

HALKLA İLİŞKİLER BÖLÜMÜ ÖĞRETİM ÜYELERİNİN EĞİTİM DURUMU VE YÖNETTİKLERİ TEZLER: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Ayla OKAY¹
Yeşim GÜÇDEMİR²

ÖZET

Türkiye'de Halkla ilişkiler alanında yapılan çalışmalarda en büyük problemin, kuram ve kavram olarak sıklıkla ele alınan konuların belli bir sınıflandırılmasının olmamasıdır. Halkla ilişkiler ana bilim dalı ve Halkla ilişkiler bilimleri bilim dalı altında yapılan çalışmalarda disiplinler arası niteliğinden dolayı farklı alt konular işlendiği görülmektedir. Alanda, yüksek lisans ve doktora düzeyinde hazırlanan tezlerde Halkla ilişkiler disiplininin kavramsal bir sınırının doğru bir şekilde belirlenemediği görülmektedir, bu da alana kazandırılan çalışmaların niteliği konusunda sıkıntı yaratmaktadır.

Bu çalışma çerçevesinde Türkiye'de halka ilişkiler bilim dalı altında yapılan doktora ve yüksek lisans tezleri, danışman olan öğretim üyelerinin alan ile olan akademik geçmişleri göz önüne alınarak incelenmiştir. Çalışmada, Okay ve Okay'ın 2008 yılında yayınlanan Halkla ilişkiler konulu tezlerin incelendiği makalesi temel alınmıştır. Araştırma 2019 Mart ayında gerçekleştirilmiştir ve araştırmaya Yüksek Öğretim Kurulu'nun çevrimiçi tez kataloğundan belirli ölçütlere göre seçilen 2007-2018 yılları arasında yayınlanan 431 yüksek lisans, 102 doktora toplam 533 tez adlarına göre konu bakımından gruplandırılmıştır. Bu gruplandırma için daha önceden bahsedilen Okay ve Okay'ın gruplama örneği kullanılmıştır. Bu gruplandırmada yer almayan yeni konu başlıkları da eklenmiştir. Tezler hakkında toplanan bilgiler istatistiksel sonuçlar elde etmek ve özet tablolar oluşturmak amacıyla Microsoft Excel programında çeşitli parametrelere göre analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, Türkiye'de "Halkla İlişkiler" bilimleri alanının konusal ve kavramsal çerçevesini belirlemeye yönelik daha fazla akademik yayına ihtiyaç olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler Alanı, Lisansüstü Tezleri, Araştırma

EDUCATIONAL BACKGROUND OF PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT ACADEMICIANS AND THEIR THESIS ADVISORY: ISTANBUL SAMPLE

ABSTRACT

In Turkey, the biggest problem faced in the studies in field of public relations is that there aren't any classifications for subjects that are frequently observed as theories and notions. It is observed that due to it's interdisciplinary nature, different subtopics are discussed within studies in the department and science fields of public relations. It is seen that in the field, the public relations disciplinary's notional boundaries aren't properly outlined in the theses' prepared for postgraduate and phd levels, therefore it causes trouble qualifying the studies brought in to the field.

Within the scope of this study, the postgraduate and phd theses in Turkey and under the public relations studies have been observed by taking into consideration the advising faculty

¹ Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, aylaokay@istanbul.edu.tr

² Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, gucdemir@istanbul.edu.tr

members' academic backgrounds in the field. The study is based upon Okay and Okay's article published in 2008 which examines public relations themed dissertations. The research occurred in March 2019 and the 431 postgraduate, 102 phd, in total 533 theses published between the years 2017-2018 that have been chosen in to the research by specific criteria from The Board of Higher Education's online dissertation catalogue have been grouped by subject according to their names. For this grouping afore-mentioned Okay and Okay's grouping example has been applied. New subject headings that hadn't been used in the grouping has been added. The information gathered on the theses have been analyzed on Microsoft Excel according to several parameters with the purpose of gaining statistical results and creating spreadsheets. As a result of the study it has been detected that in Turkey, "public relations" studies requires more academic publishing in order to define the field's thematic and notional frame.

Keywords: Public relations disciplinary, postgraduate thesis, research

1. GİRİŞ

Bir bilim alanı olarak halkla ilişkilerin gelişmesinin temel ön koşullarından birisi o alanda yapılan tezler, araştırmalar ve yayınlardır. Bu çalışmaların nitelikleri alanın ne yönde geliştiği üzerinde oldukça etkilidir.

Halkla ilişkilerin geniş bir uygulama alanının olması, sosyal bilimlerin farklı dalları ile işbirliği içinde bulunması; bu dalların değişik tekniklerini kullanarak birbirlerinden farklı amaçları olan örgütlerde uygulanması, insan ilişkilerinin olduğu hemen her ortamda uygulama ihtiyacı, bu kavramın ortak bir tanımının yapılmasını güçleştirmektedir" (Kocabaş ve ark., 2000, s.45).

Halkla ilişkilerin uygulama alanının geniş olması, farklı bilimlerin dalları ile işbirliği içinde bulunması; farklı amaçları olan örgütlerde farklı amaçlara hizmet etmesi bu alandaki çalışmaların sınırının çizilmesini zorlaştırmaktadır. Halkla ilişkiler alan çalışmalarının ana odak noktasını, halkla ilişkiler uygulamalarının ve kampanyalarının nasıl uygulanacağına ilişkin sorunsal oluşturmaktadır. Çalışmaların temelinde : "Belirli bir hedefe ulaşmak için kullanılan mesaj, araç ve stratejiler ve hedef kitleler üzerindeki etkisi " kuram ve kavram çerçevesinde incelenmeye yöneliktir. Bu sorunsal çerçevesinde yapılan çalışmalarda; kitleesel ve kişilerarası iletişim alanı gibi bilişsel, duyuşsal ve davranışsal psikoloji, sosyoloji kuramları ve konuları da çalışmalara temel oluşturmaktadır.

Watson'a göre halkla ilişkilerin çalışma alanı konusunda dünyada yapılan çalışmalara bakıldığında en önemlilerden biri 1968'de Borwn'ın geliştirdiği Delphi modeli örnek alınarak yapılan Synnott ve McKie (1997) çalışmasıdır.

Synnott ve McKie (1997) çalışmasında belirtilen konu başlıkları şöyledir (Watson, 2008);

- 1) Halkla ilişkilerin stratejik karar alma, geliştirme süreci ve örgütsel işleyiş,
- 2) Toplumsal sermaye inşa ederek halkla ilişkilerin kuruluşlar için yarattığı değer, halkla ilişkileri yönetmek ve örgütsel avantaj sağlamak
- 3) Hem çevrimdışı hem de çevrimiçi halkla ilişkilerin ölçülmesi ve değerlendirilmesi
- 4) Temel bir yönetim işlevi olarak halkla ilişkiler
- 5) Halkla ilişkilerde mesleki beceriler; alanın eğitim ihtiyacının analizi
- 6)Halkla ilişkiler profesyonelleri arasında performans standartlarını araştırmak; uygulayıcıların
- 7) Kurumsal itibar yönetimi; itibar ölçümü
- 8) Halkla ilişkilerde etik

9) Halkla ilişkilerin diğer iletişim işlevleriyle entegrasyonu; halkla ilişkilerin kapsamı ve disiplinin sınırları

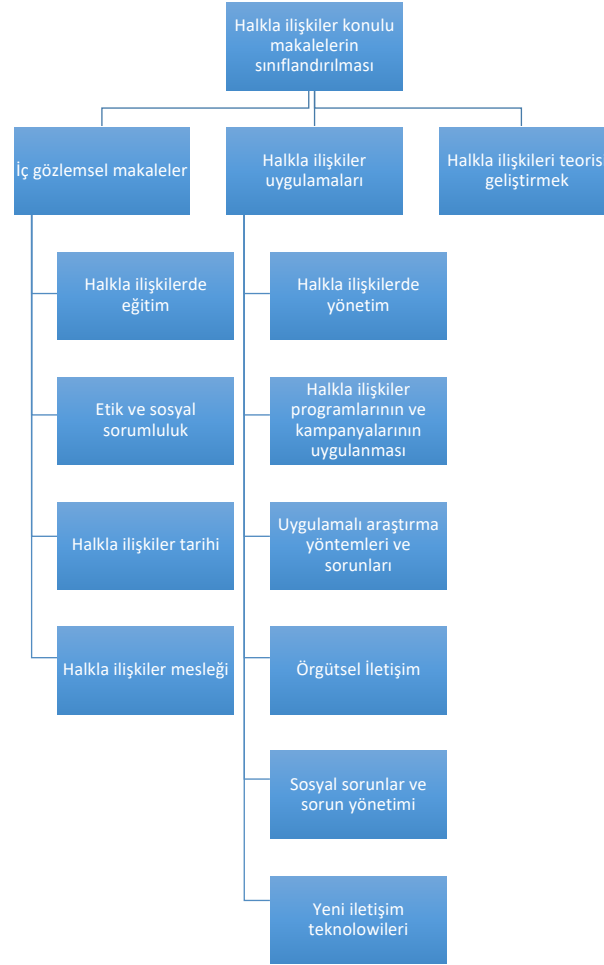
10) İlişkilerin yönetimi

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak gittikçe daha fazla sosyal medyanın alana dahil olması ile birlikte çalışma konuları da bu yöne kaymıştır. Kent&Saffer (2014) yaptıkları çalışma ile sosyal medyanın paydaşların ihtiyaçlarına nasıl cevap verebileceği konusunun önemine değinmiş ve halkla ilişkiler profesyonellerinin dikkatlerini özellikle sosyal medyaya yönelmesi gerekliliğinin üzerinde durulmuş, halkla ilişkiler alanının özellikle teknoloji çerçevesinde odaklanması gereken konuları 3 başlık altında toplamıştır.

(1) Kimlikler ve sosyal ilişkilerde teknoloji (2) Sosyal medya ve demokratikleşme aracı olarak yeni teknoloji (3) Her yerde ve her şeyin bir parçası olarak teknolojinin ölçümlemedeki yeri

Ferguson'nun 2018'deki çalışmasında ise Halkla ilişkiler alan çalışmalarının ana odak noktasını, halkla ilişkiler uygulamalarının ve kampanyalarının nasıl uygulanacağına ilişkin sorunsal oluşturmaktadır. Çalışmaların temelinde : "Belirli bir hedefe ulaşmak için kullanılan mesaj, araç ve stratejiler ve hedef kitleler üzerindeki etkisi " kuram ve kavram çerçevesinde incelenmeye yöneliktir. Bu sorunsal çerçevesinde yapılan çalışmalarda; kitleler ve kişilerarası iletişim alanı gibi bilişsel, duyuşsal ve davranışsal psikoloji, sosyoloji kuramları ve konuları da çalışmalara temel oluşturmaktadır. (Ferguson, 2018, s.167).

Ferguson yaptığı çalışmasında, Public Relations Review dergisinde yayınlanan makaleleri incelemiş ve bu makalelerin alanların temel olarak üç grupta değerlendirmiştir (2018, s.167). (Bkz. Şekil 1)



Şekil 1. Halkla ilişkiler makalelerinin sınıflandırma alanları (Ferguson, 2018).

Buna göre halkla ilişkilerde temel olarak üç makale alanı gözlemlenmiş ve bunların, halkla ilişkiler teorileri geliştirmenin dışında alt alanları saptanmıştır. Bu çerçeveden bakıldığında halkla ilişkiler alanı araştırma ve değerlendirme çalışmalarının, başka alanlarla iç içe oldukları izlenimini doğurmaktadır. Halk ilişkilerinin uygulamalı araştırma yöntem ve tekniklerini kullanan diğer alanlardan farkını, kendi alanındaki çalışmalarda teorinin gelişmesi için çaba sarf ederek gösterebilir. Buradaki asıl sorun, halkla ilişkiler alanındaki çalışmaların sosyal bilimler literatürünün bir parçası haline gelmesini sağlamak olacaktır. Dünyadaki bu eğilimin ülkemizde yapılan tezler açısından ne yönde olduğu bu araştırmanın da aslında konusunu oluşturmuştur. Ülkemizde yapılan halkla ilişkiler alanındaki lisansüstü tezlerin temel olarak hangi alanda olduğu bu çalışmanın ana alanını oluşturmuştur.

2.ARAŞTIRMA

Araştırmanın örneklemin İstanbul'da "Halkla ilişkiler" ile ilgili eğitim veren iletişim fakülteleri oluşturmuştur. Bu çalışmada bu fakültelerin ilgili bölümlerinin öğretim üyelerinin şu hususlarına bakılmıştır:

- Kadrolarının buldukları anabilim dalları
- Eğitimleri
- Lisansüstü tezleri ve konuları

- Yönettikleri tez sayıları
- Tezlerin konuları

Halkla ilişkiler konulu tezlerin incelendiği Okay ve Okay'ın 2008 yılında yayınlanan makalesinde 1984-2007 yılları arası daha önceden ele alınmıştır. Bu nedenle yaptığımız bu çalışmada 2007 yılından itibaren yapılan tezler incelenmiştir. Araştırma 2019 Mart ayında gerçekleştirilmiştir ve araştırmaya 2007-2018 yılları arasında YÖK tez merkezinde yer alan tezler dahil edilmiştir. Araştırmada öncelikli olarak örneklem dahilindeki fakültelerin halkla ilişkiler bölümlerindeki öğretim üyeleri saptanmış ve bu kişilerin yukarıdaki hususları ile yönettikleri tezleri incelenmiştir.

2.1. Araştırmaya Dahil Olan Üniversiteler, Öğretim Üyeleri ve Bunların Özellikleri

Araştırmayı İstanbul'daki İletişim Fakülteleri ile sınırlandırdık. Toplam 16 fakültenin halkla ilişkiler bölümü veya programlarında görev alan öğretim üyeleri saptandı ve araştırma bu öğretim üyeleri üzerine kurgulanmıştır. 16 fakülte'deki toplam 113 öğretim üyesi araştırmaya dahil edilmiştir. 15 üniversitenin halkla ilişkiler ile ilgili öğretim üyeleri web sitelerinde belirgin bir biçimde yer alırken sadece Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde bu ayırım saptanamamış ve buradaki durum kişilerarası ilişkiler vasıtasıyla belirlenmiştir. 16 üniversitenin öğretim üye ve anabilim dalları tablo 1'de ortaya konulmuştur.

Tablo 1. Araştırmaya dahil olan üniversitelerin halkla ilişkiler ile ilgili eğitim veren bölümleri ve öğretim üye sayısı

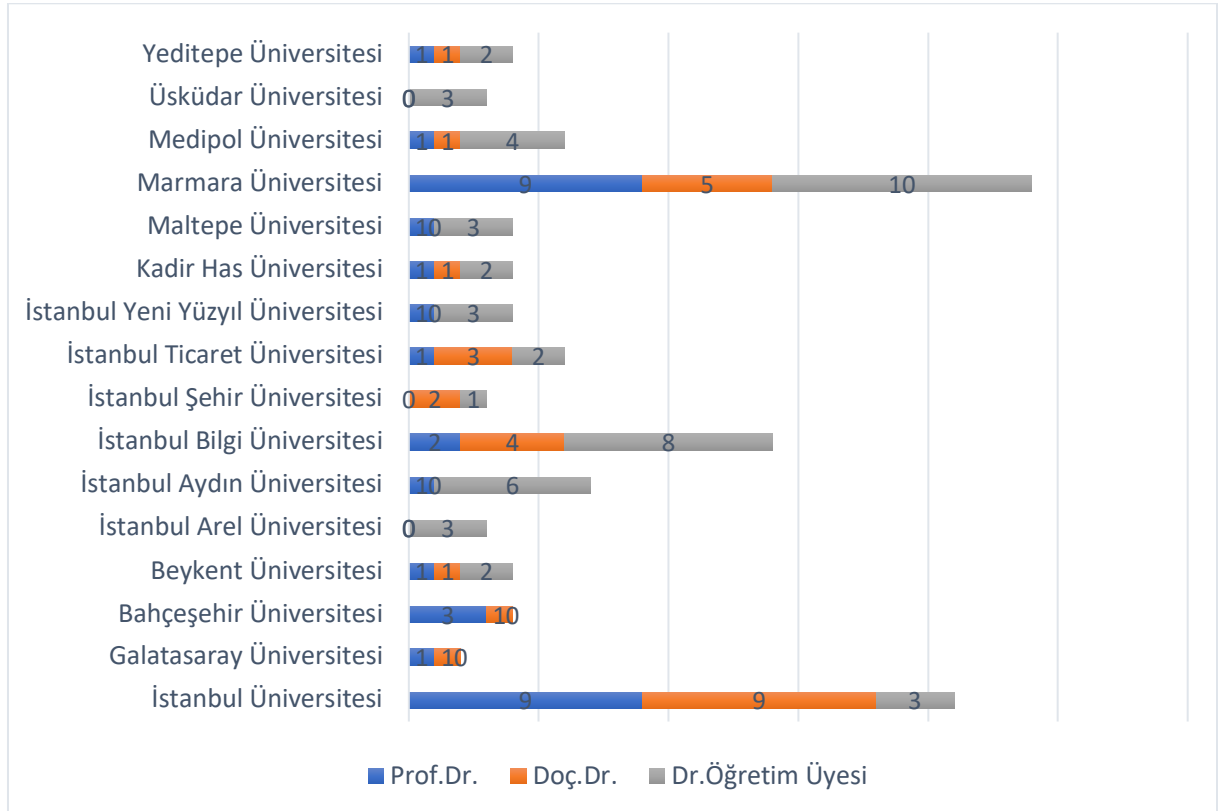
						Toplam
	halkla ilişkiler ve tanıtım	Halkla ilişkiler	Halkla ilişkiler ve reklamcılık	Bölüm Yok Halkla İlişkiler Anabilim Dalı var	İletişim tasarımı ve yönetimi bölümü	
İstanbul Üniversitesi	21	0	0	0	0	21
Galatasaray Üniversitesi	0	0	0	2	0	2
Bahçeşehir Üniversitesi	0	4	0	0	0	4
Beykent Üniversitesi	0	0	4	0	0	4
İstanbul Arel Üniversitesi	0	0	3	0	0	3
İstanbul Aydın Üniversitesi	7	0	0	0	0	7
İstanbul Bilgi Üniversitesi	0	0	0	0	14	14
İstanbul Şehir Üniversitesi	0	0	3	0	0	3
İstanbul Ticaret Üniversitesi	0	0	6	0	0	6
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	4	0	0	0	0	4
Kadir Has Üniversitesi	4	0	0	0	0	4
Maltepe Üniversitesi	4	0	0	0	0	4
Marmara Üniversitesi	24	0	0	0	0	24
Medipol Üniversitesi	0	0	6	0	0	6
Üsküdar Üniversitesi	0	0	0	3	0	3
Yeditepe Üniversitesi	4	0	0	0	0	4

Toplam	68	4	22	5	14	113
--------	----	---	----	---	----	-----

Buna göre en fazla öğretim üyesi Marmara ve İstanbul Üniversitesi'nde bulunmakta ve bu iki devlet üniversitesini İstanbul Bilgi Üniversitesi izlemektedir. Bilgi Üniversitesi'nde halkla ilişkiler eğitimi "iletişim tasarımı ve yönetimi" bölümü altında verilirken, Galatasaray ve Üsküdar Üniversitelerinde halkla ilişkiler bölümü bulunmamakta, halkla ilişkiler anabilim dalları altında bu eğitim verilmektedir.

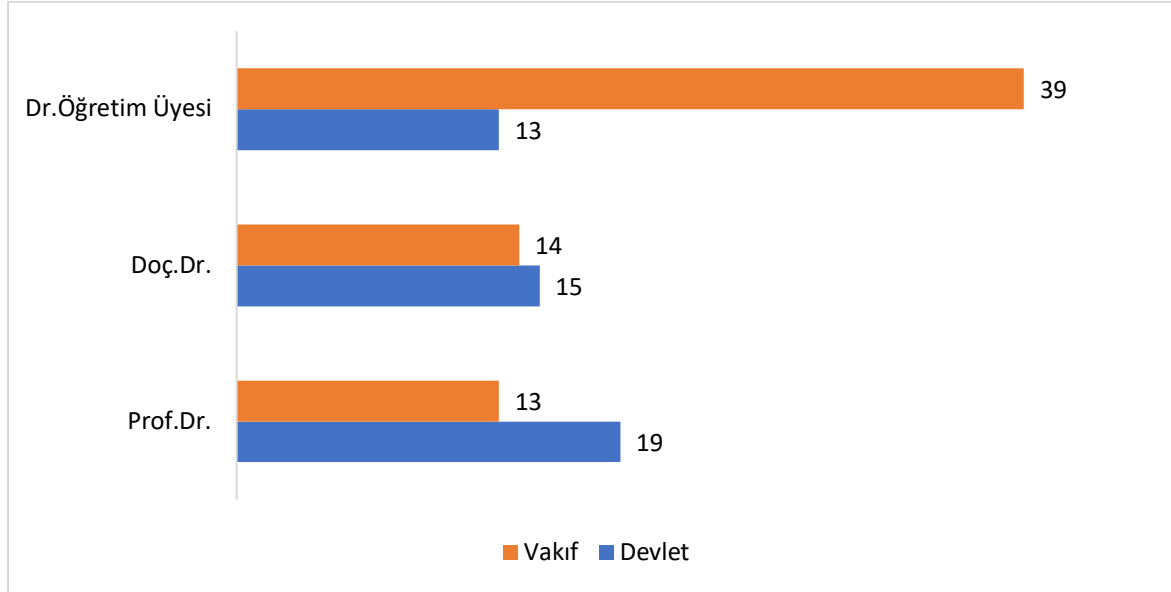
Öğretim üyelerinin görev yaptıkları anabilim dalları açısından durumu değerlendirdiğimizde karşımıza "halkla ilişkiler", "kişilerarası iletişim", "reklamcılık" ve "araştırma yöntemleri" çıkmaktadır. Kimi üniversitede bölüm bulunurken anabili dalı bulunmamaktadır (Bahçeşehir, Beykent, İstanbul Ürel, İstanbul Aydın, İstanbul Şehir, Maltepe ve Yeditepe Üniversitesi), kimisinde tanımlama "halkla ilişkiler programı" (İstanbul Bilgi Üniversitesi ve Medipol Üniversitesi) olarak yapılmıştır. Öğretim üyeleri en fazla "halkla ilişkiler" anabilim dalında görev yapmaktadır (35 kişi).

Öğretim üyelerinin üniversitelere göre unvanlarına baktığımızda karşımıza şekil 2'deki durum çıkmaktadır.



Şekil 2. Üniversitelere göre öğretim üyelerinin unvanları

Buna göre bir değerlendirme yapılmaya çalışıldığında özellikle devlet üniversitelerinde profesör ve doçent sayısının oldukça fazla olduğu, Üsküdar Üniversitesi ve İstanbul Arel Üniversitesi ve İstanbul Şehir Üniversitesi'nde hiç profesör görev yapmadığı ve vakıf üniversitelerinin kadrolarının ağırlıklı olarak Dr. Öğretim Üyesi'nden oluştuğu görülmüştür. Devlet ve vakıf üniversitelerine göre öğretim üyelerinin unvanlarının nasıl farklılaştığı şekil 3'de ortaya konulmuştur.



Şekil 3. Devlet ve vakıf üniversitelerine göre öğretim üyelerinin unvanları (n:113)

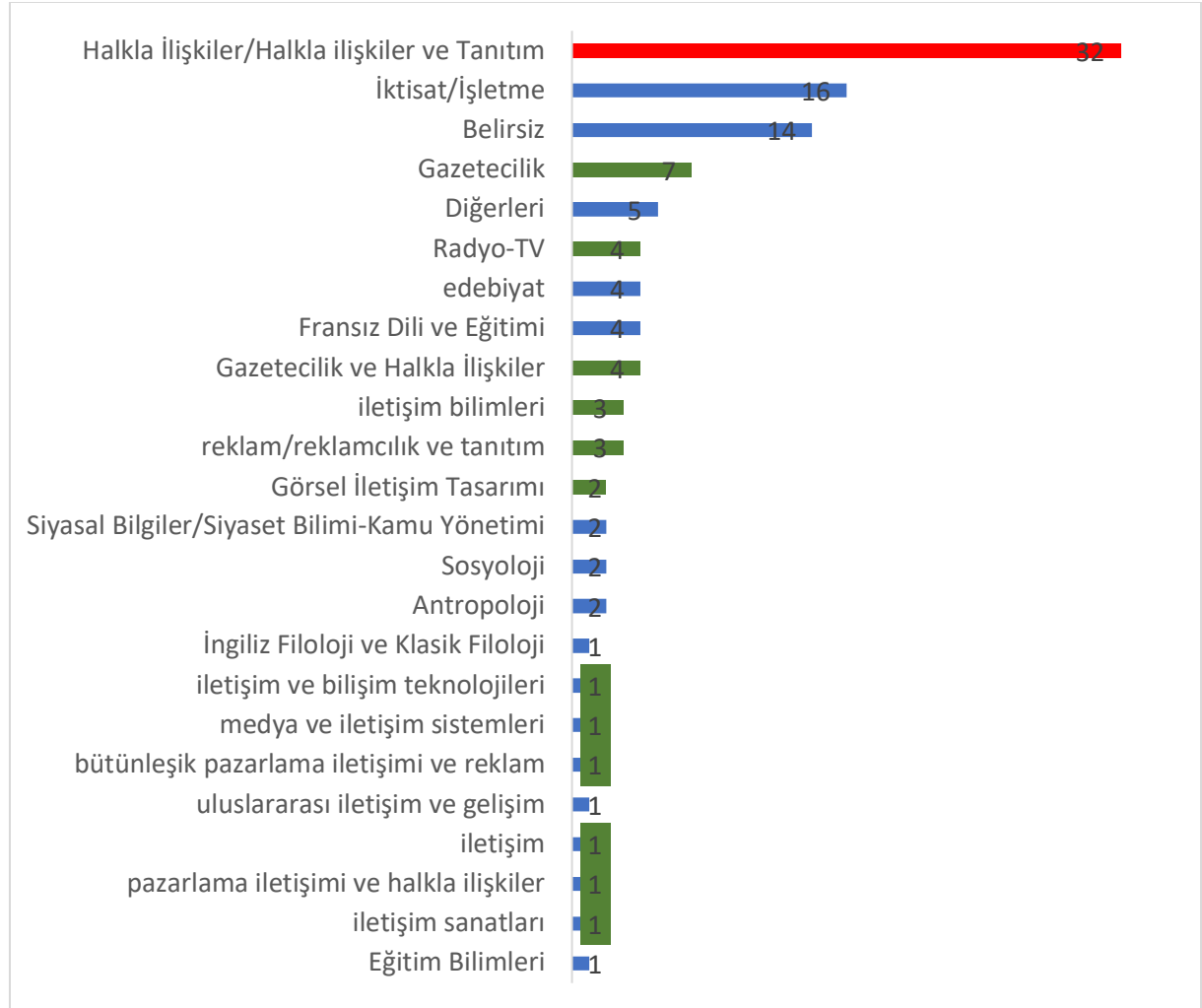
Araştırmamızda öğretim üyelerinin lisans eğitimleri hakkında da bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Bu bilgiler kurumların web sitelerinden alınmıştır, ancak 14 öğretim üyesinin lisans eğitimi belirlenememiştir. Öğretim üyelerinin neredeyse %50'si iletişim fakültesi/iletişim bilimleri fakültesi mezunudur. Bunu ikinci sırada edebiyat fakültesi/fen-edebiyat fakültesi izlemiştir. Öğretim üyeleri arasında bilgisayar mühendisliği ve hukuk alanında lisans eğitimi almış olanlar da mevcuttur (bkz tablo 2).

Tablo 2: Öğretim üyelerinin lisans eğitimi

	Frekans	Yüzde
Belirsiz	14	12,4
İletişim Fakültesi/İletişim Bilimleri Fakültesi	56	49,6
Edebiyat Fakültesi/ Fen-edebiyat Fakültesi	12	10,6
İktisat/İşletme	7	6,2
Hukuk	1	,9
Psikoloji	1	,9
Siyaset	1	,9
Sosyoloji	3	2,7
Güzel Sanatlar	1	,9
İşletme	7	6,2
İdari İlimler Fakültesi	2	1,8
Bilgisayar Mühendisliği	1	,9
Uluslararası Ticaret	1	,9
Mimarlık	1	,9
Uluslararası İlişkiler	2	1,8
Antropoloji	3	2,7
Toplam	113	100,0

Üniversitelere göre baktığımızda tüm üniversitelerde lisansı iletişim olan öğretim üyeleri görev yapmaktadır, bu da alan için önemli bir gelişme olarak değerlendirilebilmektedir. Öğretim üyelerinin lisans eğitiminin saptanamadığı üniversiteler arasında birinci sırada İstanbul Üniversitesi 6 öğretim üyesi ile gelmektedir, bunu üçer öğretim üyesi ile İstanbul Bilgi ve Medipol Üniversitesi izlemiştir.

Öğretim üyelerinin yüksek lisans eğitimlerine de ulaşmaya çalıştık ve birinci sırada (32 kişi) halkla ilişkiler/halkla ilişkiler ve tanıtım alanında yüksek lisans yapmış olduklarını saptadık. İkinci sırada iktisat/işletme (15 kişi) ve üçüncü sırada gazetecilik alanında (7) yüksek lisans yapıldığını gördük. 14 kişinin eğitim bilgilerine ulaşamadık.. Tüm öğretim üyelerinin eğitimleri şekil 4'te ortaya konulmuştur. Yüksek lisans alanlarında kimi dönemlerde eğitimin "gazetecilik ve halkla ilişkiler" olarak verilmiş olduğu ve iletişim ile ilgili alanların da yaygın olduğu görülmüştür. Bunlar da bölümlerle uyumlu eğitim alanlarına dahil edildiğinde sayının yükseldiği saptanmıştır.



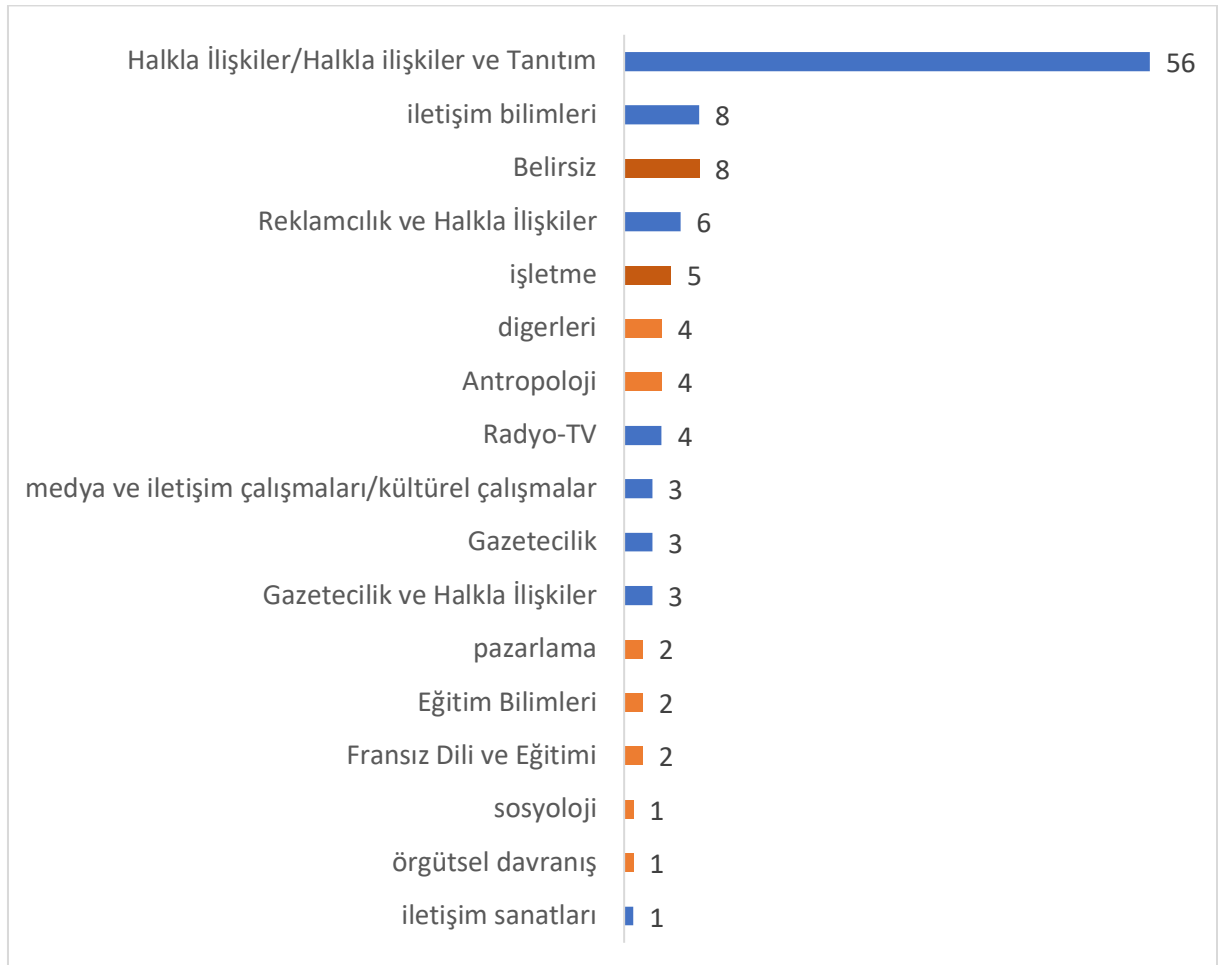
Şekil 4. Öğretim üyelerinin yüksek lisans eğitimleri

Öğretim üyelerinin yazdıkları tezlerinin konularına da bakılmıştır bu çalışmada. Tezlerinin konularına hem web sayfalarında varsa orada, hem de YÖK tez merkezinden ulaşmaya çalışılmıştır. Ancak burada 40 öğretim üyesinin hiçbir şekilde hangi alanda yüksek lisans

tezlerini yazdıkları bulunamamıştır. Bunun nedeni olarak yaşlarının ileri olup tez merkezine gönderilmemiş olması veya soy isim değişiklikleri olarak tahmin edilebilmektedir. Öğretim üyelerinin tercih ettikleri tez konularında birinci sırada siyasal iletişim/kamu diplomasisi (8 kişi), ikinci sırada reklamcılık (7 kişi) ve üçüncü sırada hiçbir sınıflandırmaya dahil edilemeyen tez konuları olduğu görülmüştür (7 kişi). Bu araştırmadaki tez konularının temel sınıflandırılması için literatürde mevcut olan gruplandırmalardan faydalanılmıştır (Okay, Okay, 2008: 8). Bu sınıflandırmaya dahil olmayan alanlar ise sonradan eklenmiştir.

Öğretim üyelerinin yüksek lisans tezlerini tamamladıkları tarihlere baktığımızda 20 tanesinin ne zaman yaptıkları saptanamamış, en fazla 2005 yılında (10 tez) tezlerin tamamlandığı, bunu 8'er kişi ile 2004 ve 2008 yıllarının izlediği görülmüştür. 45 tezin sayfa sayısı hakkında herhangi bir bilgi bulunmazken, öğretim üyelerinin 29'unun 0-200 sayfalık tezler yazdıklarını, 21 kişinin tezlerinin 1-150 sayfa aralığında ve üç kişinin de 301 ve üzeri sayfalık tezler yazdıkları görülmüştür.

Öğretim üyelerinin doktora anabilim dallarına bakıldığında, birinci sırada halkla ilişkiler/halkla ilişkiler ve tanıtım, ikinci sırada iletişim bilimleri ve üçüncü sırada da reklamcılık ve halkla ilişkilerin yer aldığı görülmüştür (bkz. Şekil 5)

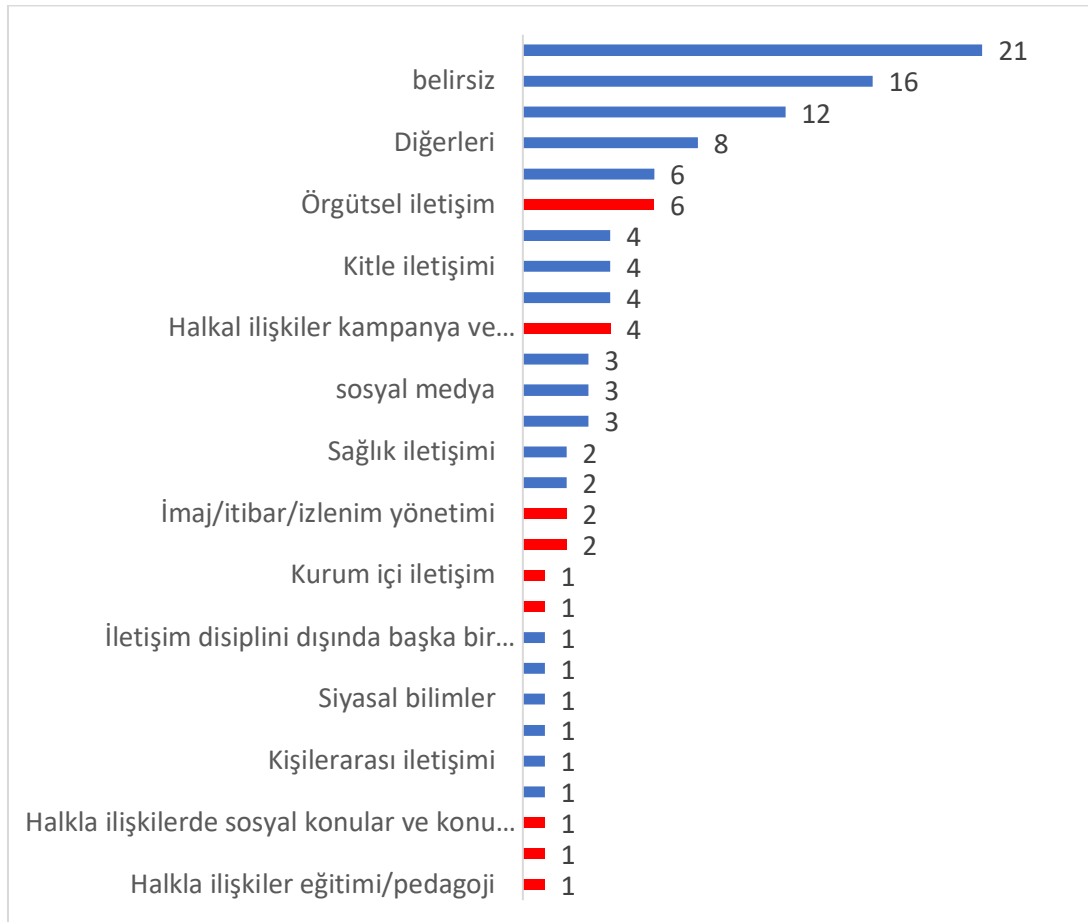


Şekil 5. Öğretim üyelerinin tezlerini yazdıkları doktora anabilim dalları

Öğretim üyelerinin tez konularına baktığımızda birinci sırada reklamcılık ile ilgili yazılan tezlerin yer aldığı görülmüş, bunu siyasal iletişim/kamu diplomasisi ve marka konulu tezler izlemiştir. Yazılan tezlerin hiç birisinin halkla ilişkiler teorisine yönelik bir katkısı bulunmamaktadır. Tez konuları şekil 6'da ortaya konulmuştur. Doktora tezlerinin verilme tarihlerine baktığımızda 2008, 2009, 2013 ve 2014 yılında 8'er tez yer almış, Bunu 7 tez ile 2003 yılı izlemiştir. Bu verilere göre akademide doktora çok eski olmayan öğretim üyelerinin görev yaptığı söylenebilir. Yazılan tezlerin sayfa sayısına baktığımızda 17 tezin sayfa sayısının saptanamadığı, 33 tezin 1-250 sayfa arasında olduğu ve 27 tezin 301 ve üzeri sayfada yazıldığı görülmüştür. Bir adet doktora tezi 0-100 sayfa aralığında kalmıştır.

Öğretim üyelerini yönettikleri lisansüstü tezler bakımından da değerlendirdik. Toplam 113 öğretim üyesinin 36'sı ya hiçbir tez yönetmemiştir veya yaptığımız araştırmada YÖK tez merkezinde danışmanlar arasında bir tezleri bulunamamıştır. 14 kişi bir tez yönetmiş, 12 kişi iki tez yönetmiş, bir kişi 23, bir başka kişi de 25 yüksek lisans tezi yönetmiştir. Unvanlar açısından bir değerlendirme yapıldığında, hiç tez yönetmemiş olanların çoğunluğunu (31 kişi) Dr.Öğretim Üyeleri oluştururken, en fazla yönetilen tezler olan 25 ve 23 tezi profesörlerin yönettiği saptanmıştır. (Unvanlara göre yönetilen tezler için bkz tablo 4).

Yönetilen doktora tezlerine baktığımızda, 80 öğretim üyesinin hiçbir tez yönetmemiş olduğu görülmüş, dokuz kişinin bir doktora tezi yönettiği ve bir profesörün en fazla 15 doktora tezi yönetmiş olduğu saptanmıştır. Hiç doktora tezi yönetmemiş olanların dokuzu profesör, 22'si doçent ve 49'u Dr.Öğretim üyesidir.



Şekil 6. Öğretim Üyelerinin Doktora Tezlerinin Konuları (n:113)**Tablo 4:** Unvanlara göre yönetilen yüksek lisans tezlerinin sayıları

	Ünvanı			Toplam
	Prof.Dr.	Doç.Dr.	Dr.Öğretim Üyesi	
0	0	5	31	36
1	0	7	7	14
2	5	6	1	12
3	3	1	3	7
4	3	2	4	9
5	2	0	1	3
6	2	1	0	3
7	3	1	1	5
8	1	0	2	3
9	0	1	1	2
11	4	1	0	5
12	1	0	1	2
13	3	1	0	4
14	0	1	0	1
16	1	1	0	2
21	1	0	0	1
22	1	1	0	2
23	1	0	0	1
25	1	0	0	1
Toplam	32	29	52	113

2.2.Öğretim Üyelerinin Yönettiklerin Lisans Üstü Tezlerin Konuları

2007-2018 yılları arasında yapılan 431 yüksek lisans tezi adlarına göre konu bakımından gruplandırılmıştır. Bu gruplandırma için daha önceden bahsedilen Okay ve Okay'ın gruplama örneği kullanılmıştır. Bu gruplandırmada yer almayan yeni konu başlıkları da eklenmiştir. Araştırmada 102 doktora tezi konularına göre gruplandırılmış ve incelenen toplam lisansüstü tez sayısı 533 olmuştur.

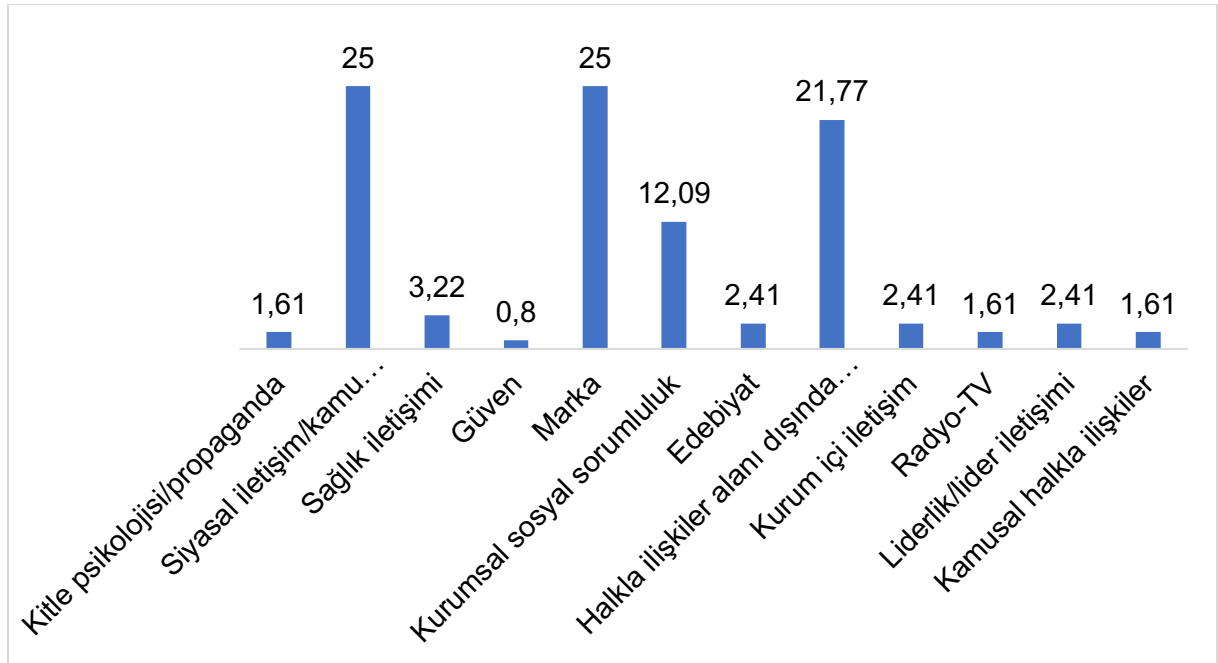
2008 yılında yayınlanan araştırma (Okay, Okay, 2008) ile şimdi yaptığımız araştırmada, hazırlanmış olan yüksek lisans tezleri konu bakımından karşılaştırıldıklarında artık halkla ilişkiler kampanya ve programlarının uygulanmasına yönelik tezlerin çok daha az yapıldığı görülmüştür. İmaj/itibar/izlenim yönetimi konularındaki tezlerin sayısı bir miktar artarken, reklamcılık alanında da neredeyse iki kat daha fazla tez yazılmıştır. Göze çarpan bir diğer husus tüketici davranışı konusunda yazılan tezlerin sayısının artması olmuştur (Bkz. Tablo 5)

Tablo 5. Yüksek lisans tezlerinin değişen konuları

Kategoriler	Yüksek Lisans Tezlerinin Oranları 1984-2007	Yüksek Lisans Tezlerinin Oranları 2007-2018
İntrospective/İç gözlemsel çalışmalar		
Pedagoji/halkla ilişkiler eğitimi	0,8	0,6
Etik ve sosyal sorumluluk	0,6	0
Halkla ilişkiler tarihi	0,6	0,32
Halkla ilişkiler mesleği	1,2	1
Uluslararası halkla ilişkiler uygulamaları	0,2	0,6
Halkla ilişkilerde değerlendirme	0,2	0,3
Halkla ilişkiler uygulamaları		
Halkla ilişkiler yönetimi/karar alma/problem çözümü	2,8	1,9
Halkla ilişkiler kampanya ve programlarının uygulanması	46,4	4,5
Örgütsel iletişim	3,4	4,2
Halkla ilişkilerde sosyal konular ve konu yönetimi	1,6	0,3
Yeni iletişim teknolojileri	2	9,1
Yasal Konular	0,4	0
Krizlere verilen tepkiler/Kriz yönetimi	1,2	0,9
İmaj/itibar/izlenim yönetimi	4	7,4
Çokuluslu işletmelerde halkla ilişkiler uygulamaları	0,6	0,9
Halkla ilişkilerde teori geliştirme	0	0
Yukarıdaki gruplamaya dahil olmayanlar		
Reklamcılık	6,9	14
Kişilerarası iletişim	1	6,5
Pazarlama	2,2	5,2
Pazarlama iletişimi	1,4	5,5
Tüketici davranışı	1	10
İletişim	4	3,2
Kitle iletişimi	2,4	3,2
Toplam kalite yönetimi	2	0
İnsan kaynakları	1,4	0,6
Basın	3	2,9
Hukuk	0,2	0
Siyasal bilimler	1,4	0

Tanıtım	3,4	0
Turizm	1,2	0,3
İşletme/yönetim	0,8	0,6
Ekonomi	0,2	0
Arşiv	0,4	0
Diğerleri	1,6	14,9

Tablo 5'e dahil etmediğimiz ancak sabit olan konuların dışında da bir gruplandırma yapmamız gereken alanlar bu araştırmayla ortaya çıkmıştır. Buna göre marka, kurumsal sosyal sorumluluk, edebiyat gibi alanlar da ayrıca sayılmıştır. Bu durum ise şekil 7'de ortaya konulmuştur.

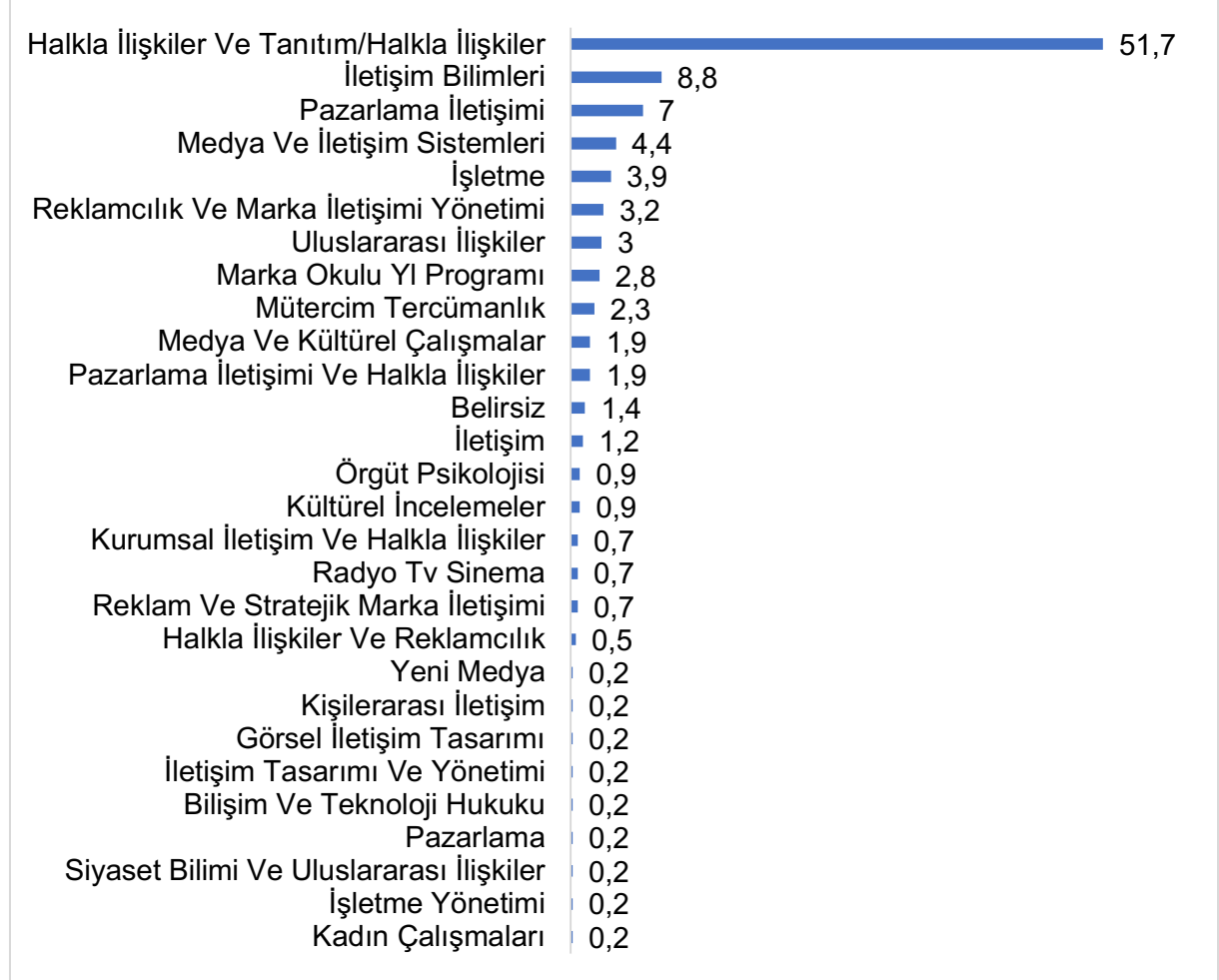


Şekil 7. Yüksek lisans tezlerine yeni eklenen konular ve oranları

Buna göre en fazla çalışılmaya başlanan konuların başında siyasal iletişim/kamu diplomasi ve marka konusu gelmiştir. Bunu halkla ilişkiler alanının dışında sosyal medya ve interneti ele alan tezler izlemiştir. (Bkz. Şekil 7)

Araştırmamızda halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü öğretim üyelerinin yönettikleri tezlere baktık ancak yönettikleri tezlerin her zaman için çalıştıkları anabilim dalı ile ilgili olmadığını da gördük. Tezlerin yarısından fazlası halkla ilişkiler ve tanıtım anabilim dalında yönetilmiş olmakla beraber, iletişim bilimleri, pazarlama iletişimi ve farklı anabilim dallarında da çalıştıkları saptanmıştır. Şekil 8 bize yapılan yüksek lisans tezlerinin anabilim dallarını göstermektedir.

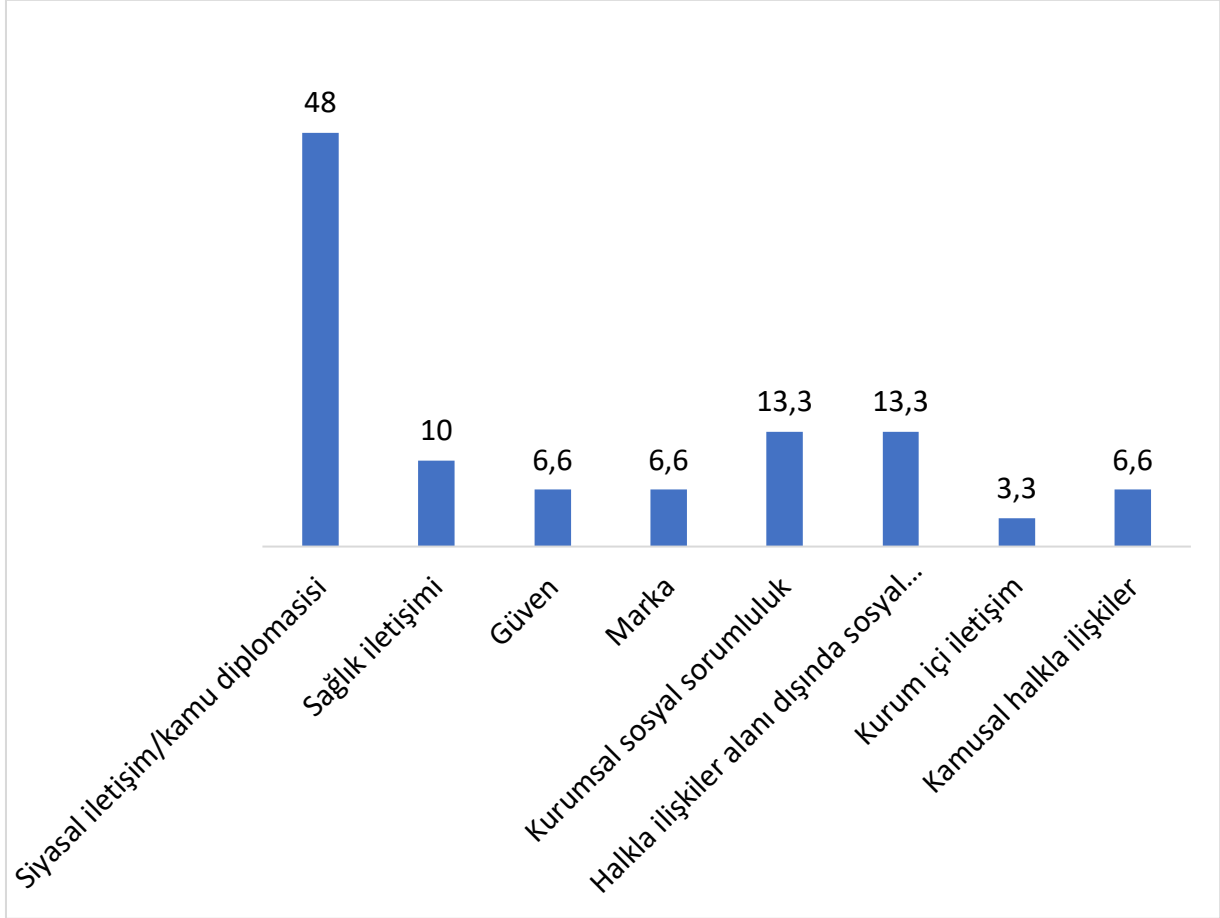
2008 yılında yayınlanan araştırma (Okay, Okay, 2008) ile şimdi yaptığımız araştırmada, hazırlanmış olan doktora tezleri konu bakımından karşılaştırdığımızda, halkla ilişkiler mesleği ile ilgili tezlerin sayısının arttığı ancak buna karşın, halkla ilişkiler kampanya ve programlarının uygulanmasına yönelik tezlerin oldukça azaldığı görülmüştür. Örgütsel iletişim ve imaj/itibar yönetimi konularında da bir artışın olduğunu bu çalışma ile gözlemlenebilir. (bkz. Tablo 6).

Şekil 8. Yapılan yüksek lisans tezlerinin anabilim dalları**Tablo 6.** Doktora tezlerinin değişen konuları

Kategoriler	1984-2007 Arası Doktora Tezlerinin Oranları	2007-2018 Arası Doktora Tezlerinin Oranları
İntrospective/iç gözlem		0
Pedagoji/halkla ilişkiler eğitimi	1	2,7
Etik ve sosyal sorumluluk	1,9	0
Halkla ilişkiler tarihi	0	0
Halkla ilişkiler mesleği	1	6,9
Uluslararası halkla ilişkiler uygulamaları	1,9	1,4
Halkla ilişkilerde değerlendirme	1,9	1,4
Halkla ilişkiler uygulamaları		0
Halkla ilişkiler yönetimi/karar alma/problem çözümü	2,9	2,7

Halkla ilişkiler kampanya ve programlarının uygulanması	38,1	12,5
Örgütsel iletişim	1	8,3
Halkla ilişkilerde sosyal konular ve konu yönetimi	1,9	1,4
Yeni iletişim teknolojileri	1,9	6,9
Yasal Konular	1	0
Krizlere verilen tepkiler/Kriz yönetimi	0	5,5
İmaj/itibar/izlenim yönetimi	1,9	8,3
Çokuluslu işletmelerde halkla ilişkiler uygulamaları	0	0,0
Halkla ilişkilerde teori geliştirme	0	0
Yukarıdaki gruplamaya dahil olmayanlar		0
Reklamcılık	11,4	5,5
Kişilerarası iletişim	2,9	9,7
Pazarlama	1	0
Pazarlama iletişimi	2,9	8,3
Tüketici davranışı	1	2,7
İletişim	5,7	1,4
Kitle iletişimi	7,6	1,4
İnsan kaynakları	1	0
Basın	0	1,4
Siyasal bilimler	5,7	1,4
Tanıtım	1,9	0
Ekonomi	1	0
Diğerleri	1,9	9,7

Tıpkı yüksek lisans tezlerinde olduğu gibi, daha önceki sistematik içerisine dahil olmayan tezler doktora tezlerinde de görülmüştür. Buna göre özellikle siyasal iletişim/kamu diplomasisi alanında çalışma yapmak son yıllarda oldukça popüler olmuşa benziyor. Yeni gruplamadaki tezlerin %48'inin kamu diplomasisi ile ilgili olduğu görülmüş, bunu kurumsal sosyal sorumluluk ve halkla ilişkiler alanı dışında yeni medya/sosyal medya ile ilgili tezler izlemiştir. Sağlık iletişimi ile ilgili tezlerin de oranı %10 olmuştur (bkz. Şekil 8).



Şekil 8. Doktora tezlerine yeni eklenen konular ve oranları

3. TARTIŞMA VE SONUÇ

Halkla ilişkiler disiplininin gelişimi bu alanda yapılan yayınlarla ve tezlerle oldukça yakından ilgilidir. Ülkemizde bu iletişim fakültelerinin halkla ilişkiler bölümlerinde görev yapan öğretim üyelerinin alanın şekillenmesindeki/şekillenmemesindeki payı da yadsınamaz. Bu çalışmada hareket noktası, bu öğretim üyelerinin yönettikleri lisansüstü tezler, öğretim üyelerinin kendi tezleri ve tezlerin konuları olmuştur. Yaptığımız araştırmadan ortaya çıkan ve tartışılması gereken sonuç aşağıda sıralanmıştır.

- İstanbul'daki toplam 16 İletişim fakültesinin halkla ilişkiler ile ilgili bölüm öğretim üyeleri tespit edilmiş. Tespit edilen 113 öğretim üyelerinin lisans ve lisansüstü eğitim bilgilerine erişilmeye çalışılmıştır. İncelenen bu öğretim üyelerinin %28.3'ü Prof.Dr., % 25.7'si Doç.Dr. Ve %46'sı Dr.Öğretim Üyesi unvanlarına sahiptir.
- Lisans eğitimi iletişim ile ilgili olmayan toplam 43 öğretim üyesi bulunmakta, 14 kişinin ise lisans eğitim bilgilerine ulaşılamamıştır. 56 kişi iletişim fakültesi/iletişim bilimleri fakültesi kökenlidir. İletişim kökenlilerden sora en yüksek sayıya edebiyat fakültesi mezunları yer almaktadır. Ki bunların çoğunluğunu da yabancı dil ve edebiyat kökenliler oluşturmaktadır.
- Halkla ilişkiler ile ilgili bir bölümde/anabilim dalında çalışan bu öğretim üyelerinin yüksek lisans eğitimlerine baktığımızda, doğrudan halkla ilişkiler ile ilgili bir anabilim dalında yüksek lisanslarını tamamlamış olanların en yüksek orana sahip olduklarını gördük (%31.8), bunu iktisat/işletme anabilim dalı (%14.2) ve gazetecilik anabilim dalı

(%6.2) izlemiştir. Öğretim üyelerinin % 12.4'ünün yüksek lisans anabilim dallarına dair herhangi bir bilgi bulunamamıştır.

- Öğretim üyelerinin doktora anabilim dallarında çoğunluğun (%50.4) halkla ilişkiler anabilim dalında doktoralarını yaptığını saptadık. Bunu iletişim bilimleri (%7.1) ve reklamcılık ve halkla ilişkiler anabilim dalları (%5.3) izlemiştir. Alan dışından olanlar arasında ise işletme (%4.4), antropoloji (%3,5) yer almaktadır.
- Doktora tez konularına baktığımızda reklamcılık alanında çalışanların %18.6 ile en yüksek oranda yer aldığını saptadık, bunu %11.5 ile siyasal iletişim/kamu diplomasisi izlemiştir.
- Halkla ilişkilerin teorisine yönelik hiçbir tez saptanamamıştır.
- Halkla ilişkileri bir bilim alanı olarak kabul ederek, alana katkı sağlayan tezler yönetilmesi gerekmektedir.
- Genç meslektaşlarımız doçentliğe başvuruları için uzmanlaştıkları alandan yayınlar yapmalı ve ortaya bir karışık koyarak doçentlik ile karşımıza gelmemeli

Halkla ilişkileri gerçekten bir bilim alanı olarak gören öğretim üyelerinin sayısının artmasını temenni etmekteyiz, alanı sevmeyip kötü tezler yapılmasına jüri üyeleri de göz yummamalıdır. Ancak bu şekilde Türkiye'deki halkla ilişkiler literatürünün daha da gelişip, uluslararası literatürde ve bilimsel alanda başarılı bir noktaya gelebileceği inancını taşımaktayız.

KAYNAKÇA

Ferguson Mary Ann, "Building theory in public relations: Interorganizational relationships as a public relations paradigm", *Journal of Public Relations Research*, 2018, Vol 30, No 4, 164-178.

Kocabaş F, Elden M. ve Yurdakul N., *Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle*, İstanbul: İletişim, 2000.

Kent, Michael L., Adam J. Saffer "A Delphi study of the future of new technology research in public relations, *Public Relations Review*, V.40, I: 3, 2014, 568–576

Okay Aydemir, Ayla Okay, "MA and doctoral public relations research in Turkey (1984–2007): A quantitative study of dissertations contribution to public relations field", *Public Relations Review*, V:34, I:3, 2008, 312-314.

Watson, T., *Priorities in public relations research: An international Delphi study*. In: 11th International Public Relations Research Conference: Research that Matters to the Practice, 6–9 March 2008, University of Miami, Coral Gables, FL.,USA, 2008, pp. 788-805.