

İletişim Eğitiminde Temel Sorunlar ve Açmazlar

Mustafa ŞEKER¹

Tülay ŞEKER²

Özet

Bu çalışmada iletişim eğitiminin genel sorunları ele alınmakla birlikte, özellikle gazetecilik eğitiminde var olan temel açmazlar incelenmiştir. İletişim eğitimi veren kuruluşlar ile medya sektörü arasındaki kopukluk, iletişim eğitiminin niteliği, sorunların önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Diğer yandan, iletişim eğitimi veren okulların sayı ve öğrenci kontenjanlarındaki hızlı artış birbiriy-le bağlantılı yeni sorunlar doğurmuştur. Birinci sorun iletişim fakültelerine kabul edilen öğrencilerin aslında bu eğitime uygun nitelikte olmayışıdır. Sayısı 40'a ulaşan iletişim fakültelerine 8000'den fazla öğrenci alınmakta, mezun sayısı da hızla artmaktadır. Ancak medya sektöründe bu sayıda yeni istihdam üretilenmemektedir. Az sayıdaki eleman gereksinimi için de çok seçici davranılmaktadır. Dolayısıyla iletişim mezunları kendi alanlarında çalışma şansı bulamamaktadır. Sonuç olarak iletişim fakülteleri nitelikli öğrencilerin tercih etmediği, iyi bir gelecek sunamayan, "dört yıllık okullara" dönüşmektedir.

Anahtar Kelimeler: İletişim Eğitimi, İstihdam, Medya Sektörü.

The Dilemmas and Fundamental Problems in Communication Education

Abstrcat

In this study, general problems of communication education were taken into account and beside this; general dilemmas of journalism education were analyzed. Communication gaps between media and institutions which provide communication education, qualification of communication education are the most important part of problems. On the other hand, rapid increasing number of institutions providing communication education and students' quotas has caused new problems which are connected each others. The first problem is that students who were accepted communication faculties do not have qualified and compatible potential. Today there are almost 40 communication faculties having nearly 8 thousands students and the number of graduated has been increasing steadily. However, media market can not produce employment at the same rate with communication faculties. Because of this, market selects carefully its employment among these graduated students. Therefore, people who graduated from communication faculties do not have a chance to work in media market. To sum up, communication faculties has turned into faculties which are not preferred by skilful students and do not provide a better future his students.

Keywords: Communication Education, Employment, Media Market.

1 Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

2 Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

Türkiye’de iletişim eğitiminin bazı önemli sorunlar yaşadığı bilinmektedir. Sorunlar çok yönlü olmakla birlikte başlıcaları; iletişim eğitiminin niteliği ve eğitime yaklaşım, verilen eğitimin medya sektörüyle uyumu, iletişim fakültelerinin sayı ve kontenjanındaki artış, öğrenci kalitesindeki düşüş ve mezun öğrencilerin istihdamında karşılaşılan güçlükler şeklinde sıralanabilir.

Türkiye’de elli yıllık geçmişine bulunan iletişim eğitimi, gazetecilerin talepleri doğrultusunda gazetecilik eğitimi şeklinde başlamıştır. İstanbul, Ankara ve İzmir’deki gazetecilik okulları süreç içerisinde çeşitli değişimler gösterdikten sonra 1992 yılında fakültelere dönüşebilmişlerdir. Yüksek okul döneminde, eğitimin temel amacı, mesleğe nitelikli eleman yetiştirmek olarak algılandığı için iletişim eğitiminin sektörle uyumlu olduğu söylenebilir. Oysa fakülte yapısına geçildikten sonra, bu amaç sorgulanmaya başlanmıştır. İletişim eğitiminin amacının sadece iletişim mesleklerine yönelik eleman yetiştirmek, meslek öğretmek olmadığı, öğrencilere gelecekte katılacakları medya sistemiyle ilgili eleştirel bir bakış açısı kazandırılması gerektiği savunulmaya başlanmıştır.

İletişim eğitimi verilen okullardaki ders programları ve içerikleri, gazetecilik okulları dönemindeki temele bağlı kaldığı için kuramsal ve uygulamalı derslerin birlikte yürütüldüğü bir yapı egemendir. Dört yıllık eğitimin bir bölümü sosyal bilimlerle ilgili temel kazandırmaya yönelik derslere ayrılmakta, özellikle eğitimin son iki yılında mesleki kuramsal ve uygulamalı dersler ağırlık kazanmaktadır.

Bu derslerin nicelik ve nitelik bakımından ne kadar yeterli olduğu tartışmanın bir başka yönüdür. Bazı fakülteler sayıca daha fazla uygulamalı derse yer verdiği gibi, bu derslerin bir bölümünü sektörün içinden gelen uzmanlara verdirerek, öğrencilerini staj, gezi vs. gibi organizasyonlarla sektörün içinde bulunmaya yönlendirerek sektörle bütünleşme çabası göstermektedir. Diğer yandan bazı akademisyenler ve bağlı oldukları fakülteler, tercihlerini kuramsal eğitimden yana koymakta, müfredatın ağırlığını bu yönde belirlemektedir.

Sektörle işbirliğinde ve gelişmeleri eğitime uyarlamakta yaşanan güçlükler yanında, ideolojik temelli bazı sorunlar da yaşanmaktadır. Türkiye’deki medya sektörünün pratiğinden yola çıkarak, eleştirel bir yaklaşım sergileyen bazı fakülteler ile sektörde söz sahibi olan iletişimciler arasında bu eleştireliliğin dozuna dair tartışmalar yaşanmaktadır.

Diğer yandan iletişim fakültelerinin sayısı hızla artmaktadır. Bu artış iletişim eğitimi verilen öğrenci kontenjanının ve dolayısıyla mezun öğrenci sayısının artışını da beraberinde getirmektedir. Medya alanında zaten var olan istihdam sıkıntısına yeni mezunların eklenmesi, iletişim eğitimi almış genç insanların alanlarıyla ilgisi olmayan işlerde çalışmalarına yol açmaktadır. Kontenjan artışı ve mesleğin gençler için iyi bir gelecek vaat etmemesi nedeniyle, başarılı öğrenciler, iletişim fakültelerini tercih etmemektedir. Çok düşük puanlar ve yüzdelik dilimlerle bu fakültelere öğrenci alınması, eğitimin ve mezunların niteliğinde ciddi sorunlara yol açmaktadır.

Bu çalışma, ilk olarak uygulamalı eğitim ve sektörle işbirliğine ilişkin akademik tartışmaları özetlemeyi ve konunun birkaç temel noktası üzerinde durmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, iletişim fakültelerinde uygulamalı eğitimin gerekliliği, bu eğitimin sektördeki gelişmelere paralel bir dinamizmle verilmesi zorunluluğu ve akademi-medya mesafesinin dengesi gibi konulara kısaca değinilmiş, iletişim eğitimi ile medya sektörü arasındaki uzaklık ele alınmıştır. Bu uzaklığın önemli nedenlerinden biri de iletişim eğitiminin amaçlarına ilişkin yaklaşımlardır. Sektörle ilişki bağlamında, 2001 yılında başlatılan ancak yarım kalan İletişim Fakülteleri-TRT İşbirliği Projesi de bir başlık halinde ele alınmıştır.

Diğer yandan iletişim fakültelerinin sayı ve kontenjanlarına ilişkin veriler incelenerek, öğrenci kalitesine ve eğitimin niteliğine de yansıyan bu nicel soruna ilişkin saptamalar ortaya konmuştur.

Halen iletişim eğitimi veren ve öğrenci alan fakültelerin sayısı 36'dır. Kurulma aşamasında olan ya da henüz öğrenci almamış olan fakültelerle birlikte bu sayı 40'ı aşmaktadır. Devlet, vakıf ve Kıbrıs'taki üniversitelere ait iletişim fakültelerinin kontenjanı 9000'i bulmaktadır. Sektörün bu büyüklükte bir istihdamı oluşturması mümkün görünmemektedir.

Çalışmada iletişim eğitimi almış mezunların istihdamına ilişkin bazı saptamalar ve çıkarımlar da yapılmış, istihdam açısından yerel medyanın bir alternatif oluşturabileceği düşüncesi tartışılmıştır. İletişim mezunlarının istihdamı konusunun iki muhatabı bulunduğu açıktır. Birincisi iletişim eğitimi veren kuruluşlar, diğeri ise istihdamı gerçekleştirecek olan gazete ve televizyonlardır. İletişim eğitiminin sorunsuz ve eksiksiz yerine getirildiği, mezun olan her adayın istenilen düzeyde olduğu elbette savunulamaz. Bu noktada birtakım eksikler bulunduğu ortadadır. Diğer yandan istihdamla ilişkin sorunların büyük bir bölümünün medya kuruluşlarının yaklaşımından kaynaklandığı da açıktır. Ulusal ya da yaygın medya, giderek ticarileşmekte ve her konuyu olduğu gibi eleman istihdamını da kâr ekseninde düşünmektedir. En az çalışanla işi yürütmek, medya mensuplarını mesleğin hak etmediği koşullarda çalıştırmak şeklindeki eğilim, aslında üretilen işin niteliğini de etkilemektedir. Gazetecilik ve televizyonculuk alanındaki mesleki düşüş genel olarak medyanın çıktıklarına yansımaktadır. Bu durum medya mesleklerinin saygınlığını da zedelemektedir. Bu noktada sayıları binlerle ifade edilen yerel medya kuruluşları, yeni mezunlar için bir başka alan oluşturmakta ise de medyanın bu kesiminde de iletişim mezunlarının istihdamına ilişkin önemli sorunlar bulunmaktadır.

1. İletişim Eğitiminde Farklı Yaklaşımlar, Uygulama ve Kuramsal Eğitim Eğilimleri

İletişim fakültelerindeki müfredat genel olarak kuramsal ve uygulamalı dersler olarak ayrılmaktadır. Kuramsal dersler öğrencilere toplumsal konularda ve meslek alanında vizyon kazandırmayı amaçlamakta, öğrencinin alacağı üniversite eğitimin sonucunda içinde yaşadığı topluma, dünyaya ve aday olduğu meslek alanındaki işleyişe eleştirel ve yorumlamacı bir mesafeye bakabilmesini sağlamayı hedeflemektedir. Uygulamalı dersler ise, öğrencilerin alanlarıyla ilgili teknik ve mesleki bilgilerini artırmayı, sektörde kendilerine yer bulabilmelerine destek olmayı amaçlamaktadır.

Türkiye'deki iletişim eğitiminde; uygulama-kuram dengesi, iletişim fakültelerinin ders müfredatlarının belirlenmesinde medyanın taleplerinin ne ölçüde dikkate alınacağı ve son noktada iletişim fakültelerinin temel amacının sektöre eleman yetiştirmek olup olmadığı süregelen bir tartışma konusudur (Ünlü vd. 1999: 92).

1.1. Uygulama ve Kuramsal Eğitim Dengesine İlişkin Tartışmalar

İletişim eğitiminde uygulamaya dönük eğitim özellikle basın yayın yüksek okullarının fakülterlere dönüştürüldüğü 1992 yılından bu yana tartışılmaktadır. Konuya ilişkin değerlendirmelerde bulunan akademisyenlerin bir bölümü, üniversite eğitiminin bir zanaat eğitimi olmadığını vurgulayarak iletişim fakültelerindeki eğitimin meslek kazandırmaya dönük içeriğine karşı çıkmaktadırlar. Üniversite eğitiminin mesleki bilgi ve beceri kazandırmaktan öte hedeflere sahip olması gerektiği görüşünden hareketle iletişim fakültelerindeki uygulamalı eğitimin ağırlığından yakınan bu akademisyenler fakültelerin gazetecilik, televizyonculuk, halkla ilişkiler gibi sektörel sınıflamalara göre yapılandırılmış olmasını da yanlış bulmaktadır (Özbek, 1993: 309). Hatta bu görüşteki akademisyenler sektördeki uzmanlaşmaya cevap vermek üzere hazırlanan bir iletişim müfredatının yanlış olacağını dile getirmektedir. Mutlu, (2000: 258) sektörün taleplerine göre düzenlenecek bir iletişim eğitiminin sığığa ve kısırlığa düşme tehlikesi bulunduğunu, uzmanlık eğitiminin sektörün talebini karşılamak için toplumun iletişim eğitiminden beklentilerini karşılayamayacağını; teknik formasyonla kazanılan uzmanlığın, uzmanlık alanına mesafeli ve eleştirel bir bakışı ortadan kaldıracığını savunmaktadır.

Özellikle Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde çalışan akademisyenlerin kuramsal ağırlıklı eğitimi savundukları ve uygulamalı eğitime yönelik derslerin fazlalığından yakındıkları bilinmektedir. Eleştirel medya pedagojisi çerçevesinde iletişim eğitiminin eleştirel bir bakış açısı taşıması gerektiğini savunan bu akademisyenler kendi fakültelerinin Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı olarak gelişmiş olmasının da etkisiyle hareket etmektedir. Özbek (1993: 317) iletişimi teknolojik iletişim araçlarına ve kurumsal hizmetlere indirgeyen anlayışı eleştirmekte, genel formasyon derslerinin dört yıllık eğitim süresinin ilk yılına sıkışmasından ve meslek eğitimine yönelik derslerin giderek artmasından yakınmaktadır.

Özbek, teknik derslerin de eleştirel bir üniversite eğitimiyle anlam kazanabileceğini belirterek, iyi bir iletişimcinin içinde yaşadığı toplumun ve dünyanın temel meselelerini bilmek ve bunları yorumlama konusunda vizyon edinmek zorunda olduğunu savunmaktadır. Bu vizyonun mevcut yapı ve işleyişi bilmekle sağlanamayacağını ileri süren Özbek'e göre, öğrenciler aynı zamanda olması gereken hakkında eleştirel bir perspektif edinmelidir (1993: 325).

Mutlu (2000: 252), kendisinin de mensubu bulunduğu Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin ve bu çevrede öteden beri savunulan yaklaşımın, Türkiye'deki genel iletişim eğitimi etkilediğini belirtmektedir. Mutlu'ya göre, sektörün ekonomik ve ideolojik gücüne ve taleplerine rağmen, sektöre yakın iletişim fakültelerinde bile eleştireliliğin tümüyle göz ardı edilememesinde Ankara İletişim etrafında gelişen akademik yaklaşımın önemli bir etkisi bulunmaktadır.

Diğer yandan bu görüşü benimseyen akademisyenlerin uygulamalı eğitime tamamen karşı çıktıkları söylenemez. Kuramsal eğitimle ve eleştirel bir bakış açısıyla şekillenen iletişim öğrencilerinin uygulamalı dersleri de alarak yetişmesi savunulmaktadır. İnal'ın (1996: 211) ifadesiyle üniversitede öğretilen her türlü pratik, kuramsal bakış açılarının süzgecinden geçmelidir. Kaldı ki, 40'ı aşkın iletişim fakültesinde eğitim alan on binlerce öğrencinin tümünün kuramcı olarak yetişmesi de mümkün değildir. Mevcut durumda bu öğrencilerin büyük bir bölümü sektördeki uygulama birimlerinde çalışmaktadır.

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi mezunlarının çalıştıkları mesleklere yönelik bir araştırma bu görüşü destekler niteliktedir. Bu Fakülte'den 1981-1998 yılları arasında mezun olan öğrencilere uygulanan anket sonuçlarına göre mezunların sadece yüzde 7.4'ü akademisyen olarak çalışmakta, bir başka ifadeyle iletişimin kuramsal boyutunu meslek olarak sürdürmektedir. Buna karşılık; muhabir, halkla ilişkiler uzmanı, müşteri temsilcisi, metin yazarı, yapımcı, kameraman, medya planlamacısı, sayfa tasarımcısı, yönetmen, spiker, senarist gibi sektördeki uygulama alanında çalışanların oranı çok daha yüksektir (Atabek, vd. 2000: 14).

1.2. Uygulamalı Eğitim Konusunda Akademisyen ve Mezun Öğrencilerin Görüşleri

İletişim eğitiminin nasıl şekilleneceği konusunda bu eğitimi veren akademisyenler ile eğitimi alan ve mezun olduktan sonra hayatlarını aldıkları eğitime dayanarak şekillendiren öğrencilerin görüşleri de önemlidir. İletişim fakültelerinde çalışan akademisyenlerin iletişim eğitimi konusunda ki görüşlerini belirlemek üzere yapılan bir araştırma, uygulamalı eğitimin öğretim elemanlarının da desteklendiğini ortaya çıkarmıştır. Türkiye'deki 17 iletişim fakültesinde çalışan tüm öğretim elemanlarını kapsayan araştırmaya göre öğretim elemanlarının yüzde 49'u uygulama derslerinin, yüzde 11'i mesleki kuramsal derslerin, yüzde 5'i ise alan dışı derslerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. Öğretim elemanlarının gereğinden fazla buldukları dersler arasında ise yüzde 37 ile alan dışı dersler ilk sıradadır. Mesleki kuramsal derslerin gereğinden fazla olduğunu düşünen öğretim elemanlarının oranı yüzde 15, uygulama derslerinin gereğinden fazla olduğunu düşünen öğretim elemanlarının oranı ise yüzde 8'dir. Aynı araştırmada öğretim elemanlarının yüzde 58'i

öğrencilerin mezun olduklarında yeterli meslekî donanımına sahip olmadığını düşünmekte, yüzde 39'u öğrencilerin meslekî uygulama dersleri için fakültede yeterli araç gerece sahip olmadıklarına inanmaktadır (Ünlü vd., 2001: 139-144).

Bu araştırma, fakültelerde kuram-uygulama dengesinin tam olarak oluşturulamadığı, fakültelerin iletişim sektörü ile eşgüdüm sorunu yaşadığı, üniversite ile sektör işbirliğinin sağlanamadığı, öğrencilerin sektördeki profesyonellerle sıkça buluşamadığı gibi sonuçlarıyla da konumuz açısından önemli veriler sunmuştur. Bulgular, iletişim eğitimi veren öğretim elemanlarının uygulamalı derslerin önemini kavradığını göstermektedir. Sonuçlar, uygulamalı derslere ilişkin eğilimin sadece sektörün talep ve beklentilerinden kaynaklanmadığını kanıtlamaktadır. Sektörle mesafeli olan ve eleştirel bakabilen öğretim elemanları da belirgin bir oran farkıyla uygulamalı eğitimin yetersizliğini vurgulamaktadır.

Benzer sonuçlar, öğrenciler üzerinde yapılan bir çalışmada da görülmektedir. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'nden 1981-1998 yılları arasında mezun olan öğrencilere uygulanan çalışmaya göre mezunların yüzde 80'den fazlası uygulamalı derslerin artırılmasının yararlı olduğunu belirtmiştir (Ünlü vd., 1999: 108).

Görüldüğü gibi iletişim eğitiminde uygulamaya ilişkin derslerin önemi, öğretim elemanları yanında iletişim eğitimi aldıktan sonra iş hayatına atılmış mezunların deneyimleriyle de vurgulanmaktadır.

2. Sektörle Uyum ve İşbirliği

İletişim eğitiminde -fakülterle göre farklılık göstermekte birlikte- önemli oranda uygulamalı ders bulunduğu bir gerçektir. Özellikle ilki iki yılı takip eden dönemlerde öğrencilerin bölümlerine uygun meslekî dersler almasına ve mezun olduktan sonra sektördeki uygulamaya yabancı kalmamasına özen gösterilmektedir.

Bu noktada uygulamalı derslerin içeriği, düzeyi ve niteliği tartışma konusudur. İletişim sektörü hızla gelişmekte ve değişmektedir. Sektördeki kuruluşlar yenilikleri fakültelerden daha iyi takip etmekte ve daha çabuk uyum sağlamaktadır. Bu gerçek, fakültelerde verilen uygulamalı derslerin sektördeki gelişmelerle paralellik taşımasını zorunlu kılmaktadır. Sektörün fakültelerle ilgili süregelen şikayeti de bu noktada ağırlık kazanmaktadır. İletişim fakültelerinde verilen uygulamalı derslerin, mezunların sektörde ek bir eğitim almadan çalışmalarına yetecek düzeyde olmadığı yönündeki yakınmalar, öğrenciler, mezunlar ve akademisyenler tarafından da kabul edilmektedir.

2.1. Sektörle İşbirliğinin Geçmişe Dönük Temelleri

İletişim eğitiminin geçmişine bakıldığında, sektörle işbirliği açısından bir sorun olmadığı söylenebilir. Çünkü Türkiye'de iletişim eğitimi, ABD ve Avrupa'daki benzerleri gibi, öncelikle gazetecilik okulları şeklinde ve hatta gazetecilerin eğitime duydukları gereksinim ve talep sonucunda başlamıştır. 1948'de açılan İstanbul Özel Gazetecilik Okulu, "matbuat alemine ve iş hayatına hazırlıklı eleman yetiştirmek" ilkesiyle kurulmuştur (Altun, 1999: 245). 1963 yılında eğitime ara veren ve sonraki yıllardaki gelişmelerin ardından bugünkü Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin temelini oluşturan (www.marmara.edu.tr) bu okulun kuruluş felsefesinden de anlaşıldığı üzere amaç tamamen uyulamaya dönük eleman yetiştirmektir.

Yine bugün İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin temelini oluşturan Gazetecilik Enstitüsü de o dönemde İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Başkanı olan sektörün önemli ismi Sedat Simavi'nin girişimiyle kurulmuştur. Simavi'nin hareket noktası ve hedefi de gazetecilerin düzeyini yükseltmektir. Simavi, İstanbul Üniversitesi Senatosu'na başvuru için yazdığı mektupta, Avrupa'da benzer enstitülerin açıldığını hatırlatmakta, eğitimin getireceği kaliteyi vurgulamaktadır. Sektörün içindeki

bir kişi olarak ve Cemiyet Başkanı sıfatıyla verilecek eğitimin içeriği hakkında da görüş bildiren Simavi, bugün halen yürütülmekte olan iletişim eğitimine benzeyen bir müfredat taslağı sunmuştur. Eğitimin, gazetecilere sosyal, ekonomik, hukuki vs. konularda altyapı kazandıracak genel dersler ile meslek pratiğinde gerekli olan matbaacılık, tasarım, haber yazma ve değerlendirme gibi konuları içermesi gerektiğini vurgulayan Simavi, böylece meslek içinde yetişen hevesli gençler yerine akademik eğitim almış kişilerin gazeteci olmasının sağlanacağını öngörmektedir. 1947 tarihli bu başvuruya dayanarak 1949'da kurulan Gazetecilik Okulu 1980'e kadar Enstitü statüsüyle, 1980-1982 tarihleri arasında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksekokulu adıyla eğitimini sürdürmüştür. 1982 yılında İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü'ne bağlı Basın Yayın Yüksek Okulu adını alan okulun eğitim süresi dört yıla çıkmış ve 11 Temmuz 1992 tarihindeki değişiklikle İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi adını almıştır (www.istanbul.edu.tr). Hem bu okulun hem de iletişim eğitimi veren diğer okulların gelişiminde sektörün içindeki biri olan Sedat Simavi'nin önerilerinin kalıcı bir etkisi olduğu açıktır.

Kronolojik olarak kurulan üçüncü iletişim okulu Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu'dur. Bu okulun kuruluş aşaması ve gelişimi ötekilerden farklıdır. Ankara Üniversitesi BYYO'nun kuruluşunda bu şehirdeki Gazeteciler Cemiyetinin bazı etkileri olmuşsa da okulun UNESCO'nun etkileri ve katkılarıyla kurulduğu bilinmektedir. 1962'de eğitime başlayan okulun programının UNESCO tarafından hazırlatıldığı, ilk öğretim elemanlarının UNESCO bursuyla yurtdışına gönderildiği (Topuz, 1996: 205) göz önüne alınırsa, bu kurumun diğerlerinden farklı bir gelişim gösterdiği, sektörün gereksinimlerinin yanında akademik kaygıların öne çıktığı söylenebilir. Baştan bir fakülte (SBF) bünyesinde kurulması da Ankara Üniversitesi BYYO'nun sektörün taleplerine mesafeli durmasına yol açmıştır.

1965 yılından sonra özel öğretim kurumlarının açılmasına izin verilmesi, iletişim eğitimi veren özel okulların da kurulmasına yol açmıştır. Bu çerçevede eğitime 1963'te ara veren İstanbul'daki Gazetecilik Okulu yüksek okula dönüştürülmüş, 1967'de Başkent Özel Gazetecilik Yüksek Okulu, 1968'de İzmir'de Karataş Özel Gazetecilik Yüksek Okulu kurulmuştur. Bu okullar 1971 yılında devletleştirilerek buldukları şehirlerdeki İktisadi Ticari İlimler Akademilerine bağlanmışsa da (Altun, 1999: 247) kuruluşlarındaki sektör etkisini taşımışlardır. Daha sonra Basın Yayın Yüksek Okulu adıyla Gazi ve Ege Üniversitesi Rektörlükleri'ne bağlanan her iki okul 1992'de diğerleriyle birlikte iletişim fakültesine dönüştürülmüştür.

Bugün Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi olarak eğitimini sürdüren okul ise farklı bir gelişim çizgisi göstermiştir. Televizyon eğitimi temeline dayanan okul, ilkin 1972 yılında Akademik Kapalı Devre Televizyon ile Eğitim Enstitüsü adı ile kurulmuş, 1975'te Sinema Televizyon Yüksek Okulu, 1979 yılında Televizyonla Eğitim ve Öğretim Fakültesi adını almıştır. 1980'de İletişim Bilimleri Fakültesi'ne dönüşen okul 1982'de fakülte kimliğini kaybetmiştir. 1991'de İletişim Bilimleri Yüksekokulu adını alan okul, 1992'de BYYO'larla birlikte fakülteye dönüştürülmüştür (Altun, 1999: 248). İletişim Bilimleri Fakültesi'nin televizyonculuk ağırlıklı bir kökene sahip olmasının etkileri bugün de görülmektedir. Kuruluşundan bu yana özellikle televizyon konusunda uygulamalı eğitime önem verdiği bilinen Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi sektörle daha yakın bir işbirliği içindedir.

1992 yılından sonra doğrudan iletişim fakültesi statüsüyle kurulan devlet ve vakıf üniversitelerine bağlı okullar ise sektörle kökenlerinden kaynaklanan bir yakınlık içinde değildir. Bu fakülteler, kendilerinden önce İstanbul, Ankara, İzmir ve Eskişehir'de kurulmuş olan fakültelerin müfredatını, eğitim tarzını uyarlayarak hatta akademik kadrolarını buralardan alarak şekillenmişlerdir.

2.2. Sektörle İşbirliğinde Sorunlar

Elli yılı aşkın süredir iletişim eğitimi veren okulları bitiren mezunlar sektörde çeşitli konularda yer

bulmuştur. Gazetelerde, radyo-televizyonlarda ve halkla ilişkiler sektöründe iletişim eğitimi olarak mesleğe başlayan ve yönetici konumuna kadar yükselen pek çok okullu iletişimci bulunmaktadır. Ancak, bu uzun süreye ve tecrübeye rağmen, sektörde çalışanların iletişim eğitimi olarak aralarına katılmayı bekleyen yeni mezunların yeterli olmadığı konusunda süregelen bir yakınmaları vardır.

İletişim eğitiminin niteliğini yakından ilgilendiren bu yakınmaların birinci bölümü mezunların sektörde doğrudan sorumluluk üstlenecek düzeyde yetişmediği yönündedir. Bir başka ifadeyle fakültelerde verilen uygulama derslerinin yetersiz olduğu, öğrencilerin meslek hayatına hazır olarak mezun edilmediği ileri sürülmektedir. Bu noktada uygulama derslerinin sayıca az olduğu ve güncelliği yakalayamayan bir içerikle yürütüldüğü, fakültelerde sektördeki uygulamayı aktaracak yeterlilikte öğretim elemanı ve teknik altyapı bulunmadığı gibi eleştiriler yapılmaktadır.

Bu eleştirileri azaltmak amacıyla iletişim fakültelerinde bazı derslerin sektördeki önemli isimler tarafından yürütülmesi, öğrencilerin sektördeki kuruluşlarda zorunlu ve isteğe bağlı staj yapılarının sağlanması, seminer, konferans, söyleşi gibi çeşitli etkinliklerle öğrencilerin sektör önde gelenleriyle buluşturulması gibi yollara başvurulmaktadır. Ancak bu çalışmaların tüm iletişim fakültelerinde aynı yoğunlukta olduğu söylenemez. Kaldı ki, sektördeki kuruluşlar da iletişim fakültelerinin hepsini aynı dozda eleştirmemekte, uygulamaya önem veren fakültelerin mezunlarını tercih ederek tavırlarını göstermektedirler. Ancak, sektördeki kuruluşların istihdam edecekleri yeni elemanlar için kendilerine ait özel eğitim kurumları, kurslar gibi iletişim fakülteleri dışında alternatifler oluşturmayı sürdürdükleri de bir gerçektir.

Sektörün iletişim fakültelerine yönelik eleştirilerinden ikincisi ise ideolojik temellidir. İletişim eğitiminin öğrencilere kazandırmayı amaçladığı eleştirel yaklaşım, sektördeki işleyişe yönelik tepkilerin yoğunlaşmasına yol açmaktadır. Bu tartışmalar, dönemin Hürriyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök ile mezunu olduğu Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi arasında yoğunlaşmıştır. Özkök bir makalesinde (2001), Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi ile yönetmen Sinan Çetin'in sahibi olduğu Plato film şirketinin işbirliği kararını takdirle karşıladığını açıklamış, kendisinin Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı olan Basın Yayın Yüksek Okulu'nu bitirdiğini ve burada öğretim üyesi olarak çalıştığını hatırlatarak "Türkiye'deki iletişim fakültelerinin çoğunda, iletişim sektörünün ekonomik bir iş alanı olduğu gerçeğinin dikkate alınmadığı, hatta bu piyasaya çok düşmanca bakan bir zihniyetin hakim olduğu, bu zihniyetin ister istemez bu okullardaki eğitime de yansdığı" yönünde bir eleştiri getirmiştir.

Özkök, bu sürecin sonunda iletişim fakültelerinden piyasa gerçeğine düşman öğrencilerin mezun olduğunu, bu zihniyetin, iletişim okulları tarafından kurulmuş internet sitelerinde çok açık biçimde kendini gösterdiğini ileri sürmüştü, bu zihniyeti, "kendi kuru, tatsız, dar ve düşmanca tavrını dünyanın tek iletişim anlayışı olarak herkese dayatmaya çok meraklıdır" cümlesiyle suçlamıştır. Özkök makalesinde "piyasaya düşman" insan yerine, "piyasayı iyi yönde değiştirme" arzusu olan insan yetiştirilmesini önermiştir.

Sonraki yıllarda uzun tartışmalara neden olan ve hatta iletişim fakültelerinin Özkök'ü Basın Konseyi'ne şikayet etmesine kadar uzanan sonuçlara yol açan bu makaleden sonra Özkök, "Yeni Gazetecilik Modelleri" başlıklı bir başka makalesinde (2004), Prof. Dr. Ali Atıf Bir'in Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dekanlığı'na getirilmesini değerlendirmiştir. Özkök, o dönemde Hürriyet'te yazarlık ve CNN Türk'te programcılık yapan Prof. Dr. Bir'in dekanlığa atanmasını "mesleğimiz açısından yararlı buluyorum" şeklinde değerlendirmiş ve nedenini "iletişimin modern gerekliliklerini ve pazarlama kavramını çok iyi bilen, kompleksiz bir bilim adamı bu göreve getirilmiş oldu" cümlesiyle açıklamıştır. Bu atanmanın gazetecilik eğitiminin daha gerçekçi ve daha çağdaş bir zemin üzerine oturması imkânını doğuracağını belirten Özkök, gazetecilik anlayışında köklü değişikliklere gidilmesini, genç gazeteciler için Abdi İpekçi ve Uğur Mumcu'dan ibaret olan rol modellerinin değiştirilmesini önermiştir.

Sektörün önemli isimlerinden biri olan ve aynı zamanda akademik geçmişi de bulunan Özkök'ün bu iki makalesinde iletişim eğitimi açısından vurgu yaptığı nokta eğitimde eleştirelilik adına sektörle aradaki mesafenin düşmanlık boyutuna vardırılmasından duyulan endişedir. Türkiye'deki iletişim sektörünün işleyişinde eleştirilecek pek çok sorun bulunduğu bir gerçektir. Ancak, iletişim eğitiminde bu noktanın tek konu gibi ele alınmasının yanlışlığı da ortadadır. Sektörün gerçeklerine yabancı ve işleyişine eleştirel olmaktan öte düşman mezunlar yetiştirmenin sorunların çözümünde yarar sağlamayacağı da açıktır. Sektörün beklentisi, kuru bir eleştirelilik yerine uygulamayı bilen, içinde yer alma isteği ve cesareti gösteren mezunlardan yanadır. Bu niteliklere sahip mezunların yetiştirilmesi için de sektörle ideolojik tartışmalar yerine işbirliği arayışı gerekmektedir.

2.3. Sektörle İşbirliği Bağlamında Yarım Kalmış Bir Girişim: İletişim Fakülteleri-TRT İşbirliği Projesi

İletişim fakültelerinin uygulamadaki gelişimi eğitime yansıtma amacıyla sektörle işbirliği içinde olması zorunluluğu, fakülte yöneticilerinin ortaklaşa yaptıkları toplantılarda sık sık ele alınmaktadır (Şeker, 2002). Bu bağlamdaki ilk somut girişim iletişim eğitimini de yönetici olarak yakından bilen dönemin TRT Genel Müdürü Prof. Dr. Yücel Yener tarafından yapılmıştır. İletişim Fakülteleri ile TRT'nin çeşitli konularda işbirliği yapmasını öngören bir çalışma başlatan TRT Genel Müdürü Yücel Yener, işbirliğinin amaçlarını da içeren bir davet metnini iletişim fakültelerinin dekanlarına göndermiştir. 27 Mart 2001 tarihini taşıyan bu davet metninde TRT ile iletişim eğitimi veren öğrenim kurumlarının işbirliğini daha ileri düzeye çıkarmak amacı vurgulanmış ve hedefler üç madde halinde dile getirilmiştir. İletişim fakültesi dekanları ile yapılacak toplantıda görüşülmek üzere belirlenen üç gündem maddesi şu şekildedir:

1. İletişim alanında eğitim gören gençleri özgün program projeleri üretmeye özendirmek,
2. Bu yolla elde edilecek programları TRT kanallarında yayınlayarak program yelpazesini çeşitlendirmek,
3. Amatör heyecanı profesyonel anlayış ile buluşturarak eğitim kurumları ile TRT arasındaki işbirliğine yeni boyutlar kazandırmak.

Bu başlangıçta TRT'nin hareket noktasının, iletişim öğrencilerinin yaratıcı düşünce potansiyelinden yararlanarak, Kurum imkânları ile üretilecek bir program şeklinde olduğu görülmektedir. Yapılan davet üzerine 7 Nisan 2001 tarihinde Ankara'da gerçekleştirilen toplantıya iletişim eğitimi veren 22 fakültenin temsilcisi katılmıştır. Toplantıda TRT'nin önerileri ele alınmış ve fakülte temsilcilerinin görüşleri değerlendirilerek bir sonuç metni hazırlanmıştır. Bu metinde, "TRT Genel Müdürlüğü'nde yapılan toplantıda, oluşan yeni radyo - televizyon ortamında kamu yayın kurumu olarak seçkin bir yer edinmek için köklü değişikliklere yönelen TRT ile iletişim sektöründe hem işbirliğini geliştirmek hem de sektöre taze kan sağlamak konusunda fikir birliğine varıldığı" öncelikle vurgulanmıştır.

Sonuç bildirgesinde işbirliği konuları dokuz madde halinde sıralanmıştır. Sonraki toplantılara temel oluşturacak olan dokuz madde şu şekildedir:

1. Üniversitelerle işbirliği içinde radyo televizyon izleyici araştırmaları yapmak,
2. TRT arşivinde yer alan ve eğitim amaçlı kullanılabilir programları, üniversitelerin hizmetine sunmak,
3. Üniversitelerin yazılı ve görsel arşivlerinden TRT'nin faydalanmasını sağlamak,
4. Ankara, İstanbul ve İzmir dışındaki üniversitelerin radyo televizyon ve sinema eğitimi veren bölümlerinden yurt haberleri konusunda yardım almak,
5. TRT'nin iletişim fakültesi öğrencilerine vermekte olduğu staj imkanını genişletmek,
6. Üniversitelerin hazırlayacağı ve TRT'nin televizyon kanallarında yayınlanacak radyo ve televiz-

yon alanına ilişkin proje ve programların üretilmesine imkan sağlamak,

7. Çaçımızın vazgeçilmez unsuru olan yaratıcı düşünceye gereken önemin verilmesi açısından işbirliğini geliştirmek; bu konuda yarışma ve festival gibi organizasyonlar da yaparak katkıda bulunmak,

8. İlgili okullardan iyi derece ile mezun olmuş veya yaptığı projelerle başarısını kanıtlamış öğrencilere TRT'de istihdam imkanı sağlamak,

9. İletişim sektörünün genel sorunlarını da kapsayan değerlendirmeleri birlikte yaparak, kamu yayıncılığı alanında temel ilkeler doğrultusunda Türkiye'deki radyo televizyon ve sinema alanına dönük bir çalışmalar bütünü oluşturmak.

Toplantının sonuç bildirgesi, TRT'nin öngördüğü üç maddelik ve program yapımıyla sınırlı işbirliğinin kapsamının genişletmiştir. İletişim fakültesi temsilcilerinin önerileriyle, izleyici araştırmalarından arşivlerin karşılıklı olarak kullanıma sunulmasına, staj imkanından istihdama, taşra haberlerinin toplanmasına kadar uzanan geniş bir kapsam oluşturulmuştur.

Nisan 2001'de TRT'nin iletişim fakülteleriyle işbirliği projesi sorumlusu Prodükör Hasan Çakır, diyalog toplantısında alınan kararlar doğrultusunda, fakültelerdeki koordinatörlerle irtibata geçmiştir. İlk olarak işbirliğinin uygulamadaki kapsamı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla TRT, iletişim fakültelerinin teknik imkânları, yoğunlaşılan ihtisas alanları, arşivlerinde bulunan üretilmiş materyalin listesi ve projesi hazırlanmış yapımlar gibi bilgileri talep etmiştir. Bu bilgiler iletişim fakülteleri tarafından TRT'ye iletilmiş ve sonuç olarak öğrenciler tarafından hazırlanmış bazı yapımların yayını gerçekleştirilmiştir. İşbirliği konusu daha sonra 7. İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı'nda ele alınmıştır. Toplantının sonuç bildirgesinde, TRT ve iletişim fakültelerinin karşılıklı talepleri belirlenmiştir. Buna göre TRT'nin beklentileri şöyle sıralanmıştır:

1. Mesleki literatürdeki kavram kargaşasının giderilmesi için bir sözlük hazırlanması
2. İletişim fakülteleri ile yerel haberlerin toplanması konusunda işbirliği yapılması
3. İzleyici araştırmalarının TRT ve iletişim fakültelerince ortaklaşa yapılması
4. Telif hakları konusunda işbirliği yapılması
5. Yayınlanacak öğrenci ürünlerinin TRT tarafından oluşturulacak komisyon tarafından değerlendirilmesi.

İletişim fakültelerinin talepleri ise sonuç bildirgesine şu şekilde yansımıştır:

1. Uygulama dersleri kapsamında gerçekleştirilen yapımların TRT'de yayınlanması
2. İletişim fakültelerinin haber ajanslarının aktif hale getirilmesi, haber ajansı bulunmayan fakültelerin bu yönde özendirilmesi
3. Bir protokol yapılarak haber toplama konusunda işbirliğine gidilmesi ve haber toplama hizmeti karşılığında öğrencilere parasal katkı sağlanması
4. Kamuoyu araştırmalarının ortaklaşa yapılması
5. İşbirliği konusunda şartnameyi de içeren kapsamlı bir broşür hazırlanması.

Sonuç bildirgesinde TRT ve iletişim fakülteleri işbirliği protokol taslağının Prof. Dr. Aysel Aziz, Prof. Dr. Ersan İlal, Prof. Dr. Suat Gezgin, Prof. Dr. Oğuz Onaran ve Prof. Dr. Nurettin Güz'den oluşacak bir komisyon tarafından hazırlanması ve 15 Kasım 2001 tarihine kadar TRT'ye ulaştırılması da kararlaştırılmıştır. "TRT ve İletişim Fakülteleri İşbirliği Esasları" başlığını taşıyan bu taslak belirlenen tarihte TRT'ye ulaştırılmıştır. Taslak şu şekildedir:

A. TRT'nin İletişim Fakülteleri Öğrencilerinin Radyo ve Televizyon ile İlgili Çalışmalarına Destek Vermesi

TRT, iletişim fakültesi öğrencilerinin eğitici, kültürel, haber, magazin türü uygulamalı çalışmalarını

yapımı aşamalarında destekleyecek ve bu çalışmaların TRT radyo ve televizyon kanallarında yayınlanmasına olanak tanıyacaktır.

a. Senaryo Aşamasında İşbirliği

TRT, iletişim fakülteleri öğrencilerinin dersleri kapsamında üretecekleri radyo ve televizyon ile ilgili projelerini, senaryo ya da metin aşamasından başlayarak destekleyecektir. Burada özellikle bitirme projeleri olarak ortaya çıkan çalışmalara öncelik verilecektir. Bu konudaki talep, öğrencinin bağlı bulunduğu fakülte dekanı ya da radyo televizyon bölümü başkanı tarafından TRT'ye yapılacak; katkı istenen senaryo ya da program metni, talep edilen TRT katkısı ayrıntılı bir yazı ile yılda iki kez kasım ve nisan aylarının ilk haftasında TRT'ye bildirilecektir. TRT kuracağı bir kurul ile bu konuda gelen talepleri değerlendirecek ve en geç bir ay içerisinde ilgili fakülteye bildirecektir. Bu konuda TRT gereksinimi olan konularda öncelik verilmesini istediği konular varsa bu durumu fakültelelere bir yazı ile bildirebilir. Bu konuda ilgili fakülteler öğrencilerini yönlendirebilir. Böyle bir durumda TRT, akademik yılın açılmasından (Eylül) ve ikinci yarıyılın başlamasından (Mart) önce bu konudaki isteklerini ilgili fakültelelere yazı ile bildirir. Fakülteler, öğrencilerinin istekli çıkmaları durumunda, o konularda TRT ile işbirliğini sürdürürler.

b. Öğrenci Çalışmalarının TRT'DE Yayınlanması

TRT, iletişim fakültesi öğrencilerinin uygulamalı çalışmaları sonrasında ortaya çıkaracakları çalışmalarını, belli bir program dahilinde yayınlar. İletişim fakültesi öğrencilerinin gerek yıl içerisinde 2., 3., sınıflardaki uygulamalı çalışmalarını, gerekse son sınıflarda hazırlanan bitirme projelerini kendi program planlaması çerçevesinde yayımlar. Fakülteler yayımlanabilecek çalışmalarını kendi ön elemelerinden geçirerek TRT'ye gönderirler. TRT, bu konudaki çalışmalarını bitirdikten sonra yayımlanacak ürünlerin yer alacağı programın adını, yayımla ilgili ayrıntılı bilgileri (yayın kanalı, yayın tarihleri, günü ve saatini ve fakültelerden istenecek katkı ile birlikte) fakültelelere resmi bir yazı ile bildirir.

c. İletişim Fakültesi Öğrencilerine Staj Olanaklarının Artırılması

Özel radyo ve televizyon yayıncılığının oldukça yaygın olduğu günümüz Türkiye'sinde TRT yayıncılığının, TRT ekolünün önemi düne göre daha da artmıştır. Bu bakımdan TRT'nin iletişim fakültesi öğrencilerine sağladığı radyo ve televizyon staj olanaklarının, TRT'nin olanakları ölçüsünde artırılarak sürdürülmesi gerekmektedir.

B. TRT'nin Kamuoyu Yoklamaları ile İlgili İzleyici Araştırmaları

TRT belli aralıklarla yaptırdığı ya da yaptıracağı izleyici araştırmalarının daha işlevsel olması, sonuçlarının kamuoyunda hemen kullanılmasını sağlamak amacı ile bundan böyle iletişim fakültelerinin daha geniş katkılarını isteyebilir. İletişim fakülteleri ise tek tek ya da bir araya gelerek izleyici araştırması ile ilgili projelerini TRT'ye önerebileceklerdir. Bu amaçla yapılacak işbirliğinde şu ilkeler göz önünde bulundurulacaktır:

a. TRT'nin belli periyotlarla yapacağı izleyici araştırmalarında iletişim fakülteleri, soru formunun hazırlanması, örneklemin seçilmesi, anket uygulamasında, anketlerin bilgisayara yüklenmesi, istatistiksel sonuçların değerlendirilip raporlaştırılması aşamalarının hepsinde ya da belirli aşamalarında yardımcı olacaktır. Bu konuda iletişim fakültelerinin uzmanlık alanlarına göre katkıda bulunmaları esas alınır; uygulama aşamalarında ise fakültelerin buldukları alanlarda anket uygulamasına yardımcı olmaları sağlanır. Gerekirse TRT, araştırmaların projelendirilmesi için bu konuda olanakları bulunan iletişim fakülteleri öğretim elemanlarının yer alacağı sürekli ya da geçici araştırma komiteleri kurulmasını sağlar.

b. TRT, kendi yayınları için yapacağı program ve izleyici araştırmaları yanında, iletişim fakültelerinden gelecek çeşitli araştırma projelerini de değerlendirir, destek verir. Bu araştırma önerileri, iletişim fakültelerinin öğretim elemanı ve öğrencilerinin önerecekleri bilimsel araştırma konularından oluşabileceği gibi, TRT, gereksinim duyduğu bir alanda da iletişim fakültelerinden, belirlediği, gereksinimi olduğu konularda da araştırma yapmasını isteyebilir. Bu araştırma ile ilgili ayrıntılar TRT ve iletişim fakültelerinin ortak toplantıları ile belirlenir. Ortak çalışmalarda TRT, iletişim fakültelerinden alacağı hizmet karşılığı, dışarıdan hizmet alınması ile ilgili hizmet sözleşmesi mali hükümlerini uygular.

C. Yayıncılık ile İlgili Meslekî Konularda Sözlük Hazırlanması

İletişim alanının hızla değiştiğini göz önüne alan TRT ve iletişim fakülteleri, gerek eğitim-öğretimde, gerekse uygulamada izlenecek kavramların sağlıklı olarak ortaya çıkması için bir ortak sözlük çalışmasını başlatmayı kabul etmişlerdir. Sözlük bugün devlet ve özel kesim elektronik medyanın uygulamada, iletişim fakültelerinin ise eğitimde kullandığı kavramların yer alacağı açıklamalı terimler sözlüğü biçiminde hazırlanacaktır. Bu amaçla konu ile ilgili donanımlı iletişim fakülteleri öğretim elemanlarından 6 kişilik bir “Medya Sözlük Komitesi” oluşturulacaktır. Komitenin başında bir koordinatör bulunacak ve TRT’ye karşı bu koordinatör sorumlu olacaktır. Komitenin çalışma koşulları daha sonra saptanacaktır. Çalışmanın bitiminde TRT bu çalışmayı kendi yayınları arasında yayımlama hakkında sahiptir. Çalışmada görev alacaklarla ilgili sözleşme TRT’nin istisna akdi ile ilgili kurallarına dayandırılarak özel hükümler konularak hazırlanır.

D. TRT ile İletişim Fakültelerinin Program Materyalleri ve Basılı Yayınlarını Karşılıklı Olarak Göndermeleri

TRT, iletişim fakültelerinin eğitim amaçlı olarak ihtiyaç duyduğu sözlü ve görsel materyali (ses ve görüntü bantları, CD’leri) istemeleri durumunda olanakları ölçüsünde yerine getirir. Aynı şekilde, iletişim fakülteleri kendi arşivlerinde bulunan ve TRT’nin ihtiyaç duyduğu yazılı, sözlü, görsel program malzemelerini TRT’nin kullanımına açar. Ayrıca her iki taraf kitap, dergi gibi yayınlarını karşılıklı olarak gönderirler.

E. İşbirliği Esaslarının Yürürlüğe Girmesi

Yukarıda öngörülen esaslar TRT ile iletişim fakültelerinin ortak onayı ile yürürlüğe girer. TRT genel müdür ile, iletişim fakülteleri ise dekanları aracılığı ile temsil edilir. İletişim fakültelerine çağrı kendi aralarında sürekli bir komite kuruluncaya kadar TRT tarafından yapılır.

F. İşbirliğinin Sona Ermesi

TRT ve iletişim fakülteleri arasındaki işbirliği, taraflardan birinin isteği ile sona erer. TRT’nin yayın kurumu olarak tek taraf olması, iletişim fakültelerinin sayıca giderek çoğalması durumunda, TRT yukarıdaki işbirliği maddeleri içerisinde yer alan hususlarda işbirliğini sınırlandırabilir. Ancak bu gibi durumları taraflar birbirlerine açık olarak bildirirler.

TRT ile iletişim fakülteleri işbirliğinin esaslarını belirlemeyi amaçlayan bu taslak TRT tarafından incelendikten sonra 4-5 Şubat 2002 tarihinde toplanan 8. İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı’nda yeniden ele alınmıştır. Taslakta yer alan başlıklar üzerinde görüşler açıklanmış, ayrıntılı değerlendirmeler yapılmış ve her konu derinlemesine tartışılmıştır. Dekanlar ve TRT temsilcilerinin katıldığı ortak oturumda taslak üzerinde uzlaşmaya varılamamıştır. Taslak, tartışmalı konular üzerinde yeniden çalışılması ve sorunların sonraki toplantılarda çözülmesi kararı ile taraflara teslim edilmiştir.

Ancak, çalışmalar, beklenmedik bir gelişme nedeniyle yarım kalmıştır. Projeyi başlatan Genel Müdür Yücel Yener 2003 yılında görevinden istifa etmiş, sonraki dönemde TRT'de bir yönetim boşluğu oluşmuştur. TRT-İletişim Fakülteleri işbirliği girişimi, bu dış etken dolayısıyla somut bir sonuca ulaşmadan sona ermiştir.

3. İletişim Eğitimi Veren Fakültelerin Sayı ve Kontenjanındaki Artış Sorunu

İletişim eğitimine ilişkin temel sorunlardan biri de fakülte sayılarının ve kontenjanlarının hızla artmasıdır. Uzun yıllar İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlerdeki fakültelerde sınırlı sayıdaki öğrenciye verilen iletişim eğitimi 1990'lardan sonra taşradaki üniversitelerde de yaygınlaşmaya başlamıştır. Vakıf üniversiteleri ile KKTC'deki üniversitelerin de birçoğunda iletişim eğitimi verilmekte, yüksek kontenjanlarla öğrenci alınmaktadır. Gelinen noktada iletişim fakültelerine kabul edilen, dolayısıyla mezun olan öğrenci sayısı, sektörün ihtiyacının çok üzerindedir. Bu durum temelde iki soruna yol açmaktadır. Birbirine ilintili olarak, kontenjanların artması hem istihdam sorununu daha da artırmış, hem de aslında bu fakültele giremeyecek düzeydeki öğrencilerin iletişim eğitimi almasına imkan sağlamıştır. Dolayısıyla iletişim fakülteleri öğrenci kalitesi bakımından ciddi sorunlar yaşamaya başlamıştır. Bir zamanlar sözel puan türünde ilk yüzdilik dilimden öğrenci alan iletişim fakülteleri, gelinen noktada devlet üniversitelerinde 50000'lerdeki öğrencilere, vakıf ve KKTC üniversitelerinde ise başarı sırasına bakılmaksızın herkese kapılarını açmaya başlamıştır. 2010 yılı ÖSYM verilerine göre devlet, vakıf, KKTC, Azerbaycan ve Kırgızistan'da kurulu 36 iletişim fakültesi öğrenci almaktadır. Bu sayı, kurulmuş ancak henüz öğrenci alamayan ve kurulma aşamasındaki iletişim fakülteleriyle birlikte 40'ı aşmaktadır. 2010 yılı itibarıyla toplam kontenjan 8911 olarak ilan edilmiştir. Bu kontenjanların vakıf ve KKTC üniversitelerindeki bir bölümünün dolmadığını belirtmek gerekir. Ancak sayının her şekilde 8000'i aştığı ortadadır. Bu kontenjanın 2122'si gazetecilik ve basın yayın adıyla eğitim veren bölümlere, 3585'i halkla ilişkiler ve tanıtım ya da reklamcılık adını taşıyan bölümlere, 2638'i radyo, televizyon sinema veya televizyon haberciliği bölümlerine aittir. Ağırlıklı olarak vakıf üniversitelerinde açılan iletişim, iletişim tasarımı, iletişim sistemleri, medya ve iletişim, yeni medya gibi adlarla eğitim veren bölümlerin kontenjanı da 566 olarak belirlenmiştir.

Bu denli yüksek kontenjanlar, belirtildiği gibi aslında iletişim eğitimi almaya uygun altyapısı olmayan öğrencilere de kapıların açılması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla iletişim eğitiminin niteliği giderek düşmekte, bu durum mezunların kalitesine de yansımaktadır. Diğer yandan kontenjanların ve mezunların sayısındaki artış, istihdam oranını düşürmekte ve iyi öğrencilerin iletişim fakültelerini tercih etmemesine yol açmaktadır.

FAKÜLTE	GAZETECİLİK+BASIN YAYIN	HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM + REKLAMCILIK	RADYO, SİNEMA VE TELEVİZYON + TELEVİZYON HABERCİLİĞİ	İLETİŞİM + İLETİŞİM TASARIMI + İLETİŞİM SİSTEMLERİ + MEDYA VE İLETİŞİM + YENİ MEDYA	TOPLAM
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi	40	55	40	-	135
Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi	75	65	40	75	255
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi	85	85	75	-	245
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi	110	110	110	-	330
Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi	60	168	84	66	378
Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	30	40	30	100
Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi	75	135	75	-	285
Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi	150	60	130	-	340
Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	110	110	-	220
Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	-	-	20	20
Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi	70	120	70	-	260
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	160	-	-	160
İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi	50	64	64	53	231
İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi	70	72	72	-	214
İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	263	150	120	533

İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	37	-	37	74
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi	300	280	240	-	820
İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	110	-	100	210
Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	80	40	65	185
Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	55	-	-	55
Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi	150	185	130	-	465
Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi	40	136	88	-	264
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi	200	190	190	-	580
Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi	45	-	45	-	90
Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi	140	140	140	-	420
Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	50	35	-	85
Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi	35	195	80	-	310
Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	90	90	-	180
Zirve Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	-	60	-	60
Doğu Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi	57	112	82	-	251
Girne Amerikan Üniversitesi İletişim Fakültesi	120	120	100	-	340
Lefke Avrupa Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi	53	73	73	-	199
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi İletişim Fakültesi	80	80	80	-	240

Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi	100	150	100	-	350
Bakü Devlet Üniversitesi Gazetecilik Fakültesi	12	-	-	-	12
Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi	5	5	5	-	15
TOPLAM	2122	3585	2638	566	8911

Diğer yandan, halen öğrenci alan 36 fakülteye, pek çok yeni iletişim fakültesi de eklenmektedir. Kurulmuş ve henüz öğrenci alamayan fakülteler ile yeni kurulanların eklenmesi sonucu önümüzdeki yıllarda iletişim fakültelerinin kontenjanının 10000'i aşması beklenmelidir. Özellikle yeni kurulan fakültelerde yeterli öğretim elemanı ve donanımın bulunmaması da eğitimin niteliği açısından bir başka sorun oluşturmaktadır. Bütün bu gelişmeler iletişim fakültelerinin 4 yıllık okul diploması veren ve öğrenciler açısından bu amaçla tercih edilen eğitim kurumlarına dönüşmesi sürecini hızlandırmaktadır.

4. İletişim Mezunlarının İstihdamında Yerel Alternatif

İstihdama ilişkin sorunun ikinci boyutunu ise medya sektörü oluşturmaktadır. Sektör yeterince iş üretmediği takdirde, fakültelerin nitelikli eleman yetiştirmeleri tek başına anlamlı olmayacaktır. Nitekim mezunlar arasında son derece iyi yetişmiş, nitelikli olanların da istihdam sorunuyla karşılaşmaları sektördeki soruna işaret etmektedir. Türkiye'de ulusal medyanın ekonomik nedenler ve tekelleşen sahiplik yapısı nedeniyle beklenen istihdamı yaratamadığı bilinmektedir. Günümüzde gazete ve televizyon sayısı arttığı halde, genç gazetecilerin istihdamı sorununda iyileşme görülmemektedir. Medya grupları gazetelerinin içeriğini ortak havuzdan karşılamakta hatta aynı gazetecileri, gruba ait gazeteler yanında televizyon ve dergiler için de çalıştırmaktadır. Dolayısıyla medya sayısındaki artış bu kuruluşlarda çalışan gazetecilerin artmasını sağlamamaktadır. Mesleğe yeni adım atacak genç gazeteciler bir yana, yıllardır ulusal medyada çalışan deneyimli gazetecilerin bile işsiz kaldıkları ya da mevcut şartlardan tatmin olmadıkları için başka sektörlere geçtikleri bilinmektedir. Diğer yandan medya, iletişim mezunlarının yanında başka alanlarda eğitim görmüş kişilere de açıktır. Bu nedenle iletişim eğitimi almış genç mezunların ulusal medyada istihdamı son derece sıkıntılıdır. Kısıtlı miktardaki istihdamın yüksek öğretim görmüş insanların hayattan beklentilerini karşılayacak maddi-manevi imkanları sağlamaktan uzak olduğu da ortadadır.

Ancak, medya ulusal ya da yaygın gazete ve televizyonlardan ibaret değildir. Türkiye'de Osmanlı'ya kadar uzanan geçmişi bulunan bir yerel gazetecilik yapısına, 90'lı yıllardan bu yana yerel televizyonculuk ve radyoculuk yapısı da eklenmiştir. Türkiye'de 2500 civarında yerel gazete olduğu belirtilse de, resmi ilan hakkına sahip, belli nitel şartları yerine getiren yerel gazetelerin sayısının 1000'in üzerinde olduğu bilinmektedir. Bunun yanında 16 bölgesel ve 251 yerel televizyon ile 99 bölgesel ve 944 yerel radyo bulunmaktadır. Yerel ve bölgesel medyadaki bu sayılara karşılık ulusal gazetelerin sayısı 30, televizyonların sayısı 24, radyoların sayısı ise sadece 35'tir. Dolayısıyla yerel medyanın iletişim mezunlarının istihdamında ulusal ya da yaygın medyadan daha büyük bir alternatif oluşturabileceği söylenebilir. Yerel radyoların genellikle bir iki kişi tarafından sürdürülen yapısı göz önünde bulundurulduğunda, istihdam açısından özellikle yerel gazeteler ve televizyonların dikkate alınması gerekir.

Ancak, yerel gazetelerde ve televizyonlarda çalışanların sayısı ve niteliğiyle ilgili önemli sorun-

lar yaşanmaktadır. Geleneksel yapıdaki küçük yerel gazetelerin çalışanı bulunmadığı, gazetenin sahibi ve yakınlarının hem içeriği hazırladıkları, hem teknik süreci gerçekleştirdikleri bilinmektedir. Yerel basın çalışanlarına yönelik bir saptamaya göre, 876 yerel gazetenin yüzde 78.7'sinin çalışan sayısı 5'in altındadır. Bu gazetelerin yüzde 16.6'sının bir kişi tarafından, yüzde 25.9'unun 2 kişi tarafından hazırlandıkları, dolayısıyla yerel gazetelerin yüzde 42.5'inin çalışan sayısının 2'yi geçmediği belirlenmiştir (Girgin, 2001: 197). Bu yapıyı aile işletmesi şeklindeki işleyişe bağlayan Tokgöz (1988: 167), asıl işi matbaacılık olan birçok geleneksel yerel gazetenin baba oğul veya iki kardeş tarafından çıkarıldığını, Batı ülkelerinde geçen yüzyılda ortadan kalkan bu yapının Anadolu'da halen sürdüğünü belirtmektedir. Kayacan (1996: 60), yerel gazetelerde çalışanların sayısının 2500 olduğunu, bu sayının 500'ünün de gelişmiş illerde yayınlanan 13 gazetede istihdam edildiğini belirtmektedir. Özellikle öteden beri yerel gazeteciliğin ilerlemiş olduğu, İzmir, Bursa, Adana, Konya, Sakarya, Kocaeli, Antalya, Kayseri, Gaziantep, Trabzon gibi illerdeki gazetelerde çalışan sayıları 10 ve daha üzerindedir. Bursa ve İzmir'deki bazı yerel gazetelerde bu sayı 100'ü aşmaktadır.

Yerel gazetelerde asgari çalışan sayısı ile ilgili sınır resmi ilan mevzuatıyla belirlenmiş bulunmaktadır. Resmi ilan almak için yerine getirilmesi gereken şartlardan biri, asgari gazeteci kadrolarıdır. Bu kadrolarla ilgili esaslar Basın İlan Kurumu Genel Kurul kararlarıyla belirlenmektedir. Halen yürürlükte olan Genel Kurul kararına göre Kurum şubesi bulunan illerden İstanbul, Ankara ve İzmir'de yayınlanan günlük siyasi gazetelerde 1 sorumlu müdür, 12 gazetecinin istihdam edilmesi zorunludur. Aynı illerdeki günlük ticari gazetelerde asgari kadro şartı 7'dir. Meslek gazeteleri ve yabancı dilde yayınlanan gazetelerde ise asgari kadro 4 olarak belirlenmiştir. BİK şubesi bulunan diğer illerde ise asgari kadro 7 olarak uygulanmaktadır (Basın İlan Kurumu, 2006: 83-88).

Aynı mevzuata göre, Kurum şubesi bulunmayan ve valilikler aracılığıyla resmi ilan dağıtılan illerdeki gazetelerin asgari kadro şartı üç kategoride belirlenmiştir. Birinci kategorideki yerel gazetelerin 5, ikinci kategorideki gazetelerin 4, üçüncü kategorideki gazetelerin 3 gazeteci istihdam etmeleri resmi ilan alabilmeleri için zorunludur.

Basın İlan Kurumu'nun verilerinden yola çıkılarak, Kurum şubesi bulunan ve bulunmayan illerdeki gazetelerin çalışan sayısı ile ilgili bir çıkarım yapmak mümkündür. Aralık 2010 tarihi itibarıyla İstanbul, Ankara ve İzmir'de yayınlanan yerel gazetelerin sayısı 5'i ticari, 27'si siyasi olmak üzere 32'dir. Kurum şubesi bulunan diğer 14 ilde ise resmi ilan hakkına sahip tümü siyasi 150 gazete yayınlanmaktadır. Mevzuattaki asgari kadrolar üzerinden çalışan sayısı hesaplandığında üç ildeki siyasi gazetelerin en az 12 gazeteci çalıştırmak zorunda olduğu, bu özellikteki 27 gazetede asgari 324 gazetecinin istihdam edildiği ortaya çıkmaktadır. En az 7 gazeteci çalıştırmak zorunda olan 5 ticari gazetede asgari istihdamın da 35 olması gerekmektedir. Böylelikle İstanbul, Ankara ve İzmir'deki yerel gazetelerde çalışan asgari gazeteci sayısı 359'a ulaşmaktadır.

Kurum şubesi bulunan diğer 14 ildeki 150 gazetenin tümü siyasidir ve çalıştırılması gereken asgari gazeteci sayısı 7'dir. Böylelikle bu illerdeki gazetelerde çalışan asgari gazeteci sayısının 1050 olduğu ortaya çıkmaktadır. Kurum şubesi bulunan 17 ildeki gazetelerin çalıştırması gereken asgari gazeteci sayısının toplam 1375 olduğu görülmektedir. Gazeteler asgari kadroyu üçte bir oranında arttırdıkları takdirde resmi ilan kontenjanları aynı oranda artmaktadır. Bu teşvik nedeniyle BİK şubesi bulunan illerdeki kadrolu gazeteci sayısının hesaplanandan daha yüksek olduğu söylenebilir. Diğer yandan İzmir, Bursa, Konya gibi illerdeki yerel gazetelerde asgari kadronun çok üzerinde gazeteci istihdam edildiği bilindiğinden, Basın İlan Kurumu şubesi bulunan 17 ildeki gazeteci sayısının 2000'e yaklaşığı söylenebilir.

BİK Şubesi bulunmayan ve valilik aracılığıyla resmi ilan alan gazetelerde çalışan asgari gazeteci sayısı hakkında çıkarımda bulunmak da mümkündür. Basın İlan Kurumu'nun (2006: 124), valiliklerden elde ettiği 2004 yılı sonu verilerine göre 404'ü vasıflı, 471'i vasıfsız olmak üzere 875 "taşra" gazetesi bulunmaktadır. Aynı verilere göre bu gazetelerin 53'ü birinci kategoride, 45'i ikinci kate-

goride, 351'i üçüncü kategoride yer almaktadır. Mevzuatta, birinci kategori için 5, ikinci kategori için 4, üçüncü kategori ve vasıfsız gazeteler için 3 asgari gazeteci çalıştırma şartı aranmaktadır. Buna göre, birinci kategorideki 53 gazetede 265, ikinci kategorideki 45 gazetede 180, üçüncü kategorideki 351 gazetede 1053 gazeteci istihdam edildiği görülmektedir. 243 vasıfsız gazetede çalıştırılmakta olan asgari gazeteci kadrosu da 729'dur. Dolayısıyla Basın İlan Kurumu şubesi bulunmayan illerde yayınlanan 875 gazetede çalıştırılan asgari gazeteci sayısının toplam 2227'yi bulduğu ortaya çıkmaktadır. Toplamda resmi ilan hakkına sahip gazetelerin Türkiye genelindeki asgari kadro zorunluluğu 3500'ü aşmaktadır. Ancak, taşra gazetelerinde asgari kadro zorunluluğunun yerine getirilmesi için, aslında fiilen gazetecilik yapmayan, teknik servis elemanlarının veya gazete sahibinin aile bireylerinin kadroya alındığı ve "naylon kadro" olarak bilinen durumun yaratıldığı da (Girgin, 2001: 176) dikkate alınmalıdır.

Yerel gazetecilerin çalışma koşulları ve çalışanların nitelikleri de işgücü sorununun bir başka boyutunu oluşturmaktadır. Eğitim seminerlerinde yerel gazeteciler ve meslek örgütü yöneticileri sürekli olarak nitelikli eleman bulunamadığından veya nitelikli eleman istihdam edecek ekonomik şartlara sahip olunamadığından yakınmaktadırlar. Sorunun temeli ekonomik olmakla birlikte yerel gazetecilik kültürüyle ve hatta Türkiye'deki gazetecilik şartlarıyla ilintilidir. Güreli (1999: 179), makine, dağıtım, promosyon, tanıtım gibi alanlarda bonkörce harcama yapılırken işletme sahiplerinin insana yatırım konusunda tasarruflı davrandıklarını belirterek, Anadolu'da çalışan gazetecilerin, aldığı ücretle geçinebilen, mesleğin sosyal koşullarına uygun yaşayabilen bir konuma gelmelerinin, ikinci iş yapmaya mecbur kalmamalarının önemine işaret etmektedir.

Yerel gazetecilere geçimlerini dahi sağlayamayacak düzeyde düşük ücretler ödenmekte, sosyal güvence sağlanmamakta, örgütlenme ve sendika hakkı verilmemekte, iş sürekliliği ve güvencesi sağlanmamaktadır. Dolayısıyla yerel gazetecilik tercih edilen bir meslek konumuna ulaşamamaktadır. Birçok yerel gazete çalışanın gazeteciliği ek iş olarak yaptığı bilinmektedir (Acar, 1998: 137). Konya basınıyla ilgili bir saptamada 1998 yılında Konya Gazeteciler Cemiyeti'nin 150 üyesinden 100'ünün gazeteciliği ek iş olarak yaptığı, 212'ye tâbi sarı basın kartlı üye sayısının 50 olduğu ortaya çıkmıştır (Özteke, 1998: 127). Diğer illerde de benzer bir yapının bulunduğu dile getirilmektedir. Yozgat Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Hakan Kiracı, (1998: 80), yerel basının en önemli sorunlarından birinin eğitilmiş, ufuk ve vizyon sahibi eleman eksikliği olduğunu, meslek içinden yetişen alaylı gazetecilerle başarıya ulaşamadığını belirtmekte, iletişim fakültesi mezunlarının ise yerel basında çalışmayıp genel medyayı tercih ettiğini dile getirmektedir. Vural (1998: 10), yerel basının nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak için iletişim fakültesi dışındaki üniversite mezunlarının da bir alternatif oluşturduğunu, böylelikle yüksek öğrenim kültüründen gelen, birikimli kişilerin sektöre girmiş olacağını belirtmektedir.

Sonuç olarak yerel gazetelerde çalışanların önemli sorunlar yaşadığı, gazetelerin ise nitelikli eleman bulamadıkları, nitelikli elemanları istihdam etmekte ekonomik nedenlerle zorlandıkları ve gazeteciliğin yerel anlamda saygın bir mesleğe dönüşmediği söylenebilir. Ancak, görece gelişmiş yerel gazetecilik ortamına sahip illerde, yerel gazetecilerin durumu, diğer Anadolu kentlerine oranla daha iyi durumdadır. Yerel gazetelerin gelişimine bağlı olarak yerel gazetecilerin çalışma koşullarının ve niteliklerinin yükselmesi söz konusu olabilecektir.

Basın İlan Kurumu şubesi bulunan illerdeki gazetecilerin eğitim durumlarına ilişkin bir araştırmaya göre (Şeker, 2007) iletişim eğitimi almış çalışanların oranı son derece düşüktür. Diğer yandan bu gazetelerde iletişim dışında üniversite eğitimi almış gazetecilerin sayısının da yetersiz olduğu ve çalışan yapısının ağırlıklı olarak lise mezunlarından oluştuğu görülmektedir.

Basın İlan Kurumu şubesi bulunan 10 ildeki duruma bakıldığında toplam çalışan sayısının 1900 olduğu görülmektedir. 10 ilde iletişim eğitimi almış çalışan sayısının sadece 171'dir. Oransal olarak iletişim eğitilmiş çalışanlar yerel gazetelerde yüzde 9'luk bir bölümü oluşturmaktadır. İletişim

dışında üniversite bitirmiş çalışanların sayısı ise 538'dir (28.6). İletişim mezunları dahil edildiğinde dahi yerel gazetelerde çalışan toplam üniversite mezunlarının oranı yüzde 40'a ulaşmamaktadır. Yerel gazetecilerin çoğunluğunu oluşturan lise mezunlarının toplam sayısı ise 943'tür. Oransal olarak bakıldığında yerel gazetelerin çalışanlarının yaklaşık yüzde 50'sinin lise mezunu olduğu görülmektedir. Ortaokul mezunlarının sayısı 155, oranı yaklaşık yüzde 8'dir. Yerel gazetelerde 59 (% 3.1) da ilköğretim mezunu çalışan bulunmaktadır.

Bu veriler yerel gazete çalışanlarının yüzde 60'ından fazlasının üniversite mezunu olmadığını göstermektedir. İletişim fakültesi mezunlarının yerel gazetelerdeki oranının yüzde 10'a dahi ulaşmaması ise düşündürücüdür. Üstelik bu illerden İstanbul, Ankara, İzmir, Konya, Antalya, Kayseri ve Trabzon'da iletişim fakülteleri bulunmaktadır. Diğer yandan Basın İlan Kurumu şubesi bulunan illere 2007'den sonra eklenen Kocaeli, Eskişehir, Erzurum, Mersin'de de iletişim fakültesi bulunmaktadır. Ancak, bütün bu illerdeki iletişim eğitimi veren okulların mezun ettiği yüzlerce eğitilmiş genç gazetecinin yerel gazetelerde henüz yeterli düzeyde istihdam imkanı bulduğunu söylemek mümkün görünmemektedir. Yerel televizyonların çalışan yapısı ile ilgili bunun gibi ayrıntılı veriler bulunmamakla birlikte, benzer bir durumun var olduğu gözlemlenmektedir. Tüm yerel basında iletişim eğitimi almış çalışan sayısı son derece düşüktür.

Bu noktada, yerel gazeteler ve televizyonlarda iletişim fakültesi mezunlarının daha yüksek oranda istihdamı için çalışmalar yapılması gerektiği açıktır. İletişim eğitimi almış çalışanlar, yerel medyanın niteliğini yükseltecek, bu nitelik artışı gazetelere tiraj, televizyonlara yükselen izlenme oranı olarak yansıtacaktır. Dolayısıyla yerel medyanın etkinliği, gücü ve buna bağlı olarak sorunların birçoğunun temelini oluşturan ekonomik sıkıntılar çözümlenebilecektir. En azından belli gelişmişlik düzeyindeki illerde kurulu bulunan yerel gazete ve televizyonlarda iletişim mezunlarının yer alması mümkün görünmektedir. Gazetecilik mesleğine giriş, tüm dünyada yasalarla sınırlanmadığından, iletişim mezunlarının istihdamında ancak özendirici tedbirler önerilebilir. Basın İlan Kurumu ve Basın Yayın Enformasyon Kurumu'nda bu yönde bir eğilim olduğu görülmekle birlikte, bu çalışmalar henüz istenen sonuçları vermemiştir.

Sonuç

Bu çalışmada yoğun bir tartışma konusu olan iletişim eğitiminin sorunlarına ilişkin bazı saptamalar yapılmıştır. Sorunun akademiye ilişkin yönleri, sektörden kaynaklanan yönleri, eğitim sisteminin makro yapısından kaynaklanan yönleri ayrı ayrı ele alınmıştır. İletişim eğitiminin tarihsel olarak uygulamaya dönük yapısal özellikleri ile akademik eğitimin eleştireliliği arasındaki çatışma, bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. Farklı iletişim fakültelerinde, gerek müfredat gerekse iletişim eğitime ve medya sektörüne yaklaşım açısından önemli farklar bulunmaktadır. İletişim mezunlarının aday olduğu sektör, kendi içinde önemli sıkıntılar yaşamaktadır. Mezunlara yansıyan en temel sorun ise istihdam sorunudur. Sektör yeterince istihdam yaratamamakta, az sayıda eleman ihtiyacı içinse son derece seçici davranmaktadır. Bu noktada medya sektörü ile iletişim fakülteleri arasında işbirliği yapılması, eğitimin sektörün beklentilerini de dikkate alarak yenilenmesi gerekmektedir. Ancak mevcut durumda bu türden bir ilişki söz konusu değildir. Kamu kurumu olan TRT ile iletişim fakülteleri arasında 2001 yılında başlatılan bir işbirliği projesi de sonuca ulaşmamıştır.

İletişim fakültelerinde verilen eğitim genel olarak, sektördeki beklentileri karşılayacak nitelikte mezunlar verilmesini sağlamamaktadır. Bunda fakültelerin öğretim elemanı ve donanım açısından eksikleri, yenilikleri takip etmekte zorlanmaları gibi nedenler yanında alınan öğrencilerin niteliği de etkili olmaktadır. Son yıllarda iletişim eğitimi veren okulların sayısında ve bu okulların kontenjanında bir enflasyon oluşmuştur. Bu gelişmenin sonucu olarak iletişim eğitimi almaya elverişli olmayan öğrenciler de fakültele kabul edilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla hem iletişim eğitiminin hem de mezunların niteliği giderek düşmektedir. İletişim eğitimi veren okulların sayısı 40'ı alınan öğrenci sayısı 8000'i aşmıştır. Ulusal medyanın bu büyüklükteki bir mezunu istihdam etmesi söz

konusu değildir. İstihdamda bir alternatif olabileceği düşünülen yerel medyanın da kendi içinde önemli yapısal sorunları bulunmaktadır. Sayıca büyük görünen yerel gazete ve televizyonlar, istihdam yaratmada son derece sınırlı katkı sağlayabilmektedir.

Sonuç olarak iletişim eğitiminde eğitime ilişkin yaklaşımlar, eğitim veren kurumların ve kontenjanlarının artışına bağlı nitelik kaybı, sektörün mezun sayısındaki artışa paralel istihdam üretmemesi gibi açmazlar bulunmaktadır. İletişim eğitimi veren fakültelerin sayı ve kontenjanlarının sınırlanmaması ve sektörün içinde bulunduğu yapının değişmemesi durumunda, mezunların yaşadığı sorunlar her geçen yıl daha da artacaktır. Bu da iletişim fakültelerinin iyi öğrenciler tarafından tercih edilmeyen, sadece dört yıllık okul diploması veren niteliksiz eğitim kurumlarına dönüşme sürecini hızlandıracaktır.

Kaynakça

Acar, Süleyman (1998). Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim. 9-10 Temmuz 1998, Isparta, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 6. İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.

Altun, Abdülrezzak (1999). "Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi". Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar Korkmaz Alemdar (der). İstanbul: Afa Yayıncılık.

Atabek, Nejat vd. (2000). Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Mezunlarının Mesleki Yaşamları Üzerine Bir Araştırma". Selçuk İletişim Dergisi Cilt 1. Sayı 2: 3-17.

Basın İlan Kurumu (2006). Yönetim Kurulu 2005 Yılı Faaliyet Raporu. İstanbul: Basın İlan Kurumu Yayını.

Girgin, Atilla (2001). Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik. İstanbul: İnkılap Yayınları.

Gürel, Nail. (1999). "Kapanış Konuşması". Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim. 29-30 Temmuz 1999 Konya. Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 13. İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.

İnal, Ayşe (1996). Haberi Okumak,. İstanbul: Temuçin Yayınları,

Kayacan, İsa (1996). Basınımızın Anadolu Cephesi. Ankara: Ece Yayınları.

Kıracı, Hakan (1998). "Yerel Basının Karşılaştığı Sorunlara Çözüm Önerileri". Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim. 12-13 Kasım 1998 Sivas. Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 8. İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.

Mutlu, Erol (2000). "Türkiye'de İletişim Eğitimi". İletişim Dergisi (Kış): 235-259.

Özbek, Meral (1993). "İletişim Eğitimi Üzerine".

İLEF Yıllık 1992. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Özkök, Ertuğrul (2001). Hürriyet Gazetesi. 24.05.2001.

Özkök, Ertuğrul (2004). Hürriyet Gazetesi. 03.01.2004.

Özteke, Uğur (1998). "Yerel Basının Karşılaştığı Sorunlara Çözüm Önerileri". Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim, 9-10 Temmuz 1998, Isparta, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 6. İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.

Şeker, Mustafa (2002). "TRT-İletişim Fakülteleri İşbirliği Projesi". 8. İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı. 4-5 Şubat 2002, Konya.

Şeker, Mustafa (2007). Yerel Gazeteler. Konya: Tablet Yayınları.

Tokgöz, Oya (1988). "Türkiye'de Yerel Basının Konumu: Rolü ve Önemi". A.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllık. 1988: 165-179.

Topuz, Hıfzı (1996). Türk Basın Tarihi. İkinci Baskı. İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Ünlü, Sezen vd. (1999). "Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Mezunlarının Fakülte'deki Eğitim Hakkındaki Görüşleri Üzerine Bir Araştırma". İletişim Dergisi (Güz-Kış): 91-109.

Ünlü, Sezen vd. (2001). "İletişim Fakültelerindeki Öğretim Elemanlarının Fakültelerindeki Eğitim-Öğretim Ortamı Hakkındaki Görüşleri." İletişim Dergisi (Kış): 127-146.

www.istanbul.edu.tr. 10.09.2010.

www.marmara.edu.tr.10.09.2010.