küçük dairede ise halkla ilişkilerin kuram ve uygulamasıyla doğrudan ilişkili dersler bulunmaktadır. İç dairedeki dersler halkla ilişkiler eğitiminin en önemli ilgi alanlarıdır. İdeal olan öğrencinin dünyayı ve iletişim sürecini iyi tanıdıktan sonra bu düzeydeki dersleri alması yönündedir

(Sjöberg, 1998: 48-49). Ayrıca IPRA’nın Altın Kitap Serisi’nin Dördüncü Kitabı’nda halkla ilişkiler eğitim programı için sekiz maddeden oluşan temel bir eğitim programı önerilmektedir.

Şekil 1. Halkla İlişkiler Temel Eğitim Programı

<i>Beşeri Bilimler</i>	<i>Siyasal Bilimler</i>	<i>Devlet Yapısı ve Yönetim</i>	<i>Ekonomi ve Yöneticilik</i>	<i>Organizasyon</i>	<i>Dil</i>	<i>İstatistik ve Bilgisayar</i>	<i>Hukuk ve Etik</i>
Psikoloji	Siyasal Tarih (ulusal siyasal tarih)	Farklı devlet yapısı sistemleri	Genel ekonominin temelleri	Organizasyon kuramı	Ana dil	-	Ulusal hukukun temelleri
Sosyal Psikoloji	Modern dünyada siyasal sistemler	Farklı kamu yönetimi sistemleri	İşletme yönetimi	Çevre kuramı	İngilizce (ana dil değilse)	-	İletişimle ilgili özel mevzuat
Sosyoloji	Kurumların siyasal çevresi	Sendikalar	Yönetim kuramı	Organizasyonun sosyolojik ve psikolojik yanları	En az başka bir yabancı dil (Fransızca, İspanyolca, Arapça)	-	İfade özgürlüğü, basın
Yetişkin eğitimi	Kamu yönetimi sistemleri	-	Personel yönetimi	-	-	-	Medyaya erişim, iletişim hakkı, yeni bilgi ve iletişim düzeni
Felsefe	Ulusal ve uluslar arası örgütler	-	-	-	-	-	Etik ilkeler, meslek ilkeleri, reklam, halkla ilişkiler, pazarlama, gazetecilik
Kültür ve din	-	-	-	-	-	-	IPRA etik ilkeleri, Evrensel İnsan Hakları Bildirgesi
Linguistik	-	-	-	-	-	-	-

Kaynak: (Sjöberg, 1998: 50,51).

Daire kuramı ve yukarıdaki temel eğitim maddeleri halkla ilişkiler öğrencisinin çalışma alanının disiplinler arası olduğunu varsayan çalışmalar olarak göze çarpmaktadır.

Ayrıca 1970’li yılların sonu ve 1980’li yılların başında Institute of Public Relations’ın Eğitim Komitesi üyeleri, birkaç eğitim enstitüsüyle birlikte, lisans

seviyesinde eğitim konusunda araştırmalar yapmaktadır. Bunun yanında 1997 yılında lisans ve lisansüstü halkla ilişkiler ders programlarını incelemek ve ideal bir program geliştirmek üzere Halkla İlişkiler Eğitim Komisyonu (Commission on Public Relations Education) kurulmaktadır (Russell, 1999: 2).

Halkla ilişkiler eğitimiyle ilgili olarak ABD Ulusal İletişim Birliği’nin (NCA) 1998 yılında düzenlediği konferansta 24 akademisyenden oluşan bir kurul halkla ilişkiler eğitimi üzerine farklı üniversitelerden akademisyenlerle müfredat, pedagoji ve değerlendirme kriterlerini esas alan bir araştırma gerçekleştirmektedir. Bu araştırmada da halkla ilişkilerin temel sosyal bilimler temelinde müfredatını geliştirmesi gerektiği sonucuna varılmaktadır. Ayrıca halkla ilişkiler eğitiminin geliştirilmesi için etik, çok kültürlülük, uluslararası sorunlar ve teknolojinin kullanımı gibi öğelerin üzerinde durulması gerektiğini de önermektedirler. Bu Kurul’un halkla ilişkiler eğitimiyle ilgili yaptığı başka bir araştırma sonucunda da yazma yeteneği, staj, iş deneyimi, problem çözme yeteneği, medya ilişkileri teknikleri, sunum/konuşma ve yönetme yeteneği ön planda yer alan konular olarak ortaya çıkmaktadır. 1985 yılında Foundation for Public Relations Research and Education adını taşıyan kuruluş (şimdiki adı Institute for Public Relations) halkla ilişkiler eğitiminin teori, pratik, araştırma, kültür alanlarıyla ilgili olması; etik çerçeveyi savunması; eğitsel süreçte teknolojiyle bütünleşmenin sağlanması; görsel okuryazarlık alanlarının ortaya çıkışının vurgulanması; çok kültürlü ve uluslararası bir yaklaşım sergilenmesi olarak beş açıdan geliştirilebileceğinin altını çizmektedir (Toth, 1999: 45-46, 48).

Kurul içinde faaliyet gösteren bu grubun çalışmalarının yanı sıra, bir başka grup da halkla ilişkiler kariyerine hazırlanan öğrencilerin alması gereken ders içeriklerine yoğunlaşmaktadır. Bu grubun yedi varsayımı söz konusudur. Birincisi, öğrencilerin toplum, temel sosyal bilimler, ekonomi, politika, davranış bilimleri, tarih, sanat ve kültürel, uluslararası iletişim açısından donanımlı olarak yetişmesi gerektiğidir. İkincisi geliştirilen modellerin uygulamalı bir bileşimi içermesi gerektiğine ilişkindir. Üçüncüsü, halkla ilişkiler lisans öğrencileri temel sözlü ve yazılı ifade biçimlerinde, temel matematik ve bilgisayar yeteneklerinde iyi bir düzeyde olmalıdır. Dördüncüsü, modellerin ders başlığı ya da dersin kökeninden çok içeriğine odaklanması gereğidir.

Beşincisi her bir spesifik ders içeriğinin ayrı bir ders olmasının gerekmediği, çok sayıda ders içeriğinin bir ya da daha fazla ders adı başlığı altında toplanabileceğidir. Altıncısı modellerin periyodik olarak değerlendirilmesi ve güncelleştirilmesi gerektiği yönündedir. Yedincisi modeller teoriye dayalı bir bakış açısını öğretmekte, bilişsel olarak tanımlamakta, etkili ve davranışsal bir bileşim sunmalıdır şeklinde sıralanmaktadır (Toth, 1999: 49; Becerikli, 2004: 196). Amerika ve Avrupa’da Grunig (1989), Sallot (1997, 1998), Turk (1989), Van Leuven (1989), Wright (2004), Gonçalves (2009), Türkiye’de TÜHİD ve İDA (2009), Kazancı (2003), Vural ve Yurdakul (2004), Becerikli (2004) halkla ilişkilerde resmi eğitimin büyümesine rağmen-hem programların sayısı açısından ve hem de öğrenci sayısının artması-üniversitelerin halkla ilişkileri nasıl öğrettiği ya da halkla ilişkilerin öğretilip, öğretilmediği hakkında uzlaşma eksikliği üzerinde durarak öneriler getirmektedirler. Ayrıca bu araştırmacılar halkla ilişkilerde uzmanlaşmış ve sürekli eğitimin gerekliliğini ve toplumda mesleği meşrulaştırmak için halkla ilişkiler müfredatının ne olması gerektiği konusunda bir uzlaşmaya varmanın önemine değinmektedir.

Ancak tam anlamıyla bu konuda bir uzlaşma sağlanamamıştır. Amerika, Avrupa ve Türkiye’de halkla ilişkiler eğitiminde uygulanan müfredat içeriklerinde iki nokta göze çarpmaktadır: birincisi bütün öğrenciler için ortak olan hazırlık dersleri, dil, edebiyat, tarih, sosyoloji, psikoloji, ekonomi ve iletişim bilimleri çalışmaları için temel içerik olan iletişim kuramı ve tarihi, iletişim hukuku ve iletişim ahlakından oluşmaktadır. Müfredatlardaki ikinci nokta ise öğrencilerin, gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık ya da görsel iletişim, kültürel iletişim, interaktif iletişim gibi seçebilecekleri dallar ya da değişkenlerle oluşturulmuştur (Gonçalves, 2009). Bu tablo genel anlamda araştırmacıların çoğunun uzlaşabildiği ancak eksik gördüğü noktaları da ortaya koymaktadır.

Bazı yazarlar halkla ilişkiler öğrencilerinin sosyal bilimler ve beşeri bilimler ile birlikte daha özel halkla ilişkiler disiplinlerinde daha geniş bir eğitime ulaşmaları gerektiğini savunurken; Falb (1992), Kruckeberg (1998), Van Leuven (1989), halkla ilişkiler öğrencilerinin, psikoloji, sosyoloji ve beşeri bilimler alanlarında eğitim almalarını önermektedir; Heath (1991), işletme, hukuk, ekonomi ve tarih içeriğinin önemini vurgulamaktadır; Kruckeberg (1988)’e göre ise öğrenciler, gazetecilik ve kitle iletişimi alanında da teknik becerilere sahip olmalıdırlar; Berkowitz (1999),

Grunig (1989), Heath (1991), Kinnick (1994), Turk (1989), Van Leuven (1989) halkla ilişkiler eğitimine yönetim ve ekonomi disiplinlerinin dahil edilmesini gereksiz olarak gördüklerini ifade etmektedirler. Ayrıca Grunig (1989) ve Heath (1991) kuramsal bir taban ve mesleğin bilimsel alandaki saygınlığı için halkla ilişkiler kuramı ve araştırma metotlarının halkla ilişkiler eğitiminin vazgeçilmezleri olduğunu; Grunig (1989), Heath (1991), Turk (1989), Pratt vd. (1989) ise uygulamada yüksek ahlaki standartların, mesleğin profesyonelleşmesine önemli derecede katkıda bulunacağına değinerek halkla ilişkiler ahlakı, iletişim ahlakı derslerinin eğitimin bir parçası olması gerektiğini öne sürmektedirler (Gonçalves, 2009: 43-44).

Halkla İlişkiler Eğitim Komisyonu (Commission on Public Relations Education) tarafından 21. Yüzyılda Halkla İlişkiler Eğitimi *Profesyonel Bağ- Halkla ilişkiler Eğitimi ve Uygulaması (2006) adlı* yapılan son çalışmada halkla ilişkiler eğitiminin disiplinler arası ve sosyal bilimleri içine alan, halkla ilişkilere giriş (kuram ve kurallar), halkla ilişkiler araştırması, ölçüm ve değerlendirme, halkla ilişkiler yazarlığı, iş deneyimi (staj), hukuk, ahlak, planlama, yönetim, vaka çalışmaları ya da kampanya biçiminde geniş perspektifte verilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Turk, 2006; Gonçalves, 2009). Halkla İlişkiler Eğitim Komisyonu’nun Raporu, yalnızca Amerika değil dünyanın diğer yerlerinde de halkla ilişkiler eğitiminin geliştirilmesi için bir referans noktası olarak gözükmektedir.

3. Türkiye’deki Halkla İlişkiler Eğitimi

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitiminin tarihsel gelişimine bakıldığında, halkla ilişkiler eğitiminin 1966 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi’ne bağlı Basın Yayın Yüksek Okulu’nda başladığı görülmektedir. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi’ne bağlı Gazetecilik Enstitüsü de o yıllarda iki yıldan dört yıla çıkarak halkla ilişkiler eğitimi veren Basın Yayın Yüksek Okulu haline dönüşmüştür. Yine İstanbul’da Özel Vatan Eğitim Kurumları, Gazetecilik Yüksek Okulu, Devlet İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi bünyesine katılarak Basın Yayın Yüksek Okulu adını almıştır. Halkla ilişkiler eğitimine başlayan bu akademi daha sonra Marmara Üniversitesi’ne dönüşecektir. Basın Yayın Yüksekokulu olarak eğitim veren eğitim kurumları da 1992 yılında iletişim fakülteleri adını almaktadır. 1993

yılında ise iletişim fakültelerindeki bölümlerin altına Yüksek Öğretim Kurulu tarafından anabilim dalları yerleştirilmektedir. Örneğin halkla ilişkiler ve tanıtım bölümüne halkla ilişkiler, kişilerarası iletişim, araştırma yöntemleri, reklamcılık ve tanıtım konulmaktadır. Ayrıca iletişim alanında lisansüstü eğitime 1983 yılından sonra kurulan sosyal bilimler enstitüleri ile geçilmektedir. Lisansüstü eğitime başlanmasında öncülüğü İstanbul ve Marmara Üniversiteleri yapmaktadır. 1993 yılında iletişim fakültelerinde bölümlerin altına anabilim dallarının yerleştirilmesiyle birlikte, iletişim fakültelerinin bağlı bulunduğu üniversitelere ait Sosyal Bilimler Enstitülerinde yürütülen disiplinler arası nitelikte olan programlarda da bir düzenlemeye gidilmektedir. İletişim fakültelerinin bölümleri Sosyal Bilimler Enstitülerinde gazetecilik, radyo televizyon ve sinema, halkla ilişkiler ve tanıtım anabilim dalı haline getirilmektedir. Yüksek lisans ve doktora programları anabilim dalları itibariyle düzenlenmiş ve öğrenciler bu programlara kabul edilmeye başlamıştır. Devlet üniversitelerinin yanında 1997 yılında vakıf üniversiteleri kurulmuş, bu bağlamda eğitimde sayısal olarak artış gözlenmiştir (Bakan, 2002; Erdoğan, 2008; Tokgöz, 2003; Becerikli, 2005; Tortop, 1987; Tokgöz, t.y.).

Halkla ilişkiler eğitimi ile ilgili bu sayısal artış burada verilecek eğitimlerin niteliği hakkında düşünmeyi gerektirmiştir. Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi üzerine meslek dernekleri ve akademisyenlerce yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin TÜHİD ve İDA’nın 2009 yılında halkla ilişkiler sektörünün gelişimine yön vermek üzere ilgili paydaşların algılarını ve beklentilerini anlamak ve halkla ilişkiler mesleğini geliştirme alanlarını tespit etmek amacıyla iş dünyası üst yöneticileri, iletişim yöneticileri ve iletişim ajanslarının yöneticileri, çalışanları ve akademisyenlerin görüşlerinden yola çıkarak ortaya koydukları İletişim Hizmetleri Algılama Araştırması önemli görülmektedir.

Bu araştırmada iş dünyasında iletişim yöneticilik görevi yapan uygulayıcılar iletişim fakültelerinde üniversite -iş dünyası işbirliklerinin geliştirilmesi, üniversite – halkla ilişkiler sektörü ilişkilerinin geliştirilmesi, uygulamalı derslerin ağırlığının artırılması ve bunların Türkiye’den vaka çalışmaları ile desteklenmesi, müfredatların geliştirilmesi hususunda önerilerde bulunmaktadır. Bu yöneticiler müfredatta uzmanlaşmaya yönelik derslerin artırılması, işletme/yönetim konularındaki bilgi

eksikliklerinin giderilmesi, global/yerel gündem takibi ve yorumlama becerilerinin geliştirilmesini önemli gördüklerini dile getirmektedirler. İletişim ajanslarında çalışan yöneticiler de iş dünyasıyla, iletişim sektörü ile işbirliklerinin geliştirilmesi, müfredatlarda gelişme/iyileştirmelerin yapılmasını önermektedirler. İletişim yöneticileri müfredatta uygulamalı derslere ağırlık verilmesi, uzmanlaşmaya yönelik derslerin artırılması, iletişim dışı alanlarda bilgi birikiminin artırılması, yabancı dil ve genel kültür eksikliklerinin giderilmesi, örnek uygulamaların/vaka çalışmalarının artırılması yönünde fikir beyan etmektedirler. Ayrıca iş dünyası ve iletişim ajansları yöneticileri iletişim mezunlarının daha verimli olmasında Türkiye ve dünya gündemini yakından izleme, işletme/yönetim bilgilerini geliştirme, staj yapma, staj sürecini ciddiye alma, iletişime stratejik bakabilme, bilgi ve becerilerini geliştirme, iletişim alanındaki gelişmeleri/yenilikleri takip etme, iletişim dışı konularda bilgi birikiminin artırılması, genel kültür seviyesinin yükseltilmesi gibi unsurların önemine de dikkat çekmektedirler. Bu yöneticiler eleman ihtiyacında iletişim fakültesi mezunlarını tercih etmeme nedenleri nedenleri olarak da öğrencilerin işletme, ekonomi, uluslar arası ilişkiler gibi bölümlerin mezunlarındaki bilgi birikiminden yoksun olmaları, stratejik bakış açısına sahip olmamalarını öne sürerek tercihlerini fakülte temelinde değil; genel kültür, yabancı dil, işletme bilgisi gibi diğer kriterler temelinde yaptıklarını ifade etmektedirler. Akademisyenler ise halkla ilişkiler eğitimindeki temel sorunları öğretim elemanı eksikliği ve yetersizliği, iş dünyası ve iletişim sektörü ile yetersiz işbirliği ve uygulamalı derslerin yetersizliği şeklinde sıralamaktadır (İletişim Hizmetleri Algılama Araştırması, 2009). Bu konuda araştırma yapan akademisyenler de halkla ilişkilerin çok yönlülüğüne atıf yapmaktadırlar.

“Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bazı Düşünceler ve Yeni Eğitim Programı” adlı çalışmasında Kazancı, halkla ilişkiler alanının yalnızca iletişim olmadığını söyleyerek, halkla ilişkilerin toplumbilim, toplum psikolojisi, hukuk, kamu yönetimi, işletme, siyaset bilimi gibi dallarla çok daha bağlantılı olduğunu öne sürmektedir. Vural ve Yurdakul’da “Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine Yönelik Kıyaslamalı Bir Çalışma” adlı çalışmalarında profesyonel bir halkla ilişkiler programının yaşamsal önemi yansıtacak, hem

yönetimsel ve stratejik kimliğini hem de teknik iletişim yeteneklerini geliştirecek ve uygulamaya koyabilecek nitelikte yapılandırılması sonucuna varmaktadırlar (Vural ve Yurdakul, 2004). Türkiye’deki kamu ve özel üniversitelerde lisans düzeyindeki halkla ilişkiler ders programlarını, uluslararası düzeyde, halkla ilişkiler ders programları üzerine çalışmalar yapan kurulların belirledikleri ideal çerçevelerle eşleştirdiği çalışmasında Becerikli, müfredatlar üzerine çalışma yapacak kurulların, dersleri halkla ilişkiler teori ve uygulaması, analiz ve eleştirel düşünme dersleri, iletişim süreci ve sunumu olmak üzere üç grupta toplamaları (Becerikli, 2004) gerektiği üzerine önerilerde bulunmaktadır.

4. Amaç ve Yöntem

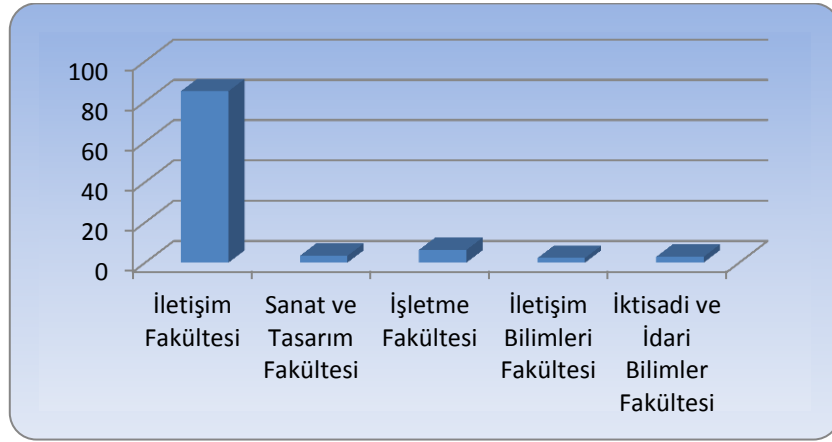
Bu çalışma, lisans düzeyinde verilen halkla ilişkiler eğitiminin genel yapısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada tarama modeli kullanılmaktadır. Tarama Modeli var olan durumu olduğu gibi betimlemeye çalışan bir araştırma çeşididir (Karasar, 1998:79). Bu doğrultuda Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi’nin hazırladığı Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu’ndan yararlanılarak genel olarak iletişim alanında eğitim veren üniversiteler ve özelde halkla ilişkiler eğitimi veren üniversiteler saptanmaktadır. Bu saptama sonucunda halkla ilişkiler bölümü olan üniversitelerin web sitelerinde yer alan ders programları ve bu programlardaki zorunlu dersler incelemeye dahil edilmektedir. Seçmeli derslerin hangisinin öğrenci tarafından tercih edilip edilmeyeceğinin belli olmaması yüzünden seçmeli dersler araştırma dışı bırakılmaktadır. Oysa halkla ilişkiler programında yer alan zorunlu dersler her öğrenci tarafından görülmektedir. Bu da halkla ilişkiler eğitiminin genel yapısı hakkında daha net ipuçları vermektedir. Böylece halkla ilişkiler eğitiminin genel yapısının tespiti hedeflenerek, iletişim eğitimi konusundaki tartışmalara katkıda bulunmak amaçlanmaktadır. Halkla ilişkiler bölümü olmayan iletişim fakülteleri, web sitelerinde ders programı olmayan halkla ilişkiler bölümleri çalışma kapsamı dışında bırakılmaktadır. Bu çalışmada yalnızca lisans programları incelenmektedir, bu açıdan çalışma sınırlıdır. Halkla ilişkiler eğitimi hem devlet üniversitelerinde hem de vakıf üniversitelerinde verilmektedir. Kılavuzda bulunan merkezi yerleştirmeye öğrenci alan KKTC ve yurtdışındaki bazı üniversiteler de çalışmaya dahil

edilmektedir. Kılavuzda yer alan iletişim fakültelerinin 36 tanesinde halkla ilişkiler bölümü ve web sitesinde ders programları bulunmaktadır. Bu halkla ilişkiler bölümlerinin halkla ilişkiler dersleri incelenmektedir.

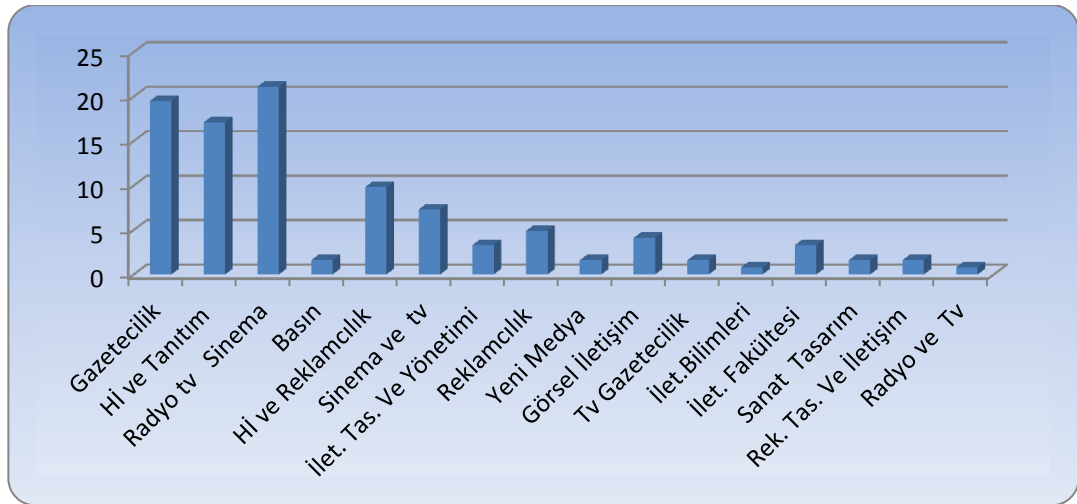
Dersler sekiz ana kategori ve bir alt kategori olmak üzere dokuz kategori temelinde ele alınmaktadır. Kategoriler birinci kategori okul türü, ikinci kategori okul adı, üçüncü kategori bölüm adı, dördüncü kategori yarı yıl, beşinci kategori dersler nitelik, altıncı kategori genel kültür dersleri, yedinci kategori alansal dersler, sekizinci kategori halkla ilişkiler teori ve uygulama dersleri, dokuzuncu kategori halkla ilişkiler uygulama alanları şeklinde sıralanmaktadır. Müfredattaki derslerin kategorilendirilmesi IPRA’nın Altın Kitap Serisi Sayı 4’te yer alan eğitim çarkından yola çıkılarak yapılmaktadır. Üç daireden oluşan bu çarkta dış dairede sosyal bilimler, genel kültür dersleri ve beşeri bilimler yer almakta, ortadaki dairede genel iletişim alanına giren konular sıralanmakta, en küçük dairede ise halkla ilişkiler kuram ve uygulama bulunmaktadır. Elde edilen veriler SPSS 17.0 (Statistical Package for Social Sciences) programı kullanılarak değerlendirilmiş, grafikler ise Microsoft Excel programında hazırlanmıştır.

5. Araştırma Bulguları ve Değerlendirme

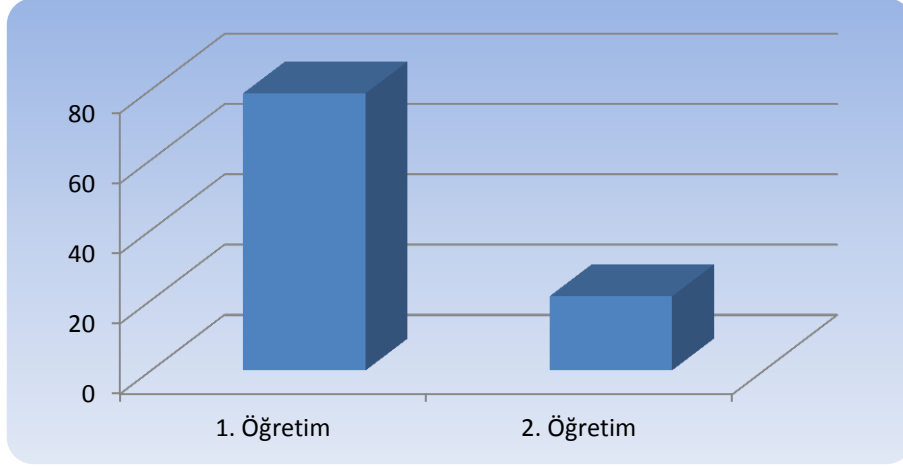
Araştırma bulguları iki aşamalı olarak ortaya konmaktadır. İlk olarak iletişim fakültelerinin genel durumunu ortaya koyan üniversitelerin bu alanla ilgili bölümlere hangi fakülteler altında yer verdikleri, iletişim fakültelerinde hangi bölümler adı altında eğitim yapıldığı, birinci ve ikinci öğretim durumları, iletişim fakültelerinin bulunduğu şehirler olarak sıralanmaktadır. İkinci aşama halkla ilişkiler eğitiminin genel yapısı, okul türü, okul adı, bölüm adı, yarı yıl, dersler nitelik, genel kültür dersleri, alansal dersler, halkla ilişkiler teori ve uygulama dersleri ve halkla ilişkiler uygulama alanları şeklinde halkla ilişkiler eğitiminin genel yapısını ortaya koyan verilerden meydana gelmektedir.

Şekil 2. Halkla İlişkiler Eğitiminin Verildiği Fakültelerin Dağılımı

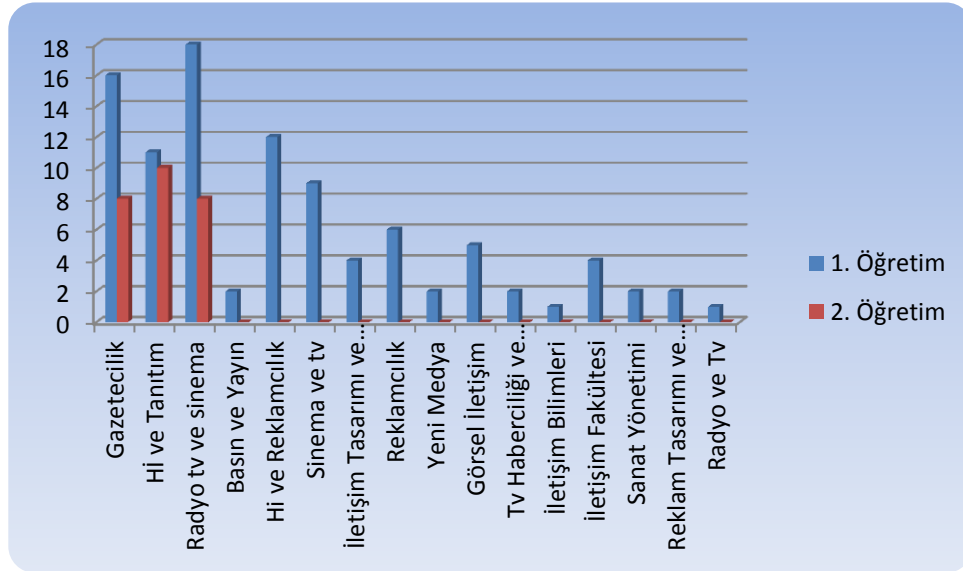
Bu alandaki eğitimin İletişim Fakültesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İşletme Fakültesi, İletişim Bilimleri Fakültesi ve İktisadi İdari Bilimler Fakülteleri bünyesinde verildiği görülmektedir. Ancak bu alandaki eğitim ağırlıklı iletişim fakülteleri nezdinde yapılandırılmaktadır.

Şekil 3. Bölüm Adları

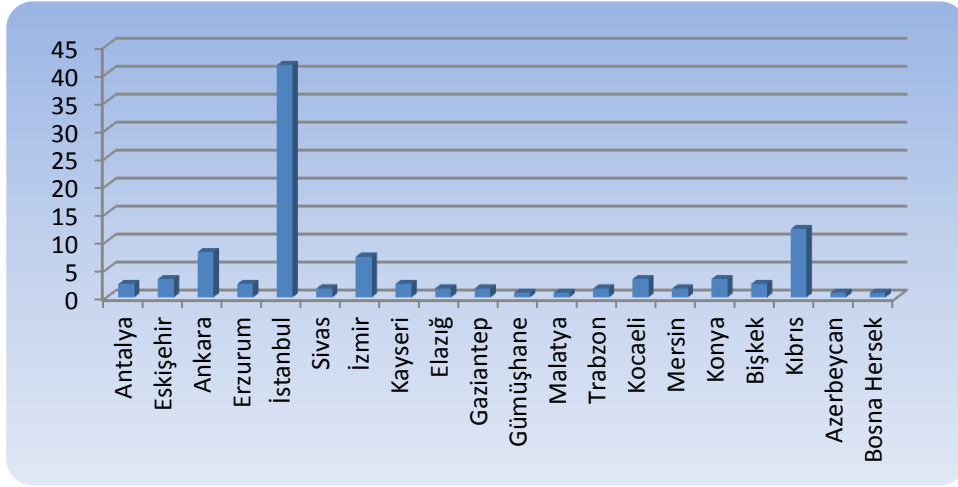
İletişim Fakülteleri altında yer alan bölümler ağırlıklı gazetecilik, halkla ilişkiler ve tanıtım, radyo tv ve sinema bölümlerinden oluşmaktadır. Bunları halkla ilişkiler ve reklamcılık, sinema ve tv, reklamcılık, görsel iletişim, iletişim tasarımı gibi bölümler izlemektedir.

Şekil 4. 1. ve 2. Öğretim Durumu

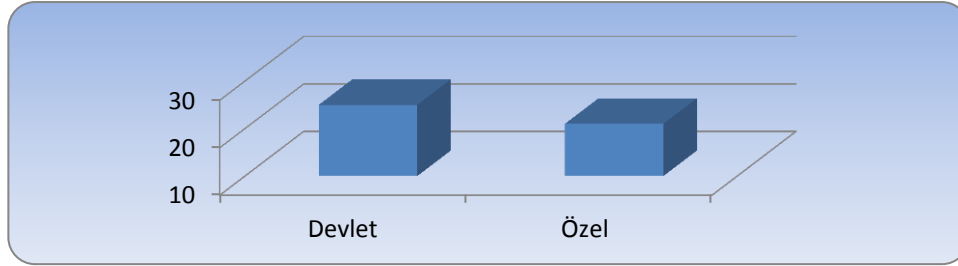
Okulların çoğunlukla birinci öğretim temelinde ders işledikleri görülmektedir.

Şekil 5. Bölümlere Göre 1. ve 2. Öğretim Durumları

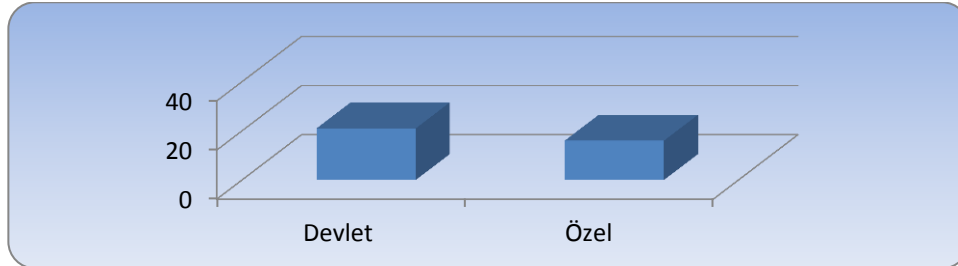
İkinci öğretimi öncelikle halkla ilişkiler bölümlerinin tercih ettikleri, diğer gazetecilik ve radyo, tv ve sinema bölümlerinin ise eşit oranlarda uyguladıkları görülmektedir.

Şekil 6. İletişim Fakültelerinin Buldukları Şehirler

İletişim fakültelerinin İstanbul başta olmak üzere Kıbrıs, Ankara ve İzmir gibi şehirlerde yoğunlukla faaliyet gösterdikleri ortaya çıkmaktadır.

Şekil 7. Özel ve Devlet Üniversitesi Niteliği

Kılavuzda iletişim alanında bölümü bulunan üniversitelerin çoğu devlet üniversitesi statüsünde hizmet vermektedir.

Şekil 8. Halkla İlişkiler Bölümü Okul Türü

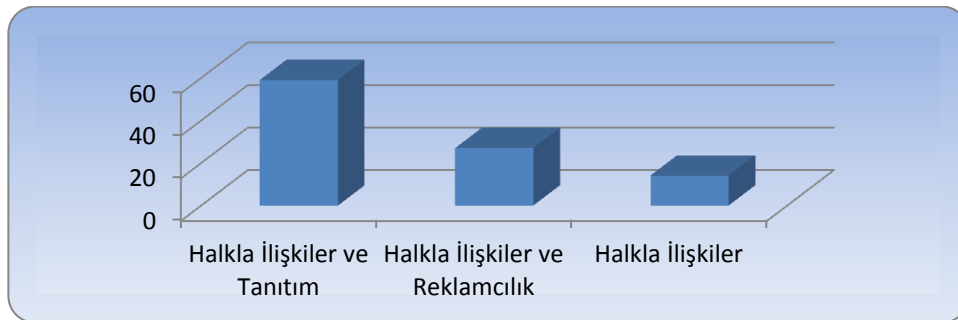
Halkla ilişkiler bölümlerinin ağırlıkla devlet üniversitelerinde olduğu görülmektedir.

Şekil 9. Okul Adı

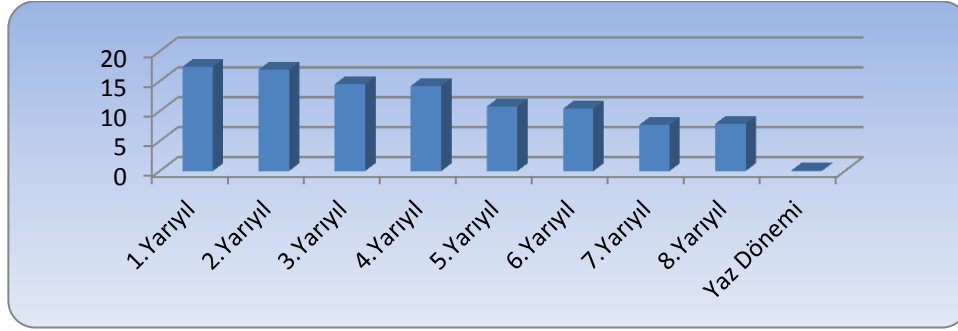


Halkla ilişkiler bölümünün yer aldığı fakülteler incelendiğinde iletişim fakültelerinin önde geldiği görülmektedir. Bunu işletme fakültesi ve sanat ve tasarım fakültesi takip etmektedir.

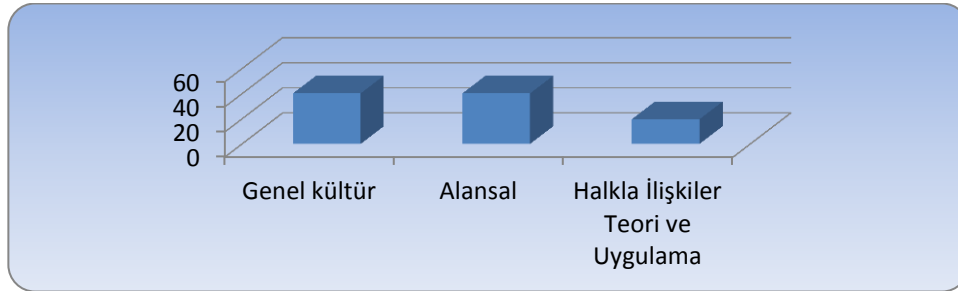
Şekil 10. Bölüm Adı



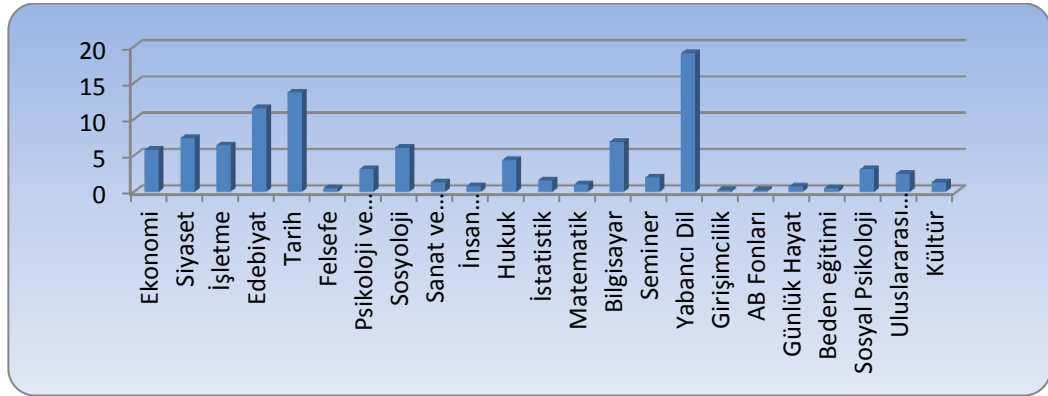
Halkla ilişkiler bölümleri halkla ilişkiler ve tanıtım başta olmak üzere, halkla ilişkiler ve reklamcılık ve halkla ilişkiler adı altında faaliyet göstermektedir. Yalnızca Kültür Üniversitesi’nde İletişim Sanatları parantez içinde (Halkla ilişkiler ve Reklamcılık) şeklinde bir uygulama yer almaktadır.

Şekil 11. Yarıyıllara Göre Ders Yoğunluğu

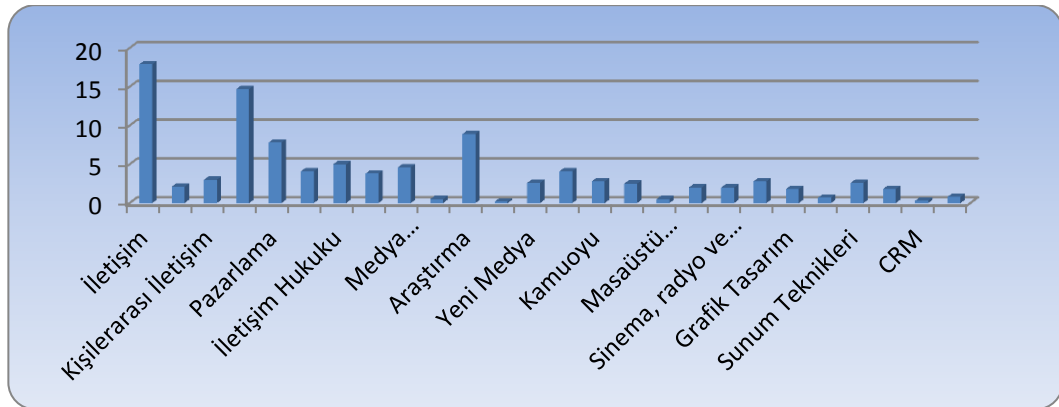
Yarı yıllar ele alındığında ders yoğunluğunun birinci ve ikinci yıllarda yüksek olduğu göze çarpmakta bunun yıllar itibariyle azaldığı ortaya çıkmaktadır. Ancak yıllar itibari ile orantılı bir azalış görülmektedir.

Şekil 12. Derslerin Niteliği

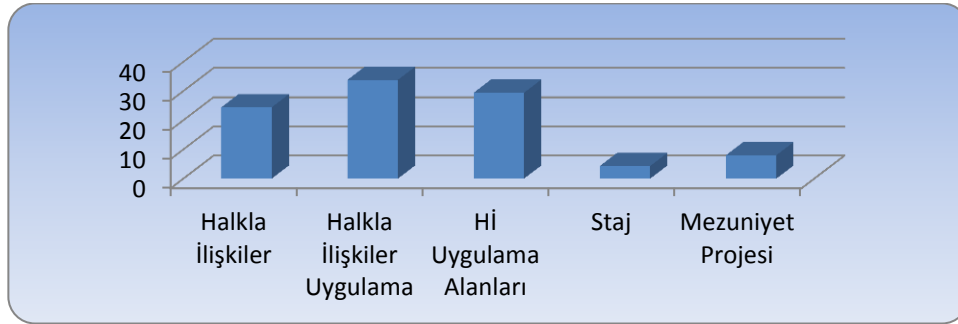
Dersler ele alındığında genel iletişim alanına giren dersler (yüzde 40,2) ve genel kültür dersleri (yüzde 40,2) aynı oranlarda yer almakta, bunu halkla ilişkiler teori ve uygulamasına (yüzde 19,6) yönelik dersler izlemektedir.

Şekil 13. Genel Kültür Dersleri

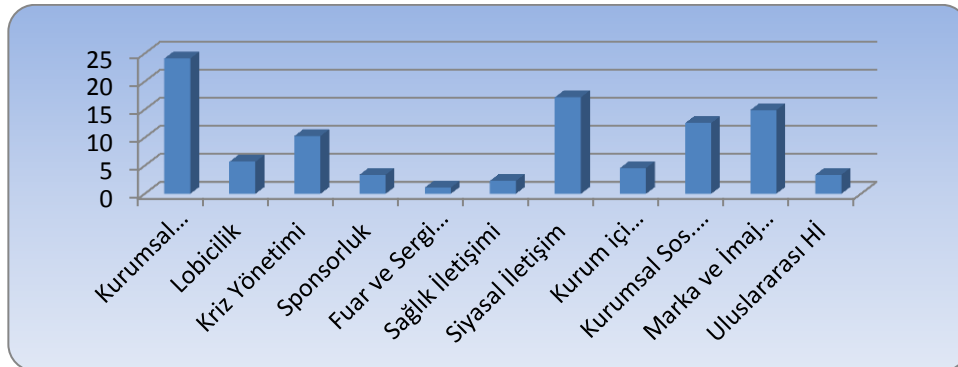
Genel kültür dersleri ele alındığında yabancı dil, tarih, edebiyat, siyaset, bilgisayar, sosyoloji, işletme, ekonomi, hukuk psikoloji, sosyal psikoloji, uluslar arası ilişkiler gibi derslerin ağırlıkta olduğu görülmektedir.

Şekil 14. Alansal Dersler

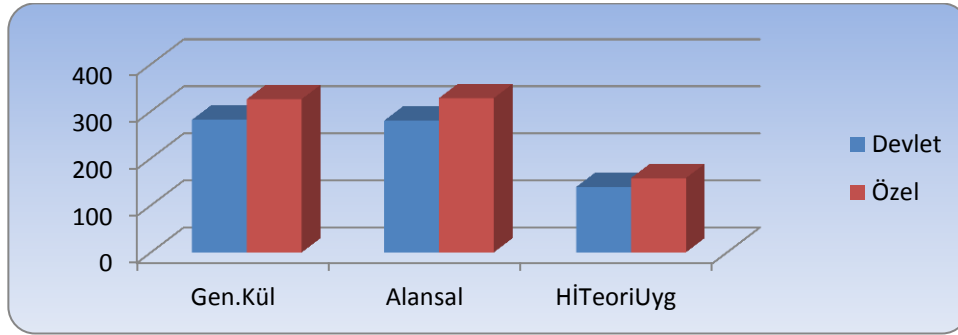
Alansal dersler incelendiğinde iletişim, reklam, araştırma, pazarlama, iletişim hukuku, medya uygulamaları, iletişim etiği, fotoğrafçılık, medya (teorik), kişiler arası iletişim, kamuoyu, yeni medya, medya planlama, sunum teknikleri ve tüketici davranışı gibi derslerin öncelikle verildiği ortaya çıkmaktadır.

Şekil 15. Halkla İlişkiler Teori ve Uygulama Dersleri

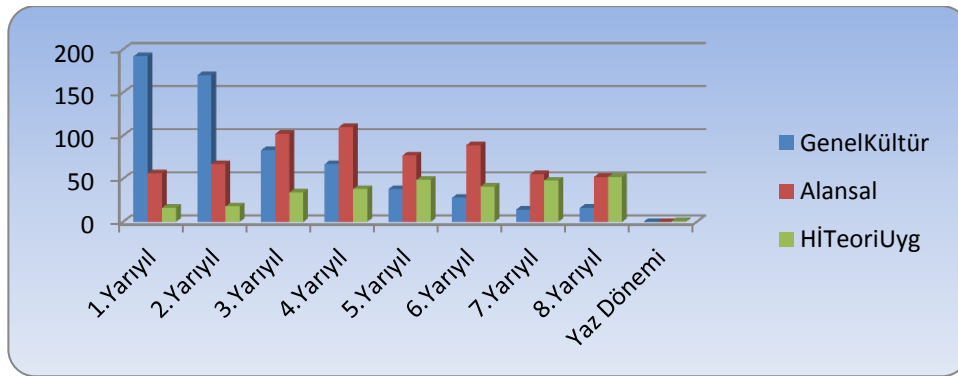
Halkla ilişkiler teori ve pratiği ile ilgili derslerde ise uygulamaya yönelik dersler ve halkla ilişkiler uygulama alanına yönelik dersler önde gelmektedir.

Şekil 16. Halkla İlişkiler Uygulama Alanları

Halkla ilişkiler uygulama alanlarında ise kurumsal iletişim, siyasal iletişim, marka ve imaj yönetimi, kurumsal sosyal sorumluluk, kriz yönetimi ve lobicilik derslerinin öğrencilere öncelikle verildiği görülmektedir.

Şekil 17. Okul Türüne Göre Derslerin Niteliği

Devlet üniversiteleri ve özel üniversitelerde genel kültür, alansal ve halkla ilişkiler teori ve uygulamasına yönelik derslerde birbirine yaklaşık oranlar göze çarpmaktadır.

Tablo 18. Yarıyllara Göre Derslerin Niteliği

Yarıyllara göre verilen dersler incelendiğinde birinci ve ikinci yarı yılda (1. sınıf) genel kültür derslerinin yoğun olduğu ardından alan derslerinin geldiği ortaya çıkmaktadır. Üçüncü ve dördüncü yarı yılda (2. sınıf) ise ağırlıklı alansal dersler ve genel kültür dersleri verilmektedir. Beşinci ve altıncı yarı yılda (3. sınıf) da alansal ve halkla ilişkiler teori ve uygulama derslerinin öncelikle verildiği görülmektedir. Yedinci ve sekizinci yarı yılda (4. sınıf) ise alansal derslerle halkla ilişkiler teori ve uygulamasına yönelik dersler aynı oranlarda müfredatta yer almaktadır.

Sonuç

Elde edilen veriler doğrultusunda iletişim alanındaki eğitimin ağırlıklı iletişim fakülteleri nezdinde verildiği, gazetecilik, halkla ilişkiler ve tanıtım, radyo,

televizyon ve sinema bölümlerinin öncelikle açıldığı görülmektedir. Halkla ilişkiler eğitimine yönelik bulgular irdelendiğinde, Türkiye’deki halkla ilişkiler eğitiminin IPRA’nın Altın Kitap Serisi’nin Dördüncü Kitabı’nda halkla ilişkiler eğitim programı için önerilen sekiz maddeden oluşan temel eğitim programıyla uyum gösterdiği görülmektedir. Burada beşeri bilimler olarak sıralanan psikoloji, sosyal psikoloji, sosyoloji ve felsefe müfredatlarda yer almaktadır. Ayrıca siyasal bilimler ve devlet yapısı ve yönetim adı altında sıralanan ulusal siyasal tarih Türk devrim tarihi, milli tarih; modern dünyada siyasal sistemler siyaset bilimi, siyasal düşünceler tarihi; kamu yönetimi sistemleri Türkiye’nin yönetim yapısı, Türk siyaseti; ulusal ve uluslar arası örgütler de uluslararası ilişkiler, uluslar arası örgütler şeklinde müfredatta bulunmaktadır. Ayrıca müfredatın ekonomi ve yöneticilik ana başlığı altında yer alan genel ekonominin temelleri, ekonomi, iktisat; işletme yönetimi, işletme, personel yönetimi, insan kaynakları gibi başlıklarla uyumlu olduğu görülmektedir. Organizasyon ana başlığı altında bulunan organizasyon kuramı, organizasyonun sosyolojik ve psikolojik yanları ara başlıkları örgütsel davranış, örgüt teorisi, örgüt sosyolojisi gibi adlarla yer almaktadır. Dil ana başlığı Türk Dili, İngilizce bazı üniversitelerde ikinci yabancı dil gibi seçeneklerle sunulmaktadır. İstatistik ve bilgisayar da müfredatlarda azımsanmayacak oranda yer almaktadır. Son ana başlıkta yer alan hukuk ve etik ise burada yer aldığı gibi temel hukuk, anayasa, iletişim hukuku, medya hukuku, halkla ilişkiler ve reklam hukuku, iletişim etiği, medya ve etik, halkla ilişkiler ve etik gibi başlıklarla verilmektedir. Bunlar Türkiye’deki halkla ilişkiler eğitiminin genel çerçevesinin görüntüsel olarak uluslar arası standartlarla uyumunu kanıtlamaktadır.

Halkla ilişkiler bölümünün bulunduğu fakültelerin çoğunlukla iletişim fakültesi (yüzde 85,1) adını taşıdığı, bunu işletme fakültesi, sanat ve tasarım fakültesi, iktisadi ve idari bilimler fakültesi gibi fakülteler izlemektedir. Bu durum halkla ilişkilerin çok yönlülüğünün bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Halkla ilişkiler bölümünde verilen eğitim sekiz yarıyıldan oluşmaktadır. İlk iki yarıyılın eğitim müfredatında sosyal bilimler konusunda öğrencilere bütünsel bir bakış açısı kazandırma ve genel kültür seviyesini yükseltme amaçlı yabancı dil, tarih, edebiyat, siyaset, bilgisayar, sosyoloji, işletme, ekonomi, hukuk psikoloji, sosyal psikoloji,

uluslar arası ilişkiler gibi derslerin verildiği ortaya çıkmaktadır. İletişim Hizmetleri Algılama Araştırması’nda kurum yöneticilerinin ve iletişim yöneticilerinin halkla ilişkiler eğitimiyle ilgili iletişim dışı konularda bilgi birikiminin artırılması, yabancı dil ve genel kültür eksikliklerinin giderilmesi önerileri ve tercihlerini fakülte temelinde değil genel kültür, yabancı dil, işletme bilgisi gibi diğer kriterler temelinde yaptıklarını ifade etmeleri bu tabloyla bir bütünlük sağlamaktadır. Diğer yarıyıllarda ise genelde iletişim, reklam, araştırma, pazarlama, iletişim hukuku, medya uygulamaları, iletişim etiği, fotoğrafçılık, medya, kişiler arası iletişim, kamuoyu, yeni medya, medya planlama, sunum teknikleri ve tüketici davranışı gibi alansal derslerin yoğunlaştığı bunu genel kültür derslerinin takip ettiği görülmektedir. Halkla ilişkiler adı altında faaliyet gösteren eğitim kurumlarında halkla ilişkiler teori ve pratiğine yönelik derslerin genel kültür ve alan derslerinden daha az yer alması üzerine düşünülmesi gereken konulardan biri olarak göze çarpmaktadır.

KAYNAKÇA

- BAKAN, Ömer (2002). “Halkla İlişkiler Eğitiminde Teori-Pratik Dengesi Bakımından Türkiye İçin Bir Model Önerisi” Selçuk İletişim Dergisi, No: 2, 65-67.
- BECERİKLİ, Sema Yıldırım (2005). Uluslar arası Halkla İlişkiler, Ankara: Nobel Yayınları.
- BECERİKLİ, Sema Yıldırım (2004). “Türkiyedeki Lisans Düzeyindeki Halkla İlişkiler Eğitimine İlişkin Bir Değerlendirme”, 2 nd. International Communication in the Millennium: A Dialogue Between Turkish and American Scholars, 17-19 Mart 2004, İstanbul.
- BLACK, Sam (1998). Halkla İlişkiler Eğitimi, Çev.: İbrahim Çamlı, İstanbul: Rota.
- ERDOĞAN, İrfan. (2008). Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, Ankara: Erk Yayınları.
- GONÇALVES, Gisela Marques Pereira (2009). Strengths and Weaknesses of Public Relations Education in Portugal, Estudos em Comunicação, 6, 37-54.

- GRUNİG, James (2005). Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, İstanbul: Rota Yayınları.
- KOCABAŞ, Fusun; PİRA, Aylin; SOHODOL, Çisil (2004). “Halkla İlişkiler Eğitiminin Kalitesinin Artırılmasında Eğitimci-Uygulamacı-Öğrenci Roller ve İşbirliği: Mevcut Durum ve Öneriler Üzerine Bir Araştırma” International Symposium Communication in the Millennium A Dialogue Between Turkish and American Scholars, 17-19 Mart 2004, İstanbul.
- L’ETANG, Jacque; PIECZKA, Magda (2002). Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar, Ankara: Vadi Yayınları.
- SJÖBERG, Göran. (1998). Mesleki Uygulama İçin Bir Halkla İlişkiler Eğitim Modeli, Çev.:Nur Nirven, Ahmet Ünver, İstanbul: Rota Yayınları.
- TOKGÖZ, Oya (2003). “Türkiye’de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi” Kültür ve İletişim Dergisi, No: 6, 7-32.
- TOTH, L. E. (1999). “Models for Instruction and Curriculum” Public Relations Review, Vol: 25, Page: 45-53.
- TORTOP, Nuri (1988). Halkla ilişkiler Sempozyumu 87, Ankara: Ankara Üniversitesi Yayını.
- TURK, Judy VanSlayke (2006). “Public Relations Education For The 21 Century, The Professional Bond” www.commpred.org, Erişim Tarihi: Ağustos 2012.
- VURAL, Beril Akıncı; YURDAKUL, Nilay Başok (2004). Halkla ilişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar. International Symposium Communication in the Millennium A Dialogue Between Turkish and American Scholars, 17-19 Mart 2004, İstanbul.
- WHITE, John (1991). Education, Training and Qualifications Eround the World, International Public Relations İn Practice, London: y.y.
- (2009), “TÜHİD ve İDA İletişim Hizmetleri Algılama Araştırması” www.ida.org.tr, Erişim Tarihi: 21 Mayıs 2010.