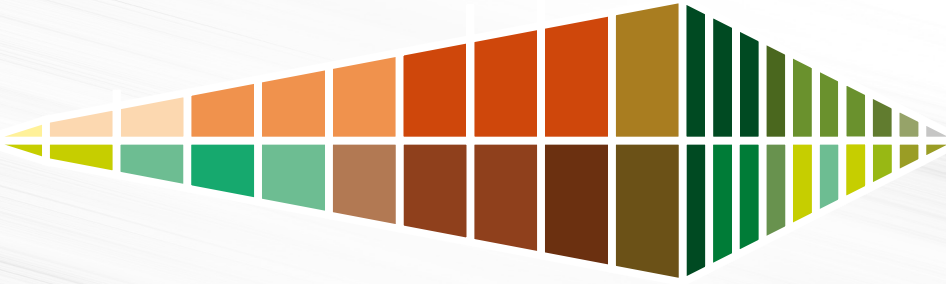


cisem 2025

60



İletişim Eğitiminin *Dünü, Bugünü, Geleceği*

Özet Kitapçığı

26-28 Kasım 2025

Ankara Üniversitesi

İletişim Fakültesi



Düzenleme Kurulu	Çağla Kubilay Engin Sarı Eren Yüksel Gül Karagöz-Kızılca Jale Özata-Dirlikyapan Mehmet Pelivan Nilüfer P. Kılıç S. Ruken Öztürk
Sekreteryä	Esra Özgür Mine Rugancı Livan Sezer Fener
Kapak Tasarımı	Esra Özgür
Grafik Tasarımı	Mehmet Pelivan
Bilim Kurulu	Ali Karadoğın (Munzur Üniversitesi) Arzu Bayar (Giresun Üniversitesi) Aslı Yağmurlu (Ankara Üniversitesi) Aydın Özsoy (Ankara Hacı Bayram Veli Üni.) B. Pınar Özdemir (Ankara Üniversitesi) Bedriye Poyraz (Ankara Üniversitesi) Burak Doğı (İzmir Ekonomi Üniversitesi) Burcu Sümer (Ankara Üniversitesi) Çağla Karabağ (Hacettepe Üniversitesi) Çağrı Kaderoğlu-Bulut (Ankara Üniversitesi) Deniz Sezgin-Emüler (Ankara Üniversitesi) Emine Uçar-İlbuğa (Akdeniz Üniversitesi) Erkan Saka (Bilgi Üniversitesi) Gamze Yücesan-Özdemir (Ankara Üniversitesi) Gülsüm Depeli-Sevinç (Hacettepe Üniversitesi) Haluk Geray (Ankara Üniversitesi) Hülya Eraslan (Ankara Üniversitesi) K. Berfin Emre Çetin (University of the Arts London) Melike Aktaş-Kuyucu (Ankara Üniversitesi) Meltem Gönden (Sakarya Üniversitesi) Nalan Ova (Süleyman Demirel Üniversitesi) Nihan Gider Işıkman (Başkent Üniversitesi) Nurcan Törenli (Ankara Üniversitesi) Oğuzhan Taş (Ankara Üniversitesi) Özgür Gürsoy (İzmir Ekonomi Üniversitesi) Özgür Yaren (Ankara Üniversitesi) Pınar Yıldız (Ankara Üniversitesi) Ruhdan Uzun (Ankara Hacı Bayram Veli Üni.) Senem Duruel Erkılıç (Mersin Üniversitesi) Selma Toktaş (Erasmus School of History) Sinem Evren Yüksel (Selçuk Üniversitesi)
Adres	Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Cebeci 06590 Ankara cisem.ankara.edu.tr - cisemilef@gmail.com
e-ISBN	978-605-136-968-6
Yayın Tarihi	9 Şubat 2025

İçindekiler

	1
Çağla Kubilay	Açış Konuşması
	5
Oya Tokgöz	BYYO'dan İLEF'e Gazetecilik Bölümü
	10
Aysel Aziz	İletişim Eğitiminde Yapay Zekânın Etkisi: Olanaklar, Riskler ve Kurumsal Değişim
	12
Haluk Geray	Gezegensel Mesleklerin ve Gazeteciliğin Meslek Krizi
	15
Süleyman İrvan	Türkiye'de Gazetecilik Eğitiminin Geleceği: Fırsatlar ve Tehditler
	20
Deniz Aka	Türkiye'de Ön Lisans Düzeyinde Medya ve İletişim Eğitimi: Yapı, İçerik ve Eğilimler
	22
Fatih Serdar Özgültekin	Üniversiteyi Yeniden Tanımlamak: Türkiye'de Yükseköğretim Politikalarında ve İletişim Eğitiminde Anti-Entelektüalizm
	24
Myrzantay Zhakyp Aigerim Kozhabay Lazzat Baibolat	Kazakistan ve Türkiye Üniversiteleri Arasında İletişim Alanında Bilimsel İş Birliğinin Sosyo-Ekonomik Önemi
	26
Gizem Uyanık Uğur	Girişimci Gazetecilik Eğitiminin Söylemsel İnşası: Türkiye'deki Gazetecilik Müfredatları
	28
Ruhdan Uzun Aysel Yıldız Doğanay Hakan Kılınç Elif Burcu Özkan	Dijital Flört Şiddetinin Görünmeyen Yüzü: Türkiye Genelinde Nicel Bir Değerlendirme
	30
Güzide Nisa Nur Saygılı	Dijital Bekçilik: Algoritmik Kamuoyu, Haberler ve 2024 ABD Seçimleri
	31
Mehtap Uyar	Yeni Okuryazarlık Paradigması: Dijital Okuryazarlık, Bilgi Okuryazarlığı ve Medya Okuryazarlığının Kesişim Noktaları

Fatma Yağmur Demirel	33 Haber Metinlerinde Medya Okuryazarlığının Temsili Üzerine Bir Tematik Analiz
İrem Çiğdem Feyiz Gülten Arslantürk	35 Femvertising Odaklı Reklamların Kadın Kullanıcılar Tarafından Alınlanması Üzerine: Penti “Hiç Çamaşırı” Örneği
Dilara Akan Başak Solmaz	37 Dijital Reklamcılıkta Yapay Zekâ Kullanımı: Bankacılık Sektöründe Mobil Uygulamalara Yönelik Bir Tematik İçerik Analizi
Buğrahan Demirci	39 Dünyadaki ve Türkiye’deki E-Dilekçe Sistemleri ile CİMER’in Yönetişim ve Yapay Zekâ/Büyük Veri Perspektifiyle İncelenmesi
Gülsün Bozkurt	41 İletişim Eğitiminde Etik Kavramı: Medya ve Etik Derslerinin Yapısı Üzerine Bir Değerlendirme
Alper Gürkan	42 Bilim İletişiminde Bilimcilik Sorunu ve İletişim Eğitiminde Felsefenin Rolü
Beyza Huriye Turgut	43 İletişim Felsefesi Eğitiminin Disiplinlerarası Gerekliliği: Etik Düşünce ve Kamusal Akıl Temelli Bir Müfredat Önerisi
Ebru Aydın Çağlıyan	45 Yeni Nesil Sağlık İletişimi: Dijital Etikte Dil ve Ontolojik Sorumluluk
Aytül Tamer Torun Alanur Çavlin Bircan	47 Disiplinlerarası Bir TÜBİTAK Projesinin Mutfağı ve Sonuçları: Tek Parti Dönemi Nüfus Sayımlarının Basın Üzerinden İncelenmesi
Dilan Kızılyıldız	49 Türk Basınında Ağrı İsyanı: Bir İsyanın Söylemsel İnşası
B. Umur Yıldırım Mutlu Binark	50 Eğiten, Kalkındıran ve Modernleştiren Medya: Türkiye’de Kırsal İletişim Çalışmalarının İzini Sürmek

İbrahim Okutan	52 Dijital Göçmenler ve Dijital Yerliler Bağlamında Yapay Zekâ Destekli Öğrenme Süreçlerinde İletişim Becerilerinin Değişimi
Ali Çömez	54 İletişim Eğitiminde Üretken Yapay Zekâ Destekli Uygulamalı Geri Bildirim: Çift Katmanlı Öğrenim Asistanı Modeli ve Prototip Uygulaması
Okan Aksu	56 Simüle Edilmiş Düşünce: Yapay Zekânın Epistemolojik Temelleri ve İletişim Eğitimi Bağlamında İnsan-Düşünme İlişkisi
Güliden Demir	57 Yabancı Dilde İletişim Eğitiminin Olanakları ve Sınırları
Melike Aktaş Kuyucu A. Banu Bıçakçı	58 Uluslararası Delphi Araştırması Verileriyle Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitiminin Geleceği
İlgar Seyidov	60 Post-Sovyet Ülkelerinde Halkla İlişkiler Anlayışı ve Eğitiminin Gelişimi: Azerbaycan Örneği üzerine Bir Değerlendirme
G. Senem Gençtürk Hızal	61 Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitimi ve Yapay Zekâ
Aslı Yağmurlu Dara	62 Halkla İlişkiler Eğitiminde Genel Görünüm
Zeynep Karahan Uslu	64 Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitim Politikaları ve Gelecek
Hasan Cem Çal	65 Sinemani Nedir?
Barçın Boğaç	67 Kolonyal Bağlamda İletişim Eğitimi: Kıbrıs’ta Sinema ve Öğrenme Biçimleri
Nihan Gider Işıkman	68 Yeşil Dönüşümde Eğitim Kurumlarının Rolü: Sürdürülebilir Film Yapımı Üzerine Bir İnceleme

Çağdaş Emrah Çağlıyan	70 Bütüncül Bir Eğitim İdealine Yönelik Bir Girişim: Eğitimde Sinema ve Felsefe Disiplinlerinden Yararlanma Üzerine
Meltem Kurt Tahtalı	72 Halkla İlişkiler Eğitiminde Eleştirel-Yaratıcı Eğitim Yaklaşımının Öğrencilerin Staj Deneyimlerine Yansıması
Sevilay Ulaş	73 Halkla İlişkiler Eğitimi ve Profesyonel Alandaki Yansımaları
Özlem Özdemir Tolga Tellan	74 Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişiminde Lisansüstü Eğitimin Rolünü Tartışmak
Tuğçe Garip	76 Güvenin Yeni Dili: Empati Temelli İletişim Eğitimleri ve Halkla İlişkilerde Güven İnşası
Selin Varol	77 Kurumsal İletişim Stratejileri Bağlamında İletişim Fakültelerinin Instagram Paylaşımları Üzerine Bir Analiz
Özlem Akkaya	79 Toplumsal Cinsiyetin İzinde- Türkiye’de Halkla İlişkiler Müfredatlarının Haritalandırılması
İlker Özdemir Yunus Emre Çekici	80 Yükseköğretimde İletişim Eğitimi ve Teori: İletişim Bilimleri Bölümü
Esra İ. Keloğlu İşler Fatih Özutku	82 Edebiyattan Ekranlara Distopyalar ve Ütopyalar: Güzel Rüyalar ve Karabasanlar...
Nalan Mumcu Gülçin Özge Tan	84 Bilgi ve Duygu Arasında Kurul(a)mayan Mesafe Sorununu ‘Temsil’ Üzerinden Değerlendirmek: Patetik ve Apatetik Yanılgı
Nil Delal Şahin	85 Akademinin Ethosu ve Meşrulaştırma Rejimleri
Serdar Kuzey Yıldız	86 Kodlanmış Rüya Manzaraları: Yapay Zekâ Estetiği ve Yeni Medya Fantazmagoryaları

Ezgi Tural	87 Yeni Türkiye'nin Yeni Kentsel Mekânları: Cafcaf Dergisi Üzerinden Bir İnceleme
Eylem Gül Vuranok	88 Karşı-Hegemonyadan İktidar Söylemine: 1990'larda İslamcı Dergiler Üzerinden Gramscian Bir Okuma
Burak Erdoğan	90 Yeni Türkiye'de Eski(meyen) Tartışma: 1983 Türkiye Genel Seçimine Katılan Partilerin Programında Basın Özgürlüğü
Ecem Bülbül Hatice Kılınç	92 Türkiye'de Medya Sektöründeki Kadın Girişimciler: Yerel Basındaki Gazete Sahipleri
Pınar Yıldız	93 2010 Sonrası Türkiye Almanya Göç Filmleri: Hafıza, Beden ve Karşı-Anlatı Estetiği
İzlem Kanlı	94 Kıbrıs'ta Sinema Temsilleri Üzerinden Kimlik Olgusunu Okumak
İlkay Kara	96 İletişim Çalışmalarında Anlatı Analizi: Cihangir Cumhuriyeti Yurttaşlarının "Kökü Dışarıda" Hikâyesi
Duygu Ergün	97 Türkiye'deki Suriyeli Mülteciler ile Almanya'daki Türk Göçmenlere Yönelik Dijital Söylem Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz
Alican Özer	99 Yapay Zekâ Çağında Eleştirel İletişim Eğitimi: Öğretim Asistanları, Prompt Mimarisi ve Akademik Emegin Dönüşümü
Simge Aksu Karakaya	100 Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Yüksek Eğitiminde Yapay Zekâ Entegrasyonu: Müfredat Önerisi
Ahmet Nebi Kekeç	101 Eğitim 5.0 Bağlamında İletişim Eğitiminde İnsan-Makine İş birliği
Selver Dikkol Akçay	103 İletişim Eğitiminde Yapay Zekâ ile Etkileşim: Literatür Temelli Bir Tartışma

Kübra Erden	105 Türkiye’de İletişim Eğitiminin Dönüşümü: Dijital Entegrasyon ve İstihdam Perspektifleri
Helin Öztürk	106 Yeni Kamusal Alan Tartışmaları Bağlamında Dijital Eşitsizlikler: Türkiye’de E-Öğrenme Uygulamaları Üzerine Bir Değerlendirme
Hüseyin Çelik	108 Türkiye’de İletişim Bilimleri Eğitiminde Dönüşüm: Basın Yayın Yüksekokullarından İletişim Fakültelerine Geçişin Müfredat Üzerindeki Etkileri
Nilüfer Pınar Kılıç	109 Kapanış

CİSEM2025

İletişim Eğitiminin

Dünü, Bugünü, Geleceği

26-28 Kasım 2025

Ankara

Cumhuriyetin 100. yılında ilkinı düzenlediğimiz Cumhuriyet ve İletişim Sempozyumu'nun (CİSEM) üçüncüsünü gerçekleştirdik. 2025 yılı Cumhuriyetin köklü kurumlarından biri olan Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin (İLEF) 60. kuruluş yıldönümü! Bu anlamlı kesişme, CİSEM2025'i daha da özel kıldı. İletişim eğitiminin Türkiye'deki gelişimine öncülük eden, bünyesinde yapılan akademik çalışmalarla alana önemli katkılar sunan İLEF'in ev sahipliğinde gerçekleşen CİSEM2025'in temasını bu nedenle "İletişim Eğitimi" olarak belirledik. İletişim eğitiminin geçmişini, mevcut durumunu ve geleceğini; eleştirel, özgürlükçü ve bütüncül bir bakış açısıyla tartışmaya açtık. Dünyada yaşanan kültürel, ekonomik ve teknolojik gelişmeler, iletişim eğitiminde programların biçimlenişinden akademik emeğin niteliğine, araştırma politikalarından iletişim tanımındaki değişikliklere kadar birçok başlığı derinden etkilemiştir. Neoliberalizmle birlikte üniversitelerin yeniden yapılanma süreci, yükseköğretimi ölçülebilir çıktılar, istihdam ve rekabet temelli performans göstergeleri etrafında şekillendiriyor. Bu nedenle iletişim disiplininin eleştirel bilgi üretimine dayalı özerk bir akademik alan olarak sürekliliği, günümüzde daha da kırılğan, tartışmalı ve önemli bir hâl almaktadır. Bu bağlamda, iletişim eğitiminin yeniden düşünülmesi yalnızca akademik değil aynı zamanda politik ve etik bir zorunluluk olarak da belirginleşir. CİSEM2025'te iletişim eğitiminin kuramsal altyapısından uygulamalı boyutlarına, pedagojik yaklaşımlarından eğitim politikalarına kadar çok katmanlı bir sorgulama gerçekleştirdik. Bu doğrultuda İletişim Eğitiminin Dünü, Bugünü, Geleceği temasıyla düzenlenen CİSEM2025'i destekleyen ve sempozyuma katılan herkese teşekkür ederiz.

Düzenleme Kurulu

Açış Konuşması

İletişim Eğitiminin Dünü, Bugünü, Geleceği

Çağla Kubilay
Ankara Üniversitesi
caglakubilay@gmail.com

CİSEM'i ilk kez 2023'te, Cumhuriyet'in 100. yılı kutlamaları çerçevesinde düzenlediğimizde, doğrusu bunu yalnızca tek seferlik bir etkinlik olarak tasarlamıştık. Ancak kısa sürede organize ettiğimiz o sempozyumun hem yoğun ilgi görmesi hem de güçlü bir tartışma zemini yaratması bu buluşmayı İLEF'in ev sahipliğinde düzenli hale getirmemizi sağladı.

Bu yıl üçüncüsünü düzenlediğimiz sempozyum, yine anlamlı bir yıl dönümüyle çıkıyor ve İLEF'in 60. kuruluş yıl dönümünde bir aradayız. Bu nedenle düzenleme kurulu olarak temayı "iletişim eğitimi" olarak belirledik.

1965 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı olarak kurulan Basın Yayın Yüksek Okulu'nun başlangıçtaki amacı, bildiğimiz gibi, basın sektörünün ihtiyaç duyduğu profesyonel kadro ihtiyacını karşılamaktı. Ancak kısa süre içinde yalnızca mesleki eğitim veren bir kurum olmanın ötesine geçti ve Türkiye'de iletişimin akademik bir disiplin olarak şekillenmesinde kurucu bir rol üstlendi. İletişim alanındaki ilk kapsamlı araştırmalar burada yürütüldü, bugün hâlâ başvuru kaynağı olarak okunan pek çok kitap ve makale bu kurumun çatısı altında kaleme alındı, önemli pek çok eser burada Türkçeye kazandırıldı, iletişim çalışmalarının temel kavramlarının Türkçe karşılıkları burada üretildi. Bugün Türkiye'de iletişim eğitimi veren pek çok kurumun akademik kadrosu da bu gelenek içinden yetişti.

Altmış yıllık araştırma ve eğitim birikimi ve Türkiye'de dört yıllık iletişim eğitimi veren ilk kurum olma niteliğiyle İLEF'in iletişim eğitiminin dünü, bugünü, geleceğini tartışmak için son derece uygun bir zemin olduğunu düşünüyoruz. Tam da bu nedenle İLEF'in 60. yılını, yalnızca bir kutlama olarak değil iletişim eğitiminin içinde bulunduğu yapısal krizi birlikte değerlendirmek için bir fırsat olarak görüyoruz.

Bugün bu krizin bazı boyutlarından kısaca söz etmek istiyorum.

Krizin ilk boyutu, iletişim eğitimi veren kurumların sayısındaki hızlı artışta somutlaşıyor. 1992 yılında BYYO'ların iletişim fakültelerine dönüştürülmelerinden sonra hem devlet hem de vakıf üniversiteleri bünyesinde çok sayıda iletişim fakültesi kuruldu. Bugün Türkiye'de aktif öğrencisi bulunan yetmiş aşkın iletişim fakültesi var. Henüz kurumsallaşması tamamlanmayan fakültelerin de faaliyete geçmesiyle bu sayı daha da artacak. Bunlara işletme, iktisadi ve idari bilimler, uygulamalı bilimler, güzel sanatlar gibi fakültelere bağlı çok sayıda medya ve

iletişim bölümünü, bir de ön lisans programlarını eklediğimizde ölçekleri, imkânları, yeterlilikleri ve akademik profilleri birbirinden çok farklı, oldukça geniş ve parçalı bir iletişim eğitimiyle karşı karşıya kalıyoruz.

Elbette bu genişleme, erişilebilirlik ve bölgesel yaygınlık açısından düşünüldüğünde başlı başına olumsuz bir gelişme olarak değil; tersine eğitimin kitleselleşmesi ve bir ölçüde demokratikleşmesi açısından bir imkân olarak da düşünülebilir. Ancak bu olumlu değerlendirmeyi yapabilmek için niceliksel artışa niteliksel bir gelişmenin eşlik etmesi gerekir. Ne yazık ki bugün böyle bir niteliksel gelişmeden söz etmek mümkün görünmüyor. Pek çok kurumda akademik kadrolar sınırlı; öğretim elemanlarının ders yükleri ağır, araştırma için ayrılacak zaman ve kaynaklar, araştırma altyapıları zayıf. Ders programları bazı kurumlarda bütünüyle sektörel uyum hedefleri doğrultusunda bazılarında ise bu hedeflerden tamamen kopuk, birbirini tekrar eden ve güncel akademik tartışmalarla bağ kuramayan içeriklerle şekilleniyor. Güvencesiz istihdam biçimleri yaygınlaşıyor, kurumsal karar süreçleri şeffaf ve katılımcı olmaktan uzaklaşıyor.

Bu sorunlardan söz ederken İLEF'i bunun dışında tutmak elbette mümkün değil. Çünkü bu tablo, İLEF'i de içeren geniş bir yükseköğretim rejiminin ürünü; dolayısıyla fakültemiz, iletişim alanındaki bu kurucu mirası sahiplenirken aynı rejimin yol açtığı sorunlarla da yüzleşme sorumluluğunu taşımak zorunda.

İletişimin eğitimindeki krizin ilk boyutu bu çerçevede şekillenirken ikinci boyutu, mezun sayıları ile istihdam kapasitesi arasındaki uyumsuzlukla ilgili. Kurum sayısındaki artışa paralel biçimde öğrenci ve mezun sayıları da katlanarak artıyor. Ancak medya ve iletişim sektöründe istihdam olanakları aynı ölçüde genişlemiyor, aksine birçok alanda daralıyor. Bu nedenle mezun fazlası ve işsizlik, iletişim eğitimi tartışmalarının merkezine yerleşmiş durumda.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun yükseköğretim istihdam verilerine bakıldığında bu olumsuz tablo netleşiyor: "Sosyal bilimler, gazetecilik ve enformasyon" başlığı altında değerlendirilen iletişim fakültesi mezunlarının kayıtlı istihdam oranı, lisans genel ortalamasının altında. Daha da önemlisi alanıyla uyumlu bir işte çalışma oranı yaklaşık yüzde yirmi düzeyinde. Yani her beş mezundan yalnızca biri kendi eğitim alanına uygun bir işte çalışabiliyor. Üstelik ön lisans mezunlarında tablo daha da kötü. Burada alanıyla uyumlu istihdam oranı yalnızca yüzde sekiz. Bu veriler, istihdam sorununu, bireysel yetersizlikler bağlamında değil yükseköğretim alanının planlanma biçimi ve medya ekonomisinin dönüşümü üzerinden yapısal bir sorun olarak düşünmemiz gerektiğini gösteriyor.

İletişim eğitimindeki krizin bir diğer boyutu, şüphesiz, Türkiye'de medya ve iletişim alanını şekillendiren siyasal ve ekonomik baskılarla ilgili. Basın ve ifade özgürlüğü üzerindeki siyasal ve yargısal müdahaleler, medya sahipliğinin belirli sermaye gruplarında yoğunlaşması, resmi ilan ve reklamlar, lisanslar, düzenleyici kurullar gibi ekonomik ve idari araçlar üzerinden kurulan denetim, yalnızca gazetecilik/haberciliği değil televizyonu, dijital platformları, reklamcılık ve halkla ilişkiler gibi alanları da içine alacak şekilde tüm medya alanını kapsıyor. Bu durum, iletişim eğitimi veren kurumları da doğrudan etkiliyor: staj, sektörel

iş birlikleri ve istihdam ilişkileri üzerinden hangi bilgi ve becerilerin “piyasa için gerekli” sayılacağı, hangilerinin daha tali ya da riskli görülüp geri plana itileceği yönünde bir baskı yaratıyor.

Kuşkusuz bugün iletişim eğitiminin karşı karşıya olduğu sorunları yalnızca ulusal ölçekte ele almak yeterli olmayacaktır. Zira bu sorunlar, yükseköğretimi dünya genelinde dönüştüren neoliberal yeniden yapılanma süreçleriyle iç içe. Üniversiteler giderek verimlilik, rekabet, performans ve girişimcilik ekseninde tanımlanan bir yönetsel rasyonalite içine konumlandırıyor. Akademik faaliyet özgür ve eleştirel düşünceyle ya da kamusal sorumlulukla değil sıralamalar, metrik temelli değerlendirme sistemleri, akreditasyon süreçleri ve proje hacmiyle ölçülen nicel çıktılarla değerlendiriliyor. Böylece nicel göstergelere dayalı bir “kalite rejimi” içinde üniversitenin toplumsal işlevi ikincilleşiyor.

Bu küresel yeniden yapılanma Türkiye’deki siyasal ve ekonomik bağlamla kesiştiğinde iletişim alanında çok katmanlı bir daralma ortaya çıkıyor. Hem üniversitenin piyasa odaklı yeniden tanımlanması hem de medya alanının siyasal, hukuki ve ekonomik baskılarla kuşatılması, iletişim fakültelerini sektöre işgücü sağlayan meslek okuluna indirgeme riskini yaratıyor. Oysa lisans düzeyinde iletişim eğitimi veren yükseköğretim kurumları, teknik bilgi ve beceri kazandıran meslek okulları olmanın ötesinde içinde yaşadığımız dünyayı anlayan, yorumlayan ve dönüştürme iradesine sahip bireyler yetiştirmekle yükümlü. Bu nedenle bugünkü krizi hem Türkiye’nin özgül siyasal-ekonomik koşullarını hem de yükseköğretimin dünya ölçeğindeki neoliberal dönüşümünü birlikte dikkate alarak tartışmak zorundayız; aksi halde tartışmalarımızı dar ve geçici teknik çözümlere hapsedip daha derindeki yapısal sorunları görünmez kılma riskini taşıyoruz.

Bu sempozyumun amacı da tam olarak iletişim eğitiminin dünü, bugünü ve geleceğini bu çok katmanlı bağlam içinde düşünmemizi sağlayacak; üniversiteyi yeniden eleştirel düşüncenin, özgür tartışmanın ve toplumsal sorumluluk taşıyan bilgi üretiminin mekânı olarak hatırlatan bir zemin kurmaktır.

Tartışmalarımızın yalnızca bu salonlarla sınırlı kalmamasını; dersliklerimize, atölyelerimize, araştırma pratiklerimize, kurullarımıza ve kurumsal kararlarımıza yansımaları diliyoruz. Asıl önemli olan, bu buluşmanın ders programlarımızı gözden geçirmenin ötesine geçerek yükseköğretim politikalarını, emek rejimlerini ve medya sistemini birlikte düşünmemize olanak veren, sürekliliği olan bir tartışma hattı açabilmesi.

Diğer yükseköğretim kurumlarında olduğu gibi iletişim fakültelerinde de giderek daha fazla güvencesizleştirilen ve ölçülebilir çıktılara bağımlı hale gelen akademik emeği, akademik özerkliği daraltan sınırlamaları, barınma ve geçim krizleriyle, işsizlik kaygısıyla ve istihdam edilebilir olma baskısıyla şekillenen öğrenci konumlarını birlikte tartışmamız gerektiğine inanıyorum. Bu nedenle yalnızca öğretim elemanlarının, yöneticilerin ya da ilgili karar vericilerin değil öğrencilerin de sözünü söyleyebildiği bir düzlemi hayata geçirilebildiğimiz ölçüde bu krizi teşhis etmekle yetinmeyip onu dönüştürmeye yönelik adımlar atabiliriz.

Son olarak sempozyumun düzenlenmesine katkıları nedeniyle Ankara Üniversitesi Rektörlüğüne, Fakültemiz Dekanlığına, İletişim Fakültesi Mezunları Vakfına, bildiri özetlerini titizlikle değerlendiren bilim kurulu üyelerine, sempozyum sekreteryasındaki araştırma görevlilerimize, organizasyon ekibindeki öğrencilerimize, sempozyum boyunca katkı verecek olan fakültemizin atölyelerine ve özveriyle çalışan idari personelimize, düzenleme kurulu adına teşekkürlerimi sunarım.

BYYO'dan İLEF'e Gazetecilik Bölümü

Oya Tokgöz

Davetli Konuşmacı

Emekli Öğretim Üyesi

Ankara Üniversitesinin tarihî yerleşkelerinden birinde, Cebeci Yerleşkesindeyiz. İletişim Fakültesi de Cebeci Yerleşkesinin bir parçası. Bu yıl altmışıncı yıl dönümünü kutluyoruz. Bu yerleşkenin önemli parçaları olan Siyasal Bilgiler Fakültesi (SBF) ve İletişim Fakültesi'nde çeşitli anılarım bulunuyor. SBF'de ben dört yıl lisans eğitimi gördüm ve doktoramı tamamladım. Basın Yayın Okulunda ise 40 yıl çalıştım.

Aslında ben çoğunlukla kuramsal konularda konuşma yapmayı tercih ederim fakat bugünün konuşması kuramsal tartışmalardan daha çok kendi anılarımla ilgili. Ankara Üniversitesi Basın Yayın Okulu kurulduğu zaman başka bir okul daha vardı. Bu da İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsüydü. Bu enstitü 1950'de eğitime başlamıştı. Ankara'da ise eğitime 1965 yılında başlandı. Bunu söyledikten sonra okulun o zaman, açıldığında üç tane bölümü bulunduğunu söylemek gerekmektedir. Bunlardan biri gazetecilik, diğeri halkla ilişkiler üçüncüsü de radyo televizyon bölümüdür.

Okul, UNESCO'nun iletişimle ilgili açtığı az sayıdaki kurumlardan bir tanesidir. Bunu söylemek önemli. Şimdi okulun ilk yılında, yani 1965/66 yılında Gazetecilik ve Halkla İlişkiler bölümleri birleştirildi. Çünkü Halkla İlişkiler bölümünde verilecek ders yoktu. Bu en önemli şeylerden bir tanesiydi ve bu bölümler birleştirildi. Gazetecilik bölümü ile birleşen Halkla İlişkiler bölümü ancak 1988'de tekrar açıldı. 1992'de de ilk mezunlarını verdi.

Anılarıma dönecek olursak... Benim için ilk olarak TRT'de başlıyor. SBF'den mezun olduktan sonra ben TRT'de çalışmaya başladım. Çalıştığım dairenin adı haber ve yorum dairesi... Ondan sonra, o zaman TRT de yeni kurulmakta, yani Basın Yayın Okulu ile TRT'nin kuruluşu hemen hemen aynı yıllara rastlıyor. O yüzden bu noktaya değinmek çok tutarlı bir başlangıç... O sırada ben SBF'de doktora programına devam ediyordum fakat TRT'de herkes SBF'nin içinde bir basın yayın okulu kurulduğundan söz ediyor. Ben de bu sırada SBF'ye gidip geliyorum fakat kurulan bu okul nerede bilmiyorum.

O sıralarda, yılı pek hatırlamıyorum, TRT Genel Müdür Adnan Öztrak tarafından Basın Yayın Okul Müdürü Profesör Reşat Aktan'ın isteği üzere Basın Yayın Okuluna gönderildiğime dair bir yazı aldım. Bu yazı beni şaşırttı. Neden beni gönderiyorlar, ben ne yaptım ki, SBF'de ne yapacağım? diye düşündüm. Aynı zamanda Basın Yayın Okulunu göreceğim. Tabii bu da merakım. Ondan sonra SBF'de okurken Profesör Reşat Aktan'ı hiç tanımadım, o iktisatçıydı....

TRT'den aldığım yazı ile SBF'ye gittim. Reşat Aktan'ı gördüm. Beni gayet

iyi bir şekilde karşıladı. SBF'nin içinde, şimdi nerede olduğunu bilemiyorum, Basın Yayın Okulu kurulmuş. Yani Basın Yayın Okulu SBF'nin içindeymiş. Bir tane müdür odası, bir sekreter odası iki de sınıfı var. Okula her yıl iki grup öğrenci alınıyor. Bunlardan ilk grup üniversite imtihanı ile alınan lise mezunları, ikinci grup da gazetecilik yapmış ve mesleğini belgeleyenler. Ondan sonra bunlar da sınava giriyor, okula alınıyor. Fakat o sırada gazetecilerin yani ikinci grubun sınavında bir problem çıkmış. Onun üzerine beni çağırmışlar. Müdür Reşat Aktan bana durumu ayrıntılı olarak anlattı. Beni müdür odasının yanındaki odaya aldı. Sekreter odasıymış fakat sekreter yoktu. Önüme gazetecilik yapanların belgelerini koydu.

Ben ilk olarak şaşırmıştım. Hayatımda hiç böyle bir iş de yapmamıştım. Ne yapmalıyım diye düşünmeye başladım. Belgelere bakınca bazı belgelerin sahiplerini SBF'den tanıdığımı anladım. İşin kötü tarafı da bu... İşe başladım. Önce eksik belgesi olan gazetecileri ayırdım. Sayıları çok fazlaydı. Onun için işin içinden çıkamamışlardı. Bütün işi tamamladıktan sonra Reşat Aktan'ın yanına gidip eksik olanları ayırdığımı ve herkesin durumunun artık ayrıntılı bir şekilde görülebildiğini anlattım. Reşat Aktan bana teşekkür etti. Ben de ayrılıp tekrar TRT'ye döndüm.

Aynı yıl içinde birkaç kez daha TRT'den Basın Yayın Okuluna gitmek üzere çağırıldım. Bu işler için gittiğim sıralarda SBF'de okurken hiç tanışmadığım Ünsal Oskay ile tanıştım. Amerika'dan yeni dönmüştü. Ayrıca Basın Yayın okulunda tanıştığım başka isimler de vardı. Bunlardan bir tanesi de okulun kurucularından olan Hıfzı Topuz'du. Allah rahmet eylesin. Ondan sonra yine aynı şekilde TRT Televizyonunu kurmakla görevlendirilen, rahmetli Mahmut Tali Öngören ile tanıştım. O kadar çok gidip geldim ki TRT'den Basın Yayın Okuluna sayısını hatırlamıyorum. Fakat bir keresinde o yıllarda UNESCO'da çalışan Hıfzı Topuz'un Basın Yayın Okuluna burs ayarladığını, asistan yetiştirmek üzere bir burs olduğunu öğrendim. Bu burslara müracaat etsem nasıl olur diye düşünmedim değil. Düşündüğüm gerçek olsun diye içimden dilek bile tuttum, eşime anlattım... Bir dilek tut ve dene dedi...

Aynı zamanda Reşat Aktan'a da durumu açtım. Hakikaten bana burs verildi. Bir diğer bursiyer Haluk Şahin ile beraber ikimiz Amerika Birleşik Devletlerine gidecektik. Ben Boston Üniversitesine gittim. Boston University School of Public Communication'da gazetecilik bölümünde yüksek lisansımı tamamladım. Ağustos 1969'da Ms in Journalism derecemi aldım, Ankara'ya döndüm. Kasım 1969'da asistan olarak başladım. Basın Yayın Okulunda o zamanki eğitimden söz etmeden geçemeyeceğim çünkü o yıllarda Basın Yayın Okullarında asistan olmak gerçekten çok zordu.

UNESCO'dan ve Fulbright'tan gelenler meslek derslerini veriyordu. O zaman meslek derslerinde en büyük problem terminoloji meselesiydi. Şimdi gazetecilik, film ve radyo bakımından az çok terminoloji vardı fakat iletişim ve televizyon açısından hiç yoktu. Asistanlar çok zorlanıyor ve yoruluyorlardı çünkü yabancı hocaların İngilizce anlattığı dersleri Türkçeye çeviriyorlardı. Ondan sonra Basın Yayın Okullarından bir terminoloji doğdu. Bugün hâlâ bu terminoloji kullanılıyor.

İletişim Fakültelerinde yani Türkiye’de ve bütün iletişim Fakültelerinde ve hatta Kıbrıs’ta eklemeler ile birlikte bu terminoloji kullanılıyor. Kabaca ilk anım bu şekilde...

İkinci anım ise burada doktora eğitimime devam ettiğim yıllardan. Yalnızca asistanlık yapmıyordum. Hani eli armut toplamıyor derler değil mi... Ben eğitime devam ettim. Mart 1972’de SBF’de siyaset bilimi doktoramı tamamladım ki bu doktora bal gibi siyasal iletişim doktorasıydı. Aynı zamanda Basın Yayın Okulu asistanları arasında doktorasını tamamlayan ikinci isim oldum. İlk doktorayı Ünsal tamamladı. Benim doktora danışmanım Prof. Dr. Nermin Abadan Unat’tı. Kendisi şu an 104 yaşında...

Ben doktoramı tamamladıktan sonra beni hep doktor hanım diye çağırıp durmaktaydı. Ben ilk başta şaşırmışım neden böyle söylüyor diye fakat sonra anladım. O zaman SBF’de sadece iki kadın öğretim üyesi vardı. Yani erkek egemen bir durum. Unutmayın, hemen hemen hiç kimse yok... Danışmanımın beni doktor hanım diye çağırması çok anlamlı ve tutarlıydı. Bu da ikinci anım...

Üçüncü olarak, sanırım 1972 yılının Mart veya Nisan ayıydı... Nermin Hanım beni SBF’nin koridorlarında mı yoksa o sırada yeni yapılmakta olan, yani şimdiki bina olan Basın Yayın Okulu binasında mı yakaladı hatırlamıyorum. Bana hâl hatır sordu, ondan sonra gazetecilik bölümüne bir el atsan iyi olacak demez mi... Çok şaşırmışım çünkü benden istenilen çok zor bir işti. Hiç kolay değildi. İşin içinden nasıl çıkacağım pek bilmiyordum.

Basın Yayın Okulunda gazetecilik ve halkla ilişkiler bölümü var gibi gözükse bile aslında pek yoktu. Bir kere SBF’de Basın Yayın Okulu için ayrılan yer küçücük... Ne olacaktı ki? Yeni bina ise SBF ve Basın Yayın Okulu için yapılmıştı. Ortak kullanılacaktı. Şimdi yeni ayrıldı düşünebiliyor musunuz? Bölümün ismi vardı, cismi yoktu... Tekrar edeyim, bölüme iki grup öğrenci alınsa da ikinci grup okula yalnızca diploma almak için geliyordu. Bunu söyleyeyim. Birinci grup öğrenci, yani lise mezunlarının gazeteci olacağı hiç yoktu. İkinci grup öğrenci zaten biz gazeteciyiz, bize diploma gerekli deyip duruyorlardı. Diploma meselesinden başka bölümün diğer sorunu ise Basın Yayın Okulunda sosyal bilimler derslerini SBF’nin öğretim üyelerinin vermesiydi. Okul kurulurken böyle olması istenmişti. Meslek dersleri de tekrar ediyorum, UNESCO ve Fulbright’den gelenlerce veriliyordu. Terminoloji sorunu vardı. Bütün bunlar göz önünde yani suyun üstünde olanlardı. Suyun altında ise neler bulunuyordu bilmek zor... Bakarak görecektim.

Hadi hayırlısı diyerek işe koyuldum. Öğrencilerin sınıflarına girip yerleştikleri bölümün kendileri için ne ifade ettiğini sorunca çok şaşırdım. Öğrenciler için bölüm hiçbir şey ifade etmiyordu. Lise mezunu öğrenciler Basın Yayın Okuluna isteyerek değil sadece diploma almak için gelmişlerdi. Ne yapmalıydı? İçlerinden gazeteci olmaya gelen var mı bilmek zordu. Karar vermek de öyle...

Eğitimle mi işe başlamalıydım emin değildim. Hep kendime soruyordum. Mantıklı olan ise aşama aşama gitmekti. Eğitimle işe başlama kararı aldım. Elimde iki kitap vardı. Bunlardan biri İngilizceden Türkçeye tercüme edilmişti,

ikincisi ise tanınmış tiyatro yazarı Cevat Fehmi Başkut'un kitabıydı. Önce iki kitabı da dikkatle okudum. Her iki kitapta bulunan gazetecilik ve habercilikle ilgili kavramları öğrenciler için yetersiz gördüm. Kendi kendime Oya aklını başına topla, Amerika'da gazetecilik yüksek lisansı yaptın, Nermin Hanım da Wisconsin Üniversitesinde gazetecilik dersleri almış, Avrupa'da okullar gezmiş, Basın Yayın Okulu Müdürlüğü yapmış dedim. Bütün bunları arka arkaya düşündüm ve Boston Üniversitesinde derslerde bana ne okutulmuştu, neler anlatılmıştı bunları düşündüm. Ders kitaplarımı postayla Amerika'dan eve, Ankara'ya gönderdiğimi hatırladım. Bunları açarak hangi gazetecilik kavramlarını derslerde kullandığımıza baktım. Bu kavramların Türkçe karşılıklarıyla uygun olanları aradım. Uyumlu olanları deneme yoluyla buldum. Bu yaklaşım kanımca hem gazetecilik bölümünün kurulması hem de gazetecilik derslerinin bölüme yerleştirilmesi adına temel gereksinimdi.

Lise mezunu öğrenciler ne haberden anlıyordu ne haber toplamadan ne haber yazmadan... Haber yapmayı duymamışlardı. Gazeteci kontenjanından gelenler ise zaten biz bu işleri biliyoruz diye tutturuyorlardı. Bu nedenle öğrencilere öğreteceğim kavramları belirledim. Evde okulda sürekli çalıştım. Sonra öğrencilere öğretmeye başladım.

Anlatılanlarla ilgilenen öğrenci acaba çıkar mı diye düşünüyordum. Sonra öğrenciler soru sormaya başladılar. Artık bir şeyler ortaya çıkıyor diye düşünmeye başladım. Ondan sonra belirlediğim kavramları ders notu hâline getirip öğrencilere vermeye başladım. Burası önemli, bir aşama kat etmiştim. İkinci aşama olarak yönetmelikte yer aldığı gibi öğrencileri acaba staja göndersem nasıl olur diye düşünmeye başladım ve öğrencileri staja gönderdim.

O sıralarda Ankara'da Rüzgârlı Sokak'ta çıkan epey gazete vardı. Bu gazeteler daha çok parti gazetesiydi. Kız ve erkek öğrencileri gönderdim. Bunu yaptık. Öğrenciler, oralarda çalışmaya başladılar. Bir şey öğrenip öğrenmediklerini görecektik. Bu sırada bazı öğrenciler Ankara'da İstanbul gazetelerinin bürolarında çalışmak istiyoruz diye tutturdu. Bu zor işti... En sonunda Oktay Ekşi bana yardım etti. Staj için Hürriyet gazetesinden yer ayarladık. Sonra çocukları İstanbul gazetelerine göndermeye başladım. Bu sıralarda artık doçent olmaya hazırlanıyordum.

1977 yılında doçent oldum. Ankara Üniversitesi SBF Basın Yayın Okuluna gazetecilik doçenti olarak atandım. Kararnamede böyle yazıyor. Ondan sonra, 1972'de doktora tezim yayımlanmıştı, 1979'da doçentlik tezim yayımlandı. Bu yıllarda bir de 1981 yılında gazetecilikle ilgili temel kavramları bir kitap içinde topladığım Temel Gazetecilik kitabım yayımlandı. Bugün 16. baskıda... 1982'de profesörlük tezimi yazdım, 1985'te profesör oldum ve 1988'de profesörlük kadroma atandım.

Gelelim eğitime... 1980'li yıllardan itibaren öğrencilerimiz artık hem Ankara'da hem de İstanbul'daki medya kuruluşlarında çalışmaya başlamışlardı. Bu çok önemli bir şeydi fakat medya kuruluşları bunu istemiyordu. İlginçtir, medya kuruluşları bu basın yayın okullarının açılmasını talep etmişti ama mezun

olan öğrencileri istemiyordu. Buna rağmen öğrencilerimiz ne yapıp edip medya kuruluşlarında çalışmaya başlamışlardı ki bu çok önemli bir aşamaydı.

Bu sırada bir değişiklik daha oldu. 1982 yılında SBF'ye bağlı olan Basın Yayın Okulu doğrudan Ankara Üniversitesine bağlandı. Onda sonra bölümlerin altına anabilim dalları eklendi. 1986'da Sosyal Bilimler Enstitüsünde önce yüksek lisans sonra da doktora programlarımız açıldı. Bu programları açan son okul biz olduk. Bu önemli bir nokta... 1992 yılında Halkla İlişkiler ilk mezunlarını verdi fakat aynı yıl başka üniversiteler de açıldı. Bizim eğitimimiz lisans ve lisansüstüydü fakat buradan sonra ne olacaktı? Biz ne kadar öğrenci mezun edecektik. Bu bilinmiyordu...

Biz artık asistan yetiştirmeye de başlamıştık. Ben bu arada kitap yazmasam da birçok şey yapıyordum. Yani okul çok gelişmişti bir noktada. Literatür de gelişmeye başlamıştı ki bu çok önemli bir şey. Çok büyük ilerleme kaydetmiştik ama bölüm hâlâ ilerlemeliydi. Ben 1989'da okul müdürü oldum, 5 yıl kadar okul müdürlüğü yaptım. Müdürlükten ayrılıp Aysel Aziz'e devrettim. Sonraki süreçte çok rahatsızlık geçirdim. Buna rağmen çalışmayı bırakmadım.

Bütün çalışmaların esnasında yani emekli oluncaya kadar 30 yüksek lisans 15 doktora tezi tamamlattım. İki doktora öğrencim (Prof. Dr. Haluk Geray ve Prof. Dr. Süleyman İrvan) yanımda oturuyor. Yani artık her şeyin profesyonelleştiği bir evredeydik. 1981 yılında Görünüm gazetesi başladı. Hâlâ çıkıyor... Ben bu gazetenin 20 yıl genel yayın yönetmenliğini yaptım. 2008 yılında da emekli oldum. Beşinci kitabımı Siyasal İletişim üzerine yazdım. Arkasından dört kitap daha yazdım. Bugün İLEF'teki pek çok öğretim üyesine ders verdim. Beni dinlediğiniz için çok teşekkür ederim.

İletişim Eğitiminde Yapay Zekânın Etkisi: Olanaklar, Riskler ve Kurumsal Değişim

Aysel Aziz

Davetli Konuşmacı

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi

Bugün burada, iletişim eğitiminin güncel ve aynı zamanda geleceğe dönük en önemli konularından birini, yapay zekânın iletişim eğitimine etkilerini ele almak üzere sunumumu hazırladım. Konuşmamda; yapay zekâyı kısaca tanımladıktan sonra dünyada ve Türkiye’de eğitim alanında yapılan çalışmalara değinecek; yapay zekânın iletişim eğitimine sunduğu olanakları, beraberinde getirdiği riskleri ve iletişim fakülteleri özelinde yarattığı kurumsal dönüşümü anlatacağım.

Yapay Zekâ (AI), makine öğrenimi ve doğal dil işleme gibi algoritmik teknikler kullanılarak yapılan insan-makine etkileşimi ya da iletişimi olarak tanımlanabilir.

Üretken Yapay Zekâ (GAI) ise iletişim süreçlerinde dijital ortamlara yazılmış her türlü bilgiyi analiz eden, anlamlandıran, yorumlayan ve içerik üretebilen ya da etkileşim kurabilen algoritmaya dayalı sistemlerdir. Bu durum, iletişim alanını doğrudan etkileyen yapısal bir dönüşüme işaret etmektedir.

Dünya genelinde yapay zekânın eğitim alanındaki kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Bu bağlamda uluslararası örgütler olarak 2023 yılında Avrupa Birliği (AB) ve 2024 yılında United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) öğrenci ve öğretmenler için Dijital Eylem Planı ve Yeterlilikler Çerçevesi adlı iki rapor hazırladılar. Bu konuda ilk raporu hazırlayan ülke ise Amerika Birleşik Devletleri oldu. Bu raporlarda yapay zekânın öğrenme süreçlerini destekleyen bir araç olduğu ortaya koyulurken; etik, veri güvenliği ve eşitsizlik risklerine de dikkat çekildi. Tüm bu gelişmeler iletişim eğitiminin küresel ölçekte yeniden düşünülmesini zorunlu kılmaktadır.

Türkiye’de de yapay zekâ, yükseköğretim politikalarının önemli bir parçası hâline gelmeye başladı. Eğitim alanıyla ilgili olarak Yükseköğretim Kurulu (YÖK) ve Bilgi Teknolojileri Kurumu (BTK) iş birliğiyle yürütülen çalışmalar yanında Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) tarafından yapay zekâ projelerinin desteklenmesi ve 2025’in Eylül ayında bir rapor yayımlaması yükseköğretimde yapay zekâ ile ilgili olarak atılan önemli adımlardır. TÜBİTAK destekleri ve ulusal raporlar, yapay zekânın üniversite eğitimine sistemli biçimde dahil edilmesini hedeflemektedir.

Yapay Zekânın İletişim Eğitimine Etkileri

Bu süreçte iletişim sektörü pek çok alanda yapay zekânın olanaklarından yararlanmaktadır. Özellikle reklam firmaları, haber merkezleri ve grafik tasarım alanı bu yeni teknolojik gelişime uyumlamaya çalışmaktadırlar. Bu durumda iletişim sektörüne eleman yetiştiren iletişim fakültelerinin de eğitimlerini bu gelişmelere paralel olarak eğitmeleri kaçınılmazdır. Bu bakımdan iletişim

fakülteleri ve iletişim eğitimi veren bölümler, dönüşümün en kritik alanlarından biri olarak öne çıkmaktadır.

2023'lerden itibaren iletişim eğitiminde yapay zekâ; otomatik haber yazımı, medya içeriklerinin analizi, büyük veri temelli araştırmalar ve sosyal medya stratejilerinin oluşturulması gibi pek çok alanda kullanılmaya başlanmıştır. Öğrenciler, bu teknolojiler sayesinde yalnızca teorik bilgiyle değil, sektörün güncel uygulamalarıyla da tanışma imkânı bulmaktadır.

Özellikle üretken yapay zekâ uygulamaları, iletişim eğitimine yeni olanaklar sunmaktadır. Kriz iletişimi senaryolarının oluşturulması, kişiselleştirilmiş içerik üretimi ve sanal öğretmen uygulamaları, öğrenme süreçlerini daha etkileşimli hâle getirmektedir. Ancak bu olanaklar, beraberinde önemli sorumlulukları da getirmektedir.

İletişim sektöründe yapay zekâ, robot gazetecilikten senaryo yazımına, medya analizlerinden reklam üretimine kadar geniş bir alanda kullanılmaktadır. Bu gelişmeler, üniversiteler ile sektör arasındaki iş birliğinin güçlendirilmesini zorunlu kılmakta ve iletişim eğitiminin sektörel gerçekliklerle daha sıkı bağ kurmasını gerektirmektedir.

Bu noktada iletişim eğitimi programlarının gözden geçirilmesi büyük önem taşımaktadır. Yapay zekâ çağında iletişim eğitimi, teori ile pratiği yeniden bütünleştirmeli; dijital medya ve yapay zekâ okuryazarlığını temel bir akademik yetkinlik olarak ele almalıdır.

Kuşkusuz burada bir diğer önemli sorun, bu konuda eğitim verecek eğitmenlerin, akademisyenlerin bu alandaki bilgi ve becerilerinin geliştirilmesidir.

Yapay Zekânın Riskleri

Yapay zekânın sunduğu olanakların yanı sıra ciddi riskler de bulunmaktadır. Bazı iletişim mesleklerinin dönüşmesi, hatta ortadan kalkması; öğrencilerin eleştirel düşünme ve yaratıcılık becerilerinin zayıflaması bu riskler arasındadır. Ayrıca etik sorunlar, veri gizliliği ve yanlış bilginin yayılması, üzerinde titizlikle durulması gereken konuların başında gelmektedir.

Bu nedenle üniversiteler açısından yapay zekâ, yalnızca teknik bir araç değil kurumsal bir dönüşüm sorunudur. Eğitim-öğretim kurumlarının altyapı yatırımlarının yapılması, ders programlarının güncellenmesi, etik ilkelerin belirlenmesi ve sektörle sürdürülebilir iş birliklerinin kurulması büyük önem taşımaktadır.

Yapay zekâ, iletişim eğitimini dönüştüren kaçınılmaz bir gerçekliktir. Asıl mesele, bu dönüşümü nasıl yönettiğimiz ve iletişim eğitiminin temel değerlerini bu yeni ekosistemde nasıl koruyabildiğimizdir.

Bu kongrenin, Yapay Zekâ çağında iletişim eğitiminin geleceğine dair ortak bir düşünme zemini oluşturmasını diliyor; katkı sunan tüm akademisyenlere ve kongrenin hazırlanmasında emeği geçen tüm Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi akademisyen, idari personel ve öğrencilere teşekkür ediyorum.

Gezegensel Mesleklerin ve Gazeteciliğin Meslek Krizi

Haluk Geray

Davetli Konuşmacı

Ankara Üniversitesi

Biraz yukarıdan bakmayı deneyelim. Yani bu gazeteciliğin krizi, gazeteciliğin meslek krizi ya da okulların krizi diyebileceğimiz bu durum aslına bakarsanız gezegensel bir krizin parçasıydı. Hemen Covid salgını sonrasında “büyük istifa” krizi çıktı. Salgın sonrasında milyonlarca çalışan, ki bunlar arasında kamyoncular, esnaflar da vardı, eski işlerine geri dönmediler. Kuzey Amerika’da milyonlarca kişinin geri dönmemesi, başka işlerle uğraşmayı yeğlemelerini “Büyük İstifa” olarak tanımladılar. Aslında büyük istifa aniden pandemi nedeniyle ortaya çıkan bir şey değildi. Araştırmalar çok önceden başlayan bir eğilimin tepe noktasına varıp büyük bir istifaya dönüşmüş olması ile ilişkiliydi. Günümüzde de kısmen devam eden bir olgu bu. Yani insanların eski işlerine, yaptıkları işlere geri dönmemeleri. Zamanlarının çoğunu aileleriyle, hobileriyle ve içebakış süreçleriyle geçirmek istemeleri.

Sonra “Sessiz İstifa” olarak adlandırılan bir şey tanımlandı. Amerika Birleşik Devletleri’nde işçilerin yüzde 51’i, Japonya’da yüzde 94’ü işlerine maaş alacakları için geliyorlar. Onun dışında herhangi bir biçimde işte kendilerini geliştirmekle, işin niye yapıldığı, ne olduğu, amacının ne olduğu, nasıl geliştirilebileceği gibi konularla hiç ilgilenmiyorlar. Sadece gidip gelip maaşımı alırım modundalar. Bunu sessiz istifa olarak tanımladılar. Bir başka meslek krizi. Bir başka meslek krizinin adı “İklim İstifası” olarak kondu. Artık fosil yakıt kullanan petrol ve enerji firmaları genç parlak yetenekleri kendi alanlarına çekememekten şikayet ediyorlar. Bu da nereden kaynaklanıyor? Son kuşakların özellikle Z kuşağının fosil yakıt işlerine girmekte ayak diremesinden. Girmiyorlar. Başka iş yaparım diyor. Ama gezegenin ekolojisini bozanların yanında çalışmam diyorlar. Buyurun size bir başka meslek krizi daha. Bunu fosil yakıtçıların en tepesindeki isimler söylüyor. Nedense parlak beyinlerin gelişi çok azaldı diyorlar.

En son ortaya atılan kavramların biri de “Cuma İstifası”. Bu istifa türü hem evden hem işyerine gelerek melez çalışma içinde olan geniş kesimlerle ilgili. İşin özü bu melez çalışanlar cuma günü çalışmayıp hafta sonu iznini üç güne çıkartmak isteyenler. ABD’de yapılan araştırmalara göre, Cuma İstifası nedeniyle cuma günleri toplam çalışmada 1,5 saat düşüş var. Bu düşüş oldukça geniş bir kesimin Cuma İstifası içinde olduğunu gösteriyor.

Bu değinilen meslek krizlerinin arkasında, aslında anlamlandırma krizi var. Ben niye çalışıyorum? Ben hayatta niye varım? Benim yaptığım iş neye yarıyor? Neye yaramıyor? Bu kadar düşük ücret alacaksam çalışmanın ne anlamı var? Ana akım toplumsal düşüncelerde ve neo-liberal düşünürlerde kuşaklarla ilgili ön yargılar söz konusu. Yeni kuşakların “tembellerden” oluştuğundan şikayet

ediyorlar. Bu tembelleşme söylemi kuşakların giderek daha az çalışma odaklı olduğundan söz ediyor. OSTİM’de işyeri sahibi olan bir arkadaşım var. İş başvurusu yapan gençlerin çoğunun alacakları parayı beğenmediğinden söz ediyor. Verdikleri parayı sorunca, asgari ücret veriyorum, artı yemeğini veriyorum, artı işe gidip gelmesi için metro kartını veriyorum diye yanıtlıyor. İşverenlerin düşüncesine göre önce bir gelsinler, meslekte pişsinler sonradan daha yüksek ücretleri hak ederler. Bu gençler için Türkiye’de de “ev gençleri” kavramı kullanılıyor. Kamuoyu yoklamalarına göre bunların sayısının 3 milyon kadar olduğu söyleniyor ki, söz konusu yaş diliminde önemli bir oran. Neden evde oturmayı yeğliyorlar? Ana akım ve neo-liberal düşünürlerin yanıtı hazır: Yeni kuşaklar tembel ve çalışmak istemiyor. Kolaycılar, yüksek maaşların hemen verilmesini istiyorlar. Oysa genç kuşaklar ebeveynleri kadar kazanamayacaklarının farkındalar. Onlar çalışarak ev alabildiler ama bu kuşak için ücretleriyle ev sahibi olmak bile oldukça zor. Yan destekler yoksa... Sonuç olarak dokuz-altı yollarında kendilerini telef etmek istemiyor genç kuşaklar. Konuya böyle de bakılabilir.

Dolayısıyla meslek krizleri gezegensel bir durum. Gazeteciliğin de bir meslek krizi var. Gazetecilik eğitiminin de bir meslek krizi var. Ama bütün bunlardan da bağımsız değil. Şöyle söyleyelim, ben 12 Eylül askeri faşizmini yaşayan kuşaktan bir insanım. Ama Türkiye’nin bu kadar baskı altında olduğu bir dönemi ilk kez yaşıyorum. Örneğin yargının bir sopa gibi kullanılması, iktidardan yana olmayan basının susturulmak istenmesi, bağımsız gazetecilerin aylarca hapiste tutulmasına karşın yasa dışı bahis patronlarının ve canilerin “adli kontrole” serbest bırakılması söz konusu. Şimdi böyle bir yapı hiç kuşkusuz gazeteciliğin krizini katlayan bir unsur olarak ortada duruyor. Yani çocuklara ne anlatacağız? Bağımsız gazetecilik yapılmalıdır dediğimiz zaman “sopa yiyen” gazeteci olun demiş mi olacağız? Böyle bir krizimiz var.

Ama gelelim gazetecilik eğitimi konusuna. Dile getirdiğim kavramları anlamlı bulabilecek bir vatandaş, bir yurttaş, bir gazeteci nasıl yetişmeli? Yani hukukun üstünlüğü, hukuk devleti, Anayasanın önemi, güçler dengesi, yargının bağımsızlığı gibi hemen aklıma gelen çok önemli kavramları bilmeyen insanların gazetecilik yapması mümkün mü? Eğer bu gibi toplumsal ve siyasal kavramları öğretmezsek, pekala çalıştıkları gazeteleri yürütme ve yargı sopası gibi kullanabilirler. Bizlere mesleği öğretin diyorlar. Teorik, siyasal ve toplumsal konularla ilgili dersleri azaltın diyorlar. Baştan beri bu okulun ve bu okulun hocalarının tartıştıkları önemli konulardan biri buydu. Yani biz sadece mesleği yapmayı öğretip bu insanları mezun edelim, onlar da işlerini bulsunlar. Bunlar güzel, hoş ama gezegensel düzeyde meslekler krizde zaten. Oysa İLEF’in baştan beri savunduğu şey meslek dersleriyle bilinçli yurttaş olma ile ilgili dersler arasında bir denge kurmaktır. Bu hedef korunmaya devam edilmelidir.

Yaşanan tüm meslek krizlerine karşın çok sayıda insan gazetecilik okullarına geliyor. Beklenenden çok daha fazla insan geliyor. İnanamıyoruz. Türkiye’nin içinde bulunduğu baskıcı ortamı düşünürsek, normal şartlar altında öğrencilerin bu bölüme gelmemesi lazım. Niye geliyorlar? Çünkü insanların çok önemli bir bölümü hayatlarını anlamlı kılıp anlamlı şeylerde toplumsal etkide bulunmak

ve toplumsal diyalogun içinde olabilmeyi gazetecilik yoluyla yapmak istiyorlar. İnsanlar etkin olarak toplumsal yaşama katılmak istiyorlar. Bunun bir yolu da gazetecilik üzerinden geçiyor. Onun için gazetecilik eğitimine hala istek var, hala talep var.

Ama bu insanların karşılaştığı asıl sorun nedir? Gazeteciliğin mesleki krizi yapılan araştırmalara göre özellikle şu noktada ortaya çıkıyor: Günümüzün para amaçlı ticari gazetecilik anlayışı sürekli olarak tiraja, reytinge odaklanmış durumda. Bunu sağlamanın yolu nereden geçiyor? Duygu sömürüsü, negatif haber, yalan haber gibi unsurlar... Bütün bunları yapmakla gününüzü harcıyorsunuz. Ama asıl giriş amacınız olan topluma katkıda bulunmak, kendinize anlamlı bir yaşam oluşturabilmek isteğinden geri kalıyorsunuz. Çünkü bütün zamanınızı saçma sapan, reyting getiren haberler peşinde geçiriyorsunuz. Bu krizin aşılmasında gazeteciliğin kooperatif girişimler olarak kurulmasının önemli katkıları olacağını düşünüyorum. Yani gazetenin sahibi gazeteciler olmalı. Teşekkür ederim.

Türkiye’de Gazetecilik Eğitiminin Geleceği: Fırsatlar ve Tehditler

Süleyman İrvan

Davetli Konuşmacı

Üsküdar Üniversitesi

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından bu yıl üçüncüsü düzenlenen CİSEM2025 konferansında davetli konuşmacı olarak Türkiye’de gazetecilik eğitiminin dünü ve bugünü hakkında kısa bilgiler verdikten sonra, gazetecilik eğitiminin geleceği konusunda kendi değerlendirmelerimi aktarmak istiyorum.

Türkiye’de gazetecilik eğitiminin Batıdaki örneklerine nazaran oldukça geç başladığını söyleyebiliriz. İlk gazetecilik okulu, 1950 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi’ne bağlı olarak Gazetecilik Enstitüsü adıyla kuruldu. Üstelik talep de Türkiye Gazeteciler Cemiyeti isimli meslek örgütünden gelmişti.

Bugün çatısı altında bulunduğumuz Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Basın Yayın Yüksek Okulu adıyla 1965 yılında kurulmuştu. Gazetecilik alanında dört yıllık eğitim veren ilk yüksek okul olduğunu söylemeliyim.

Ardından, 1960’lı yılların ikinci yarısında İstanbul, Ankara ve İzmir’de gazetecilik eğitimi veren özel yüksekokullar açıldı. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nin temelini oluşturan İstanbul Özel Gazetecilik Yüksek Okulu 1966 yılında; Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi’nin temelini oluşturan Başkent Gazetecilik Yüksek Okulu 1967 yılında; Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi’nin temelini oluşturan İzmir Karataş Özel Gazetecilik Yüksek Okulu 1968 yılında eğitim vermeye başladı.

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi ise 1977 yılında Sinema ve Televizyon Yüksek Okulu adıyla öğrenci kabul etmeye başlamıştı.

1980’li yıllarda devlet üniversitelerine bağlı altı programda gazetecilik eğitimi veriliyordu. 1992 yılında basın yayın yüksek okullarının iletişim fakültesi haline gelmesiyle birlikte yeni bir süreç de başlamış oldu. 1992 sonrasında 2025 yılına kadar 40 devlet üniversitesinde daha iletişim fakültesi açıldı. Böylece devlet üniversitelerindeki iletişim fakültesi sayısı 46’ya yükseldi. Bugün bu fakültelerin 35’inde (yüzde 76’sında) gazetecilik bölümü bulunuyor.

1990’lı yıllarda açılmaya başlanan vakıf üniversitelerinde de iletişim fakülteleri var ancak iletişim fakültesi bulunan 23 vakıf üniversitesinin yalnızca 6’sında (yüzde 26’sında) gazetecilik bölümü bulunuyor: İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Maltepe Üniversitesi, Medipol Üniversitesi, Üsküdar Üniversitesi ve Yeditepe Üniversitesi (İrvan, 2022).

Türkiye’de her ne kadar gazetecilik eğitimi gazetecilik sektörünün talepleri sonucunda başlamışsa da sektörle akademi arasında sürdürülebilir bir ilişki kurulamadı. Bu ilişkinin sağlıklı biçimde kurulamamasında hem akademinin hem de sektörün payı var.

Gazetecilik eğitimi veren akademisyenlerin büyük bir çoğunluğunun ya hiç sektör deneyimi yoktur ya da sektörle birlikte bir şeyler yapma arayışındadırlar. Aynı şekilde, sektördeki gazeteciler de akademide verilen eğitimden memnun değildirler. Karşılaştığım birçok gazeteci akademide verilen eğitimin yetersizliğinden, sektörün taleplerini ve beklentilerini bilmediğimizden, öğrencilerin “haber yazmayı” bile beceremediğinden yakınmaktadırlar.

Akreditasyonlar verilen eğitimin kalite belgesi niteliğinde

Neyse ki İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD) tarafından programlara akreditasyon verilmeye başlanmasıyla birlikte dış paydaş olarak sektörle ilişkilerin önemi anlaşılmaya başladı. Artık gazetecilik bölümleri de verdikleri eğitimin niteliğini artırmak için medya sektöründen gazetecilerle toplantılar yapmaya, ders müfredatlarını gözden geçirmeye, sektörün talepleri ve ihtiyaçları doğrultusunda kendilerini güncellemeye başladılar. Örneğin, çoğu bölümde gönüllü olan stajlar zorunlu hale geldi. Böylece akademi ile medya sektörü arasında zaten olması gereken ilişkiler giderek güçlenmeye başladı. Gazetecilik eğitiminin bu sayede daha nitelikli hale geleceğini düşünüyorum.

İletişim Eğitimi Değerlendirme ve Akreditasyon Kurulu (İLEDK) sayfasında yer alan bilgilere göre İLEDK tarafından akredite edilen gazetecilik programlarının bulunduğu üniversiteler alfabetik olarak şu şekilde sıralanıyor: Anadolu Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Çukurova Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Kastamonu Üniversitesi, Maltepe Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi ve Üsküdar Üniversitesi. Bu listeye 2026 yılında başka üniversitelerdeki programlar da eklenecek.

Gazeteciler Verilen Eğitimi Yetersiz Buluyor

Cumhuriyet gazetesinde 2 Nisan 1994 tarihinde yayımlanan ve “Gazetecilik eğitimi yetersiz” başlığını taşıyan haberde; dönemin Basın Konseyi Başkanı Oktay Ekşi, gazeteci olmak için iletişim fakültesi mezunu olmak gerekeceğini, politikacılık gibi gazeteciliğin de her meslekten insana açık olması gerektiğini söylemiş ve de şunu eklemiş: “İletişim fakültelerinin verdiği eğitim gerekenin çok çok altında, yani öğrencinin bu bilgilerle bir şeyler yapması zor.” Gazeteci Emin Çölaşan ise şunları söylemiş:

Bizler iletişim fakültesi mezunu değiliz, ama gazeteci olmak için iletişim fakültesini bitirmek gerekmiyor. İletişim fakültelerinin verdiği eğitim konusunda çok bilgiye sahip değilim, ama sanırım teorik bilgiler ağır basıyor. Bunu gelen arkadaşlardan görüyorum. Gazetecilik konusunda hiçbir şey bilmiyorlar, fakat onlar da haklı tabii, gazetecilik mesleğin içinde öğrenilecek bir sanat dalı...

Dönemin Çağdaş Gazeteciler Derneği İstanbul Şube Başkanı Celal Toprak ise 2026-2027 eğitim yılında başlatılacak olan uygulamayı 1990’lı yıllarda öngörmüş: “Gazetecilik okullarında altyapı yok. Bence okulda 3,5 yıl eğitim verilsin, yarım yıl da staj yapılsın...” (Topçu, 1994).

Gazetecilik Bölümleri Sektöre Düşman Mı Yetiştiriyor?

Dönemin Hürriyet Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök, 24 Mayıs 2001 tarihinde yayımlanan yazısında iletişim fakültelerine, sektörün ihtiyaçları doğrultusunda gazeteci yetiştirmiyor diye ağır bir eleştiri yöneltmişti:

Türkiye'deki iletişim fakültelerinin çoğunda, iletişim sektörünün ekonomik bir iş alanı olduğu gerçeği dikkate alınmaz. Hatta bu piyasaya çok düşmanca bakan bir zihniyet hâkimdir. Bu zihniyet ister istemez bu okullardaki eğitime de yansır. Sonunda bu okullardan, piyasa gerçeğine düşman öğrenciler mezun olur. Bu zihniyet, iletişim okulları tarafından kurulmuş internet sitelerinde çok açık biçimde kendini gösterir. İletişim piyasasına düşman bu zihniyet, kendi kuru, tatsız, dar ve düşmanca tavrını dünyanın tek iletişim anlayışı olarak herkese dayatmaya çok meraklıdır. Bu zihniyetle okuldan mezun olan çocuklar, meslek hayatlarının ilk 10 yılında mutsuz olurlar. Oysa 'piyasaya düşman' insan yerine, 'piyasayı iyi yönde değiştirme' arzusu olan insan yetiştirilse, hem öğrenci meslek hayatında mutlu olur, hem de iletişim sektörü kârlı çıkar (Özkök, 2001).

Akademisyen gazeteci Doğan Tılıç da Akdeniz İletişim Dergisi'nde yayımlanan röportajında sektörün beklentileri ve verilen eğitim arasındaki farkı şöyle açıklamıştı:

İlk söylemem gereken şey, olması gereken ile olan arasındaki fark. Çünkü bir taraftan sektörün ve medyanın hâkim yapısının biz gazetecilerden talep ettikleri var. Diğer taraftan, eğitimin, akademinin bir gazetecilik öğrencisine verdikleri var. Bu ikisi ne yazık ki çoğu zaman örtüşmüyor. Bir mesleğin doğrularıyla onun yapılaşmış biçimi arasındaki farkı biz çok somut bir biçimde gazetecilik alanında görüyoruz. Bunun pek çok şeyle doğrudan ilgisi var. Sektörün gazetecilik anlayışı ile akademinin gazetecilik anlayışı örtüşmüyor. Bu kötü, olumsuz bir şey değil. Üniversite, akademi adına olumsuz bir şey değil (Tılıç, 2011).

Gazeteci Korcan Karar (2012) da yayımlanan bir haberde iletişim fakültelerinin sektörden kopuk olmasından yakınıyor. Türkiye'deki iletişim fakültelerinde verilen eğitimle haber merkezlerinde yapılan iş arasında kopukluk olduğundan yakınan Karar, "Bu işi yapanlarla eğitimini verenler arasında kopukluk var. Bu eğitimin kalitesini yükseltip reel gerçeğe birleştirebilirsek o zaman çok daha iyi gazeteci nesilleri ortaya çıkar" diyor.

Öğrenciler Sektöre Hazır Hale Gelmeyi Bekliyor

Gazetecilik öğrencileri üzerine yapılan araştırmalar, öğrenci beklentilerinin de kaliteli eğitimden yana olduğunu gösteriyor.

Ali Korkmaz (2012) tarafından yapılan ve Akdeniz İletişim Dergisi'nde yayımlanan araştırmada öğrencilerin gazetecilik eğitiminden en önemli beklentilerinin başında, "Gazetecilik mesleğini öğrenmek ve sektörde çalışmaya hazır hale gelmek" yer alıyor.

Fadimana Tanacı ve Şükrü Balcı (2021) tarafından yapıp yayımlanan araştırmada da gazetecilik eğitiminin öğrencilerin iyi birer gazeteci olmalarını sağlaması gerektiği beklentisi ortaya konuyor.

Gazetecilik Eğitiminin Güncel Sorunları

Birkaç ana başlıkla tespit edebildiğim sorunları aktarmak istiyorum. Birincisi, gazetecilik eğitimi öğrenciler için cazip olmaktan çıkmış durumda. Bunu üniversite tercihlerinde görüyoruz. Örneğin 2020 yılına kadar Yeni Medya ve Gazetecilik adını taşıyan, başkanlığını yaptığım bölüm öğrenci tercihi açısından gayet iyi durumdaydı. 2020 yılında ismi Gazetecilik olarak değiştirilince yerleşen sayısı dramatik biçimde düştü. Belki devlet üniversitelerinde şimdilik sıkıntı yaşanmıyor olabilir ancak vakıf üniversitelerinde gazetecilik eğitimi veren bölümler kontenjanlarını doldurmakta zorlanıyor.

İkincisi, fakültelerdeki teknolojik altyapının yetersiz olduğu görülüyor. Oysa veri gazeteciliği, yapay zekâ uygulamaları, masaüstü yayıncılık gibi dersler için güncel programların yüklü olduğu çalışabilir durumda bilgisayar laboratuvarları gerekiyor.

Üçüncüsü, öğrencilerin uygulama yapabilecekleri gazeteler ve haber siteleri birçok gazetecilik bölümünde yok. Olanların bazıları rektörlüklerin basın ve halkla ilişkiler ofisleri gibi çalışıyor. İyi örnekleri de şöyle sıralayabilirim: Ankara İletişim'in Görünüm, İstanbul İletişim'in İletim ve Üsküdar İletişim'in Haber Üsküdar isimli haber siteleri oldukça aktif.

Dördüncüsü, staj olanakları çok sınırlı. Büyük medya kuruluşları stajyer öğrenci almakta çok isteksiz davranıyor. Haber sitelerinin birçoğu ise öğrenciler için verimsiz staj yerleri durumunda. Öğrenciler saha deneyimini yeterince yaşayamıyor. Stajların bir ya da iki döneme çıkması durumunda sorunun daha da ciddi biçimde yaşanacağını düşünüyorum.

Beşincisi, YÖK kararıyla gazetecilik bölümlerinde doktorası olmayan medya profesyonellerinin öğretim görevlisi olarak ders vermelerinin engellenmesi söz konusu. Oysa sektör tecrübesi ile ders veren gazeteciler öğrencilerimiz için çok yararlıydı.

Elbette yapay zekâya da değinmeden geçemeyeceğim. Yapay zekâ hem tehdit hem de fırsat gibi görünüyor. En başta, rutin haberleri yapanlar için ciddi bir tehdit. Birçok haber editörünün günlük yaptığı rutin işleri yapay zekâ uygulamaları çok daha hızlı ve iyi yapıyor. Yapay zekâ aynı zamanda iyi gazetecilik için de fırsat. Veri gazeteciliği, haber görselleştirme, araştırma yapma gibi konularda gazetecilere yardımcı olabilir ve oluyor da. Bu nedenle öğrencilerimizin yapay zekâyı doğru ve etik ilkelere uygun biçimde kullanmalarını öğretmeliyiz.

Kaynakça

İrvan, S. (2022). Türkiye'de gazetecilik eğitimi üzerine: Akademisyenler ne diyor? *Etkileşim*, 10, 236-253.

Karar, K. (2012). İletişim fakülteleri sektörden kopuk, *Medyatava*. Erişim adresi: https://www.medyatava.com.tr/haber/atv-haber-mudur-yardimcisi-korcan-karar-tarzimizi-koruyacagiz_17042

Korkmaz, A. (2012). Gazetecilik eğitimi alan öğrencilerin gazetecilik eğitimi ve gazetecilik mesleğine bakışı, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 16, 9-27.

Özkök, E. (2001, 24 Mayıs). Düşman öğrenci. *Hürriyet*. Erişim Adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ertugrul-ozkok/bir-kokteylin-perde-arkasi-39244898>

Tanacı, F. ve Balcı, Ş. (2021). Türkiye’de gazetecilik eğitimi: Akademi, öğrenci ve sektör beklentileri üzerine bir araştırma, *İNİF E-Dergi*, 6(2), 409-429.

Tılıç, D. (2011). Türkiye’de gazetecilik eğitimi, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 15, 194-197

Topçu, H. (1994, 2 Nisan). Gazetecilik eğitimi yetersiz. *Cumhuriyet*.

Öğrenci haber siteleri örnekleri

Görünüm. (t.y.). Erişim adresi: <http://gorunumgazetesi.net/>

İletim. (t.y.). Erişim adresi: <https://iletim.istanbul.edu.tr/>

Haber Üsküdar. (t.y.). Erişim adresi: <https://haberuskudar.com/>

Türkiye’de Ön Lisans Düzeyinde Medya ve İletişim Eğitimi: Yapı, İçerik ve Eğilimler

Deniz Aka

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
denizaka@osmaniye.edu.tr

Özet

Dünyada çağdaş anlamda iletişim eğitimi, 1900’lerin başında ABD’de gazetecilik okullarının kurulmasıyla başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında Almanya, Fransa ve İngiltere’de medya endüstrilerinin genişlemesi ve propaganda deneyimlerinin bilimsel olarak incelenmesi, Avrupa’da iletişimin kurumsallaşmasını hızlandırmıştır. Türkiye’de ise iletişim alanındaki ilk girişimler, 1950’de İstanbul Üniversitesi bünyesinde Gazetecilik Enstitüsü ve 1965’te Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi’ne bağlı kurulan Basın Yayın Yüksekokulu ile başlamıştır. 1980 sonrası dönemde Yükseköğretim Kurulu’nun (YÖK) yapılanması, iletişim fakültelerinin üniversite sistemi içinde kurumsal bir kimlik kazanmasına olanak tanımıştır. Bu dönemde medya sektörünün gelişimi, televizyonculuğun özel sektöre açılması ve reklamcılığın büyümesi, iletişim eğitimine olan talebi artırmıştır. 1990’larda özel televizyonların yayına başlaması, medya ekonomisinin liberalleşmesi ve internetin yaygınlaşması, müfredatların yeniden şekillendirilmesine yol açmış; gazetecilik, radyo-televizyon, halkla ilişkiler ve reklamcılığın yanında yeni medya, dijital iletişim, film tasarımı ve medya yönetimi gibi alanlar ön lisans ve lisans programlarına eklenmiştir. 2024 verilerine göre Türkiye’de 41’i devlet, 21’i vakıf olmak üzere toplamda 62 üniversitede aktif olarak iletişim eğitimi verilmektedir. Bu çalışma, Türkiye’deki ön lisans medya ve iletişim programlarının yapısını ve işleyişini; kuruluş yılı, bağlı olduğu bölüm, akademik personel sayısı ve unvanları, fiziki olanaklar, ders içerikleri ve staj uygulamaları bağlamında karma araştırma yöntemiyle incelemektedir. Bu bağlamda araştırma problemi, program sayısının artmasına rağmen akademik yapılar ve uygulamalı eğitim olanaklarının sınırlı olmasıdır. Çalışmanın amacı ise programların yapısal ve işlevsel özelliklerini ortaya koyarak, güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek ve elde edilen bulgularla eğitim politikalarına katkı sağlamaktır. Araştırma, ön lisans düzeyinde medya ve iletişim eğitiminin Türkiye’deki kurumsal ve akademik yapısına odaklanan kapsamlı çalışmalardan biri olarak, eğitim kurumları, araştırmacılar ve öğrenciler için veri sunmayı hedeflemektedir. Veri toplama sürecinde YÖK Atlas ve Akademik Programlar sayfaları, program web siteleri ve programların Bologna Bilgi Paketleri incelenmiş; ders içerikleri, akademik personel bilgileri, atölye/stüdyo olanakları, staj uygulamaları ve açılış tarihleri tablo hâlinde derlenmiştir. Eksik bilgiler, program koordinatörleri ve akademik personelle yapılan görüşmelerle tamamlanmıştır. Araştırma, Türkiye’de 16’sı devlet, 2’si vakıf olmak üzere toplam 18 üniversitede ön lisans düzeyinde medya ve iletişim programı bulunduğunu ortaya koymaktadır. Programların 9’u ana yerleşkede, 6’sı ilçe yerleşkelerinde yürütülmektedir. Eğitim formatları arasında 15 örgün, 2 uzaktan ve 1 açık öğretim programı yer almaktadır. İlk

program 2010'da Bingöl Üniversitesi'nde, en güncel program ise 2025'te İzmir Ekonomi Üniversitesi'nde açılmıştır. Çoğu program Pazarlama ve Reklamcılık Bölümüne bağlıken; yalnızca bir program Gazetecilik ve Habercilik Bölümünde yürütülmektedir. Tüm programlar temel teorik dersler ve uygulama odaklı dersler sunmakta; uygulama derslerinde fotoğraf, video ve kurgu teknikleri dersleri öne çıkmaktadır. Son yıllarda yapay zekâ ve dijital iletişim dersleri müfredata dahil edildiği görülmüştür. Akademik personel sayısı genellikle dört olup, en yüksek sayı Akdeniz Üniversitesi'nde altıdır. Programlarda öğretim görevlisi ve öğretim görevlisi doktor unvanına sahip akademik personelin yaygın olduğu görülmüştür. Tüm programlarda aktif çekim stüdyosu mevcut olup, bilgisayar laboratuvarları diğer programlarla genellikle ortak kullanılmaktadır. Sadece Hitit Üniversitesi'nde radyo stüdyosu bulunmaktadır. Örgün eğitim programlarında staj zorunlu iken, açık ve uzaktan eğitimlerde staj uygulaması yoktur. İki üniversitenin 3 yarıyıl ders 1 yarıyıl staj (3+1) sistemini uyguladığı, bazı üniversitelerin ise bu sisteme geçmek konusunda çalışmalar yürüttüğü görülmüştür. Bu veriler, Türkiye'de ön lisans medya ve iletişim programlarının, ülkedeki iletişim fakültesi sayılarını da göz önüne alındığında niceliksel açıdan yüksek, nitelik açısından sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Programlar, ağırlıklı olarak 2006 sonrasında kurulan devlet üniversitelerinde yoğunlaşmakta ve çoğunlukla ana yerleşkelerde yürütülmektedir. Akademik personel sayısının sınırlı olması önemli bir kısıt oluştururken, ders içeriklerinde de uygulamalı dersler konusunda yine kısıtlılık saptanmıştır. Yapay zekâ ve dijital uygulamalar derslerinin müfredata eklenmesi, programların çağın gereksinimlerine uyum sağlama eğiliminde olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgular, programların kalite ve çeşitlilik açısından geliştirilmesine yönelik politika ve stratejilerin önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: medya ve iletişim, iletişim eğitimi, ön lisans, müfredat analizi

Üniversiteyi Yeniden Tanımlamak: Türkiye’de Yükseköğretim Politikalarında ve İletişim Eğitiminde Anti-Entelektüalizm

Fatih Serdar Özgültekin

Haliç Üniversitesi

serdarozgultekin@gmail.com

Özet

Anti-entelektüalizm birçok açıdan en güçlü dönemlerinden birini yaşamaktadır. Bu zihniyet sadece otoriter yönetimlere ve siyasi popülizme sahip ülkelerde değil, özellikle neoliberalizmin verdiği ivmenin bir sonucu olarak birçok Avrupa ülkesinde ve uzun yıllardan bu yana Amerika Birleşik Devletleri’nde de görülmektedir. Okumayı ve eğitilmiş insanları küçümseme, bilim karşıtlığı, entelektüel düşmanlığı ve uzmanlara yönelik şüphecilikle karakterize edilen anti-entelektüalizm, günümüzde toplumsal olarak birçok boyutta tezahür etmektedir. Bu zihniyetin en görünür boyutlarından biri de üniversitelerdir. Bugün üniversiteler sadece akademik özgürlük, iş güvencesi ve akademik entelektüeller üzerindeki baskılarla karşı karşıya kalmamakta, aynı zamanda kalite, performans, yaşam boyu öğrenme ve üniversite-iş dünyası/sanayi işbirliği kavramları üzerinden etki alanları daraltılmaktadır. Ayrıca üniversitelerin temel unsurlarından birisi olan eleştirel düşüncenin önemsizleştirilmeye ve eleştirel bilgi üretiminin değersizleştirilmeye çalışıldığını dile getirmek mümkündür. Türkiye’deki yükseköğretim politikaları da eğitime yönelik bu küresel bakış açısından etkilenmektedir. Bu bağlamda, Türkiye’deki yükseköğretim politikalarında anti-entelektüalizmin izleri ve bir anlamda “üniversitelerin yeniden tanımlanması”, eğitim raporlarının analizi ve bazı vaka örnekleri aracılığıyla incelenmektedir. Bu çalışmada iki aşamalı bir yöntem kullanılmıştır. İlk aşamada Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), Yükseköğretim Kurulu (YÖK) ve hükümete yakın bir düşünce kuruluşu olan Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA) tarafından hazırlanan 20 rapor, doküman analizi ve siyaset analizi yöntemleriyle incelenmiştir. Bu analiz neticesinde genel olarak Türkiye’deki eğitim politikalarında anti-entelektüalizmin yansıması şeklinde ele alınabilecek temalar ön plana çıkarılmıştır. Bulgular dört tema altında kategorize edilmiştir. Bu başlıklar aşağıdaki gibidir: “Kalite ve Akreditasyon”, ‘Performans ve Finansman’, ‘Üniversitelerin Ekonomikleştirilmesi’ ve ‘Sosyal Bilimlerin Aşığılanması ve İnkârı’. “Kalite ve Akreditasyon”, yükseköğretim politikalarında zaman içinde giderek daha etkili hale gelen kalite yönetimi süreçlerini ve akreditasyon uygulamalarıyla eğitimi standartlaştırma girişimlerini tartışmaktadır. “Performans ve Finansman”, akademisyenlerin karşı karşıya kaldığı performans baskısı ile eğitimin ve öğrencilerin finansal kavramlarla algılanışına işaret etmeye çalışmaktadır. “Üniversitelerin Ekonomikleştirilmesi”, üniversitelere ilişkin tüm kavram, süreç ve kararların ekonomik terimlerle ifade

edilmesini içermektedir. Son başlık olan “Sosyal Bilimlerin Aşağılanması ve İnkârı” ise son yıllarda sosyal bilimlere yönelik saldırıları ele almakta, bölüm kapatma eğilimleri ve sosyal bilimlerin “işe yaramaz” olduğu iddiaları gibi gelişmeleri değerlendirmektedir. Yöntemin ikinci aşaması ise kendi içinde iki kısımdan meydana gelmektedir. İlk kısımda, yukarıda anılan bulgular çalışmaya konu edilen raporlarda yer alan ve iletişim eğitimi ile ilgili başlıkların analizini içermektedir. İkinci kısımda ise iletişim eğitimi alanıyla ilgili gerçekleştirilen çeşitli uygulama ve politika örneklerinin, yani örnek vakaların analizinin yanı sıra beş iletişim fakültesinin amaç, misyon, vizyon gibi bilgileri ve her bölümden beş dersin Bologna bilgi paketlerinin incelenmesi söz konusudur. Çalışma neticesinde, Türkiye’de hem yükseköğretim alanı ve politikalarına hem de iletişim eğitimine anti-entelektüalist bir bakış açısı tarafından yön verildiği görülmektedir. Ayrıca, yine bu bağlamda, neoliberal yükseköğretim anlayışının çeşitli yansımaları olan öğrenme çıktıları, performans beklentileri, istihdam hedefi ve “esnek işgücü” yetiştirme gibi amaçların da eğitim alanına yansımalarıyla karşılaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: anti-entelektüalizm, eğitim politikaları, iletişim eğitimi, üniversite

Kazakistan ve Türkiye Üniversiteleri Arasında İletişim Alanında Bilimsel İş Birliğinin Sosyo-Ekonomik Önemi

Myrzantay Zhakyp

Kuzey Kazakistan Manash Kozybayev Üniversitesi

mkzhakyp@ku.edu.kz

Aigerim Kozhabay

Kocaeli Üniversitesi

aigerim.xoxo@gmail.com

Lazzat Baibolat

L.N. Gumilyov Avrasya Millî Üniversitesi

baibolat_lb@enu.kz

Özet

Bu çalışmanın amacı, Kazakistan ve Türkiye Cumhuriyeti üniversiteleri arasında iletişim alanında bilimsel iş birliğini geliştirmenin sosyo-ekonomik önemini incelemektir. Çalışma, iki ülkenin yükseköğretim sistemlerinde yer alan iletişim fakültelerinin yapısını, eğitim modellerini, akademik üretim süreçlerini ve toplumsal etki potansiyelini karşılaştırmalı bir biçimde değerlendirmektedir. Özellikle Türkiye'nin iletişim alanındaki eğitim ve araştırma deneyimlerinin Kazakistan'daki üniversitelerin kurumsal kapasitesini güçlendirmede nasıl bir rol oynayabileceği sorusu temel hareket noktası olarak alınmıştır. Bu kapsamda, Türkiye'nin iletişim eğitimi modelinin akademik içerik, uygulamalı öğretim, medya araştırmaları, kamu diplomasisi ve uluslararası iletişim bağlamında sunduğu fırsatların Kazakistan'a uyarlanabilirliği incelenmiştir. Günümüz bilgi toplumunda iletişim alanı, sadece medya üretimiyle değil, aynı zamanda toplumsal bilinç, kamuoyu oluşumu ve uluslararası ilişkilerle doğrudan bağlantılı stratejik bir sektördür. Türkiye, son yıllarda iletişim alanında bölgesel bir merkez haline gelmiş hem teorik hem de pratik temelde güçlü akademik bir altyapı oluşturmuştur. QS World University Rankings listesine giren üniversitelerin medya, halkla ilişkiler ve dijital iletişim bölümleri, yenilikçi müfredatları ve aktif araştırma merkezleriyle dikkat çekmektedir. Bu deneyimin Kazakistan'a aktarılması, ülkenin medya uzmanı, gazeteci, halkla ilişkiler ve iletişim profesyonelleri yetiştirme kapasitesini artıracaktır. Ayrıca iki ülke arasındaki bilimsel iş birliği, uluslararası akademik ağlara katılımı güçlendirecek, Türk dünyasında ortak bilimsel değerlerin gelişmesine zemin hazırlayacaktır. Bu bağlamda çalışma, sadece akademik bir katkı değil, aynı zamanda bölgesel barış, ekonomik kalkınma ve kültürel yakınlaşma açısından da stratejik bir öneme sahiptir. Araştırma, 2024 yılı Eylül ayından 2025 yılı

Ağustos ayına kadar Ankara’da gerçekleştirilen bilimsel staj kapsamında toplanan nitel verilere dayanmaktadır. Çalışmada, Türkiye Cumhuriyeti’nin önde gelen üniversitelerinin iletişim fakültelerinde yerinde gözlem, doküman incelemesi ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemleri kullanılmıştır. Bilimsel staj sürecinde yapılan incelemeler sonucunda, Türkiye’de faaliyet gösteren toplam 208 üniversitenin (129 devlet, 75 vakıf ve 4 vakıf meslek yüksekokulu) 75’inde İletişim Fakültelerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Bu durum, Türkiye’de iletişim eğitiminin yükseköğretim sistemi içindeki kurumsal yaygınlığı ve akademik önemini göstermesi bakımından dikkatimizi çekmiştir. Çalışma kapsamında, söz konusu fakültelerin yükseköğretim faaliyetleri ile bilimsel araştırma süreçlerinin yapısal ve yöntemsel özellikleri incelenmiş, bu alanlardaki uygulamalara ilişkin kapsamlı bir akademik değerlendirme yapılmıştır. Ayrıca, müfredatların analizi, öğretim üyelerinin akademik profilleri, bilimsel yayın faaliyetleri, öğrenci araştırma projeleri ve sosyal sorumluluk etkinlikleri sistematik biçimde değerlendirilmiştir. Scopus ve Web of Science veri tabanlarında yer alan Türk dergilerinin yayın politikaları ve hakemlik standartları da incelenmiştir. Elde edilen bulgular, Kazakistan’daki üniversitelerin mevcut durumu ile karşılaştırılarak, iki ülke arasında iletişim alanında uygulanabilir akademik iş birliği modelleri geliştirilmiştir. Bu süreçte, özellikle öğrenci değişim programları, ortak ders içerikleri, ortak araştırma projeleri, çift diploma programları ve akademik personel hareketliliği gibi iş birliği araçlarının önemi vurgulanmıştır. Araştırmanın metodolojik yönü hem kurumsal belgelerin incelenmesine hem de doğrudan akademik ortamın gözlemlenmesine dayanarak kapsamlı bir nitel analiz imkânı sağlamıştır. Araştırmanın sonucunda, Türkiye üniversitelerinin iletişim alanındaki akademik birikimi ve uygulama temelli öğretim deneyiminin Kazakistan için önemli bir referans modeli sunduğu belirlenmiştir. Türk yükseköğretiminde teori ile pratiğin bütünleştirildiği dinamik yapı, Kazakistan’daki iletişim eğitiminin modernizasyonuna katkı sağlayabilir. İki ülke arasında iletişim alanında kurulacak ortak araştırma merkezleri, akademisyen değişim programları ve ortak yayın girişimleri, Orta Asya bölgesinde bilimsel entegrasyonu güçlendirecektir. Bu iş birliği, sadece akademik bilgi paylaşımıyla sınırlı kalmayıp, medya okuryazarlığı, dijital dönüşüm, kamu diplomasisi ve uluslararası iletişim alanlarında da toplumsal gelişimi destekleyecektir. Sonuç olarak, Kazakistan ve Türkiye üniversiteleri arasında iletişim alanındaki bilimsel iş birliğinin güçlendirilmesi, iki ülkenin sosyo-ekonomik kalkınması, kültürel etkileşimi ve bölgesel istikrarı açısından kalıcı bir katkı sunacaktır. Bu tür akademik ortaklıkların yaygınlaştırılması, Türk dünyasında ortak bilgi alanının inşasına ve uluslararası bilimsel görünürlüğün artmasına da önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kazakistan, Türkiye, iletişim eğitimi, uluslararası iletişim, uluslararası akademik iş birliği, medya çalışmaları, yükseköğretim, sosyo-ekonomik kalkınma

Girişimci Gazetecilik Eğitiminin Söylemsel İnşası: Türkiye’deki Gazetecilik Müfredatları

Gizem Uyanık Uğur

İstanbul Aydın Üniversitesi

gizemuyanik@aydin.edu.tr

Özet

Bu çalışma, Türkiye’deki iletişim fakültelerinin gazetecilik bölümü ders müfredatlarını inceleyerek, girişimcilik söyleminin yükseköğretim düzeyinde nasıl kurulduğunu eleştirel bir perspektiften analiz etmektedir. Girişimci gazetecilik hem haber medyasında hem de akademik literatürde giderek daha fazla tartışılan bir olgu hâline gelmiştir. Ancak gazeteciliğin teknolojik yeniliklere uyum sağlaması gerektiği yönündeki yaygın görüş, girişimci gazeteciliğin ideolojik yönünü çoğu zaman göz ardı etmektedir. Bu tanımlamalar genellikle “dijital çağın gereklilikleri” ve “kahraman gazeteci” gibi söylemler etrafında şekillenmekte; gazetecilerin mesleklerini sürdürebilmelerinin ön koşulu olarak teknolojik yetkinlik vurgulanmaktadır. Gazeteciler, haber kuruluşlarını giderek artı-değer üreten işletmeler olarak görmeye ve haber odalarının varlığını sürdürebilmesinin buna bağlı olduğuna inanmaya başlamaktadır. Bu çerçevede girişimci gazetecilik uygulamaları, gazetecilerin sektörde tutunabilmeleri için iş dünyasıyla daha yakın ilişkiler kurmaları gerektiğini savunmaktadır. Temel argüman, gazetecilerin finansal sürdürülebilirlik sorumluluğunu üstlenmelerinin, haberlerin dolaşımını ve gazeteciliğin sürekliliğini güvence altına alacağı yönündedir. Dahası, gazeteciliğin kırılgan yapısının, ekonomik faaliyetlerden, girişimcilikten ve piyasa aktörleriyle ilişkilerden kendini soyutlamasından kaynaklandığı öne sürülmekte; bu nedenle, haber üretimi ile ekonomik alan arasındaki sınırın daha geçirgen hale gelmesi gerektiği savunulmaktadır. Bu çalışma, söz konusu söylemlerin akademik müfredata nasıl yerleştiğini, hangi kavramlar ve retorikler aracılığıyla yeniden üretildiğini analiz etmektedir. Araştırmanın temel sorunsalı, dijitalleşme ve medya endüstrilerindeki yapısal dönüşümlerle birlikte girişimci gazeteciliğin üniversitelerde giderek daha fazla vurgulanan bir öğretim alanına dönüşmesidir. Ancak bu yaklaşım, çoğu zaman yalnızca “yenilikçilik”, “özgürlük” ve “iş modeli geliştirme” gibi liberal anahtar kavramlar üzerinden kurgulanmakta; emek politikaları, güvencesizlik, sendikalaşma ve kolektif üretim gibi eleştirel boyutlara müfredatta sınırlı biçimde yer verilmektedir. Araştırmanın evrenini, Türkiye’deki iletişim fakültelerinin gazetecilik bölümleri oluşturmaktadır. YÖK Atlas veri tabanına göre Türkiye’de lisans düzeyinde gazetecilik bölümü bulunan 44 üniversite araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. “Girişimci gazetecilik”, “medya ve girişimcilik”, “iletişim ve girişimcilik” anahtar kelimeleriyle yapılan tarama sonucunda, dört üniversitede bu derslerin verildiği tespit edilmiştir. Bu analiz çerçevesinde örneklem, Ankara Üniversitesi, Ondokuz Mayıs

Üniversitesi, Nişantaşı Üniversitesi ve Trabzon Üniversitesi’nden oluşmaktadır. Üniversiteler, araştırmada karşılaştırmalı analiz yapılabilmesi amacıyla amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ve eleştirel söylem analizi yöntemleri birlikte kullanılmıştır. İlk aşamada, Türkiye’deki iletişim fakültelerinin resmi web sitelerinde yayımlanan ders programları doküman analizi yöntemiyle incelenmiştir. İkinci aşamada, tespit edilen dört dersin içerikleri, amaçları ve ölçme-değerlendirme kriterleri eleştirel söylem analizi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, Ankara, Ondokuz Mayıs, Nişantaşı ve Trabzon üniversitelerinin ders içerikleri karşılaştırıldığında, “girişimci gazetecilik” söyleminin Türkiye’deki gazetecilik müfredatına ağırlıklı olarak bireysel başarı, yenilikçilik ve piyasa uyumu ekseninde yerleştiği görülmektedir. Nişantaşı Üniversitesi’nde dersin içeriğinde Nicole S. Cohen’in (2015) “güvencesiz medya emeği” tartışmasına yer verilmesi, girişimci gazetecilik söyleminin eleştirel ekonomi politik bir bakışla sorgulanmasına olanak tanısa da bu potansiyel müfredatta yüzeysel kalmakta; dersin genel işleyişi “krizi fırsata çevirme” ve “parlak fikir” retoriği etrafında şekillenmektedir. Genel olarak dört üniversitenin dersleri, gazeteciliği kamusal bir meslekten ziyade bireysel bir girişim alanı olarak yeniden tanımlayarak, neoliberal özneleşme süreçlerini ve piyasa rasyonalitesini yükseköğretim düzeyinde yeniden üretmektedir. Bu durum, öğrencilerin gazeteciliği bir “girişimcilik pratiği” olarak içselleştirmelerine yol açarken, aynı zamanda neoliberal emek piyasalarının güvencesiz koşullarını meşrulaştırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: girişimci gazetecilik, neoliberalizm, medya emeği, gazetecilik müfredatı

Dijital Flört Şiddetinin Görünmeyen Yüzü: Türkiye Geneline Nicel Bir Değerlendirme

Ruhdan Uzun

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
ruhdanuzun@yahoo.com

Aysel Yıldız Doğanay

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
ayselyldz88@gmail.com

Hakan Kılınç

kilinchakann@gmail.com
deneme

Elif Burcu Özkan

elf.burcu@gmail.com
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Özet

Dijital medya araçları, toplumsal ilişkilerde yeni iletişim yolları açarak bireyler arasındaki iletişim ve etkileşimi kolaylaştırmıştır. Aynı zamanda, romantik ilişkilerde güç, kontrol ve mahremiyet sınırlarını dönüştürerek yeni şiddet biçimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu şiddet biçimlerinden biri olan dijital flört şiddeti, bireylerin partnerleri üzerinde sosyal medya, mesajlaşma uygulamaları ve diğer dijital araçlar aracılığıyla baskı kurma, izleme, tehdit etme veya cinsel içerikli taleplerde bulunma davranışlarını kapsamaktadır. İlgili literatür incelendiğinde, dijital flört şiddetinin hem bireysel hem toplumsal düzeyde giderek daha fazla dikkat gerektiren toplum sağlığı sorunlarından biri haline geldiği görülmektedir. Dolayısıyla dijital flört şiddeti iletişim bilimleri alanında farklı disiplinlerin kesiştiği önemli bir inceleme alanı olarak belirmektedir. Bu alanda, flört şiddetine ilişkin geniş kapsamda ve farklı alanlarda çalışmalar yapılmış olmasına karşın söz konusu olgunun dijital boyutunu inceleyen az sayıda çalışma bulunmaktadır. Flört ilişkilerinin giderek gelişen teknolojilerle beraber dijital ortamlara taşınması nedeniyle bu ortamlarda yaşanan dijital flört şiddetinin durumunu ve boyutunu araştırma gerekliliği bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Bu bildiri, dijital flört şiddetine ilişkin TÜBİTAK destekli projenin ilk aşamasının sonuçlarını kapsamaktadır. Çalışmanın bu aşamasında Türkiye'deki genç bireyler arasında dijital flört şiddetinin doğasını, yaygınlığını ve algılanma biçimlerini nicel olarak araştırmak hedeflenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın örneklemi Türkiye genelinden 100 katılımcı oluşturmaktadır. Yaşları 15 ile 29 arasında değişen, en az bir kez flört deneyimine sahip ve evli olmayan katılımcılar çalışmaya dâhil edilmiştir.

Basit rastlantısal örnekleme yönteminin uygulandığı çalışmada gönüllülük esasına dayalı olarak katılımcılarla yüz yüze anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışması sonucunda sahadan elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde frekans analizi gibi betimsel istatistiklerin yanı sıra demografik değişkenler ile dijital flört şiddeti arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik testler uygulanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular, dijital flört şiddetinin gençler arasında yaygın ve çok boyutlu bir olgu olduğunu göstermektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu dijital flört şiddetine maruz kaldıklarını, önemli bir bölümü de dijital flört şiddeti olarak tanımlanan davranışlarda bulunduklarını ifade etmiştir. Partnerin sosyal medya hesaplarını denetleme, çevrimiçi aktivitelerini izleme ve konum paylaşımını talep etme gibi davranışların en sık görülen şiddet biçimleri olduğu belirlenmiştir. Öte yandan partnerler arasında şiddetin yaşanmasında bireylerin farkındalıkları da önem kazanmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, dijital flört şiddeti içeren davranışların bireyler tarafından nasıl nitelendirildiği de araştırılmıştır. Araştırma verileri, flört ilişkisi süresince partnerlerin birbirlerini kontrol edici, kısıtlayıcı ve yönlendirici tutumlar sergilemelerini aşk ve sevginin bir göstergesi olarak kabul ettiklerini ve böylelikle normalleştirdiklerini göstermiştir. Bulgular, dijital flört şiddetiyle mücadelede dijital okuryazarlığın güçlendirilmesi, onay kültürünün yaygınlaştırılması ve toplumsal farkındalığı artıran eğitim programlarının geliştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: dijital flört şiddeti, partner şiddeti, flört istismarı, dijital medya

Dijital Bekçilik: Algoritmik Kamuoyu, Haberler ve 2024 ABD Seçimleri

Güzide Nisa Nur Saygılı

Bağımsız Araştırmacı

nisa02nur02@gmail.com

Özet

Bu araştırma, 2024 Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık seçimlerinde algoritmik veri düzenlemesinin kamuoyu üzerindeki etkilerini incelemektedir. Google, X, Facebook gibi dijital platformların siyasal söylemler üzerinde belirleyici etkisi giderek artmaktadır. Bu bağlamda kamuoyunun şekillenmesinde filtre balonları, yankı odaları ve algoritmik kamuoyu gibi kuramsal çerçeveler tartışmaların merkezindedir. Bu çalışmanın temel odağı Google gibi çevrimiçi platformların haber seçimi ve dağıtımında politik söylemi ve kamuoyunu nasıl yönlendirdiğini ortaya koymaktır. Günümüz demokrasilerinde dijital medya araçları yalnızca haber iletiminde değil aynı zamanda kamuoyu oluşturmada da etkindir. Özellikle seçim dönemlerinde algoritmaların şeffaf olmayışı, bazı anlatıları öne çıkarırken diğerlerini geri planda bırakması, siyasal temsilin adillliğini ve çoğulculuğunu tehdit etmektedir. Donald J. Trump gibi politik aktörlerin Google gibi arama motorlarının algoritmalarını kendi imajlarına karşı “temsil baskısı” ve “yanlı” araçlar olarak sunmaları, bu tartışmaların siyasal stratejilere yön verdiğini göstermektedir. Bu sebeple bu araştırma sadece algoritmaların teknik açılarına değil aynı zamanda toplumsal ve politik yansımalarına da ışık tutmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olan anlatı analizi benimsenmiştir. Veriler New York Times, New York Post ve Yahoo News Australia gibi internetin önde gelen haber platformlarında yayınlanan 2024 seçim dönemi haberleri, Google haberler sekmesinden seçilmiş ve incelenmiştir. Ayrıca verileri toplarken kişiselleştirilmiş sonuçları en aza indirmek amacıyla tarayıcıda gizli sekme özelliği kullanılmıştır. İnceleme sürecinde David Brake, Nicholas Diakopoulos gibi araştırmacıların filtre balonları, yankı odaları ve Gandini, Keeling ile Reviglio’nun algoritmik kamuoyu kuramları temel alınmış, haberlerin söylem yapıları değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları algoritmaların tarafsız, teknik araçlar olmaksızın siyasal iletişimde ve kamuoyu oluşturmada etkin rol oynadıklarını ortaya koymaktadır. İncelenen haberlerde her ne kadar özellikle Google ve X gibi online platformların tarafsız olduğu iddia edilse de bulgular algoritmaların bazı politik fikirlerin ve figürlerin öne çıkarılırken bazılarını arka plana ittiğini işaret etmektedir. Bu nedenle algoritmalar kamuoyunda kutuplaşmayı ve demokratik hesap verme yükümlülüğünü zayıflatma potansiyeline sahiptir. Üstelik Trump gibi şahsiyetlerin algoritmalara karşı “kurban” söylemini aracı olarak kullanıp, destek toplama çabaları dikkat çekmektedir. Bununla birlikte haber metinlerinin çoğunda kullanıcıların aktif özne ve etkileşim işlevlerinin göz ardı edilmesi, algoritmik kamuoyu kavramının

merkezindeki insan ve algoritmanın dinamik etkileşimini eksik temsil ettiğini göstermektedir. Sonuç olarak bu araştırma algoritmik şeffaflık, güçlü dijital medya okuryazarlığı ve sağlam düzenleyici politikaların siber ve gerçek dünyada demokratik istikrarın korunması için acil bir ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Dijital bekçilik ve algoritmik veri düzenlemeleri sadece teknolojik bir süzgeç değil aynı zamanda insan ve makinenin etkileşiminden doğan dinamik, hibrit bir yapı olarak da ele alınmalıdır. Bu çalışma demokratik süreçlerin devamlılığı için algoritmaların siyasal iletişim ve kamuoyu üzerindeki etkilerinin bütüncül olarak anlaşılmasının ve yönlendirilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: algoritma bekçiliği, algoritmik kamuoyu, 2024 abd başkanlık seçimleri, algoritmik propaganda, algoritmik gazetecilik

Yeni Okuryazarlık Paradigması: Dijital Okuryazarlık, Bilgi Okuryazarlığı ve Medya Okuryazarlığının Kesişim Noktaları

Mehtap Uyar

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

mehtapgunes@mail.com

Özet

Geleneksel okuryazarlık anlayışı, uzun yıllar boyunca yalnızca okumayı ve yazmayı kapsayan dar bir çerçevede ele alınmıştır. Ancak, teknolojik gelişmelerin hızla artması ve dijitalleşmenin toplumsal yaşamın tüm alanlarını dönüştürmesiyle birlikte, bu anlayışın yetersiz kaldığı açıkça görülmektedir. Özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren ortaya çıkan bilgi toplumu ve ardından gelen dijital toplum, bireylerden çok daha kapsamlı becerileri talep etmeye başlamıştır. Bu bağlamda, bilgiye erişim, bilgiyi yorumlama, üretme, paylaşma ve eleştirel olarak değerlendirme gibi yetkinlikleri içeren yeni okuryazarlık türleri önem kazanmıştır. Bu türler arasında en çok öne çıkanlar bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlıktır. Son altmış yılda, bireylerin ve toplumların çağın gereklerine uyum sağlayabilmeleri için gerekli olan yetkinlikleri tanımlamak üzere farklı kavramlar ortaya atılmıştır. Bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, görsel okuryazarlık ve haber okuryazarlığı gibi terimler, farklı disiplinlerin ve alanların perspektifinden türetilmiş olsalar da temelde bireylerin bilgiye, içeriğe ve iletişime yönelik bilinçli, eleştirel ve etik tutumlar geliştirmesine odaklanmaktadır. Bu kavramlar, birbirleriyle kesişen alanlara sahip olmakla birlikte farklı teorik geçmişlere ve uygulama biçimlerine de sahiptir. Bu okuryazarlık türlerinin aralarındaki sınırlar ayrıştırıcı değil tamamlayıcılık temelinde yorumlanmalıdır. Günümüzde medya ve dijital teknolojiler yalnızca eğlence veya bilgi alma araçları olmanın ötesinde, bireylerin sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamlarında aktif rol oynayan unsurlar hâline gelmiştir. Özellikle çocuklar ve gençler, medya içeriklerine çok erken yaşlarda ve yoğun şekilde

maruz kalmakta; bu durum ise onların medya içeriklerini nasıl algıladıkları, nasıl yorumladıkları ve içerik karşısında nasıl tutum sergiledikleri gibi soruları gündeme getirmektedir. Eğitim sistemleri, bu yeni medya gerçekliğini dikkate alarak bireyleri medya ve bilgi okuryazarlığı becerileriyle donatmakla yükümlüdür. UNESCO'nun medya ve bilgi okuryazarlığını tek bir çatı altında birleştirmesi de bu gerekliliğin kurumsal düzeyde bir yansımasıdır. Bu çalışma, dijital çağda bireylerin bilgiye erişim, değerlendirme ve üretim süreçlerinde kritik rol oynayan dijital okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı kavramlarını bir arada ele alarak, bu üç okuryazarlık türünün benzerliklerini, farklılıklarını ve entegrasyonunun gerekliliğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Günümüzde dijital medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, bireylerin yalnızca teknolojiye erişimi değil, aynı zamanda medya içeriklerini doğru analiz edebilme ve eleştirel düşünme becerileri kazanabilmesi de büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, üç okuryazarlık türünün bir arada değerlendirilmesi; bireylerin dijital dünyada karşılaştıkları bilgi kirliliği, mahremiyet ihlali, siber zorbalık ve sayısal uçurum gibi risklere karşı daha donanımlı hale gelmelerini sağlayacak bütüncül bir yaklaşım sunmaktadır. Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmış ve ilgili alanyazın taranarak dijital, bilgi ve medya okuryazarlığına ilişkin güncel, eleştirel akademik çalışmalar ve modeller incelenmiştir. Üç okuryazarlık türü arasındaki kavramsal örtüşmeler ve ayrımlar analiz edilmiş, bu okuryazarlıkların eğitimde nasıl bütüncül olarak ele alınabileceğine dair değerlendirmelere yer verilmiştir. Literatürde her ne kadar bu alanlar farklı başlıklar altında incelse de araştırmacıların büyük çoğunluğu bu kavramların birbirinden kesin çizgilerle ayrılması gerektiğini, aksine teknolojik gelişmeler doğrultusunda birlikte ele alınmasının daha işlevsel olduğunu savunmaktadır. Çalışmanın sonucunda, bilgi, medya ve dijital okuryazarlığın yalnızca teknik becerilerle sınırlı olmadığı; aynı zamanda bireyin yaşam boyu geliştirmesi gereken sosyal, kültürel ve eleştirel yeterlilikleri kapsayan çok boyutlu kavramlar olduğu vurgulanmıştır. Bu üç alanın entegrasyonu, bireylerin dijital ortamlarda daha bilinçli, seçici ve sorumlu davranmalarını destekleyen bir çerçeve sunmaktadır. Ayrıca medya eğitiminin, özellikle çocuklar ve gençler başta olmak üzere tüm bireylerin dijital medya ortamlarında aktif, katılımcı ve eleştirel bireyler olarak var olabilmeleri açısından hayati öneme sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sayısal uçurumun azaltılması, dijital eşitsizliklerin giderilmesi ve çevrimiçi refahın artırılması adına, bu okuryazarlık türlerinin eğitim sistemine bütüncül bir şekilde entegre edilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: dijital okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, sayısal uçurum

Haber Metinlerinde Medya Okuryazarlığının Temsili Üzerine Bir Tematik Analiz

Fatma Yağmur Demirel

Başkent Üniversitesi

yagmurdemirel@gmail.com

Özet

Günümüzde medya teknolojilerinin gelişmesi ve dijital iletişim araçlarının hızla yaygınlaşması, bireylerin bilgiye erişim biçimlerini ve toplumsal katılım süreçlerini önemli ölçüde dönüştürmüştür. Bu bağlamda, medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık, yalnızca içeriklere eleştirel bir gözle yaklaşabilme becerisi değil, aynı zamanda yeni iletişim araçlarını etkin ve bilinçli şekilde kullanabilme yetisini de kapsamaktadır. Bireylerin çevrimiçi risklerden korunması, risklerin farkında olarak dijital fırsatları değerlendirebilmesi ve demokratik katılım süreçlerinde aktif olarak yer alabilmesi bu becerilerin hem eğitimde hem de toplumsal bağlamda önemini artırmaktadır. Bu araştırmanın amacı, “medya okuryazarlığı” ve “dijital okuryazarlık” kavramlarının toplumsal bağlamda ele alınış biçimini anlamaktır. Araştırma, dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı kavramlarının kamuoyu tarafından nasıl anlamlandırıldığını, hangi toplumsal aktörlerle ilişkilendirildiğini ve bu kavramlara ilişkin haberlerin hangi temalar etrafında inşa edildiğini değerlendirmeyi hedeflemektedir. Çalışma, Braun ve Clarke’ın altı aşamalı tematik analiz yaklaşımına göre yapılandırılmıştır. Bu kapsamda, Türkiye’de Ocak 2022– Ekim 2025 tarihleri arasında Sabah, Hürriyet, Cumhuriyet, Akşam, Habertürk ve Haber7 gazetelerinin çevrimiçi haber arşivlerinden “medya okuryazarlığı” ve “dijital okuryazarlık” anahtar sözcükleri kullanılarak toplamda 32 habere erişilmiş, haber içerikleri okunmuş, vurgu noktaları ve kavramsal çerçeveler kodlanmıştır. Ardından kodlar ortak anlam kümeleri altında birleştirilerek koruma ve risk, güçlenme söylemi, eleştirel yurttaşlık, dijital farkındalık ve fırsatlar olmak üzere dört ana tema belirlenmiştir. Bulgular, haberlerde medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık söylemlerinin büyük ölçüde iki ana tema etrafında şekillendiğini göstermiştir. Buna göre öne çıkan ilk tema, koruma ve risk teması olmuş; bu temada, çocuk ve gençlerin çevrimiçi risklerden korunmasında ebeveyn ve öğretmenlerin sorumluluğu vurgulanmıştır. Medya okuryazarlığı ise burada bir tür “savunma mekanizması” olarak ele alınmış ve bir eğitim sorumluluğu olarak işaret edilmiştir. Çalışmada öne çıkan diğer tema ise dijital farkındalık ve fırsatlardır. Bu temada, dijital okuryazarlığın eğitsel, mesleki ve toplumsal katılımı artıran yönleri öne çıkarılırken yapay zekâ, dijital bağımlılık ve kontrol kaybı konuları tartışılmıştır. Çalışmanın bulguları ayrıca eleştirel yurttaşlık temasını da ortaya koymaktadır. Bu tema kapsamında medya okuryazarlığı, yalan haber ve dezenformasyona karşı demokratik bir beceri olarak sunulmuştur. Son olarak güçlenme söylemi de çalışmada dikkat çeken temalardan biri olmuştur. Bu temada dijital okuryazarlık, “dijital dahil olma” aracı olarak

yeniden çerçevelendirilmiştir. Öte yandan, çalışmanın bulguları, haberlerin %70'inden fazlasının çeşitli resmî kurumların açıklama veya etkinlikleri odağında şekillendiğini de göstermiştir. Bu durum, medya okuryazarlığı kavramının “devletle özdeşleştiği” bir temsil üretildiği şeklinde yorumlanabilir. Çalışma, Türkiye’de medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlığın haber temsillerinde, söz konusu kavramların eleştirel değil, büyük oranda devlet merkezli, risk odaklı ve eğitimle sınırlandırılmış bir çerçevede ele alındığını gösterir nitelik taşımaktadır. Medya okuryazarlığı veya dijital okuryazarlığa ilişkin haberlerde tematik çeşitlilik bulunsa da haber dilinde bireyin “aktif medya kullanıcısı” rolü yerine “korunması gereken tüketici” rolü ile öne çıktığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, çevrimiçi haberler, yeni iletişim teknolojileri

Femvertising Odaklı Reklamların Kadın Kullanıcılar Tarafından Alınlanması Üzerine: Penti “Hiç Çamaşırı” Örneği

İrem Çiğdem Feyiz

Bağımsız Araştırmacı

iremciğdem@gmail.com

Gülten Arslantürk

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

gulten.arslanturk@omu.edu.tr

Özet

Reklamlar tüketici davranışlarına yön veren bir araç görevi görmektedir. Günümüzün modern toplumlarında rekabetin her geçen gün daha da artmasıyla bağlantılı olarak ürün ve hizmet sektöründe de artış gözlemlenmektedir. Bu durum araç konumunda olan reklamları da etkilemektedir. Aynı zamanda teknolojiyle birlikte dijitalleşen dünyada, internetin ve sosyal medyanın da etkisiyle reklam sektörü şekillenmekte; dijital ortamlar sayesinde hedef kitlesine ulaşması farklı ve çeşitli yolları olanaklı kılmaktadır. Dijital ortamlar ile birlikte hedef kitleye ulaşıyor olması, reklam sektörünün dönüşümüne katkıda bulunmaktadır. Bu ortamlar geleneksel reklam ortamlarına kıyasla etkileşimi yüksek bir süreç izlediği için tüketiciler ile doğrudan bir iletişim sağlar. Reklamcılık sektörü, uzunca bir süre kadın temsiliyi nesneleştirme, klişeler, cinsiyetçiliği merkeze alan roller çerçevesinde oluşturmuştur. Son yıllarda yapılan reklamlarda kadın, güçlü ve kendi ayakları üzerinde durabilen bir konuma yerleştirilmeye başlanmıştır. Geleneksel reklamcılığın ötesine geçerek kadınları sadece tüketici olarak görmeyip güçlü ve özgür bireyler olarak temsil etmeyi amaç edinen reklamlar oluşmaya başlamıştır. Feminist reklamcılık kadın temsiliyi bu sınırlandırılmış alanını genişleterek kadınların reklamlarda nesne değil özne konumunda yer almalarını sağlamaktadır. Bunu yaparken de dijital platformların etkileşiminden, bilgilerin hızlı bir şekilde işlenmesinden ve iletişimin canlılığından yararlanmaktadır. “Feminizm” ve “advertising” kelimelerinin birleşimiyle literatüre giren “femvertising” kavramı birçok tartışma konusunu da beraberinde getirmiştir. Bir taraf reklamlarda kadını nesne değil özne olarak kendi ayakları üzerinde durabilen güçlü bir konumda göstermenin feminizmin amaçlarına hizmet ettiğini düşünürken diğer taraf ise bunun kadınları bir pazarlama stratejisi olarak kullandığını ve feminizm kavramının içini boşaltmasına neden olduğunu düşünmektedir. Bu çalışmada örneklem olarak Penti markasının 20 Eylül 2023 tarihinde yayınlanan “Hiç Çamaşırı” reklamı seçilmiştir. Bu reklamın seçilmesinin nedeni feminist reklamcılığın başlıca öğelerini içinde barındırmasıdır. Özellikle mahremiyet kavramıyla ilişkilendirilen iç çamaşırı ürünlerinin reklamlarda kullanıldıkları

mesajların, hedef kitledeki etkisi ve toplumun değer yargılarıyla ilişkisi önemli ve dikkat çekicidir. Kendilerini kadın olarak tanımlayan bireylerin kullandığı sütyenlerin rahatlığına vurgu yapan bu reklamlarda 'ikizler' birer metafor olarak kullanılmaktadır. Mahrem olanın iktidar ilişkilerince sınırlandırılması, iç çamaşırların pazarlanmasında da dönüşüme neden olmuş ve reklamlarda kullanılan kelime oyunları ile kadın kamusalılığı bir direniş olanağına dönüşmüştür. Bu alana ilişkin hipotezleri sınavabilmek adına Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Bilimleri yüksek lisans öğrencileri içinden seçilen dört kadın katılımcı ile odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların reklama ilişkin çözümlemelerinden yola çıkılarak alımlama analizi gerçekleştirilmiş ve verilen yanıtlar doğrultusunda dört farklı tema tespit edilmiştir. Bunlar; (1) ikizler anlatısının alımlanması, (2) toplumsal cinsiyetin alımlanması, (3) mahremiyetin sınırlarının alımlanması ve (4) felsefi bir sorun olarak hiçliğin alımlanması olarak sıralanabilmektedir. Katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda ilgili reklamın feminist bir farkındalık yarattığı yönünde bir çıkarıma varılması mümkün olsa da kurumların feminizmi kendi çıkarları için araçsallaştırması metalaşmış feminizme de neden olabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: reklam, femvertising, tüketici, penti, hiç çamaşırı

Dijital Reklamcılıkta Yapay Zekâ Kullanımı: Bankacılık Sektöründe Mobil Uygulamalara Yönelik Bir Tematik İçerik Analizi

Dilara Akan

Bağımsız Araştırmacı

dilara.akan1907@gmail.com

Başak Solmaz

Selçuk Üniversitesi

bsolmaz@selcuk.edu.tr

Özet

Dijital teknolojilerde yaşanan hızlı gelişim, reklamcılığın temel dinamiklerini köklü biçimde dönüştürmüştür; geleneksel kitle iletişimi anlayışının yerini kişiselleştirilmiş, hedef kitleye özgü ve veriye dayalı stratejiler almıştır. Bu dönüşümün merkezinde yer alan yapay zekâ teknolojileri, dijital reklamcılığın hem içerik üretiminde hem de stratejik planlama süreçlerinde yönlendirici bir aktör hâline gelmiştir. Günümüzde özellikle bankacılık sektörü, dijital asistan uygulamaları aracılığıyla kullanıcıyla doğrudan iletişim kurarak yapay zekâ destekli reklamcılığın en görünür örneklerinden birini sunmaktadır. Bu bağlamda çalışma, Türkiye’de faaliyet gösteren beş büyük bankanın (İş Bankası, Garanti BBVA, Ziraat Bankası, Akbank ve Yapı Kredi) dijital asistanları üzerinden kullanıcılara iletilen reklam mesajlarını incelemektedir. Araştırmanın amacı, yapay zekâ destekli dijital reklam söylemlerinin hangi temalar etrafında şekillendiğini, bu söylemlerde kullanılan iletişim stratejilerini ve kullanıcı deneyimini nasıl dönüştürdüğünü ortaya koymaktır. Nitel araştırma desenine sahip olan çalışma, Braun ve Clarke’ın (2006) altı aşamalı tematik analiz yöntemiyle yürütülmüştür. Bu doğrultuda veriler, dijital asistanlar tarafından sunulan reklam mesajlarının içeriklerinden oluşturulmuş; kodlama, tema oluşturma, gözden geçirme, tanımlama ve yorumlama aşamaları takip edilmiştir. Elde edilen bulgular, yapay zekâ destekli reklamların kullanıcı merkezli, etkileşim odaklı ve yönlendirici bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital asistanlar yalnızca bilgilendirme amacı taşımamakta, aynı zamanda kullanıcıyı belirli ürün ve hizmetlere yönlendiren, kişisel tercihlere dayalı öneriler geliştiren ve ikna edici bir rol üstlenen iletişim aktörleri olarak konumlanmaktadır. Analiz sonucunda reklam söylemleri altı ana tema altında toplanmıştır: bilgilendirme, yönlendirme, kişiselleştirme, güven inşası, ikna edici strateji ve duygusal yakınlık. Elde edilen bulgular, reklam mesajlarının sadece ürün ya da hizmet tanıtımıyla sınırlı kalmadığını; aynı zamanda kullanıcıların dijital ortamdaki davranışlarını analiz ederek, onlara özel içerik stratejileri geliştirdiğini göstermektedir. Bu bağlamda yapay zekâ destekli sistemler, kullanıcıların geçmiş işlemlerinden,

tercih alışkanlıklarından ve dijital izlerinden hareketle hedef odaklı bir reklam iletişimi kurmaktadır. Böylece reklamcılık, geleneksel “birden çoğa” yaklaşımından çıkarak “bireyden bireye” bir iletişim modeline dönüşmüştür. Bu dönüşüm, kullanıcıların reklam mesajlarını bir “iletişim yükü” olarak değil, bir “deneyim alanı” olarak algılamalarını da sağlamaktadır. Çalışmanın dikkat çekici bir diğer bulgusu, güven inşası temasının yapay zekâ temelli iletişimde merkezi bir rol üstlenmesidir. Bankacılık sektöründe güven, kullanıcıların dijital platformlara adaptasyonunda belirleyici bir faktördür. Dijital asistanların samimi, anlaşılır ve profesyonel bir dil kullanması; kullanıcıya güven hissi aşılayarak hem marka itibarını güçlendirmekte hem de reklam mesajlarının ikna gücünü artırmaktadır. Bu durum, yapay zekânın yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda duygusal bir etkileşim aracı olarak da işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Duygusal yakınlık temasının ön plana çıkması, yapay zekâ destekli reklamcılığın empatik iletişim yönünü güçlendirdiğini göstermektedir. Dijital asistanlar, kullanıcılarla kurdukları diyaloglarda yalnızca bilgi aktarmakla kalmamakta; onların duygu durumlarını da dikkate alarak kişiselleştirilmiş bir iletişim dili geliştirmektedir. Bu yaklaşım, duygusal zekâ kavramının dijital reklamcılık pratiklerine entegre edildiği yeni bir iletişim anlayışına işaret etmektedir. Böylece kullanıcılar, markalarla daha insani, samimi ve süreklilik taşıyan bir etkileşim deneyimi yaşamaktadır. Sonuç olarak çalışma yapay zekâ temelli dijital reklamcılığın bankacılık sektöründeki uygulamalarını söylem temelli bir bakışla ele alarak literatüre sektörel derinlik kazandırmaktadır. Ayrıca insan-makine etkileşiminin iletişim boyutunu analiz ederek dijital reklamcılığın “insan merkezli” anlayıştan “etkileşim merkezli” yapıya geçişini göstermekte ve gelecekteki pazarlama iletişimi yaklaşımlarına ışık tutmaktadır. Bununla birlikte, çalışma dijital reklamcılığın geleceğinde yapay zekânın yalnızca bir araç değil, aynı zamanda anlam üreten bir özne konumuna yükseldiğini ortaya koymakta; pazarlama iletişimi disiplininde etik, duygusal ve kültürel boyutları içeren yeni bir paradigmanın kapılarını aralamaktadır.

Anahtar Kelimeler: dijital reklamcılık, yapay zekâ, bankacılık sektörü, sanal asistan, tematik analiz

Dünyadaki ve Türkiye’deki E-Dilekçe Sistemleri ile CİMER’in Yönetişim ve Yapay Zekâ/Büyük Veri Perspektifiyle İncelenmesi

Buğrahan Demirci
Ankara Üniversitesi
bugra_dmrc@msn.com

Özet

Çağdaş kamusal halkla ilişkiler ve yönetim bağlamında temel haklar arasında yer alan dilekçe ve bilgi edinme hakkı, demokrasi, aleniyet ve kamu politikalarına katkı sağlama araçları olarak değerlendirilmektedir. Yirmi birinci yüzyılda bu hakların kullanımını kolaylaştıran e-Dilekçe platformları dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yaygınlık kazanmıştır. Bu sistemler arasında özellikle Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER) öne çıkmaktadır. Yürütme aygıtına yönelik başvuruları kabul eden CİMER, vatandaşların, idarenin gerçekleştirdiği eylem ve işlemlere yönelik görüşlerini bildirebilmesine ve bunların kamu politikalarına dönüştürülebilmesine aracılık etmektedir. Araştırmanın temel sorunsalı CİMER’in yönetim ilkeleri doğrultusunda daha etkin hâle getirilmesi gerekliliğine ilişkindir. CİMER’de her vatandaşa bireysel başvuru imkânı tanınmasına karşın kolektif başvuru seçeneğinin bulunmaması vatandaş katılımını sınırlandıran bir etken olarak değerlendirilebilir. Buna ilaveten bireysel başvuruların yinelenmesi kamu personelinin iş yükünü artırabilmekte, başvuruların ve yanıtların kamuoyuna açık olmaması ise şeffaflık ve hesap verebilirliği sınırlandırabilmektedir. Ayrıca CİMER’in henüz yapay zekâ sistemleriyle entegre edilmemiş olması, başvuru sürecinin ve başvuruların analizinin verimliliğini azaltabilmektedir. Araştırmanın temel varsayımı, yabancı e-Dilekçe sistemlerinden ve yapay zekâ/büyük veri uygulamalarından edinilen deneyimlerin CİMER’e uyarlanmasıyla vatandaş katılımının artabileceği, şeffaflık ve hesap verebilirliğin güçlenebileceği ve kamu yönetiminde verimliliğin sağlanabileceğidir. Araştırmanın amacı, Türkiye’de ve yabancı ülkelerde bulunan e-Dilekçe portallarının demokratik katılımı artırarak yönlerini ve yapay zekâ/büyük veri teknolojilerine dair yapılan ampirik araştırmaların verimlilik temelindeki bulgularını inceleyerek CİMER’e yönetim ilkelerini destekleyen öneriler sunmaktır. Doküman analizi tekniğine dayanan çalışmada 13 e-Dilekçe platformu çözümlenmiştir. İncelenen 10 yabancı resmî e-Dilekçe platformu arasında “Birleşik Krallık Hükûmeti ve Parlamentosu”; “Alman Federal Meclisi”; “Kanada Parlamentosu”; “Avrupa Parlamentosu”, “Avrupa Vatandaş Girişimi” ve “Avrupa Ombudsmanı” (Avrupa Birliği); “Rahvaalgatus” (Estonya); “Rus Kamu Girişimi”; “MyGov” ve “Merkezî Kamu Şikâyet Giderme ve İzleme Sistemi” (Hindistan) bulunmaktadır. Türkiye’deki resmî e-Dilekçe başvuru sistemleri arasında ise Türkiye Büyük Millet Meclisi

(TBMM) Dilekçe Komisyonu ile Kamu Denetçiliği Kurumu yer almaktadır. Ayrıca dünyanın en popüler gayriresmî e-Dilekçe platformlarından olan Change.org da çalışmaya dâhil edilmiştir. Tematik analiz yöntemi aracılığıyla örneklem, “katılımcılık”, “hesap verebilirlik”, “şeffaflık” ve “verimlilik” olmak üzere dört yönetim ilkesi kapsamında çözümlenmiştir. İncelenen çoğu e-Dilekçe portalının kolektif başvuruya imkân tanıyarak bunlara yönelik bir imza sistemi oluşturduğu ve başvurularla ilgili tüm içerikleri kamuoyunun erişimine sunduğu bulgulanmıştır. Katılımcılığı artıran unsurlar arasında, parlamento-komite tartışmalarının yayınlanması, tartışma forumu oluşturulması, yasa teklifine imkân tanıyan girişim başvurularının alınması, kamu istişarelerinin düzenlenmesi, anket ve yarışmaların yapılması gibi hususlar bulunmaktadır. Platformlar arasında otomatik metin oluşturma, spam başvuruları engelleme gibi yapay zekâ destekli araçlara başvuranlar da saptanmıştır. Ampirik analizin bulguları bağlamında CİMER’e ilişkin olarak yapılan temel öneriler arasında, CİMER ile TBMM Dilekçe Komisyonu portallarının bütünleştirilmesi ve bireysel başvurulara ilaveten kolektif başvuruların da yapılabildiği bir imza sisteminin geliştirilmesi bulunmaktadır. Yanı sıra başvurulara ilişkin her türlü dokümanın kamuoyuyla paylaşılması, canlı olarak parlamento-komite tartışmalarının yayınlanması, “girişim” başvurularıyla yasa düzeyinde değişiklik önerilebilmesi ve yerel düzeyde bir başvuru sisteminin tasarlanması altı çizilmiştir. Ayrıca tartışma forumu ve kamu istişareleri gibi uygulamaların hayata geçirilmesine vurgu yapılmıştır. Nitekim bu değişikliklerin Türkiye’deki demokrasi ile kolektif siyasal kültürü besleyeceği, hesap verebilir/şeffaf bir yönetimin uygulanmasını güçlendireceği ve e-Dilekçe sisteminin işleyişini daha verimli ve etkin kılacağı savunulmuştur. Çalışmada CİMER için altı yapay zekâ önerisi geliştirilmiştir: i.) Başvuru iş ve işlemlerinin otomatik sınıflandırılması, ii.) başvuru metinlerinin otomatik özetlenmesi, iii.) otomatik başvuru metni ve yanıtı yazımı, iv.) yazım denetim aracı, v.) acil nitelikli başvuruların otomatik tespiti, vi.) sohbet robotu. Bu araçların süreçleri hızlandırarak verimliliği artırabileceği, kamu personelinin yükünü azaltabileceği, iletişim kalitesini yükseltebileceği ve vatandaş katılımını güçlendirebileceği öngörülmektedir. Farklı ülkelerdeki e-Dilekçe uygulamalarını inceleyerek kolektif ve kamuya açık başvuru gibi süreçlere odaklanan bu çalışma CİMER bağlamında şeffaflık, hesap verebilirlik ve demokratik katılım kapasitesini güçlendiren özgün bir çerçeve sunmaktadır. Ayrıca, yapay zekâ destekli altı öneri ile CİMER’in temel faaliyetlerinde otomasyon ihtiyacını sistematik olarak ortaya koymaktadır. Bu araştırma bağlamında CİMER’in katılımcılığını artıracak önerilerin daha da geliştirilmesine ve yapay zekâ ilişkili tavsiyelerin uygulamalı biçimde gösterilmesine odaklanan çalışmaların gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: CİMER, dilekçe, yönetim, yapay zekâ, büyük veri

İletişim Eğitiminde Etik Kavramı: Medya ve Etik Derslerinin Yapısı Üzerine Bir Değerlendirme

Gülsün Bozkurt

Nişantaşı Üniversitesi,

gulsun.bozkurt@nisantasi.edu.tr

Özet

Etik kavramı, kökeninde ethos yani karakter, alışkanlık ve yaşam biçimine işaret eder. Bu yönüyle etik, yalnızca soyut normatif kurallardan ibaret değil, bireylerin kendi yaşam pratiğini ve toplumsal sorumluluklarını da sorgulama biçimidir. İletişim alanında etik; mesleki ilkelerin aktarılmasının ötesinde, öğrencilerin güncel medya ortamında karşılaşabilecekleri ikilemlerle yüzleşmelerini ve kendi etik pozisyonlarını inşa etmelerini sağlayan bir pedagojik alan olarak önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, İstanbul’da bünyesinde iletişim ile ilgili bölümleri bulunduran programların öğretim planlarında yer alan “Medya ve Etik” derslerini incelemek ve bu derslerin iletişim eğitiminde nasıl bir işlev üstlendiğini sorgulamaktır. Günümüz medya ortamı dijitalleşme ile birlikte köklü biçimde değişmiştir. Sosyal medya platformlarında dezenformasyonun hızla yayılması, algoritmik içerik üretimi, yapay zekâ destekli içerikler, dijital gözetim ve mahremiyet ihlalleri klasik etik tartışmaları yeni boyutlara taşımaktadır. Bu bağlamda, medya etiği eğitiminin yalnızca meslek kodlarını öğretmekle sınırlı kalmaması, öğrencilerin bu karmaşık sorunlara eleştirel bir bilinçle yaklaşabilmelerini ve bu durumlar karşısında kendi etik kararlarını verebilmelerini sağlaması gerekmektedir. Çalışmanın önemi de bu noktada ortaya çıkmaktadır: İstanbul’daki üniversitelerin mevcut ders içeriklerinin durumunu ortaya koymak ve daha güçlü bir etik pedagojisi için hangi yönlerin geliştirilmesi gerektiğini tartışmaya açmak. Bu kapsamda İstanbul’daki çeşitli üniversitelerin iletişim ile ilgili bölümlerinde okutulan medya etiği derslerinin ders öğretim planları incelenmiştir. Derslerin amaçları, içerikleri, öğretim yöntemleri, değerlendirme biçimleri ve öğrenme çıktıları karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Böylece medya etiği eğitiminin İstanbul’daki mevcut durumuna ilişkin kapsamlı bir çerçeve ortaya konmuştur. İnceleme sonucunda, derslerin ağırlıklı olarak normatif bilgi aktarımına dayandığı görülmüştür. Çoğu ders, öğrencilerin meslek ilkelerini öğrenmesini hedeflemekte, ders yöntemi ise genellikle sözlü anlatım ve teorik açıklamalarla sınırlı kalmaktadır. Değerlendirme ölçütleri çoğunlukla ara sınav ve final sınavı üzerine kuruludur. Bu yapı, öğrencilerin etiği daha çok ezberlenecek kurallar bütünü olarak algılamasına yol açmakta; onları kendi etik pozisyonlarını geliştirmeye teşvik etmemektedir. Ayrıca dijital çağın ortaya çıkardığı dezenformasyon, yapay zekâ ile üretilen içerikler, algoritmik manipülasyon ve post-truth siyaset gibi güncel sorunlara ders öğretim planlarında kısmen yer verildiği görülmektedir. Oysa ilkesel olarak etik kavramı üzerine yürütülecek herhangi bir öğretim yaklaşımının, öğrenciyi yalnızca bilgi alan değil, aynı zamanda karar verme süreçlerinde aktif rol

üstlenen bir özne olarak konumlandırması hedeflenmelidir. Bu nedenle medya etiği derslerinin salt kuramsal bilgi aktarımını aşarak öğrencileri güncel medya sorunlarıyla yüzleştiren, eleştirel düşünmeyi ve sorumluluk bilincini geliştiren bir yapıya dönüştürülmesi önemli görülmektedir. Böyle bir dönüşüm, iletişim öğrencilerinin yalnızca mesleklerini değil, toplumla olan ilişkilerini de daha bilinçli ve sorumlu bir şekilde kurmalarına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: etik, medya etiği, iletişim eğitimi, etik sorumluluk, medya ve etik ders içerikleri

Bilim İletişiminde Bilimcilik Sorunu ve İletişim Eğitiminde Felsefenin Rolü

Alper Gürkan

Bağımsız Araştırmacı

gurkanalper@yahoo.com

Özet

Bu çalışma, modern bilgi toplumlarında gözlemlenen bilim şüpheciliği, komplo teorileri ve toplumsal güven kaybı sorunlarını iletişimle ilişkili sorunlar olarak kavramsallaştırmaktadır. Söz konusu sorunların, bilimi mutlak ve tek bilgi kaynağı olarak konumlandıran bilimcilik (scientism) anlayışı ile onu besleyen tek yönlü iletişim paradigmasının kesişiminden kaynaklandıkları ileri sürülmektedir. Buna göre mutlakiyetçi bilim tasavvuru ile bilimin doğasında bulunan belirsizliklerin çatışması, bilimin toplumsal meşruiyetinin zayıflamasına yol açmaktadır. Bilim iletişimde tek yönlü, yukarıdan aşağıya ve asimetrik bilgi aktarımı yerine diyalog, müzakere ve güven inşası gibi işlevleri amaçlayan bir modelin desteklenmesi için felsefenin etkin kullanımı önerilmektedir. İletişim, bilgi ve düşüncelerin aktarılmasından ötede, anlamların paylaşılması, anlaşılır duruma getirilmesi ve karşılıklı etkinin sağlanmasını amaçladığından; bilimin bütüncül kavranmasının toplum-bilim ilişkisine olumlu yansımalar içereceği değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, çalışmanın birincil amacı, bilimciliğin bilim iletişimde yol açtığı yapısal tıkanıklıkları ortaya koymak ve bu tıkanıklığın aşılması için iletişim eğitiminde felsefenin rolüne dair bir çerçeve sunmaktır. Önerilen çerçeve, iletişim eğitimine felsefi içerik bilgisinin daha fazla dahil edilmesinden ziyade; kavramsal analiz, safsataların teşhisi ve etik değerlendirmeyi içeren eleştirel bir araç kutusu kazandırmayı hedefler. Bu araç kutusunun kullanımı; iletişimcilerin, bilginin toplumsal temellerinin, sınırlarının, ideolojik yönlerinin ve etkilerinin dikkate alındığı, bunların kamusal diyalog vasıtasıyla müzakere edilebildiği sorumlu araçlar olarak kavrandığı bir paradigmayı gerektirmektedir. Araştırma, niteliksel ve kuramsal bir desene sahip olup, temel yöntemi felsefi çözümlemedir. Bu kapsamda bilim felsefesi ve sosyolojisi ile iletişim bilimleri alanlarındaki ilişkili kavram ve yaklaşımlar bilimcilik bağlamında eleştirel olarak ele alınmaktadır. Çalışmada, bilimciliğin yol açtığı dogmatik ve kırılğan bilim algısı yerine; eleştirel, şeffaf ve toplumsal etkileşime açık bir bilim tasavvuruna dair kuramsal çerçeve sunulmaktadır. Sunulan çerçeve, pandemi, iklim değişikliği ve yapay zekâ gibi karmaşık toplumsal temelli konularda, bilim insanları ve iletişimciler için daha

etkili bir iletişim pratiğinin yolunu açma potansiyelini görünür kılmaktadır. Çalışmanın bulguları üç ana eksende toplanmaktadır. İlk olarak bilimciliğin bilimi dogmatlaştırarak eleştirel yapısını görünmez kılması ile bilimsel otoriteye duyulan güvenin zedelenmesi arasındaki ilişki hakkındadır. Pandemi sürecinden sonra bilime olan güven kaybına dair araştırmalar bu bağlamda değerlendirilmektedir. İkinci olarak bilimin tarihsel, toplumsal ve eleştiriye açık bir insan etkinliği olarak kavranmasının bilim iletişimine katkıları hakkında kuramsal dayanaklar sunulmaktadır. Üçüncü olarak iletişim kuramcılarının, iletişimin tek yönlü modelinin pratiğine dair eleştirileri ortaya konulmuştur. Sonuç olarak bu çalışma, bilimsel otoriteye güven konusuyla sınırlı olarak bilim iletişimde ortaya çıkan kimi sorunların aşılmasında, bir taraftan bilim algısının toplumsal temelli olarak yeniden değerlendirilmesini ve diğer taraftan iletişimin bütüncüllüğünü dikkate alan bir paradigmanın gerekliliğini savunmaktadır. Bu bağlamda, felsefenin sağladığı eleştirel araçların iletişim eğitimine entegre edilmesinin, daha şeffaf, diyalojik ve meşru bir bilim-toplum ilişkisinin inşasına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar kelimeler: iletişim, bilim iletişimi, felsefe, bilimcilik, diyalojik iletişim

İletişim Felsefesi Eğitiminin Disiplinlerarası Gerekliliği: Etik Düşünce ve Kamusal Akıl Temelli Bir Müfredat Önerisi

Beyza Huriye Turgut

Bağımsız Araştırmacı

beyzahuriyeturgut@gmail.com

Özet

Günümüz iletişim eğitimi, giderek teknik ve uygulama merkezli bir yapıya evrilmiş; bu süreçte iletişimin felsefi ve etik temelleri meslek odaklı bir amaca dönüşmüştür. Fakültelerin programlarında ağırlık kazanan üretim odaklı dersler, iletişimi çoğu zaman araçsal bir etkinlik, bilgi aktarımının teknik bir formu olarak konumlandırmaktadır. Bu yönelim, iletişimin özünde taşıdığı etik, ontolojik ve epistemik boyutların görünürlüğünü azaltmakta; iletişim olgusunun düşünsel, sorgulayıcı ve normatif potansiyelini sınırlandırmaktadır. Oysa iletişim, bir aktarım süreci olduğu kadar, anlamın müzakere edildiği, öznenin ve kamunun karşılıklı tanınma ilişkileri içinde biçimlendiği bir eylem alanıdır. Bu nedenle, iletişim eğitiminin kuramsal derinliğini genişletebilmek için iletişim felsefesi ve etiğini disiplinlerarası bir yaklaşımda yeniden konumlandırmayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, etik düşünce, kamusal akıl ve müzakereci demokrasi ekseninde geliştirilen bütünlük bir öneri sunarak, iletişim fakültelerinde “İletişim Felsefesi” dersinin lisans, yüksek lisans ve doktora düzeylerinde temel bir ders olarak yapılandırılmasını öngörmektedir. Bu kuramsal konumlandırmanın dayanak noktası, iletişimin sadece bir enformasyon süreci değil, ahlaki özneleşmenin

ve etik eylemin mekânı olduğu varsayımdır. İletişim felsefesi bu bağlamda hem normatif hem de varoluşsal bir düzlemde temellendirilir. Bu perspektifin tarihsel temelleri, Alman Aydınlanması'nın deontolojik geleneğinde bulunabilir. Özellikle Immanuel Kant'ın Kategorik Zorunluluk ilkeleri, Johann G. Fichte'nin Wissenschaftslehre (Bilim Öğretisi) anlayışı ve Georg W. F. Hegel'in "Sittlichkeit" (etik yaşam) kavramı, iletişimin etik boyutunu bireysel sorumluluk ile toplumsal bütünlük arasında bir diyalektik ilişki olarak kurar. Dolayısıyla, bu klasik temeller, çağdaş iletişim felsefesinde J. Habermas, H. Arendt, P. Ricoeur, C. Taylor, N. Fraser, A. Honneth ve S. Benhabib gibi düşünürlerin katkılarıyla teleolojik bir bütünlükte şekillendirilir. Bu bütünlüğün çağdaş uzantısı olarak Habermas'ın Between Facts and Norms (1992) eserinde geliştirdiği söylem etiği ve kamusal akıl modeli, iletişimi bilgi alışverişi ve normatif meşruiyetin üretildiği bir müzakere alanı olarak kavramsallaştırır. Arendt'in kamusal alan düşüncesi ve eylem anlayışı, etik eylemin politik görünürlüğünü vurgularken; Ricoeur'ün anlatı kimliği kavramı öznenin etik sürekliliğini açıklamaktadır. Taylor, Fraser ve Honneth'in tanınma teorileri, iletişimin salt temsil olmayıp, karşılıklı tanınma ve saygı ilişkileri içinde anlam kazandığını ortaya koyar. Benhabib'in diyalojik evrenselcilik anlayışı ise farklılıkların etik eşitlik temelinde tanınabileceği bir kamusal müzakere alanı önerir. Böylece, iletişim felsefesi, farklı kuramsal geleneklerin kesişiminde, etik eylemin hem bireysel hem de toplumsal boyutlarını içeren bütüncül bir altyapı oluşturur. Bu kuramsal çerçeve, iletişim etiğini davranışsal kuralların ötesine taşıyarak onu epistemik, ontolojik ve politik bir bütünlük olarak yeniden tanımlar. Bu bağlamda, iletişim felsefesi dersi, sadece "meslek etiği" değil, etik düşünme pratiği olmalıdır. Buna göre, öğrenci, teknik bilginin yanı sıra, eleştirel düşünme, kamusal akıl yürütme, argümantasyon geliştirme ve etik özne olma kapasitesiyle mezun olmalıdır. Dolayısıyla, iletişim felsefesi eğitimi, bireyin düşünsel özerkliğini ve toplumsal sorumluluk bilincini eşzamanlı olarak geliştiren bir alan olarak değerlendirilmelidir. Bu hedef doğrultusunda, önerilen müfredat modeli üç kademede yapılandırılmıştır:

— Lisans düzeyinde, iletişim, etik ve felsefi düşünce tarihinin temelleri ile medya pratiklerinin etik sorunları işlenir.

— Yüksek lisans düzeyinde, söylem etiği, teknoloji etiği ve kamusal sorumluluk konuları vaka analizleriyle tartışılır.

— Doktora düzeyinde ise "etik yurttaş olma fikri", dijital çağın etik sınırları ve müzakereci demokrasi kuramlarının eleştirel çözümlemesi yapılır.

Bu kademeli yapı, öğrencilerin kavramsal derinlik kazanmalarını, etik sorgulama yetilerini geliştirmelerini ve disiplinlerarası bir düşünme pratiği edinmelerini hedefler. Bu bağlamda, dersin öğrenme çıktıları, öğrencinin eleştirel ve etik düşünebilen, özerk ve toplumsal sorumluluk bilincine sahip bir birey olarak mezun olmasını amaçlar. Öğrenciler,

— Etik ve ahlaki özerklik geliştirir,

— Kamusal akıl ve eleştirel tartışma yürütme becerisi kazanır,

— Argümantasyon, empati ve tanınma temelli iletişim yetilerini güçlendirir,

Etik eylem ve kamusal katılım sorumluluğunu içselleştirirler. Böylece, iletişim felsefesi dersi, öğrencinin hem düşünsel hem de etik yetkinliklerini geliştirerek onu kamusal yaşamın aktif bir öznesine dönüştürür. Ayrıca, çalışma bir pilot

uygulama önerisi de içermektedir. Belirli bir iletişim fakültesinde gönüllü öğrenci gruplarıyla dersin uygulanması, etkisinin eleştirel düşünme ve etik farkındalık ölçekleriyle ölçülmesi, ardından modelin yaygınlaştırılması planlanmaktadır. Bu öneri hem eğitimsel dönüşümün uygulanabilirliğini test etmeyi hem de iletişim etiği alanında deneysel bir veri tabanı oluşturmayı amaçlamaktadır. Sonuç olarak iletişim felsefesi dersinin zorunlu hâle getirilmesi, iletişim disiplininin kendi öz eleştirisini kurabilmesi, etik eylem ile düşünme arasındaki bağı yeniden tesis edebilmesi açısından elzemdir. Bu ders, öğrenciyi “iletişim kuran” olmanın yanı sıra, “anlam kuran, etik düşünen ve kamusal aklın öznesi”ne namzet bir bireye dönüştürme potansiyeline sahiptir.

Anahtar Kelimeler: iletişim felsefesi, iletişim etiği, disiplinlerarasılık, teori ve pratikte bütünsellik

Yeni Nesil Sağlık İletişimi: Dijital Etikte Dil ve Ontolojik Sorumluluk

Ebru Aydın Çağlıyan

Bağımsız Araştırmacı

ebru.aydin7@gmail.com

Özet

Dijital dönüşüm, sağlık iletişiminin epistemolojik temellerini kökten dönüştürmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, söz konusu dönüşümün hasta-hekim ilişkisi ve sağlık iletişimi etiği üzerinde yarattığı sorunları eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelemek ve çözüm önerileri sunmaktır. Araştırmanın odaklandığı temel problem ise, bireylerin bilgiye kolay erişiminin özgürleştirici potansiyeline rağmen, dezenformasyon, siberkondri ve “edilgen bilgi tüketicisi” olma riskini nasıl beraberinde getirdiğidir. İçinde bulunduğumuz dijital çağ, bireylerin sağlık verilerine ve tıbbi bilgiye erişim biçimini radikal şekilde değiştirmiştir. Artık hastaların semptomları web üzerinden araştırması (“Google’laması”), hastalıklar hakkında videolar izlemesi veya uzmanların sosyal medya paylaşımlarını takip ederek kendi durumları hakkında yorum yapması sıradan bir davranış haline gelmiştir. Bireylerin bilgiye bu denli kolay ulaşabilmesi, onları özgürleştirici ve güçlendirici bir unsur olarak görülse de bu durum hekim-hasta ilişkisinin yeniden tanımlandığı ve sağlık iletişimi etiğinin kritik bir önem kazandığı yeni bir inceleme alanı doğurmuştur. Bu yeni iletişim ortamında geleneksel olarak hekim merkezli olan süreç, yerini hasta odaklı, çok kanallı ve dinamik bir etkileşim ağına bırakmıştır. Hastaların daha fazla özerklik kazandığı bu yeni paradigmada “dijital hasta” olarak adlandırılabilir bir olgu ortaya çıkmaktadır. Bu yeni olgu, bilinçli hasta-hekim iş birliğini güçlendirme potansiyeli taşıırken, diğer yandan bireylerin edilgen “bilgi tüketicisi”ne dönüşme riskini de barındırmaktadır. Basit bir semptom hakkında yapılan dijital araştırmanın en kötü senaryo ile sonuçlanması bu riskin somut bir örneğidir. Özellikle sosyal medya platformları; sağlık,

hastalık ve tedavi konularında hiçbir bilimsel temeli olmayan paylaşımlarla doludur. Mucizevi tedavi vaatleri, kanıtlanmamış gıda takviyeleri ve bilimsel dayanağı olmayan diyet önerileri ile sıklıkla karşılaşmaktadır. “Sağlıklı yaşam” söylemi etrafında şekillenen bu içeriklerin ise ayrıca sorgulanması gerekmektedir: Bu paylaşımlar bireyleri daha sağlıklı olmaya teşvik mi etmekte, yoksa “yetersizlik” duygusunu pekiştirerek sürekli ve kaygılı bir arayışa mı sürüklemektedir? Bu noktada, bireylerin - özellikle hastaların - kaynakların güvenilirliğini sorgulayabilmesi için “eleştirel dijital sağlık okuryazarlığı” becerisini geliştirmesi elzem hale gelmektedir. Sağlık çalışanları ise dijital platformlarda kullandıkları dilin dönüştürücü gücünün farkında olmalı, iletişimlerini ontolojik bir sorumluluk bilinciyle şekillendirmelidir. Hekimlik kimlikleriyle paylaşım yapan sağlık çalışanları için, hastalığa karşı kullanılan dili daha umut verici ve güçlendirici bir söyleme dönüştürmek artık sadece bir iletişim becerisi değil, aynı zamanda etik bir ödevdir. Dijitalleşme, sağlık iletişimini salt bir enformasyon aktarım aracı olmaktan çıkarıp ontolojik bir sorumluluk alanına dönüştürmüştür. Bu yeni iletişim ortamında dil, yalnızca bilgi taşıyan nötr bir araç değil; aynı zamanda hastanın ruh halini, tedaviye uyumunu ve hatta sağlık çıktılarını etkileyebilecek güçlü bir faktördür. Bu bağlamda “eleştirel dijital sağlık okuryazarlığı”nın yaygınlaştırılması bireyleri dezenformasyondan koruyacak temel bir kalkan işlevi görecektir. Ancak asıl dönüşüm, bu dijital ağın diğer ucundaki sağlık çalışanlarından başlamalıdır. Hekimler ve diğer sağlık çalışanları, dijital platformlarda benimsedikleri dili bir “ontolojik sorumluluk” bilinciyle şekillendirmelidir. Kullanılan her sözcük, yalnızca bir mesaj değil, aynı zamanda bir “insan” olarak hastayla kurulan etik bir ilişkinin de taşıyıcısıdır. Nihayetinde, sağlıkta dijital dönüşümün başarısı, gelişen teknolojilerin ardındaki insani ve etik değerleri ne ölçüde merkeze alabildiğimizle doğru orantılı olacaktır. Dijital etiğin temelini, bilginin insan onuruna ve iyileşme umuduna yaptığı katkı oluşturmalıdır.

Anahtar Kelimeler: sağlık iletişimi, dijitalleşme, etik, eğitim, siberkondri

Disiplinlerarası Bir TÜBİTAK Projesinin Mutfağı ve Sonuçları: Tek Parti Dönemi Nüfus Sayımlarının Basın Üzerinden İncelenmesi

Aytül Tamer Torun
Hacı Bayram Veli Üniversitesi
aytultamer@gmail.com

Alanur Çavlin Bircan
Hacettepe Üniversitesi
alanurcv@hotmail.com

Özet

Bu bildiri ile kitaplaşma sürecinde olan disiplinlerarası bir araştırmanın bir yandan mutfağı ve sonuçları ele alınırken bir yandan da gazetecilik/medya çalışmalarının sosyal bilimler alanındaki konumu tartışılacaktır. 2020 yılında tamamlanan bir TÜBİTAK projesi olan, Ulus-devlet İnşası Sürecinde Tek Parti Dönemi Nüfus Sayımlarının Basın üzerinden incelendiği araştırma kapsamında 1927, 1932, 1940 ve 1945 yıllarında sayım öncesi, sayım ve sayım sonrası üç aylık dönemde yayınlanan Osmanlıca, Türkçe, Ermenice, Rumca ve Ladino/Fransızca dillerinde gazeteler/dergiler taranmıştır. İncelenen gazetelerde nüfus sayımları konusunu içeren tüm duyuru, haber, köşe yazıları, fıkra ve karikatürler niteliksel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Söz konusu çok-disiplinli araştırmayı önemli kılan hem tarih, siyaset bilimi, sosyoloji, nüfusbilim ve gazetecilik ekseninde mevcut birikimler (kuram, kavram ve tartışmalar) hem de farklı diller/kültürler üzerinden araştırma yapılmış olmasıdır. E.H. Carr'ın dediği gibi "tarih insanların yapamadıklarının değil, yaptıklarının kaydı" ise gazete yayınlandığı dönemin tanığıdır ve ilk-el kaynakların eksikliklerini tamamlar hatta ilk-el kaynakların eksik olduğu toplumlarda araştırmacılar için temel bir başvuru kaynağıdır. Tarih yazıcılığı "historiography", 20. yüzyılda Bourdieu'nün kavramsallaştırması ile "newstoriography" haber-tarih yazıcılığına dönüşür. Gazetelerin, sosyal ve siyasal rolleri tarihçiler tarafından farklı biçimlerde kavramsallaştırılmıştır: Sosyal reformların temsilcisi, düşünce paylaşım alanı, kamusal enformasyonun satıcısı, hükümet yolsuzluklarının ve suiistimallerinin denetleyicisi, yanıltma, yönlendirme ve eğlence kaynağı gibi. Sansür, kontrol, yasal sınırlamalar, ideolojik manipülasyon basın özgürlüğünün önündeki en önemli engeller olmakla birlikte gazeteler son üç yüzyıl için sosyal ve siyasal tarihin "resmi" olmayan tarihini yeniden inşa etmek için tek kaynaktır. Tarihsel belgelere sahip çıkma bilincinin tam gelişmediği; savaşlar, devrimler ve iktidar değişiklikleri ile belgelerin yok olduğu, anıların öznel olduğu Türkiye gibi

toplumlarda gazeteler araştırmacılar için çok önemli bir kaynaktır. Dolayısıyla bu araştırmada basın bir veri kaynağı olmanın ötesinde tarihsel sosyolojik ekseninde dönemin toplumsal ve siyasal yapısını anlamlandırmada ve diğer disiplinleri besleyerek kavramsal çerçeve oluşturmada elzem bir rol üstelenmiştir. Devletler iktidarlarının temellerini oluştururken biyopolitik bir yapılanma içine girerek nüfusu biyolojik, etnik, teolojik vb eksenlerde şekillendirirler. Özellikle 20. yüzyılda iktidarlar hem nüfus sayımlarını ve istatistiksel verilerini hem de iletişim araçlarını dispozitif olarak kullanarak hakimiyeti kurma biçimlerini çeşitlendirmişlerdir. İktidarın varlığını meşru kılması ve “rıza yaratması” için vazgeçilemez bir “ideolojik aygıt” olan basını, Tek Parti iktidarı da etkili kontrol mekanizmaları geliştirerek çıkarı doğrultusunda kullanmıştır. Cumhuriyet’in ilan edilmesinin ertesini hem ülke topraklarının hem de nüfusun azalmış olması, yöneticilerin birkaç on yıl içinde nüfusu artıracak acil birtakım önlemler almak istemesine yol açmıştır. Bu ekseninde 1930’lu yıllarda aile kurumuna verilen önem 1931 tarihli Matbuat Kanunu’nda da yer bulmuş ailenin basın tarafından korunması ve “kadınlığı ana olmak hususundaki fikri temayülünü zaifletecek mahiyette” her türlü yayın yasaklanmıştır. Araştırma bulgularında azınlık gazetelerinin, azınlık nüfuslarını sayısal olarak anlamlı bir güç olarak ifade eden bir yaklaşımdan ziyade cemaatlerin ortak Türkiye vatandaşı paydasında eridiği, eşit bir vatandaş olarak etnik farklılığın önemsizleştiği bir şekilde toplam Türkiye nüfusun gücünün görünmez bir çarpanı olarak sundukları görülmüştür. Tüm gazeteler sayım propagandasının ayrılmaz bir unsuru olarak işlevlerini yerine getirmişlerdir. Bu görev kendilerine hükümetin verdiği açık bir görevdir. Ancak gazetelerin kendi yazarlarının özgün haberlerinde de sayıma katılmanın gereği konusunda ortak bir tavır vardır. Yine de hükümet kaynaklı duyurularda kullanılan dil ile gazetelerin kendi yazarlarının kullandığı dil arasında Türklük vurgusu ile Türkiye’nin eşit bir vatandaş olma vurgusu arasındaki net ayrım görülmektedir. Nüfus sayımlarına iktidar tarafından yüklenen “güç, medeniyet, ilerleme, vatandaşlık, birlik” gibi siyasal imgeler ekseninde Türkiye’nin Rum, Ermeni ve Yahudi toplumlarından Türkiye Cumhuriyeti’nin bir parçası olarak sayımda “vazife”lerini yerine getirmeleri talep edilmiştir. Cemaatlerin gazetelerinde yayınlanan haber ve duyurular da bu vazifenin yerine getirilmesinde bilgilendirmeyi ve motivasyonu sağlamıştır. Araştırma sonucunda Türkiye’de ulus-devlet inşasında nüfus sayımlarına büyük bir önem verildiği; sayımlara artan nüfusu bilimsel olarak ortaya koyma ve dini-etnik açıdan giderek homojenleşen bir ulus fikrinin öne çıktığı görülmüştür. Tek Parti Sürecinde gazetelerin iktidarın “rıza yaratma” kanalı olarak gücü belirgin şekilde ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: basın, nüfus, tek parti dönemi, azınlıklar, haber-tarih yazıcılığı

Türk Basınında Ağrı İsyanı: Bir İsyanın Söylemsel İnşası

Dilan Kızılyıldız

Ankara Üniversitesi

dilan.kzlyldz@gmail.com

Özet

Kürt sorunu, Türkiye gündeminden uzun süredir düşmeyen temel meselelerden biridir. Toplumun kimi kesimleri açısından bir insan hakları ve demokrasi sorunu olarak değerlendirilirken, kimi kesimler için ise bir millî güvenlik meselesi niteliğindedir. Cumhuriyet tarihi boyunca devletin Kürt sorununa yaklaşımı temelde millî güvenlik çerçevesinde şekillenmiştir. Bununla paralel olarak anaakım medya da Kürt meselesini esasen bu eksende ele almaktadır. Bu bildiri, medya ve gerçeklik ilişkisi çerçevesinde 1926–1930 yılları arasındaki Ağrı İsyanı’nın Türk basınında söylemsel olarak nasıl konumlandırıldığını inceleyerek, özelde Ağrı İsyanı’na, genelde ise Kürt meselesine ilişkin nasıl bir gerçeklik inşa edildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ağrı İsyanı, Şeyh Sait İsyanı’ndan bir yıl sonra meydana gelmiş, geniş bir alana yayılmış ve dört yıl sürmüştür. Ağrı Dağı civarında ortaya çıkan bu isyan, Xoybûn Cemiyeti’nin öncülüğünde gerçekleşmiştir. Ağrı İsyanı’nı diğer isyanlardan ayıran en önemli özellik, Kürtlerin ulusal nitelikli taleplerini örgütlü bir yapı içinde radikal biçimde dile getirmesidir. Ağrı İsyanı’na ilişkin resmî söylem, bugün hâlâ anaakım medya, siyaset ve –bazı istisnalar dışında– akademi tarafından yeniden üretilmektedir. Bu çalışma, isyana eleştirel bir perspektiften yaklaşması ve isyanın ortaya çıktığı toplumsal ve tarihsel koşulları bütünlüklü biçimde ele alarak neden–sonuç ilişkisi içinde değerlendirmesi açısından önem taşımaktadır. Araştırmanın örneklemi, dönemin yüksek tirajlı ulusal gazeteleri olan Cumhuriyet, Vatan, Son Posta, Milliyet ve Akşam oluşturmaktadır. Her ne kadar isyan 1926 yılında başlamış olsa da isyana ilişkin haberlerin 1930 yılında yoğunlaştığı görülmüştür; bu nedenle analiz 1930 yılı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çalışmada çözümleme yöntemi olarak Van Dijk’ın haber metinlerini çözümlemeye yönelik geliştirdiği Eleştirel Söylem Çözümlemesi (ESÇ) yaklaşımından yararlanılmıştır. Van Dijk, haberi bir söylem türü olarak görür ve geliştirdiği bu yaklaşımla haber metinlerini yapısal olarak çözümler; haberin üretildiği ve tüketildiği koşullara odaklanır. Haber metinlerini makro ve mikro düzeylerde çözümleyerek tematik ve şematik düzeni, sözdizimsel yapıyı, retorik, sözcük seçimlerini ve metin içi uyumu inceler. Bu yaklaşım, gazetelerin Kürt sorununa ilişkin ideolojik duruşlarını ve söylemsel düzeyde nasıl bir gerçeklik inşa ettiklerini ortaya koymak açısından önemlidir. Haber metinlerinin ve onlara eşlik eden görsellerin/illüstrasyonların incelenmesi sonucunda, isyana ilişkin üç temel çerçeve ön plana çıkmıştır: yağma–haydutluk, irticai faaliyet ve dış güçlerin yönlendirmesi. İlk olarak isyanın bir hırsızlık ve

yağma faaliyeti olarak sunulduğu görülmüştür. İsyan ve isyancıların eylemleri eşkıyalık ve haydutluk temasıyla çerçevelenmiştir. İsyanlılar eşkıya, şaki, haydut, çapulcu, mütecaviz gibi sözcüklerle tanımlanırken; isyan da eşkıyalık, haydutluk gibi kavramlarla nitelendirilmiştir. İkinci olarak isyanın irticai bir faaliyet olarak çerçevelendiği tespit edilmiştir. Olaylar bu çerçeve içinde yeniden tanımlanmış ve yeni kurulmuş devletin değerlerinin tehdit edildiği vurgusu öne çıkarılmıştır. Üçüncü olarak ise, isyanın dış güçlerce yönlendirilen bölücü bir hareket olarak temsil edildiği görülmüştür. Bu bağlamda isyanın Ermeniler ve İngilizlerle ilişkilendirildiği, kimi zaman da İran'ın sürece dâhil edildiği tespit edilmiştir. Sonuç olarak Ağrı İsyanı temelinde Türk basınının, egemen devlet söylemiyle paralel bir gerçeklik inşasına giriştiği saptanmıştır. İsyanın toplumsal ve tarihsel arka planı göz ardı edilerek olay, “şiddet, asayiş, bölünme ve irtica” ekseninde temsil edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ağrı İsyanı, Türk basını, söylem, medya ve gerçeklik

Eğiten, Kalkındıran ve Modernleştiren Medya: Türkiye’de Kırsal İletişim Çalışmalarının İzini Sürmek

B. Umur Yıldırım

Bağımsız Araştırmacı

umury96@gmail.com

Mutlu Binark

Hacettepe Üniversitesi

binark@hacettepe.edu.tr

Özet

Türkiye’de kırsalın akademik bir ilginin odağı olarak belirmesinin kaynağında kırsal sosyoloji alanındaki çalışmaların önemli bir rolü olduğu söylenebilir. Erken dönem kırsal sosyoloji çalışmaları özellikle köy monografilerine yönelen ilgileriyle birlikte, mimarlık ve tarih gibi pek çok farklı alanı etkilemiş ve farklı disiplinler açısından temel bir kaynak olmuştur. İletişim bilimleri ve medya çalışmaları alanında da bu etkinin varlığını görmek kuşkusuz mümkündür. Öyle ki kırsal sosyolojinin bir alan olarak gelişimini takiben, kırsal iletişim çalışmalarının da ortaya çıktığından söz etmek mümkündür. Erken dönem kırsal iletişim çalışmaları söz konusu olduğunda, bu çalışmaların, özellikle Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) ve Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) gibi kamu kuruluşlarıyla ya iş birliği içerisinde ve yahut bu kurumların hedeflerini temel alarak gerçekleştirilmiş oldukları söylenebilir. Bu durum alanın gelişimi açısından önem arz eder. Nitekim, kırsal iletişim çalışmalarının erken dönem örneklerinde kitle iletişim araçlarının kırsal nüfus için nasıl “eğitici” bir işlev görebileceği gibi konular araştırmaların önemli gündem

maddesini oluşturmuştur. Bu araştırmalarda kitle iletişim araçlarına kırsaldaki nüfusu eğitime ve kırsal kalkındırma gibi bir işlev biçilmesi, ana akım iletişim paradigmasının temellendiği etki modelinin Türkiye’de ampirik olarak sınanması anlamına gelmektedir. Bu araştırmalara kuramsal ve kavramsal temelleri açısından bakıldığında ise Cumhuriyet rejiminin benimsediği modernleşme anlayışının metinlerin söylemine yerleştiği görülür. Dolayısıyla kırsal iletişim araştırmalarını ve bu alanı Cumhuriyet modernleşmesi ile birlikte ele almak alanın ve özellikle erken dönem çalışmaların gelişimini anlayabilmek açısından önemlidir. Öyle ki, Türkiye’de özellikle 1970’li yıllarla birlikte tam olarak ağırlık kazandığı söylenebilecek sınai kalkınma politikalarına değin, kırsalın ülkenin kalkınmasının lokomotifleri olarak kabul edildiği söylenebilir. Bu anlamda, Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967) içerisinde nüfus artışı ve artan kentleşmeye rağmen köy kalkınmasına yönelik vurgunun mevcut olduğunu görmek mümkündür. Dolayısıyla bu dönemde kırsal, kamu politikalarının da önemli bir odağını oluşturduğu için, kırsal iletişim çalışmaları kamusal aktörlerle iş birliği içerisinde geliştirilmiş görülmektedir. Bu çerçevede, bu çalışmanın amacı, Türkiye’de yapılmış erken dönem kırsal iletişim çalışmalarının Cumhuriyet modernleşmesi ve kırsal kalkınma düşüncesi ile nasıl bir ilişki içerisinde geliştiğine dair mevcut araştırmaları birincil kaynaklara ulaşarak değerlendirmektir. Böylece bu çalışma, Türkiye’de iletişim ve medya çalışmalarında kırsal iletişim alanının geçirmiş olduğu gelişim ve değişim sürecini ortaya koymayı hedeflemektedir. Aynı zamanda kırsal iletişim araştırmaları alanında yaşanan devamlılıklar ve kopuşları ortaya koyacak olması nedeniyle, Türkiye’deki iletişim ve medya çalışmaları literatürü açısından önemlidir. Nitekim, kamu politikalarında kırsal kalkınmadan ziyade sınai kalkınmaya yönelik yaşanan değişim kırsal iletişim alanını da etkilemiş görülmektedir. Bu nedenle burada alanın belirli aralıklarda belli boşluklara sahip olduğunun gösterilmesi de amaçlanmaktadır. Çalışma, Türkiye’de yapılmış kırsal iletişim çalışmalarının, özellikle lisansüstü tezlerin YÖK tez tarama kataloğunda anahtar kelimeler ile taranarak derlenmesi ve nitel içerik çözümlemesi tekniğiyle kuramsal ve kavramsal çatılarının, araştırma yöntem ve tekniklerinin, örneklemelerinin, araştırma sorularında kitle iletişim araçlarının yerinin/konumunun dökümlenmesi ve bulguların temalar çıkarılarak analiz edilmesine dayanmaktadır. Böylece bu çalışma, Türkiye’de kırsal iletişim alanının, iletişim ve medya çalışmalarında tarihsel olarak yerleştiği yeri işaretlerken, literatürün güncel durumuna ve araştırma gündemlerine ilişkin tartışmaya zemin oluşturacaktır.

Anahtar Kelimeler: kırsal iletişim, kırsal kalkınma, kırsal sosyoloji

Dijital Göçmenler ve Dijital Yerliler Bağlamında Yapay Zekâ Destekli Öğrenme Süreçlerinde İletişim Becerilerinin Değişimi

İbrahim Okutan

Bağımsız Araştırmacı

iokutan@outlook.com

Özet

Dijital çağda iletişim becerileri yalnızca kişiler arası etkileşim açısından değil, aynı zamanda öğrenme süreçlerinin verimliliği açısından da önem kazanmaktadır. Kuşaklar arası iletişim farklılıklarının yapay zekâ temelli araçların kullanımıyla nasıl şekillendiği ve bireylerin iletişim pratiklerine olan etkisi günden güne farklılaşmaktadır. Dijital teknolojilerin hızla geliştiği günümüzde iletişim biçimleri artık yalnızca insanlar arasındaki etkileşimlerle sınırlı kalmamaktadır. Özellikle yapay zekâ gibi teknolojik sistemler, bireylerin iletişim süreçlerinde aktif bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda bireylerin bilgiye erişim biçimleri, ifade biçimleri ve gündelik pratiklerinde değişim gözlenmektedir. Bu dönüşüm farklı kuşakların teknolojiyi algılama ve kullanma biçimlerini de etkilemiştir. Marc Prensky'nin sınıflandırdığı “Dijital Yerliler” ve “Dijital Göçmenler”in iletişim becerilerinin yapay zekâ destekli öğrenme süreçleriyle birlikte nasıl dönüştüğü araştırmanın sorunu oluşturmaktadır. Prensky Dijital Yerliler (Digital Natives) kavramını, “bilgisayarların, video oyunlarının ve internetin dijital diline doğuştan aşina olanlar” olarak tanımlamış ve bu yeni teknolojiyle büyüyen ilk nesilleri temsil eden öğrenciler olarak sınıflandırmıştır. Buna karşılık, Dijital Göçmenler (Digital Immigrants) ise dijital dünyada doğmamış, ancak hayatlarının ilerleyen bir noktasında benimsemiş olan ve yerlilere kıyasla aksanını yani geçmişle bağını koruyan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Dijital yerlilerin teknoloji ile doğuştan bağ kurmaları onları bu araçları hızla benimseyen bir kuşak haline geldiği ifade edilmektedir. Dijital göçmenlerin ise teknoloji ile sonradan tanışan bir grup olarak bu süreçlere adaptasyonu yerlilere kıyasla daha yavaş olduğu gözlemlenmektedir. Bu kuşak farklılığı iletişim tarzları başta olmak üzere, öğrenme biçimleri ve problem çözme gibi belirgin farkların doğmasına sebep olmuştur. Araştırma, yapay zekâ'nın sadece bir bilgiye erişim aracı olmaktan çıkıp, bir “iletişim ortağı” haline gelmesinin getirdiği fırsatları ve riskleri dijital yerliler ve göçmenler sınıflandırması üzerinden irdelemeyi amaçlamaktadır. Bu bakımdan araştırma, yapay zekâ araçlarının yazılı, sözlü ve iş birliğine dayalı iletişim becerilerini nasıl şekillendirdiğini, bu iki kuşak arasındaki algılama, kullanım alışkanlıkları ve adaptasyon farklılıklarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Araştırma, oluşan kuşaklararası ayrımların yapay zekâ destekli öğrenme ortamlarında nasıl şekillendiğini analiz etmektedir. Bununla birlikte yapay zekâ ortamlarının iletişim sürecini nasıl şekillendirdiği de ele alınmaktadır. Bu bağlamda araştırma, yapay zekânın iletişimde etkili

bir unsur olarak bireylerin karar süreçlerindeki etkisini de irdelemektedir. Günümüzde gelişen yapay zekâ alanları ile birlikte yapay zekânın gündelik pratiklerde yönlendirici bir aktör konumunda olması dikkat çekmektedir. Bu bakımdan çalışma, yapay zekâ kavramının etik boyutları ile bireylerin karar süreçlerindeki etkisi ve iletişim süreçlerini nasıl dönüştürdüğü konusuna farklı bir bakış sunmaktadır. Araştırma fenomenolojik bir araştırma olup, katılımcılara görüşme tekniği kullanılarak sorulan sorular üzerinden yapay zekâ destekli öğrenme araçlarıyla olan etkileşimlerini ve iletişim becerilerindeki dönüşümleri irdelenmektedir. Araştırmanın katılımcıları Dijital Göçmen sınıflandırmasına uygun Lisansüstü eğitim almış ya da almakta olan beş kişi ve Dijital Yerli tanımlamasına uygun Lisans düzeyinde öğrenim gören beş kişiden oluşmaktadır. Görüşmeler sonrası elde edilen veriler MaxQDA 2024 programı yardımıyla çözümlenmiş ve içerik analizi uygulanmıştır. Araştırma, dijital göçmenler ve dijital yerlilerin iletişim becerilerini geliştirmeye yönelik yapay zekâ destekli eğitim ortamlarının nasıl tasarlanabileceğine yönelik önemli bir zemin sunmaktadır. Ayrıca geleceğe dair “İnsan-Yapay Zekâ Etkileşimi” ile doğacak simbiyotik ilişkiye ve bu bağlamda iletişim pratiklerinin değişiminin öğrenme süreçlerine olan etkisini de değerlendirerek bu alandaki gelişmelere ışık tutması beklenmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular ışığında, kuşaklar arası dijital iletişim pratiklerinin farklılığının tamamen ortadan kalkmadığı fakat yapay zekâ destekli öğrenme süreçlerinin ortak bir iletişim alanı yaratarak bu farklılıkları kısmen azalttığı görülmüştür. Ancak kuşaklar kendi içerisinde değerlendirildiğinde öğrenme çıktıları sürecinde yapay zekâ destekli araçların kolaylık ve hız gibi artılarının olmasının yanında çeşitli olumsuz yönlerinin de olduğu ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: dijital yerliler, dijital göçmenler, yapay zekâ, maxqda, içerik analizi

İletişim Eğitiminde Üretken Yapay Zekâ Destekli Uygulamalı Geri Bildirim: Çift Katmanlı Öğrenim Asistanı Modeli ve Prototip Uygulaması

Ali Çömez

Bağımsız Araştırmacı

alicomez.1@gmail.com

Bu çalışmada, iletişim fakültelerindeki uygulamalı derslerde fazla öğrenci sayısı nedeniyle her öğrenciye derinlemesine, kişiselleştirilmiş ve zamanında geri bildirim sağlanamaması, iletişim eğitiminin niteliğini sınırlandıran temel bir problem alanı olarak belirlenmiştir. Bu durum, öğrencilerin özyeterlik geliştirme ve eleştirel düşünme becerilerini pratik süreçlerde uygulama fırsatlarını daraltmaktadır. Söz konusu soruna pedagojik temelli ve uygulanabilir bir çözüm sunulabilmesi amacıyla üretken yapay zekâ (ÜYZA) teknolojilerinin analiz gücü ile eğitmenin eleştirel rehberliğini bütünleştiren Çift Katmanlı Öğrenim Asistanı Modeli (ÇKÖAM) önerilmektedir. Modelin kuramsal temeli, George Siemens tarafından geliştirilen konnektivizm (connectivism) kuramına dayandırılmıştır. Bu kuramda geri bildirim anlık, ağ tabanlı ve çoklu kaynaklardan beslenen doğası vurgulanmaktadır. Bilginin yalnızca tek bir otoriteden değil, insan, yapay zekâ ve dijital sistemlerden oluşan bir ağ aracılığıyla edinilebileceği öne sürülmektedir. Bu anlayış çerçevesinde, bilgi öğrenciler tarafından pasif biçimde alınmak yerine, ÜYZA analizleri, eğitmen moderasyonu ve eleştirel sorgulama süreçleriyle yeniden yapılandırılmaktadır. Böylece öğrenme, bireysel bir etkinlik olmaktan çıkarılarak bilginin erişimi, doğrulanması ve yeniden üretimi etrafında şekillenen ağsal bir deneyime dönüştürülmektedir. Bu yaklaşım, öğrencinin aktif sorgulamasını merkeze alan ve Paulo Freire'nin düşüncelerinden beslenen eleştirel pedagoji anlayışıyla bütünleştirilmiştir. Modelin akademisyen ve öğrenci olmak üzere iki ayrı girişi bulunmaktadır. ÇKÖAM, iki katmanlı bir yapıya sahiptir. İlk katmanda, ÜYZA'nın teknik analiz ve hız kapasitesi; ikinci katmanda ise akademisyenin etik, teorik ve pedagojik rehberliği konumlandırılmıştır. Model, eğitmenin tanımladığı kriterlerin sisteme aktarılmasıyla başlayan bir Kriter Belirleme Aşaması ile başlatılmaktadır. Öğrencinin içeriğini sisteme yüklemesinin ardından ÜYZA tarafından bu kriterlere uygun biçimde anlık teknik iyileştirme önerilerinin sunulduğu Yapay Zekâ Analizi Aşaması gerçekleşmektedir. Öğrenci tarafından bu öneriler doğrultusunda yeniden düzenlenen içerik, daha sonra Eleştirel Eğitmen Moderasyonu Aşamasına aktarılmaktadır. Bu aşamada, eğitmen teknik düzeltmeler yerine etik, teorik ve anlam boyutlarına odaklanmaktadır. Böylece biçimsel kontrol yükü azaltılarak eleştirel rehberlik güçlendirilmektedir. Süreç, öğrencinin yapay zekâ analizleri ve eğitmen yorumlarını içeren nihai raporu aldığı Raporlama ve Öğrenme Aşaması ile tamamlanmaktadır. Modelin analitik altyapısı, araştırmacı tarafından oluşturulan parametrik kriterlere dayanmaktadır. Halkla İlişkiler uygulamaları için on (10), Gazetecilik uygulamaları için sekiz (8) ölçüt tanımlanmıştır. Halkla İlişkiler için ölçütler; kuruluş tanımı, kurumsal kimlik unsurları, kurumsal imaj tanımı, hedef kitle analizi, iletişim stratejisi, uygulama önerileri, kurumsal kimlik kılavuzu, sonuç

ve değerlendirme, rapor biçimi ile yazım-dil-üslup kriterlerinden oluşmaktadır. Gazetecilik uygulamaları için ise konu seçimi, başlık, giriş, gelişme, sonuç, objektiflik, dil kullanımı ve biçim ölçütleri kullanılmıştır. ÜYZA, öğrenci içeriklerini bu kriterlere göre analiz etmektedir. Öğrenci eksiklerini görüp düzenlemelerini yaptıktan sonra ilgili akademisyene ödevini göndermektedir. Sonuçlar, eğitmen moderasyonuna sunulmaktadır. Model, tasarım-odaklı model geliştirme yöntemi ile oluşturulmuştur. Prototip sürüm, kullanıcı dostu ve erişilebilir bir yapı sağlamak amacıyla HTML tabanlı biçimde Visual Studio Code ortamında geliştirilmiştir. Sistem, akademisyen parametreleriyle yönlendirilen Büyük Dil Modeli (LLM) tabanlı bir analiz motoru içermektedir. Yazılımın temel fonksiyonlarının oluşturulmasında ChatGPT'den kodlama asistanı olarak yararlanılmıştır. Araştırma hâlihazırda prototip (deneme) aşamasında bulunmaktadır. Sistem, akademisyen parametreleriyle yönlendirilen ChatGPT tabanlı Büyük Dil Modeli (LLM) tabanlı bir analiz motoru içermektedir. Bu motor, akademisyen tarafından tanımlanan ölçütleri anlam düzeyinde çözümlemekte ve öğrencinin metinlerini bu kriterlerle semantik (anlamsal) olarak eşleştirerek değerlendirmektedir. Ön deneme kapsamında 10 örnek öğrenci ödevi hazırlanarak üzerinde test yapılmıştır. Dil açısından doğru biçimde yazılmış metinlerde dilsel hatalar verdiği gözlemlenmiştir. Bu nedenle değerlendirme kriterlerinden dil kullanımı ölçütünün çıkarılmasına karar verilmiştir. Ön denemelerle sistemin işlevselliği değerlendirilmektedir. Henüz dış örneklem üzerinde denenilmiştir. Modelin uygulanabilirliği, yazarın bilgi birikimi çerçevesinde örnek olarak Halkla İlişkiler derslerinde “Kurumsal İmaj ve Kimlik Çalışması”, Gazetecilik derslerinde ise “Ters Piramit Tekniği ile Haber Yazımı” etkinlikleri üzerinden somutlaştırılmıştır. Bu derslerde, ÜYZA'nın biçimsel mükemmelliğe, eğitmenin ise anlam, etik bağlam ve eleştirel değerlendirmelere odaklanması sağlanmaktadır. Böylelikle öğrencilerin, ÜYZA çıktılarının mutlak doğrular olarak değil eleştirel bir veri kaynağı olarak değerlendirilmesi teşvik edilmektedir. Deneme uygulamalarında, örnek öğrenci ödevlerinde örneğin, Halkla İlişkiler dersine ait bir ödevde öğrenci, hedef kitleyi belirtmediği yönünde ÜYZA'dan uyarı almıştır. Gazetecilik dersine ait bir diğer ödevde ise öğrenci, ÜYZA'nın haber metnine özel bir sıfat ekleme önerisini nesnellik ilkesine aykırı bularak uyarı vermiştir. ÇKÖAM, iletişim eğitiminde teorik bilgi ile uygulamalı beceri arasındaki boşluğu azaltma potansiyeline sahip sürdürülebilir bir model olarak görülmektedir. Modelin çift katmanlı yapısı, yapay zekânın teknik verimliliği ile eğitmenin etik ve teorik rehberliğini stratejik biçimde bütünleştirmektedir. Bu sayede geri bildirim süreçlerinde hem nitelik hem de hız artışı sağlanmaktadır. Yaklaşım, öğrencilerin özyeterlik ve eleştirel düşünme becerilerinin güçlendirilmesine doğrudan katkı sunarken eğitmenin akademik özerkliğini koruyan bütüncül bir geri bildirim ekosisteminin oluşturulmasına olanak tanımaktadır. Bu aşamada, araştırmacı tarafından belirlenen kriterlere göre analiz ve geri bildirim tutarlılığı test edilmektedir. Sistemin işlevselliği ön denemelerle değerlendirilmektedir. Modelin uygulanmasıyla birlikte elde edilecek veriler doğrultusunda öğrenci ve akademisyen memnuniyeti, öğrenme kazanımları ve geri bildirim süreçlerinin etkililiğinin istatistiksel olarak incelenmesi planlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: üretken yapay zekâ, çift katmanlı öğrenim asistanı modeli, eleştirel pedagoji, iletişim eğitimi, eğitim teknolojileri

Simüle Edilmiş Düşünce: Yapay Zekânın Epistemolojik Temelleri ve İletişim Eğitimi Bağlamında İnsan-Düşünme İlişkisi

Okan Aksu

Eskişehir Teknik Üniversitesi

okanaksu@gmail.com

Özet

Yapay zekâ, bir teknoloji olarak karşımıza çıkmadan çok önce bile bir felsefi konu olarak önemli bir tartışma alanı olmuştur. Bu nedenle kavramın kendisi teknolojik yenilik olmaktan ziyade, felsefi, psikolojik ve hatta nörolojik olarak insan düşüncesinin ve düşünebilme doğasının beraberinde getirdiği tartışmaları yeniden alevlendirmiştir. Bu çalışma, “düşüncenin simülasyonu” kavramı kapsamında yola çıkarak yapay zekânın düşünme ve bilgi üretme olanağını incelemekte; iletişim eğitiminin yapısı üzerindeki etkilerini tartışmaktadır. Çalışma analitik bir bakış açısına dayanmaktadır. Apple tarafından 2025 yılında yayımlanan “Does AI Think?” başlıklı makalede yer alan “AI doesn’t think—it simulates thinking” ifadesi, bu çalışmanın kavramsal eleştirel zeminini oluşturmaktadır. Bu ifade, yapay zekâ eleştirilerinin temelinde yer alan ana fikre paralel olarak önemli bir ayrımın üzerine kuruludur: Yapay zekâ düşünce üretebilir mi yoksa düşüncenin temel belirtilerini yeniden üretip taklit mi eder? Bu bağlamda konu Turing’in “taklit oyunu” yaklaşımı, Baudrillard’ın simülakr kuramı ve post-hümanist bilgi ve düşünce anlayışı çerçevesinde analiz edilebilir. Buna göre yapay zekâ, temel olarak bir bilişsel derinlik ve bağlantı kuramaz; sadece önceden yapılandırılmış olan düşüncelerin temsillerini yeniden modelleyebilir. Bu durum, bilginin üretimi, yorumlanması ve aktarım süreçlerinin merkezde yer aldığı iletişim eğitimi açısından derin sonuçlar doğurmaktadır. Artık bilgiyi üreten özne ile onu simüle eden sistem arasındaki sınır giderek belirsizleşmekte, öğrenciler ve araştırmacılar, yapay zekânın ürettiği yeniden modellenmiş bu “bilgi” ve “görseller” ile girdikleri etkileşimden etkilenmekte, bu da iletişim alanının en temel konuları arasında yer alan gerçeklik sorunsalını negatif yönde etkilemektedir. Çalışma bu durumu “epistemik otoritenin algoritmik yapılara devri” olarak nitelendirmekte ve buna karşı iletişim eğitimi içerisinde kombine edilmesi gereken “algoritmik şüphecilik” refleksinin önemine dikkat çekmektedir. Daha geniş bir bakış açısı ile ele alındığında, yapay zekânın bilgi üretimindeki rolü yalnızca teknik bir konu değil, aynı zamanda pedagojik bir meseledir. Öğrenciler ve akademisyenler, yapay zekânın düşünmeyi nasıl taklit ettiğini kavramadan bu sistemlerle çalıştıklarında, eleştirel düşünme reflekslerini zayıflatırabilir. Bu nedenle, iletişim ve medya eğitimi alanlarında yapay zekâ yalnızca bir üretim aracı değil, aynı zamanda bir düşünme biçimi olarak ele alınmalıdır. Sonuç olarak yapay zekâ insan düşüncesinin yerini alan bir yapı değil; onu belli bir pratik içinde yeniden

yorumlayabilen bir sistemdir. Ne var ki zamanla bu sistemler düşünme ve bilgi üretme eylemlerinin kendisiyle karıştırılabilir. Bu nedenle iletişim eğitiminin geleceği, bireylerin düşünmeyi yeniden öğrenme yetisine bağlıdır. Düşüncenin simülasyonunu değil, düşünmenin kendisini kavramak; yapay zekâ çağında eleştirel bilgi üretimi için yalnızca kuramsal bir gereklilik değil, aynı zamanda zihinsel bir direnç biçimidir.

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ, epistemoloji, simülasyon, iletişim eğitimi, eleştirel düşünme, algoritmik şüphecilik

Yabancı Dilde İletişim Eğitiminin Olanakları ve Sınırları

Gülden Demir

Nişantaşı Üniversitesi

gulden.demir@nisantasi.edu.tr

Özet

İletişim eğitiminin son yıllardaki dönüşümünde yalnızca dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler değil, öğretim diline ilişkin tercihler de giderek daha belirleyici bir rol oynamaktadır. İngilizce, akademik dünyadaki hâkim konumunu korurken, iletişim çalışmalarında kullanılan kavramsal ve metodolojik araçların genişlemesine katkı sağlamaktadır. Türkiye’de iletişim alanında İngilizce öğretim diliyle yürütülen dersler, öğrencilerin küresel literatüre doğrudan erişimini kolaylaştırmakta; aynı zamanda sınıf ortamını kültürlerarası bir etkileşim alanına dönüştürmektedir. Bu durum, iletişim eğitiminin yalnızca bilgi aktarımıyla sınırlı kalmayan, kültürel çeşitliliği ve pedagojik yaratıcılığı içeren bir öğrenme süreci olarak yeniden tanımlanmasına olanak vermektedir. Yabancı dilde yürütülen iletişim eğitimi, pedagojik açıdan hem avantajlar hem de zorluklar barındırmaktadır. Anadili İngilizce olmayan öğrenciler, özellikle teorik yoğunluğu yüksek tartışmalarda kavramsal düzeyde zorluk yaşayabilmektedir. Ayrıca, üniversiteye gelene kadar yabancı dilde bir ders akışını takip etmemiş, bu öğrenme biçimine aşina olmayan öğrenciler için başlangıçta uyum süreci oldukça güç olabilmektedir. Bu öğrenciler, yalnızca dili anlamakta değil, aynı zamanda akademik tartışma kültürüne katılmakta da zorlanabilmektedir. Buna ek olarak Latin alfabesine tam olarak aşina olmayan ya da yazılı İngilizceyi kullanma konusunda deneyimi sınırlı öğrenciler, açık uçlu yazılı sınavlarda düşüncelerini yeterince ifade etmekte güçlük çekmektedir. Bu durum, ölçme ve değerlendirme süreçlerinin de dilsel ve kültürel farklılıklar dikkate alınarak yeniden tasarlanması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, öğretim sürecinde dilsel çeşitliliği gözetken yaklaşımlar geliştirmek, eleştirel pedagoji açısından temel bir gereklilik haline gelmektedir. Öğrencilerin yalnızca akademik metinleri anlamaları değil, aynı zamanda kendi kültürel perspektiflerini ifade edebilmeleri de önemlidir. Bu nedenle, yabancı dilde verilen iletişim derslerinde esnek, katılımcı ve kültürlerarası duyarlılığa sahip öğretim stratejileri, eğitimin sürdürülebilirliği açısından merkezi bir rol

oyunmaktadır. Yazarın son üç yılda İngilizce olarak yürüttüğü teorik iletişim derslerinden edinilen deneyimler, bu sürecin hem öğretim yöntemlerine hem de öğrencilerin öğrenme biçimlerine yansıyan etkilerini ortaya koymaktadır. Dersler, öğrencilerin uluslararası literatürdeki tartışmalara doğrudan erişimini sağlarken; kavram, teori ve modelleri kendi akademik pratiklerine taşımalarına imkân vermektedir. Bununla birlikte, sınıf ortamı yalnızca akademik bilgi aktarımının gerçekleştiği bir mekân olmaktan çıkarak, farklı kültürel arka planlara sahip öğrencilerin bir araya geldiği dinamik bir öğrenme topluluğuna dönüşmektedir. Grup çalışmaları, sunumlar ve proje üretimleri bu etkileşimi güçlendirmekte; öğrenciler hem akademik hem de iletişimsel becerilerini kültürlerarası düzlemde geliştirmektedir. İngilizce öğretim dili, iletişim eğitiminin epistemolojik temellerini yeniden düşünmeyi gerektirmektedir. Dilsel hegemonya, kültürel temsil ve pedagojik eşitsizlik meseleleri, iletişim çalışmalarında bilginin nasıl üretildiği ve paylaşıldığına dair yeni sorular doğurmaktadır. Bu yönüyle İngilizce öğretim dili, pedagojik bir tercih olmaktan ziyade bilgi dolaşımını, anlam üretimini ve akademik kimliğin biçimlenişini belirleyen bir alan olarak önem kazanmaktadır. Dolayısıyla, iletişim eğitiminde yabancı dil kullanımı, yerel özgünlük ile uluslararası etkileşim arasında yeni bir denge arayışını gündeme getirmekte; bu da alanda yeni pedagojik ufukların tartışılmasına zemin hazırlamaktadır. Bu bildiri ile söz konusu tartışmalara mütevazı bir katkı sunmak hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: iletişim eğitimi, iletişim çalışmaları, İngilizce öğretim dili, kültürlerarası etkileşim, pedagojik deneyim

Uluslararası Delphi Araştırması Verileriyle Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitiminin Geleceği

Melike Aktaş Kuyucu

Ankara Üniversitesi

aktas@media.ankara.edu.tr

A. Banu Bıçakçı

İzmir Ekonomi Üniversitesi

banu.bicakci@izmirekonomi.edu.tr

Özet

Türkiye’de 60 yılı aşkın bir geçmişi olan Halkla İlişkiler eğitimi dünyadaki değişim, dönüşüm ve eğilimlerden ortaya çıkan ihtiyaçlar ekseninde yeniden yapılanmakta, bu doğrultuda bir ideal arayışıyla yeni araştırmalar sürdürülmektedir. Bu düşünceden yola çıkan bu çalışma da halkla ilişkiler eğitiminin geleceğini toplumsal bir bakış açısıyla sorgulamayı hedeflemektedir. Araştırmanın temel amacı, sosyal etki, fayda ve değer ekseninde bir halkla ilişkiler eğitiminin gerekliliklerini, önemini ve nasıl yapılandırılabileceğini uzman görüşleri aracılığıyla ortaya koymaktır. Çalışma, “Halkla İlişkiler/İletişimin Geleceği ve Sosyal Etki” başlıklı uluslararası bir projenin Türkiye verilerini kullanmakta, akademisyen ve

uygulayıcıların görüşlerini paylaşarak alanın eğitim geleceği için değerli içgörüler sunmayı amaçlamaktadır. İdeal bir halkla ilişkiler eğitiminin gerektirdiği yapı, bağlam ve içerik çalışmada sorgulanırken, mevcut eğitim ve öğrenim süreçleri de değerlendirilmiştir. Çalışmanın önemi, halkla ilişkiler alanında kurumsal hedefler ile toplumsal odaklılık arasında bir denge kurulması gerekliliğinin giderek daha fazla kabul görmesinden kaynaklanmaktadır. Küresel iklim krizi gibi makro sorunlar, kurumları toplumsal ve sorumlu olmaya yöneltmekte ve faaliyet göstermek için “sosyal lisansa” sahip olmaları gerektiği fikrini güçlendirmektedir. Bu bağlamda, uluslararası meslek örgütleri ve yazılan raporlar da iletişimin toplumsal boyutuna ve sorumlu iletişime giderek daha fazla vurgu yapmaktadır. Geleceğin profesyonelleri bugün eğitim aldığı için, mesleğin etik ve toplumsal duyarlılık ekseninde yapılandırılması kritik bir önem taşımaktadır. Bu çalışma, geleceğin profesyonellerinin pozitif sosyal etki yaratabilmeleri için nasıl eğitilmeleri gerektiğine dair geniş bir perspektif sunarak bu ihtiyaca yanıt vermektedir. Araştırma, geniş kapsamlı uluslararası bir projenin Türkiye ayağı olarak Delphi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Delphi yöntemi, bir uzmanlar panelinin görüşlerini toplayıp sentezleyerek bir fikir birliğine varmayı amaçlayan bir araştırma tekniğidir. Bu çalışmadaki uzman paneli, Türkiye’deki halkla ilişkiler akademisyenleri, uygulayıcıları ve eğitimcilerinden oluşmaktadır. Katılımcılar, araştırmacıların kendi iletişim ağlarından, amaca yönelik olarak ve gönüllülük esasına göre seçilmiştir. Kasım 2022- Nisan 2023 tarihleri arasında, ilk ikisi nitel ve son ikisi nicel olmak üzere dört turda, Delphi yöntemine özel çevrimiçi bir platform olan Welphi üzerinden toplanmıştır. İlk tura 26 katılımcı davet edilmiş, çalışma en az bir tura yanıt veren 22 katılımcı ile tamamlanmıştır. Araştırma sonucunda, uzmanların halkla ilişkiler eğitiminin geleceği konusunda önemli konularda uzlaştığı görülmüştür. Türkiye’de halkla ilişkiler öğreniminin en yaygın yolu %95 oranında “dört yıllık lisans eğitimi” olarak belirlenmiştir, bunu “deneyim yoluyla” öğrenme izlemektedir. Mevcut eğitimde “paydaş odaklılık” konusunda eksiklikler olduğu ve eğitimin daha çok kurumsal çıkarları öncelediği belirtilmiştir. Ayrıca akademi ve sektör arasında etkileşim eksikliği de önemli bir sorun olarak görülmektedir. Katılımcıların tamamı, eğitimin gelecek odaklı yapılandırılması, derslerin lisanstan doktora çeşitlendirilmesi ve sektörel iş birliklerinin güçlendirilmesi gerektiği konusunda hemfikirlerdir. İdeal eğitim, iletişimin olumsuz sosyal sonuçlar üretebilme potansiyeline dikkat çeken eleştirel bir bakış açısı içermelidir. Müfredat için en öncelikli ders, %42 ile “veri toplama, ölçme-değerlendirme ve raporlama içeren bilimsel araştırma yöntemleri” olarak belirlenmiştir. Bunu, toplumsal bakış açısını güçlendirecek “sosyoloji ve sosyal antropoloji gibi dersler” ile “etik” dersi takip etmektedir. Katılımcılar, halkla ilişkiler eğitiminin daha geniş bir kesime yayılması gerektiği konusunda uzlaşmıştır. %100 uzlaş ile “sivil toplum kuruluşları”, “alandaki çalışan ancak Hİ eğitimi almamış uygulayıcılar” ve “işletme, pazarlama, mühendislik gibi alanlardaki öğrencilere modüller olarak” eğitim verilmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu bulgular, Türkiye’de halkla ilişkiler eğitiminin gelecekte daha toplum odaklı, paydaş merkezli, eleştirel ve ölçülebilir sonuçlara dayalı bir yapıya kavuşturulması gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: halkla ilişkiler eğitimi, halkla ilişkilerin geleceği, sosyal etki, sosyal değer

Post-Sovyet Ülkelerinde Halkla İlişkiler Anlayışı ve Eğitiminin Gelişimi: Azerbaycan Örneği üzerine Bir Değerlendirme

İlgar Seyidov

Atılım Üniversitesi

ilgar.seyidov@atilim.edu.tr

Özet

1990'lı yıllarda bağımsızlıklarını kazanan post-Sovyet ülkeler üzerine çeşitli disiplinlerde çok sayıda bilimsel araştırma yapılmış olsa da halkla ilişkiler alanı—hem uygulama hem de eğitim boyutuyla—sınırlı biçimde ele alınmıştır. Bu çalışma, yeterince incelenmemiş post-Sovyet bağlamlarda halkla ilişkiler anlayışını araştırmayı; özel olarak ise Azerbaycan örneği üzerinden bu alanın gelişimini ve karşılaştığı sorunları tartışmayı amaçlamaktadır. Azerbaycan'ın post-Sovyet geçmişi dikkate alındığında, ülkedeki halkla ilişkiler yapılarının ve pratiklerinin büyük ölçüde Sovyet sisteminden miras kalan kurumsal ve mesleki kalıplardan etkilendiği görülmektedir. Bu doğrultuda çalışma, kavramsal çerçevesinin temelini “Sovyet mirası” kavramı üzerine kurmakta ve bu mirasın post-Sovyet toplumlarda sürmekte olan etkilerini ve yansımalarını tartışmaktadır. Araştırma, ortak coğrafi, kültürel ve dilsel bağlamları nedeniyle genel olarak Kafkasya ve Orta Asya ülkelerini dikkate almakta, ancak odak noktasını Azerbaycan'daki halkla ilişkiler anlayışı, eğitimi ve mesleki gelişim sürecine yöneltmektedir. Azerbaycan medyası üzerine yapılmış çalışmalar bulunmakla birlikte halkla ilişkilere odaklanan araştırmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Betimsel analiz yaklaşımına dayanan çalışma iki temel araştırma sorusuna odaklanmaktadır: (a) “Sovyet mirası” post-Sovyet ülkelerde halkla ilişkilerin gelişimini nasıl şekillendirmiştir? (b) Azerbaycan'da halkla ilişkiler nasıl kavramsallaştırılmakta ve halkla ilişkiler eğitiminin gelişimi için neler gerekmektedir? Bu sorular doğrultusunda, mevcut bilimsel çalışmalar, raporlar ve diğer kaynaklar incelenmiş; alana ilişkin betimsel bir analiz ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: post-sovyet ülkeleri; halkla ilişkiler eğitimi, Azerbaycan, betimsel analiz

Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitimi ve Yapay Zekâ

G. Senem Gençtürk Hızal

Başkent Üniversitesi

gencturk@baskent.edu.tr

Özet

Türkiye’de akademik örgütlenmenin ve çalışmaların yapıldığı 1960’lı yılların ortalarından bu yana halkla ilişkiler eğitimi toplumsal, kültürel, ekonomik, siyasal ve teknolojik dönüşümlere koşut olarak biçimlenmiştir. Kuruluş yıllarında itibaren özellikle lisans düzeyinde halkla ilişkiler programları ilk iki sene yönetim ve toplum bilimlerine yaslanan genel sosyal bilimler formasyonu ve iletişim teorileri, medya çalışmaları, kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler konularında bilgi, beceri ve yetkinlik kazandırma üzerine yapılanmıştır. Yıllar içinde programlarda yürütülen eğitim öğretim planlarının yapısı ve içeriği, toplumsal, siyasi, ekonomik bağlamdaki değişimlere ve teknolojik gelişmelere yanıt olarak güncellenmiştir. Gazetecilik alanıyla yakınlaşmasından basın ve medya ilişkilerine, reklamcılık alanıyla kesişerek tanıtıma, iletişim yönetimi kavrayışıyla stratejik iletişime odaklanış ve son dönemde teknolojinin dönüşen iletişim ekosistemi üzerindeki yönlendirici dinamiği ile dijital medya ve yapay zekâya odaklanış Türkiye’de halkla ilişkiler eğitiminin dönüşümünün adeta genel çerçevesini oluşturmaktadır. Üretken yapay zekâ teknolojileri, halkla ilişkiler de dâhil olmak üzere birçok alanda gündemdeki yerini almıştır. Ulusal ve uluslararası akademik yayınlarda, bilimsel etkinliklerde, meslek örgütlerinin çalışmalarında yapay zekâ belirgin bir tema olarak ortaya çıkmaktadır. Yapay zekânın halkla ilişkiler eğitimindeki yerine ve geleceğine ilişkin öngörüler ise tartışmalar eşliğinde önemli bir alt tema olarak vurgulanmaktadır. Bu çalışma, halkla ilişkiler eğitiminde yapay zekâ konusunu akademik literatür ve meslek örgütlerinin raporları kapsamında ortaya koymayı amaçlamaktadır. Raporlar, tematik analizle incelenmekte, böylelikle, halkla ilişkiler eğitimine yapay zekânın entegrasyonuna dair bir çerçeve hedeflenmektedir. Buna bağlı olarak çalışmada Türkiye’de halkla ilişkiler eğitim öğretim planlarında yapay zekânın entegrasyonuna dair öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: halkla ilişkiler eğitimi, yapay zekâ, dijitalleşme

Halkla İlişkiler Eğitiminde Genel Görünüm

Aslı Yağmurlu Dara

Ankara Üniversitesi

yagmurlu@ankara.edu.tr

Özet

Çalışmada, Türkiye’de üniversite eğitimi içinde halkla ilişkiler eğitiminin genel görünümü ortaya koyulacaktır. Araştırma yöntemi olarak halkla ilişkiler eğitimi veren Üniversitelerin ilgili bölümleri, nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yöntemiyle 2025 Yüksek Öğrenim Kurulu ve Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) ve Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) verileri ışığında halkla ilişkiler bölümlerinin puan, kontenjan, doluluk gibi verilerle görünümünü ortaya koymayı ve bu üniversitelerdeki akademik kadro dağılımı ile en yüksek puanla öğrenci alan ilk beş devlet üniversitesinin program müfredatlarını karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Türkiye’de dört yıllık eğitim veren lisans programları içinde halkla ilişkiler eğitimi veren “Halkla İlişkiler ve Tanıtım” ve “Halkla ilişkiler ve Reklamcılık” adı altında bölümler bulunmaktadır. Bu bölümler kamu ve vakıf üniversitelerinde yer almakta, örgün ve açık uzaktan eğitim yoluyla verilmektedir. Örgün eğitim olarak 33 vakıf ve 43 devlet üniversitesinde halkla ilişkiler programları bulunmaktadır. Örgün eğitim içinde Halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü, İletişim Fakültesi dışında İşletme ve İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi içinde yer almaktadır. Öte yanda Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü, İletişim Fakültesi dışında İktisadi ve İdari Bilimler, Uygulamalı Bilimler, İşletme, Sanat ve Tasarım, Sanat ve Sosyal Bilimler, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakülteleri içinde yer almaktadır. İstanbul’da 27, Ankara’da 7, İzmir’de 3 ve Konya’da 2 olmak üzere toplam 40 ilde halkla ilişkiler eğitimi veren üniversite bulunmaktadır. Devlet üniversitelerinin toplam 1700 kontenjanı bulunmakta ve ek yerleştirmelerle birlikte 1737 öğrenci yerleşmiştir. Vakıf üniversitelerindeki programların toplam kontenjanı 1475, yerleşen öğrenci sayısı ise 697 kişidir. Kontenjanların yarısının boş kalması bu bölümlerin devamlılığı açısından büyük sorun oluşturmaktadır. Açık ve uzaktan eğitim veren 5 program bulunmaktadır. Ankara Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Atatürk Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı ve Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesinde Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı bulunmaktadır. Bu programların toplam 8000 kontenjanı bulunmakta ve 2025 ek yerleştirmelerle birlikte 8200 öğrenci yerleşmiştir. Vakıf üniversiteleri 3-10 kişi arasında tam burslu kontenjan ayırmakta ve bu şekilde sıralamada en yüksek puanda öğrenci almaktadırlar. Ancak açıktır ki bir eğitim programının düzeyi o programda kayıtlı en az puan almış öğrenciyle

oluşmaktadır. Bu durumda örneğin 2025 YKS sonuçlarına göre, Yeditepe Üniversitesi 6 tam burslu öğrenciyi 450-446 puan aralığından almakta, 33 öğrenciyi %50 burslu olarak 180-355 puan aralığından almaktadır. Bu durumda aynı sınıfta sınavda 450 puan almış ve 180 puan almış öğrenci bulunmaktadır. Oysa ki örneğin Marmara Üniversitesi 377-421 puan aralığında, İstanbul Üniversitesi 375-415 ve Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü 373-400 puan aralıklarından öğrenci almaktadır. Bu nedenle sıralama bölüme giren son öğrenciye göre sıralandığında Marmara, İstanbul, Ankara, Ege ve Anadolu Üniversiteleri en yüksek puanla öğrenciye eğitim veren bölümlerdir. Açık ve uzaktan eğitimde ise sıralama, Ankara, İstanbul, Atatürk, İnönü ve Anadolu Üniversitesi programları şeklindedir. Öğretim üyesi sayıları incelendiğinde Marmara 37, İstanbul 25, Ankara Hacı Bayram Veli 23, Anadolu 20 ve Ege Üniversitesi 19 öğretim üyesi ile halkla ilişkiler eğitimi vermektedir. Devlet üniversiteleri halkla ilişkiler bölümlerinin kontenjanı iki üniversite dışında hepsinde en fazla 40 olarak belirlenmiştir. Karabük Üniversitesi ve Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesine halkla ilişkiler eğitimi için 50 kişilik kontenjan verilmiştir. Vakıf üniversiteleri içinde en yüksek öğretim üyesi Bilgi 11, Maltepe 10, Başkent 10, Bahçeşehir 7 ve Yeditepe 6 öğretim üyesi şeklindedir. 2025 verilerine göre tüm örgün programlar içinde en yüksek kontenjan aynı bölüm tarafından yürütülen hem İngilizce hem Türkçe Halkla İlişkiler ve Reklamcılık programı olan İstanbul Medipol Üniversitesininidir. Türkçe bölümün 88, İngilizce bölümün 49 kişilik kontenjanı bulunmaktadır. Bu bölümün öğretim üyesi sayısı ise sadece 4'tür. Araştırma kapsamında en yüksek puanla öğrenci alan 5 bölümün zorunlu dersleri incelenmiştir. Bütün üniversitelerde İletişim Kuramları, Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sosyal Psikoloji dersi bulunmaktadır. Bu dersler temel formasyon derslerindeki ortaklığı ortaya koymaktadır. İletişimin Temel Kavramları, Halkla İlişkilere Giriş, Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Yeni Medya, İşletme, Siyaset Bilimi ve Halkla İlişkiler Kuramları dört üniversitenin programında ortak olarak yer almaktadır. Bu grupta ise hem temel formasyon dersi olarak değerlendirilebilecek derslerle, doğrudan alan derslerinin bulunduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: halkla ilişkiler, müfredat, halkla ilişkiler eğitimi

Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitim Politikaları ve Gelecek

Zeynep Karahan Uslu

Çankaya Üniversitesi

zkuslu@cankaya.edu.tr

Özet

Halkla ilişkiler eğitimi ve genel olarak tüm alt disiplinleriyle iletişim eğitimine dair tartışmalar, çok kez teori ve pratik ilişkisinde yaşanan uyum sorunları, etik tartışmalar üzerine geliştirilmiştir. Ancak sıklıkla belirsizlik çağı olarak adlandırılan 21. YY, teknolojik sıçrama, bilgiye erişimdeki radikal dönüşümlerle ayrımlaşırken, eğitimin içeriği ve eğitim süreçlerine dair, yeni meydan okumalar, handikaplar üretmektedir. İş hayatının ihtiyaçlarının karmaşıklaşması, süreçlerin hızlanması, yaratıcı üretim dâhil tüm maliyet kalemlerinin azaltılması ihtiyacı ve bu amaçlara hizmet eden özellikle yapay zekâ teknolojisinin devrim niteliğindeki katkıları, halkla ilişkiler faaliyetlerine, profesyonellerine yönelik, geri dönülmez biçimde, farklı beklentiler yüklemektedir. Günümüz koşullarında, iletişim bilim ve spesifik olarak halkla ilişkiler eğitiminde, yaşanan gelişime karşılık üretmek, alanın varoluş dinamiklerini muhafaza adına kritik önemdedir. Çalışma kapsamında, Türkiye’deki devlet ve vakıf üniversitelerindeki halkla ilişkiler bölümlerinin eğitim süreçlerine; ders içeriklerine, akademik kadroların yeni ihtiyaçlar karşısındaki yetkinliklerine, öğrenci profillerine, bölüm tercihlerindeki toplumsal talep düzeylerindeki dalgalanmalara yoğunlaşıp, tespitlerin ışığında, çözüm çerçevesi olarak değerlendirilecek perspektiflerin kamusallaştırılması amaçlanmıştır. Tebliğde nitel bir araştırma yaklaşımı olan belgesel yöntem tercih edilmiş, alan yazın taramasından elde edilen verilerle, konu ile ilgili bilimsel toplantıların sonuç raporlarındaki içerik bütünleştirilmiştir. Halkla ilişkiler profesyonellerini istihdam eden kurum ve kuruluşların; dijital içerik üretimi, yönetimi ve yaratıcılık odaklı çalışmalar yapabilecek yetkinlikte çalışan profiline yönelik beklentilerinin artışı, ancak bu taleplerin eğitim müfredatlarında yeterli ve yetkin biçimde karşılık bulmayışına dair saptamalar, yeni teknolojilere uyum sağlayıp, bu doğrultuda eğitim verebilecek akademik personel yetersizliği ele alınmıştır. Diğer taraftan, müfredatlar üzerinden değerlendirme yapıldığında, Türkiye’deki halkla ilişkiler bölümlerindeki eğitimde, yönetsel/işlevsel yaklaşımlar baskın olup, eleştirel yaklaşımların temsili hayli yetersizdir ve öğrencilerin çoklu bilimsel perspektiflerden beslenmesine dair eksiklikler üretmektedir. Hem sektörün ihtiyaçlarına odaklanma gereğinin tümüyle karşılanamaması, hem de halkla ilişkiler eğitimi dar bir teorik yelpazeye sıkışma riski söz konusudur. Son yıllarda çok sayıda Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ile Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümlerinin açılması, sektörel ihtiyaçların üstünde mezun verilmesine neden olarak istihdam olanaklarını kısıtlamakta, bunun doğal bir sonucu ve diğer faktörlerin etkisiyle, üniversite tercihlerinde alana yönelik ilginin azalma ihtimali yükselmektedir. Farklı ülke örnekleri üzerinden küresel

eğilimlere de mukayese objesi olarak yer verilip, ülkemizdeki halkla ilişkiler eğitimini yeni beklentilere karşılık üretecek yetkinliklerle geliştirip, daha ileri seviyeye taşıyabilmeye odaklanan, bir öneri seti sunulmuştur. Akademi & sektör işbirliklerini arttıracak yaklaşımların, YÖK tarafından eğitim politikalarında yeni ihtiyaçlara uygun dönüşümsel ve destekleyici kavrayışların benimsenmesi, sektör STK'larıyla ortak çalışmalar yürütülmesi anlamlı gelişmeler üretebilir. Ders içeriklerinin geliştirilmesi, halkla ilişkiler bölümlerine yönelik ilgiyi arttıracak, akademi ve uygulayıcılar tarafından kabul görececek yeni bölüm adlandırmaları üzerinde çalışılması, öğretim kadrolarının yapay zekâ devrimine adaptasyonu, üniversite giriş sınavında halkla ilişkiler eğitiminin tercih puan türünün değiştirilmesi, lisans eğitimlerindeki staj programlarının zorunlu ve şirketler tarafından talep edildiği üzere daha uzun süreli olması, halkla ilişkiler ve iletişim eğitiminde disiplinler arası yaklaşımın benimsenmesi gereklidir.

Anahtar Kelimeler: halkla ilişkiler eğitimi, halkla ilişkilerin geleceği, iletişim fakültesi, ders programı, halkla ilişkiler

Sinemani Nedir?

Hasan Cem Çal

Bağımsız Araştırmacı

hcecal@gmail.com

Özet

Sinema, ortaya çıktığından beri tutkunlarını var eden bir sanat oldu. Ucuz, zaman almayan ve eğlenceli bir faaliyet oluşu sinemayı bir “halk sanatı”na çevirmiş, kitlelere hitap etmesini imkânlı kılmıştı. Belki de diğer sanatlardan daha az yüksek zümreye hitap ettiği, toplulukça deneyimlendiği ve erişimi kolay olduğundan, ona duyulan ilgiyi paylaşılabılır ve paylaşıldıkça büyüyebilir hâle getiriyordu sinema. Buna binaen sinefil kavramı ise sinemanın gelişim sürecinde, hayatı sinemada yaşayan ve düşünen kimseleri tanımlamak adına, 60'lardan itibaren, bilhassa da Fransa'da kullanılmaya başlanmıştı. Bu kavramın gelişen film arşivleriyle, çoğalan sinema salonlarıyla ve erimi artan sinema kültürüyle de ilişkisi bulunuyordu. Dolayısıyla sinefil, salt çok film izleyenleri değil, film eleştirisine, kuramına ve deneyimine titizlikle, neredeyse takıntılı bir şekilde yaklaşanları, filmi bütün hâlinde ele alanları adlandırıyordu. Ama bu kavramın bir sınırlılığı da vardı: Filmleri ahlaki kategoriler olan “iyi” ve “kötü” üstünden değerlendirmek. 60'ların auteur kuramının dayandığı temel de bu tipteydi. Bu dönemde sinema, başat olarak erkek, beyaz, heteroseksüel ve Batılı yönetmenlerin tekeli altındaydı ve sinema sevgisi de bu yönetmenlere doğrulmuştu; kapsayıcı değildi. Bu sinefilinin, “geleneksel sinefil”nin ardından gelen ise Girish Shambu'nun adlandırmasıyla “yeni sinefil”ydi; küreselleşmeyle birlikte internetin kamusallaştığı ve “ev sineması”nın baskın olduğu bir zamanın sinefilisi. Yeni sinefil hem sinefilinin normatifliğine direnç gösteriyordu hem de alternatif sinema deneyimlerini odağına alıyordu; kadın, beyaz olmayan, lubunya ve Batı dışında yaşayan yönetmenlerin filmlerinin kayda değer görüldüğü, sinema salonu dışında yer alan ve farklı

formatlarda üretilen hareketli görüntülerin tüketiminin faal olduğu bir sinema paradigmasının sinefilisiydi; lokal değil globaldi. Özetle, geleneksel sinefilinin göz ardı ettiği, yok saydığı fakat her hâlükârda sinemaya dair şeyleri de bir bütün olarak dünyayı da sinema sevgisinin nesnesi kılıyordu yeni sinefili. Bugün ise, hareketli görüntü tüketim rutinimiz hesaba katıldığında, bu sinefilinin dışında, bir “sinemani”nin içinde gözüktüyoruz. Bundan kasıt, hareketli görüntünün herhangi bir ilke gözetilmeksizin tüketildiği ve dünyaya dair olmaktansa sınırsız ve çokyönlü iletişimi ilgilendiren, “küreselleşme sonrası” bir sinefili şekli. Sosyal mecralardan (YouTube, TikTok ve Twitch) tüketilen hareketli görüntülere bağımlılığın tavan yaptığı bir dönemin sinefilisi diyelim. Yani sevgiden çok bağımlılıkla, eros’tan çok mania’yla tanımlanan bir sinefili. Bu anlamda da sinema sevgisindeki radikal bir dönüşümü imlediğinden, ilgiyi hak ediyor. Bu sinefilinin önemi, aslen, sinemanın, eski “sinefililer”e nazaran, estetikten çok iletişime dönük bir boyutunu önceliyor olmasından, hareketli görüntünün, sinemanın bir “farklı kullanım”ına, iletişimselliğine işaret etmesinden kaynaklı. Bundan kasıt, sinemani ekseninde tüketilen hareketli görüntülerin, estetik bir deneyim yaşatmaktansa ekseriyetle iletişim kurmaya yönelik bulunması. Örneğin Instagram reel paylaşımları aracılığıyla arkadaş olmak, flört etmek ve dahası, bu iletişimin bir parçası. Ama tabii, yemek yerken, yolculuk yaparken, kısacası her tür “ölü zaman”da izlenen, “bilgilendirici” videolar da bu iletişimin bir başka yönü. Sözcük sarf etmeden, “tepki vermek” için kullanılan kinetik emojiler, GIF’ler ve sticker’lar ise bir diğer veçhesini yansıtıyor bu iletişimin. Dolayısıyla, sinemanının, her türden hareketli görüntüyle haşır neşir olma ve onları “kullanma” arzusunun, bu perspektiften bakıldığında, artık sinefilinin temel bir boyutu olduğu söylenebilir. Bu minvalde, bu sinefili üç bağlamda incelemek olası. Bunların birincisi, iletişim kurmak için paylaşılan hareketli görüntüleri ilgilendiriyor. Bunların ikincisi, “boş zaman”ları doldurmak için kullanılan görüntülerin tüketimiyle alakalı. Bunların üçüncüsü de mobil cihazlarda saklanan ve “yeri geldiğinde” iletilen “dil ötesi” hareketli görüntüleri kapsıyor. Bu bağlamların her biri, sinemanının iletişimle bağlantısını açığa çıkarıyor ve türlü mecra üstünden (eğitici/öğretici video essay’ler ve YouTube belgeselleri, ayrıca kişilerarası iletişimi sağlayan televizyon ve streaming sitesi dizilerine dair memler) kendi payına değerlendirilmeye açık. Bu değerlendirme ise bu bağlamlara giren hareketli görüntülerin nasıl, ne zaman, hangi sıklıkla ve saikle kullanıldığını açığa çıkaran örnekler ve bu konudaki araştırmalara değiniler vasıtasıyla yapılabilir. Sonuç olarak sinemani, hareketli görüntülerin türlü yolla iletişim için kullandığı bir sinema kültüründen bağımsız düşünülemez gözüktüyor. Bunu hesaba katarak bu bildiri, hareketli görüntü tüketiminin neredeyse dürtüsel hâle geldiği post-internet çağının sinefilisi addedilebilir sinemanının iletişimsel içerimlerini pragmatik yönleriyle irdeleyecek.

Anahtar Kelimeler: sinefili, yeni sinefili, sinemani, hareketli görüntü, iletişim

Kolonyal Bağlamda İletişim Eğitimi: Kıbrıs'ta Sinema ve Öğrenme Biçimleri

Barçın Boğaç

Doğu Akdeniz Üniversitesi

barcin.bogac@emu.edu.tr

Özet

Bu çalışma, Kıbrıs'ta sinema eğitiminin tarihsel gelişimini, iletişim eğitimi alanının kurumsal, pedagojik ve ideolojik dönüşümleri bağlamında eleştirel bir biçimde incelemektedir. İletişim eğitiminin yalnızca okullar, ders programları ya da akademik kurumlarla sınırlı olmadığı; aynı zamanda toplumsal, kültürel ve politik pratikler aracılığıyla da üretildiği varsayımından hareket edilmiştir. Bu çerçevede sinema eğitimi, özellikle de film üretimi, gösterimi ve teknik bilgi aktarımı süreçleri, iletişim eğitiminin kolonyal mirasla iç içe geçmiş biçimlerinin anlaşılması için özgün bir örnek alan sunmaktadır. Araştırmanın amacı, 1940'lardan 2000'lere uzanan süreçte, Kıbrıs'ta sinema ve film temelli öğrenme pratiklerinin nasıl gerçekleştiğini, geliştiğini ve bu süreçlerin kolonyal süreçlerle nasıl ilişkilendiğini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, sinema eğitimi pratiklerinin ada tarihinde çoğu kez resmi sınırların dışında, gündelik ve yerel dinamiklerle iç içe şekillendiği savunulmaktadır. Böylece çalışma, iletişim eğitiminin yalnızca pedagojik değil, aynı zamanda kültürel ve politik bir alan olarak yeniden düşünülmesini önermektedir. Yöntemsel olarak araştırma, İngiliz Koloni Yönetimi belgelerini, Halkın Sesi gazetesi taramasını ve sinema izleyicileriyle sektör çalışanlarından oluşan yirmi sekiz katılımcıyla gerçekleştirilen sözlü tarih görüşmelerini bir arada değerlendirmiştir. Bu kaynaklar hem resmi söylemin hem de bireysel tanıklıkların karşılaştırılmasına olanak tanıyarak, sinema eğitimi tarihinin çok katmanlı bir analizini mümkün kılmıştır. Görüşmelerin yaş aralığı 62 ile 84 arasında değişmekte olup, çoğu tanık 1950'ler ile 1970'ler arasındaki dönemi doğrudan deneyimlemiştir. Bu tanıklıklar, sinema salonlarının toplumsal mekan olarak işlevini ve film gösterimlerinin öğrenme süreçlerindeki rolünü anlamada önemli veriler sunmaktadır. Bulgular, adada sinema eğitiminin ilk örneklerinin II. Dünya Savaşı sonrasındaki dönemde ortaya çıktığını göstermektedir. Bu dönemde, Kıbrıs'ta çekilen dış kaynaklı film yapım projeleri aracılığıyla bazı yerel katılımcıların çekim pratikleri, organizasyon ve yapım tekniklerine dair kısa süreli uygulamalı eğitimlerden geçtiği anlaşılmaktadır. Bu süreç, kolonyal yönetim altında yürütülen belgesel üretimlerinin aynı zamanda yerel teknik becerilerin gelişmesine aracılık ettiğini ortaya koymaktadır. Araştırma, sinema teknolojilerine ilişkin bilgilerin de uzun yıllar boyunca kurumsal eğitimden çok uygulamalı deneyimler yoluyla aktarıldığını göstermektedir. Yerel sinema çalışanlarının, teknik bilgiye çoğunlukla mesleki pratikler, deneme-yanılma süreçleri ve Türkiye'deki sinema çevreleriyle temaslar aracılığıyla eriştiği görülmüştür. Bu öğrenme biçimleri, zamanla topluluk içinde aktarılan bir "zanaat bilgisi" oluşturmuş ve sinemayla ilişkili becerilerin sürekliliğini

sağlamıştır. Bulgular ayrıca, bu sürecin sinema teknolojisinin gündelik yaşamla kesiştiği yerel pratikler içinde yeni yaratıcı üretim alanlarının doğmasına da yol açtığını; böylece sinema eğitiminin alternatif öğrenme biçimlerini ortaya çıkardığını göstermektedir. Bu araştırma, sinema eğitiminin tarihsel gelişimini, iletişim eğitiminin kolonyal dönemdeki biçimlenişiyle kesişen bir süreç olarak yeniden konumlandırmaktadır. Bu yönüyle çalışma, iletişim eğitiminin yerel bağlamlarda nasıl biçimlendiğine dair alternatif bir kavrayış sunmakta; aynı zamanda kolonyal geçmişin bugünkü pedagojik yapılarıdaki yansımalarını tartışmaya açmaktadır. Kıbrıs örneği üzerinden geliştirilen bu tartışma, iletişim eğitiminin tarihsel süreklilikler ve kırılmalar içindeki çok katmanlı doğasına ışık tutmayı ve bu alanın eleştirel tarih yazımına katkı sunmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: iltişim eğitimi, sinema, kolonyal bağlam, öğrenme biçimleri, kıbrıs

Yeşil Dönüşümde Eğitim Kurumlarının Rolü: Sürdürülebilir Film Yapımı Üzerine Bir İnceleme

Nihan Gider Işıkman

Başkent Üniversitesi

ngider@baskent.edu.tr

Özet

Küresel iklim krizinin giderek derinleştiği günümüzde, yüksek enerji tüketimi ve kaynak kullanımına dayalı geleneksel yapım süreçleri yerine çevre dostu üretim modellerinin benimsenmesi, yalnızca sektörel dönüşüm açısından değil aynı zamanda yeni kuşak film yapımcılarının yetiştirilmesinde de kritik bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı eğitim kurumlarının yeşil dönüşüm sürecindeki rolünü pedagojik, kültürel ve sektörel boyutlarıyla görünür kılmaktır. Çalışmada uygulama örneği olarak Başkent Üniversitesi Film Tasarımı ve Yönetimi Bölümü'nün 2023 yılından itibaren devam ettirdiği sürdürülebilir film yapımı pratikleri, sinema sektörünün ekolojik dönüşüm ihtiyacını hem pedagojik hem de kültürel açıdan değerlendirmek amacıyla ele alınmıştır. Çalışma, Başkent Üniversitesi Film Tasarımı ve Yönetimi Bölümü'nün 2023–2025 yılları arasındaki deneyimlerini örnek olay olarak ele alan nitel bir durum analizi yaklaşımıyla yürütülmüştür. Bu yöntem, sürdürülebilir film yapımının eğitim bağlamında uygulanabilirliğini anlamaya odaklanmaktadır. Bölümde gerçekleştirilen uygulamalar doğrudan gözlemlenmiş; öğrencilerin ve öğretim üyelerinin deneyimlerinden nitel veriler toplanmıştır. Süreç boyunca öğrencilerin hazır bulunuşluk düzeyleri, eğiticilerin ve eğitimi süreçlerinden geçen öğretim elemanlarının sürdürülebilir yapım pratiklerine yönelik direnç gösterdikleri ve dönüşüm yaşadıkları noktalar tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu dinamiklerin berraklaştırılması, geleceğe yönelik perspektiflerin belirlenmesi ve sürdürülebilir film eğitiminin etkisinin değerlendirilmesinde önemli bir araç olarak ele alınmıştır. Böylelikle yöntem, hem pedagojik etki analizi hem de kurumsal uygulamaların dönüştürücü boyutunu açığa çıkarmayı amaçlamaktadır. İklim krizinin öğrenciler için soyut bir olgu olmaktan çıkıp

somut bir gelecek kaygısı haline geldiği bu dönemde, sinema eğitiminin sürdürülebilirlik ilkelerini kurumsal düzeyde benimsemesi, onları yalnızca yaratıcı değil aynı zamanda ‘iklim vatandaşları’ olarak da yetiştirmeyi mümkün kılmaktadır. Çalışma, öğrencilerin çevresel sorumluluk bilinciyle yetişmelerini sağlayan ders entegrasyonları, günlük üretim pratikleri ve ulusal-uluslararası iş birlikleri üzerinden sürdürülebilirlik ilkelerinin sinema eğitimine nasıl entegre edilebileceğini ortaya koymayı hedeflemekte; ayrıca karşılaşılan zorluklar ve elde edilen kazanımlar üzerinden geleceğe yönelik çıkarımlar geliştirerek Türkiye’de sürdürülebilir film yapımında eğitim kurumlarının alabileceği pozisyonu berraklaştırmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilirlik temasının ders içeriklerine ve üretim pratiklerine entegre edilmesi, senaryo derslerinde ‘yeşil içerik’ kurgusu, sanat yönetmenliği derslerinde çevre dostu tasarım, yapımçılık derslerinde karbon ayak izini azaltmaya dönük bütçeleme ve lojistik stratejilerinin ele alınması pratikteki uygulamalardandır. Bunun yanı sıra dijitalleşme yoluyla kağıt tüketiminin azaltılması, LED aydınlatma ve şarj edilebilir pillerin kullanılması, ortak ekipman, set, kostüm-dekor aksesuar unsurları paylaşımı gibi uygulamalarla günlük yapım süreçleri de yeşil dönüşüme uygun hale getirilmeye çalışılmaktadır. Elde edilen bu deneyimler, kuramsal düzeyde komediya okuryazarlığı yaklaşımla keşifmektedir; zira film eğitimi, hem medya teknolojilerinin ekolojik ayak izine hem de anlatıların çevresel farkındalık yaratmadaki zihinsel izine odaklanarak öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerini geliştirebilecek potansiyele sahiptir. Medya teknolojilerinin üretiminden e-atık döngüsüne kadar uzanan zincirdeki görünmez çevresel maliyetler, toksik maddeler, enerji yoğun veri merkezleri, küresel Güney’e ihraç edilen e-atıklar, eğitim bağlamında görünür kılındığında, öğrenciler teknolojiye dair kültürel büyülenmeyi sorgulama yetkinliği kazanabilmektedir. Bu eleştirel farkındalık, ekosinema çalışmaları literatürünün ortaya koyduğu gibi, sinemanın yalnızca ekolojik temaları temsil etmediğini, aynı zamanda üretim zincirleriyle doğrudan ekolojik krizlerin içinde yer aldığını kavratmaktadır. Sürecin temel zorlukları, sürdürülebilir malzemelere erişim maliyetleri, sektörde yeşil standartların henüz yaygınlaşmamış olması, öğrenci projelerinde ölçümlene eksiklikleri gibi halen devam etmekle birlikte, kazanımlar da kayda değerdir. Öğrencilerde artan çevresel bilinç, yeşil içerik ve set tasarımı örnekleri, uluslararası etkinliklere aktif katılım ve “Sürdürülebilir Yapım Danışmanı” ulusal meslek standardı hazırlıklarına kurumsal katkı bu kazanımlar arasındadır. Sonuçta, sürdürülebilir film yapımı yalnızca teknik çözümlerle sınırlı olmayan; medyanın ekolojik ayak izini, temsil biçimlerini ve adalet boyutunu bir arada ele alan kültürel bir dönüşüm sürecidir. Sürdürülebilir film yapımı eğitimi yalnızca teknik araç ve yöntemlerin değiştirilmesi değil, aynı zamanda eğitim kurumlarının rehberliğinde yürütülen kapsamlı bir zihniyet dönüşümüdür. Öğrencilerde gelişen ekolojik bilinç, öğretim elemanlarının dönüşüm deneyimleri ve sektörel iş birlikleri birlikte değerlendirildiğinde, üniversiteler bu sürecin hem pedagojik hem de kültürel öncüsü konumunda değerlendirilebilir. Türkiye’de sürdürülebilir film yapımının kurumsallaşması, eğitim kurumlarının liderliği ve bu kurumların ortaya koyduğu modeller sayesinde mümkün olabilir. Bu bağlamda, üniversiteler geleceğin sinemacılarını yalnızca yaratıcı bireyler değil, aynı zamanda ekopolitik aktörler olarak yetiştirme sorumluluğunu üstlenmelidir.

Anahtar Kelimeler: yeşil film, ekosinema, sinema eğitimi

Bütüncül Bir Eğitim İdealine Yönelik Bir Girişim: Eğitimde Sinema ve Felsefe Disiplinlerinden Yararlanma Üzerine

Çağdaş Emrah Çağlıyan

Başkent Üniversitesi

cagdasemrahcagliyan@gmail.com

Özet

Düşünce tarihini genel hatlarıyla değerlendirdiğimizde, kadim dönemlerden beri öne çıkmış düşüncülerin genellikle yaşama ilişkin asli hakikati ortaya koyma iddiasıyla hareket ettiğini görürüz. Çağımızda bilimlerin, belirli uzmanlık alanlarına göre birbirinden ayrılmış olması, bu iddianın yalnızca özgül alanların sınırları içine daraltılarak sürdürülmesini getirir. Ancak yakın bir geçmişe kadar, tüm disiplinler, felsefe içerisinde kapsanacak şekilde anlaşılmalı ve bütüncül bir yapı içinde kendine yer bulmuştur. Bu bakımdan, genel olarak felsefede, hakikat olarak savlanan düşüncelerin, en soyut sayılabilecek bir yol izlendiğinde dahi, önümüzde halihazırda duran olgusal yaşamın asli mahiyetini açıklama çabasıyla bir arada bulunduğunu görürüz. Bununla birlikte, bilindiği üzere, felsefeye atfedilen nitelik, yaşama ilişkin asli hakikate yönelik açıklamanın doğrudan kavramlar aracılığıyla verilmesidir. Kavramsal açıklamanın kullanılmasının, var olanın hakikatini, olduğu haliyle yansıttığı düşünülür ve bu bakımdan felsefeye, hakikati açıklama iddiasında olan diğer disiplinlerden daha yukarıda bir konum verilir. Düşünce tarihinde sanata yüklenen işleve yönelik değerlendirmeleri anımsadığımızda, bu işlevin yine hakikatin ortaya koyulması olarak kavrandığını görürüz; ancak bu kez kavramsal açıklama yoluyla değil, imgeler yoluyla. Bu bakımdan, gerçek bir sanat yapıtı, evrensel bir hakikatin tek bir örnekte somutlaşması olarak kavranır; tikel yapıtı, ancak barındırdığı tümel içerikle ilişkili olarak değerlendirilir. Öyleyse, hakikatin taşıdığı birliğe yönelik savlarımız, tüm disiplinleri bir bütünlük içinde kavramamızı gerektirir; felsefe ise hakikati kavrama çabamızda gereksindiğimiz yol göstericiliği sağlar. Peki bu yolun açık hale gelmesi ne şekilde olur? Hakikatin yalnızca kavramsal olarak idraki ve betimlenmesi, bunun başkalarına aktarılmasında sorun oluşturmaktadır; salt soyut kavramlardan oluşan bir dağarcık, kavramaya çalıştığımız haliyle hakikati yalnızca kendi zihnimize hapseder. İdrak ettiğimiz gerçekliği aktarabilmemiz; bunu somut imgeler aracılığıyla betimlemeyi becerebildiğimiz ölçüde mümkündür. İşte, sinemanın rolünden tam bu noktada söz edebiliriz. Kavramına uygun bir sanat yapıtı niteliği taşıyan bir filmde, imgeler aracılığıyla sunulan şey, bir yanıyla hakikate yönelik kavrayıştır. Bu imgeler, hakikate ilişkin kavrayışımızı somut bir çehreye büründürüp güçlendirerek bizim için uygun dayanak noktaları oluşturur. Kadim dönemlerde derin düşüncenin ifadesinde mitoloji ve trgedyalardan sağlanan desteğin benzeri; çağımızda

filmlerden edinilen imgesel dağarcıkla sağlanabilir. Bu durumu olanaklı kılan nokta, felsefenin de sinemanın da asıl kaynağını yaşamın kendisinden alıyor olmasıdır. Düşüncemizi, her zaman doğrudan içinde bulunduğumuz yaşamın kendisiyle bağımızı göz önünde bulundurarak derinleştirdiğimizde, onu açığa çıkarmak için en uygun yolları aradığımız, bunu yaparken de belleğimizdeki imgelerden yararlandığımız -ya da başka bir ifadeyle bu düşüncenin bizim aracılığıyla açığa çıkmak için bu imgelerden yararlandığı- yadsınamaz. Öyleyse, sinemayı, çağımızda bu imgeleri devşirebileceğimiz asli kaynaklardan biri olarak değerlendirdiğimizde, onun felsefe ile olan bağı bizim için daha açık olacaktır. Şunu da ekleyebiliriz ki, sinema ve felsefe arasındaki ilişki, çağımızın egemen eğilimleri uyarınca yapıldığı üzere, dikkatimizi yalnızca sinemaya yöneltip sinemanın mahiyetini yalnızca bu disiplin içinde kalarak açıklamaya, bunu yaparken de felsefeyi yalnızca kavramlar üretecek bir araç olarak kullanmaya yeltendiğimizde de kurulabilir. Ancak, ilişkinin bu şekilde kurulması, kişiyi, bu iki disiplin arasındaki bağın açık biçimde idrak edilmesini olanaklı kılacak olan, doğrudan deneyimlenen yaşamın kendisine yoğunlaşma çabasından alıkoyabilmektedir. Bu bağlamda çalışmamıza, öncelikle felsefede ve sinemadaki tikel örneklerden hareketle, hakikatin ne şekilde ele alındığına yönelik bir sorgulamayla başlayacağız. Bu doğrultuda, yaşam üzerine derin düşünme girişiminin kaynaklık ettiği, örneğin özgürlük, zorunluluk, sonsuzluk, vb. konulara ilişkin, hakikat tasavvurunu sinemada ve felsefede koşutluk taşıyacak biçimde serimleyen örneklere yer vererek bu iki alan arasındaki iç içeliği göstereceğiz. Çalışmamızda nihai olarak amaçladığımız ise, sinemaya ilişkin imgeleri felsefeden hareketle; hakikate yönelik felsefi kavrayışı ise filmlerden alınmış imgelerden hareketle açıklamanın bu iki disipline ilişkin eğitim sürecinde önümüze koyduğu olanaklara ve gerekliliklere dikkat çekmektir. Çalışmamızda göstermiş olmayı umuyoruz ki, yaşama yönelik derinlikli bir sorgulama girişiminde, her iki disiplin birbirini tamamlayıcı işlev görür; dolayısıyla, bu durum bizi, eğitimde bu disiplinlerden birliktelik içinde yararlanmaya teşvik etmelidir.

Anahtar Kelimeler: felsefe, sinema eğitimi, hakikat, kavramsal açıklama, derin düşünme

Halkla İlişkiler Eğitiminde Eleştirel-Yaratıcı Eğitim Yaklaşımın Öğrencilerin Staj Deneyimlerine Yansıması

Meltem Kurt Tahtalı

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

meltem.kurt@aybu.edu.tr

Özet

Halkla ilişkiler eğitimi uzun yıllar boyunca mesleki becerilerin ve kurumsal iletişim pratiklerinin aktarımına odaklanmış; bu yönüyle “uygulama merkezli” bir karakter sergilemiştir. Söz konusu yaklaşım, öğrenciler ile mezunları iletişim süreçlerinin edilgen uygulayıcıları haline getirirken, halkla ilişkiler alanının toplumsal, ideolojik ve etik boyutlarını arka plana itmektedir. Oysa günümüz iletişim ortamı yalnızca teknik yeterlilik değil, aynı zamanda etik farkındalık, toplumsal duyarlılık ve yaratıcı düşünme becerilerinin temel alındığı eğitim yaklaşımını zorunlu kılmaktadır. Bu gereksinim, halkla ilişkiler pedagojisinde eleştirel ve yaratıcı yaklaşımların önemini giderek artırmaktadır. Bu çalışma, halkla ilişkiler eğitimi eleştirel pedagojinin ve yaratıcı eğitimin kesişiminde yeniden değerlendirmekte; deneyimsel öğrenme biçimi olarak stajın yalnızca profesyonel beceri kazandıran bir süreç değil, aynı zamanda eleştirel farkındalık, yaratıcı üretim ve etik duyarlılık geliştiren bir öğrenme alanı olarak işlev görüp görmediğini incelemektedir. Kuramsal çerçeve, eleştirel pedagoji (Freire, 2000; Giroux, 2014) ve yaratıcı eğitim (Craft, 2006; Hou, 2021) yaklaşımlarına dayanmaktadır. Bu iki perspektif, öğrencilerin yalnızca bilgi alan değil, sorgulayan, dönüştüren ve toplumsal yarar üreten özneler olarak yetiştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Ankara’daki iki devlet üniversitesinde halkla ilişkiler bölümü öğrencileriyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler, verilerin nitel tematik analizini mümkün kılmıştır. Bulgular, öğrencilerin staj süreçlerinde neoliberal piyasa mantığının sınırlayıcı etkilerini deneyimlediklerini; kurumların piyasa merkezli yapısının yaratıcılığı çoğu zaman sınırlandırdığını göstermektedir. Öğrenciler, fikirlerinin çoğunlukla “müşteri odaklılık” gerekçesiyle reddedildiğini belirtmiştir. Buna karşın, eleştirel-yaratıcı eğitimi ders içeriklerine dahil eden halkla ilişkiler programlarında öğrenim gören öğrencilerin, bu sınırları sorgulama ve alternatif çözümler üretme konusunda daha dirençli oldukları gözlemlenmiştir. Öğrenciler, yaratıcı katkılarını ifade etme konusunda çoğu zaman sınırlanmış hissetseler de etik sorumluluk ve toplumsal fayda perspektifinden yeni iletişim biçimleri geliştirme eğilimi göstermişlerdir. Sonuç olarak staj deneyimleri öğrenciler için hem hegemonik sınırlarla çevrili bir alan hem de özgürleşim olasılığı barındıran bir öğrenme laboratuvarı niteliği taşımaktadır. Çalışma, halkla ilişkiler eğitiminde yaratıcı pedagojinin eleştirel bilinçle bütünleştirilmesinin, öğrencilerin etik duyarlılıklarını ve toplumsal sorumluluk bilincini güçlendireceğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, üniversiteler özelinde iletişim fakülteleri deneyimsel öğrenme çerçevelerini eleştirel ve yaratıcı ölçütlerle yeniden yapılandırması ve öğrencilerin üretim süreçlerine katılımcı biçimde dâhil edilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: eleştirel pedagoji, yaratıcı eğitim, halkla ilişkiler, staj deneyimi, deneyimsel öğrenme, praxis

Halkla İlişkiler Eğitimi ve Profesyonel Alandaki Yansımaları

Sevilay Ulaş

Çankaya Üniversitesi

sevilay.ulas@cankaya.edu.tr

Özet

Bir bilim dalı ve uygulama pratiği olarak Halkla İlişkiler alanının tarihsel gelişim sürecinde kavramsal ve uygulama pratiklerindeki dönemsel olarak değişim ve gelişmeler yaşadığı söylenebilir. Kavramsal olarak tanımlanması ve uygulama pratiklerinin belirlenmesinde, içinde bulunulan dönem ve yaşanan değişim, gelişmelerden etkilendiği yadsınamamaktadır. Bu noktada bir disiplin olarak var olmaya başlamasında halkla ilişkiler alanına ilişkin eğitim önem taşımaya başlamıştır. Sadece bir uygulama pratiği olmaktan öteye geçip bir bilim alanı olarak karşımıza çıkmıştır. Halkla ilişkiler eğitimi teorik temelin yanı sıra ilgili uygulama pratiklerinden oluşmaktadır. Söz konusu alanda, iletişimin başat rol üstlendiğini, birçok benzer ve farklı disiplinlerin birlikteliğinin bulunduğunu söylemek mümkündür. Bu kapsamda güncel ve dinamik bir alan olduğu ve yine güncel değişim ile gelişmelerden etkilendiği görülmektedir. Özellikle iletişim araç ve ortamlarındaki değişimlerin halkla ilişkiler eğitim ve uygulama pratiklerindeki yansımaları yadsınamamaktadır. İletişim araçlarında olduğu gibi diğer alanlardaki ve gündelik yaşam pratiklerindeki değişimler, genel eğitim anlayışındaki gelişmeler, kuşakların nitelikleri birçok unsurun da varlığından söz etmek mümkündür. Dolayısıyla halkla ilişkiler eğitimi ve profesyonel yaşamdaki halkla ilişkiler uygulama pratiklerinin -halkla ilişkiler ajanslarının çalışma ve uygulama pratikleri gibi- birbirlerini etkiledikleri ve etkilendikleri görülmektedir. Bu noktadan hareketle halkla ilişkilerin, bir disiplin olarak bünyesinde eğitim ve uygulamanın iç içe olduğu ve birbirini beslediği bir gerçeklik ile nitelendirilmesiyle akademi ve profesyonel yaşamın da etkileşiminin önemi yadsınamamaktadır. Bu doğrultuda halkla ilişkiler disiplinine ilişkin eğitimin içeriği ve profesyonel yaşamın beklenti ve uygulama pratikleri ile ne derece ve nasıl örtüştüğü, etkilendiği çalışmanın ana sorunsalını oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, halkla ilişkiler alanı özelinde iletişim eğitiminin profesyonel yaşamın pratikleri kapsamında değerlendirilmesidir. Çalışmanın araştırma yöntemi nitel, veri toplama aracı ise görüşme tekniğidir. Bu kapsamda Ankara ilinde faaliyet gösteren halkla ilişkiler ajans ve danışmanlık firmaları yöneticileri ile görüşme yapılması planlanmaktadır. Bu çerçevede, çalışmanın temel amacı doğrultusunda soru formu hazırlanarak ilgili kurumların yöneticilerine uygulanması planlanmaktadır. Oluşturulan soru formunun içeriği, iletişim eğitimi temelinde, halkla ilişkiler eğitiminin geçmişten günümüze ve geleceğine yönelik hem teorik hem de uygulama pratiklerine yönelik sorulardan oluşmaktadır. Özellikle son dönemde dijitalleşme süreci ile birlikte de dijital uygulama pratiklerinin de halkla ilişkiler eğitiminde yer alması ve nasıl uygulandığına ilişkin sorular da bulunmaktadır. Bu yolla halkla

ilişkiler eğitiminin profesyonel yaşamdaki yansımaları ve değerlendirmelerinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Bu genel çerçevede özellikle dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan yansımalar ve etkileşimler değerlendirmenin odak noktasını oluşturmaktadır. Dijitalleşmenin, özellikle iletişim alanında, halkla ilişkiler eğitim ve uygulama pratiklerinde yeni bir dönemin başlangıcı olarak görülmesi ile söz konusu çalışma ile ortaya konan değerlendirmenin geleneksel ve yeni iletişim ortamının varlığı ve yansımalarının da karşılaştırılabilirliğine olanak sağlayacağı söylenebilir. Bu yönüyle çalışmanın ilgili alana katkı sağlayacağı ön görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: halkla ilişkiler, halkla ilişkiler eğitimi, halkla ilişkiler ajansı, dijitalleşme ve halkla ilişkiler

Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişiminde Lisansüstü Eğitimin Rolünü Tartışmak

Özlem Özdemir

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi

ozlem.ozdemir@mku.edu.tr

Tolga Tellan

Sağlık Bakanlığı

ttellan@gmail.com

Özet

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin, ortaya çıkışından yirmi birinci yüzyılın başına değin geçen zaman dilimi içerisinde duyurum, tanıtım, pazarlama, ikna, propaganda, lobicilik, kurumsal imaj ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi etkinlikler içerisinde somutlaştığı görülmektedir. Karar verme, ikna, ticari satış ve bilişsel tutunma gibi süreçlerde ‘kaynak’ tarafın imajını yenilemek ve iletişimi istediği yönde geliştirmek amacıyla profesyonel halkla ilişkiler uzmanlarıyla\ajanslarıyla çalışılmaya başlanması, kurumsallaşmaya; ancak çoğu kez de ‘hedef kitle’nin beklentilerinin ve reel taleplerinin göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Meslek profesyonellerince şekillendirilen halkla ilişkiler etkinlikleri, dünya genelinde neoliberal politikaların uygulanmaya başladığı 1980’lerden itibaren hızla ‘ekonomik ve politik sorunları çözmek için göreve davet edilen’ ve ‘sosyal etkiler açığa çıkaran’ bir disipline dönüşmüştür. Kurumsallaşmanın akademik disiplinleşmeye dönüşmesi ise meslek eğitime sahip profesyonellerle mümkün hâle gelecektir. Halkla ilişkiler eğitiminin iletişim ve işletme-yönetim disiplinleri iç içe geçmiş bir yapıda örgütlenmesi; yönetim-organizasyon, pazarlama, kamu yönetimi alanındaki programlarda zorunlu ders olarak yer bulması ve uluslararası ilişkiler, siyasetbilim, sosyal psikoloji, çalışma ekonomisi, dijital teknolojiler ve etik gibi farklı çalışma başlıklarıyla ilişkilendirilmesi alanın akademik bakımdan çok boyutluluğunu da ortaya koymaktadır. Çalışma ile amaçlanan, halkla ilişkiler alanının Türkiye’de kurumsal düzlemde örgütlendiği ve kamu-özel tüm organizasyonların ekonomik işlevlerine ve konumlarına göre yeniden şekillendiği 1980-2000 döneminde, kuramsal tartışmaların toplumsal

değişim sürecine ne düzeyde katkı sağladığını ortaya çıkarmaktır. Türkiye’de neoliberal piyasa ekonomisinin hakim paradigma haline geldiği ve işletmelerin, bireylerin ve de toplumsal ilişkilerin tasarlanmış, hedefli, süreli, dönüşümlü ve ekonomi temelli materyal ve mental iletişim süreçlerini merkeze aldığı bu süreçte, halkla ilişkiler ister kamu kurumu isterse de özel şirket olsun tüm organizasyonların varoluşsal gereksinim duyduğu bir faaliyet haline gelmiştir. Çalışmanın problematiği, Türkiye’de neoliberal ekonomi politikalarının egemen olduğu 1980-2000 yılları arasında halkla ilişkiler eğitiminin halkla ilişkiler etkinlikleriyle ne düzeyde paralellik gösterdiğini ortaya koymaktır. Bu bağlamda, çalışmada, halkla ilişkiler eğitiminin akademik bakımdan en önemli kesitini oluşturan lisansüstü eğitim programlarının sonuç çıktısı olarak betimleyebileceğimiz yüksek lisans ve doktora tezlerinde, toplumca yanıt aranan ekonomik, politik ve sosyolojik sorulara ne düzeyde cevap verildiğinin ilksel düzeyde araştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada, Türkiye’de 1980-2000 yılları arasında tamamlanmış, YÖK Tez Merkezi kayıtlarında yer alan, ‘halkla ilişkiler’ konu başlığı altında sınıflandırılmış 294’ü yüksek lisans ve 61’i doktora olmak üzere toplam 355 lisansüstü tezin sorunu ele alış tarzları ve kuramsal yaklaşımları analiz edilmektedir. Lazarsfeld’in iletişim çalışmalarına yönelik ‘uygulamalı’ (applied), ‘yönetsel’ (administrative) ve ‘akademik’ (academic) şeklindeki sınıflandırmasının kullanıldığı çalışmada; bulgular, halkla ilişkiler lisansüstü eğitiminin parçası olan yüksek lisans ve doktora tezlerinin yüksek sıklıkta neoliberal ekonomi politikalarıyla uyumlu ve bu politikaların parçası olan bir kuramsal içerikte kaleme alındıklarını göstermektedir. Halkla ilişkiler eğitimindeki teorik tartışma eksikliğinin ve lisansüstü tezlerin toplumsal gelişmelere verdiği yanıtların sonuçlarının tartışıldığı tanımlayıcı-betimleyici karakteristikteki bu çalışma ile benzer teorik araştırmalar önerilmekte ve akademi-toplum iş birliğinin desteklenmesinin önemi vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: halkla ilişkiler, akademik çalışmalar, lisansüstü eğitim, neoliberalizm, sosyal etki

Güvenin Yeni Dili: Empati Temelli İletişim Eğitimleri ve Halkla İlişkilerde Güven İnşası

Tuğçe Garip

Bağımsız Araştırmacı

tugce.garip@hotmail.com

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, iletişim eğitimlerinde çoğu zaman arka planda bırakılan empati odaklı yaklaşımların, halkla ilişkiler disiplinindeki güven inşası süreçlerine etkisini tartışmaktır. Halkla ilişkiler literatürü bugüne dek büyük ölçüde stratejik planlama, mesaj yönetimi ve kriz iletişimi odağında gelişmiştir. Ancak kurumların hedef kitleleriyle kurduğu ilişkilerin sürdürülebilir, samimi ve güvene dayalı olabilmesi, yalnızca stratejik araçların kullanımıyla değil aynı zamanda empati merkezli bir iletişim pratiğinin kurumsal düzeyde benimsenmesiyle mümkündür. Bu bağlamda çalışma, empati temelli iletişim eğitimlerini bireysel beceri gelişiminin ötesinde, kurumlar için stratejik bir zorunluluk ve örgütsel yetkinlik olarak konumlandırmayı hedeflemektedir. Araştırmanın önemi, halkla ilişkiler alanında kritik bir kavram olan güvenin, çoğunlukla teknik iletişim becerileri, yönetsel stratejiler veya itibar yönetimi çerçevesinde ele alınmasına karşın, duygusal, etik ve toplumsal boyutlarının yeterince incelenmemiş olmasında yatmaktadır. Güven, kurumların yalnızca ürün ve hizmetleriyle değil, aynı zamanda temsil ettikleri değerler ve toplumsal sorumluluklarıyla da ilişkilidir. Günümüzün dijitalleşmiş iletişim ortamında hedef kitleler yalnızca verilen mesajın içeriğini değil, aynı zamanda bu mesajın hangi değerler üzerinden, hangi tonla ve hangi niyetle iletildiğini de dikkatle takip etmektedir. Şeffaflık, samimiyet ve toplumsal duyarlılık beklentileri, kurumları empati merkezli bir iletişim anlayışını benimsemeye yönlendirmektedir. Ayrıca küresel ölçekte artan krizler, toplumsal güvenin zayıflaması ve kurumlara yönelik eleştirel yaklaşımlar da empatiyi bir tercih değil, stratejik bir zorunluluk haline getirmiştir. Buna rağmen, empati eğitiminin halkla ilişkiler bağlamında sistematik ve kurumsal düzeyde tartışıldığı çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışma, söz konusu boşluğu doldurmayı ve güven inşası süreçlerini daha kapsayıcı bir bakış açısıyla değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Yöntem açısından çalışma, nitel ve kavramsal bir çerçevede tasarlanmıştır. İletişim eğitimi, empati ve güven kavramları literatürdeki farklı tanımlar ve yaklaşımlar üzerinden analiz edilmiş; bu kavramların halkla ilişkiler uygulamalarıyla kesişim noktaları ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, empati temelli iletişim eğitiminin yalnızca bireysel bir beceri kazandırma süreci değil, kurumların kültürel altyapısına ve iletişim politikalarına yerleşmesi gereken bütüncül bir yaklaşım olduğu tartışılmıştır. Ayrıca kriz iletişimi, dijital medya etkileşimleri, kurum-toplum ilişkileri ve şeffaflık bağlamında empati temelli iletişim eğitimlerinin işlevleri kurumsal düzeyde değerlendirilmiştir. Bu yaklaşım, hem akademik araştırmalara yeni bir perspektif kazandırmakta hem de halkla ilişkiler uygulayıcılarına

güven inşasında yol gösterecek bütüncül bir model önermektedir. Sonuç olarak çalışma, empati temelli iletişim eğitimlerini halkla ilişkilerde güven inşasının göz ardı edilemeyecek bir bileşeni olarak değerlendirmektedir. Empati odaklı iletişim becerilerinin geliştirilmesi, halkla ilişkiler profesyonellerini yalnızca mesaj aktaran değil, aynı zamanda dinleyen, anlayan, duygusal zekâsı yüksek ve toplumsal değerlere duyarlı aktörler haline getirmektedir. Bu durum, kurumların kriz anlarında daha dayanıklı, dijital platformlarda daha samimi ve uzun vadede daha güvenilir bir imaj oluşturmalarını sağlamaktadır. Çalışma bu bağlamda, iletişim eğitimi müfredatlarına empati merkezli içeriklerin eklenmesi gerektiğini, profesyonel pratiklerde bu eğitimlerin sistematik biçimde uygulanmasının stratejik bir gereklilik olduğunu vurgulamaktadır. Böylelikle empati, bireysel bir beceri olmanın ötesine geçerek kurumsal güvenin inşasında yeniden tanımlanan, geliştirilmesi gereken ve sürdürülebilirliğin temel dayanaklarından biri haline gelmektedir.

Anahtar Sözcükler: empati, iletişim eğitimi, halkla ilişkiler, güven, stratejik iletişim

Kurumsal İletişim Stratejileri Bağlamında İletişim Fakültelerinin Instagram Paylaşımları Üzerine Bir Analiz

Selin Varol

Bağımsız Araştırmacı

varolselin95@gmail.com

Özet

Dijitalleşme süreci, iletişim biçimlerini değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Bu değişim, kurumların hedef kitleleriyle iletişim biçimlerini de etkilemekte ve sosyal medya platformları kurumsal kimliğin görünürlük kazandığı bir alan haline gelmektedir. Sosyal medya, kurumlara hedef kitleleri ile etkileşim ve doğrudan iletişim olanağı sağlarken, bu iletişimin stratejik bir biçimde yönetilmesi sorumluluğunu da beraberinde getirmektedir. Üniversitelerin sosyal medya kullanımı, yalnızca tanıtım ve reklam aracı olarak değil, kurumsal itibar ve kurum kimliğinin yeniden inşa alanı olarak da görülmektedir. İletişim fakülteleri, bu süreçte rol oynayan önemli aktörlerdir. İletişim fakülteleri hem akademik üretim alanları hem de iletişim disiplininin uygulayıcı aktörleri olarak dijital platformda kurumsal kimliğin temsilde önemli rol oynamaktadır. Fakültelerin sosyal medya hesaplarında paylaşılan duyurular, tanıtım içerikleri, öğrenci etkinlikleri ve akademik etkinlikler gibi içerikler kurumun kendisini nasıl konumlandığını, hangi unsurları ön plana çıkardığını ve nasıl bir temsil gerçekleştiğini göstermektedir. İletişim fakülteleri hem üniversitenin genel imajına ilişkin unsurları hem de kendi alanının iletişim pratiklerini görünür kılan bir konumda yer almaktadır. Bu çalışma, Türkiye'deki devlet üniversitelerinin iletişim fakültelerinin Instagram hesaplarında üretilen içeriklerin, kurumsal iletişim stratejileri bağlamında nasıl kurgulandığını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma nitel bir araştırma olarak

tasarlanmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye’de bulunan iletişim fakültelerinin Instagram hesapları oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme, amaca dayalı örnekleme yöntemiyle belirlenmiş ve bu kapsamda çalışmaya Gazetecilik, Radyo, Televizyon ve Sinema ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümleri bulunan ve bu kapsamda 2025 yılı YKS başarı sıralamalarında en yüksek puan ile öğrenci alımı gerçekleştirilen beş üniversite (Ankara Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Ege Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi) dahil edilmiştir. Araştırmada iletişim fakültelerinin 25 Ağustos 2025-10 Ekim 2025 tarihleri arasındaki 140 Instagram gönderisi tematik analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmada üniversitelerin Instagram hesaplarının genel görünümüleri, gönderi sayıları, takipçi sayıları ve takip ettikleri hesap sayıları karşılaştırılmıştır. Paylaşımlar, içerik türü, görsel ve video kullanımı, söylem dili ve hedef kitle ile etkileşim biçimi gibi ölçütler üzerinden kodlanmıştır. Kodlama sürecinde tekrarlanan anlam kalıpları belirlenmiş ve temalar oluşturulmuştur. Öne çıkan temalar, “kurumsal başarı ve itibar”, “öğrenci/mezun başarısı” ve “fakülte aidiyeti”, “kurumsal/akademik etkinlikler”, “duyuru ve bilgilendirme” ve “tanıtım ve dijital görünürlük” başlıkları altında toplanmıştır. Fakültelerin önemli bir kısmı, ödül, mezun başarısı ve akademik faaliyet paylaşımları aracılığıyla kurumsal itibarı güçlendirmeye yönelik bir strateji izlemektedir. İkinci ön plana çıkan tema ise, öğrenci odaklı paylaşımlardır. Öğrenci projeleri, atölye çalışmaları ve kulüp etkinlikleri ön plana çıkarılarak fakülte aidiyetini güçlendiren içerikler olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgular, iletişim fakültelerinin sosyal medya platformlarını bilgi paylaşım aracı olarak kullanmasının yanı sıra hem fakültenin hem de üniversitenin kurumsal kimliklerini ön plana çıkarma ve yeniden üretim alanı olarak kullandıklarını göstermektedir. Instagram hesapları aracılığıyla oluşturulan dijital kimlik, fakültelerin kendilerini yalnızca bir öğretici olarak konumlandırmadığını, iletişim deneyimini yaşayan ve üreten bir topluluk olarak da konumlandığını göstermektedir. Sonuç olarak bu çalışma, iletişim fakültelerinin sosyal medya kullanımlarını kurumsal kimlik inşası ve görünürlük stratejileri kapsamında değerlendirerek, üniversitelerin kurumsal iletişim pratiklerine dair yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Araştırma hem kurumsal iletişim stratejileri hem de dijital kimlik, görünürlük ve kamusal temsil üzerine çalışan araştırmacılar için yol gösterici niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: kurumsal iletişim, iletişim fakültesi, sosyal medya, instagram

Toplumsal Cinsiyetin İzinde- Türkiye’de Halkla İlişkiler Müfredatlarının Haritalandırılması

Özlem Akkaya

Yeditepe Üniversitesi

ozlem.akkaya@yeditepe.edu.tr

Özet

Cumhuriyetin ikinci yüzyılında iletişim eğitiminin dönüşümü yalnızca teknolojik ya da pedagojik yeniliklerle sınırlı değildir; aynı zamanda bilginin ideolojik üretim koşullarının, temsil biçimlerinin ve toplumsal cinsiyet temelli ayrımların yeniden değerlendirilmesini gerektirir. Bu bağlamda halkla ilişkiler hem iletişim disiplininin kamusal yüzünü hem de profesyonel etik boyutunu taşıyan bir meslek alanı olarak özel bir öneme sahiptir. Halkla ilişkiler mesleği tarihsel olarak “ilişki kurma,” “empati,” “duygusal emek” ve “uyum sağlama” gibi özelliklerle tanımlanmış; bu nitelikler “kadınsı” addedilen becerilerle özdeşleştirilmiştir. Bu durum, alanın 1980’lerden itibaren “kadınsılaştırmış” bir meslek olarak anılmasına yol açmıştır (Toth & Aldoory, 2021). Ancak sektörde kadın istihdamı artarken, karar verici ve stratejik pozisyonlarda erkek egemenliğinin sürmesi, halkla ilişkileri R. W. Connell’in (1995) tanımladığı biçimiyle çelişkili bir “toplumsal cinsiyet rejimi”nin örneğine dönüştürmüştür. Çalışma, “eleştirel halkla ilişkiler” (Motion & Weaver, 2009; Holtzhausen, 2012) yaklaşımını kuramsal dayanak olarak benimsemekte; halkla ilişkileri yalnızca örgütlerin itibar yönetimi pratiği olarak değil, aynı zamanda güç, söylem ve temsil ilişkilerinin üretildiği bir alan olarak ele almaktadır. Araştırmanın temel sorunsalı, toplumsal cinsiyet perspektifinin halkla ilişkiler eğitiminde “kadınsı” addedilen becerileri — empati, ilişkisel düşünme, bakım ve duygusal emeği — yeniden nasıl anlamlandırabileceğidir. Bu becerilerin tarihsel olarak değersizleştirilmesi yalnızca kadın emeğinin değil, mesleğin bütününe düşük statülü bir “yardımcı iletişim pratiği” olarak konumlanmasına yol açmıştır. Çalışma bu kapsamda, toplumsal cinsiyet bilgisinin yalnızca etik bir duyarlılık değil, mesleki bilgi üretiminin kurucu bir bileşeni olarak ele alınması gerektiğini savunmakta; halkla ilişkiler eğitiminde bu “kadınsı” nitelikleri değerli kılacak; ancak bunları “erkeksi” otorite ve güç kodlarıyla yeniden tanımlamadan ele alacak bir pedagojik perspektifin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bu doğrultuda araştırma, Türkiye’de lisans düzeyinde eğitim veren 18 vakıf ve 30 devlet üniversitesindeki halkla ilişkiler ve tanıtım ve halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümlerinin dört yıllık lisans eğitimi müfredatlarını incelemektedir. Evreni oluşturan 48 programın web siteleri üzerinden ulaşılan ders katalogları “gender,” “toplumsal cinsiyet,” “kadın,” “eşitlik,” “feminizm,” “kapsayıcılık” ve “çeşitlilik” anahtar kelimeleriyle taranacak ve bu dersler hem nicel hem de nitel düzeyde analiz edilecektir. Nicel analizde derslerin sayısı, statüsü (zorunlu/seçmeli, uygulamalı/kuramsal vb.) ve yer aldığı dönem gibi değişkenler üzerinden mevcut durum haritalandırılacaktır. Nitel analizde ise ders içerikleri, toplumsal cinsiyetin hangi kavramsal bağlamlarda (etik, temsil, sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik vb.) ele alındığına göre sınıflandırılacaktır. Ayrıca

bulgular, vakıf-devlet ve merkez-taşra üniversiteleri ekseninde karşılaştırmalı biçimde değerlendirilecektir. Ön bulgular, toplumsal cinsiyetin çoğu programda doğrudan değil, dolaylı biçimde yer aldığını göstermektedir. Kavram genellikle etik, sürdürülebilirlik ya da sosyal sorumluluk derslerinin alt teması olarak ele alınmakta; bağımsız dersler ise çoğunlukla seçmeli statüde sunulmaktadır. Bu durum, toplumsal cinsiyet bilgisinin halkla ilişkiler eğitiminin merkezinde değil, çevresinde konumlandığını göstermekte; alanın “kadını” yönlerinin epistemik olarak hâlâ ikincil görüldüğüne işaret etmektedir. Sonuç olarak çalışma, halkla ilişkiler eğitiminde toplumsal cinsiyet farkındalığının yalnızca “eşitlik” söylemine indirgenmeden, mesleğin epistemik değer rejimini dönüştürebilecek biçimde ele alınması gerektiğini savunmaktadır. Böylece, Cumhuriyetin ikinci yüzyılında halkla ilişkiler eğitiminin yalnızca teknik bir alan değil, toplumsal dönüşümün etik ve politik bir aracı olarak yeniden tanımlanmasına yönelik eleştirel bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: iletişim eğitimi, toplumsal cinsiyet, müfredat analizi, yükseköğretim, Türkiye

Yükseköğretimde İletişim Eğitimi ve Teori: İletişim Bilimleri Bölümü

İlker Özdemir

Çukurova Üniversitesi
ilkerozdemir@cu.edu.tr

Yunus Emre Çekici

Çukurova Üniversitesi
yunusemrecekici@gmail.com

Özet

Türkiye’de iletişim fakültelerinde “Gazetecilik”, “Radyo, Televizyon ve Sinema”, “Halkla İlişkiler ve Tanıtım”, “Halkla İlişkiler ve Reklamcılık”, “Reklamcılık” gibi bölümler yer almaktadır. Ayrıca son yıllarda birçok iletişim fakültesinde “Görsel İletişim” bölümleri ve bununla birlikte “Yeni Medya ve İletişim” bölümleri açılmış ve bu bölümler öğrenci almaya başlamıştır. Söz konusu bölümler, pratiğe yönelik eğitimi öne almakta olup, özellikle medya sektörüne personel yetiştirmeyi amaçlayan bölümlerdir. Doğası gereği bu bölümlerde uygulamalı derslerin niceliği fazladır ve öğrencilerin sektörle tanışması ve sektöre hazırlanması için staj dersleri yer almaktadır. Kısacası Türkiye’deki İletişim Fakültesi paradigması, sektörel, sektöre eleman yetiştirmeyi amaçlamaktadır, bu nedenle de uygulama ağırlıklıdır. Söz konusu bazı bölümlerde, akademisyenlerin inisiyatifi doğrultusunda “piyasa için eğitim” yaklaşımına eleştirel bir biçimde yaklaşılsa bile, sonuçta bu bölümler öyle ya da böyle piyasaya nitelikli işgücü yetiştirmektedir. Ne var ki İletişim Fakültelerinde yer alan bir diğer bölüm olan “İletişim Bilimleri” bölümü, mevcut paradigmanın

dışında kalan bir bölümdür. İletişim Bilimleri bölümü, teknik eleman yetiştirmekten ziyade, teknik bilgiye kaynaklık eden teorik bilgi ihtiyacına yanıt vermeyi amaçlayan bir bölüm olarak değerlendirilmektedir. İletişim Bilimleri bölümü, “İletişimciye perspektifi teori kazandırır” felsefesini benimsemektedir. Bu bölüm, sektöre teknik eleman yetiştirmekten çok “iletişim araştırmacısı”, “iletişim danışmanı”, “iletişim eğiticileri” ve “iletişim uzmanları” yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Medya ve iletişim sektörünün açmazlarına yönelik eleştirel perspektif ve toplumsal bilinç kazandırmak, İletişim Bilimleri bölümünün temel amacıdır. Ayrıca piyasa mantığını değil kamusalılığı merkeze almaktadır. Dolayısıyla, hâlihazırda Hacettepe, Çukurova ve Çanakkale 18 Mart ve Doğu Üniversitelerinde bulunan İletişim Bilimleri Bölümünün amaç ve öncelikleri, İletişim Fakültesinin diğer bölümlerinden farklıdır. Ne var ki İletişim Bilimleri bölümünün özgünlüğü yeterince bilinmemektedir. Bu durum, neoliberal eğitim yaklaşımlarının son uygulaması olan ve akademisyenlerin üzerinde Demokles’in kılıcı gibi sallanıp duran akreditasyon sürecini de doğrudan belirlemektedir. İletişim Eğitimi Değerlendirme Akreditasyon Kurulu’nun (İLEDK) gerçekleştirdiği akreditasyon süreci, klasik İletişim Fakültesi mantığına göre gerçekleştirilmektedir. İLEDK’nin ölçüt ve beklentileri, uygulamalı teknik personel yetiştiren İletişim Fakültesi bölümleri göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır. Ancak bu ölçüt ve beklentiler, İletişim Bilimleri Bölümünün misyon, vizyon ve ilkeleriyle örtüşmemektedir. Bu çalışmada İletişim Bilimleri Bölümü’nün mevcut İletişim Fakültesi paradigmasındaki yeri tartışılacaktır. Çalışmada Özellikle Çukurova Üniversitesi İletişim Bilimleri Bölümü’ndeki müfredat ve verilen eğitimden yola çıkılacaktır. İletişim Bilimleri Bölümünün kimliği, bu bölümün bir “çatı” bölüm olup olmadığı, teorik derslerin durumu, teori-pratik iş birliği, bir bilimsel disiplin olarak iletişim bilimlerinin disiplinler arası doğası ve bunun bölüm derslerine yansımaları, iletişim bilimlerinin alt dalları, bölümdeki staj ve atölye derslerinin durumu, “Bitirme Tezi” dersi önerisi, akreditasyon süreci, bölüm mezunlarının iş olanakları bu çalışmada tartışılacak konu başlıklarını oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmada “kişisel gelişim piyasası” karşısında İletişim Bilimleri bölümünün öz-görevi ve iletişim alanındaki teorik ve etik yaklaşımların medya profesyonelleri ile sınırlandırılması tartışmaya açılacaktır. Bunun yanı sıra iletişim fakültelerinde mevcut eğitim müfredatı ele alınarak, burada giderek daha çok ihmal edilmeye başlanan teorik eğitimin yeri ve önemi tartışmaya açılacak ve bu konuda öneriler sunulacaktır. Bunun yanı sıra eğitim iletişimi alt başlığı ile iletişim eğitiminin ilk ve orta eğitimdeki yeri ve bu bağlamda iletişim bilimleri bölümü mezunlarının pedagojik eğitim de alarak iletişim eğitici olabilmesi gibi istihdama ve genel eğitime dair kimi öneriler de tartışmaya açılacaktır. Çalışmanın medya sektörü ile sınırlanan mevcut iletişim ve İletişim Fakültesi paradigmasının gözden geçirilmesine, eleştirel bir iletişim eğitimi olanaklarını geliştirmesine ve yaygınlaştırılmasına katkı sunması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: iletişim fakültesi, iletişim eğitimi, teori, pratik, iletişim bilimleri bölümü

Edebiyattan Ekranlara Distopyalar ve Ütopyalar: Güzel Rüyalara ve Karabasanlar...

Esra İlkay Keloğlu İşler

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

esrakeloglu@gmail.com

Fatih Özutku

Bağımsız Araştırmacı

ozfaster@gmail.com

Özet

Çağımız despotik liderler tarafından otoriterce yönetilen devletlerin artışına sahne olmaktadır. Bu duruma karşı çıkan, beğenmeyen, onaylamayan bireyler ise söz konusu devletler için acilen sansürlenmesi ve susturulması gereken çatlak sesler haline gelmektedir. Adeta distopyalardaki kıyamet sonrası çoraklaşmış topraklarda yapayalnız gezen bireyler sanki kendi türdeşleri ile ancak ve ancak ekran karşısında gün geçtikçe çoğalan distopya dizi ve filmlerde buluşmaktadır. Bu bildirinin amacı, Batı düşünce tarihinde birbiriyle sürekli etkileşim içinde olan ve fasit bir daireye benzeyen Ütopya ve Distopya kavramlarının ontolojik ve tarihsel gelişimini incelemektir. Başlangıcından itibaren insanlığın daha iyi bir yaşam hayalini yansıtan Ütopya düşüncesinin, yirminci yüzyıldaki büyük toplumsal felaketler ve totaliter rejimlerin yükselişi karşısında nasıl eleştiriye ve yenilgiye uğradığını, yerini Distopya türüne bıraktığı analiz edilmektedir. Çalışmanın bir diğer amacı her iki gelecek tasavvurunun da insanlığa sunduğu umut ve uyarı mekanizmalarını ortaya koyarak, bu iki türün birbirinin içinden nasıl çıktığını göstermektir. Thomas More'un 1516 tarihli Ütopya kitabıyla adını bulan bu gelecek arayışı, öncesinde Platon'un Devlet kitabındaki ideal toplum tasviri gibi, aydınlanma felsefesinin de ana mottosu olan Sapere Aude çağrısıyla ilişkilendirilmiştir. Bu yaklaşım, insanın iyilik ve adaletle hükmederek dünyada kendi cennetini yaratabileceği inancını taşımaktadır. Ancak yirminci yüzyıla gelindiğinde, dünya savaşları, ekonomik buhranlar ve salgın hastalıklar gibi büyük hayal kırıklıkları, Ütopya'nın "aydınlık yarınlar" iddiasını sekteye uğratmıştır. Bu çöküş, ütopyanın kötü ikizi (dappelganger'ı) olarak tanımlanan distopyanın ortaya çıkışını kaçınılmaz kılmış, böylece mutlu gelecek hayalleri yerine, totaliter iktidarların ve bireyin yozlaşmış sistem içinde ezilişinin hikâyeleri modern edebiyata hâkim olmuştur. Distopya, yalancı cennet vaatleri yerine, kaçınılması gereken cehennemnin göstergesi olarak günümüz insanı için kritik bir önem taşımaktadır. Ütopya edebiyata yaraşırken distopya filmlere ve dizilere dair giderek popülerleşen yeni bir жанr olagelmıştır. Ütopya ve distopyayı tanımlama konusunda her dönem akademik çalışmalar bulunmaktadır. Ancak 90'lara gelindiğinde, yukarıda ifade edilen sebeplerle bu kavramları yeniden tanımlama girişimleri dikkat çekmektedir. Bu alanda önemli isimlerden olan Lyman Tower Sargent, kavrama dair detaylı eserleriyle önemli

katkıları sağlamıştır. Bildiride, öncelikle ütopya düşüncesinin kökenleri (Platon-Thomas More) ardından komünal hayatı savunan Ütopya idealine yönelik Marx'ın itirazları üzerine tarihsel bir değerlendirme yapılacaktır. Ardından distopya türünün ortaya çıkışına (Zamyatin- Huxley) değinilerek yirminci yüzyılın başındaki küresel krizler ve totalitarizmin yükselişi bağlamında incelenecektir. Çalışmada bu iki türü sadece zıt kavramlar olarak değil, aynı zamanda birbirini doğuran ve besleyen, geleceğe dair siyasal eleştiri sunan iki farklı yaklaşımı karşılaştırmalı bir analiz yöntemi benimsenmiştir. Sonuç olarak ütopyanın vaat ettiği cennetin gerçekleşmemesiyle doğan distopya, paradoksal bir şekilde umutsuzluğu değil, umudu yeniden tanımlamaktadır. Distopyalar, gelecekteki olası korkunç senaryoları (yalancı cennetler yerine cehennemleri) göstererek aslında bir uyarı işlevi görmüştür. Bu uyarı, okuyucuyu ve/veya izleyiciyi mevcut hayatın daha kötü olabileceği gerçeğiyle yüzleştirmiş ve bu kötü gidişatı düzeltmek için bireyleri harekete geçmeye ve cesur olmaya davet etmiştir. Ancak önce edebiyat günümüzde ise çoklukla film ve dizilerde görülen distopya bambaşka bir toplum tahayyülüdür: Alandaki başlıca araştırmacılarından Sargent'in ifadesiyle insanların hayatlarının otorite tarafından düzenlendiği toplumları, içinde yaşadığı toplumdan radikal olarak farklı bir toplum düzenini tahayyül eden bireyin hayallerini, kabuslarını, endişelerini ve kaygılarını içermektedir. Bununla birlikte ütopyaların boş çıkan umutlarının yerine, modern toplumda gerçekleştirilebilir umutlara yelken açmayı öğütleyen, bir umut dağıtıcısı olarak da faydalı bir işlev görmektedir. Bu iki tür, ilk bakışta zıt görünse bile insanlığın daha iyi bir yaşam arayışında birbirinin içinden çıkan, iki gelecek tasavvurudur.

Anahtar Kelimeler: ütopya, distopya, aydınlanma, siyasal eleştiri, gelecek tasavvuru

Bilgi ve Duygu Arasında Kurul(a)mayan Mesafe Sorununu ‘Temsil’ Üzerinden Değerlendirmek:

Patetik ve Apatetik Yanılgı

Nalan Mumcu

Gaziantep Üniversitesi

nlnmmc@gmail.com

Gülçin Özge Tan

Gaziantep Üniversitesi

gulcinozgetan@gmail.com

Özet

Bildiri -medyada, akademide ya da politikada- temsil sorununu, bilgi ve duygu arasındaki ilişki üzerinden sorgulamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, çalışmada, üretilen veya dolaşıma sokulan temsiller üzerine düşünürken duygularla ne yapıldığı ve duyguların bizlere ne yaptığını düşünömsel olarak sorgulamada yardımcı olacak iki kavram odağı alınmaktadır: patetik ve apatetik yanılgı. Patetik yanılgı (pathetic fallacy), ilk kez edebiyat eleştirmeni John Ruskin (1856) tarafından, şairlerin sıklıkla kullandığı bir temsil tekniğini betimlemek amacıyla kullanılmıştır. Bu yanılgının iki temel türü vardır: birincisi içerisinde inanılacağına dair gerçek bir beklenti barındırmayan kasıtlı bir hayal aldatmacası; ikincisi de duygu yoğunluğundan kaynaklanan yanılgı. Patetik yanılgı daha çok ikinci durum ile ilgilidir, zihin duygulardan güçlü bir şekilde etkilendiğinde ortaya çıkar. Ruskin’e göre, tüm şiddetli duygular benzer bir etkiye sahiptir: Dışsal şeylere dair izlenimlerde bir sahtelik üretirler. Patetik yanılgı eleştirisi şeylerin kendi içlerinde ne olduklarının ve ne anlama geldiklerinin bir önemi olmaksızın bizim için ne olduklarını, onlar hakkındaki tek gerçekliğin bize nasıl göründükleri ve bizim üzerimizdeki etkilerinin ne olduğuna dair sığığa yönelen bir itirazdır. Söz konusu itiraz duyguyu bilgi alanımızdan, görüşümüzden tamamen çıkarmak anlamına gelmemektir. Çünkü böylesi bir durumda da tam tersi bir yanılgı tehlikesi belirir: apatetik yanılgı. Ruskin edebi alanda patetik yanılgıya karşı uyarırken, Arnold Toynbee de (1951) tarihçilere benzer bir şekilde apatetik yanılgıya karşı uyarıda bulunur ve bu doğrultuda, canlı varlıkları inceleyen sosyal bilimlere, cansız doğanın incelenmesi için geliştirilmiş bilimsel bir yöntemin uygulanması şeklindeki ters (apatetik) yanılgıya karşı da aynı derecede tetikte olunması gerektiğini salık verir. Patetik yanılgı durumunda (örneğin dramatik bir haber sunumunda) zihin duygunun yoğunluğu nedeniyle [iç dünya] söz konusu dramatik durumun neden ve nasıl yaratıldığını, onun yapısal koşullarını [dış dünyayı] gözden geçirir. Örneğin, bu bir kadın cinayeti haberiye cinayetin ardındaki ataerkil toplumsal yapıyı; yoksullukla ilgili bir haberse ardındaki eşitsiz toplumsal düzeni güçlü bir duygu istilası aracılığıyla görünmez hale getirir. Apatetik yanılgıda ise görüş alanındaki grup, kişi, yaşantı

her ne ise tamamlanmış, nihai, istatistiksel ürünlerdir: “Resmi verilere göre 6 Şubat depreminde 53 binden fazla kişi hayatını kaybetti.” örneğinde olduğu gibi gözden kaçırılan, 53 binden fazlalık olan, istatistiğe bile giremeyen “bir” hayat hikâyesidir. Sonuç olarak iki yanılgıda da benzer olan şey bilgi ve duygu arasındaki mesafe sorunudur: Patetik yanılgıda duygu yoğunluğu ile yok edilen mesafe, apatetik yanılgıda da duygu yokluğu nedeniyle kurulamaz. Kısacası, bu mesafe sorunu temsil edilen yaşantıların bitmiş (belki de hiç var olmamış) ürünlere dönüştürülmesi ile sonuçlanır. Bizlere gösterdiği şey de uyumlanılmış bir dünyanın resminden fazlası değildir. Halbuki Raymond Williams’ın (1990) belirttiği gibi, kültürel insan etkinliğini kendi gerçekliği içerisinde anlamadaki en büyük engel yaşantıların sürekli olarak nihai ürünlere dönüştürülmesidir.

Anahtar Kelimeler: temsil, bilgi-duygu ikiliği, patetik yanılgı, apatetik yanılgı

Akademik Ethosu ve Meşrulaştırma Rejimleri

Nil Delal Şahin

Bağımsız Araştırmacı

nildelalsahin@gmail.com

Özet

Akademide neoliberalizmi araştıran bir projeden çıkışla yapılacak bu sunumda kapitalizmin kendini akademide açığa çıkaran ethosunun oluşturduğu neoliberal şematikten söz edilecektir. Kapitalizmin ihtiyaç duyduğu meşruiyet zemini, akademide kendini yaratıcılık, özerklik, kişisel gelişim, ağlar, esneklik, ilişkiselik, girişimcilik gibi bağlamlar üzerinden kurgular. Kapitalizmin bu yeni ethosunun akademik ethostan soğurduğu bağlamlar, neoliberalizmin meşrulaştırma zeminleri olan çok parçalı ve her an birbiriyle teyellenebilen ilham rejimi, endüstriyel rejim, kanaat rejimi, üretkenlik rejimi, domestik rejim, sivil rejim ve son olarak proje rejimi üzerinden kurulur. Kamusal alanın meşrulaştırma zemini, akademik alanda bu rejimlerin değerleri üzerinden öne çıkar ve akademik kapitalizm, bilgi üretiminin eleştirel ve özerk ethosunu içselleştirir ve kendi şematigine göre yeniden tanımlar. Özellikle kalvinizmin ahlakının çalışmayı kutsal kılan nosyonlarıyla karşılaştırıldığında bu yeni çalışma ahlakı, emeği artık ilahi değil piyasa rejimleriyle gerekçelendirir. Toplumsal hareketlerden soğurulan çeşitli yaklaşımların kapitalizmin yeni ruhunda gerekçelendirme rejimlerine dönüşmesiyle kapitalizmin kendisine kazandırdığı ethos ile akademik ethos arasında bir gerilim ortaya çıkar. Akademik ethos, bir meslek etiği alanı olarak “eleştiri, özerklik, özdüşünümsellik” gibi olguların sürekli gözden geçirilmesini içerir. Fakat günümüzde bu bağlamlar techneyi oluşturan aurasını kaybetmiş, neoliberal üniversiteler, bu bağlamların ekonomik faaliyetlere indirgenebilecek şemalarını sürekli güncelleyen kurumlara dönüşmüştür. Neoliberalleşme sürecinde üniversitelerin dönüşümü, bilgi üretimini araşsal ve ekonomik

bir faaliyet olarak tekrar düzenliyor. Girişimci ve dışarıdan kaynağa bağımlı üniversiteler bilgi üretim süreçlerini, hızlı makale marketi, fonlu projeler, sektörle ilişkinin ekonomi bağlamında öncelenmesi gibi modellerle araçsal ve ekonomik bir faaliyet olarak düzenlemeye çalışıyor. Hep yeniden kurucu bir hamleyle, bilgi üretiminin eleştirel tahayyülü, bu dili oluşturan teçhizatı da içerek şekilde neoliberalizmin ruhunu, meşruiyet zeminini oluşturuyor. Bu yeni bilgi üretimi nosyonları ve eğitim modelleri Sokratik anlamıyla bilgi üretiminin yararsızlık ilkesine ters bir anlamı barındırıyor ve araçsallaştırılmış bilgi üretimi, kapitalizmin soğurduğu yeni ethosuyla akademik ethos arasında bir gerilim oluşturuyor. Bu ve ilgili bağlamlar araştırma projesinin empirik verisini oluşturan akademisyen mülakatlarında tartışıldı ve kapitalizmin yeni ruhu, film çalışmaları bölümlerinde sinema sevgisi, sektörle ilişki, eğitimin dönüşümü, hızlı yayın baskısının bilgi üretimine etkisi, akademik performans kriterleri, proje temelli eğitim gibi mefhumlar mülakatlardan çıkışla teorize edildi. İlgili sunumda, TÜBİTAK tarafından desteklenen projenin üç senelik araştırma verileri, metodolojisi ve açtığı bağlamların kavramsal haritası paylaşılacaktır.

Anahtar Kelimeler: akademik kapitalizm, neoliberalizm, Türkiye’de film çalışmaları, bilgi üretimi

Kodlanmış Rüya Manzaraları: Yapay Zekâ Estetiği ve Yeni Medya Fantazmagoryaları

Serdar Kuzey Yıldız

İstanbul Aydın Üniversitesi

skuzeyyildiz@aydin.edu.tr

Dijital sanatın ve görsel kültürün sınırları, üretken yapay zekâ (YZ) teknolojilerinin yükselişiyle yeniden çizilmektedir. Bu dönüşüm sanatsal üretim araçlarını olduğu kadar gerçeklik ve temsil arasındaki ontolojik ilişkiyi de temelden sarsmaktadır. Bu çalışma, YZ tarafından üretilen medyanın estetiğini yirminci yüzyıl sanatının kilometre taşlarından biri olan sürrealizmin tekno-felsefik mirası ile Walter Benjamin tarafından kullanılan ve modernitenin kritik bir kavramı olan “fantazmagorya” ve Jean Baudrillard’ın “simülasyon” kuramları ışığında incelemektedir. Çalışma, üretken YZ modellerinin özellikle bilinçdışı, otomatik yaratım ve gerçeküstü yan yanalık gibi sürrealist prensipleri yeni bir teknolojik düzeye taşıdığını ve böylece güncel dijital medyanın algısal bir fantazmagorya olarak işlevini nasıl derinleştirdiğini analiz etmeyi hedeflemektedir. Bu inceleme YZ’nin hızla gelişen görsel kültür üzerindeki dönüştürücü etkisini felsefi ve sanatsal bir çerçevede ele alarak bu yeni estetiğin sadece teknolojik bir yenilik olarak değil, aynı zamanda bilinçdışı yaratım ve gerçeklik algısı üzerindeki derin etkileri açısından kritik bir kültürel aşama olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Çalışma, sürrealizm, fantazmagorya, simülasyon gibi köklü teorik kavramları YZ medyası ile ilişkilendirerek günümüz medyasının doğasına dair eleştirel bir bakış açısı sunmayı da amaçlamaktadır. Bu önemli dönüşümü incelemek üzere, YZ’nin algoritmik otomatizm süreçlerini sürrealizmdeki “saf

psikik otomatizm” kavramıyla karşılaştırılmaktadır. Bu yöntem, YZ tarafından yaratılan tekinsiz ve hiper realistik estetiğin, söz konusu kavramlar bağlamında eleştirel bir analizle çözümlenmesine olanak tanımaktadır. Literatür taraması ve kavramsal analiz yöntemleri kullanılarak YZ’nin ontolojik konumu ve medya içindeki işlevi belirlenmeye çalışılmıştır. YZ’nin kodlanmış rüya manzaraları, sürrealist otomatizmin dijital bir tekrarı olarak mevcut medya peyzajını algısal bir fantazmagoryaya dönüştürmekte ve böylece simülasyonun derinleştiği bir çağda gerçeklik ve temsil arasındaki sınırları kalıcı olarak belirsizleştirmektedir. Sonuç olarak çalışma, YZ tarafından üretilen medyayı salt yeni bir sanat formu olarak değil, çağdaş medya spektakülünün gerçekliğini tamamen yutan nihai bir aşama olarak görmektedir.

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ estetiği, sürrealizm, fantazmagorya, simülasyon, algoritmik otomatizm

Yeni Türkiye’nin Yeni Kentsel Mekânları: Cafcaf Dergisi Üzerinden Bir İnceleme

Ezgi Tural

Bağımsız Araştırmacı
ezgitural84@gmail.com

Özet

2000’li yıllar İslamcı siyasetin güç kazandığı, 28 Şubat’ın izdüşümlerinin ortaya çıktığı sosyal ve siyasal olarak hareketli bir dönemin başlangıcını temsil etmektedir. 2002 yılında iktidara gelen Adalet ve Kalkınma Partisi’nin (AKP) mevcut siyasi koşullara göre değişen politik yaklaşımı ve bu yaklaşım çerçevesinde inşa ettiği kültürel iktidar mücadelesi, toplumsal alanın yeniden üretilmesine kaynaklık etmiştir. Parti, meşruiyet arayışı içerisinde olduğu iktidarının ilk dönemlerinde, politik kimliğini “muhafazakâr demokrat” olarak tanımlamıştır. Bununla birlikte siyasal alandaki gücünü pekiştirmeye başlamasından itibaren cumhuriyetçi değerlere/sembollere karşı belirlediği stratejik yaklaşımı geride bırakarak kurucu mitlere yönelik hegemonik bir pratik geliştirmiştir. Bu yaklaşımın, partinin mekân politikalarına da yansdığı söylenebilir. AKP, özellikle laik blok karşısında güç kazanmaya başladığı dönemden itibaren mekân politik eğilimlerini, hâkim paradigma karşıtlığı üzerine konumlandırarak bir taraftan mekân üzerindeki cumhuriyetçi etkiyi yıkmaya diğer taraftan da İslamcı kent tahayyülünü inşa etmeye çalışmıştır. AKP’nin mekân politikalarına yönelik bu yaklaşımı, 2000’li yıllarda yayın hayatına başlayan ve ortak paydaları İslamcı siyasetin kültürel mücadelesine katkı sunmak olan çeşitli kültürel ürünlerin içeriklerinde de kendini göstermiştir. Çalışma, AKP’nin Cumhuriyet’in kentsel mekâna karşı geliştirdiği kavramları, alternatif anlatıları ve simgeleri bu kültürel ürünler arasında yer alan fakat mizah dergisi olması nedeniyle diğerlerinden ayrılan Cafcaf dergisi üzerinden ele almaktadır. Çalışmada, “Cafcaf, ele alınan dönemde kentsel mekânı nasıl kurgulamış, İslamcı kent tahayyülüne yönelik hangi mesajları vermeyi amaçlamıştır?” sorularına cevap aranmıştır. Amaçlı

örneklem tekniğinin kullanıldığı çalışmada, kent ve kent mekanını ele alan karikatürler, Henri Lefebvre'nin mekâna yönelik kavramsallaştırmaları doğrultusunda değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda Cafcaf'ın İslamcı geleneğin mekân politik eğilimlerini ve bu eğilimler etrafında şekillenen estetik ve değer yargılarını görünür kılan birçok karikatüre yer verdiği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: kent mekânı, mekân üretimi, mekânpolitik eğilimler

Karşı-Hegemonyadan İktidar Söylemine: 1990'larda İslamcı Dergiler Üzerinden Gramscian Bir Okuma

Eylem Gül Vuranok

Bağımsız Araştırmacı

eylemvuranok@gmail.com

Özet

Bu çalışma, 1990'lar Türkiye'sinde İslamcı ideolojinin geçirdiği siyasal, entelektüel ve ekonomik dönüşümü, dönemin üç öncü İslamcı dergisi olan İktibas, Haksöz ve Umran üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, bu dönemi Antonio Gramsci'nin "organik kriz" kavramı çerçevesinde değerlendirerek, İslamcı hareketin sivil toplum, piyasa ve devlet alanlarında yeni bir hegemonya projesi inşa etmeye çalıştığı bir moment olarak ele almaktadır. Dergiler, sadece fikir platformları değil; aynı zamanda ideolojik üretimin, rıza örgütlenmesinin ve mevzi savaşlarının gerçekleştiği hegemonya laboratuvarları olarak konumlandırılmıştır. 1990'lar, İslamcılığın entelektüel sınırlarını yeniden tanımladığı, kamusal meşruiyetini pekiştirdiği ve neoliberal çağın söylemleriyle uyumlu bir yeni kimlik formu geliştirdiği kritik bir eşiğe karşılık gelmektedir. Bu araştırma, Türkiye'de 2000 sonrası İslamcı iktidarın düşünsel arka planının 1990'larda nasıl şekillendiğini ortaya koyarak, mevcut siyasal yapının tarihsel sürekliliğini analiz etmeyi hedeflemektedir. Neoliberal yeniden yapılanmanın ve siyasal İslam'ın kurumsallaşmasının kesiştiği bu dönemde, dergiler İslamcı entelijansiyanın kamusal söylemini, epistemolojik yönelimlerini ve stratejik pozisyonlarını belirlemede merkezî bir rol oynamıştır. Çalışma, İslamcılığı yalnızca siyasal bir hareket olarak değil; kültürel, iktisadi ve toplumsal alanlarda hegemonik bir proje olarak değerlendirmekte, bu yönüyle literatürdeki kimlik temelli, normatif veya içkin yaklaşımların ötesine geçmektedir. Kuramsal çerçevede Antonio Gramsci'nin "hegemonya", "organik aydın" ve "mevzi savaşı" kavramları ile Bob Jessop'un devlet kuramı bütünleştirilmiştir. Bu kuramsal birleşim, 1990'ların İslamcılığını ve 1990'lar Türkiye'sinin "neoliberal millî güvenlik devletini" açıklamada önemli bir temel oluşturmuştur. Bu açıdan araştırma, ideolojinin maddi temelleriyle kültürel formlar arasındaki diyalektik ilişkiyi görünür kılarak; İslamcılığın toplumsal dokuda nasıl kökleştiğini göstermektedir. Araştırma, maddeci diyalektiğe dayalı

nitel bir yaklaşımı benimsemekte ve tematik analiz yöntemini kullanmaktadır. 1990-2002 yılları arasında yayımlanmış İktibas, Haksöz ve Umran dergilerinin tüm sayıları taranmış; yazılar yedi ana tema altında ve “devlet, piyasa, kimlik, kültür, küresel sistem, modernite ve ideoloji” bağlamında kodlanmıştır. Metinsel söylem düzeyi ile söylemin üretildiği tarihsel-toplumsal bağlam birlikte ele alınarak; yedi tema bağlamında çok katmanlı bir çözümleme yapılmıştır. Böylece, dergilerin hegemonya inşasındaki özgül işlevleri açıklanmıştır. Bu araştırma, 1990’ların İslamcı dergiciliğinin karşı-hegemonik söylemden iktidar söylemine geçişte belirleyici bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Dergiler, “ihya” ve “inşa” kavramları çerçevesinde toplumsal rıza üretmiş; neoliberalizme eklemelenmeyi kolaylaştıran entelektüel zeminleri kurmuştur. Bu süreçte organik aydınlar, yeni bir tarihsel bloğun oluşumunda taşıyıcı işlev görmüştür. İslamcı entelijansiya, bu dönemde hem devletin ideolojik aygıtlarıyla hem de piyasa mekanizmalarıyla kurduğu ilişki biçimleri üzerinden kendi hegemonik alanını kurmuştur. Çalışma, 1990’ları İslamcı hegemonya projesinin olgunlaştığı bir moment olarak tanımlamıştır. Bu momentte, ideolojik üretim süreçleri, siyasal İslam’ın söylemini çeşitli temalarla harmanlayarak geniş kitlelere taşımıştır. Dergicilik pratiği, İslamcı ideolojinin hem sivil toplumda örgütlenme biçimi hem de kamusal alanda meşrulaşma aracına dönüşmüştür. Bu yönüyle çalışma, 1990’ların yalnızca bir geçiş dönemi değil; günümüz Türkiye’sindeki iktidar yapısının ideolojik ve kültürel sürekliliğini kuran kurucu bir zemin olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak araştırma, İslamcı dergiciliği, siyasal-toplumsal dönüşümün pasif bir yansıması olarak değil, bizzat bu dönüşümün entelektüel ve söylemsel motoru olarak konumlandırmakta; böylece Türkiye’de hegemonya, medya ve ideoloji ilişkisine dair eleştirel bir kavrayış önermektedir.

Anahtar Kelimeler: İslamcılık, hegemonya, organik kriz, Türkiye 1990’lar

Yeni Türkiye’de Eski(meyen) Tartışma: 1983 Türkiye Genel Seçimine Katılan Partilerin Programında Basın Özgürlüğü

Burak Erdoğan

Ankara Üniversitesi

brkerdogan@ankara.edu.tr

Özet

Türk siyasî tarihinde 12 Eylül 1980 Darbesi ve sonrası, 11 Eylül 1980’e kadar var olan bütün siyasî partilerin kapatıldığı, sivil toplumun ağır darbe aldığı ve basın özgürlüğünün ciddi derecede kısıtlandığı bir devredir. Askerî müdahale ve devam eden süreçte Türkiye, iktisadî, toplumsal ve siyasî sahada yeni bir yola girmiştir. Emir komuta dâhilinde gerçekleşen darbe sonrasında hükûmet ve meclis feshedilmiş, basın olağanüstü koşullar altına girmiştir. Bu devrede basın özgürlüğü açısından önemli sorunlar ortaya çıkmış ve halkın gözü ve kulağı olarak tanımlanan basın, liberal demokrasilerde kendisine atfedilen yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olma işlevini kaybetmiştir. Askerî müdahale sonrasında ülkenin geçirdiği sert ve köklü değişim sürecinde, kamuoyunun farklı kesimlerinden gelebilecek eleştiri ve tepkilerinin önü kapatılmış, basın özgürlüğü kısıtlanmıştır. Darbeden önce tecrübe edilen yoğun güvenlik sorunları, ekonomik darlık ve siyasî istikrarsızlık sebebiyle geniş halk kitleleri tarafından desteklenen ve basının da desteklemeye mecbur kaldığı 12 Eylül yönetimi, iç politika ve dış politikada çeşitli dinamiklerin etkisiyle önce yeni siyasî partilerin kurulmasına müsaade etmiş sonrasında Kasım 1983’te ülkeyi genel seçime götürmüştür. Genel seçimlere gidilirken birçok yeni siyasî parti kurulmuş fakat yalnızca üçü seçime girmeye onay almıştır. Bu araştırma kapsamında Türkiye’nin yeni bir yola girdiği bu tarihsel devrede 12 Eylül dönemi sonrasında kurulmasına ve seçimlere katılmasına “müsaade” edilen üç siyasî partinin parti programlarında basın özgürlüğü vaatleri incelenmektedir. Türkiye Cumhuriyeti tarihinde basın özgürlüğü tartışmaları, çok partili yaşama geçildiği günlerden itibaren bir siyasî söylem öznesi olarak kendisine yer bulmuştur. Bu araştırma kapsamında tarihsel betimleyici analiz yöntemi ile siyasî partilerin kurumsal düzlemde basın özgürlüğüne yaklaşımları anlaşılmaya çalışılmaktadır. Araştırma kapsamında medya-siyaset ilişkisi kapsamında basın özgürlüğünün kısıtlandığı bir devrede, basın özgürlüğünü kısıtlayan aktörden alınan onay ile siyaset yapan partilerin yaklaşımları karşılaştırmalı olarak incelenmektedir. Bu sayede 1980’li yıllarda siyasî hayat ve basın özgürlüğü tartışmalarına katkıda bulunulması hedeflenmektedir. Birincil kaynak olarak TBMM kütüphanesinden erişilen siyasî parti programları, ikincil kaynak olarak ise dönemin siyasî hayatını ve basının durumunu açıklayan çalışmalardan yararlanılmıştır. İnceleme sonucunda Milliyetçi Demokrasi Partisi (MDP) Anavatan Partisi (ANAP) ve Halkçı Parti (HP) tarafından yayımlanan parti programlarının üçünün de basın özgürlüğüne değindiği tespit edilmiştir. MDP, “Basın ve Yayın” başlığı altında

“demokrasinin vazgeçilmez unsuru” saydığı basın ve yayın hürriyetinin “Türk devletinin yüce menfaatleri” aleyhine kullanılamayacağını belirtmiş ve “başta kâğıt meselesi” olmak üzere basın yayın hayatının “çağdaş” şekilde ilerlemesi amacıyla gerekli tedbirlerin alınacağını belirtmiştir. Ayrıca TRT de “çağdaş” yayın imkânlarına kavuşacak, halkı “mutlu kılacak” yayınlar Türk devletine ve kültürüne zarar vermeyecek şekilde tanzim edilecektir. MDP parti programında en kısa sürede çok kanallı ve renkli televizyona geçileceğini de haber vermiştir. MDP ile aynı şekilde “Basın ve Yayın” başlığı altında meseleye değinen ANAP, parti programında ilk olarak basını konumlandığı yeri açıklamıştır. “Söz, düşünce ve kanaat hak ve” hürriyetinin kullanılmasında, kamuoyunun “sağlıklı” bir şekilde teşekkülünde basın “hür demokratik düzenin” temel araçları arasında kabul edilmiştir. Radyo, televizyon, gazete, dergi, kitap ve benzeri iletişim araçlarına kültürün ve sanatın yayılmasında önemli bir rol atfeden ANAP, devletin denetimindeki radyo, televizyon ve diğer araçlarının tarafsızlığının “esas” olduğunu belirtmiştir. Kurulmasına müsaade edilen siyasî yapıda sosyal demokrat/merkez sol siyaseti temsil eden Halkçı Parti ise “Basın” başlığı altında değindiği basın özgürlüğüne Atatürk’ün “Basın hürriyetinden doğan mahzurların izale vasıtası yine basındır” sözünü alıntıyla başlamıştır. HP’nin basın hakkındaki vaatleri “basının önünde bulunan her türlü ekonomik ve yasal” engellerin kaldırılması, basının “endüstriyel gelişiminin desteklenmesi”, iletişimde “çağın gelişmiş teknolojilerinden” yararlanılması ve basında çalışanların meslekî eğitim seviyelerinin yükseltilmesi adına her türlü çabanın gösterilmesi olarak belirtmiştir. Araştırma kapsamında incelenen üç parti de basın özgürlüğüne değinmiştir. Bununla birlikte partilerin varlık sebeplerine uygun olarak MDP basına güvenlikçi bir açıdan yaklaşırken ANAP merkez-sağ bir yaklaşım sergilemiştir. Halkçı Parti ise basın özgürlüğü konusunda Atatürk’e atıfta bulunmakla birlikte daha yapısal meselelere eğilmiştir. Gerçekleştirilen araştırma sonucunda incelenen siyasî partilerin basın özgürlüğüne yaklaşımları ve basına yönelik vaatleri arasında parti programları özelinde fark olduğu fakat bu farklılıkların dönemin siyasî atmosferinin müsaade ettiği kadar olduğu değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: basın özgürlüğü, türk basın tarihi, parti programları, siyasal iletişim, türk siyasî tarihi

Türkiye’de Medya Sektöründeki Kadın Girişimciler: Yerel Basındaki Gazete Sahipleri

Ecem Bülbül

Bağımsız Araştırmacı
ecembulbul0@gmail.com

Hatice Kılınç

Süleyman Demirel Üniversitesi
haticebaysal@sdu.edu.tr

Özet

Bu çalışma, Türkiye’de medya sektöründe kadın girişimcilerin yerel basındaki rollerini, karşılaştıkları zorlukları ve bu alandaki katkılarını incelemektedir. Tarihsel süreçte kadınlar, Osmanlı döneminden itibaren toplumsal cinsiyet eşitsizliğiyle mücadele ederek basın ve yayıncılık alanında varlık göstermeye başlamışlardır. Cumhuriyet’in ilanıyla birlikte kadınların eğitim ve meslek yaşamına katılımı artmış, gazetecilik alanında daha aktif roller üstlenmişlerdir. Ancak, medya sektörü erkek egemen bir yapıya sahip olduğundan, kadınların girişimcilik faaliyetleri çoğu zaman görünmez kalmış veya ekonomik ve toplumsal engellerle sınırlanmıştır. Bu araştırma, yerel basında aktif olarak çalışan kadın gazete sahiplerinin deneyimlerine odaklanarak, kadınların sektördeki konumlarını anlamayı ve toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışma, kadın girişimciliğinin medya sektöründeki önemine vurgu yapmaktadır. Kadınların yerel basındaki varlığı, yalnızca ekonomik bir katkı değil, aynı zamanda toplumsal dönüşümün bir göstergesidir. Kadınların yönettiği gazeteler, yerel toplulukların sesi olmanın yanı sıra, toplumsal duyarlılığı, etik habercilik anlayışını ve tarafsızlık ilkesini güçlendirmektedir. Kadın gazeteciler, erkek egemen yapılara rağmen üretkenlik, estetik duyarlılık ve empati becerileriyle sektöre farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır. Bu nedenle araştırma, kadınların medya alanındaki varlığının güçlendirilmesinin hem toplumsal eşitlik hem de medya etiği açısından hayati bir değer taşıdığını ortaya koymaktadır. Araştırmada nitel yöntem kullanılmış; Türkiye’nin farklı illerinde yerel basında aktif rol üstlenen kadın gazete sahipleriyle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla katılımcıların mesleki geçmişleri, karşılaştıkları zorluklar, çalışma koşulları ve toplumsal cinsiyet temelli deneyimleri incelenmiştir. Veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş, kadınların sektöre katılımı, karşılaştıkları engeller ve bu engelleri aşma stratejileri temalar halinde sınıflandırılmıştır. Elde edilen bulgular, kadın gazetecilerin yerel basında önemli bir aktör haline geldiğini göstermektedir. Katılımcılar, ekonomik kısıtlamalar, teknolojik dönüşüme uyum zorlukları ve cinsiyet temelli önyargılarla mücadele ettiklerini belirtmiştir. Buna rağmen, kadınlar dayanışma, özveri ve mesleki ilkeler doğrultusunda başarılı girişimler gerçekleştirmektedir. Yerel basında

kadın girişimcilerin varlığı, sadece bireysel başarı öyküleri değil, aynı zamanda toplumsal dönüşümün bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Sonuç olarak medya sektöründe kadın girişimcilerin desteklenmesi, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve yerel basının güçlendirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Kadınların ekonomik ve teknolojik anlamda desteklenmesi, yerel basında sürdürülebilirlik açısından da gereklidir. Bu doğrultuda, kadın girişimcilere yönelik teşviklerin artırılması, dijital dönüşüm süreçlerinde eğitim olanaklarının sağlanması ve sektörde dayanışma ağlarının güçlendirilmesi önerilmektedir. Kadınların medya sektöründeki başarıları, yalnızca bireysel çabaların değil, aynı zamanda toplumsal eşitlik mücadelesinin yansımasıdır. Onların katkıları, daha adil, özgür ve kapsayıcı bir medya ortamının temelini oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: gazete, gazetecilik, medya sektörü, kadın, yerel basın

2010 Sonrası Türkiye Almanya Göç Filmleri: Hafıza, Beden ve Karşı-Anlatı Estetiği

Pınar Yıldız

Ankara Üniversitesi

pinaryildiz.y@gmail.com

Özet

Son on yılda Türkiye’de giderek artan otoriterleşme, sanatçılar, video aktivistler ve bağımsız film yapımcılarının da dahil olduğu birçok kişinin ülke dışına göç etmesine neden olmuştur. Özellikle 2013 Gezi Direnişi’nin ardından baskı ve şiddetin yoğunlaşmasıyla birlikte Türkiye’den Almanya’ya yönelen göç, altmış yılı aşkın Türkiye-Almanya göç tarihinde ve görsel-işitsel üretimlerde yeni karşılaşmalara, dolayısıyla yeni anlatılara ve estetik biçimlere zemin hazırlamıştır. 2000 sonrası çalışmalarına Almanya’da devam eden film yapımcıları ve aktivistler, yerinden edilme deneyimini ve yükselen otoriter baskıyı birlikte ele alarak egemen anlatılara karşı özgün estetik stratejiler geliştirmiştir. Örneğin, 2017’den beri çalışmalarını Berlin’de yürüten video aktivist Özlem Sarıyıldız, *Welcomed to Germany* (2018) adlı vide çalışmasında, 2013 Gezi Direnişi sonrasında İstanbul’dan Berlin’e göç edenlerin deneyimlerini iç içe geçen bir anlatı üzerinden aktarır. Video çalışması, göçmenliğin çok katmanlı boyutlarını görünür kılarken, tarihi farklı bir perspektiften yeniden yazmanın demokratik yöntemlerini keşfetmeye çalışır. Bağımsız koreograf ve dansçı Gizem Aksu’nun *9/8 Fight41* (2022) adlı kısa filmi ise, Berlin ve İstanbul arasında kurduğu anlatıyla göç, ayrımcılık ve ulusal hafızayı queer bir bakış açısından sorgular. Aksu, geçmiş ve bugündeki ayrımcılıklara karşı adalet arayışını ulus-aşırı bir dayanışma ve hatırlama zemini üzerinden sürdürür. Berlin’de çalışmalarını sürdüren bir başka yönetmen Pınar Öğrenci’nin *Aşit* (2022) belgeseli de ulus aşırı hafıza ile yerel hafızayı birbirine bağlayarak, farklı mekân ve zamanlarda süregiden ayrımcılıklara dair politik bir söylem geliştirir. Öğrenci çalışmalarından, Türkiye ve Almanya’nın tarihlerinin birbirlerinden ayrı düşünülemeyeceğinden yola çıkar. Geçmiş ile bugünü özgün

bir biçimde ilişkilendirerek, ulus-aşırı hafıza ve tarih anlayışına dair yeni anlatı olanakları açar. 2010 sonrasında, Almanya’da, Türkiye’den göç eden sinemacıların ürettiği bu görsel-işitsel yapımlar, yerinden edilme ve otoriterliğe karşı direniş pratikleriyle şekillenir. Söz konusu yapımlar, göçmenlik deneyimini toplumsal cinsiyet, ulusal hafıza ve otoriter politikalar çerçevesinde yeniden düşünür; farklı coğrafyalarda yaşanan ve geçmişten bugüne uzanan ayrımcılık hikâyelerini yankılayan bir hafıza alanı oluşturur. Video, kurmaca, belgesel, dans ve performans yoluyla kurulan bu görsel-işitsel hafıza alanında, farklı tarihsel anlatılar kesişir ve yeni estetik ile duygulanımsal biçimler ortaya çıkar. Bu sunumda, tarihsel anlatıları beden, performans ve dans aracılığıyla yeniden yazmayı ve sorgulamayı amaçlayan 9/8 Fight41 filminin yakın okuması yapılacaktır. Film, boks yaparken “çingene gibi dans ettiği” gerekçesiyle Nazi rejimi tarafından ayrımcılığa uğrayan boksör Johann Wilhelm “Rukeli” Trollmann’ın hikayesinden esinleniyor. Rukeli’nin dansı ve mücadelesi üzerinden Berlin’den İstanbul’a uzanan bir anlatı kuran 9/8 Fight41 filminin analizi, beden, performans ve görsel-işitsel medyanın etkileşiminin egemen söyleme karşı bir ifade alanı olarak taşıdığı potansiyeller ortaya konacaktır. Bu etkileşimin, sadece göçmenlik deneyiminin farklı boyutlarını görünür kılmakla kalmayıp, izleyiciyi toplumsal ve politik meselelerle yüzleşmeye davet eden duygulanımsal bir deneyim alanı yarattığı savunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: göçmen sineması, hafıza, video, performans, görsel-işitsel medya

Kıbrıs’ta Sinema Temsilleri Üzerinden Kimlik Olgusunu Okumak

İzlem Kanlı

Girne Amerikan Üniversitesi

izlemalikanli@gmail.com

Bir kitle iletişim aracı olarak sinema temsiller aracılığıyla toplumdaki kültürel ve ulusal kimlik algılarını yansıtabilirken, bir yandan da bu kimlikleri inşa edip dönüştürme gücüne sahiptir. Sinemanın ideolojik taşıyıcılığı kimliklerin belirli şekilde kodlanmasına, güçlendirilmesine veya parçalanmasına yol açabilmektedir. Temsiller kültürel ve ulusal kimlikleri inşa eden önemli bir araçtır. Temsiller üzerinden inşa edilen kimlikler imgeler ve söylemler yoluyla oluşturulurlar. Özellikle medyada kimlik temsilleri içerisinde yer alan söylemler ideolojik inşa süreçlerinin bir sonucu olduklarından ötürü hiçbir zaman doğal ya da kendiliğinden değildir. Bu bağlamda sinemanın kültürel ve ulusal kimlikleri nasıl temsil ediyor olduğu önemlidir. Çalışma bağlamında Kıbrıs adasında var olan kimliklerin sinemada nasıl temsil edildiği incelenmiştir. Çalışma çatışma sonrası toplumlarda ulusal kimliğin inşası sürecinde sinemanın siyasal araçsallığı üzerinde durmuştur. Yarım asrı aşkın bir süredir çözilemeyen Kıbrıs sorununun temelinde kimlik sorunu ve ötekileştirmenin yattığı görülür. Çalışmada Kıbrıs’ta sinema üzerinden kimliklerin nasıl temsil edildiği ve dönüştüğünü eleştirel bakış açısıyla okuyup değerlendirmek amaçlanmıştır. Bu çalışma kapsamında rastlantısal

yöntemle seçilmiş, son dönemde Kıbrıs'ın kuzeyinde çekilmiş (Derviş Zaim, 2010) ve Kod Adı Venüs (Tamer Garip, 2012) ile Kıbrıs'ın güneyinde çekilmiş Bir Yeşil Hat Hikayesi (Panikos Chrysanthou, 2017) ve Smuggling Hendrix (Marios Piperides, 2018) filmleri görsel ve söylemsel çözümleme yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında Kıbrıs'ta çatışan ve dönüşen çeşitli kimliklerin sinema temsillerine nasıl yansıdığı ve bu yansımaların söz konusu kimliklerin inşasındaki güçlendirici ve parçalayıcı etkileri üzerine durulmuştur. Filmler tarihsel ve siyasal süreçler göz önünde bulundurularak temsillerde vurgulanan konular ulusal kimlik temsili, ben/ötekinin inşası, ötekileştirme, uzlaşmacı temsiller ve çelişkiler gibi öne çıkmış olan başlıklar altında değerlendirilmiştir. Çalışma bağlamında şu sonuçlara ulaşılmıştır: Kıbrıs'ın kuzeyinde çekilmiş olan filmlerde Kıbrıslı Türklerin tarih algısını ve 1974 yılına kadar yaşamış oldukları acıları dünya kamuoyuna gösterme gayreti göze çarpmaktadır. Kıbrıs'ın güneyinde çekilmiş olan filmlerde ise tarihi konulara da gönderme yapmakla birlikte, 1974 sonrası bölünmüşlüğü'n neden olduğu birtakım sorunları ön plana çıkararak, adadaki statükonun irrasyonel olduğu algısını güçlendirme eğilimi görülür. Güneyde çekilen her iki filmde de sınır bir güvenlik unsuru olarak değil, özgürlük/işgal, düzen/kaos, yasal/gayri yasal ve batı/doğu gibi zıtlıkları temsil eden yapay bir oluşum olarak resmedilmektedir. Çalışma kapsamında incelenen tüm filmlerde karşı tarafın da acılarını gösteren, çatışmaların kaynağını tamamen dışsallaştıran ve daha uzlaşmacı olarak düşünülebilecek temsiller bulunmaktadır. Uzlaşmacı temsiller adada iki toplum arasındaki ortak kültürel öğeler ve mirasa vurgu yaparak kolektif Kıbrıs kimliğini güçlendirmektedir. Bu da adanın yeniden birleşmesi konusundaki tercihleri ön plana çıkarır niteliktedir. Sonuç olarak incelenen filmlerdeki temsillerde görülen dönüşümler sosyal inşacılığın ileri sürdüğü gibi kimliksel yapıların çatışma sonrası toplumlardaki barış inşası sürecinde etkin olduğu argümanını da destekler niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: kimlik, temsil, kıbrıs, sinema, söylem

İletişim Çalışmalarında Anlatı Analizi: Cihangir Cumhuriyeti Yurttaşlarının “Kökü Dışarıda” Hikâyesi

İlkay Kara

Ankara Üniversitesi

ikara@media.ankara.edu.tr

Özet

İnsanlar, gündelik yaşantılarını, karşılaştıklarını, yapıp-etmelerini, toplumsal-kültürel bir bağlama yerleştirerek deneyime dönüştürür ve dünyayı deneyimleme biçimlerini çeşitli şekillerde ifade ederek anlatılar kurarlar. Bu anlatıların ard arda dizilmesi, iç içe geçmesi, bir zamansallık içine yerleştirilmesi, iç bağlantılarının kurulması ve bir mekâna bağlanması ile hikâyeleri ortaya çıkar. İnsanlar yüzlerce yıldır, birbirlerini anlamak, bir parçası oldukları toplumsal yapıyı, kurdukları aidiyet ilişkilerini, bağlandıkları kimlikleri, birbirlerine ve dünyaya bakma biçimlerini anlayabilmek, ihtiyaç duydukları yaşam bilgisini edinebilmek için hikâyeleri dinlerler. Dahası üzerine kendi “parmak izlerini bırakarak” yeniden anlatırlar, her seferinde dönüştürerek, parçalayıp yeniden kurarak, yeni anlam katmanları ekleyip, tortulaşmış olanları kazıyarak, tekrar ve tekrar anlatırlar. Bu performansın, insani varoluşun ta kendisi olduğunu öne sürerek ona Homo narrans ya da Homo fictus adını önerenler, hikâye anlatmayı insanlık tarihinin mütemmim cüz’ü sayarlar. Hikâye anlatmak kadar eski olmasa da anlatılan hikâyeler üzerine düşünmek de Aristoteles’in Poetika’sından bugüne, epeyce uzun bir tarihe sahiptir. Büyük bir tarih aralığını atlayarak 20. yüzyılın ikinci yarısına sıçranırsa bu düşünme faaliyetinin artık hikâyelerin yalnızca kendisine dair değil; onlar aracılığıyla anlatılan siyasal, kültürel dinamikler, bu dinamikleri ele alma biçimleri; kısacası hikâyelerin içine yerleştirildiği tarihsel ve toplumsal bağlamı anlamaya yoğunlaşmıştır. Böylece hikâyeler, onları oluşturan anlatılar, başta antropoloji, dilbilim olmak üzere sosyal ve beşeri bilimlerde ve iletişim çalışmaları gibi disiplinler arası alanlarda başvurulan bir malzeme deposu haline gelmiştir. Bu malzemenin uygun biçimde işlenmesi için giderek sistematik hale getirilen anlatı analizi, biyografik metinler, öyküler, romanlar, filmler, tv yapımları, diziler vd için kullanılan bir metot haline gelmiştir. Bu çalışma da bu çabaya eklenerek, TRT tarafından kurulan dijital yayıncılık platformu Tabii için yapılan ve burada yayınlanan Cihangir Cumhuriyeti dizisini anlatı analizi yöntemi ile ele almaktadır. Dizi kendi ifadesiyle “Cihangir’de yaşayan oyuncuların, yazarların ve yönetmenlerin hikayesi”dir. Açılış Atatürk Kültür Merkezi’nde bir bale gösterimi ile yapılmıştır, izleyiciler arasında gösteriyi dikkatle izleyen Irmak (heykeltraş), sıkılmış ve etrafı ile ilgilenen Barış (oyuncu), uyuklayarak gösteriyi tamamlayan ve bu hikâyenin anlatıcısı olan Nedim bulunmaktadır. Hiçliğin Mimarisi adlı 1. bölümün ikinci sekansında Nedim bizimle konuşur: “Ben Nedim. Dünyanın bir yerinde kök salmış; insanlık denizinde bir damla; unutuşun ve vazgeçişin birbirini yiyen dalgaları arasında tüm kendime benzeyenler gibi, her sabaha, katlanışın bin bir tonuyla uyanan; durağanlığa düşman; renksiz ve tatsız dünyaya karşı duygularla

savaşan çok eski bir savaşçı. (...) İstanbul, Cihangir'den yazıyorum. Ve şimdi sevgili dostlar benim kim olmadığımı izleyeceksiniz." Mekânın, Cihangir'in de adeta bir karakter haline geldiği dizide Nedim ve yazar, yönetmen, yapımcı, oyuncu, yayıncı arkadaşları kendileri, birbirleri ve dünya hakkında uzun diyaloglar kurarlar. Kurulan diyaloglarda ve birbirleriyle, kendiyle ve toplumla ilişkilenme biçimini ifade eden tüm diğer unsurlarda altı kalınca çizilen tema, sürdürdükleri hayatın, sahip oldukları bakış açısının "yabancılığı", "kökü dışarıdalığı"dır. Dizinin, çocuk sahibi olmayan, evli olmayan hatta partnerlik ilişkilerini dahi sürdüremeyen, birbirlerini ve aslında kendilerini de sevmeyen, sürekli birbirleri hakkında konuşan, birbirine küçük-büyük kötülükler yapan, yalanlar söyleyen fakat bir araya geldiklerinde içkilerini içerek dostane ilişkilerini sürdüren, meleklerin cinsiyetini tartışır gibi, hararetle bir takım "sanatsal" meseleleri tartışan, yaşadıkları dar sokakların ötesine geçtiklerinde gördükleri hayat karşısında afallayan karakterleri "memleket toprağına çağrılır". Bu tema milliyetçi-muhafazakâr aydın eleştirisinin kurucu eksenidir. Cihangir Cumhuriyeti de bu eksenin etrafında örülmüş; Tanzimat romanından bu yana devam eden milliyetçi-muhafazakar aydın eleştirisi kanonuna dahil olarak "kültürel hegemonya" mücadelesine katılmıştır.

Anahtar Kelimeler: anlatı analizi, Cihangir Cumhuriyeti, aydın, kültürel hegemonya

Türkiye'deki Suriyeli Mülteciler ile Almanya'daki Türk Göçmenlere Yönelik Dijital Söylem Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz

Duygu Ergün

Uşak Üniversitesi

duygu.takan@usak.edu.tr

Özet

Göç, göçmenlik ve "Öteki" inşası üzerine kurulu kapsamlı literatür, çağdaş kimlik politikalarının ve toplumsal çatışmaların, kamusal söylemler aracılığıyla sürekli olarak yeniden üretildiğine işaret etmektedir. Göçmen "Öteki"nin inşasının anlık bir tepki olmadığı, aksine kolektif deneyimler, tarihsel travmalar ve ulusal mitlerle şekillenen kültürel bellek tarafından aracılık edildiği bilgisinden yola çıkılan araştırmada, bu klasik sosyolojik meselelerin dijitalleşen kamusal alandaki yansımalarına odaklanılmaktadır. Bu bağlamda, göç ve kültürel bellek arasındaki karmaşık ilişki, iki farklı ancak birbiriyle tarihsel ve sosyo-politik olarak ilişkili vaka üzerinden incelenmektedir: Türkiye'deki Suriyeli mültecilere yönelik söylem ile Almanya'daki Türk göçmenlere ilişkin söylem. Araştırmanın amacı, bu göçmen gruplarının Twitter (X) platformunda nasıl "Öteki" olarak inşa edildiğini ve bu inşanın kalıcı ulusal anlatılar tarafından nasıl yapılandırıldığını çözümlemeye yönelik karşılaştırmalı bir eleştirel söylem analizi sunmaktır. Çalışmanın metodolojisinde, büyük veri analizini nitel analiz

ile birleştiren karma yöntem yaklaşımı benimsenmiştir. Hem Türkçe hem de Almanca dilindeki paylaşımlardan oluşan geniş bir veri setinden yararlanılarak, öncelikle hesaplamalı yöntemler (konu modelleme ve duygu analizi) aracılığıyla söylemsel örüntüler ve duygusal tonlar niceliksel olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgular, söylemin ideolojik ve retorik mekanizmalarını derinlemesine çözümlemek amacıyla eleştirel söylem analizi teknikleriyle niteliksel olarak yorumlanmıştır. Karşılaştırma, göçün zamansallığının (yakın tarihli bir kriz karşısında çok kuşaklı bir mevcudiyet) ve ulusal belleklerin özgül içeriğinin, “ötekileştirme” süreçlerini nasıl farklılaştırdığını, ancak yapısal olarak benzer sonuçlar ürettiğini göstermektedir: 1. Türkiye Bağlamı ve Ensar-Muhacir Anlatısı: Suriyeli mültecilere yönelik dijital söylemde, İslami Ev Sahibi-Göçmen ilişkisini temsil eden Ensar-Muhacir anlatısı merkezi bir rol oynamaktadır. Bu tarihsel-dini çerçeve, bir yandan devleti meşrulaştıran ahlaki yükümlülük söylemi üretirken, diğer yandan karşıt söylemlerde bu yükümlülüğe ihanet ve ulusal güvenliğe yönelik bir tehdit algısı üzerinden güvenlikleştirme retorikini tetiklemektedir. Bu durum, göçün kriz niteliğiyle harmanlanarak bir hızlı asimilasyon ya da uzaklaştırma baskısı yaratmaktadır. 2. Almanya Bağlamı ve Gastarbeiter Mirası: Türk göçmenlere ilişkin söylemler, Gastarbeiter (misafir işçi) programının çok kuşaklı ve çözümlenmemiş mirası üzerine kuruludur. Bu kalıcı tarihsel çerçeve, entegrasyonun başarısızlığı, kalıcı aidiyet sorunu ve iddia edilen Parallelsesellschaften (paralel toplumlar) oluşumu eksenindeki tartışmaları yapılandırmaktadır. Buradaki “Öteki” inşası, başlangıçta kısa süreli olması beklenen bir misafirliğin, statü ve kabul edilirlilik konusunda süregelen bir yabancılığa dönüştüğü algısı üzerinden ilerlemektedir. Araştırma sonuçları, göçmen varlığının zamansal niteliğindeki (kriz/yerleşik) farklılığa rağmen, her iki ulusal söylem alanının da ulusal kimliğin tarihi olarak tahkim edilmiş sınırlarını yeniden çizmek ve savunmak için kültürel bellek kodlarını nasıl güçlü bir şekilde mobilize ettiğini ortaya koymaktadır. Bulguların, tarihsel anlatıların çağdaş politik ve sosyal çatışmaları çerçevelemedeki kritik ve aracılık eden rolünü vurgulayarak göç çalışmaları, söylem analizi ve bellek çalışmaları alanlarına katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: göç, kültürel bellek, dijital söylem, suriyeli mülteciler, Türk göçmenler

Yapay Zekâ Çağında Eleştirel İletişim Eğitimi: Öğretim Asistanları, Prompt Mimarisi ve Akademik Emeğin Dönüşümü

Alican Özer

Bağımsız Araştırmacı
ozeralican@hotmail.com

Özet

Yapay zekâ teknolojilerinin eğitim alanındaki etkileri, iletişim eğitimi gibi eleştirel ve çok yönlü pedagojik yaklaşımların uygulandığı alanlarda daha karmaşık ve çok katmanlı dönüşümler yaratmaktadır. Bu çalışma, üretici yapay zekâ (generative AI) araçlarının – özellikle büyük dil modelleri (LLM), öğretim asistanları ve prompt mimarisi – iletişim eğitiminin içeriği, pedagojik biçimi ve akademik emeği nasıl dönüştürdüğünü eleştirel bir perspektifle incelemektedir. Dünya genelinde ChatGPT, Copilot ve benzeri uygulamaların eğitim ortamlarına hızla entegre edilmesi, yalnızca araçsal değil aynı zamanda yapısal bir değişimi de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, yapay zekâ destekli teknolojilerin iletişim eğitiminin özgürlükçü, eleştirel ve yaratıcı doğası üzerindeki etkilerini tartışmaktır. Araştırma, nitel bir tasarımla yapılandırılmış ve döküman analizi yöntemiyle yürütülmüştür. Veri kaynakları arasında World Economic Forum’un yayımladığı Jobs of Tomorrow: Generative AI and LLMs (2023) ve Shaping the Future of Learning: The Role of AI in Education 4.0 (2024) raporları yer almakta; bunun yanı sıra GenAI Prompt sistemleri, açık kaynaklı yapay zekâ destekli öğretim asistanları, test oluşturucular ve değerlendirme sistemleri de analiz edilmiştir. Türkiye’deki iletişim fakültelerinde uygulanan ders içerikleri, müfredatlar ve değerlendirme yöntemleri incelenmiş; yapay zekâ tabanlı uygulamaların öğretim sürecine entegrasyonu pedagojik işlevsellik açısından değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, GenAI teknolojilerinin iletişim eğitimi üzerinde üç temel düzeyde dönüştürücü etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Birincisi, ders içeriklerinin üretilme biçimi önemli ölçüde standartlaşmakta; öğretim elemanları giderek daha fazla yapay zekâ destekli içerik üretim araçlarına yönelmektedir. Bu durum, yaratıcılığa dayalı pedagojik yaklaşımların yerini verimlilik ve tekrar üretim temelli yapıların almasına neden olmaktadır. İkincisi, akademik emeğin niteliği dönüşmekte; yapay zekânın sunduğu otomatikleştirme olanakları, eğitmenin rolünü yeniden tanımlayarak onu bir tür “süreç denetleyicisi” pozisyonuna itmektedir. Üçüncü olarak yapay zekâ destekli öğretim asistanları (TA bot’ları), öğrenciyle kurulan pedagojik ilişkiyi aracılaştırmakta ve yüz yüze iletişimin yerini metin tabanlı, algoritmik etkileşim biçimlerine bırakmaktadır. Tartışma bölümünde, bu dönüşümlerin iletişim eğitiminin temel ilkeleri olan eleştirelilik, çoğulculuk, diyalog ve demokratik katılım ilkeleriyle nasıl gerilimli ilişkiler kurduğu değerlendirilmiştir. Yapay zekâ tabanlı sistemlerin

eğitimdeki kullanım biçimleri, pedagojik ilişkiyi bir iletişim süreci olarak değil, bilgi iletimine indirgenen teknik bir işlem olarak yeniden kurmaktadır. Çıkan sonuçlara göre yapay zekânın iletişim eğitiminde anlamlı ve eleştirel bir biçimde kullanılabilmesi için yeni pedagojik stratejilere ihtiyaç vardır. GenAI araçları, ancak etik ilkeler çerçevesinde ve eleştirel düşünmeyi merkeze alan bir yaklaşımla entegre edildiklerinde, eğitsel eşitliği destekleyen ve öğrenmeyi güçlendiren araçlar hâline gelebilir. Bu doğrultuda, iletişim fakültelerinde yapay zekâ okuryazarlığı, algoritmik farkındalık ve teknolojik etik konularının müfredata dâhil edilmesi önerilmektedir. Çalışma, iletişim eğitiminin eleştirel geleneği ile dijital dönüşüm arasında köprü kurmayı hedeflemekte ve yapay zekânın bu alandaki pedagojik olanaklarını ve sınırlarını tartışmaya açmaktadır.

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ, eğitim, iletişim, dil modelleri

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Yüksek Eğitiminde Yapay Zekâ Entegrasyonu: Müfredat Önerisi

Simge Aksu Karakaya

Yozgat Bozok Üniversitesi

simge.aksu@yobu.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ teknolojilerinin halkla ilişkiler ve reklamcılık lisans programlarına entegrasyonu için bir müfredat önerisi geliştirmektir. Dijitalleşme ile birlikte iletişim sektöründe köklü dönüşümler yaşanmakta; içerik üretimi, veri analitiği, kampanya yönetimi ve hedef kitle analizinde yapay zekâ tabanlı araçların yaygın olarak kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bu nedenle, iletişim fakültelerinde öğrenim gören öğrencilerin hem teknik beceriler hem de stratejik ve etik açıdan yapay zekâyâ yönelik donanımlı bir eğitim sürecinden geçmeleri kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Yapay zekâ, halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarında rutin görevleri otomatikleştirerek profesyonellerin daha stratejik süreçlere odaklanmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda veri analizi sayesinde hedef kitleye yönelik kişiselleştirilmiş mesajlar üretilebilmekte, böylece iletişim kampanyalarının etkililiği artmaktadır. Bu gelişmeler, sektörle uyumlu müfredatların tasarlanmasını zorunlu kılmaktadır. Öğrencilerin yalnızca teknik araçları kullanmayı öğrenmeleri değil, aynı zamanda bu araçların etik boyutlarını ve sektörel etkilerini tartışabilmeleri beklenmektedir. Dolayısıyla, halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümlerinde yapay zekâyâ odaklı zorunlu ve seçmeli derslerin açılması, öğrencilerin iş dünyasına daha donanımlı bir şekilde hazırlanmasına katkı sağlayacaktır. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen dokuz uzman ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler 27 Mayıs – 10 Temmuz 2024 tarihleri arasında yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar arasında dijital pazarlama uzmanı, halkla ilişkiler yöneticisi, sosyal medya yöneticisi, kreatif direktör, veri analisti, medya planlama uzmanı ve içerik uzmanı gibi farklı mesleki rollere sahip profesyoneller yer almıştır. Uzmanların

yaş aralığı 25 ile 65 arasında değişmektedir. Görüşmelerde yapay zekânın mesleki kullanım alanları, avantajları, sınırlılıkları ve üniversite müfredatına entegrasyonuna ilişkin önerileri ele alınmıştır. Katılımcıların kimlik bilgileri gizli tutulmuş ve her birine numara verilerek anonimlik sağlanmıştır. Araştırma bulguları, yapay zekânın halkla ilişkiler ve reklamcılık mesleklerinde giderek artan bir şekilde kullanıldığını ve özellikle içerik üretimi, veri analizi, hedef kitle belirleme ve kampanya yönetiminde önemli katkılar sunduğunu göstermektedir. Uzmanlar, iletişim fakültelerinin müfredatına yapay zekâ odaklı derslerin eklenmesi gerektiği konusunda hemfikirdir. Bu derslerin yalnızca teknik bilgi aktarımıyla sınırlı kalmayıp, öğrencilerin etik ve stratejik boyutlarda düşünme becerilerini de geliştirmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, zorunlu dersler kapsamında yapay zekâ destekli veri analizi, içerik üretim araçları ve kampanya yönetimi konularına yer verilmesi; seçmeli derslerde ise yapay zekânın etik boyutları, dijital kültür ve yaratıcı süreçlerde kullanımına odaklanılması önerilmektedir. Çalışma, iletişim fakültelerinin çağın gereksinimlerine uygun biçimde güncellenmesi gerektiğini ortaya koymakta ve sektörel beklentilere yanıt verebilecek somut bir müfredat dönüşümü için yol göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: halkla ilişkiler, reklamcılık, yapay zeka, müfredat önerisi, iletişim fakültesi

Eğitim 5.0 Bağlamında İletişim Eğitiminde İnsan-Makine İş Birliği

Ahmet Nebi Kekeç

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi

ankekece@outlook.com

Özet

Günümüz teknolojik çağının getirdiği dijital dönüşüm süreci, eğitim ortamlarını da etkileyerek köklü bir değişim sunmaktadır. Eğitim temel bir insan hakkıdır ve bilgiyi etkili bir şekilde sunmak, çağlar boyunca bir başarı ölçütü olmuştur. Bu bağlamda söz konusu gelişmelerin teknolojinin gündelik pratiklere entegrasyonu ile bireylerin yaşamın birçok alanında yer aldığı gözlemlenmektedir. Araştırma söz konusu bu entegrasyon ile insan makine etkileşiminin eğitim süreçlerindeki etkileşimini ve dönüşümünü incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle bu entegrasyonun teorik temellerini inceleyen çalışmalarda yeni eğitim modelleri tanımlanmaktadır. Andrés Díaz Lantada, Eğitim 5.0 kavramını ileri teknolojilerle eğitimi geliştirerek öğrenmeyi kolaylaştırmayı ve herkes için erişilebilir kılmayı amaçlayan yeni bir eğitim modeli olarak tanımlamaktadır. Eğitim 5.0 vizyonunun merkezinde, öğrenme süreçlerini temelden yeniden şekillendiren yapay zekâ teknolojileri yer almaktadır. Geleneksel tek yönlü bilgi akışının aksine, yapay zekâ destekli platformlar her öğrenci için kişiselleştirilmiş öğrenme yolları sunmayı amaçlamaktadır. Bu etkileşim döngüsü, özellikle iletişim becerilerinin geliştirildiği alanlarda etkili öğrenme deneyimleri için verimli bir zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda, Eğitim 5.0; Yapay Zekâ (AI), Sanal Gerçeklik (VR) ve Nesnelerin

İnterneti (IoT) gibi dijital araçları kullanarak kişiselleştirilmiş öğrenme ortamları sunmaktır. Buna göre Eğitim 5.0 kavramı bireylerin; eleştirel düşünme, yaratıcılık ve problem çözme gibi becerilerini geliştirmeye odaklanır. Söz konusu dijital dönüşümün en somut yansımalarından biri, öğrenme süreçlerinin mekandan bağımsız hale geldiği uzaktan eğitim platformlarında görülmektedir. Bu bağlamda Eğitim 5.0 kavramı, yeni öğrenme metotlarının daha verimli hale gelmesine katkı sağlamaktadır. Araştırma, Eğitim 5.0 vizyonunun ve insan-makine etkileşiminin, uzaktan eğitim veya örgün eğitim tartışmalarından ziyade, doğrudan örgün eğitim süreçlerinde verimli bir şekilde uygulanabilirliğini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, iletişim eğitiminde Eğitim 5.0 modüllerinin örgün eğitimi destekleyici bir araç olarak kullanımı ve “Ders Takip Uygulaması (DTU)” gibi teknolojik uygulamaların eğitim verimliliğine potansiyel katkıları değerlendirilmektedir. Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik araştırma desenine göre yürütülmüş olup, Eğitim 5.0 bağlamında iletişim eğitiminde insan-makine iş birliğinin önemini ve eğitimdeki rolüne farklı bir bakış sunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, bu yeni eğitim modelinin getirdiği fırsatları ve zorlukları değerlendirerek yapay zekâ destekli teknolojilerin iletişim becerileri üzerindeki etkilerini incelemektedir. Araştırmanın katılımcıları, amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Bu doğrultuda, toplam altı lisans öğrencisiyle görüşülmüş; katılımcılar İletişim Fakültesi’nin üç farklı bölümünden ikiye öğrenci olacak şekilde belirlenmiştir. Veriler, araştırmanın amacına ve alt problemlerine yönelik hazırlanan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılarak toplanmıştır. Görüşme sonrası elde edilen nitel veriler MaxQDA 2024 programı ile derinlemesine incelenmiş ve içerik analizi uygulanmıştır. Araştırma Eğitim 5.0 bağlamı kapsamında bireylerin öğrenim süreçlerinde yeni teknolojiler ile olan yakınlığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda insan-makine etkileşimleri ve öğrenme süreçlerinin dönüşümü noktasında önemli bir mihenk taşı olma potansiyeline sahip olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca geleceğe dair gelişen iletişim pratiklerinin öğrenme süreçlerine dair etkilerini de ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda gelişen teknolojik ortamların Eğitim 5.0 bağlamında yeni öğrenme süreçleri sunduğu görülmektedir. İnsan-makine iş birliğinin, öğrencilerin eleştirel düşünme, empati ve yaratıcılık gibi becerilere odaklanmaları yönünde teşvik ettiği gözlemlenmektedir. Bu anlamda eğitim süreçlerine yönelik dönüşümler meydana gelerek, eğitmenin rolünün farklı bir noktaya evrildiği düşünülmektedir. Eğitmen, bilgiyi aktaran birincil kaynak olmaktan çıkarak, öğrenme deneyimini tasarlayan, teknoloji-öğrenci etkileşimini yöneten birey haline gelmiştir. Bu bağlamda, Eğitim 5.0 yaklaşımının temelinde, öğrencilerin yalnızca makine kullanım becerilerini edinmeleri değil; aynı zamanda makinelerle uyum içinde çalışma ve bu etkileşim sürecini etkin bir biçimde yönetme yetkinliklerini geliştirmesi gerektiği düşünülebilir.

Anahtar Kelimeler: eğitim 5.0, iletişim eğitimi, insan-makine etkileşimi, yapay zekâ

İletişim Eğitiminde Yapay Zekâ ile Etkileşim: Literatür Temelli Bir Tartışma

Selver Dikkol Akçay

Başkent Üniversitesi

selverdikkol@gmail.com

Özet

Dijital medyanın bir iletişim aracı olarak kullanılması, özellikle 2000'lerin başında sosyal medyanın ortaya çıkışıyla birlikte hız kazanmış; günümüzde yaygın ve etkileşimli bir iletişim aracı hâline gelmesi ise önceki kuram ve araştırma yöntemlerine yeni yaklaşımlar ve araştırma metodolojileri önermeyi gerekli kılmıştır. Yükseköğretim düzeyinde ise dijital medya farklı olanakları ve sorunları beraberinde getirmiştir. Eğitimciler, özellikle Wikipedia gibi içeriklerin kullanıcılar tarafından oluşturulduğu bilgi tabanlı web sitelerinin öğrenciler tarafından ders materyali olarak kullanılmasının etkilerini değerlendirmeye başlamıştır. Bir çeşit öğrenme kültürü yaratan bu türden internet kaynakları, bir yandan kolektif bilgi üretimini desteklerken, öte yandan bilgilerin doğruluğu adına öğrencilerin entelektüel kapasitelerini zayıflattığı ve yüzeysel bilgi tüketiminin önünü açtığı gerekçesiyle literatürde tartışılmaktadır. Bu bağlamda, üretken öğrenme davranışları (araştırma, kaynak tarama, doğru bilgiye ulaşma, analitik ve eleştirel düşünme gibi) öğrencinin internet kaynaklarından hızla bulduğu, doğruluğunu teyit etmeden kullandığı ve böylece pasif bir alıcıya dönüştüğü bir öğrenme biçimine yerini bıraktığı gözlenmektedir. Kuşkusuz iletişim eğitimi alanı da yukarıda kısaca değinilen olanak veya sorunları farklı disiplinlerle paylaşmaktadır. Bu problemler, 2022 yılının son dönemlerinde OpenAI şirketi büyük dil modeli ile eğitilmiş olan GPT-3 (Generative Pre-trained Transformer) sohbet aracını ücretsiz olarak kullanıcılara sunduğundan bu yana ise dijital medyaya ek olarak tartışmalara yapay zekânın eklenmesiyle çeşitlenmiş görünmektedir. Üç yıl içerisinde sürümü ChatGPT-5'e kadar yükseltile ve ücretli hale gelen bu sohbet botu farklı şirketlerin (Google Gemini gibi) veya açık kaynak kodlu yazılımlar sonucunda çeşitlenmeye devam etmekte ve farklı eğitim düzeylerinde olduğu gibi üniversite öğrencileri arasında da yaygın biçimde kullanılmaktadır. Yapay zekâ destekli bu sohbet araçları - tıpkı bir zamanlar Wikipedia'nın gördüğü işlev gibi - iletişim alanındaki gerek teorik gerekse uygulamalı derslerde bir bilgi kaynağı olarak yoğun biçimde kullanılmaktadır. Ancak iletişim eğitiminde kısa film, senaryo yazımı, televizyon ya da radyo programı fikirleri, görsel içerik üretimi gibi yaratıcılık gerektiren alanlarında bu kullanım öğretim üyelerinin akademik değerlendirmelerini zorlaştırmaktadır. Öğrenciden özgün ve yaratıcı fikirler beklenen kimi derslerde, ortaya çıkan eserlerin veya fikirlerin gerçekten öğrenciye ait olup olmadığına dair her zamankinden daha fazla şüphe duymaya başlanmıştır. Bu durum, öğrenci ile öğretim üyesi arasındaki gündelik güven ilişkilerini de olumsuz yönde etkilemektedir. Yukarıda özetlenen tartışmalar ışığında bu çalışma, yapay zekâ destekli sohbet araçlarının üniversite düzeyinde nasıl bir pedagojik işlev üstlenebileceğine ilişkin literatürde yer alan model ve yaklaşımları iletişim eğitimi bağlamında incelemeyi amaçlamaktadır. Literatür taraması yapay zekâ araçları ve

bu araçların yükseköğretim düzeyindeki öğrenciler tarafından nasıl kullanıldığına ilişkin çalışmalar ile akademisyenlerin bu araçlara yönelik tutumlarını ve eğitim sürecine dâhil etme pratiklerini kapsamaktadır. Bu doğrultuda, öğrencilerin eğitim sürecinde yapay zekâ kullanımına ilişkin çalışmalarda, öğrencilerin bu araçlara yönelik algıları ve onları kullanma biçimleri; sohbet botlarının öğrenme süreçlerindeki işlevleri, araçların sunduğu geri bildirimin niteliği; araçların öğrenciler üzerindeki eğitimsel etkileri ve öğrenme üzerine yarattığı fırsatlar ile zorluklar; yaratıcı üretim gerektiren alanlarda öğrenci becerilerine katkısı; akademik dürüstlük ve araştırma etiği gibi konuların öne çıktığı görülmektedir. Benzer biçimde, akademisyenler açısından yapay zekâ araçlarının öğrenciler tarafından kullanımın yarattığı zorluklar ve fırsatlar, akademisyenlerin bu araçlara yönelik tutumları; yapay zekânın eğitimin hangi aşamalarında işlevsel olabileceği ve kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimlerine katkısı; akademisyen-öğrenci ilişkileri üzerine etkisine ilişkin çalışmalar bulunmaktadır. Literatürde öne çıkan bu genel tartışmalar, öğrencilerin yapay zekâ araçlarını çoğunlukla bireysel araştırma ve yazma gibi alanlarda kullandıklarını, ancak bu araçların sunduğu bilgilerin doğruluğu, eleştirel düşünme becerileri üzerindeki etkisi ve akademik dürüstlük bağlamında endişeler olduğunu göstermektedir. Akademisyenler açısından ise, yapay zekâyâ yönelik tutumların çeşitlilik gösterdiği; kimi araştırmacıların bu araçları öğretim süreçlerini destekleyici birer yardımcı olarak değerlendirdiği, kimilerinin ise öğrenci özerkliği, mahremiyet ve etik sorumluluklar açısından yapay zekâ kullanımına eleştirel yaklaştığı görülmektedir. Bu bulgular, yükseköğretimde yapay zekânın nasıl ve ne ölçüde eğitim süreci içerisinde yer alacağına ilişkin tartışmaların hâlâ devam ettiğini göstermektedir. Bu bağlamda, çalışmanın temel hedefi, yapay zekâ araçlarının yükseköğretimde kullanımlarına ilişkin literatürü değerlendirerek bu yaklaşımların, yaratıcı üretimleri de kapsayan iletişim eğitimi alanında işlevselliğine dair bir tartışma zemini oluşturup alana özgü katkılar sunmaktır. Literatürde genel olarak yükseköğretim düzeyinde yapay zekâ kullanımına ilişkin çok sayıda çalışma bulunmakla birlikte, bu yaklaşımların iletişim disiplini özelinde, özellikle radyo, televizyon, sinema, görsel iletişim tasarımı ve dijital medya gibi üretimi de kapsayan alanlarda, nasıl işlevsel hâle getirileceğine dair tartışmalar sınırlıdır. Bu çalışma, yapay zekânın araçlarına yükseköğretimde kullanımına ilişkin genel literatürü iletişim eğitimi çerçevesinde yeniden değerlendirerek, bu araçların alanda ne tür olanaklar yaratabileceğine dair bir tartışma yürüterek alana katkı sunmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ araçları, yükseköğretim, literatür değerlendirmesi, iletişim eğitimi

Türkiye’de İletişim Eğitiminin Dönüşümü: Dijital Entegrasyon ve İstihdam Perspektifleri

Kübra Erden

Orta Doğu Teknik Üniversitesi

kerden@metu.edu.tr

Özet

Bu çalışma, Türkiye’de iletişim eğitiminin tarihsel gelişimini, güncel dinamiklerini ve geleceğe yönelik projeksiyonlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle 2015-2025 yılları arasındaki dönüşümleri mercek altına alarak, iletişim eğitiminin kurumsallaşma sürecini, müfredat evrimini ve mezun istihdam dinamiklerini değerlendirmektedir. İletişim eğitimi, 1950’lerde Gazetecilik Enstitüsü’nün kuruluşuyla başlayan kurumsallaşma sürecinde, 1980’lerde Yükseköğretim Kurulu (YÖK) yasasıyla standartlaşmış ve 1990’larda iletişim fakülteleriyle önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Bu bağlamda Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi’nin (ÖSYM) Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu’ndan elde edilen verilere dayalı olarak gerçekleştirilen kontenjan temelli analiz, 2015 yılında 55 fakültede iletişim programlarına ayrılan toplam 15.188 kontenjanın, 2025 yılına gelindiğinde 74 fakülteye ulaşan bir genişlemeyle 58.450 seviyesine ulaştığını ortaya koymaktadır; bu ivmelenme, dijital medya entegrasyonu ve vakıf üniversitelerindeki %30’luk kontenjan artışı ile açıklanabilir. 2015-2025 döneminde, iletişim odaklı eğitim programlarına ayrılan kontenjanlar önemli ölçüde artmış; dijital medya, yapay zekâ destekli içerik üretimi ve hibrit öğrenme modelleri, müfredatların teorik-pratik dengesini dönüştürmüştür. Örneğin, dijital okuryazarlık ve veri gazeteciliği gibi derslerin zorunlu hale gelmesi, eğitim süreçlerini hızlandırmıştır. İletişim eğitimi, medya, dijital pazarlama, kurumsal iletişim ve kamu yayıncılığı gibi çoklu sektörlerde istihdam sağlayan kritik bir disiplin olmasına rağmen, mezunların istihdam oranları artsa da alan uyumsuzluğu sorunu devam etmektedir. TÜİK’in Yükseköğretim İstihdam Göstergeleri verilerine göre, lisans mezunlarının genel kayıtlı istihdam oranının 2015’te %72,5’ten 2024’te %75,0’a yükseldiği, ancak alan uyumunun yalnızca %56,1 seviyesinde kaldığı görülmektedir; bu oran, iletişim mezunları için daha düşük olup, %70’inden fazlasının sektör dışı istihdamda zorluk yaşadığına işaret etmektedir. Son on yıla dair işsizlik ve istihdam istatistikleri, Kamu Personeli Seçme Sınavı (KPSS) atamaları üzerinden incelendiğinde, halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümlerinin en yüksek istihdam payını (%28) aldığı, radyo-televizyon-sinema mezunlarının ise %15’lik bir oranda kamu sektörüne yöneldiği belirlenmiştir; örneğin, 2015-2024 arası toplam 4.500’ün üzerinde atama, dijital ajanslar ve kamu yayıncılığında yoğunlaşmıştır. Çalışma, nitel ve nicel yöntemlerin kombinasyonuyla, tarihsel analiz, kontenjan taraması, müfredat değişiklikleri ve istatistiksel istihdam verilerini inceleyerek eğitim-istihdam uyumunu değerlendirmiştir. Disiplinlerarası yaklaşımlar, sürdürülebilirlik ve etik eğitiminin müfredata entegrasyonu gibi yenilikçi öneriler, Türkiye’de iletişim eğitiminin geleceğini şekillendirme potansiyeli taşımaktadır. Bu yaklaşımlar, mezunların iş gücü piyasasındaki rekabet gücünü ve istihdam edilebilirliğini

artırmanın yanı sıra, iletişim sektörünün dinamik ihtiyaçlarına uyumlu, bütüncül bir eğitim modelinin oluşturulmasına olanak sağlamaktadır. Bu çalışma, iletişim mezunlarının medya, dijital pazarlama, kurumsal iletişim ve kamu yayıncılığı gibi çoklu istihdam alanlarındaki fırsatlarını değerlendirirken, mevcut yapısal sorunlara (özellikle teorik ağırlıklı müfredatların neden olduğu teori-beceri uyumsuzluğuna) odaklanmakta ve bu sorunların çözümüne yönelik öneriler sunmaktadır. Sürdürülebilirlik odaklı eğitim modüllerinin ve etik ilkelerin müfredata entegrasyonu, yalnızca sektörle uyumlu becerilerin gelişimini desteklemekle kalmayıp, aynı zamanda mezunların toplumsal ve çevresel sorumluluk bilincini güçlendirerek uzun vadeli bir etki yaratma potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, disiplinlerarası yaklaşımlar, veri gazeteciliği, dijital okuryazarlık ve yapay zekâ gibi yenilikçi alanlarla bütünleşik bir müfredat tasarımı aracılığıyla, iletişim eğitiminin geleceğini yeniden tanımlayabilir. Çalışma, bu tür yaklaşımların, mezun istihdam oranlarını kayda değer ölçüde artırarak, iletişim sektörünün küresel ve yerel düzeydeki dönüşümüne yanıt verebilecek nitelikte profesyoneller yetiştirme kapasitesine sahip olduğunu savunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: iletişim eğitimi, iletişim fakültesi, disiplinlerarası yaklaşım, dijital medya

Yeni Kamusal Alan Tartışmaları Bağlamında Dijital Eşitsizlikler: Türkiye’de E-Öğrenme Uygulamaları Üzerine Bir Değerlendirme

Helin Öztürk

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

helinozt93@gmail.com

Özet

Yeni iletişim teknolojilerine ilişkin olumlu yaklaşımların temel iddialarından biri dijitalleşmenin ideal bir kamusal alana olanak tanıyan, eşitlikçi bir yapıya sahip olduğudur. Bu tekno-iyimser perspektif, internetin coğrafi sınırları aşma ve kimlik bariyerlerini yıkma potansiyelini ön plana çıkarmaktadır. Çevrimdışı ortamlardaki eşitsizliklerin ortadan kalkacağı idealinden beslenen yaygın söylem, farklı toplumsal koşullara sahip bireyler arasındaki bilgi hiyerarşisinin aşılabileceğini ifade eder. Söz konusu yaklaşımın temel eksikliği, internetin ticari koşullardan ve coğrafi eşitsizliklerden yalıtık olmayan yapısıdır. Yeni kamusal alanda var olabilmenin temel şartı internet bağlantısına ve teknolojik araçlara sahip olmaktır. Bireylerin bu imkânlardan yoksun olması, yalnızca ideolojik tartışmalardan ve müzakere süreçlerinden değil temel iletişim gereksinimlerinden yararlanmalarına da engel olmaktadır. Ayrıca demografik özellikler (yaş, cinsiyet vb.) ve sosyo-ekonomik faktörler sosyal mecralarda da etkili olmakta, bu durum çevrimiçi adaletsizlik örüntülerinin dijital alanda yeniden üretilmesine neden olmaktadır. Tekno-iyimser yaklaşımların temel tezleriyle önemli ölçüde çelişen bu durumun temel sebebi dijital eşitsizliklerdir. Bireylerin gündelik yaşamda karşılaştığı adaletsizlik biçimlerinin dijital dünyadaki tezahürü olan bu süreçte yalnızca

erişim sorunu değil bu sorunun yaşam koşullarını etkileyiş şekli ve bölgesel bazı eşitsizlikler de ön plana çıkmaktadır. Gündelik pratiklerin büyük oranda dijital dünyaya eklemlendiği göz önünde bulundurulduğunda, pek çok mikro alanın bu sürecin ifade edilen olumsuzluklarından etkilenmesi kaçınılmazdır. Bu alanlardan biri olan e-öğrenme, dijital içeriğin ağ tabanlı hizmetler yoluyla sunulduğu bir süreci ifade etmektedir. Son otuz yıl içerisinde yaygınlık kazanan model, dijital teknolojilerin gelişmesi ile birlikte farklı olanaklar sağlamaktadır. E-öğrenme modeli öğrencilere çok sayıda fırsat sunmakla beraber dijital eşitsizlikler kapsamında yer alan pek çok örüntüyü de içermektedir. Bu eşitsizlikler bireysel düzeyde olabildiği gibi bölgesel bazda da olabilmektedir. Katılımcıların farklı mekânlardan aynı eğitim içeriğine ulaşabilmesini sağlayan e-öğrenme, COVID-19 pandemisiyle birlikte bir tercih olmaktan çıkıp dünya genelinde eğitimin devamlılığı için zorunlu bir halini almış ve bu süreçte eşitsizlikler daha görünür bir form kazanmıştır. Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de son on yıl içerisinde kurumsallaşan e-öğrenme uygulamalarında ortaya çıkan erişim sorunlarını ülke bazında ele almak ve yeni kamusal alan tartışmaları çerçevesinde inceleyerek eşitsizliğin boyutlarını ortaya koymaktır. Çalışmada, 2020-2024 yılları arasında çeşitli ulusal ve uluslararası kurumlar tarafından yayımlanan raporların verileri ile akademik çalışmalardan elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Verilerin beş yıllık bir dönemle sınırlandırılmasının nedeni hem pandemi sürecini hem de onu izleyen kısa dönemi kapsayarak güncel bir analiz sunmaktır. İkincil veri analizi yöntemiyle yürütülen bu çalışmada, Türkiye özelinde internete erişim oranı ve dijital okuryazarlık düzeyi gibi genel göstergelerin yanı sıra uzaktan eğitim modeline dahil olan öğrenci sayıları ve pandemi sürecinde eğitime katılım oranları gibi daha ayrıntılı veriler de incelenmiştir. Araştırma sonucunda, Türkiye’de internet erişim oranlarının görece yüksek olmasına rağmen dijital beceri ve yeterliliklerin dünya ortalamasına kıyasla belirgin bir şekilde düşük kaldığı ortaya çıkmıştır. E-öğrenime katılım oranı da yüksek düzeydedir ancak dijital beceri eksikliği ve uzaktan eğitimin ücretli olması eğitimde fırsat eşitliği önünde önemli bir engeldir. Buradan yola çıkıldığında, dijital eşitsizlikleri sistematik şekilde ele almanın, dijital okuryazarlığı yaygınlaştırmanın ve bütüncül eğitim politikaları geliştirmenin önemi ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: yeni kamusal alan, dijital eşitsizlik, dijital uçurum, Türkiye’de e-öğrenme

Türkiye’de İletişim Bilimleri Eğitiminde Dönüşüm: Basın Yayın Yüksekokullarından İletişim Fakültelerine Geçişin Müfredat Üzerindeki Etkileri

Hüseyin Çelik

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

huseyin.celik@adu.edu.tr

Özet

Türkiye’de iletişim eğitiminin kurumsallaşma süreci, 1960’lı yıllarda kurulan Basın Yayın Yüksekokulları (BYYO) ile başlamış, 1990’lı yıllardan itibaren İletişim Fakültelerine dönüşerek hem yapısal hem de müfredat düzeyinde önemli bir değişim geçirmiştir. Bu çalışma, söz konusu dönüşümün eğitim anlayışı ve müfredat içeriği üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı bir perspektifle ele almaktadır. BYYO’ların kuruluş felsefesi, gazetecilik mesleğine yönelik uygulama temelli bir eğitim modeli üzerine kurulmuştur. Bu dönemde programlar; haber yazımı, röportaj, foto muhabirliği, basın hukuku gibi derslerle gazetecilik pratiğine odaklanmıştır. Eğitimin temel amacı, yazılı basına nitelikli insan gücü kazandırmak olmuştur. Buna karşın, 1980’ler sonrası iletişim alanının genişlemesi ve medya teknolojilerinin çeşitlenmesi, iletişimin yalnızca gazetecilikten ibaret olmadığını göstermiştir. Bu gelişme, yükseköğretim politikalarının da etkisiyle, BYYO’ların İletişim Fakültelerine dönüşmesini beraberinde getirmiştir. İletişim Fakülteleri döneminde müfredat, kuramsal ve disiplinlerarası bir çerçeveye kavuşmuştur. Gazeteciliğin yanı sıra halkla ilişkiler, reklamcılık, sinema, radyo-televizyon, yeni medya ve iletişim kuramları gibi alanlar ders programlarına dâhil edilmiştir. Böylece iletişim eğitimi, mesleki beceriden entelektüel donanımına yönelen bir paradigma değişimi yaşamıştır. Bu değişim, öğrencilerin medya sektöründeki farklı alanlara uyum sağlayabilmesini amaçlarken, aynı zamanda iletişimi sosyal bilimlerin bir araştırma alanı olarak konumlandırmıştır. Ancak bu dönüşüm beraberinde bazı tartışmaları da getirmiştir. Uygulama ağırlıklı BYYO geleneğinden gelen eğitim anlayışı ile kuramsal yaklaşımların öne çıktığı fakülte modeli arasında pedagojik bir gerilim oluşmuştur. Bir yandan iletişim fakülteleri akademik üretimi güçlendirmiş, diğer yandan sektörle bağların zayıfladığı yönünde eleştiriler gündeme gelmiştir. Günümüzde dijital medya ekosisteminin etkisiyle bu tartışma yeniden önem kazanmakta; müfredatların hem teknolojik gelişmelere hem de eleştirel düşünme becerilerine eşit ölçüde yer vermesi gerekliliği vurgulanmaktadır. Sonuç olarak Türkiye’de iletişim eğitiminin BYYO’dan İletişim Fakültesi’ne evrimi, pratik odaklı bir meslek öğretiminin kuramsal temelli bir akademik disiplini inşa etme süreci olarak okunabilir. Bu dönüşüm, iletişim alanının toplumsal, kültürel ve teknolojik boyutlarını kavramada önemli bir ilerleme sağlasa da gelecekteki müfredatların hem kuramsal hem uygulamalı yönleri dengeli biçimde bütünleştirmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: BYYO, iletişim fakültesi, müfredat

Kapanış

Nilüfer Pınar Kılıç

Ankara Üniversitesi

npk0207@gmail.com

Cumhuriyet ve İletişim Sempozyumun'un üçüncüsünde “iletişim eğitiminin dünü, bugünü, geleceği” başlığı altında mevcut durumu, yapısal sorunları ve gelecek stratejilerini tartıştık. Üç gün boyunca 15 oturumda 58 bildiri dinledik.

Sempozyumda tartıştığımız konulardan birini “yaşadığımız büyüme paradoksu” olarak niteleyebiliriz. Türkiye’de iletişim eğitimi veren kurumların sayısı son on yılda kontrolsüz bir biçimde arttı. Ancak bu niceliksel genişleme, aslında niteliksel çöküşü perdeleyen bir tablo da oluşturarak sistematik bir politika başarısızlığına işaret ediyor. Deniz Aka, Aslı Yağmurlu Dara ve Kübra Erden’in çalışmalarından hareketle 2024 verilerine göre, Türkiye genelinde 41’i devlet ve 21’i vakıf olmak üzere toplam 62 üniversitede aktif iletişim eğitimi veriliyor. Bu yaygınlık, halkla ilişkiler gibi spesifik alanlarda daha da belirgin durumda. Halkla ilişkiler programları 76 üniversitede örgün, 5 üniversitede ise açık/uzaktan eğitimle yürütülüyor. 2015’te 15 binlerde olan kontenjanın 2025’te 58 bin 450’ye ulaşması, ne kadar hızlı ve plansız bir büyüme yaşandığını gösteriyor. Bu büyümenin arkasında akademik kadro yetersizliği, yeni üniversitelerde stüdyo ve teknik altyapı eksiklikleri, farklı başarı düzeylerinden öğrencilerin aynı sınıfta bulunmasının yarattığı pedagojik sorunlar ve boş kalan kontenjanlar nedeniyle vakıf üniversitelerinin yaşadığı finansal sürdürülebilirlik krizi gibi çok ciddi problemler yatıyor.

İkinci başlığımız neoliberalizm ve anti-entelektüalizm kışkırtıcısında yaşadıklarımıza ilişkin. Türkiye’de yükseköğretim politikaları, bilginin eleştirel ve toplumsal boyutunu geri plana iten, piyasa odaklı bir yaklaşım tarafından şekilleniyor. Eğitim “kalite ve akreditasyon” adı altında ölçülebilir standartlara indirgeniyor. Akademisyenler üzerindeki yayın ve proje baskısı artıyor. Üniversiteler finansal verimlilik mantığıyla yönetiliyor. Sosyal bilimler “işe yaramaz” olarak etiketleniyor ve eleştirel düşünce ile kuramsal bilgi değersizleştiriliyor. Fatih Serdar Özgültekin’in tespit ettiği bu anti-entelektüalist politika çerçevesi ve özellikle de “sosyal bilimlerin aşağılanması” ile “üniversitelerin ekonomileştirilmesi” temaları, kaçınılmaz olarak eleştirel yurttaşlar yerine piyasaya uyumlu aktörler yaratmayı hedefleyen bir müfredat üretiyor. Gizem Uyanık Uğur’un analiz ettiği gibi “girişimci gazetecilik” benzeri dersler, tam da bu felsefenin bir ürünü olarak güvencesizlik, sendikalaşma ve kolektif emek gibi temel emek politikalarını “yenilikçilik” söylemiyle sistematik olarak göz ardı ediyor.

Dolayısıyla karşımıza “Müfredat, Pedagoji ve Yeni Teknolojiler” başlığı çıkıyor. Tüm bu koşullar içinde iletişim eğitimi giderek daha teknik ve uygulama merkezli bir yapıya evriliyor. Bu dönüşümün en görünür etkisi ise felsefi ve etik temellerin zayıflaması. Gülsün Bozkurt’un eleştirdiği gibi “medya ve etik” dersleri çoğu zaman meslek kodlarının ezberletilmesine indirgenmiş durumda. Oysa

Beyza Huriye Turgut'un altını çizdiği gibi burada temel sorun "neden" sorusunun kaybolması. Felsefi sorgulama olmayınca, "ne yapmalı?" sorusuna verilen etik yanıtlar da yüzeysel kalıyor. Sonuç olarak öğrenciler dezenformasyon, yapay zekâ etiği, post-truth siyaset gibi karmaşık sorunlarla başa çıkmakta yetersiz kalabiliyor. Bu nedenle kamusal akıl, müzakereci demokrasi ve etik düşünme pratiğini merkeze alan disiplinlerarası bir "İletişim Felsefesi" dersinin iletişim fakültelerinde temel derslerden biri olarak yapılandırılması gerektiği açık bir biçimde ortaya çıkıyor.

Sempozyumda en çok konuştuğumuz konulardan biri de yapay zekâydı. Ali Çömez'in önerdiği, üretken yapay zekânın kalabalık sınıflardaki uygulamalı derslerde her öğrenciye kişiselleştirilmiş teknik geri bildirim sağlamak için verimli bir "Öğrenim Asistanı" olarak kullanılması potansiyeli, aynı zamanda ciddi riskleri de beraberinde getiriyor. Zira teknik işlerin yapay zekâya devredilmesi, Alican Özer'in uyardığı gibi eğitmeni bir "süreç denetleyicisi" konumuna indirgeme ve Okan Aksu'nun altını çizdiği "epistemik otoritenin algoritmik yapılara devri" tehlikesini doğurarak tam da yönetilmesi gereken pedagojik ve epistemolojik bir boşluk yaratıyor. Yapay zekâ, gerçek anlamda düşünce üretmez; yalnızca "düşünmeyi simüle eder" ve bu durum öğrencilerin eleştirel düşünme reflekslerini zayıflatır. Bu riskler göz önüne alındığında, müfredatlara yapay zekâ araçlarının kullanım biçimlerinin yanı sıra algoritmik şüphecilik, yapay zekâ okuryazarlığı ve teknolojik etik gibi konuların da dâhil edilmesi gerekliliği aşırtır.

Başlıklar halinde sıraladığımız sorunların getirdiği krizden çıkışın nitelik merkezli, kamusal sorumluluğu önceleyen, eleştirel bir eğitim vizyonuyla mümkün olduğunu söyleyebiliriz.

Bu nedenle sonuç bildirimiz dört temel eylem alanı etrafında şekilleniyor:

1. Yapısal Reform ve Nitelik Odaklı Yeniden Planlama

Yeni fakülte ve bölüm açmak artık siyasi ya da kurumsal prestij meselesi olmaktan çıkarılmalı; akademik kadro, altyapı ve bölgesel ihtiyaç gibi somut nitelik kriterlerine bağlanmalıdır.

İLEDAK süreçleri, yalnızca teknik programları değil eleştirel düşüncüyü önceleyen standartlarla güncellenmelidir.

2. Müfredatın Felsefi ve Etik Temellerinin Güçlendirilmesi

İletişim eğitimi piyasa taleplerine indirgenemez. Felsefi derinlik olmadan etik olmaz, eleştirel düşünme olmadan kamusal sorumluluk gelişmez. Bu nedenle "İletişim Felsefesi" gibi temel derslerle öğrencilerin demokratik bir toplumun gerektirdiği entelektüel donanımına sahip olmaları sağlanmalıdır.

3. Yapay Zekânın Eleştirel Entegrasyonu

Yapay zekâ araçlarının eğitimdeki yeri ancak algoritmik şüphecilik, teknolojik etik ve dijital kamusal ekseninde tartışıldığında anlam kazanır. Öğrencinin düşünme refleksini yapay zekâya devreden bir müfredat, geleceği değil belirsizliği üretir.

4. Toplumsal Fayda ve Disiplinlerarasılık

İletişim eğitimi, yeniden toplumsal faydayı önceleyen bir yapıya kavuşmalıdır. Sosyoloji, antropoloji, siyaset bilimi ve felsefe ile temas eden bir müfredat, öğrenciyi toplumsal değişimin öznesi olarak yetiştirecektir.

Son söz olarak sempozyum sırasında dile getirilen öneriler hayata geçirilirse iletişim eğitimi yalnızca teknik beceri aktaran bir alan olmaktan çıkacak; eleştirel, özgür düşünebilen, toplumsal sorumluluk taşıyan ve demokratik kültürü besleyen yurttaşlar yetiştiren bir alan olarak yeniden konumlanacaktır. Asıl mesele, bu dönüşümü bir tercihten ziyade kamusal zorunluluk olarak görmektir.

